



Communiqué de presse

Contact presse

[PortisEd.](#)

Sophie Terrien

+33(0)6 09 17 24 79

sophie.terrien@portis-ed.fr

Oxalide accompagne 20 Minutes dans sa stratégie « mobile first » qui réalise des records d'audience

En seulement quelques années, 20 Minutes s'est hissé à la 2^{ème} place des marques de presse en France. Avec une augmentation de trafic de +172% en 2015, 20 Minutes bat des records d'audience sur son site mobile. Des performances que la marque doit notamment à son orientation stratégique majeure mobile first, menée tambour battant avec les experts d'Oxalide.

20 Minutes...

Avec plus de 17,7 millions d'utilisateurs* chaque mois, print, web mobile et tablette, 20 Minutes s'est imposé dans le paysage médiatique français. En quelques années, 20 Minutes est devenu la marque d'info la plus puissante sur la cible 15-49 ans. Au coeur de son projet, le jeune actif urbain auquel 20 Minutes délivre chaque jour, chaque seconde, une info utile, pertinente et accessible.

... et toujours quelques secondes d'avance

Avec une audience du site mobile en hausse de +113%** en 2015, 20 Minutes a réalisé la meilleure progression de l'univers info.

Les scores d'audience exemplaires et en forte croissance ces deux dernières années, confirment la stratégie mobile prioritaire du groupe, à destination de ses lecteurs suréquipés et particulièrement jeunes. En effet, cette croissance est principalement portée par le mobile qui représente désormais plus de 57% du trafic numérique.

Afin de rester visionnaire et se doter des moyens d'innover

En 2007, 20 Minutes confie à Oxalide le déploiement de son site mobile, miroir du site web. Puis rapidement, de nouveaux besoins sont identifiés :

« Les technologies et les usages changent, nous avons misé sur le mobile et les applications, en parallèle de la fusion de nos rédactions. Cela signifiait notamment refondre entièrement notre back office », se souvient Winoc Coppens, DSI de 20 Minutes.

20 Minutes cherchait plus de cohérence dans ses supports et la convergence de son information, pour répondre aux usages des *multi-readers*. Il était donc essentiel de renouveler les outils éditoriaux, de se mettre à jour techniquement, d'adapter l'architecture

informatique à l'augmentation annuelle de l'audience, mais également de mettre en œuvre des processus pour faire face à l'imprévisibilité de l'actualité.

« *L'important est de délivrer l'information. Il faut rester performant quoiqu'il arrive.* » souligne Winoc Coppens.

Pour répondre au triple challenge de réussir la migration, gagner en performance et supporter les montées en charge.

« *Oxalide a été très actif sur toutes ces questions* » souligne Winoc Coppens. Les équipes d'Oxalide ont récupéré l'ensemble du contenu et effectué la migration sans aucune incidence sur l'utilisateur final, tout en conservant le bon référencement des pages.

Avec un CMS développé chez 20 Minutes, optimisé et supervisé par Oxalide, la production de contenus est devenue plus riche, mieux référencée mais également mieux partagée en interne. La maîtrise de l'outil par les équipes de rédaction place 20 Minutes en tête de la diffusion de l'information, notamment pour les événements de grande ampleur.

C'est en travaillant à la performance de l'outil avec Oxalide que le journal a constaté une nette amélioration du trafic.

Afin de faire face sereinement aux pics de charge, disposer d'une architecture capable d'absorber d'importantes montées en charge relevait d'une exigence forte. Outre la fiabilité des outils et des matériels mis à disposition par Oxalide et le savoir-faire de ses équipes, la parfaite tenue des plateformes de 20 Minutes repose sur une organisation millimétrée.

Événements prévisibles ou non, un dispositif spécifique est mis en œuvre. Les équipes du journal comme de l'infogéreur sont en contact quasi permanent.

Si les équipes en interne chez 20 Minutes sont maintenant bien rodées, les experts Oxalide surveillent le système en temps réel pour offrir l'appel d'air nécessaire, au besoin. C'est à la minute que les ingénieurs déterminent l'interruption d'un dispositif ou l'ajout d'un serveur.

