

20 minutes

**NOUVELLES AUDIENCES
PRINT ET BRAND**

Avril 2021



INTRODUCTION

Dates de terrain

- ✓ Print : Janvier-décembre 2020
- ✓ Brand : fusion avec les données Internet Global de Médiamétrie de janvier 2021

Nota bene

- ✓ Les audiences One Next 2021 V2 ne tiennent pas compte de la période du 1^{er} confinement 2020, les données ont été neutralisées.

20 MINUTES

UN MASS MÉDIA SUR TOUS LES SUPPORTS

22 M de lecteurs par mois



16 M



14 M



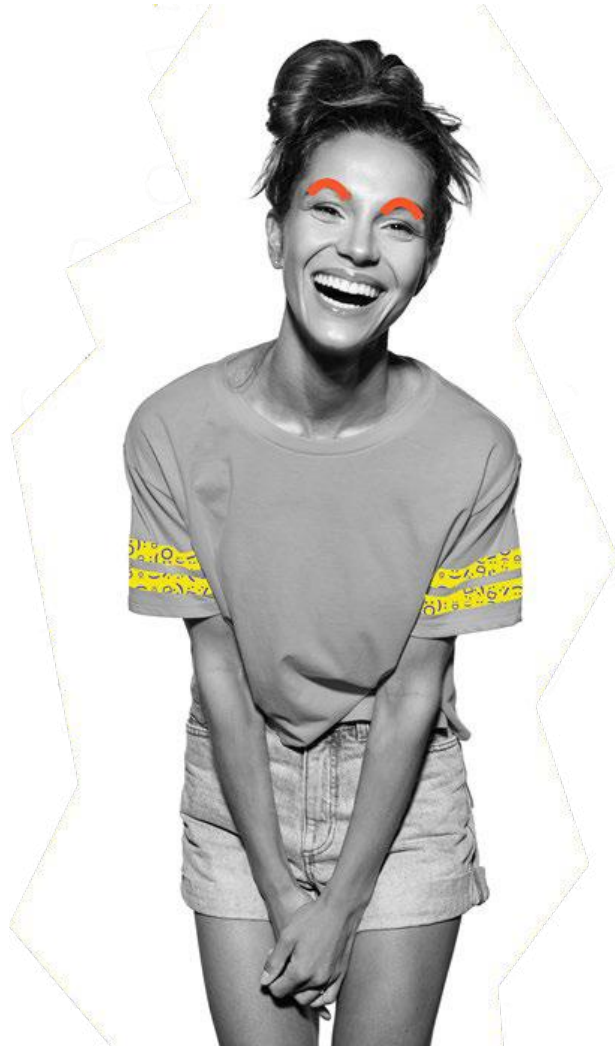
7 M



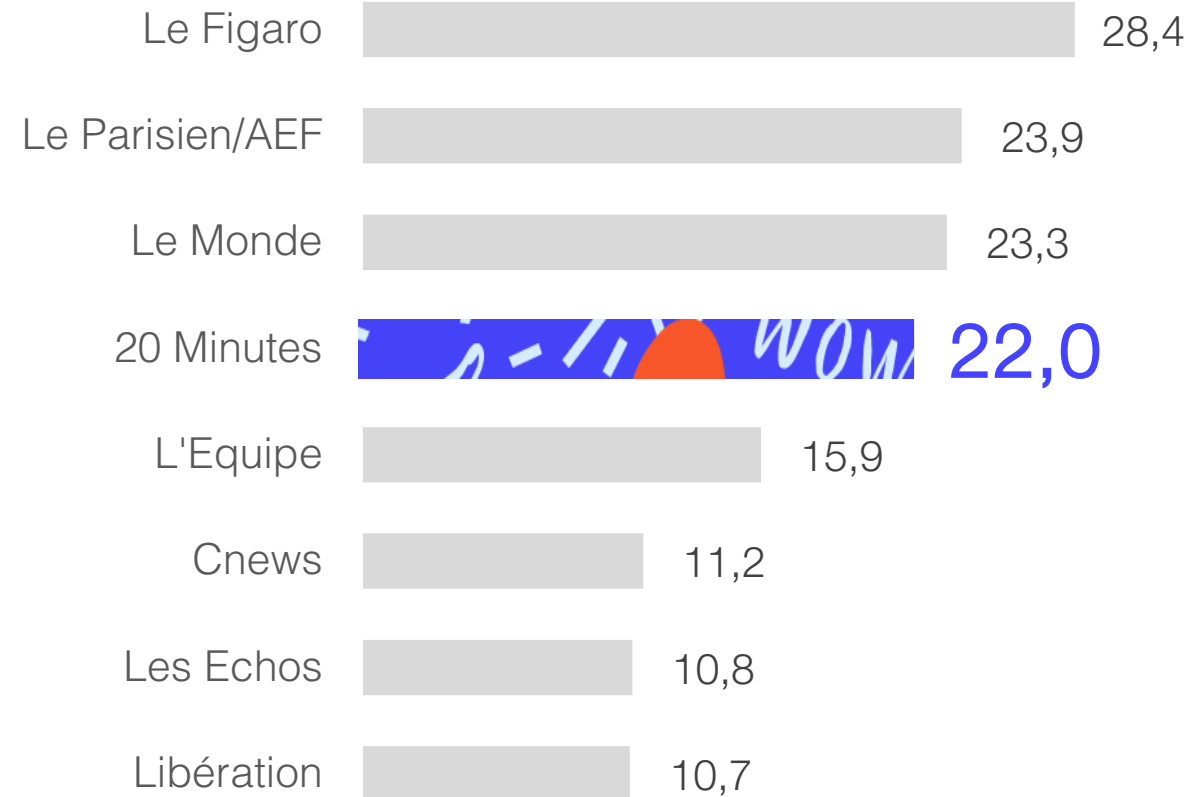
4 M

4ÈME MARQUE

DE PRESSE D'INFO DE FRANCE



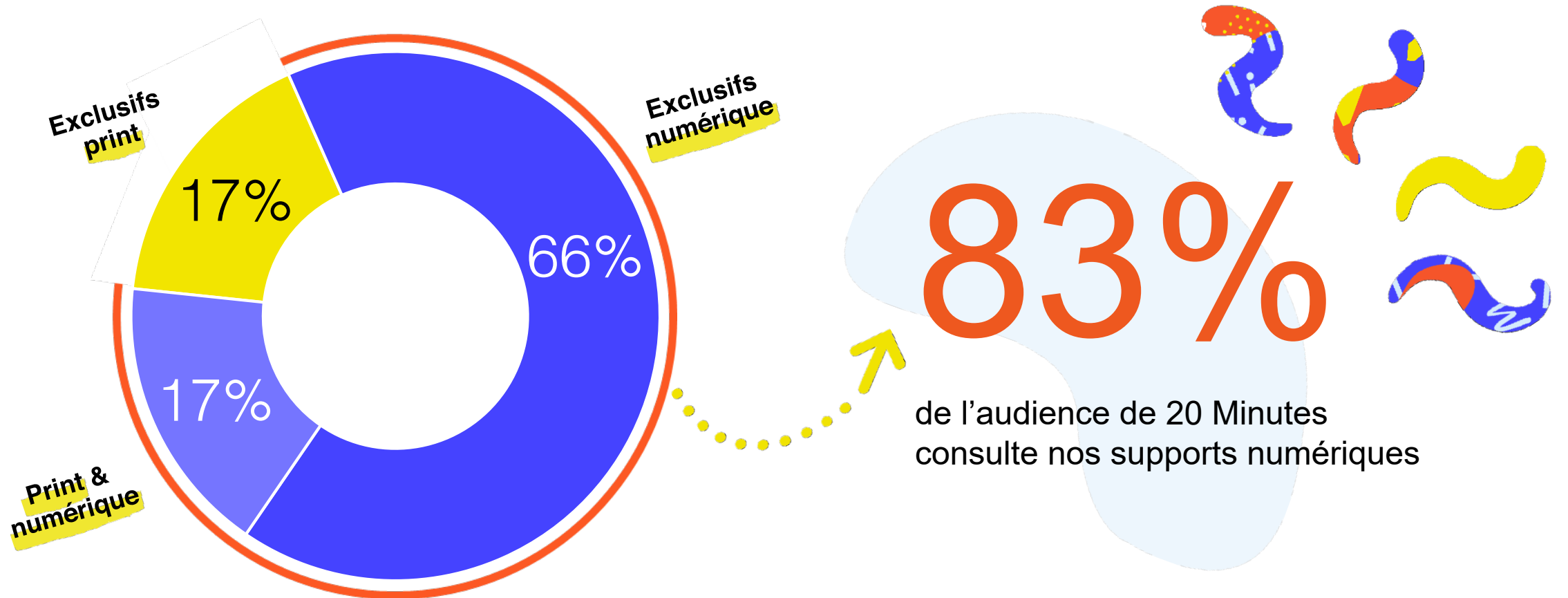
*Audience des marques de presse d'information
(en millions d'individus, base 15 ans et +):*



