



AT INTERNET

Baromètre des navigateurs

Safari marque le pas en Europe

Le navigateur d'Apple perd 0,6 point en part de visites sur les 3 derniers mois :
18,5% en mars 2014 vs 19,1% en décembre 2013

Etude publiée le 23 avril 2014



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET
Online Intelligence Solutions

Safari marque le pas en Europe

Etude réalisée du 1^{er} au 31 mars 2014 sur un périmètre de 8 189 sites web audités par AT Internet.

Google Chrome, leader du marché des navigateurs depuis l'été dernier, poursuit son ascension devant Internet Explorer. Après une croissance continue depuis plusieurs années, Safari perd un peu de terrain sur les trois premiers mois de l'année...



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET
Online Intelligence Solutions

18,5% des visites pour Safari en Europe en mars 2014 vs 19,1% en décembre 2013

Le graphique suivant présente une estimation de la répartition moyenne par navigateur des visites enregistrées par les sites web en Europe sur les treize derniers mois. L'étude a été réalisée sur 23 pays européens (voir méthodologie).

Google Chrome creuse l'écart avec Internet Explorer et Firefox conserve sa 3^{ème} place devant Safari :

■ Google Chrome confirme sa position avec plus de 3 visites sur 10 en Europe en mars 2014

- Bien que la part de visites d'Internet Explorer se stabilise depuis janvier, l'écart s'accroît avec Google Chrome qui, lui, poursuit sa croissance : 30,5% des visites pour Chrome en mars 2014 vs 23,6% pour l'ancien leader. Sur les 13 derniers mois, Google Chrome progresse ainsi en moyenne de 0,44 point par mois alors qu'Internet Explorer en perd 0,54.

■ Safari en perte de vitesse depuis janvier, tandis que Firefox se maintient

- Si l'écart se réduisait de plus en plus entre Safari et Firefox, à tel point qu'on voyait déjà Safari en 3^{ème} position en Europe en 2014, la tendance ne se poursuit pas en ce début 2014 : 3,5 points séparaient leurs parts de visites en août 2013, 1,5 point en décembre 2013 et finalement 1,9 point en mars 2014.
- Entre décembre 2013 et mars 2014, Firefox se maintient (20,6% / 20,4%) alors que Safari perd 0,6 point, passant de 19,1% à 18,5% en part de visites en moyenne en Europe.

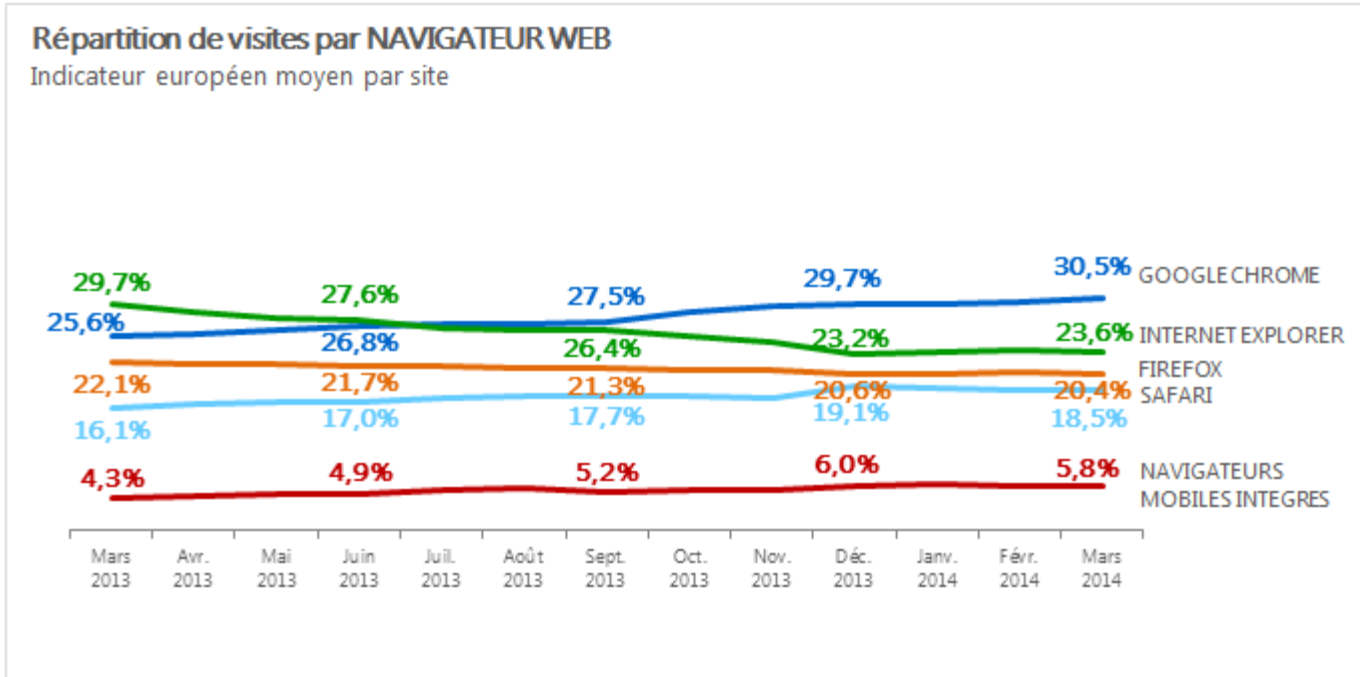


BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET
Online Intelligence Solutions

