

Les ——— tendances ——— du ——— développement de marque

5 observations tirées des données mondiales
sur les marques de Frontify



Frontify

**Table des
matières**

Introduction : des connaissances en main, une marque qui va loin	03
Résumé	05
1. L'essor des systèmes de marque ouverts	07
2. Internationale par essence	10
3. La déferlante d'actifs	13
4. Le prix de l'anonymat	16
5. La puissance des templates	19
Conclusion : investir dans l'infrastructure de votre marque	22

Introduction

Connaissances en main, marque qui va loin

**Avez-vous déjà voulu
découvrir les coulisses des
grandes marques ?
Voir comment elles s’y
prennent réellement ?
Alors nous avons une bonne
nouvelle pour vous.**

Frontify est l’une des principales plateformes de création d’image de marque dans le monde.

Parmi ses clients, elle compte 25 des 100 plus grandes marques mondiales d’Interbrand et accompagne plus de 10 000 marques dans plus de 200 pays.

Cette position privilégiée nous développement de marques internationales et nous donne accès à des données uniques sur la manière dont elles sont créées. Et nous souhaitons partager ces informations avec vous.

Dans ce rapport sur les tendances du développement de marque, nous voulons suivre l’évolution des nouvelles approches systématiques. Si nous avons fait le choix de nous concentrer sur les précieuses données anonymisées de notre plateforme, nous pourrions à

l’avenir y inclure des enquêtes et des données externes.

Notre objectif est de montrer comment les marques créent de meilleures expériences pour leurs clients, leurs employés et leurs partenaires. Grâce aux données de Frontify, nous espérons vous apporter un éclairage nouveau et vous donner des idées pour améliorer et développer votre marque.

Ce n’est qu’en renforçant la transparence des données que nous parviendrons à construire des marques plus ouvertes et collaboratives. Ensemble, rendons le développement de marque plus performant !

Résumé

Ouverte.
Internationale.
Prestigieuse.
Libérée. — Modélisée.

Suite à l'analyse des données des utilisateurs de Frontify du premier trimestre 2022 au premier trimestre 2024, nous avons mis en lumière cinq grandes tendances dans la structuration et la systématisation des marques. L'évaluation de données collectées dans plus de 200 pays à travers le monde nous a permis d'identifier des changements majeurs dans la façon dont les marques organisent leur travail.

1. L'essor des systèmes de marque ouverts

Le nombre d'utilisateurs actifs mensuels des systèmes de marque collaboratifs continue de croître à un rythme élevé et stable, avec une augmentation de 91% pour Frontify au cours des deux dernières années. Bien que cette tendance reflète l'adoption croissante des plateformes ouvertes et collaboratives comme Frontify, chaque marque individuelle semble toutefois se stabiliser autour d'un noyau d'utilisateurs plus restreint.

2. Internationale par essence

Frontify dispose d'une vaste base d'utilisateurs dans plus de 61 pays et est présent dans 200 pays au total. La marque la plus « internationale » de la plateforme est consultée dans 148 pays différents. Avec une moyenne de 10,7 pays par marque, nous observons une tendance généralisée vers des marques plus globales et locales. Nous ne trouvons quasiment plus aucune marque exclusivement « locale ».

3. La déferlante d'actifs

Le nombre d'actifs de marque a considérablement augmenté, enregistrant une

croissance de 458% au cours des trois dernières années ainsi qu'une accélération dans l'ajout d'actifs. Cette montée en flèche s'accompagne de nouveaux défis pour les créateurs de marques, comme une utilisation plus fréquente et plus sophistiquée de la recherche pour localiser les fichiers. La hausse du volume de recherche s'élève actuellement à 125%.

