



État du CMS 2023: France

À PROPOS DE CE RAPPORT

Les systèmes de gestion de contenu (Content Management System) sont au cœur de toute entreprise moderne. Ils assurent la liaison entre les marques et leurs publics en ligne et prennent en charge les opérations quotidiennes qui accompagnent la gestion de l'organisation. En tant que noyau d'une entreprise, il ne suffit pas qu'un CMS fasse le strict minimum. Dans un monde où les attentes des clients sont élevées, les systèmes ainsi que leurs utilisateurs doivent constamment évoluer pour créer la meilleure expérience possible.

Les habitudes d'utilisation françaises continuent de se développer, qu'il s'agisse du profil des utilisateurs qui interagissent avec le CMS ou du nombre de systèmes pour la gestion de contenus qui sont utilisés en même temps. La technologie de base a connu elle-même des évolutions significatives: le CMS monolithique - autrefois universel - avec un frontend et un backend étroitement couplés, ne détient plus le monopole sur les utilisateurs. La technologie "Headless" - des systèmes où le back-end est complètement indépendant du front-end - a changé la donne, transformant ce que les utilisateurs peuvent attendre de leur système de gestion de contenu. Il est essentiel de suivre l'évolution de ces tendances pour comprendre l'état actuel et futur du secteur.

C'est pourquoi Storyblok a compilé le rapport State of CMS 2023 : France. Nous faisons le point sur les besoins et le comportement de l'utilisateur moderne : qu'est-ce qui fait qu'un CMS vaut la peine d'être utilisé et un autre d'être abandonné ? Comment la révolution headless a-t-elle affecté les performances de leur entreprise ? Comment atteignent-ils leur public actuel, et comment cette stratégie va-t-elle évoluer dans les années à venir ?

Pour trouver la réponse à ces questions et à bien d'autres, nous avons recueilli des données auprès d'utilisateurs de toute la région afin de comprendre leurs choix et, par conséquent, le rôle que les CMS jouent sur un marché français en constante évolution.

Total des répondants : 145

Table des matières

- 4** **Résumé**
- 5** **État du CMS 2023 : France**
- 6** **Résultats du sondage**
- 22** **Principaux points à retenir**

Résumé

- 1** La majorité des utilisateurs (**54%**) ont besoin de 2 ou 3 CMS pour gérer leurs contenus, et 10% utilisent 4 CMS ou plus.
- 2** Les principales raisons justifiant l'utilisation de plus d'un CMS sont: la volonté de minimiser les risques de livraison, le besoin d'une nouvelle stack technologique, et le besoin de fonctionnalités omnicanales.
- 3** Des processus chronophages, des problèmes de sécurité, et la difficulté à apprendre un nouveau système, de nouvelles compétences ou de nouvelles technologies, sont respectivement les trois raisons principales qui poussent les entreprises à changer de système de gestion de contenu (CMS).
- 4** **34%** des personnes interrogées estiment que les flux de travail de leur CMS actuel sont difficiles ou très difficiles.
- 5** Dans la majorité des entreprises françaises interrogées, les fonctions finance, ressources humaines et marketing utilisent régulièrement un CMS. **12%** des développeurs travaillent de manière habituelle avec un CMS.
- 6** **47%** des entreprises françaises sont déjà passées à un CMS headless pour gérer leur contenu à partir d'un hub central et pour le publier simultanément sur n'importe quel canal.
- 7** Une écrasante majorité (**89%**) d'entreprises déclarent une amélioration des indicateurs clés de performance (KPIs) depuis l'utilisation d'un CMS "headless", notamment en ce qui concerne l'accès à de nouveaux marchés, l'amélioration du trafic sur site et le gain de temps.

L'état du CMS- France

Les systèmes de gestion de contenu sont des outils essentiels pour les organisations depuis environ 25 ans. La technologie continue d'évoluer, tout comme la compréhension générale de ce qu'est un CMS et de ce qu'il peut faire. Cependant, la connaissance et l'utilisation de ces systèmes n'est pas nécessairement universelle, et tous les membres de l'équipe ne sont pas en contact direct avec eux au quotidien. Il est important de noter que cette évaluation de l'état des CMS a été faite sur la base des utilisateurs actifs.

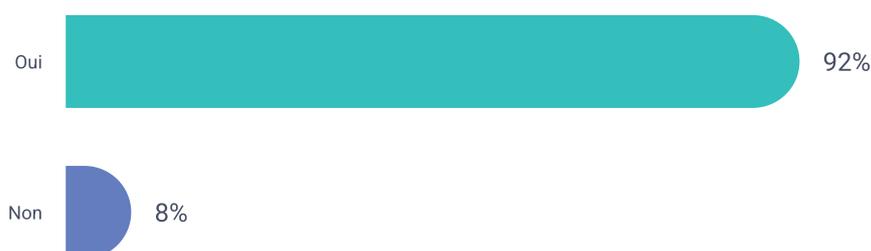
Pour cela, nous avons commencé l'étude par une question de sélection afin de nous assurer que les personnes interrogées connaissaient bien la manière dont leur organisation gère le contenu :

“ Un système de gestion de contenu (autrement appelé CMS) est une application logicielle qui permet aux utilisateurs de créer et de gérer un site web sans avoir à le coder à partir de zéro.

