



20 Minutes lance la nouvelle version de son site mobile

Après le [lancement de sa nouvelle appli Android](#) il y a quelques semaines, 20 Minutes poursuit son développement numérique et présente **une version inédite de son site mobile**.

En **progression de 300%**, 20 Minutes s'est hissé tout au long de l'année 2015 dans le peloton de tête des sites mobiles d'info. Cette explosion d'audience est devenue un enjeu majeur, à la fois en termes d'audience et de revenus.

Un site mobile optimisé

Afin de toujours proposer une navigation optimale, les aspects techniques du site mobile de 20 minutes ont été optimisés. Les temps de chargements ont été réduits et le référencement amélioré. Cela permet aux mobinautes d'accéder à l'info plus aisément et plus rapidement

Au sein de chaque article, davantage de liens seront mis en avant (une cinquantaine par page) afin d'aider au mieux le lecteur dans la poursuite de sa navigation. Celui-ci aura aussi la possibilité d'ajouter du contenu personnalisé pour que le site colle au mieux à ses centres d'intérêt.

Une publicité mieux intégrée dans l'expérience de lecture

prévue dimanche sur le site, l'enquête judiciaire sur la mort du jeune homme n'est toujours pas close...



Afin d'améliorer le confort de lecture des utilisateurs, l'ergonomie a aussi été retravaillée, avec un menu simplifié et un design proche des codes des réseaux sociaux.

Avec une priorité donnée au visuel, 20 Minutes s'adapte aux nouvelles façons de consommer l'information sur mobile. Sur chaque article, ce visuel est encadré par une accroche et un chapô, ce nouveau dispositif facilitant la propension des utilisateurs à continuer la lecture.



Intégrées dans le flux, les publicités n'interrompent pas la navigation. Ce mécanisme permet aussi un ciblage plus pertinent, en fonction du la rubrique ou du sujet de l'article consulté.

Un site mobile favorisant encore plus les interactions

Avec plus de **60% de son trafic qui provient des réseaux sociaux** (dont 55% Facebook), 20 Minutes s'est imposée comme l'une des marques d'info les plus suivies et consommées sur les plateformes sociales.

Ce nouveau site mobile intègre parfaitement cette dimension « sociale » de 20 Minutes. Grâce aux « boutons » pour commenter et partager les articles, les interactions entre mobinautes seront favorisées. Un affichage des compteurs de partage dans les articles permet également, en un coup d'œil, de suivre les sujets qui buzzent.



Contacts presse :

Anne Baron

01 72 74 53 80 / abaron@20minutes.fr

Nathalie Desaix

01 53 26 64 93 / ndesaix@20minutes.fr

A propos de 20 Minutes

20 Minutes est la 2^{ème} marque de presse d'actualité avec plus de **17 millions de consommateurs*** chaque mois (print, web, mobile, tablette), soit 1 Français sur 3 et 1 Actif Urbain sur 2 en contact avec 20 Minutes.

20 Minutes France SAS est détenu à 50% par Schibsted, l'un des plus grands groupes scandinaves de médias, et par le groupe Sipa Ouest-France (éditeur du 1er quotidien français payant).

*Etude AudiPresse ONE Global V3 2015