4. Le prix de l'anonymat

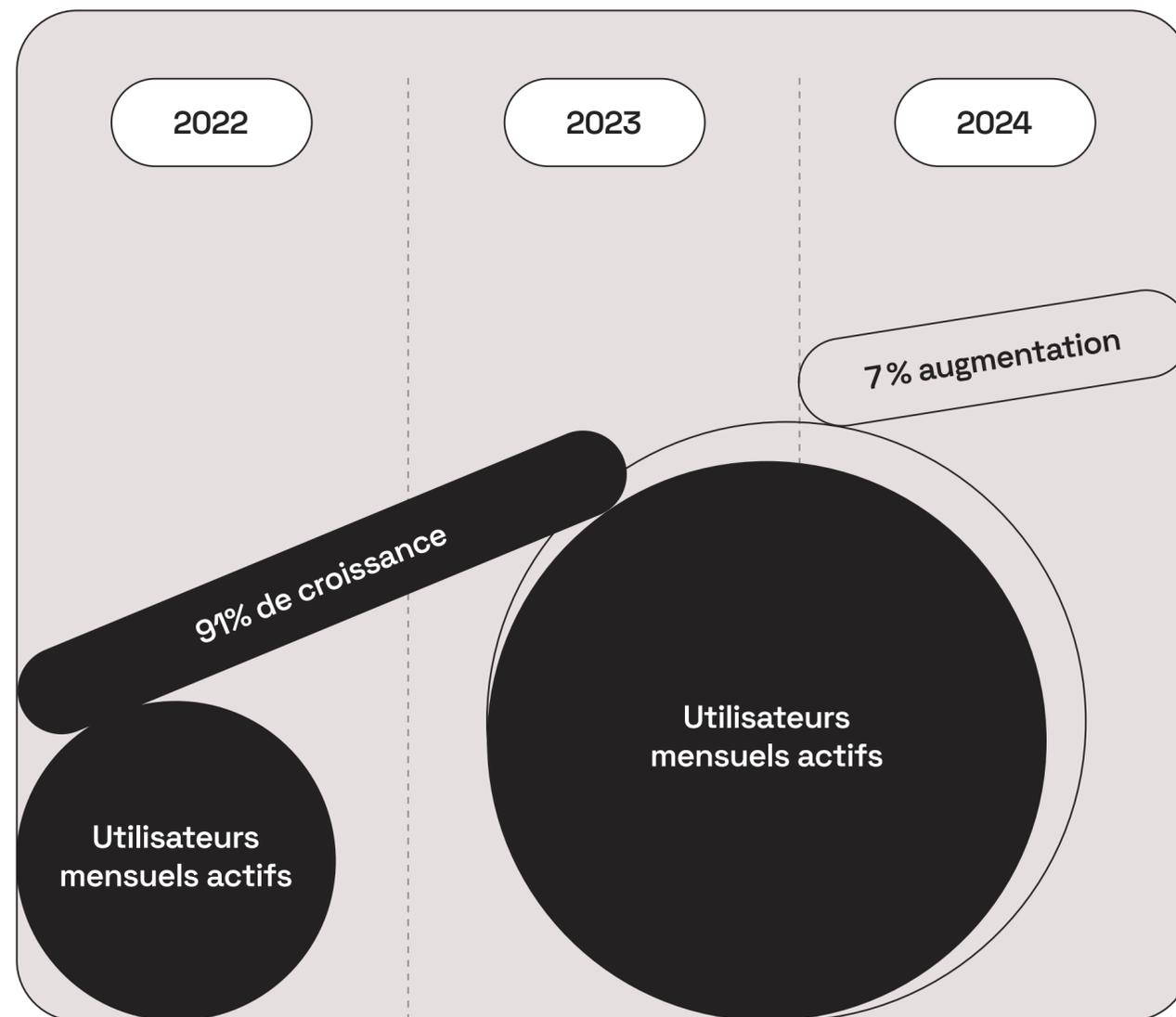
Si le nombre total d'utilisateurs a augmenté de 63% l'année dernière, celui des visiteurs anonymes non connectés a lui progressé de 10%. Les marques qui ne tracent pas l'identité de ceux qui utilisent leurs actifs passent à côté d'informations essentielles, dont elles pourraient pourtant tirer parti pour s'améliorer.

5. La puissance des templates

Les marques qui ont recours à Frontify gagnent plus de temps et d'argent grâce à une utilisation accrue des templates (42%). En moyenne, chaque template est utilisé au moins 30 fois et garantit des gains d'efficacité considérables. Mais il y a encore de la marge : le template qui enregistre les meilleures performances sur Frontify a déjà été utilisé plus de 180 000 fois.

1 L'essor des systèmes de marque ouverts

Une forte augmentation du nombre total d'utilisateurs, mais un nombre stable d'utilisateurs pour chaque marque



Une hausse considérable du nombre d'utilisateurs

Les données de Frontify montrent une croissance rapide des utilisateurs actifs mensuels, c'est-à-dire des personnes accédant aux marques hébergées sur Frontify. Le nombre d'utilisateurs a quasi doublé entre 2022 et 2024, avec une augmentation de 91% du nombre total d'utilisateurs actifs par mois.

Cette tendance se poursuit de manière stable. Au premier trimestre 2024, le nombre d'utilisateurs a augmenté de 7%. Cette progression continue est également mise en évidence par une augmentation de 41% entre 2022 et 2023.

De plus en plus de marques adoptent des systèmes de développement de marque ouverts et organisés, favorisant ainsi des méthodes de travail plus collaboratives. Frontify est en phase avec l'évolution du marché.

Un noyau d'utilisateurs plus restreint

Bien que le nombre total d'utilisateurs de Frontify augmente, le nombre médian d'utilisateurs par marque reste relativement stable.