18,5% des visites pour Safari en Europe en mars 2014 vs 19,1% en décembre 2013



Source : AT INTERNET

Les navigateurs mobiles intégrés sont développés par des constructeurs en exclusivité pour leurs terminaux mobiles (Samsung, Blackberry...)



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET
Online Intelligence Solutions

Safari en léger recul au Royaume-Uni, son fief

Les graphiques suivants donnent les évolutions pour 4 pays européens : l'Allemagne, l'Espagne, la France et le Royaume-Uni. Sont présentées les estimations de la répartition moyenne du top 5 des navigateurs en parts de visites, en moyenne pour les sites de chacun de ces 4 pays en mars 2014 et mars 2013.

- **Safari, navigateur le plus plébiscité au Royaume-Uni avec 3 visites sur 10, marque le pas pour la première fois**
 - Leader avec 29,9% des visites en moyenne au Royaume-Uni en mars 2014, Safari perd un point en part de visites comparé à mars 2013.
 - N°3 en Allemagne et en Espagne, et N°4 en France, ses parts de visites y progressent sur une vision à un an.
- **Chrome conforte sa position de leader en France et en Espagne ainsi que sa 2^{de} place au Royaume-Uni ... mais n'est pas très plébiscité en Allemagne**
 - Avec 37% des visites en Espagne et 30,5% en France en mars 2014, Google Chrome y assoit clairement sa position de leader devant Internet Explorer. Au Royaume-Uni, second avec 28,1% des visites, il n'est plus qu'à 1,8 point du leader Safari...
 - En Allemagne, où l'utilisation de Google Chrome est déconseillée par l'autorité allemande de sûreté des techniques d'information, Firefox conserve sa place de leader avec 36,7% des visites mais perd toujours du terrain. Derrière Internet Explorer et Safari, Google Chrome arrive en 4^{ème} position avec « seulement » 15,9% des visites.



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS

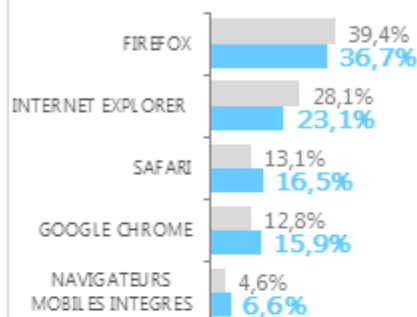


AT INTERNET
Online Intelligence Solutions

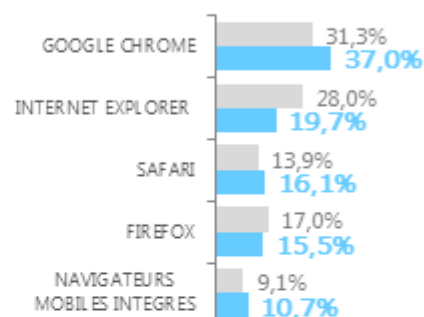
TOP 5 des NAVIGATEURS en part de visites Web

Indicateur moyen par site

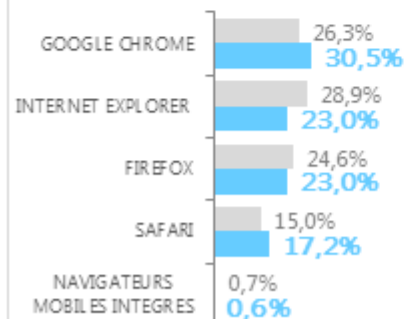
ALLEMAGNE



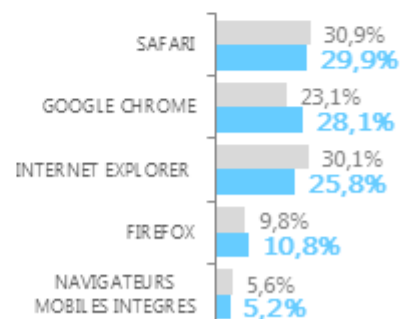
ESPAGNE



FRANCE



ROYAUME-UNI



■ Mars 2013

■ Mars 2014

Source : AT INTERNET



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET

Online Intelligence Solutions

Safari marque le pas en Europe

En passe de devancer Firefox en Europe il y a quelques mois, Safari connaît un ralentissement inhabituel en ce début 2014. Ainsi, la part de visites de Safari, jusqu'alors en progression continue, affiche une baisse de 0,6 point sur les trois derniers mois. Elle perd même un point en un an au Royaume-Uni, pourtant fief de Safari avec près de 30% des visites en mars 2014. L'engouement pour Apple atteindrait-il une limite ?

