

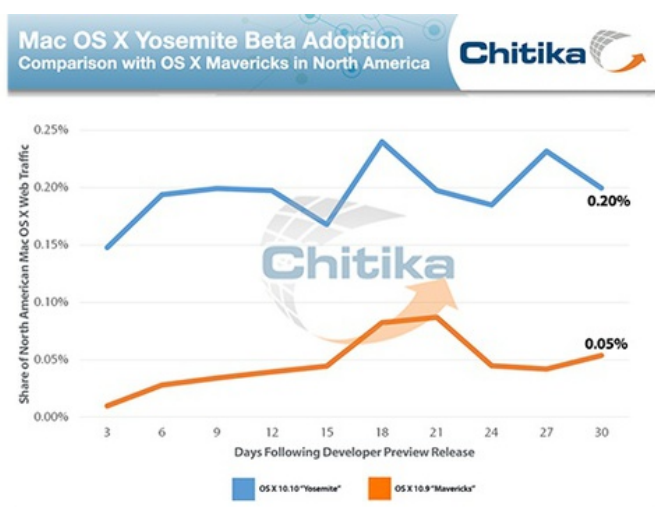
www.mac4ever.com

Date : 10/07/2014

Les bêtas de Yosemite attirent les curieux

Par : Arthur

Près d'un mois après la sortie de la première version beta d'OS X 10.10 Yosemite, la société publicitaire Chitika a publié les statistiques issues de l'affichage de ses bannières sur plusieurs dizaines de milliers de sites internet aux USA et au Canada.



Si l'année dernière, le taux d'utilisation d'OS X Mavericks correspondait à 0.05% des **visiteurs**, pour **Yosemite** ce nombre est multiplié par quatre, preuve que le prochain système d'exploitation du Mac attise bien plus la curiosité que son prédécesseur. Cette constatation n'est pas vraiment étonnante, les changements graphiques inspirés d'iOS ainsi que les fonctions de continuité ont probablement suscité bien plus d'intérêt auprès des utilisateurs que les nouvelles fonctionnalités et applications apportées par OS X Mavericks.

Les pré-versions de l'OS du Mac ne nécessitant pas d'activation de la part d'Apple (à l'inverse des bêtas d'iOS qui requièrent un enregistrement de l'UDID sur un compte développeur), la plupart des utilisateurs un brin chevronnés peuvent récupérer sur internet les fichiers nécessaires à l'installation du système et ainsi le tester sur leur propre machine. On peut ainsi supposer qu'une bonne partie des visiteurs tournant sous OS X Yosemite ne sont pas des développeurs en quête d'apporter de

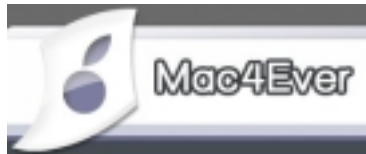
Évaluation du site

Mac4ever est un site entièrement consacré au Mac et à son univers. Profondément anti-PC le site propose des actualités et informations dans le domaine de l'informatique. Il diffuse également des infos sur la création graphique et sur des utilitaires...

Cible
Spécialisée

Dynamisme* : 63

* pages nouvelles en moyenne sur une semaine



nouvelles fonctionnalités à leurs apps, mais simplement des utilisateurs impatients de profiter des fonctionnalités et/ou de l'interface modernisée du système.

On peut enfin supposer que les nouvelles fonctions apportées à Safari ainsi que la refonte de la recherche Spotlight ont augmenté de manière significative le temps de navigation sur internet des utilisateurs de Yosemite, de qui aurait également eu pour conséquence de faire grimper la courbe d'audience des affichages publicitaires de Chitika.

Comme on peut le voir sur la courbe, trois jours seulement après la sortie de la première version développeur de Yosemite, 0,15% des internautes (ayant vu passer une annonce de Chitika) avaient déjà installé le nouveau système d'exploitation, alors que seulement 0,05% de ces internautes avaient installé une bêta de Mavericks au bout de 30 jours sur la même période l'année dernière.

Via