



**UNE MARQUE MÉDIA
QUI INFORME 4,6 MILLIONS
DE DÉCIDEURS PAR MOIS**



Après 9 années sans être mesurée par les études OneNext Influence / Premium, 20 Minutes réintègre le classement au 4^e rang des marques de presse !





20 MINUTES, UNE MARQUE DE PRESSE PLÉBISCITÉE PAR LES DÉCIDEURS



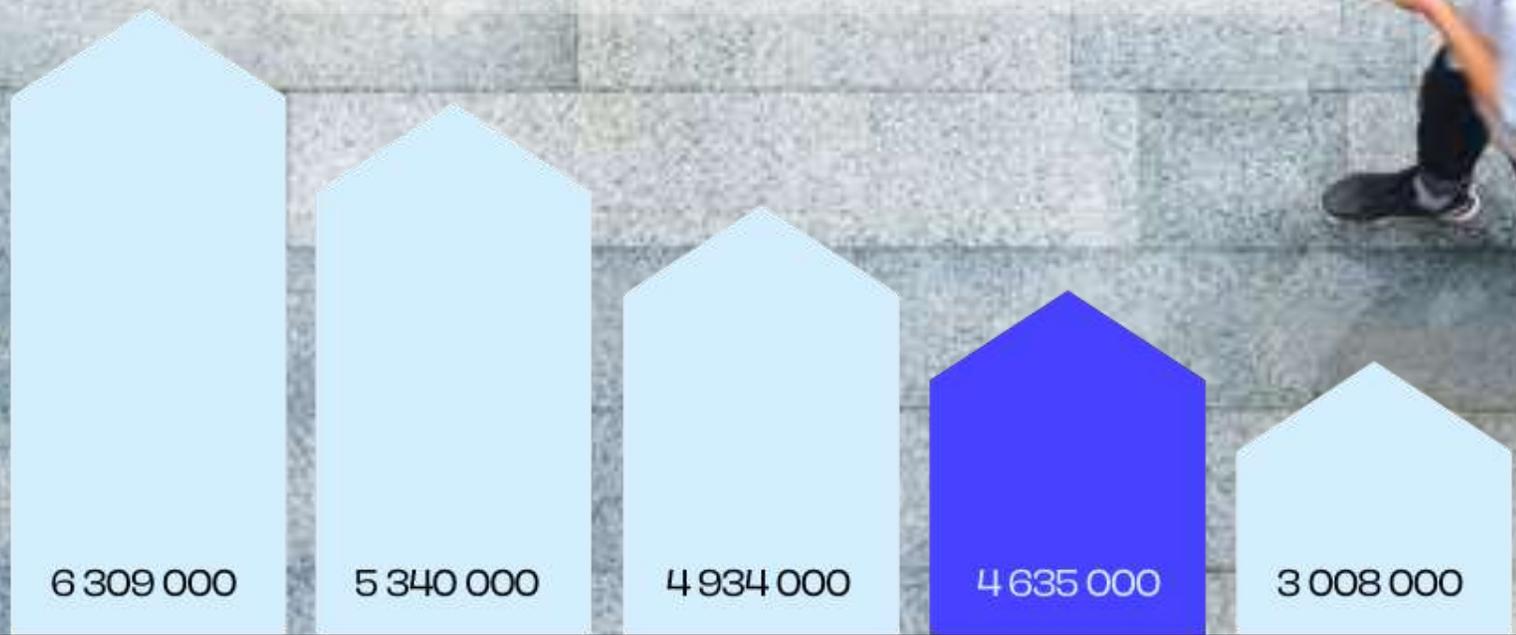
4,6 M

Top Cadres / Top Revenus lisent
20 Minutes sur au moins un de
ses supports par mois

49% de couverture
de la cible Influence en 1 mois

N°4 DES BRANDS DE PRESSE D'INFO* DES TOP CADRES ET TOP REVENUS

Audience Brand - Cible Ensemble "Influence"



LE FIGARO

Le Monde

Le Parisien

Les Echos

* Et aussi 4^e des Brands de presse tous supports confondus



LES TOP CADRES ET TOP REVENUS SONT LECTEURS DE 20 MINUTES



545 000

Top Cadres et/ou Top Revenus
lisent le journal 20 Minutes

Un reach de 6%
de la cible Influence en 1 jour



N°3 DES JOURNAUX D'INFO LUS PAR LES TOP CADRES ET LES TOP REVENUS

Audience Print - Cible Ensemble "Influence"



Le Monde

LE FIGARO



Le Parisien

Les Echos



Qui sont nos lecteurs Top Cadres et Top Revenus ?



