



## N°2 des applis mobiles d'info en France, 20 Minutes lance sa nouvelle version sous Android

Le mobile est devenu un enjeu majeur, à la fois en termes d'audience et de revenus. Il est aussi le support le plus intime et le plus consulté chaque jour par les Français (150 contacts par jour en moyenne). Chez 20 Minutes, **plus de 50% du trafic numérique** se fait désormais sur mobile. Avec des lecteurs suréquipés (ind. 127) et particulièrement jeunes (47% de 15-34 ans), 20 Minutes a, depuis toujours, adopté une stratégie ambitieuse sur le mobile. La nouvelle version de son appli est lancée aujourd'hui, sous Android.

### Une organisation façon « timeline »



Proche des codes visuels de **l'expérience de lecture sur les réseaux sociaux**, l'ergonomie de la nouvelle appli de 20 Minutes a été pensée pour répondre aux nouveaux usages et à la nouvelle façon de consommer l'info sur smartphone : en majeur, le visuel est encadré par l'accroche et par le chapô de l'article.

Cette réorganisation accorde autant de place à la photo qu'au titre, l'élément visuel étant souvent le facteur déclencheur pour approfondir la lecture d'un article.

Parmi les nouvelles fonctionnalités, l'appli 20 Minutes offre la possibilité de paramétrer son affichage selon ses centres d'intérêts, sa situation géographique et même d'ajouter directement et automatiquement du contenu à partir de flux externes (ex. : Twitter...)

## Une intégration publicitaire optimisée

Convaincu qu'en matière de publicité sur mobile, il est plus efficace de recourir à des formats qui n'interrompent pas la navigation, 20 Minutes a souhaité privilégier, avec cette nouvelle application, **des formats intégrés dans le fil de lecture.**



*« Le phénomène des adblocks bouleverse le secteur. Chez 20 Minutes, nous avons – dès l'été 2014 – considéré les formats intégrés, native et les offres publishing comme des formats intelligents, davantage garants d'engagement, d'efficacité et de respect des utilisateurs.*

*Cette prise de pouvoir de l'internet par les utilisateurs oblige les éditeurs d'info à repenser la publicité en ligne. C'est une excellente nouvelle pour les éditeurs de contenus ! » déclare Olivier Bonsart, Président et directeur de la publication.*

**Chiffres clés :** Depuis son lancement en 2008, les applications 20 Minutes sur mobile ont été téléchargées plus de 4 millions de fois. Avec 949 000 Mobinautes uniques, 20 Minutes réalise la 2ème meilleure audience des applis mobiles d'info, après Le Monde (Médiamétrie - Panel mobinautes, juillet 2015). Les applications ont cumulé plus de 17,6 millions de visites et plus de 126 millions de pages vues en septembre 2015 (OJD Appli mobile).

### Contacts presse :

**Anne Baron**

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

**Nathalie Desaix**

01 53 26 64 93 / [ndesaix@20minutes.fr](mailto:ndesaix@20minutes.fr)

### A propos de 20 Minutes

20 Minutes est la 2<sup>ème</sup> 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