

hello@
frontify.com



Where  Lives



L'histoire de WIDE et Pierre Fabre

Un design system pour les gouverner tous

Le travail de l'agence WIDE avec Pierre Fabre est une histoire qui mérite d'être célébrée. La collaboration a commencé par une question centrale : «Comment accélérer la transformation digitale et améliorer l'expérience client quand on est le 2ème plus grand laboratoire dermo-cosmétique au monde avec des filiales sur 45 marchés et un réseau de distribution actif dans plus de 116 pays ?» C'est ce que le groupe Pierre Fabre a chargé son agence partenaire WIDE de résoudre en construisant un nouvel écosystème digital pour toutes les marques de son groupe – avec l'aide de Frontify.





Pierre Fabre est un grand groupe pharmaceutique français et l'inventeur des dermo-cosmétiques, omniprésents dans les secteurs de la santé et de la beauté. En 2020, dans le cadre d'une démarche globale d'accélération digitale, Pierre Fabre a fait appel à l'expertise digitale de WIDE pour optimiser son expérience client. Le rôle de WIDE était d'imaginer et de concevoir un parcours omnicanal pour toutes les marques de Pierre Fabre. Le tout en optimisant les coûts, les délais de mise sur le marché, en maintenant la cohérence de la marque et en assurant la scalabilité de la plateforme.

L'un des grands défis qu'ils ont dû relever était d'adopter une approche rationnelle de la gestion des marques qui permettrait

- de rationaliser la création des sites des marques de Pierre Fabre dans le monde entier
- de réutiliser le contenu sur tous les canaux et faciliter la customisation par pays
- d'optimiser l'expérience client, en créant une synergie entre la plateforme e-commerce et les chartes graphiques
- de partager les outils, les ressources et l'expertise technique entre les différentes marques du groupe
- de fournir une solution multimarque évolutive pour garantir la pérennité de la plateforme et faciliter la croissance du groupe.

Principaux objectifs convenus dès le départ



- Développer la présence des marques du groupe sur les canaux digitaux.
- Renforcer le territoire, l'engagement et la conversion de la marque.
- Développer la connaissance client