PLUS DE 80%

DE NOS LECTEURS CONSULTENT UN SUPPORT NUMERIQUE DE LA MARQUE

Répartition de l'audience de 20 Minutes par mode de consommation :



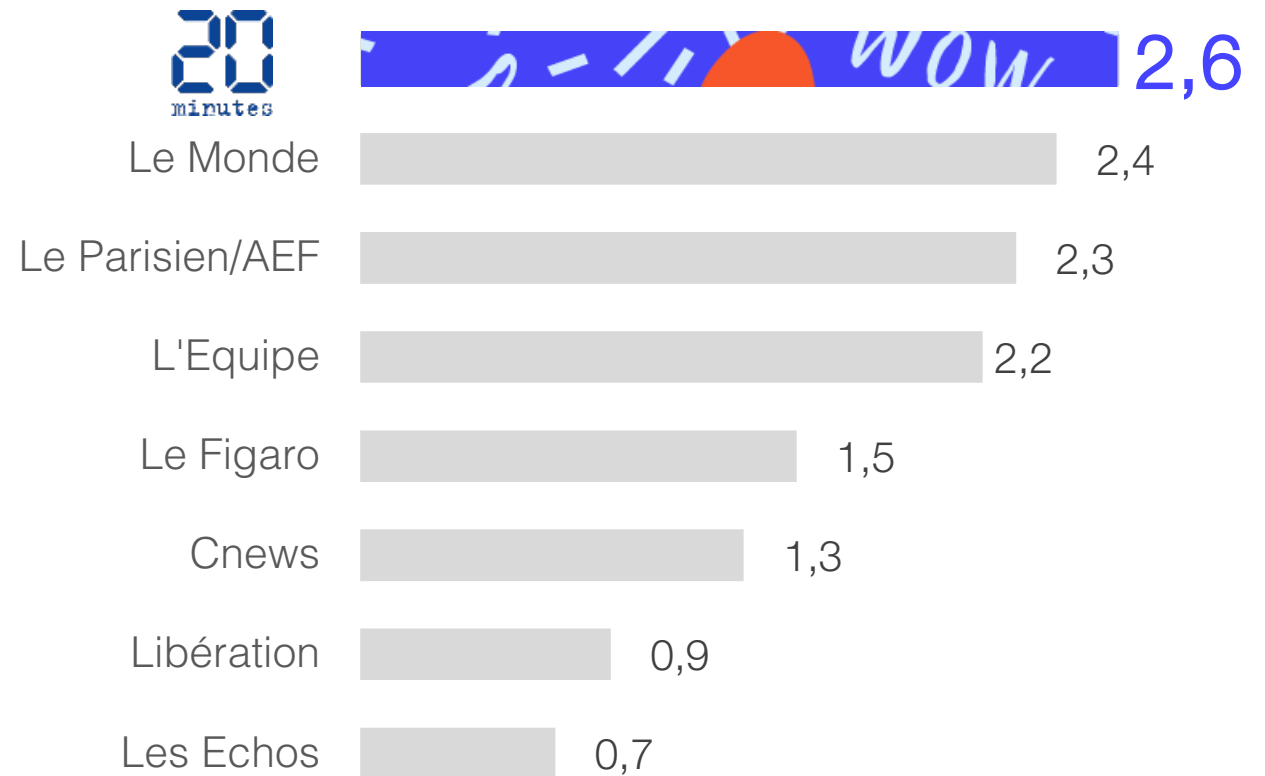
1^{ER} JOURNAL DE FRANCE

DE FAÇON CONTINUE DEPUIS 2006



1,1M
de lecteurs par
jour en IDF

