



### **Le Groupe Rossel confirme son arrivée dans l'actionnariat de « 20 Minutes »**

Le 22 juillet 2015, Le Groupe Rossel s'était engagé à acquérir les actions de la société 20 Minutes France SAS auprès du groupe norvégien Schibsted et à rejoindre ainsi à parité le groupe SIPA-Ouest-France dans le capital de 20 Minutes. Suite à la réception de l'avis de l'Autorité de la Concurrence, les groupes Rossel et Schibsted ont pu ce jeudi 7 janvier 2016, confirmer et officialiser leurs accords de cession, pour lesquels ils avaient déjà recueilli l'avis favorable des représentants du personnel de la société.

Ce partenariat de deux acteurs importants de la PQR française a pour objectif de consolider encore le leadership de 20 Minutes sur le marché de l'information.

Avec plus de 17.4 millions d'utilisateurs chaque mois, dont plus de 60%\* sur le numérique, 20 Minutes a réussi sa mutation vers le digital, en totale complémentarité et continuité de son activité print.

20 Minutes s'est ainsi imposée comme la marque d'info leader absolue des jeunes actifs urbains en France et termine cette année 2015 avec :

- une croissance remarquable de ses audiences numériques. Le seul site 20minutes.fr est en progression de +23 % en un an (meilleure progression du top 5 univers info) tandis que les audiences mobiles explosent avec + 83 % d'audience (meilleure progression du top 10 univers info). (Source Médiamétrie : période 12 mois à fin nov. 2015 pour le web fixe et 12 mois à fin oct. 2015 pour le mobile)
- le quotidien le plus lu en France avec une audience de plus de 3.9 millions de jeunes actifs urbains chaque jour et dont la distribution a été renforcée depuis le dernier trimestre 2015
- sur un marché publicitaire encore en décroissance en 2015, 20 Minutes a poursuivi sa politique d'innovation et réalise une très bonne performance avec une part du numérique en forte augmentation et qui atteindra plus de 25% de l'ensemble des revenus. Son exploitation, déjà positive en 2014, devrait être améliorée en 2015.
- 20 Minutes a continué de consolider ses liens avec ses utilisateurs en accroissant fortement leur engagement. Ainsi, les réseaux sociaux génèrent à fin 2015 près d'un tiers du trafic (+ 100% sur un an) et des dizaines de milliers d'interactions chaque jour.

*« Le Groupe Rossel est impatient de s'impliquer dans le projet 20 Minutes aux côtés du groupe SIPA-Ouest-France pour renforcer encore la place de 20 Minutes parmi les leaders nationaux de l'information en France »* explique Bernard Marchant, Administrateur délégué du groupe Rossel.

*« Le groupe SIPA-Ouest-France est fier d'avoir contribué à la création et à la réussite de 20 Minutes, et se félicite de l'arrivée du groupe Rossel à ses côtés pour poursuivre et accélérer le développement de cette belle marque d'information »* ajoute Louis Echelard, Directeur Général du groupe SIPA-Ouest-France.

*« 20 Minutes est très satisfait de cette alliance entre les groupes Rossel et SIPA-Ouest-France. Ils pourront nous faire bénéficier de la grande complémentarité et de la parfaite cohérence de leurs stratégies respectives sur le marché des médias en France »* déclare Olivier Bonsart, président de 20 Minutes.

\*Source : Audipresse One Global 2015 V3

### **A propos du Groupe Rossel**

*Le Groupe Rossel, qui vient de fêter ses 128 ans, est le premier groupe de presse francophone en Belgique. Il est actif essentiellement en Belgique, en France et au Luxembourg.*

*Il est présent en presse quotidienne et périodique, payante et gratuite, dans la presse financière et économique ainsi que dans l'audiovisuel en France et en Belgique.*

*Aujourd'hui, le groupe pèse plus d'un demi milliard d'euros, emploie plus de trois mille personnes et réunit plus de cinq millions et demi de lecteurs par jour grâce à ses marques de presse print, web et mobile, avec un taux de pénétration pouvant aller jusqu'à 70% auprès de certaines de ses populations-cibles.*

### **A propos du Groupe Ouest-France**

*Le Groupe SIPA-Ouest-France est présent au capital de 20 Minutes depuis son lancement avec le groupe norvégien Schibsted en 2002.*

*Dans le domaine de l'information, le groupe SIPA-Ouest-France est présent avec des quotidiens régionaux (Ouest-France, Le Courrier de l'Ouest, Le Maine Libre, La Presse Océan, La Presse de la Manche), des hebdomadaires locaux (Publihebdo) et des périodiques.*

*Le groupe SIPA-Ouest-France réalise un chiffre d'affaires de près de 1 milliard d'euros, emploie près de 6.000 collaborateurs et touche en moyenne plus de 26 millions de personnes chaque mois avec ses marques de presse en print, web et mobile.*

### **A propos de « 20 Minutes »**

*20 Minutes est la 2<sup>ème</sup> marque de presse d'actualité avec 17.4 millions d'utilisateurs\* chaque mois (print, web, mobile et tablette). Ainsi, 20 Minutes est en contact avec 1 Français sur 3 et 1 Actif/Urbain sur 2.*

\*Etude AudiPresse ONE Global V3 2015

### **Contacts :**

**Groupe Rossel**  
Bernard Marchant  
+ 32 2 225 55 98

**Groupe SIPA-Ouest-France**  
Louis Echelard  
+ 33 2 99 32 64 36

**20 Minutes France**  
Anne Baron  
+ 33 1 72 74 53 80