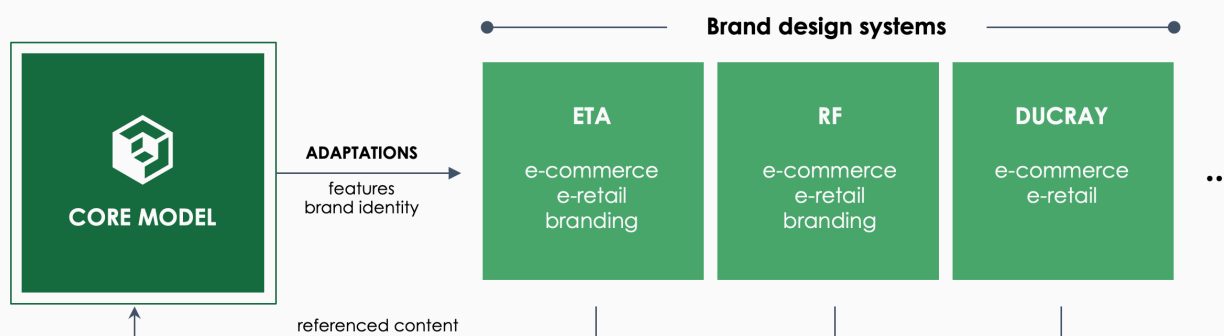


WIDE a travaillé sur l'intégration du design system dans une usine à sites afin d'assurer que tous les médias de la marque soient immédiatement et facilement utilisables. Le tout afin de favoriser le retour sur investissement et la croissance des ventes sur les différents canaux digitaux. En suivant sa méthodologie centrée sur l'utilisateur, WIDE a décidé d'impliquer les utilisateurs finaux tout au long du projet en recherchant et en testant l'écosystème existant avec plus de 500 utilisateurs. Cette phase de recherche a permis à WIDE de comprendre en profondeur les besoins et les difficultés de chaque utilisateur afin de concevoir des parcours plus efficaces et créer une expérience client exceptionnelle. En se basant sur deux des marques pilotes de Pierre Fabre (Eau Thermale Avène et René Furterer), WIDE a construit un design system composite pour répondre aux problèmes de rationalisation pour toutes les marques. Cette logique a ensuite conduit à la création d'un design system central, nommé le «Core Model». L'idée était d'adapter ce modèle à chaque marque du groupe. WIDE avait donc besoin d'un processus qui puisse être facilement répété et adapté à chacune des marques du groupe. Dans cette optique, WIDE a utilisé un ratio 80-20 pour construire le système de design de chaque marque, 80% étant constitué d'éléments génériques partagés par toutes les marques de Pierre Fabre et 20% consistant des éléments spécifiques à chaque marque comme l'identité graphique et les besoins fonctionnels uniques.



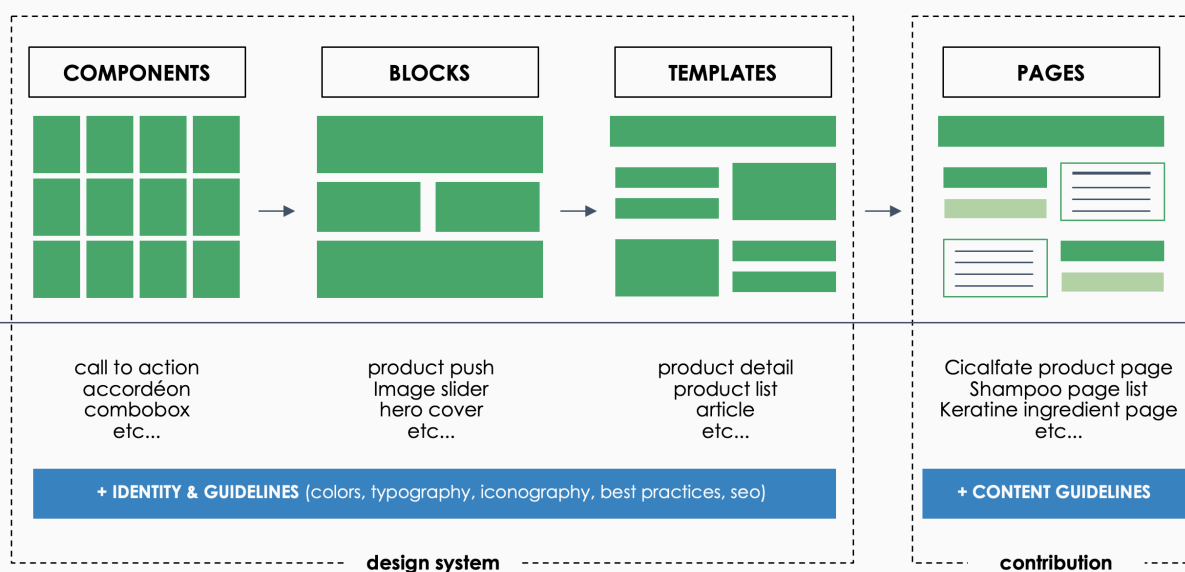
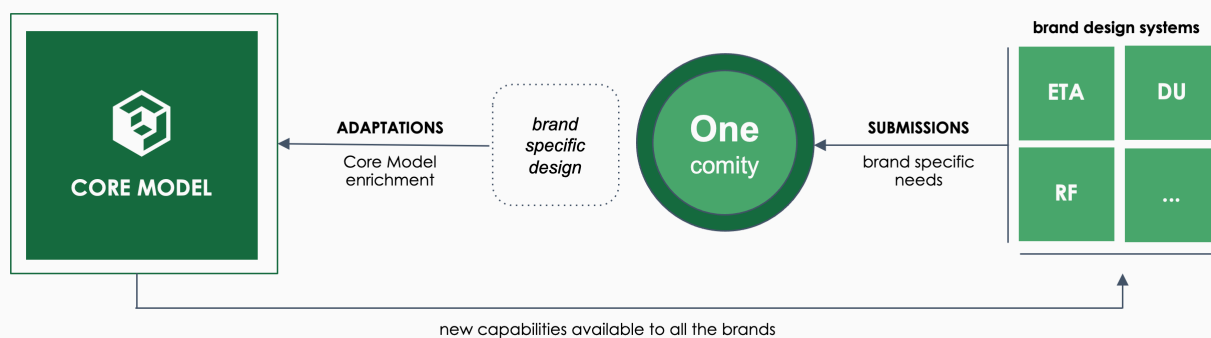
«Lorsque Pierre Fabre est venu nous voir avec ce défi, nous avons immédiatement compris qu'il fallait pousser la philosophie du design system pour créer une expérience client cohérente et efficace sur tous les points de contact numériques des différentes marques du groupe.»