Nbre de lecteurs chaque jour (M)

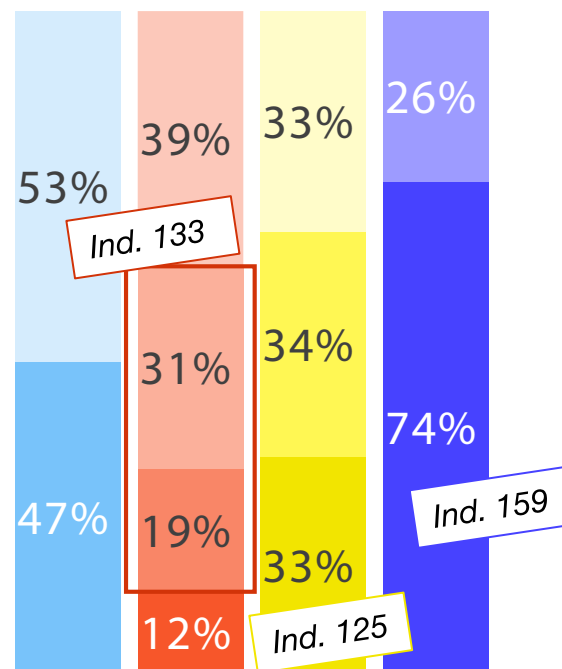


UN SOLIDE CŒUR DE CIBLE

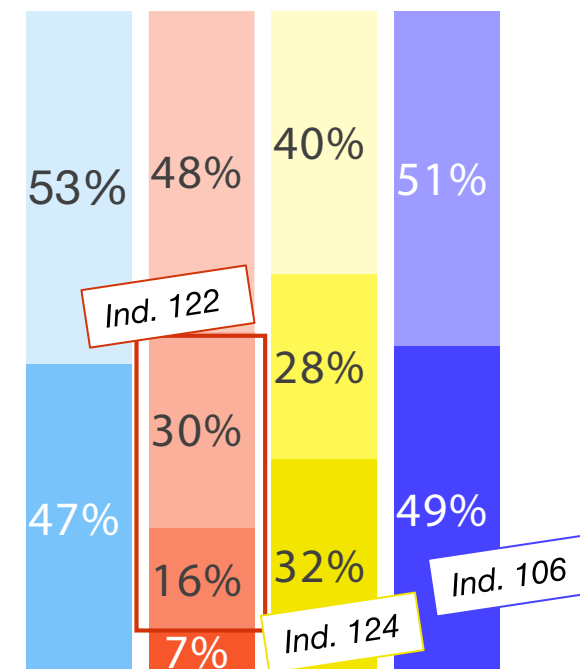
MIXTE - 25-49 ANS - CSP+ - ACTIFS - URBAINS



- Femmes
- Hommes
- 15-24 ans
- 25-34 ans
- 35-49 ans
- +50 ans
- Inactifs
- CSP-
- CSP+
- Non urbains
- Urbains



