



Le 20 mai 2019

L'appli « 20 Minutes Lite » désormais disponible

20 Minutes est le premier éditeur français à développer la version « lite » de son appli mobile, suivant le mouvement des acteurs internationaux (Facebook, Youtube, Twitter, Google, etc.).

Une version allégée aux performances optimisées

Destinée aux smartphones Android d'entrée de gamme, particulièrement populaires en France chez les jeunes générations et dans les pays émergents, cette version allégée de l'application 20 Minutes (moins de 10 Mo) requiert moins de data internet et sollicite moins la RAM de l'appareil.

Elle offre même des fonctionnalités supplémentaires, qui seront ajoutées prochainement à la version classique : un mode offline, qui permet de pré-charger automatiquement et en tâche de fond, des rubriques sélectionnées par l'utilisateur, un mode nuit et la gestion des données en cache.

Le mobile : la première source d'audience de 20 Minutes

Avec 10,7 millions de mobinautes chaque mois, le mobile est devenu le premier support de la marque [Source ONE Global V3 2018]. Cette innovation vise à encore accroître sa portée et atteindre de nouveaux utilisateurs.

« Les notions d'accessibilité et de mobilité sont des valeurs fondatrices de 20 Minutes. Depuis toujours, nos développements répondent à un engagement très fort, celui de rendre l'info accessible au plus grand nombre. Avec "20 Minutes Lite", nous adaptons notre offre à la fois à la technologie et aux usages » souligne Michaël Fromentoux, directeur du développement numérique de 20 Minutes.

A propos de 20 Minutes : Créé en 2002, 20 Minutes est un éditeur d'information indépendant détenu à parts égales par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge. Il est le seul grand média français indépendant de tout groupe financier, industriel ou commercial. Son audience réunit 22,1 millions d'utilisateurs chaque mois dont 72% sont numériques. Il est le leader de l'info chez les 25-49 ans. Mobilisée dans la lutte contre les fausses informations, la rédaction de 20 Minutes a obtenu la labellisation du très restreint [IFCN Network](#). Sur le plan publicitaire, 20 Minutes a reçu le label [Digital Ad Trust](#) (display et vidéo) attestant son engagement en faveur de pratiques publicitaires responsables. L'entreprise a édité, en 2011, une [charte éthique et déontologique](#), définissant les valeurs ainsi que les règles de vie professionnelle portées par chacun des collaborateurs de 20 Minutes. *Source : étude ACPM ONE Global V3 2018*

Contact presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 abaron@20minutes.fr