

## **20 Minutes choisit Experian pour optimiser son réseau de points de distribution et conforter sa position de leader de la presse française**

**Experian annonce aujourd'hui que 20 Minutes, N°1 des quotidiens nationaux, utilise la solution MicroMarketer d'Experian afin de poursuivre son développement avec le lancement de nouvelles éditions en 2010.**

**La solution Micromarketer intègre les indicateurs et les données à forte valeur ajoutée, fondamentales pour l'analyse locale : données de population résidente et d'emploi, mobilité, comportement de consommation.**

20 Minutes est le titre de presse quotidienne nationale le plus lu par les Français pour la 7<sup>ème</sup> fois consécutive avec 2 733 000 lecteurs chaque jour \*. Fort de ses rédactions locales et nationales, 20 Minutes a su développer une vraie identité éditoriale. Avec ses 11 éditions (Paris - Lille - Lyon - Marseille - Toulouse - Bordeaux - Nantes – Strasbourg – Nice – Grenoble - Montpellier), le quotidien cible essentiellement les actifs urbains (25 à 49 ans), hommes et femmes.

Afin d'accompagner son développement, 20 Minutes souhaite accroître l'efficacité de sa distribution par une meilleure connaissance de la performance de son réseau.

Après s'être, dès 2006, appuyé sur le Géomarketing afin de développer son réseau de points de distribution, le quotidien souhaite désormais aller plus loin dans la connaissance des zones de diffusion et des comportements de consommation des actifs urbains. C'est dans ce contexte que 20 Minutes a choisi la solution Experian Micromaketer, acteur majeur du domaine. « **Nous avons fait le choix d'une solution qui nous permet non seulement d'identifier des espaces de distribution, mais également de savoir comment, au sein de ces espaces, les lecteurs se déplacent et consomment** », explique **Frédéric Lecarme**, *Directeur de l'Exploitation* de 20 Minutes. Depuis juillet 2010, les outils d'Experian font donc partie intégrante des outils de travail du quotidien.

Les solutions d'Experian sont également utilisées pour réaliser des études de géociblage dans le cadre d'opérations de co-distribution, afin de sélectionner les points de distribution qui répondent le mieux aux besoins des annonceurs de 20 Minutes : points déjà existants ou création de points éphémères. Un atout de poids pour les annonceurs, qui peuvent ainsi cibler spécifiquement des populations particulières en fonction de leurs intérêts.

Avec sa **segmentation des consommateurs, Mosaic**, Experian a en effet établi, une clé de lecture synthétique des profils sociodémographiques et comportementaux des ménages. Par une meilleure connaissance des consommateurs et de leurs attentes, par un éclairage détaillé sur les profils de ses clients, la segmentation Mosaic qui classe les consommateurs en différents groupes et sous-types, aide à augmenter l'efficacité d'une stratégie marketing globale et locale.

Frédéric Lecarme ajoute que « **l'outil d'Experian permet d'optimiser l'impact de toute opération ou prise de parole de nos annonceurs puisque les possibilités de ciblage croisant habitudes de déplacements et comportement de consommation de nos lecteurs sont un gage d'efficacité multipliée** ».

**A propos de 20 Minutes**

1<sup>er</sup> quotidien national lu par **2 733 000 lecteurs**<sup>(1)</sup> chaque jour sur Paris, Lille, Lyon, Marseille, Toulouse Bordeaux, Nantes, Strasbourg, Nice, Grenoble. A ces 2 733 000 lecteurs s'ajoute désormais le lectorat de Montpellier lancée le 21 Septembre 2010.

**20minutes.fr** a enregistré en juin 4 568 000 **visiteurs uniques**<sup>(2)</sup>. Sur ses applications mobile, 20minutes.fr atteint 2 059 919 **visites en juin 2010**<sup>(3)</sup>.

**20 Minutes France SAS** est détenu à 50% par Schibsted, l'un des plus grands groupes scandinaves de médias, et par le groupe Sipa, éditeur du 1<sup>er</sup> quotidien régional français Ouest-France, via Sofiouest (25%) et SPIR Communication (25%).

- (1) Source EPIQ 09/10 - LNM-15 ans et +
- (2) Mediamétrie NetRatings Home & Work (juin 2010)
- (3) Certification OJD Nouveaux Medias (juin 2010)

**A propos d'Experian Marketing Services**

**Experian Marketing Information Services** accompagne ses clients dans l'enrichissement, l'analyse et l'exploitation de leurs bases de données B to C, en s'appuyant sur sa segmentation comportementale Mosaic, son expertise en conseil marketing et ses logiciels. Par une analyse et une compréhension détaillée des consommateurs, des marchés et des économies, Experian Marketing Information Services aide aussi ses clients à améliorer la performance de leur réseau de points de vente par la recherche des localisations optimales, et l'exploitation du marché local de chaque point de vente.

Ainsi, avec **Experian QAS** qui traite et valide des bases de données B to C / B to Cs et **Experian CheetahMail**, la marque de confiance internationale de l'email marketing, **Experian Marketing Services** offre un service complet pour aider les entreprises à cibler et acquérir plus efficacement les meilleurs clients.

**A propos d'Experian**

Experian est l'acteur mondial de référence dans le traitement de l'information, fournissant des données et des outils d'analyse à des clients dans plus de 90 pays. La société aide les entreprises à gérer le risque de crédit, prévenir la fraude, cibler les offres marketing et automatiser la prise de décision. Experian aide aussi les particuliers à vérifier leurs rapports de crédit et leur score, et à se protéger contre le vol d'identité.

Coté à la Bourse de Londres (EXPN), Experian plc figure parmi les sociétés du FTSE 100. Son chiffre d'affaires pour l'exercice clos le 31 Mars 2010 est de 3,9 milliards de dollars. Experian emploie environ 15 000 personnes dans 40 pays et dispose d'un siège social à Dublin en Irlande, et de sièges opérationnels à Nottingham au Royaume-Uni, à Costa Mesa en Californie, et à São Paulo au Brésil.

Pour plus d'information sur Experian, visitez notre site <http://www.experianplc.com>.

**Contacts Presse:****Experian**

Delphine Schanck - Marketing & Communication Leader

[delphine.schanck@experianbs.be](mailto:delphine.schanck@experianbs.be)

T : + 32 (0)10 48 01 81

M : + 32 (0)499 936 908

**Agence OXYGEN**

Audrey Legaigneur / Priscilia Fartoukh

Tél. 01 41 11 37 78

[alegaigneur@oxygen-rp.com](mailto:alegaigneur@oxygen-rp.com)