Print



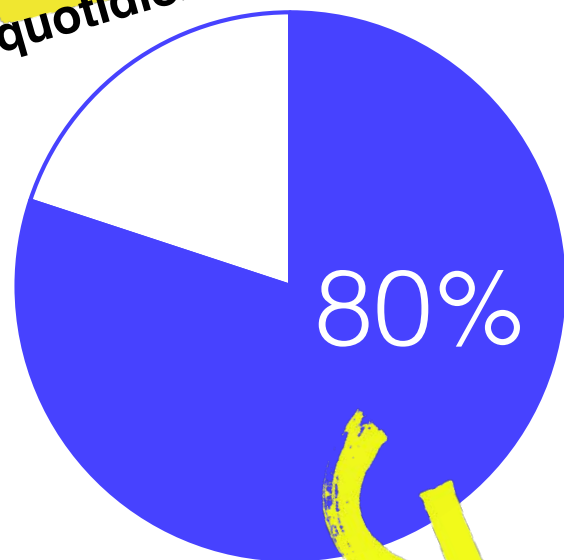
Numérique

UN ACTEUR INCONTOURNABLE

DE LA PRESSE QUOTIDIENNE

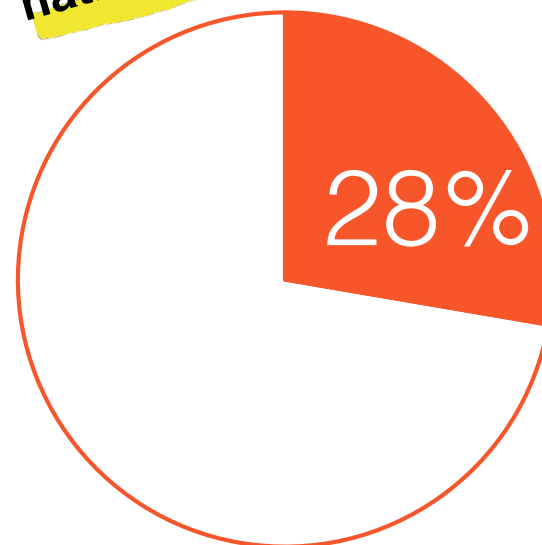
Part des lecteurs du journal 20 Minutes sur l'audience dédoublée :