Si le nombre moyen d'utilisateurs mensuels peut sembler élevé, cette moyenne est en fait tirée vers le haut par un petit nombre de très grandes entreprises. La valeur médiane est plus stable et reflète davantage la majorité des marques.

Ces données pourraient laisser penser que de nombreuses marques gravitent autour d'un noyau stable de créateurs de marque. Ou bien que les marques connues se montrent plus efficaces pour impliquer un large éventail de personnes en interne.

**Principaux points
à retenir pour
votre marque**

→ Privilégiez un système ouvert

Ne vous laissez pas distancer – créez un environnement de marque partagé capable d'évoluer sur le long terme et permettez à une communauté de marque plus vaste d'y accéder.

→ Suivez l'engagement de votre marque

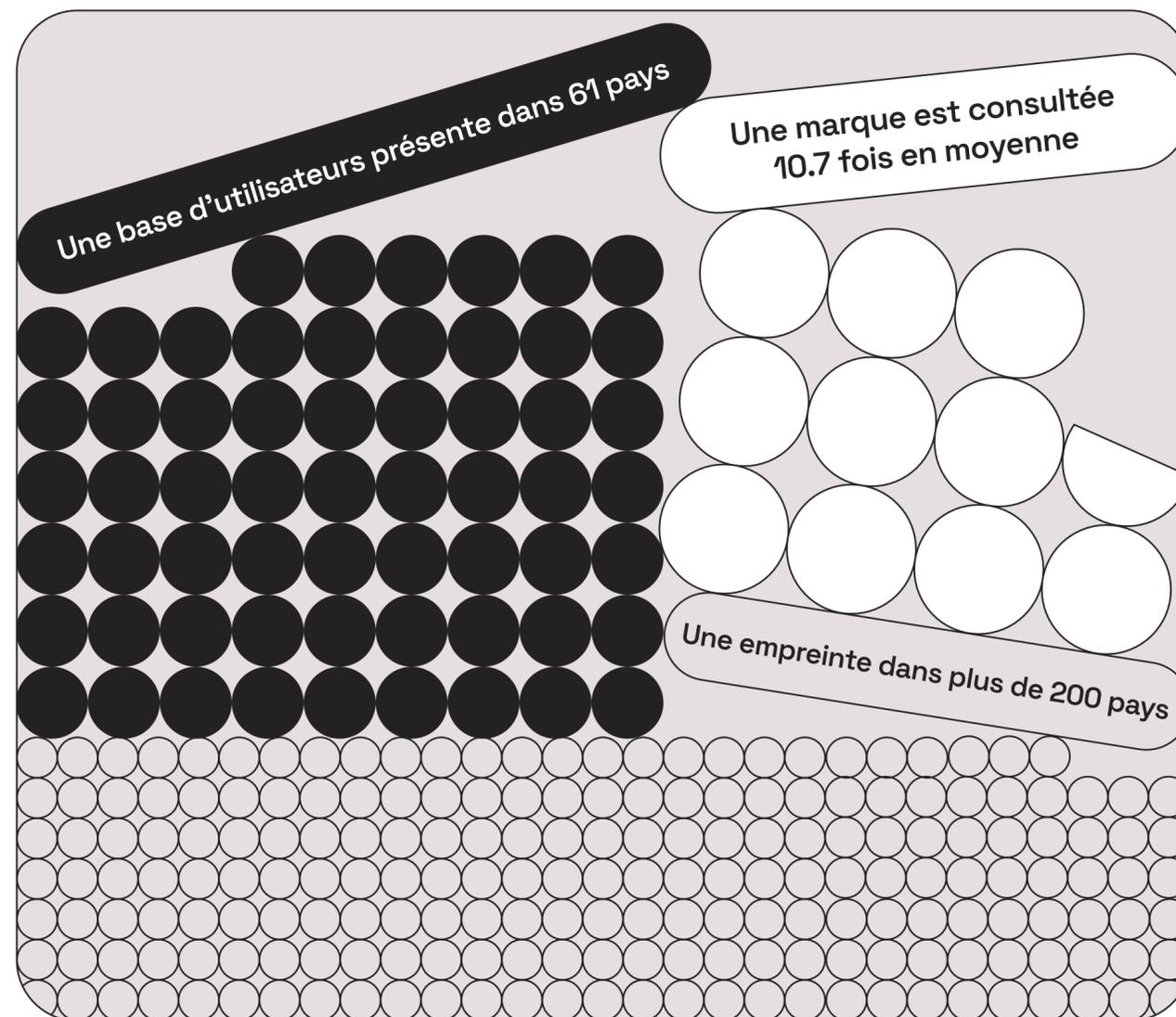
Combien d'utilisateurs sont régulièrement actifs ? Que pouvez-vous faire pour impliquer davantage de personnes au sein de votre entreprise et de votre communauté ?