Brice Najda, Experience Design Consulting Director, WIDE Agency





Chaque design system a été créé en tant que duplicata du modèle de base. Et tout le contenu générique (descriptions, spécifications des composants, etc.) était stocké dans le système de conception principal à l'aide de la fonctionnalité de contenu référencé de Frontify. Cette approche a permis à WIDE de partager les développements futurs et d'apporter continuellement des améliorations qui profiteraient durablement à toutes les marques. Le «Core Model» comprend une bibliothèque de composants et de modèles qui suivent les directives de la marque Pierre Fabre.



Les principes de l'Atomic Design ont été utilisés pour structurer les différents éléments du Core Model



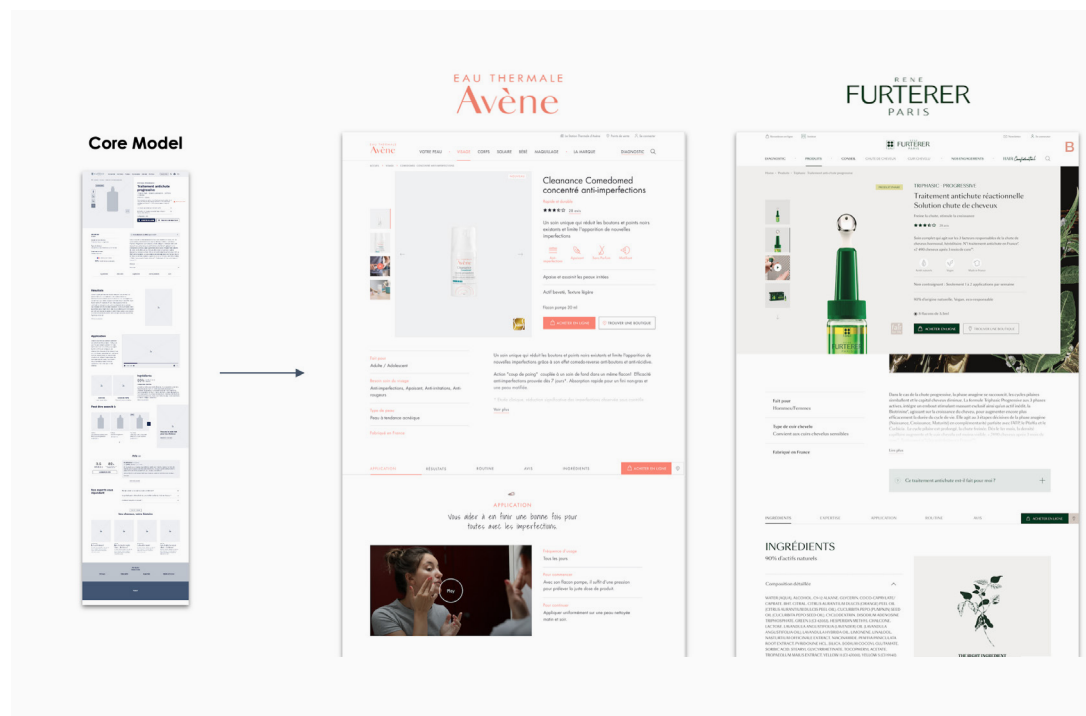
«Ces jours-ci, nous travaillons sur le déploiement pour les marchés internationaux (8 marques / 40 pays). Nous profitons pleinement de cette approche, car il nous suffit de quelques semaines pour déployer un nouveau site web pour un marché spécifique, au lieu de plusieurs mois comme auparavant. Nous prévoyons de déployer 120 sites web au cours des 8 prochains mois.»