TOP CADRES OU TOP REVENUS, ILS SONT LECTEURS DE NOS SUPPORTS



Top Cadres et dirigeants

2,6 M de Lecteurs Brand
52% de la cible



Top Hauts Revenus

3,2 M de Lecteurs Brand
47% de la cible

CADRES EN ENTREPRISES ET DE LA FONCTION PUBLIQUE

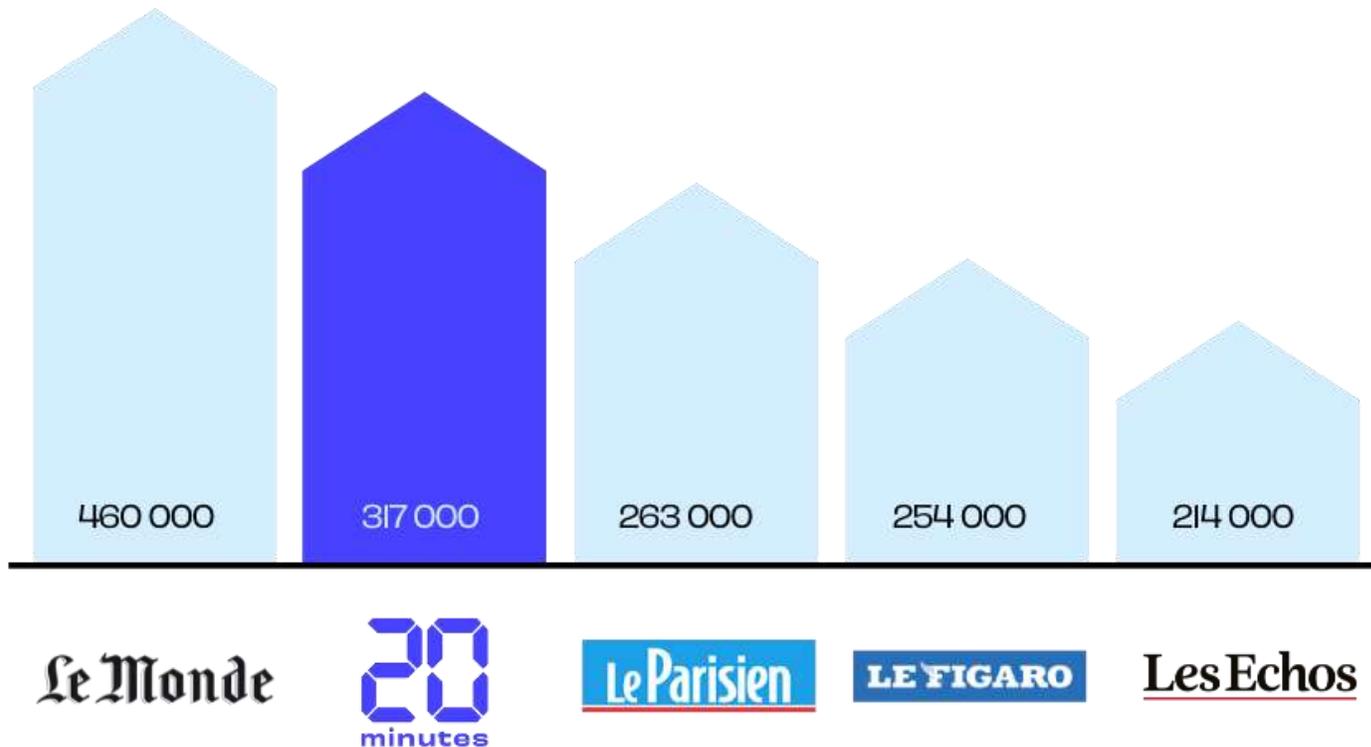


| | Population globale | Brand 20 Minutes | | |
|--|--------------------|-------------------|------------|-------------------|
| | | Lecteurs en (000) | Couv % | Indice d'affinité |
| Total Top Cadres | 4 981 | 2 585 | 52% | 107 |
| Dirigeants et Cadres des PME (10 à 500 salariés) | 1 364 | 698 | 51% | 105 |
| Dirigeants et Cadres des Grandes Entreprises (>500 salariés) | 1 346 | 739 | 55% | 113 |
| Professions libérales, Conseils | 882 | 450 | 51% | 105 |
| Cadres de la Fonction Publique | 847 | 452 | 53% | 110 |
| Artisans, Commerçants, Dirigeants et Cadres des TPE (<10 salariés) | 542 | 246 | 45% | 93 |



20 MINUTES EST LE 2^E JOURNAL D'INFO LE PLUS LU PAR LES CADRES ET DIRIGEANTS

Audience Print - Cible Top Cadres



Info bonus

56%

des lecteurs Influence de
20Minutes ne lisent aucun autre
quotidien national payant