Internet Explorer, en perte de vitesse sur le long terme, connaît quant à lui une phase de stabilisation sur les trois premiers mois de l'année, de même que Firefox.

Google Chrome, N°1 en Europe, poursuit sa croissance et s'octroie maintenant plus de 3 visites sur 10. N°1 en France et en Espagne, N°2 au Royaume-Uni, il est en revanche boudé par l'Allemagne, où l'utilisation de Google Chrome est déconseillée par l'autorité allemande de sûreté des techniques d'information, avec une petite 4^{ème} place. Leader des navigateurs en Europe, leader de la recherche et de la publicité en ligne avec des positions écrasantes... On se dirige droit vers un web dirigé et donc contrôlé à tous les niveaux par Google...



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET

Online Intelligence Solutions

Méthodologie

- Nous nous intéressons ici à la répartition moyenne, par navigateurs, des visites enregistrées pour un périmètre de sites Web (hors sites mobiles).
- Lors de la constitution du périmètre, un site n'est retenu que si les critères de sélection mis en place sont respectés. Ces critères sont stricts, leur but est d'écarter les sites d'audience anecdotique, d'audience chaotique, ou dont les données collectées soulignent un dysfonctionnement dans la mesure.
- Pour chaque pays, nous étudions la consultation des sites dont le trafic est majoritairement généré dans le pays considéré, et uniquement les visites réalisées depuis ce pays. Une répartition moyenne par site, des visites est calculée. Pour chaque site retenu, la part de visites de chaque navigateur correspond à la totalité des visites du navigateur considéré par rapport à la globalité des visites tous navigateurs confondus, sur la période étudiée.
- L'indicateur de l'Europe se veut, dans cette étude, représentatif des pays audités qui la composent. Les parts de visites moyennes en Europe correspondent à la moyenne des indicateurs des 23 pays étudiés. Les poids de chaque pays sont homogènes.
- Les 23 pays étudiés sont : L'Allemagne, l'Autriche, la Belgique, la Bulgarie, le Danemark, l'Espagne, la Finlande, la France, la Grèce, la Hongrie, l'Irlande, l'Italie, le Luxembourg, la Norvège, les Pays-Bas, la Pologne, le Portugal, la République-Tchèque, la Roumanie, le Royaume-Uni, la Slovaquie, la Suède et la Suisse.



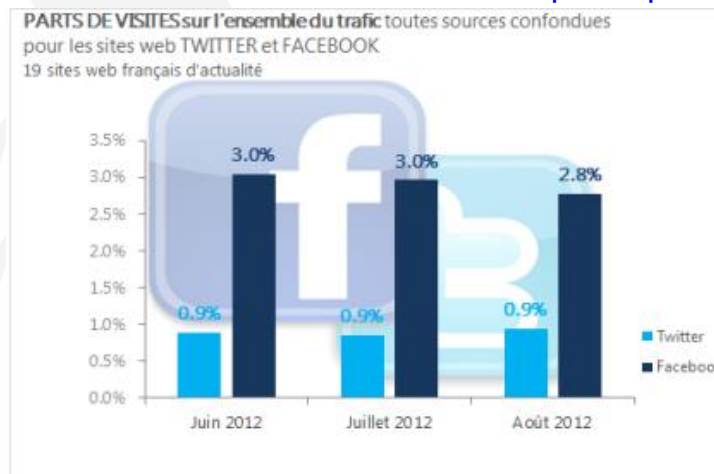
BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS



AT INTERNET
Online Intelligence Solutions

Département Etudes

- Service de la société **AT Internet**, acteur mondial majeur dans le domaine du Digital Analytics, spécialisé dans la mesure d'audience et l'analyse de la performance sur l'ensemble des plateformes digitales : web, mobile et medias sociaux.
- Des analyses sur plusieurs thématiques grâce à l'exploitation d'une source de données exclusive de plus de 100 000 sites (<http://www.atinternet.com/ressources/ressources/etudes-publiques/>)
 - arrêt sur l'actualité,
 - enjeux web-marketing,
 - moteurs de recherche,
 - navigateurs,
 - systèmes d'exploitation,
 - tendances du web



- AT Internet propose aussi aux entreprises les offres **Benchmark** et **Audit de performance** d'AT Insight (<http://www.atinsight.fr/>)



BAROMÈTRE DES NAVIGATEURS