

Un an après sa mue digitale et deux ans après le lancement de 20 Minutes TV, le média accélère son évolution en consolidant son modèle éditorial et sa présence sur tous les écrans.

À l'aube de ses 25 ans, 20 Minutes poursuit avec détermination sa transformation en un média global, numérique et vidéo. Un an après l'arrêt du print, la marque affirme une stratégie ambitieuse qui conjugue innovation éditoriale, production vidéo native et expérience utilisateur enrichie. L'intégration de la chaîne 20 Minutes TV au cœur de la rédaction marque une nouvelle étape dans cette dynamique, soutenue par une croissance d'audience significative : +47 % de visites en un an et une progression de +55 % de la consommation vidéo sur le site et les réseaux sociaux.

« En intégrant pleinement 20 Minutes TV dans notre écosystème, nous franchissons une nouvelle étape dans notre stratégie d'hybridation entre le numérique et la vidéo. Cette évolution structurelle témoigne de notre ambition de proposer un journalisme vivant, incarné, exigeant au plus près des usages de nos lecteurs et de nos téléspectateurs », déclare Ronan Dubois, Directeur général de 20 Minutes et 20 Minutes TV

Un projet éditorial incarné

Depuis début 2025, 20 Minutes a repensé son offre éditoriale autour d'un principe fort : chaque sujet est conçu pour vivre sur l'ensemble des supports : site, application, réseaux sociaux et télévision. Chaque contenu est pensé dans une logique de déclinaison multi-formats.

Cette ambition se traduit à l'antenne par une programmation renouvelée, avec déjà huit nouvelles émissions lancées en 2025, auxquelles viendront s'ajouter dans les prochaines semaines deux nouveaux rendez-vous :

- **Scope !** : une émission culturelle dédiée aux œuvres et aux artistes qui façonnent notre époque (cinéma, livres, podcasts, BD, spectacles...).
- **La Poire en Deux** : un format original de débat incarné, qui fait dialoguer deux points de vue opposés sur une grande question de société.

Une rédaction mobilisée et un écosystème agile

L'arrivée de 20 Minutes TV dans les locaux de la rédaction renforce la synergie entre journalistes, vidéastes et équipes sociales. Ce dispositif intégré permet de produire des contenus plus riches, plus fluides et mieux adaptés aux usages contemporains de l'information.

Avec une équipe totalement renouvelée, l'équipe Social Media & Distribution pilote désormais une stratégie globale de diffusion sur toutes les plateformes sociales (Meta, YouTube, TikTok, Snapchat...), renforçant la visibilité et l'impact des contenus vidéo. L'essor des formats courts, optimisés pour la viralité et l'engagement, s'inscrit dans cette dynamique.

« Nous avons conçu notre nouveau plateau comme un lieu de production et d'expérimentation. Il permet à nos équipes de réinventer la narration vidéo dans un esprit de réactivité et d'agilité », souligne Ronan Dubois.

Une refonte technologique au service de l'expérience utilisateur

En parallèle, 20 Minutes a déployé en 2025 une nouvelle version de ses plateformes numériques, pensée pour renforcer l'engagement et valoriser la vidéo :

- Un **feed vidéo natif**, inspiré des codes des réseaux sociaux, désormais accessible dès la page d'accueil de l'application.
- L'intégration directe de **20 Minutes TV** dans l'écosystème numérique du média, assurant une continuité fluide entre article, émission et vidéo sociale.
- Un **outil d'intelligence artificielle** développé en interne pour accompagner les journalistes dans le référencement, sans compromettre l'éthique éditoriale ni l'indépendance de traitement.

« Cette refonte a permis de moderniser notre plateforme pour favoriser l'engagement de nos lecteurs et la consommation de contenus vidéo. L'IA que nous avons développée en interne assiste nos journalistes sans jamais les remplacer : elle libère du temps pour l'analyse, le terrain et l'enquête », précise Michaël Fromentoux, Directeur du développement numérique de 20 Minutes

Des audiences en nette progression

Les résultats de cette transformation se traduisent par une **croissance solide sur l'ensemble des supports numériques et sociaux**.

En **septembre 2025, 20 Minutes a enregistré 114,1 millions de visites**, soit une hausse de **+47 % en un an** (+36,5 millions de visites). Le média signe ainsi la meilleure progression du Top 10 des marques d'information et atteint son plus haut niveau de trafic depuis mars 2022. 20 Minutes devient également la 6^e marque d'actualité la plus consultée en France.

La vidéo poursuit elle aussi sa progression avec **128,7 millions de vues** sur l'ensemble des supports (site, application et réseaux sociaux) : un record depuis le lancement de la stratégie vidéo. Cette croissance de **+55 % sur un an (+45,6 millions de vues)** est portée en grande partie par les **76,6 millions de vues générées sur les réseaux sociaux**.

(Sources : ACPM – visites, septembre 2025 vs septembre 2024 / Mesure vidéo Digiteka & réseaux sociaux : Dailymotion, Facebook, Instagram, Snapchat, Tiktok, Youtube, X)

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 et par le Groupe Rossel. Encourager l'éveil citoyen, la culture et la participation sociale, telle est l'ambition de 20 Minutes depuis 2002 grâce à un écosystème média puissant : 15 millions de Visiteurs Uniques par mois, 80 millions de vidéos vues, 7 millions d'abonnés à ses réseaux sociaux. Actualité générale, politique, sports, économie, santé, conso, vie pro, culture,... 20 Minutes accompagne ses lecteurs au quotidien. La chaîne locale 20 Minutes TV, regardée par 449 000 franciliens vient compléter l'offre.

Contact presse 20 Minutes :

Sarah Garcia Del Rio - sgarcia@20minutes.fr - 06 98 06 08 43