ILS SONT EXPERTS DANS LEUR DOMAINE

et influencent leur entourage

Téléphonie



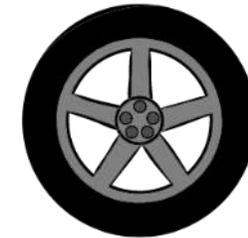
Indice 129



« Mon avis est suivi »

Automobile

Indice 113



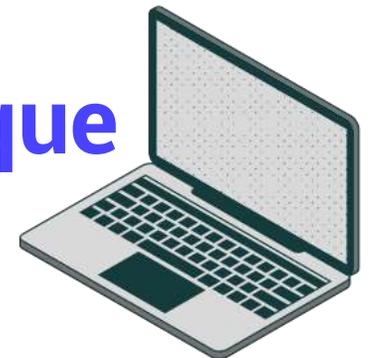
Son & Image



Indice 123

Informatique

Indice 120





ILS SONT FANS DE PRODUITS HIGH-TECH

1 individu sur 2

parmi les Top Cadres et Top Revenus intéressés par les produits High-Tech est un lecteur de 20 Minutes*



“ Je m’informe régulièrement sur les nouveautés en matière d’équipement High-Tech ”
Indice 117

“ Je renouvelle régulièrement mes équipements High-Tech pour avoir toujours les dernières technologies ”
Indice 117

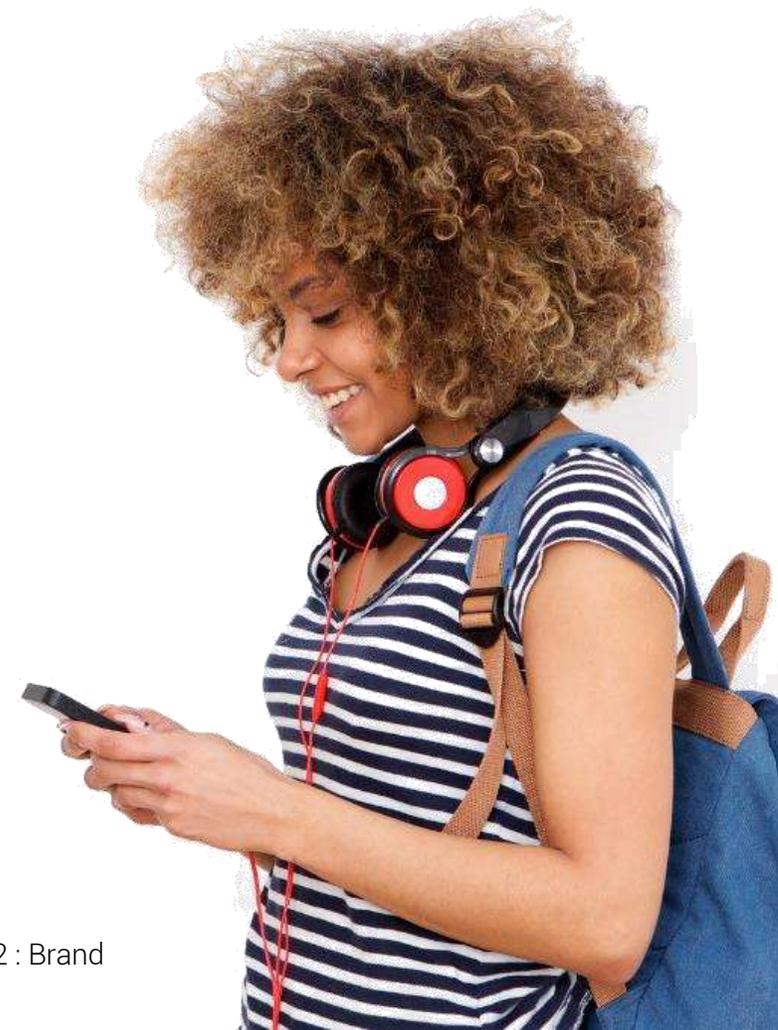


ET PLUS DE LA MOITIÉ DES ACHETEURS ON-LINE

55%

des individus Top Cadres et Top Revenu
qui achètent sur Internet sont lecteurs de
20 Minutes