Brice Najda, Experience Design Consulting Director, WIDE Agency

Les étapes de création

Pour construire le «Core Model» et les design systems des différentes marques, WIDE a suivi plusieurs étapes clés :

- Définir la stratégie d'expérience et les grands principes qui allaient guider le travail de conception
- Réaliser cinq sprints de conception pour créer tous les modèles nécessaires pour aborder chaque parcours utilisateur, sur la base des deux marques pilotes
- Identifier et rationaliser chaque bloc ou composant de l'approche sur le «Core Model»
- Transformer les templates et les blocs en un modèle graphique mobile et desktop pour chaque marque





Frontify et WIDE – un mariage parfait Mais pourquoi Frontify en premier lieu ?



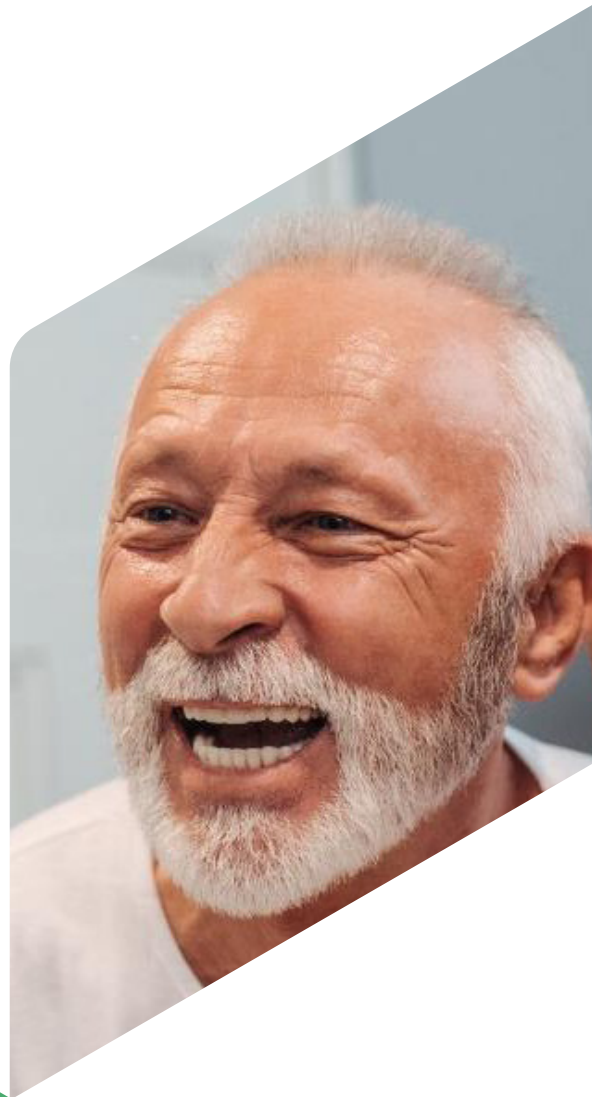
- Maîtriser les coûts de développement et de maintenance grâce à notre approche SaaS
- Bénéficier d'un outil en constante évolution
- Fournir un cadre et un support basés sur les meilleures pratiques du marché
- Bénéficier d'un support dédié et d'une communauté engagée
- Intégration facile avec les logiciels tiers

