

AUDIENCE ONE 2014-2015

Créons des liens



Une puissance incontournable

17,4 M

d'utilisateurs
chaque mois

2^{ème} marque de
presse en France

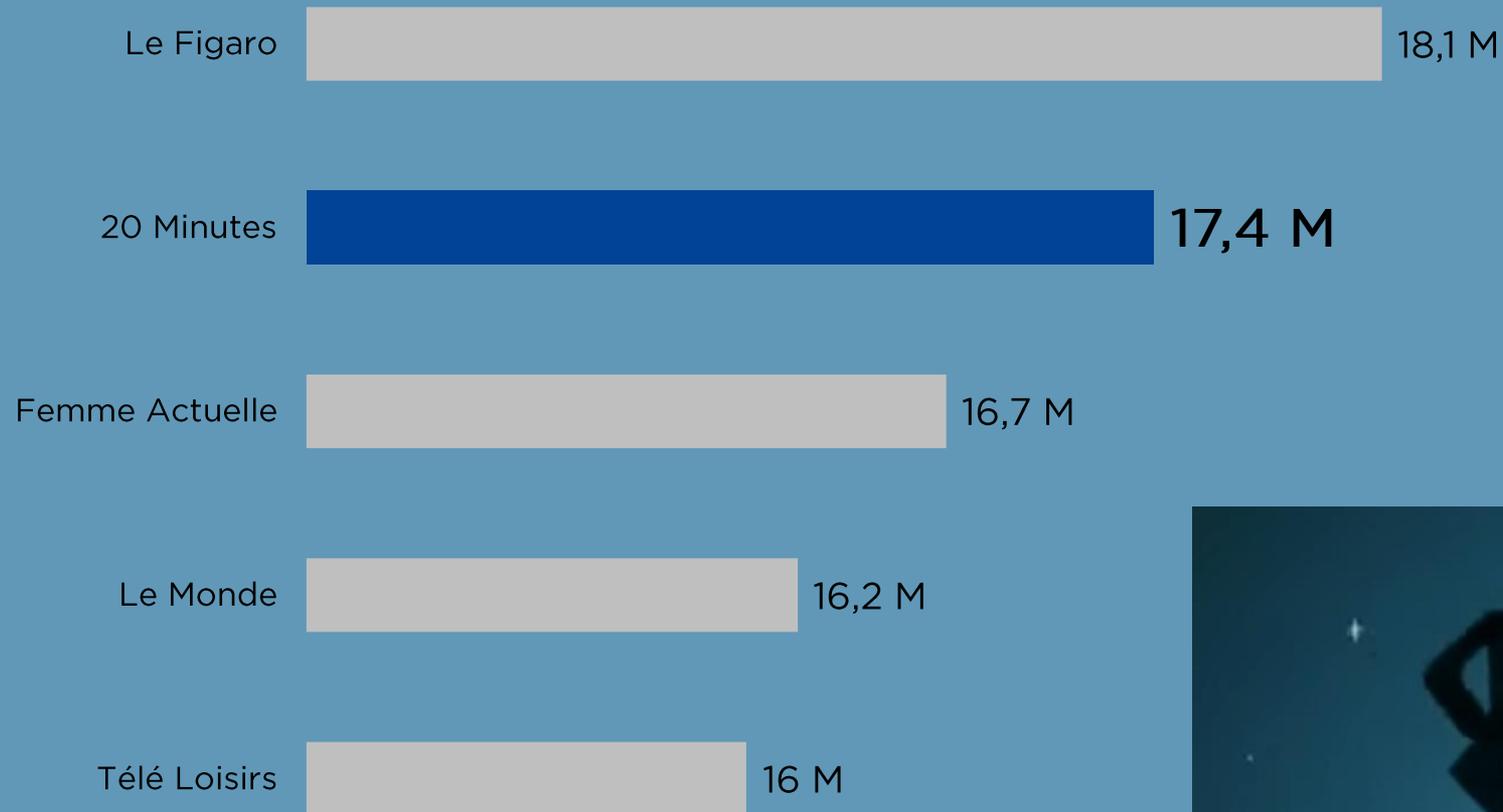
+13%

en 1 an
(meilleure
progression du
TOP 10 UC info)



