



## Communiqué de presse

Le 9 juillet 2018

### Nomination au sein du comité de direction de 20 Minutes

Durant les 7 derniers mois, Olivier Bonsart, président de 20 Minutes, a lui-même piloté la direction commerciale. Avec l'aide de Bruno Latapie, arrivé en 2017 en tant que directeur de la monétisation, ils ont fait évoluer l'organisation du département commercial, pour suivre la digitalisation des revenus du média et le développement de l'activité "contenus de marque".

Bruno Latapie est aujourd'hui nommé directeur exécutif de la monétisation et rejoint le comité de direction de 20 Minutes. Il s'appuiera sur cinq pôles, experts dans la commercialisation de l'ensemble des solutions publicitaires (mobile, vidéo, contenu, data, programmation, print, ...)

- Trois pôles annonceurs :

Grands Comptes, sous la responsabilité de Julien Mariotti, directeur commercial en charge des relations avec le réseau d'annonceurs partenaires et prospects ;

Régions, sous la responsabilité de Jérôme Buffard, directeur commercial des ventes régionales dont le marché représente 30% du CA global de l'entreprise ;

Verticales, sous la responsabilité de Florent Violot, directeur commercial en charge des solutions publicitaires à destination des marchés Entertainment, RH et grandes écoles, secteurs qui pèsent près de 15% des revenus de 20 Minutes.

- Un pôle agences :

sous la responsabilité de Yamina Kefi, directrice commerciale en charge des relations commerciales avec le réseau d'agences médias partenaires ;

- Un pôle AdOps / Programmation :

sous la responsabilité de Marina Kang, responsable AdOps en charge des opérations liées au revenu et yield management et de de Grégoire Besson, responsable du programmation dont les revenus ont déjà bondi de 75% sur le S1 2018 (open auction et deals).

L'ensemble des activités conseil et production liées aux contenus de marque est coordonné par Nathalie Desaix, directrice la marque et membre du comité de direction depuis son arrivée chez 20 Minutes en tant que directrice du marketing et de la communication, en novembre 2010.



De gauche à droite : Florent Violot, Julien Mariotti, Marina Kang, Bruno Latapie, Yamina Ketfi, Grégoire Besson et Jérôme Buffard

### Chiffres clés :

- **CA 2017** : 40 M€ (EBITDA : +1,5 M€)
- **51 collaborateurs** au sein de la direction commerciale
- **11 bureaux locaux** : Bordeaux ; Lille ; Lyon ; Marseille ; Montpellier ; Nantes ; Nice ; Paris ; Rennes ; Strasbourg ; Toulouse

**A propos de 20 Minutes** : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 20,5 millions d'utilisateurs chaque mois dont 69% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les Actifs Urbains. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. *Source : étude ACPM ONE Global V1 2018*

Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr)