



Communiqué de presse
Le 04 novembre 2009

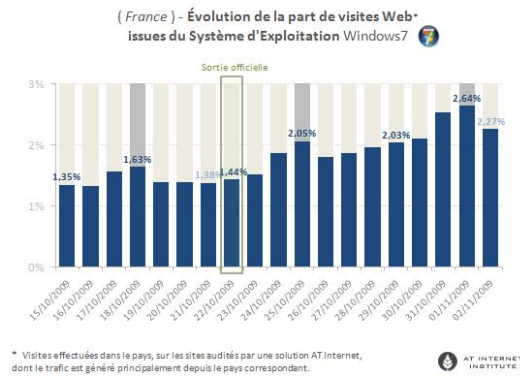
C'est (bien) parti pour Windows 7 !

Disponible depuis le 22 octobre dernier pour le grand public, la sortie de Windows 7 était très attendue. 10 jours après son lancement, il semble prématuré de donner une tendance mais plus de 2 visites sur 100 sont déjà effectuées par Windows 7 en France et plus de 4 sur 100 en Allemagne...

Un bon début

Contrairement à Windows Vista en janvier 2007, Windows 7 a été plus modéré dans son lancement, en jouant sur la proximité avec ses utilisateurs.

Le 2 novembre 2009, la part de visites de Windows 7, en moyenne pour un site web en France, est de 2.27%. Cela représente un gain de 0.83 point comparé au 22 octobre.



Parmi l'Espagne, la France, le Royaume-Uni et l'Allemagne, c'est dans ce dernier pays que Windows 7 a la part de visites, en moyenne pour un site, la plus élevée. Sur la journée du 1^{er} novembre 2009, sa part est de 4.25%, vs 2.64% pour la France, 2.39% pour le Royaume-Uni et 2% pour l'Espagne.

10 jours seulement après son lancement officiel, Windows 7 semble avoir fait une belle entrée, bien meilleure en tout cas que Windows Vista en 2007.

Pour retrouver l'étude complète, portant sur une analyse des données du 15 octobre au 2 novembre 2009 sur un périmètre de 12 314 sites web audités par AT Internet, rendez-vous sur <http://www.atinternet-institute.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 constituent 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.

AT Internet Institute est le département études d'AT Internet et a pour objectif d'observer les comportements internet. www.atinternet-institute.com

Contacts Presse

Le Public Système

Caroline Fichera

Tél. : +33 1 41 34 20 99

E-mail : cfichera@lepublicsysteme.fr