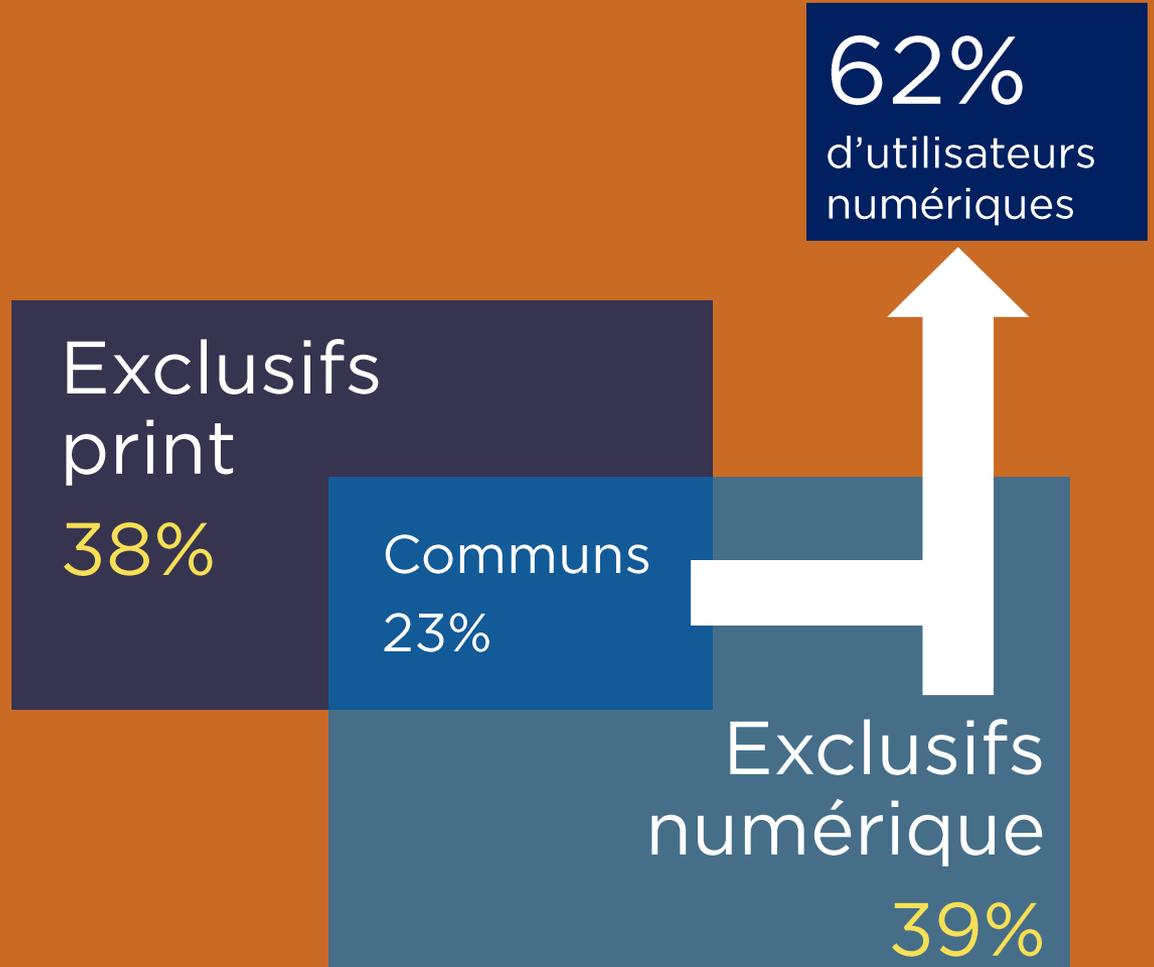


Se faire une place au sommet





Un équilibre parfait





catch me

if you can

#Wanted

Annonceur
recherche cible
qualifiée en
grand nombre...





Choisir les meilleures cibles

Urbains

Actifs

Moins de 50 ans

N°1 sur...

25-49 ans

CSP+ <50

Femmes
actives
urbaines

18-24 ans

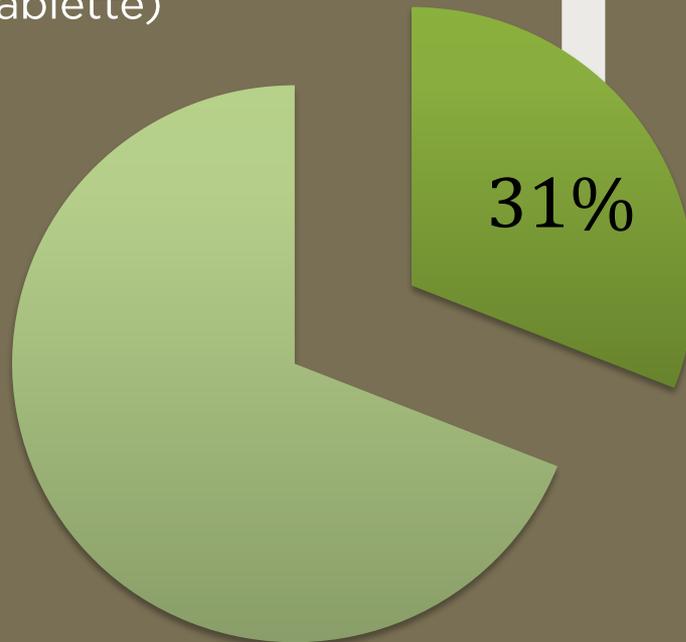
Foyers avec
enfants...