1,4 M d'individus de cette cible

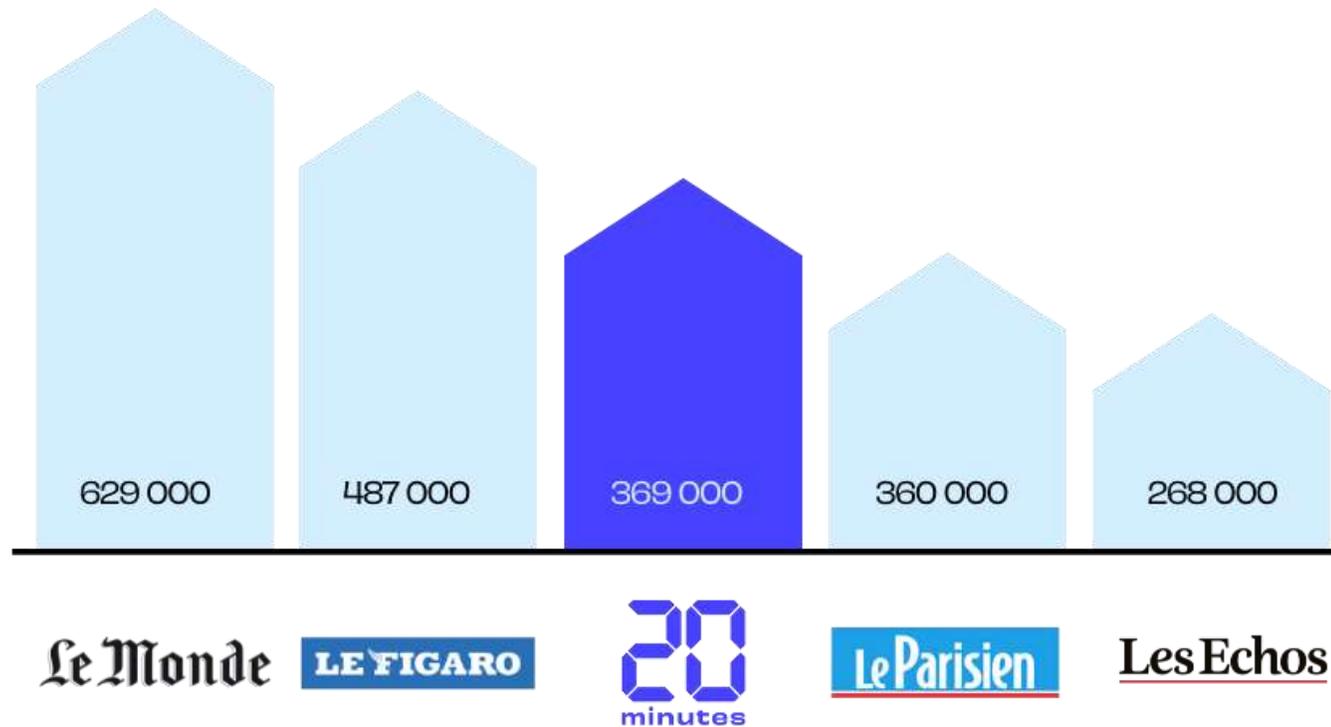




AVEC UN HAUT POUVOIR D'ACHAT

20 Minutes, 3^e journal d'info le plus lu par les Top Revenus

Audience Print - Cible Top Revenus





Intérêt marqué pour le luxe
Indice 110

“ J'aime les produits ou objets
de luxe pour me distinguer ”
Indice 132

“ J'aime être à la mode ”
Indice 116



QUI SAVENT PROFITER DE LA VIE

**Cuisine et
gastronomie**
Indice 113

**« Le luxe est avant tout
un art de vivre »**
Indice 117

Epicuriens, bon vivants
Indice 111



ET SURTOUT DES VACANCES

Grands voyageurs

Indice 111

Je suis toujours à l'affût des dernières nouveautés en terme de tourisme

Indice 137

Je dépense beaucoup pour les vacances

Indice 110

Je suis prêt(e) à payer plus cher pour une formule sur mesure

Indice 111

LES TOP CADRES ET TOP REVENUS CHEZ 20 MINUTES : L'ESSENTIEL À RETENIR

- 20 Minutes, 4^e marque de presse auprès des Top Cadres et Top Revenus
- 1 individu Top Cadres et Top Revenus sur 2 est lecteur de 20 Minutes tous les mois
- Le journal 20 Minutes, 2^e journal d'info le plus lu par les Top Cadres
- 56% des lecteurs Influence de 20 Minutes ne lisent aucun autre quotidien national payant

Ne vous privez plus de la force de frappe de 20 Minutes pour toucher les cibles à haut pouvoir d'achat personnel et de décision professionnel, contactez-nous :



**1 décideur
sur 2 lit 20 Minutes.
C'est rassurant de
savoir qu'au moins
la moitié de nos
décideurs est bien
informée.**

Source : Étude ACPM One Next Influence 2022
Cibles Top Cadres et Top Revenus :
4,8 millions de lecteurs par mois

20 Gratuit
minutes et fier
de l'être.

Sonia Lopes da Costa - Directrice exécutive de la régie
publicitaire
slopes@20minutes.fr

Yamina Ketfi - Directrice du Développement
yketfi@20minutes.fr

Jérôme Pallier - Directeur Pôle Annonceurs
jpallier@20minutes.fr

Vincent Plumot - Directeur de la Publicité Print et Digital
vplumot@20minutes.fr