SUR LA BASE DE LA DESCRIPTION CI-DESSUS, UTILISEZ-VOUS ACTUELLEMENT UN CMS DANS VOTRE ORGANISATION ?

Ceux qui ont répondu "oui" ont poursuivi l'étude, tandis que ceux qui ont répondu "non" ont été dispensés. Cela a permis de s'assurer que tous nos participants opèrent dans une entreprise qui utilise un CMS.

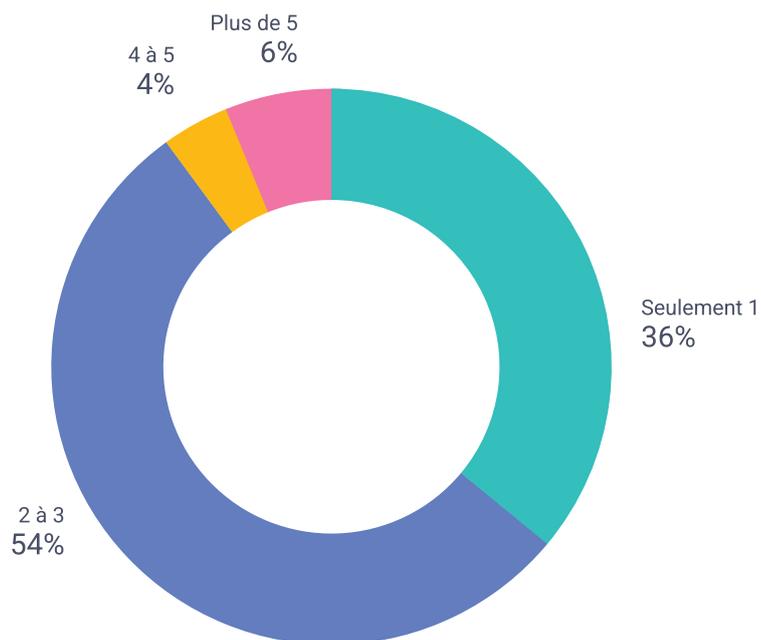
Nos résultats ont révélé ce qui suit :



La grande majorité des répondants français (92 %) a indiqué qu'elle utilise actuellement un CMS dans son organisation, et a donc pu répondre avec précision aux questions suivantes. Après la question de qualification, l'échantillon qualifiant est passé de 145 à 134 participants.

Résultats du sondage

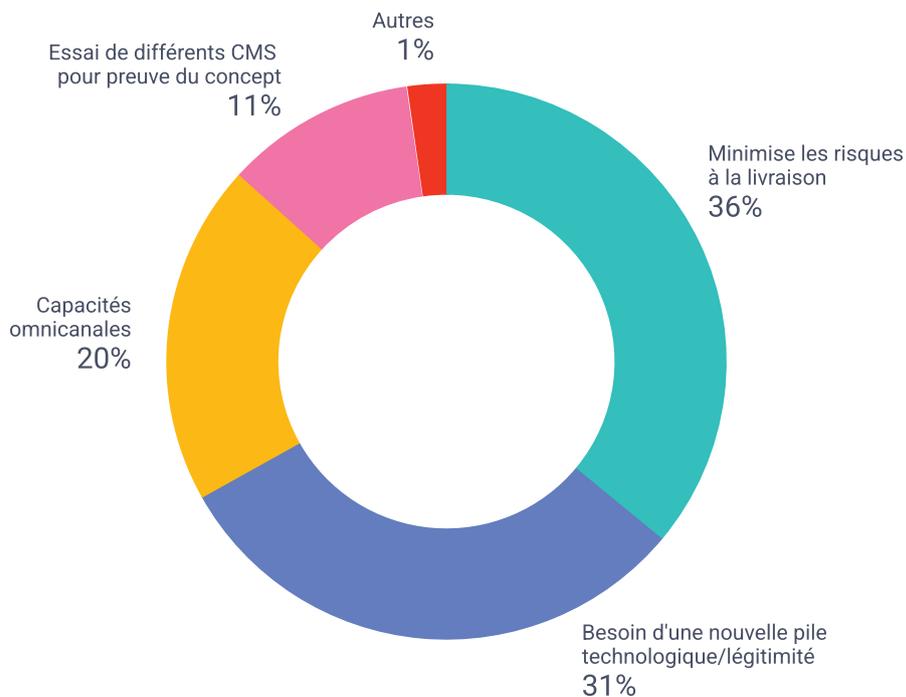
1 Combien de CMS utilisez-vous actuellement dans votre organisation ?