→ Assurez votre cohérence grâce à des analyses comparatives

Quel est le nombre moyen d'utilisateurs pour votre marque ? Avez-vous défini des objectifs pour étendre ou maintenir l'utilisation afin de vérifier que vos actifs sont cohérents et fidèles à votre marque ?

2 Internationale par essence

Des systèmes actifs dans plus de 200 pays et une augmentation des marques locales



Des marques actives sur un plus grand nombre de marchés

La systématisation des marques est une tendance observée à l'échelle internationale. Frontify dispose aujourd'hui d'une vaste base d'utilisateurs dans 61 pays et étend sa présence dans plus de 200 pays.

En moyenne, une marque présente sur Frontify est consultée dans 10,7 pays différents. La marque la plus « internationale » de la plateforme est consultée dans 148 pays, battant de loin tous les records. Plus votre marque atteindra de nouveaux marchés, plus vous aurez besoin de maintenir votre cohérence et votre unité à travers les frontières, tout en restant suffisamment flexible pour assurer votre pertinence au niveau local. Un enjeu souvent résumé sous le terme « glocal ».

Une forte présence aux États-Unis et en Europe, mais également sur les îles du monde entier

Les plus grandes bases d'utilisateurs se trouvent aux États-Unis, qui comptent désormais la part d'utilisateurs la plus importante, ainsi que dans la région DACH (Allemagne, Autriche et Suisse) et en Europe de l'Ouest (Royaume-Uni, Espagne et France).

Frontify affiche également une forte présence sur les îles du monde entier : les plus petites bases d'utilisateurs actifs se situent dans divers pays insulaires aux quatre coins du globe, y compris les îles des Caraïbes, la Grenade, Brunei, les îles Féroé et la Micronésie.

Principaux points à retenir pour votre marque

→ **S'étendre à l'international est une nécessité**

Aujourd'hui, les marques sont internationales par essence. Même si votre stratégie commerciale se concentre sur quelques marchés locaux, votre marque finira par franchir les frontières et les cultures. Des opportunités inattendues se présenteront alors à vous. Lorsque le monde frappera à votre porte, serez-vous prêt à l'accueillir ? Avez-vous préparé votre marque à voyager et à se développer ?

→ **Les marques se construisent partout**

Il est de plus en plus courant de voir les équipes responsables des marques réparties dans différents pays et sur différents fuseaux horaires. Cette situation révèle l'importance croissante d'une unique source d'informations fiables. Comment votre marque est-elle en conformité à l'échelle mondiale ? Vos collaborateurs internationaux consultent-ils régulièrement vos directives et ressources partagées ?