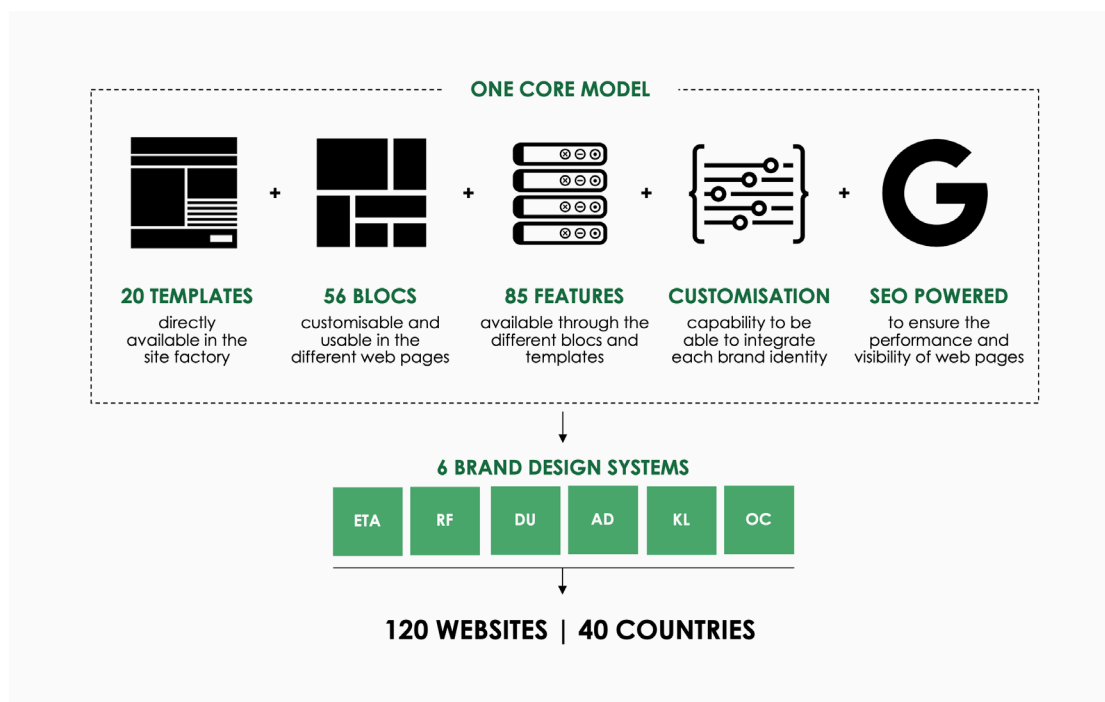
Tous les éléments ont également utilisé un design réactif, une couche de référencement et des capacités de personnalisation pour correspondre aux différentes identités de marque du groupe. Pour héberger le «Core Model» et les systèmes de conception des marques, WIDE avait besoin d'une plateforme robuste et flexible, capable de s'adapter à une architecture spécifique. C'est là que Frontify est entré en ligne de compte.

Le rôle de Frontify était simple :

- Créer une source unique de vérité pour tous les actifs de Pierre Fabre
- Partager ces actifs de marque avec toutes les parties prenantes pour les aider à créer de nouveaux points de contact numériques pour Pierre Fabre et toutes ses sous-marques.
- Présenter le «Core Model» et ses compétences, et offrir des suggestions d'utilisation.

Jusqu'à présent, les résultats ont été positifs. La solution a établi une base solide pour toutes les marques et tous les partenaires de Pierre Fabre. Et, au cours des trois prochaines années, elle servira de base au développement de l'écosystème numérique complet du groupe.





Comme le dit WIDE : Une collaboration vertueuse !

Un projet de cette envergure ne fonctionne que si tous ses acteurs partagent une vision commune et un engagement sans faille pour plus d'efficacité. WIDE a eu la chance de travailler avec un client qui lui a fait confiance et qui était prêt à construire un véritable partenariat avec son équipe. La rigueur et le professionnalisme de l'équipe projet de Pierre Fabre et des deux marques pilotes (Eau Thermale Avène et René Furterer) avec lesquelles WIDE a collaboré initialement ont été des facteurs clés dans la réussite du projet et de sa mise en œuvre.

Frontify a supporté cette collaboration avec un design system central qui a permis de satisfaire les besoins du groupe Pierre Fabre en matière de gestion multimarques et d'efficacité de conception. Chez Frontify, nous sommes fiers du travail que nous avons accompli avec WIDE et nous sommes impatients de nous lancer dans le futur avec eux et Pierre Fabre.

Related Links:

[WIDE Website](#)

[Video Case Story \(FR\)](#)

Utilise Frontify depuis

2020

Produits

**Brand
Guidelines
Creative
Collaboration**