Savoir être mobile

Près d'1
utilisateur sur
3 est mobile
(mobile/tablette)



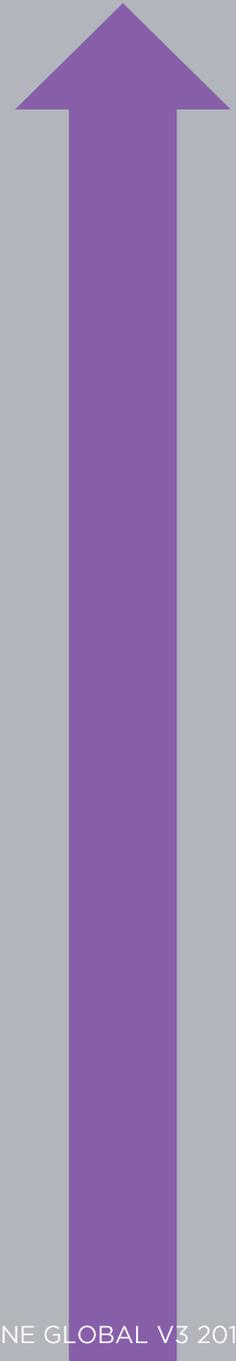
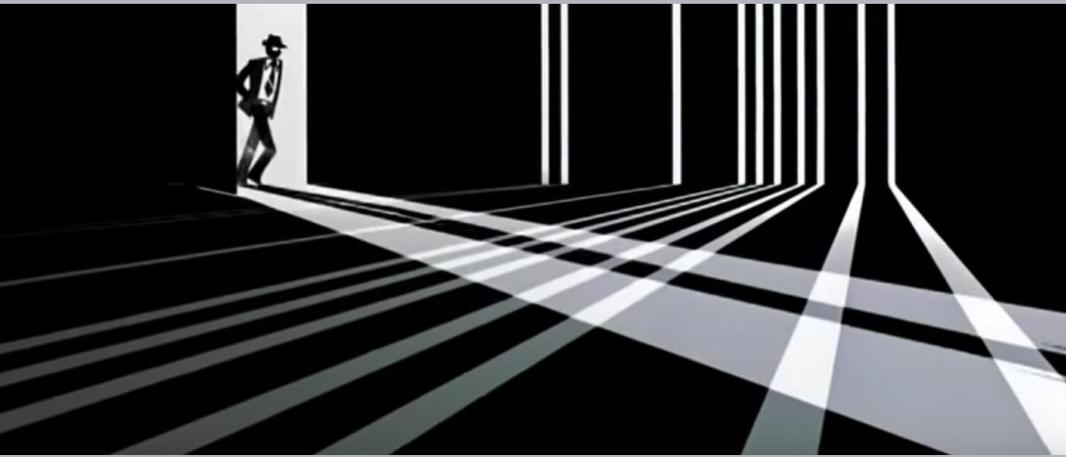


Savoir être en avance

1 Utilisateur numérique sur 2
est mobile

(mobile et/ou tablette)

