

Google Chrome : l'effet de surprise n'a pas duré

La sortie de Google Chrome, le navigateur Web du géant du Mountain View a créé un buzz incroyable sur la Toile, un effet de surprise sans précédent. Il faut dire que cette offensive va plus loin que le simple browser. Pour le groupe, il s'agit de proposer un environnement de travail en ligne capable de retenir l'internaute au quotidien.

Mais si les téléchargements se sont multipliés lors des premiers jours de sa sortie au début du mois de septembre, l'intérêt semble aujourd'hui décliner. Chrome a-t-il déçu ? Il est encore trop tôt pour le dire mais le navigateur de Google ne semble pas encore se poser en challenger de poids.

Selon XiTi, qui analyse les parts de visites Web des principaux navigateurs du marché, Chrome a connu sa plus forte part de visites moyenne au lendemain de sa sortie avec **1,59%** des visites européennes.

Mais cette part s'est immédiatement et régulièrement effritée. Elle atteint fin septembre **1,03%** des visites européennes. C'est son plus petit score depuis son lancement. *« L'engouement des internautes pour Google Chrome semble donc faiblir. Et le navigateur se place au 5ème rang du classement réalisé par XiTi Monitor d'AT Internet du 22 au 28 septembre. Les prochaines semaines montreront si l'intérêt pour Google Chrome est réellement retombé »*, commente l'institut d'études.

En effet, Chrome est très loin d'un Internet Explorer (60-70% de parts de visites), d'un Firefox (30-35%) ou même d'un Safari (2-3%).

Cet engouement à la baisse se vérifie aussi auprès des lecteurs de Silicon.fr. Deux jours après sa sortie, Chrome était utilisé par 8% d'entre-vous contre 3% aujourd'hui (Firefox étant en tête avec une part de 45%).

[Notre test complet : six pages pour tout savoir sur Google Chrome](#)