



# Communiqué de presse

## Mercredi 9 avril 2014

SOUS EMBARGO JUSQU'AU MERCREDI 9 AVRIL A 20H

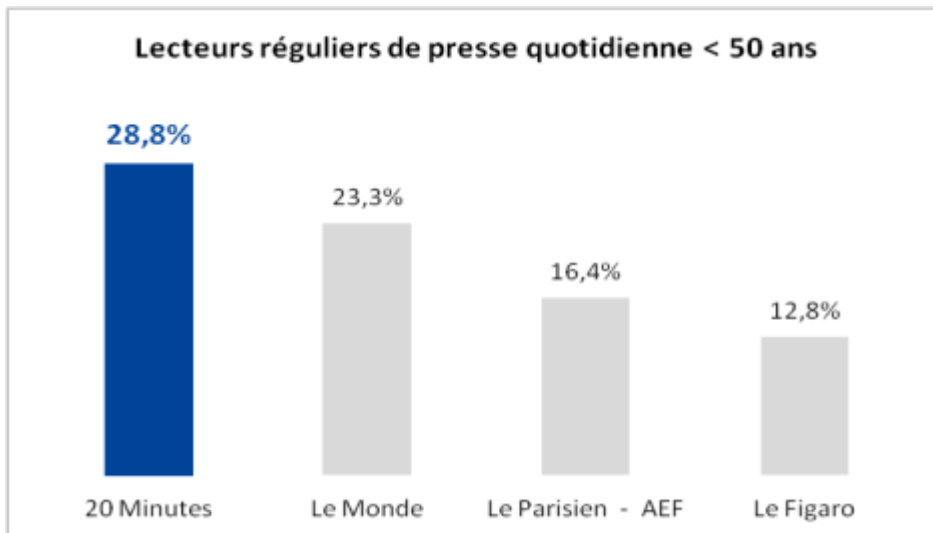
### 20 Minutes, la marque d'actu choisie par les moins de 50 ans

Depuis 12 ans, 20 Minutes tisse minutieusement un réseau de plus en plus dense. Chaque support est puissant individuellement, et l'ensemble construit une marque d'info cohérente qui s'adapte continuellement aux jeunes actifs urbains.

### Les moins de 50 ans préfèrent 20 Minutes

Une étude menée par Advance\* en mars 2014 révèle une adhésion forte à 20 Minutes : les lecteurs réguliers de marque de presse quotidienne française de moins de 50 ans plébiscitent la marque 20 Minutes et la positionnent comme leur marque de presse préférée, tous supports confondus.

#### La marque de presse préférée (1<sup>er</sup> choix)



« D'après l'image que vous en avez, veuillez classer par ordre de préférence les quotidiens nationaux suivants (quel que soit le support : papier, application mobile ou tablette, ou site Internet)... 1 étant celui que vous préférez. »

\*Source : étude Advance, auprès d'un échantillon de 1 500 lecteurs au moins une fois par semaine d'au moins un des titres de presse quotidienne nationale (20 Minutes, Direct Matin, Metronews, Le Figaro, Libération, Le Parisien AEF et Le Monde) tous supports confondus (print, web, application).

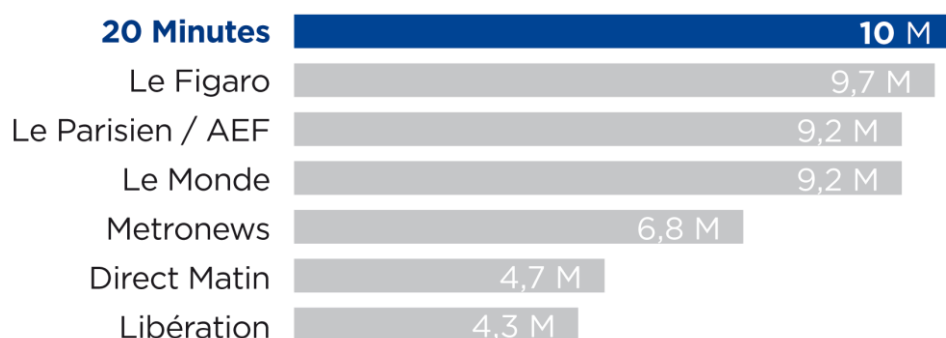
Cet attachement à 20 Minutes renforce la puissance du media : ces liens solides et durables sont un gage supplémentaire d'impact et d'efficacité pour les annonceurs.

## Etude AudiPresse ONE Global 2013 : 20 Minutes, la marque de news des - de 50 ans

L'étude One Global 2013 publie les résultats de la nouvelle mesure print & numérique des marques de presse.