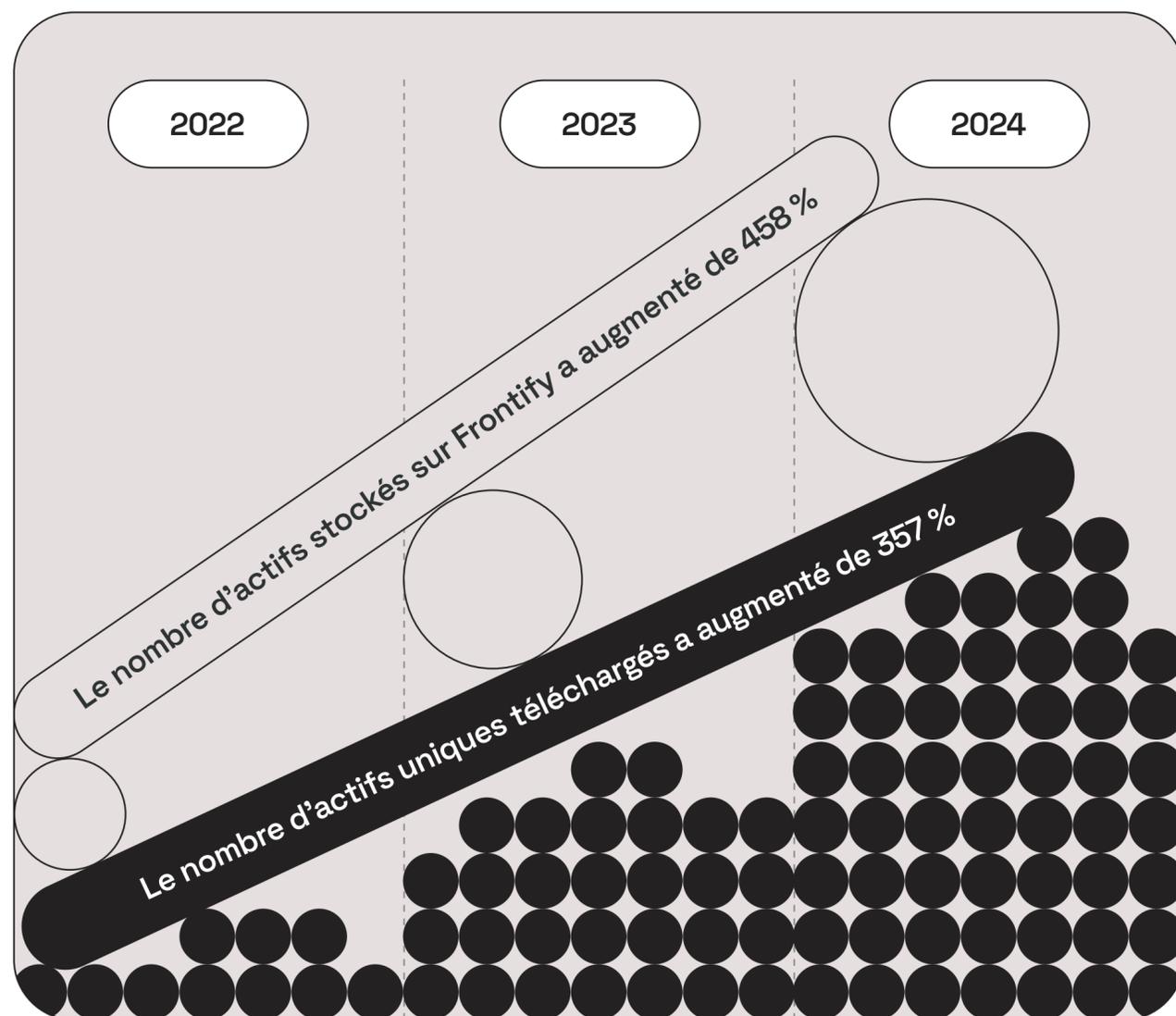
→ **Restez en phase avec votre marché**

Si votre entreprise exerce ses activités aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Allemagne, en Europe de l'Ouest ou dans les pays nordiques, il est fort probable que vos concurrents utilisent une plateforme de gestion de marque. Restez agile et compétitif en tirant parti d'une infrastructure adaptée à votre marque.

3

La déferlante d'actifs

La multiplication des actifs renforce la nécessité d'une recherche plus efficace



Une croissance spectaculaire du nombre total d'actifs

Au cours des trois dernières années, le nombre d'actifs de marque stockés sur Frontify a augmenté de 458%. Le rythme auquel les fichiers sont ajoutés chaque mois a également connu une hausse, avec une progression de 165% du nombre moyen d'actifs ajoutés entre le premier trimestre 2022 et le premier trimestre 2024. Le nombre d'actifs uniques téléchargés a lui aussi fortement augmenté au cours de la même période, atteignant une impressionnante hausse de 357%.

Les équipes responsables du développement de marque font aujourd'hui face à une déferlante d'actifs. Face à la croissance continue des médias numériques et aux nouvelles exigences qui pèsent sur les marques, la gestion des actifs s'est nettement intensifiée. La multiplication des fichiers à gérer et à déployer ainsi que l'augmentation du nombre de points de contact ont un impact direct sur la gestion des actifs (via les systèmes DAM) et sur la facilité d'accès et d'utilisation de ces derniers (via les portails de marque).

Des recherches plus nombreuses et de meilleure qualité

Le nombre de recherches par bibliothèque d'actifs sur Frontify a augmenté parallèlement au nombre de fichiers. On constate une hausse du volume de recherche pour tous les types d'actifs, notamment les documents (+44%), les icônes (+32%), les logos (+142%) et les bibliothèques de médias (+175%).

Cette augmentation des recherches est étroitement liée à la croissance du nombre de fichiers et d'utilisateurs, qui ont de plus en plus besoin d'aide pour s'y retrouver. La quantité d'actifs à gérer est également bien plus élevée. Le taux de recherches n'aboutissant à aucun résultat sur Frontify est ainsi passé de 25% en 2023 à 20% en 2024.

**Principaux points
à retenir pour
votre marque**

→ **Préparez-vous**

Face à la croissance exponentielle du nombre d'actifs, il est important d'adopter de bonnes pratiques d'étiquetage et de structuration des fichiers. Configurez votre système DAM pour le long terme afin de ne pas vous laisser submerger.

→ **L'importance des analyses**

Les outils comme Frontify Analytics vous permettent de suivre l'utilisation des actifs par zone géographique. Profitez-en pour évaluer la conformité de votre marque et identifier les investissements rentables.

