

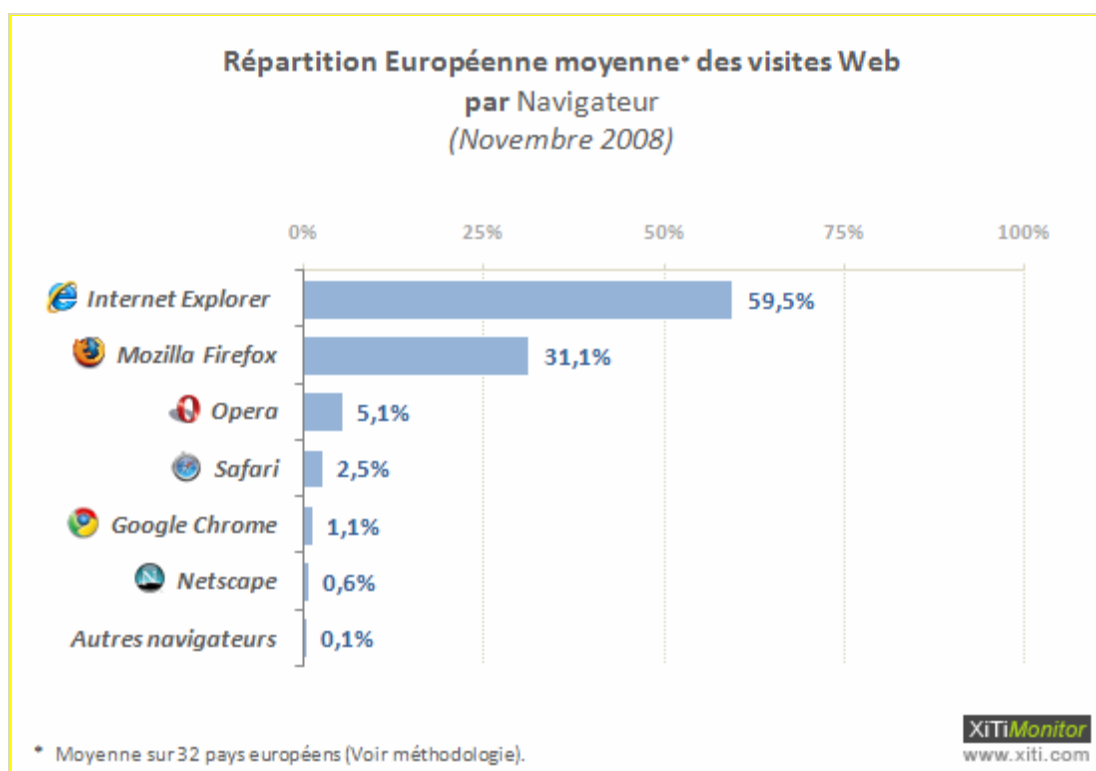
Communiqué de presse
Le 17 décembre 2008

Trois mois après son lancement, Google Chrome peine à s'imposer en Europe

Après une sortie tonitruante début septembre 2008, Google Chrome se faisait relativement discret à la fin du mois de septembre avec une part de visites moyenne en Europe de 1.07%. Deux mois plus tard, le dernier né du marché navigue en eaux troubles alors qu'Internet Explorer reste en tête.







Depuis son arrivée, Google Chrome ne gagne pas de terrain...

Après trois mois de présence sur la toile, **Google Chrome** affiche une part de visites moyenne en Europe, pour le mois de novembre 2008, de **1.1 %** et se place à la **5ème position** du classement derrière Safari (2.5%), Opera (5.1%), Mozilla Firefox (31.1%) et Internet Explorer (59.5%).



...alors qu'Internet Explorer est passé sous la barre des 60% de part de visites

Internet Explorer reste le leader incontesté du secteur mais affiche tout de même une perte de vitesse avec une part de visites moyenne en Europe de 59.5% en novembre 2008, contre 60.5% en juin 2008. Le challenger Mozilla Firefox, quant à lui, se stabilise sur les trois derniers mois avec 31.1% de part de visites moyenne.

Part des visites par famille de navigateur (en Europe*)	Juin 2008	Juillet 2008	Août 2008	Septembre 2008	Octobre 2008	Novembre 2008
 Internet Explorer	60,5%	60,4%	59,4%	60,1%	59,2%	59,5%
 Mozilla Firefox	31,4%	32,2%	33,0%	31,2%	31,1%	31,1%
 Opera	5,1%	4,5%	4,5%	4,8%	5,4%	5,1%
 Safari	2,5%	2,4%	2,6%	2,4%	2,4%	2,5%
 Google Chrome	-	-	-	1,0%	1,1%	1,1%
 Netscape	0,3%	0,3%	0,3%	0,4%	0,6%	0,6%
Autres navigateurs	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%	0,1%

*En moyenne des 32 pays européens étudiés

XiTiMonitor
www.xiti.com

Google Chrome ne convainc pas encore vraiment les internautes avec ses 1.1% de part de visites moyenne en Europe en novembre 2008. La sortie de sa version finale (uniquement compatible avec Windows) et les projets de pré-installation de ce navigateur changeront peut-être la hiérarchie de ce baromètre...

Pour retrouver l'étude complète portant sur une analyse des données du 1er au 30 novembre 2008 sur un périmètre de 121 919 sites web audités par XiTi, rendez-vous sur <http://www.xitimonitor.com/>

A propos de AT Internet : www.atinternet.com

AT Internet est une société de référence en web analytics depuis 1995. Sa technologie et son indépendance lui ont permis de faire évoluer le marché du web analytics. Elle fournit, désormais en temps réel, une analyse fiable et exhaustive des sites web, intranet et mobiles. C'est l'information décisionnelle du online : online intelligence. La robustesse et la fiabilité de sa plateforme technologique constitue une solution unique. Créateur d'informations utiles, elle aide l'ensemble des métiers de votre entreprise à améliorer qualité et performance.

Les données collectées et traitées sont exhaustives et gage de fidélisation et de rentabilité. Elles offrent une vision nouvelle globale ou détaillée de l'activité online pour une décision efficace à chaque niveau hiérarchique. De plus le nombre de sites audités (plus de 350.000) autorise la mise à disposition de données de benchmark exclusives.

XiTi Monitor est le département études d'AT Internet et a pour objectif d'observer les comportements internet.

Contacts Presse

Le Public Système

Prescilia Holleville et Mélanie Gallet

Tél. : +33 1 41 34 23 02/ 21 27

E-mails : pholleville@lepublicsysteme.fr; mgallet@lepublicsysteme.fr