



Communiqué de presse

Jeudi 27 avril 2017

sous embargo jusqu'au vendredi 28 avril 2017

Audience ONE GLOBAL V1 2017

20 Minutes : Ce millennial qui continue de grandir...



Conçu pour les jeunes urbains actifs, il a réussi de façon spectaculaire à les convaincre. Depuis 15 ans, les nouvelles générations l'adoptent, son public est de plus en plus large, et reste étonnamment jeune. L'explosion du numérique a permis une formidable accélération de son influence, sans pour autant diminuer la lecture du journal. C'est un cas d'école.

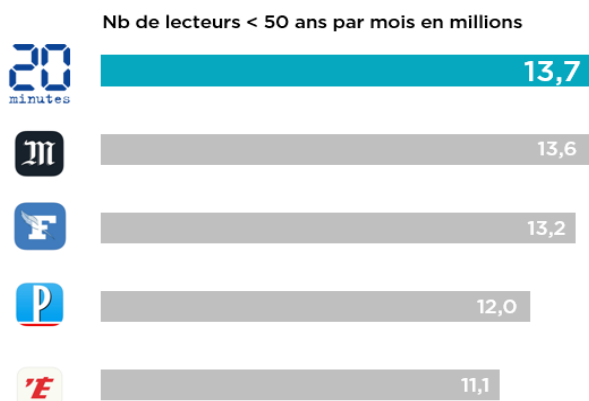


Olivier Bonsart, Président et directeur de la Publication de 20 Minutes France.

Selon la dernière étude ACPM ONE Global V1 2017, et alors qu'il fête sa 15^{ème} année d'existence, 20 Minutes réalise **une audience record de 22,5 millions de lecteurs chaque mois**, soit une progression de 8% vs la vague précédente. Dans le trio de tête des marques d'information les plus puissantes de France, avec Le Monde et Le Figaro, 20 Minutes voit son audience augmenter sur chacun des supports.



20 Minutes poursuit, cette fois encore, sa croissance auprès de son cœur de cible historique, les moins de 50 ans, et confirme sa place de **leader de l'info chez les 15-49 ans**.



La marque de presse la plus mobile de l'univers info

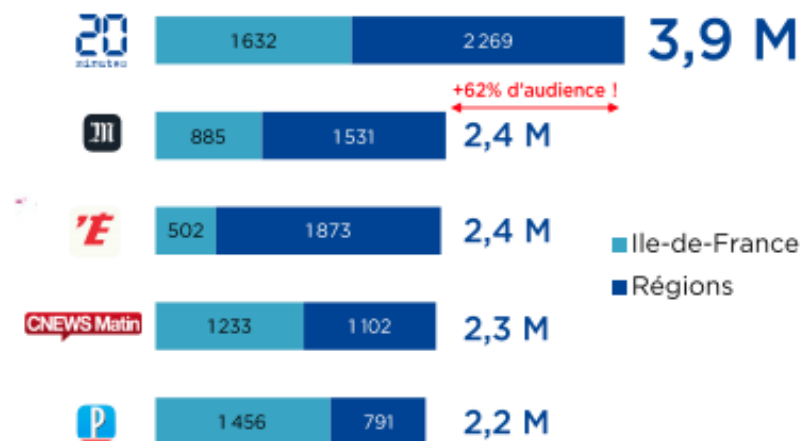
¾ des utilisateurs sont numériques et parmi eux, 56% sont mobinautes, signifiant que **le mobile est devenu le premier support de la marque**. Au sein de l'univers Actu, 20 Minutes est même la marque dont la part des mobinautes au sein de son audience numérique est la plus large.

La marque de news la plus mobile sur le numérique progresse... en print

L'audience du journal continue de s'accroître, avec + 4,1% de progression en un an. Chaque jour, 20 Minutes réunit 3,9 millions de lecteurs, soit **la plus large audience de la presse quotidienne**. Parmi eux, 41% ne lisent aucun autre titre de presse quotidienne nationale, gratuite ou payante. Cette part d'exclusivité renforce encore la **dimension incontournable de 20 Minutes, dans un plan média, pour toucher des populations qui ne sont nulle par ailleurs**.

Inébranlable, le journal 20 Minutes, encore et toujours N°1 loin devant

Avec près de 4 millions de lecteurs chaque jour, 20 Minutes est le plus puissant des quotidiens nationaux. Il est aussi **le journal le plus « national » de la PQN** avec 58% de son lectorat en région.



Les jeunes : une audience structurante pour 20 Minutes

Quel que soit le support, les jeunes composent structurellement une des bases les plus solides de l'audience de 20 Minutes : les jeunes <35 ans constituent 39% du lectorat print et 45% des mobinautes.



20 Minutes récompensé d'une étoile par l'ACPM pour la « constance dans le succès » de ses performances d'audience sur 20minutes.fr.

A propos de « 20 Minutes » : 20 Minutes rassemble 22,5 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). 1^{ère} marque d'info chez les 15-49 ans, elle est suivie par 2,2 millions de followers sur Twitter et 2,3 millions de fans sur Facebook (source : étude ACPM ONE Global V1 2017).