Pour Winoc Coppens « *C'est appréciable de travailler avec les équipes d'Oxalide. Elles ont l'expérience et le calme nécessaire dans ces moments de très grande pression.* »

Avec un accompagnement basé sur le partage, l'échange, une bonne connaissance des besoins...

Parce que 20 Minutes est entré dans un processus d'innovation web et mobile très important, les équipes, qu'elles soient techniques ou marketing, font ressortir de nouvelles idées et de nouveaux projets régulièrement. L'habitude s'est prise de partager ces idées avec Oxalide, qu'il s'agisse d'en sonder la faisabilité ou d'être orienté sur les meilleures solutions.

Des workshops tous les trois mois sont l'occasion d'échanger sur les nombreux sujets qui éclosent. Dans sa démarche de conseil, Oxalide n'oublie pas de considérer les caractères inhérents au journal. Winoc Coppens le souligne : « *C'est important que notre interlocuteur sache où placer les curseurs dans ses propositions* ».

... pour des solutions adaptées

Dans le cas de 20 Minutes, les mises en production sont réalisées plusieurs fois par jour. Le logiciel GIT permet de suivre et de contrôler les changements selon un processus de livraison

fiable, naturellement adapté DevOps (gestion des sources de déploiement et versionning). Capistrano de son côté permet l'automatisation d'une partie des déploiements, limitant drastiquement le risque d'erreur humaine. La solution Open Source garantit à 20 Minutes la maîtrise de son environnement applicatif, une recette exhaustive et l'assurance qu'aucune variable n'est introduite involontairement entre un déploiement sur la pré-production et la production.

L'industrialisation du provisionning est venue soutenir les efforts des opérationnels en apportant de la cohérence à la plateforme, de la flexibilité face aux pics de charge et une plus grande adaptation de la politique de monitoring.

L'industrialisation du provisionning, avec l'outil Chef est venue soutenir les efforts des opérationnels en apportant de la cohérence à la plateforme, de la flexibilité face aux pics de charge et une plus grande adaptation de la politique de monitoring et un cadre de configuration sur la partie MiddleWare.

Et toujours des projets qui donnent la priorité aux lecteurs

Les équipes internes du journal portent actuellement plusieurs projets aux degrés de maturité variables. Le Cloud présente évidemment des perspectives intéressantes, notamment dans le cadre d'une exploitation Big data allant de pair avec les usages mobiles, pour une connaissance approfondie des attentes du public.

Mais au-delà de ces usages, c'est d'abord et toujours au lecteur que 20 Minutes pense. Comment renouveler l'expérience de l'information, offrir de vrais échanges avec les journalistes, donner plus d'espace d'expression au public ? De quoi alimenter la réflexion aux prochains workshops.

A propos d'Oxalide

Oxalide est une société française, experte des infrastructures web critiques et leader de l'infogérance web DevOps.

Depuis sa création en 2000, Oxalide a construit sa réussite sur une double expertise applicative (Varnish, Magento, Drupal, hybris, EZ Publish, etc.) et systèmes & réseaux, pour optimiser, en continu, les plateformes web de ses clients, tant en matière de performances et de scalabilité, que d'efficience.

Cloud public, communautaire, privé ou serveur dédié, Oxalide accompagne ses clients sur tout type d'infrastructure : d'Amazon Web Services et sa flexibilité, à l'infrastructure Oxalide, multisite (3 datacenters), haute disponibilité et éligible à des Plans de Continuité d'Activité (PCA) et Plans de Reprise d'Activité (PRA).

Parmi ses clients issus de tous les secteurs d'activités, Oxalide compte des grands noms des médias et du e-commerce tels que 20 Minutes, Le Parisien, L'Express, ZDNet, Radio France, TagCommander, Kiloutou ou encore The Other Store.

<http://www.oxalide.com>

A propos de 20 Minutes

20 Minutes est la 2ème marque de presse d'actualité avec 17,7 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 le groupe Rossel et par le groupe SIPAOuestFrance.

**source : étude AudiPresse ONE Global V4 2015*

*** source : Médiamétrie*