



## Communiqué de presse

Lundi 3 juillet 2017

*sous embargo jusqu'au mardi 4 juillet 2017*

Audience ONE GLOBAL V2 2017

## 20 Minutes, la marque **inforever young**



Selon la dernière étude ACPM ONE Global V2 2017, 20 Minutes réunit chaque mois **22,3 millions de lecteurs**, soit **une progression de 17,1%, en un an**. La marque, qui fête son 15<sup>ème</sup> anniversaire cette année consolide sa position dans le trio de tête des marques d'information les plus puissantes de France, avec Le Monde et Le Figaro.

Surtout, 20 Minutes confirme son statut de **marque leader sur les cibles jeunes avec plus 6,6 millions de jeunes 18-34 ans** ainsi qu'auprès des cibles stratégiques 15-49 ans, actives et urbaines.

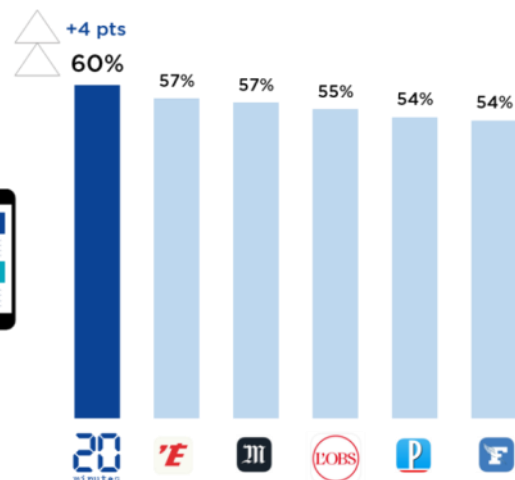
Nombre de lecteurs 18-34 ans/mois sur l'ensemble des supports (000)



**1/3** de l'audience  
a moins de 35 ans

### 20 Minutes, marque d'info mobile

75% des personnes consomment 20 Minutes via les supports numériques, et c'est le mobile qui est aujourd'hui le premier support de la marque, avec parmi eux **60% de mobinautes** (en hausse de 7,3% par rapport au T1 2017). Cette croissance s'observe particulièrement chez les jeunes, avec **une hausse de +17,5% de son audience mobile chez les 15-24 ans**.



**A propos de « 20 Minutes » :** 20 Minutes rassemble 22,4 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). 1<sup>ère</sup> 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 V2 2017). 20 Minutes France SAS est détenu à 50% par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge.  
**Contacts presse :** Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr Nathalie Desaix ndesaix@20minutes.fr