

“ auFeminin.com ”

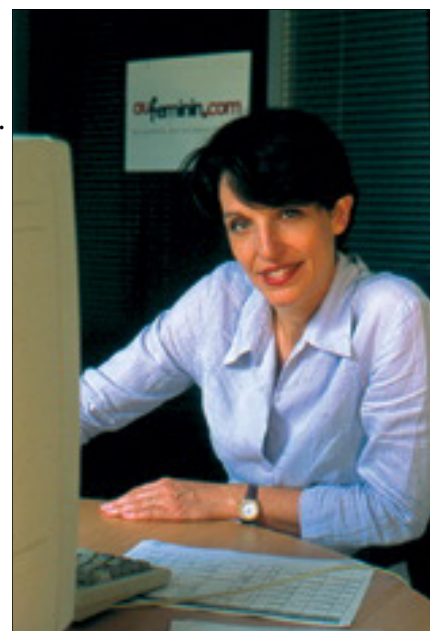
Anne-Sophie Pastel (88)
et Marc-Antoine Dubanton (88),
cofondateurs d'auFeminin.com.

Le premier féminin sur Internet

LANCÉ en septembre 1999, auFeminin est aujourd'hui le premier portail féminin en Europe avec une position de leader en France, en Italie et en Espagne et une présence en Allemagne. Avec près de 1,2 million de visiteurs uniques par mois, et une audience qualitative faite de femmes jeunes et actives, le média attire et fidélise un grand nombre d'annonceurs prestigieux tels que le Groupe L'Oréal, Christian Dior, Peugeot, Clarins, le Groupe France Télécom, le Groupe Unilever, Renault, le Groupe Nestlé... auFeminin, désormais société rentable, récolte les fruits de la puissance d'un budget de lancement de plus de 20 millions d'euros ! Le secret d'auFeminin ? L'innovation technique et la richesse du contenu !

L'équipe d'auFeminin s'est attachée dès le début à développer le meilleur contenu à destination des femmes, servi par une plate-forme technique réellement souple et évolutive. auFeminin a été lancé avec un contenu riche, esthétique et très interactif qui créait une réelle rupture avec l'offre classique textuelle délivrée à partir de bases de données des autres acteurs.

Dès le départ, auFeminin s'est imposé un rythme d'animation et d'innovation qui lui a permis de creuser l'écart : chaque jour un nouveau dos-



sier interactif – 7 jours sur 7 –, chaque mois une nouvelle innovation majeure renforçant l'offre d'auFeminin – un nouvel outil interactif ou une nouvelle rubrique...

Les résultats ont été rapides : en quelques mois, auFeminin est devenu le premier portail féminin en France et se détache avec plus de dix fois l'audience du numéro 2.

Grâce à la mise en place d'un logiciel de gestion du site développé par ses équipes techniques intégrées, auFeminin transpose ce savoir-faire à l'international avec un succès similaire et tout en maîtrisant nos coûts.

Avant de créer leur entreprise, Anne-Sophie PASTEL (88) PC a travaillé chez Crown Cork and Seal (fusions acquisitions puis marketing) où elle a assuré le lancement de produits nouveaux, et Marc-Antoine DUBANTON(88) PC a été responsable d'un centre de profit chez Vivendi, consultant chez Mac Kinsey, puis directeur de stratégie à Manpower France.

Les obstacles au développement

La création d'auFeminin a été une aventure mouvementée ! La première étape (1999-2000) fut une phase d'hypercroissance avec la constitution du site, la première campagne de communication, le recrutement de l'équipe, la mise en place de la régie publicitaire, le lancement de l'Italie, de l'Espagne, le lancement de l'e-commerce, l'introduction en Bourse de la société au nouveau marché moins d'un an après sa création...

La deuxième étape (2001) fut celle de la croissance ralentie par un retournement économique très violent. Après avoir innové sur l'offre publicitaire et renforcé sa présence auprès des grands annonceurs traditionnels, auFeminin présente en 2002 une nouvelle phase de croissance soutenue à partir du deuxième semestre 2002.

Sans connaître des évolutions aussi extrêmes que celles d'auFeminin, toutes les sociétés nouvellement créées ont besoin pour survivre de s'adapter instantanément aux changements qu'elles rencontrent. En effet, une société nouvelle doit en permanence valider son plan de développement et prendre les virages radicaux éventuellement indispensables. De cette constatation découlent quelques principes vitaux permettant de créer les conditions favorables au développement des sociétés de croissance :

- nécessité pour la société de se concentrer sur le produit, les clients, les équipes... au lieu de gérer un bruit administratif dévoreur de temps. La simplification des démarches administratives ne s'arrête pas à la création de l'entreprise, mais doit surtout intervenir lors de la vie de tous les jours de celle-ci – le challenge n'étant pas de créer une entreprise, mais de la faire vivre... À ce titre, le réflexe quasi systématique de mettre en place des aides à la création des entreprises est totalement contre-productif car ces aides détournent les entrepreneurs de leur sujet, et peuvent même créer des distorsions de concurrence. Il est en effet plus important et plus pro-

ductif de créer un environnement favorable en assouplissant la législation du travail, en limitant la bureaucratie ou en faisant respecter les règles de concurrence aux acteurs en place...

- nécessité pour la société d'un droit à l'erreur sur la constitution de l'équipe. La rigidité de la législation du travail est un frein majeur à la constitution des équipes car celles-ci doivent pouvoir être adaptées radicalement en fonction des évolutions observées. Encore bien plus que le coût du travail, la quasi-impossibilité de faire évoluer son équipe en fonction des changements externes est un véritable danger pour l'entreprise nouvelle et peut sacrifier une entreprise sur l'autel des intérêts particuliers de tel ou tel salarié. ■