

20
minutes



20 MINUTES ET LES FRANÇAIS

Avril 2022

1



**L'IMPORTANCE DE LA
PRESSE GRATUITE**

FACE À LA GÉNÉRALISATION DES MODÈLES PAYANTS EN PRESSE ...



Is journalism super-serving richer audiences?



Q8. To what extent do you agree with the following statement. Journalism these days is increasingly super-serving richer and more educated audiences and leaving others behind? N=239.



...L'IMPORTANCE DE LA PRESSE GRATUITE

Pour **95%**
des Français, l'information est
un **droit universel** qui doit être
gratuit et accessible au plus
grand nombre

Source : Enquête OpinionWay pour 20 Minutes, menée du 30 au 31 mars 2022 auprès d'un échantillon de 1089 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas).

UN ACTIF PRINT QUI COMPTE AUX YEUX DES FRANÇAIS



Pour **88%**
des Français, c'est important
qu'il existe encore un journal
d'information **gratuit**
en **version papier**

Source : Enquête OpinionWay pour 20 Minutes, menée du 30 au 31 mars 2022 auprès d'un échantillon de 1089 personnes représentatives de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas).

ET QUI CONSTITUE PARFOIS LEUR SEUL CONTACT AVEC UN JOURNAL D'INFO

71%

de nos lecteurs déclarent :
« s'il n'y avait pas un journal gratuit
comme 20 Minutes, je ne pense pas
que j'achèterais un journal »

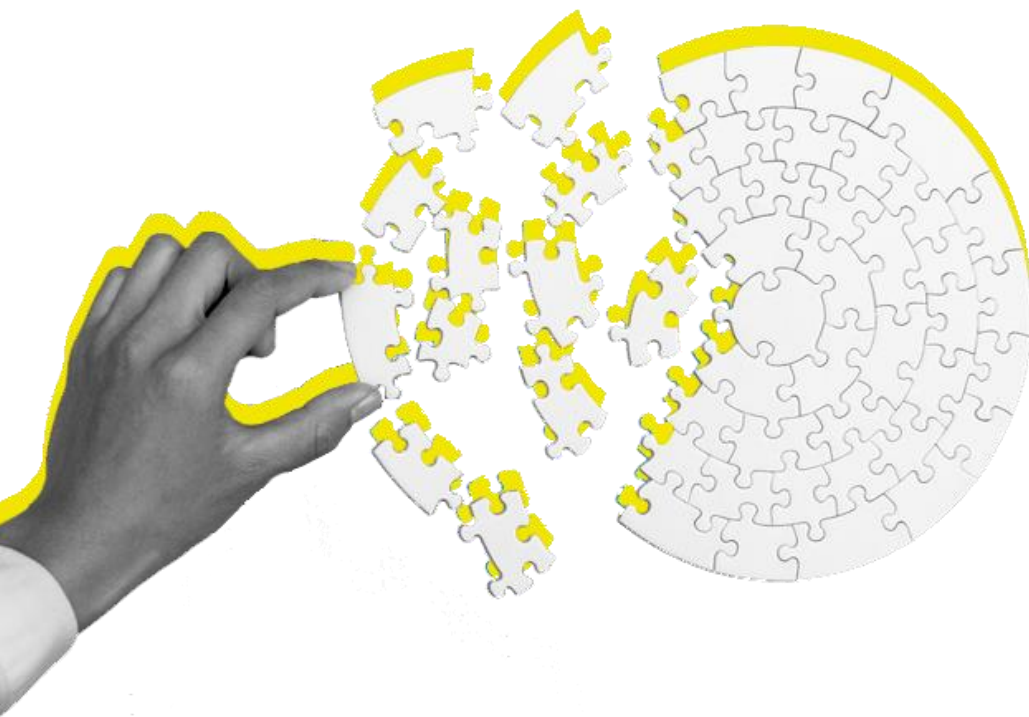


2



LE RÔLE DE 20 MINUTES DANS LA SOCIÉTÉ

UN MAILLON INDISPENSABLE AU BON FONCTIONNEMENT DE LA DÉMOCRATIE



93%

des Français pensent qu'être un citoyen libre, c'est pouvoir accéder à une information objective, indépendante et gratuite

91%

des Français déclarent que « le meilleur rempart contre le complotisme est une information indépendante et accessible à tous (gratuite) »



“

**20 Minutes est un éditeur d'info générale,
social et réactif qui veut inclure et réunir
le plus grand nombre**

”

Armelle Le Goff, directrice de la Rédaction

L'INFO NON-PARTISANE ET INCLUSIVE

78%

de nos lecteurs disent que
20 Minutes respecte
la pluralité des avis sans chercher
à créer des polémiques

Enquête OpinionWay pour 20 Minutes, menée du 28 janvier au 4 février 2022 auprès d'un échantillon de 3552 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas).

UN POSITIONNEMENT UNIQUE VIA UN TON QUI ASSURE LA PROXIMITÉ AVEC LE LECTEUR

“

La rédaction de 20 Minutes a été pionnière dans un type d'écriture de l'info.

Il y a une porosité avec le langage de la société.

”

Virginie Spies, *Sémiologue et analyste des médias*

3



**LA VALEUR D'USAGE DE
20 MINUTES AUPRÈS
DES FRANÇAIS**

Pour **82%**
de nos lecteurs, 20 Minutes traite de façon
accessible tous les sujets qui les concernent :
la politique, les sujets de société, la culture..."

97%
de nos lecteurs déclarent qu'ils « trouvent
toujours un ou plusieurs sujets qui les
intéressent dans 20 Minutes »



UN JOURNAL QUI RYTHME LE QUOTIDIEN DE SES LECTEURS

Pour **92%**
de nos lecteurs, 20 Minutes leur offre une
pause dans leur rythme quotidien

92%
de nos lecteurs déclarent que
« 20 Minutes est un bon mix entre
information et divertissement »



UN LIEN CONSTANT AVEC NOS LECTEURS

67%

des Français trouvent cela
sympathique et utile qu'on leur
tende le journal 20 Minutes le matin

Enquête OpinionWay pour 20 Minutes, menée le 6 décembre 2021 auprès d'un échantillon de 1106 personnes, représentatifs de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas).



UN POSITIONNEMENT QUI FAIT DE 20 MINUTES LE JOURNAL D'INFO PRÉFÉRÉ DE SES LECTEURS



Pour **2/3**
de nos lecteurs, 20 Minutes
est leur journal d'info préféré

4 ■

**LA PUBLICITÉ :
PARTIE INTÉGRANTE DU
CONTRAT DE LECTURE
DE 20 MINUTES**

Enquête OpinionWay pour 20 Minutes, menée du 28 janvier au 4 février 2022 auprès d'un échantillon de 3552 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus (méthode des quotas).

CE SONT NOS LECTEURS QUI LE DISENT

**« Les publicités dans le journal
ne me dérangent pas, c'est
normal je pense »**
Julie, 22 ans



**« C'est vertueux comme
type de publicité »**
Yolène, 49 ans

**« C'est donnant/donnant, comme si
on payait le journal indirectement »**
Florent, 30 ans

**« On remercie les annonceurs qui
mettent leurs pub chez 20
Minutes, ils nous permettent
d'avoir un journal gratuit »**
Camille, 19 ans



NOS RÉALISATIONS

[Les best-cases](#)

[Les actus BtoB](#)