51% vs 48% UC PQN+PGI





Cerner le meilleur profil

48%

Femmes

52%

Hommes

37%

CSP+
vs. 26% ens.
France

64%

Urbains
vs. 46% ens.
France

48%

25-49 ans

66%

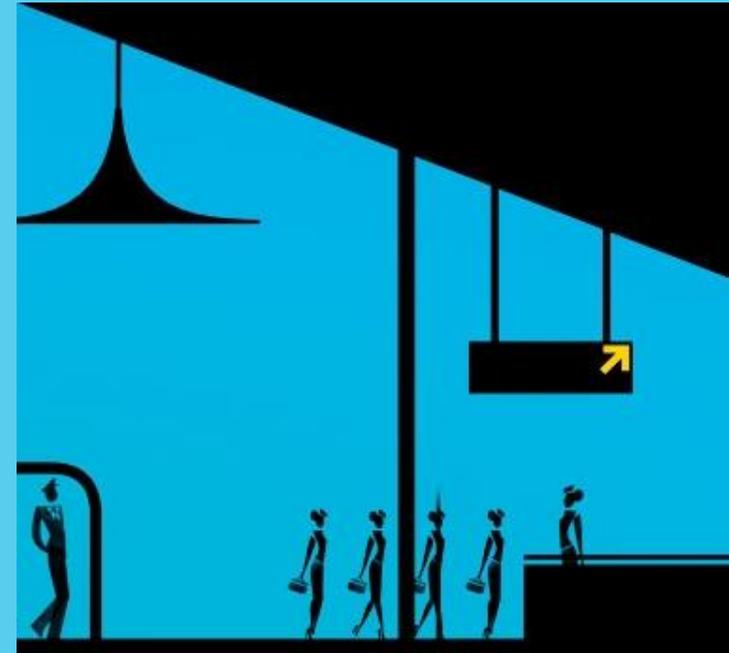
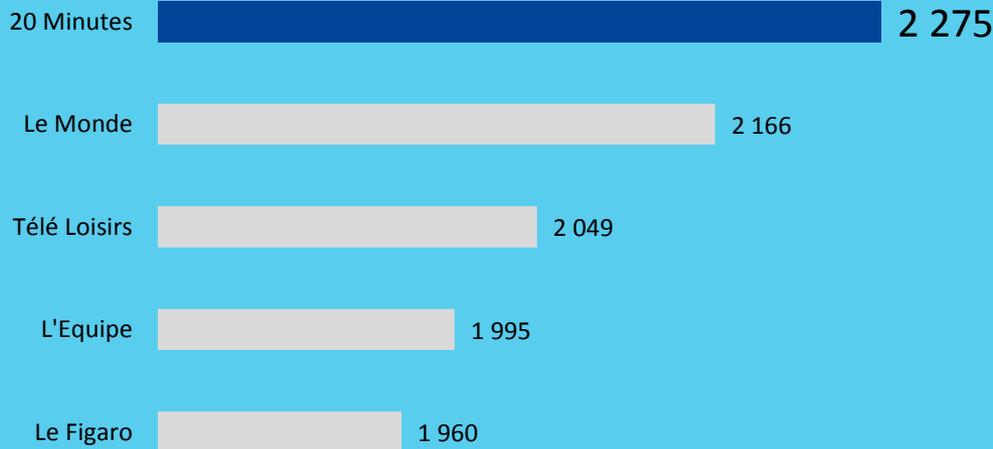
Actifs
vs. 55% ens.
France





Capter ceux qui font la tendance...

