



Communiqué de presse

Levallois-Perret, le 27 juin avril 2023

20 Minutes : la marque d'information n°1 en France online, selon le [Digital News Report 2023](#)

Pour la France, c'est – cette année encore – 20 Minutes qui se classe en tête des marques d'information les plus utilisées pour s'informer en ligne, chaque semaine. Offline, elle est aussi la première marque de presse nationale citée parmi les TV, radios et la presse régionale.

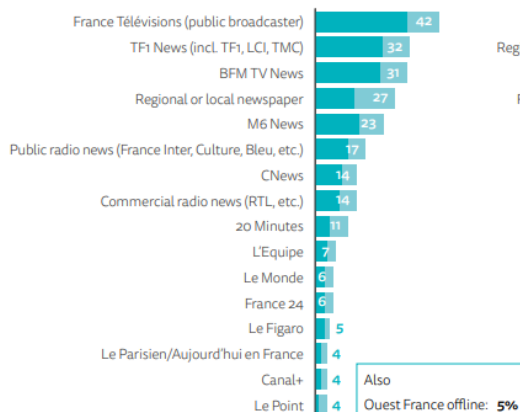
WEEKLY REACH OFFLINE AND ONLINE

TOP BRANDS

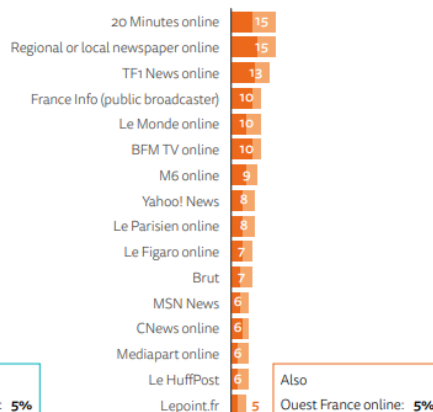
% Weekly usage

- Weekly use TV, radio & print
- More than 3 days per week TV, radio & print
- Weekly use online brands
- More than 3 days per week online brands

TV, RADIO AND PRINT



ONLINE



L'édition 2023 du rapport mondial sur la consommation de l'information réalisé par [l'Institut Reuters pour l'Université d'Oxford](#) vient de paraître. Compilant les dernières évolutions en matière d'usages et d'habitudes de consommation, cette étude, menée dans 46 pays à travers le monde, pointe l'incroyable mutation de l'industrie des médias. Pour la France, elle témoigne de l'incontestable utilité de 20 Minutes dans le quotidien des Français et la place incontournable que l'éditeur occupe aujourd'hui dans le paysage médiatique.

« Cela nous conforte dans notre mission de rendre l'information accessible au plus grand nombre, au travers de la gratuité mais aussi grâce à l'innovation et à la multiplication des formats de diffusion de nos contenus » explique Ronan Dubois, Directeur Général et directeur de la Publication de 20 Minutes.

- **Seuls 11% des Français souscrivent à une offre payante.** Si l'étude révèle le succès du modèle freemium de certains éditeurs, près de la moitié des Français (47%) non abonnés à une offre payante considèrent que **rien ne pourrait les inciter à payer pour avoir accès à l'information** ;

- **L'infobésité et la fatigue informationnelle** subie par une grande partie de la population : seuls 36% se disent intéressés par l'actualité (contre 59% en 2015);
- **La croissance des audiences sociales**: les réseaux sociaux sont devenus l'environnement médiatique de prédilection des jeunes publics.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France et par le Groupe Rossel. Son audience réunit 21 millions d'utilisateurs chaque mois dont plus de 80% sur les supports numériques. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation de l'[IFCN dès 2017](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes.

Contact presse : Anne Baron abaron@20minutes.fr 06 09 78 87 22