



## Communiqué de presse

Jeudi 11 décembre 2014

# En novembre, les audiences numériques de 20 Minutes prennent de la hauteur

En novembre, les audiences numériques de 20 Minutes s'envolent et affichent les meilleures progressions -vs mois précédent- du top 10 des marques d'info que ce soit sur l'internet fixe, le site mobile ou les applis.

Le nouveau 20minutes.fr plébiscité

Lancée mi-octobre, la nouvelle version du site 20minutes.fr emporte l'adhésion des internautes avec des indicateurs de trafic en forte croissance : avec plus de **26,6 millions de Visites<sup>(1)</sup>**, soit **+9%** vs le mois précédent, 20 Minutes réalise la plus forte progression du top 10, au sein d'un univers marque d'info en baisse de -3%.

Les visites mobiles représentent plus de 50 % du trafic total...

Concernant le mobile, là encore, 20 Minutes est l'éditeur d'info qui enregistre **les plus fortes croissances de trafic** tant sur son **site mobile<sup>(2)</sup>**, **en hausse de +39%** (vs 10% en moyenne pour le top 10 des marques de news) que sur ses **applications mobiles<sup>(3)</sup>** **qui progressent de 6%** (vs un univers en baisse de -2%). Avec 15 millions de Visites, 20 Minutes est la 3<sup>ème</sup> appli la plus visitée de l'univers info.

Marque de la mobilité depuis son origine, 20 Minutes totalise ainsi **28 millions de Visites sur le mobile par mois** et le trafic sur ses supports mobiles devient supérieur à celui de l'Internet fixe.

### Une transformation numérique en profondeur, une marque en phase avec les usages

Ces performances confortent la stratégie numérique de 20 Minutes mise en œuvre depuis 2013 : réorganisation de la rédaction, mutation technologique (nouveau CMS), refonte du site (nouveau design et nouvelle navigation pour une plus grande visibilité et lisibilité) et renforcement de la dimension participative et sociale.

Ces indicateurs de trafic démontrent que le traitement de l'info de 20 Minutes est en phase avec les attentes des lecteurs, qu'il s'agisse d'actus chaudes ou de sujets de fond.

(1) OJD Site web novembre 2014, (2) OJD Site hybride novembre 2014, (3) ODJ Applications mobiles novembre 2014

## Rosetta : succès du lancement de la 21<sup>e</sup> minute et record d'affluence pour le traitement global du sujet.

20 Minutes a inauguré son nouveau format éditorial web-doc « la [21<sup>e</sup> Minute](#) » avec le sujet Rosetta qui a rencontré un réel succès auprès du public avec plus de 50 000 visites et près de 3000 interactions.

**Le live de l'atterrissage** du petit robot Philae sur la comète Churyumov-Gerasimenko a battu des records avec près de **200 000 consultations en seulement quelques heures**, correspondant au 6<sup>ème</sup> article le plus lu sur le site 20minutes.fr en 2014. L'ensemble du dossier Rosetta a cumulé **1,4 million de Visites sur l'ensemble des supports numériques**.



### Contacts presse :

**Anne Baron**

01 72 74 53 80 / [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr)

**Nathalie Desaix**

[ndesaix@20minutes.fr](mailto:ndesaix@20minutes.fr)

### A propos de 20 Minutes et 20minutes.fr

Depuis 2012, 20 Minutes est la 1<sup>ère</sup> marque de presse d'actualité avec **15,3 millions de consommateurs\*** chaque mois (print, web, mobile, tablette), soit 1 Français sur 4<sup>(1\*\*)</sup> 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 V3 2014