

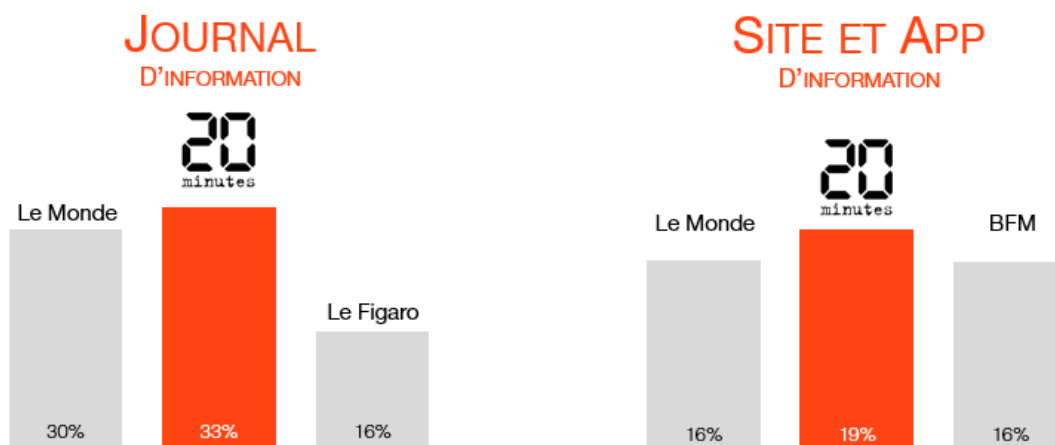
20 Minutes, la marque d'info préférée des Français

20 Minutes a souhaité en savoir plus sur l'engagement et le lien des lecteurs aux marques d'info et à son média en particulier. [Harris Interactive](#), institut d'études de sondages d'opinion a réalisé pour 20 Minutes une [étude](#) auprès de 1400 répondants.

20 Minutes : une marque au fort capital sympathie

En mesurant la préférence de marque, l'attachement des lecteurs ou encore leur rapport à la publicité, 20 Minutes est élue marque d'information préférée des Français sur tous ses supports. 31% des sondés citent 20 Minutes dans le Top 3 des marques de presse, devant Le Monde (30%) et le Figaro (18%). 20 Minutes est également en tête des journaux d'information et des sites et applications d'information préférés des Français.

% de répondants citant la marque dans le Top 3 :



Source : Etude 20 Minutes et Harris Interactive – Février 2020 / base : 1 400 répondants – journaux : 7 marques testées, Sites et Apps : 22 marques testées

Un média qui suscite la confiance

« 20 Minutes est une marque sympathique (86%) à laquelle j'accorde de l'attention lorsque je la consulte et (84%) à laquelle je suis fidèle (82%) » témoignent les répondants. 82% affirment qu'ils ont confiance en ce qu'ils lisent dans le journal (soit 4 Français sur 5).

Largement plébiscité sur les réseaux sociaux, 20 Minutes compte respectivement 2,9 millions de fans sur [Facebook](#), 2,3 millions de followers sur [Twitter](#) et 274 K abonnés sur

Instagram : « *Sur mon fil d'actualité, je m'arrête souvent sur les publications de 20 Minutes* » déclarent 93% des répondants.

Une expérience de lecture qui plaît, publicité incluse

20 Minutes est aussi un support qui maximise l'efficacité publicitaire, 62% des répondants estimant que la publicité présente sur 20 Minutes attire leur attention et qu'elle est convaincante. 73% affirment d'ailleurs que « *la publicité fait partie du contrat de lecture* ». Labélisé Digital AdTrust depuis 2018, 20 Minutes s'engage pour une publicité responsable, toujours mieux intégrée aux contenus.

[>>> Téléchargez l'étude <<<](#)

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 et par le Groupe Rossel. Seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial, 20 Minutes définit sa raison d'être, véritable moteur du projet d'entreprise, ainsi : "être un trait d'union citoyen et indépendant pour une société bien informée et respectueuse".

Son audience réunit 22,8 millions d'utilisateurs chaque mois dont 77% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. 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 ONE Next Global V1 2019*

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

A propos d'Harris Interactive : Harris Interactive France est un acteur historique du marché des études. Dirigé par ses fondateurs Nathalie Perrio-Combeaux et Patrick Van Bloeme, l'institut propose des approches innovantes, qualitatives et quantitatives, en France comme à l'international. Harris Interactive repense le marché en alliant innovation technologique et accompagnement d'experts au-delà des études. Pour aider ses clients à prendre les meilleures décisions, avec un temps d'avance. Depuis juillet 2014, Harris Interactive Europe (regroupant Harris Interactive France, Allemagne et UK) a rejoint ITWP permettant ainsi à ce groupe international d'étendre sa présence dans la filière études.

Contact Presse : Laurence Lavernhe - LLavernhe@harrisinteractive.fr