



## Communiqué de presse

Mardi 1<sup>er</sup> septembre 2015

# Une rentrée haute en couleurs pour le journal 20 Minutes

## A Paris : une impression "qualité magazine"

En confiant l'impression des 550 000 exemplaires de son édition francilienne à l'imprimerie Newsprint (Groupe Riccobono), le journal 20 Minutes offre désormais une qualité d'impression "magazine" inégalée pour un quotidien.

## Un réseau de distribution encore plus performant

20 Minutes accroît la performance de son réseau de diffusion avec plus de **120 points de distribution supplémentaires** (soit plus de 3 000 points au total). L'objectif : toucher encore mieux les jeunes actifs urbains et les populations CSP+. La distribution par colportage est optimisée à Paris, Toulouse, Nice et Cannes. Le réseau dans les gares SNCF de la région Ile-de-France se renforce également.

Avec près de **40 000 exemplaires en plus diffusés chaque jour** au niveau national, 20 Minutes poursuit sa démarche pour rendre l'info accessible à toujours plus de jeunes actifs urbains. Il conserve sa position de leader avec un objectif de diffusion de 980 000 ex./jour au total.

## Un journal qu'ils recommandent

Selon une étude TNS-Sofres (juillet 2015), **plus de 9 lecteurs sur 10** recommanderaient 20 Minutes à leur entourage.

### Contacts presse :

Anne Baron

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

Nathalie Desaix

[ndesaix@20minutes.fr](mailto:ndesaix@20minutes.fr)

### A propos de 20 Minutes

20 Minutes est la 2<sup>ème</sup> marque de presse d'actualité avec **18 millions de consommateurs\*** chaque mois (print, web, mobile), soit 1 Français sur 3 et 1 Actif Urbain sur 2 en contact avec 20 Minutes.

20 Minutes France SAS est détenu à 50% par Schibsted, l'un des plus grands groupes scandinaves de médias, et par le groupe Sipa Ouest-France (éditeur du 1er quotidien français payant).

\*Etude AudiPresse ONE V2 2015