→ **Aidez les utilisateurs dans leurs recherches**

20 % des recherches effectuées sur Frontify ne donnent aucun résultat. Pour améliorer l'efficacité des recherches, ajoutez des indications ou des informations sur la structure des actifs.

4

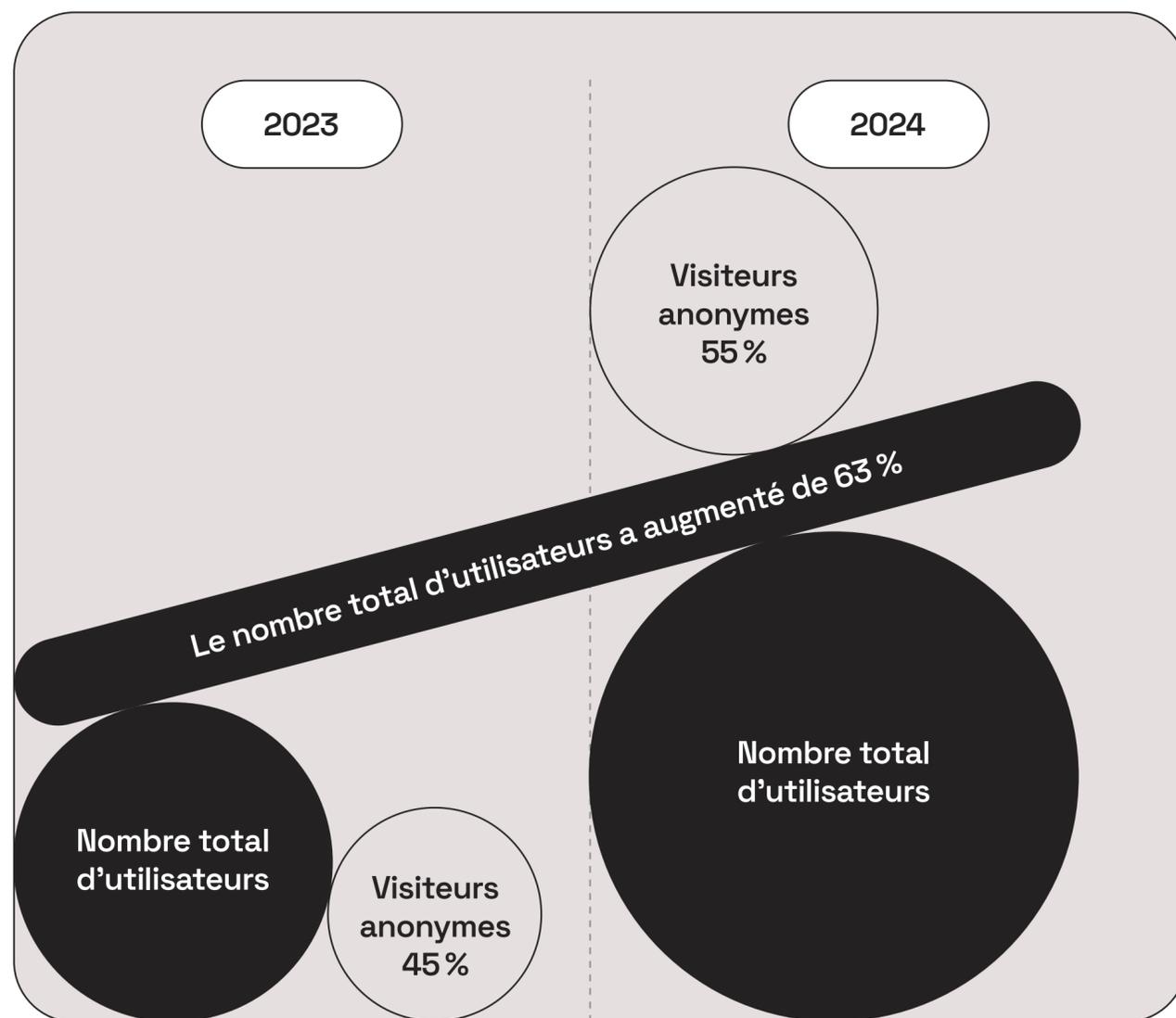
Le

prix

de

l'anonymat

Vos visiteurs sont plus nombreux que jamais, mais qui sont-ils réellement ?



Plus d'utilisateurs (anonymes) sur Frontify

Bien que le nombre total d'utilisateurs sur Frontify ait progressé de 63% au cours de l'année passée, on observe également une hausse des « visiteurs » anonymes (ceux qui ne sont pas connectés).

