

## **auFeminin.com conteste vigoureusement les chiffres d'audience avancés par MedCost au sujet de son site Doctissimo, et confirme sa place de premier site féminin sur Internet en France.**

### **Le site auFeminin.com premier site féminin en France selon Mediametrie//Netratings**

---

AuFeminin.com conteste vigoureusement les chiffres d'audience avancés par Medcost au sujet du site Doctissimo. En effet, Medcost a communiqué des informations fausses pour contester le leadership du site auFeminin.com, leadership pourtant confirmé par les statistiques Médiаметrie//Netratings.

L'audience que Medcost attribue à son site Doctissimo est en fait l'audience de « Doctissimo Network », comme **l'indique clairement le communiqué de Médiаметrie//Netratings** et donc intègre d'autres sites, notamment fluctuat.net (site à audience majoritairement masculine) ou le site momes.net.

	Mediamétrie//Netratings – Sept. 2006
	Audience en visiteurs uniques
Site auFeminin.com	<b>3 441 000</b>
Site Doctissimo	2 648 000

Le Groupe auFeminin.com confirme que les mesures d'audience de Mediamétrie//Netratings placent son site auFeminin.com (contenant toutes les différentes rubriques du site auFeminin.com : beauté, mode, stars-jeunes filles (Teemix), couple, cuisine, voyage, etc...) loin devant le site Doctissimo (contenant également toutes les rubriques du site). En effet, Mediametrie//Netratings indique clairement dans le document contenant le détail par site, que le site auFeminin.com compte 3 441 000 Visiteurs Uniques sur le mois de Septembre contre seulement 2 648 000 pour le site Doctissimo.

De plus, le Groupe auFeminin.com ayant signé l'acquisition du site Marmiton.org, les sites du prochain réseau auFeminin Network devançant aussi l'ensemble des sites du réseau Doctissimo Network en Septembre 2006 : ils comptabilisent en effet une audience dédoublée de 4 286 000 Visiteurs Uniques, contre seulement 3 721 000 Visiteurs Uniques pour le réseau Doctissimo Network.

Le Groupe auFeminin.com, particulièrement lésé par cette annonce pouvant tromper les marchés publicitaire et financier, envoie ce jour à Médiаметrie//Netratings ainsi qu'à l'AMF un courrier signalant que Medcost a communiqué des informations fausses, et demandant de prendre des mesures pour faire cesser de telles pratiques.

### **Le site auFeminin.com, site féminin haut de gamme sur Internet**

---

Au-delà des informations d'audience trompeuses avancées par la société Medcost, le Groupe auFeminin souhaite rappeler la différence essentielle de positionnement des sites Doctissimo et auFeminin.com, illustrée par les différences évidentes de contenus : auFeminin.com affiche un positionnement de magazine féminin haut de gamme alors que Doctissimo affiche clairement un positionnement de magazine de santé généraliste.

Cette différence majeure de positionnement et de contenu contribue également à la place privilégiée qu'occupe le site auFeminin.com sur Internet comme support de publicité vis-à-vis des marques souhaitant communiquer auprès des femmes (données Secodip).