

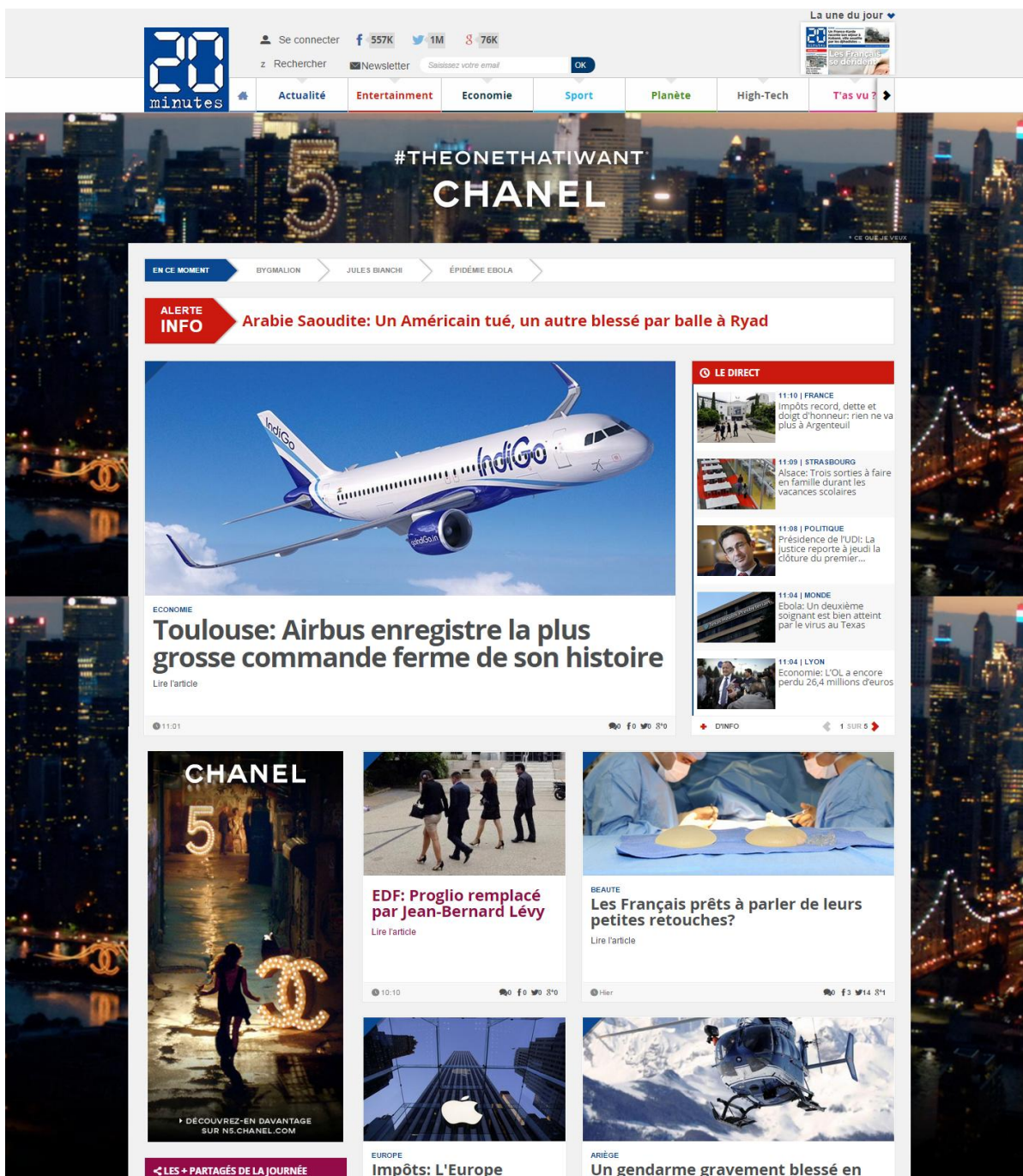


Communiqué de presse

Jeudi 16 octobre 2014

20minutes.fr change de look

Tout en conservant son style et son identité, largement plébiscités par les internautes, 20 Minutes a fait évoluer le design de son site.



Une ergonomie améliorée pour un meilleur confort de lecture

Plus moderne, plus intuitif, plus personnalisé, le nouveau site 20minutes.fr s'est relooké pour offrir à ses lecteurs un plus grand plaisir de lecture. Afin de renforcer l'unité visuelle de la marque 20 Minutes, qui réunit sur l'ensemble de ses supports plus de 15,3 millions d'utilisateurs chaque mois, le site reprend les codes graphiques de la maquette du journal. **Plus aéré, plus élégant**, il fait la part belle aux titres, à la photo, à la vidéo et aux autres liens multimédias.

Plus interactif, il vise à approfondir encore la relation avec l'internaute avec une visibilité renforcée sur les articles des commentaires et des réseaux sociaux (Facebook, Twitter). Dans la même logique, certains contenus sont personnalisés, notamment en fonction de la géo-localisation de l'internaute. **Plus intégrée** dans le parcours de lecture, la publicité bénéficie également de nouveaux emplacements, offrant aux annonceurs une visibilité et un impact toujours plus grands. Sur le fond, 20 Minutes conserve son parti-pris d'informer sérieusement sans se prendre au sérieux en mêlant à la fois sujets d'actualité et thématiques plus décalées.

« Tout est mis en œuvre pour améliorer le confort et le plaisir de lecture, peaufiner la qualité de notre site, devenu en quelques années, un des sites d'info de référence en France, naturellement ouvert au monde. La nouvelle version de notre application pour tablette, qui sera lancée prochainement, en sera une démonstration supplémentaire », souligne Acacio Pereira, directeur de la rédaction de 20 Minutes.

Révélé 2^{ème} site d'info préféré des Français selon le classement Net Observer de l'institut Harris Interactive en février dernier et plus récemment par le [Reuters Institute Digital News Report 2014](#) comme la 2^{ème} marque d'info française la plus utilisée online chaque semaine, après Google News... 20 Minutes bénéficie d'un réel attachement de la part des internautes Français.

Contacts presse :

Anne Baron

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

Nathalie Desaix

ndesaix@20minutes.fr

A propos de 20 Minutes et 20minutes.fr

Depuis 2012, 20 Minutes est la 1^{ère} marque de presse d'actualité avec **15,3 millions de consommateurs*** chaque mois (print, web, mobile, tablette), soit 1 Français sur 4^(1^{ère}) 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 1^{er} quotidien français payant).

*Etude AudiPresse ONE V3 2014