Le pourcentage de visiteurs anonymes a augmenté de 10 points de pourcentage, passant de 45% au premier trimestre 2023 à 55% au premier trimestre 2024. Ces utilisateurs, dont les identités, les emplacements et les actions sont plus difficiles à déterminer et à analyser, sont aujourd'hui plus nombreux.

Plus de visiteurs, moins de connaissances

Plusieurs comptes Frontify présentent un nombre disproportionné de visiteurs. Plus de 10 d'entre eux comptent environ 1% d'utilisateurs connectés et 99% de visiteurs non identifiés. En haut du classement, un compte affiche 371 utilisateurs connectés pour 119 003 visiteurs anonymes, soit moins de 0.31% d'utilisateurs qui se connectent.

Bien sûr, il s'agit parfois d'un choix délibéré que les propriétaires de marque peuvent faire en fonction des besoins de leur entreprise et de leur communauté. Cependant, de nombreuses marques passent à côté d'informations précieuses. Il est bien plus simple d'améliorer l'expérience utilisateur lorsque l'on est capable d'identifier ses utilisateurs, de comprendre comment ils interagissent avec ses actifs et ses directives, et de suivre leur engagement sur la plateforme.

**Principaux points
à retenir pour
votre marque**

→ Papiers d'identité, s'il vous plaît

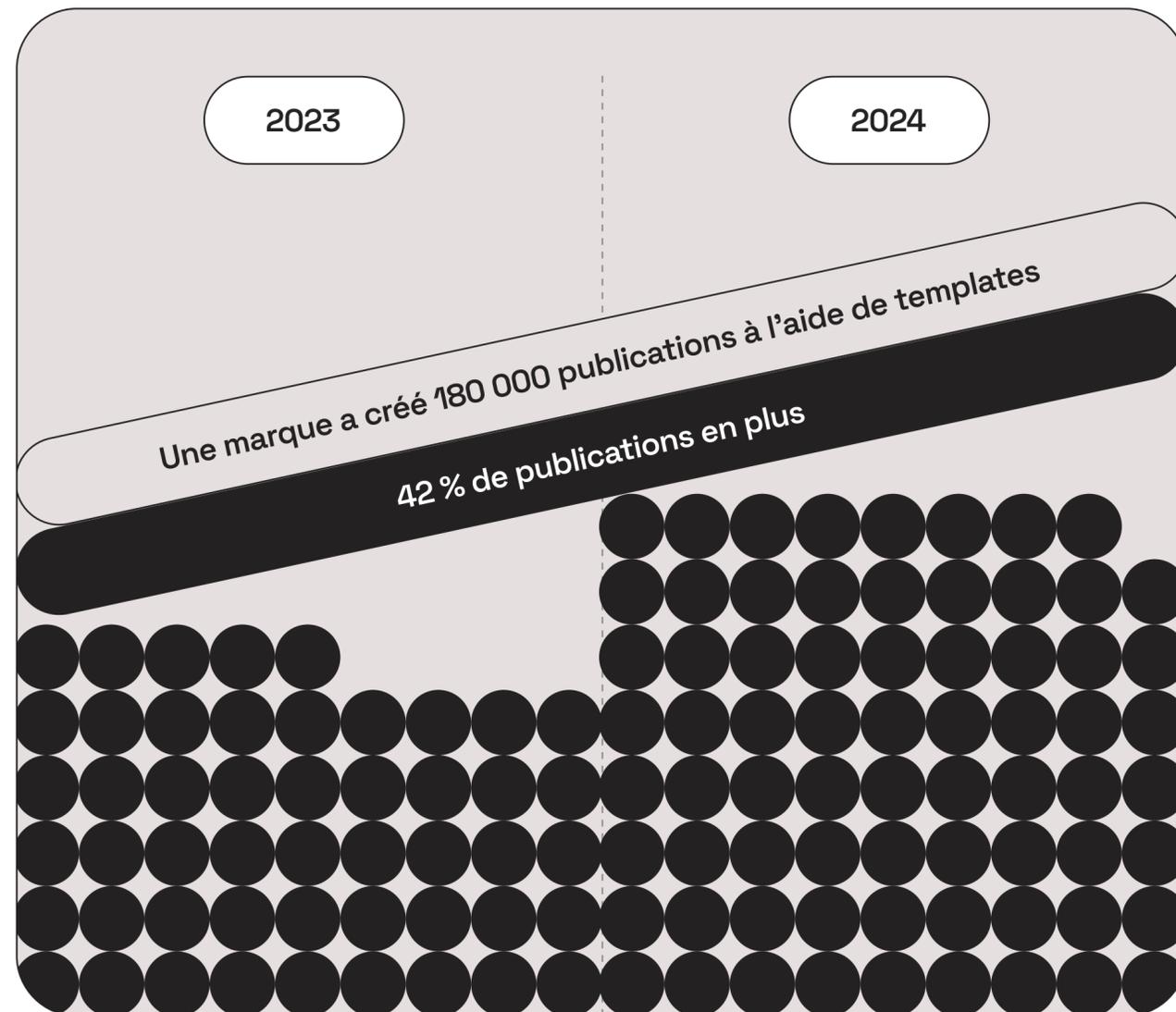
Incitez-vous les visiteurs à se connecter à votre hub ? Pour obtenir des données plus puissantes et plus précises, demandez aux membres de votre communauté de se connecter ou encouragez-les à le faire pour pouvoir suivre leur utilisation.

