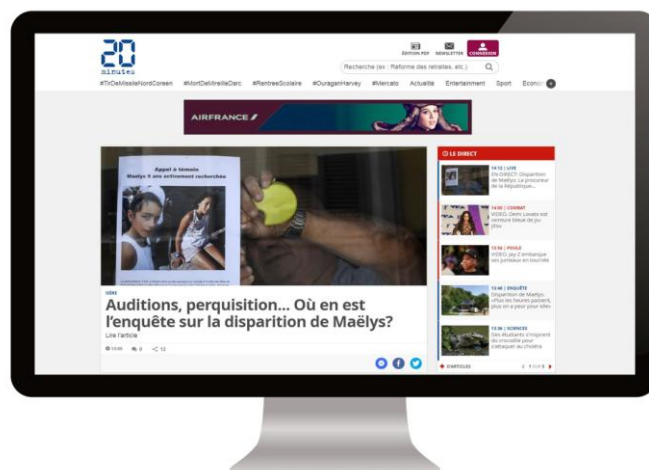


## 20 Minutes fait sa rentrée avec un site "relooké"

■ N°1 des marques d'information françaises online\*, 20 Minutes fait évoluer le **design** de son site avec une ergonomie plus aérée via :

- la mise en avant des boutons de partage

- une nouvelle barre de navigation pour retrouver en un clin d'œil tous les temps forts de l'actualité



■ Le site 20 Minutes voit également ses performances améliorées en termes de **rapidité de chargement** et de **référencement SEO**. Une nouvelle mise à jour permet, en effet, d'accroître encore la position de 20 Minutes dans l'écosystème numérique et les moteurs de recherches.

■ La qualité de l'expérience publicitaire est, elle aussi, optimisée grâce à de nouveaux emplacements et des taux de **visibilité** accrus.

« Cette nouvelle version du site et la mise en place du scroll down nous ont permis d'améliorer les **taux de visibilité de plus de 10 points sur nos emplacements premium** (norme IAB : 50% surface visible durant 1 seconde). Cela va dans le sens de notre charte utilisateurs : moins de pression publicitaire tout en optimisant la qualité des emplacements » explique Bruno Latapie, directeur de la monétisation de 20 Minutes.

\* source : [Reuters Digital News Report 2017](#)

**A propos de « 20 Minutes » :** 20 Minutes rassemble 22,3 millions d'utilisateurs chaque mois (print, web, mobile et tablette). Première marque d'information chez les 15-49 ans, elle est suivie par 2,3 millions de followers sur Twitter et 2,4 millions de fans sur Facebook (source : étude ACPM ONE Global V2 2017). 20 Minutes France SAS est détenu à 50% par le groupe SIPA-Ouest-France, éditeur du 1er quotidien français payant et par le Groupe Rossel, le premier groupe de presse francophone belge.

Contacts presse : Anne Baron + 33 6 09 78 87 22 [abaron@20minutes.fr](mailto:abaron@20minutes.fr) Nathalie Desaix [ndesaix@20minutes.fr](mailto:ndesaix@20minutes.fr)