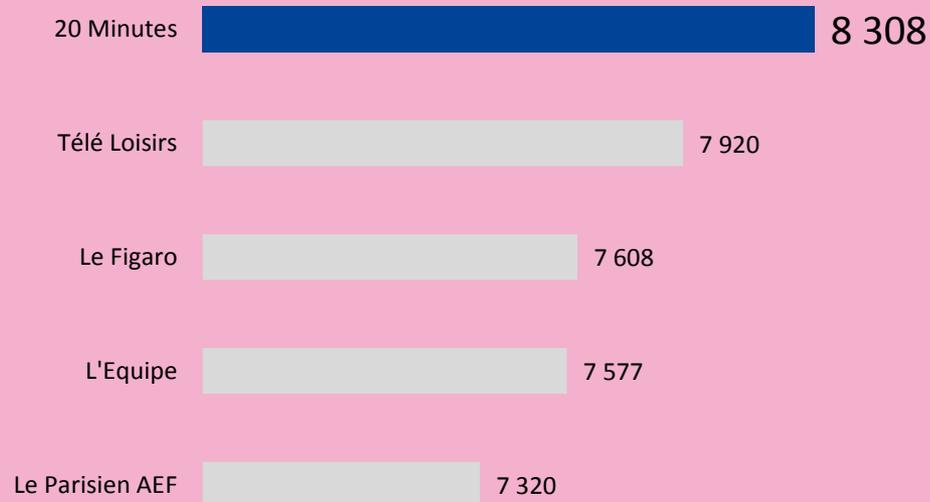
N°1 sur les 18-24 ans





... et ceux qui portent la conso

N°1 sur les 25-49 ans





Faire parler son réseau

1ère marque d'info sur les
utilisateurs de réseaux sociaux

8,3 M d'utilisateurs socionautes



1,7 M de followers



1,3 M de fans





Se faire une place de chouchou

Marque de presse préférée des < 50 ans



2ème site préféré

de la catégorie Actu Infos généralistes



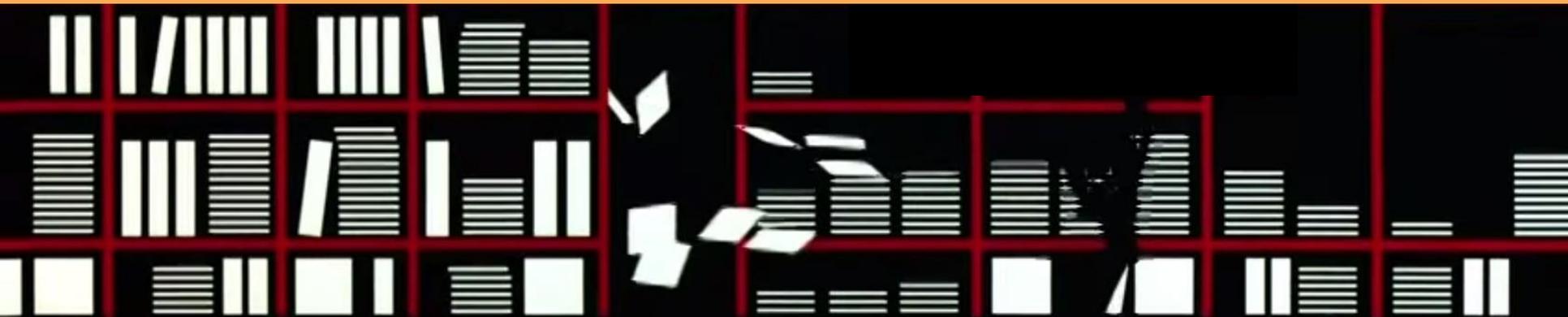
1er site d'info consulté devant Google News



Sources : étude **Advance** auprès d'un échantillon de 1 500 lecteurs réguliers de presse quotidienne nationale généraliste / **Harris Interactive**, 26 312 visiteurs réguliers de sites d'actu infos généralistes, avril à juin 2015 / **Etude réalisée par Reuters Institute** (Oxford) en janvier 2015. En France : 2000 individus représentatifs des internautes français s'étant informés au cours du dernier mois.

#LeSeulQuotidienIndépendant

**Le journal le
plus lu en
France**





Semer la concurrence...

20 Minutes, toujours N°1, avec plus de 50% de plus que le 2nd.



3,9 M de lecteurs chaque jour.





... sur toutes les cibles stratégiques

N°1

Ménagères
avec enfants

Actifs

Franciliens

RDA

35-49 ans

Affaires
et cadres

CSP+

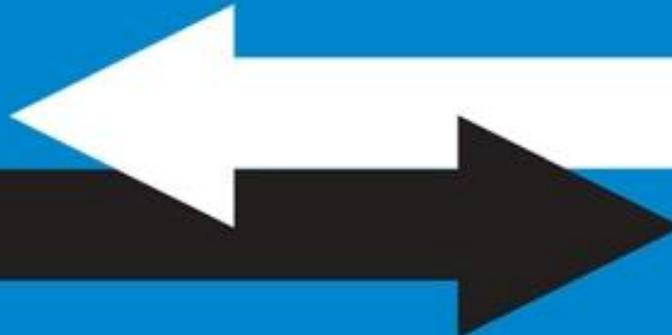
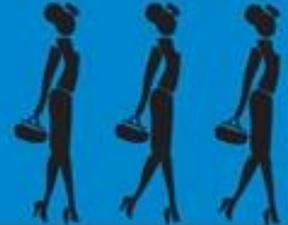
25-49 ans

Urbains

Femmes

15-24 ans

...





Ne jamais perdre sa cible de vue

Le lectorat de presse quotidienne nationale le plus régulier :

72% de lecteurs réguliers (au moins 3x par semaine)





Être le seul sur le coup

Une cible qualifiée, que l'on ne trouve nulle part ailleurs :

55% de lecteurs exclusifs vs Direct Matin

70% de lecteurs exclusifs vs PQR

71% de lecteurs exclusifs vs PQN





Gagner leur confiance

82% des lecteurs déclarent :

« *20 Minutes est un journal en lequel j'ai confiance* »

92% des lecteurs déclarent :

« *20 Minutes est un journal agréable à lire* »

91% des lecteurs recommanderaient
20 Minutes à leur entourage





Et ne plus les laisser filer !



83% des lecteurs déclarent que
le journal leur manquerait s'il venait à disparaître