→ Définissez les niveaux d'accès appropriés

En fonction des besoins de votre marque, définissez clairement quels contenus sont accessibles aux visiteurs occasionnels et lesquels nécessitent une connexion. Restreindre l'accès à certaines ressources peut être un bon moyen de récompenser les utilisateurs fréquents et de recueillir des données sur leur expérience de navigation.

5 La puissance des templates

De plus en plus de marques utilisent les templates pour gagner du temps et de l'argent



Les templates ont le vent en poupe

L'utilisation des templates continue de croître, comme le montre l'augmentation de 42 % du nombre total de publications sur Frontify entre le premier trimestre 2023 et le premier trimestre 2024. À partir des données disponibles, il est facile de comprendre l'impact majeur que peuvent avoir les templates pour les marques.

La marque qui compte le plus de publications basées sur des templates, autrement dit celle qui a utilisé un template le plus grand nombre de fois pour créer du nouveau contenu sur Frontify, a permis la création de plus de 180 000 publications en combinant tous ses templates.

Le template le plus utilisé sur Frontify a été publié de 13 000 fois. Les 10 templates suivants comptent entre 5 000 et 9 000 publications.

Les templates boostent l'efficacité

En moyenne, un template permet de créer jusqu'à 32,5 publications sur Frontify. Cela représente des gains d'énergie considérables (jusqu'à 30 fois moins d'efforts), tout en assurant la cohérence et l'attractivité de la marque. En remplaçant plusieurs processus de conception individuels par un template, les marques peuvent gérer leurs ressources de manière plus efficace.

**Principaux points
à retenir pour
votre marque**

→ **Ne vous limitez pas aux templates**

Les données montrent à quel point les templates peuvent être puissants. En plus d'offrir des gains de temps et d'énergie aux designers, ils permettent aux utilisateurs de construire votre marque en accord avec votre vision et vos principes. Lorsqu'il est question de productivité, un outil utilisé plus de 13 000 fois ne doit pas être sous-estimé.

→ **Mesurez l'impact**

Avec Frontify Analytics, vous pouvez suivre l'utilisation et l'efficacité des différents templates. C'est un bon moyen d'identifier de nouvelles opportunités pour renforcer la marque et de déterminer quels templates sont les plus à même d'améliorer et de perfectionner vos processus.

Conclusion

Investir dans l'infrastructure de votre marque

Nous savons tous qu'une marque ne se limite pas à un logo. Cependant, les marques sont si complexes qu'il est difficile de trouver une définition claire et concise qui en capture toutes les subtilités.

Bien souvent, on oublie de considérer la marque comme un système capable de produire des résultats. Un réseau unique et interconnecté de personnes, d'outils et de ressources qui peuvent vous aider à créer l'impact que vous souhaitez avoir sur le monde. Un environnement que vous pouvez concevoir, façonner et améliorer à l'infini.

La première analyse des données de Frontify au niveau mondial révèle un changement majeur dans le fonctionnement des marques : de plus en plus de marques utilisent des logiciels comme Frontify pour structurer la collaboration. Parallèlement, le volume et l'intensité des actifs continuent d'augmenter fortement.

Face à cette hausse du volume d'actifs, de nombreuses marques se sont retrouvées contraintes à investir dans un système leur permettant de gérer toutes leurs ressources à l'échelle de l'entreprise.

Or, les données montrent que l'analyse des interactions entre les individus et les marques peut fournir de précieuses informations pour réduire la charge de travail et déceler des opportunités d'amélioration des performances.

S'il y a une leçon à tirer de ces cinq tendances, c'est bien celle-ci : investissez dans l'infrastructure de votre marque. Considérez votre marque comme un système et réfléchissez à la manière dont vous pouvez l'optimiser et la façonner afin de faire face à l'augmentation inédite des fichiers et des points de contact.

Pour assurer votre succès futur, vous devez à tout prix adopter une approche plus systématique de votre marque, où chaque membre de votre réseau possède les outils et les connaissances nécessaires pour contribuer à son développement en accord avec la stratégie et la vision de votre entreprise.



Frontify