

Étude Harris Interactive pour 20 Minutes : Au-delà de l’audience, l’attachement des Français aux marques d’info



Ultra puissante sur l’ensemble de ses supports, avec chaque mois près de 22,5 d’utilisateurs, 20 Minutes s’est imposée dans le paysage médiatique. 20 Minutes a souhaité en savoir plus sur l’engagement et le lien des lecteurs à sa plateforme et aux marques d’information en général.

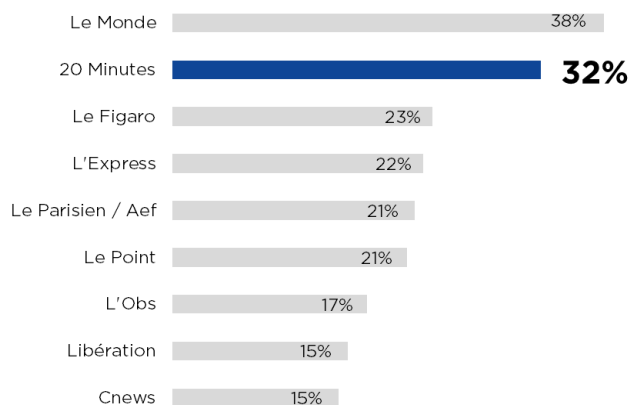
En partenariat avec [Harris Interactive](#), l’étude (menée auprès de 1 400 individus représentatifs de la population française en Janvier 2017) a permis de mesurer à la fois la préférence de marque, les notions de liens et d’attachement mais aussi le rapport des lecteurs à la publicité.

**« 20 Minutes a donné de la valeur à la gratuité »,
Olivier Bonsart, Président et directeur de la publication de 20 Minutes**

Etre puissant c’est bien... être préféré c’est encore mieux !

Parmi l’ensemble des Français interrogés, 32% placent 20 Minutes dans leur top 3 des marques d’information préférées, après Le Monde et avant Le Figaro. En outre, 20 Minutes est la marque qui arrive favorite sur la cible 18-49 ans.

« Selon l’image que vous en avez, veuillez classer par ordre de préférence les marques de presse suivantes »

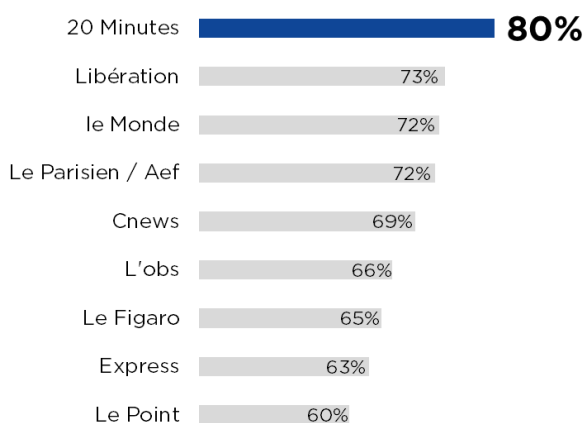


20 Minutes : une promesse éditoriale tenue !

Pour une très large majorité de Français s'informant avec 20 Minutes, la promesse d'informer sérieusement sans se prendre au sérieux est tenue, combinant **utilité (82%)** et **plaisir (77%)**.

La marque la plus sympa de l'univers « info »

L'étude révèle un fort attachement à la marque 20 Minutes puisqu'elle est celle qui obtient le meilleur capital sympathie au sein de l'univers « Info » : 80% des répondants qui fréquentent les supports 20 Minutes jugent la marque « sympathique ».

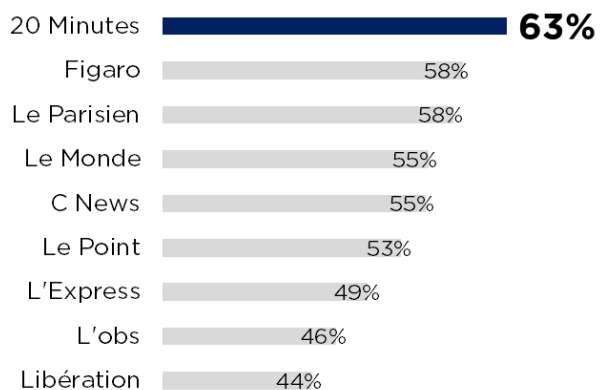


« Pour chacune de ces caractéristiques, vous nous indiquerez si vous êtes tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas d'accord du tout. »
« Est une marque sympathique » : « Tout à fait d'accord » + « Plutôt d'accord »

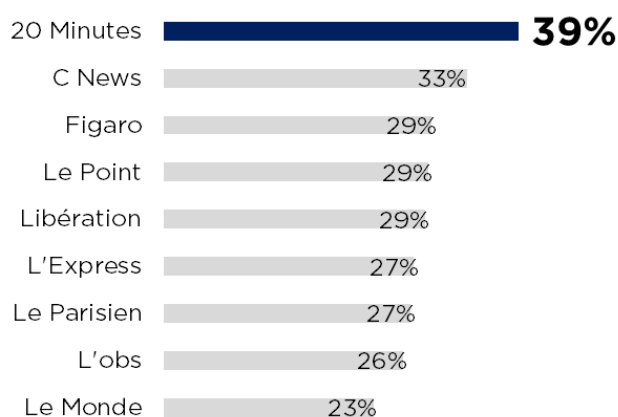
Un modèle qui plaît dans sa globalité, publicité incluse !

Chez 20 Minutes, la **publicité est jugée mieux intégrée qu'ailleurs** selon 63% des répondants. C'est sur ses supports que la publicité inspire le plus **confiance** (42%) et qu'elle est jugée la plus **convaincante** (44%). Conformément à sa promesse publicitaire de média d'activation, la publicité chez 20 Minutes remporte également la première place quand il s'agit d'**intention de renseignement** (39%) et d'**achat** (33%).

« La publicité est bien intégrée »



« La publicité me donne envie d'en savoir plus »



[Retrouvez l'ensemble des résultats de cette étude](#)

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).

Contacts presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr

A propos de Harris Interactive - Harris Interactive est un institut de référence sur le marché des études (6^{ème} rang mondial des sociétés d'étude ad hoc). La structure française, fondée en 1995 par Nathalie PERRIO-COMBEAUX et Patrick VAN BLOEME sous le nom de Novatris, a rejoint le groupe en mars 2004. Harris Interactive propose des méthodes d'études innovantes ainsi que des analyses et un conseil stratégique qui aident les clients à prendre des décisions réfléchies et efficaces. Le groupe doit sa réputation aux sondages d'opinion « Harris Poll » et à son rôle précurseur dans les méthodes d'études en ligne. La société a mis en place ce qui, selon elle, constitue le panel le plus important au monde : le Harris Poll Online. Harris Interactive est au service de sa clientèle dans le monde entier grâce à ses bureaux en Amérique du Nord, en Europe et en Asie. Pour plus de renseignements sur Harris Interactive, veuillez consulter www.harrisinteractive.fr

Contact presse : Laurence Lavernhe +33(0)1 44 87 60 94 LLavernhe@harrisinteractive.fr