### Ensemble des Français - de 50 ans / Univers presse d'actu

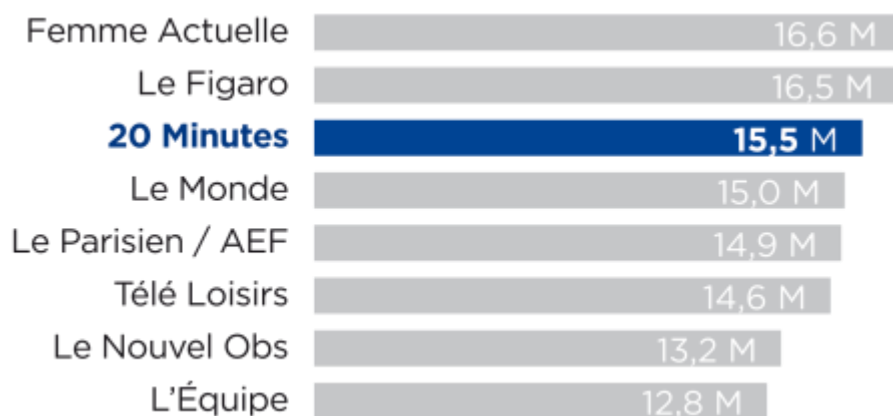
Dans l'univers de l'actu, 20 Minutes prend la tête du classement sur les cibles jeunes et fédère chaque mois 10 millions d'individus âgés de 15 à 49 ans. 20 Minutes se classe logiquement N°1 sur les actifs urbains. En se développant sur différents supports, 20 Minutes a renforcé son profil d'audience centré sur ces cibles.



36% de  
pénétration

### Ensemble des Français 15 ans et + / Tous titres confondus

Avec une audience dédoublée de 15,5 millions de Français chaque mois, 20 Minutes se classe dans le trio de tête de ce nouveau classement des marques de presse les plus puissantes en France et touche près d'un tiers de la population 15 ans et +.

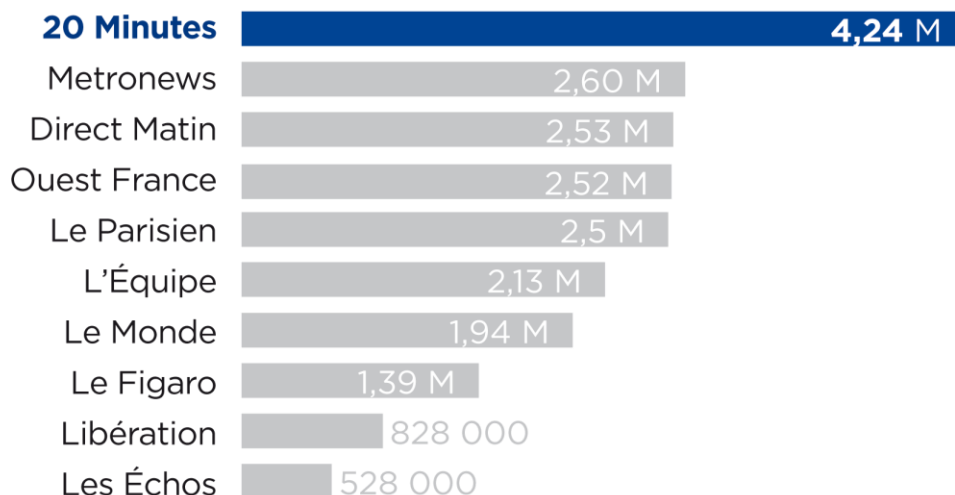


\*Source : ONE GLOBAL Vague 1 (AudiPresse One 2013 / Médiamétrie MNR-PIM)

## Etude AudiPresse ONE 2013 : Le journal 20 Minutes encore plus loin devant

Cette étude accentue le leadership de 20 Minutes, journal le plus lu de France. Avec 7,23 millions de lecteurs chaque semaine et 4,24 millions de lecteurs chaque jour, il se détache encore des autres quotidiens français dans le classement puisqu'il compte désormais plus de 63 % d'audience de plus que le deuxième (cet écart est en progression de 19% par rapport à ONE 2012-2013).

### Ensemble des Français 15 ans et + / LNM



Diffusé à plus d'1 million d'exemplaires chaque jour, dont plus de 100 000 exemplaires en version numérique, le journal 20 Minutes est aussi lu par les populations les plus connectées et utilisatrices de numérique : 1 lecteur sur 4 a entre 15 et 24 ans. Qui a dit que les jeunes ne lisaient plus ?

« Nous avons deux atouts majeurs qui donnent un sens à la puissance de 20 Minutes : nos cibles jeunes et la capacité de notre marque à créer de véritables relations avec ses utilisateurs. La puissance n'est rien sans une véritable adhésion qui se construit sur la durée par l'accumulation d'une multitude de liens. C'est cela qui fait que plus d' 1/3 des Français de moins de 50 ans choisissent 20 Minutes. », a déclaré Olivier Bonsart, Président de 20 Minutes.

#### **Contacts presse :**

**Anne Baron**

01 72 74 53 80 / [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr)

**Nathalie Desaix**

01 53 26 64 93 / [ndesaix@20minutes.fr](mailto:ndesaix@20minutes.fr)

#### **Contact Advance :**

**Sonia Etienne, Directrice Experience Measurement**

01 58 74 99 45 / [sonia.etienne@vivaki-advance.com](mailto:sonia.etienne@vivaki-advance.com)