**Presse gratuite
quotidienne**



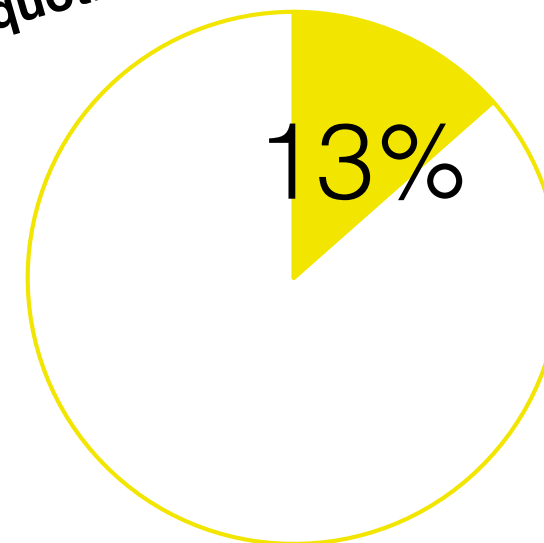
Audience dédoublée PGI

**Quotidiens
nationaux**



Audience dédoublée PQN-PGI

**Total presse
quotidienne**



Audience dédoublée PQN-PQR-PGI

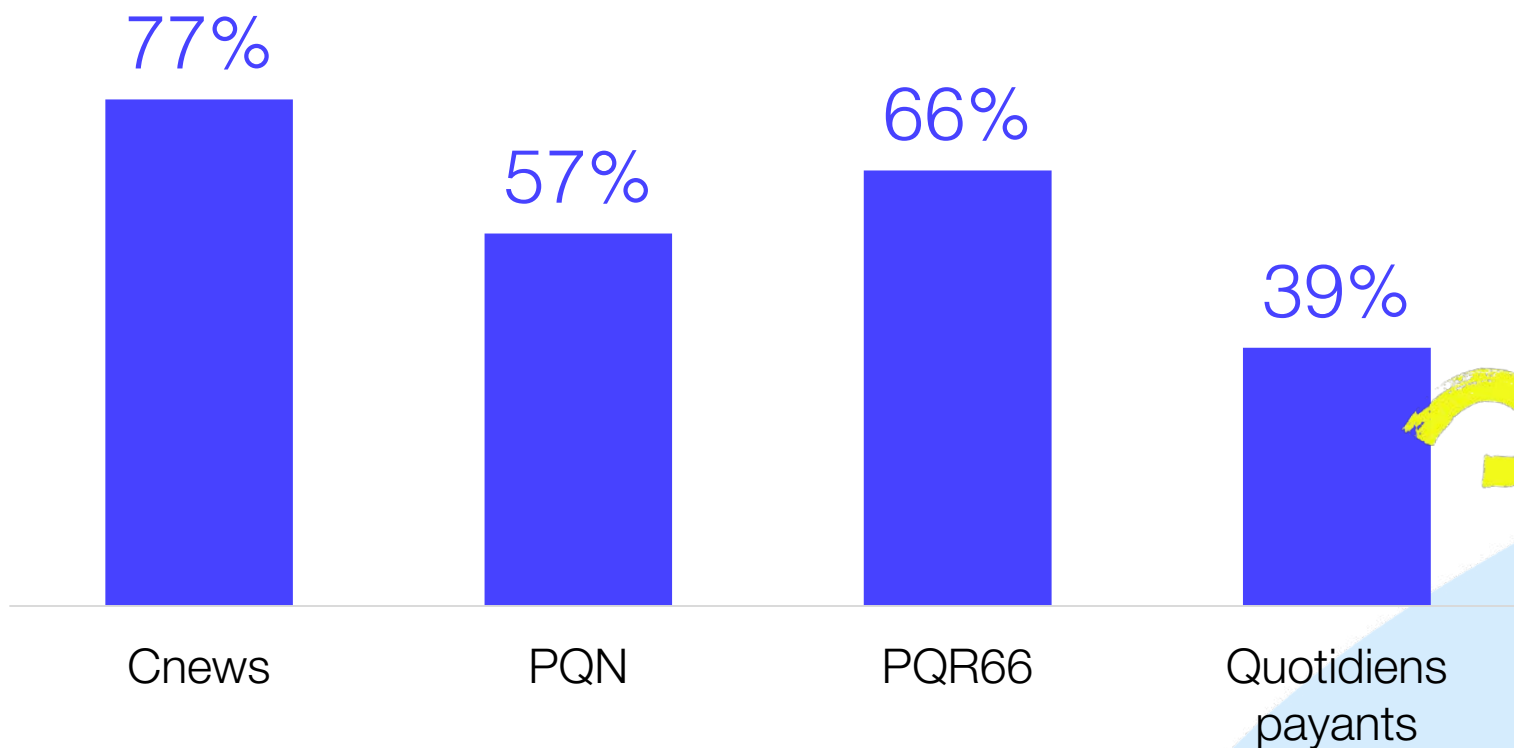
Exemple de lecture :

Le lectorat de 20 Minutes représente 80% du lectorat de la PGI

20 MINUTES APPORTE DES CONTACTS EXCLUSIFS

PAR RAPPORT AUX AUTRES FAMILLES DE QUOTIDIENS

% de lecteurs exclusifs du journal 20 Minutes vs univers de concurrence :



Exemple de lecture :
39% des lecteurs de 20 Minutes ne lisent pas d'autres quotidiens payants (ni PQN ni PQR)