La plupart des répondants (54%) utilise 2 à 3 CMS dans leur organisation. L'utilisation la plus courante suivante était un seul CMS (36%). L'utilisation de 4 CMS ou plus est extrêmement rare, avec seulement 10%.

2

Si vous utilisez plus de 2 CMS dans votre organisation, veuillez sélectionner les raisons pour lesquelles vous avez besoin d'utiliser plus de 2 CMS dans votre organisation :



L'utilisation de plusieurs CMS n'est pas toujours judicieuse : elle peut entraîner des problèmes tels que la désorganisation du flux de travail, le cloisonnement du contenu et des problèmes de communication. Il est donc important de comprendre pourquoi certains utilisateurs continuent à utiliser plusieurs CMS malgré ces inconvénients.

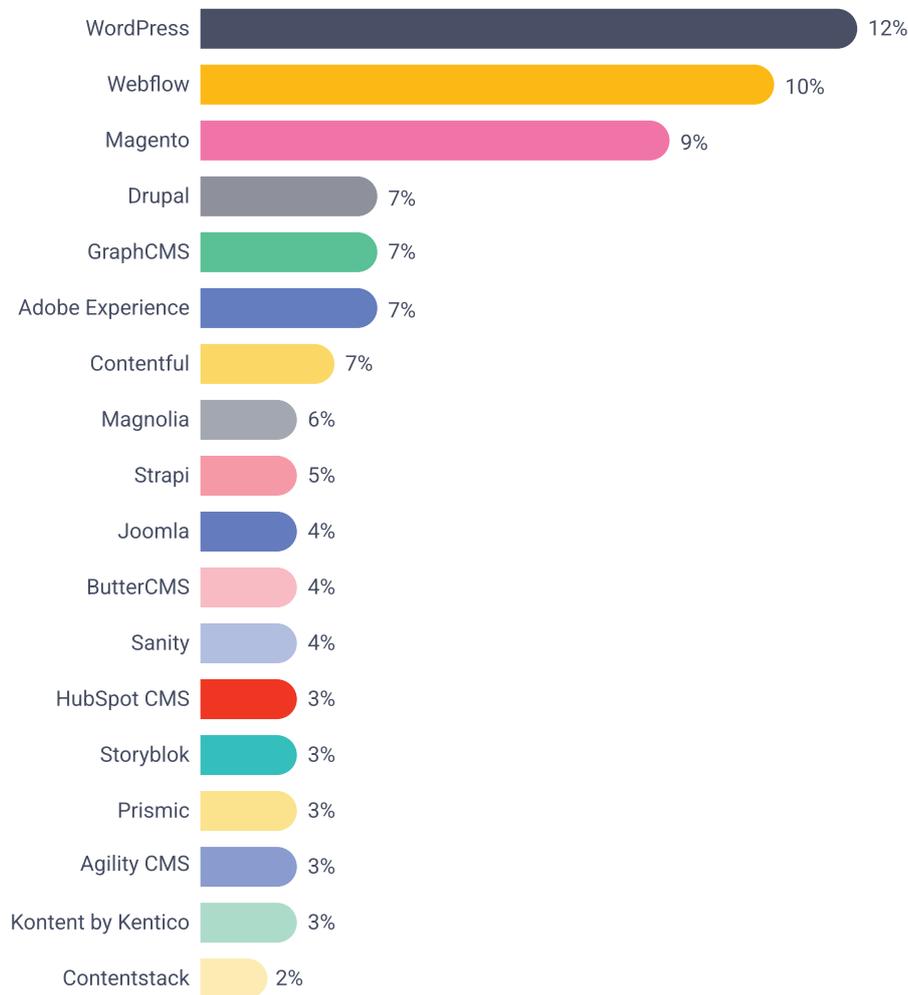
La raison la plus fréquemment citée pour l'utilisation de plus de deux CMS est la volonté de **minimiser les risques de livraison**. Il s'agit de la conviction que les API - des applications qui permettent à deux programmes de communiquer sans les connecter directement - peuvent échouer. La technologie headless s'appuie sur l'utilisation d'API pour diffuser du contenu. Toutefois, il convient de noter que les API garantissent également que les programmes connectés existent indépendamment les uns des autres, éliminant ainsi la menace d'une défaillance totale du système. Les systèmes monolithiques ne peuvent pas offrir de telles mesures.

La deuxième raison qui semble justifier l'utilisation de plus de deux CMS est de satisfaire un besoin de nouveauté technologique ou légale. Les systèmes monolithiques ne sont pas conçus pour être adaptables : la nature tout-en-un et étroitement connectée de la technologie rend difficile les changements ou l'ajout de nouveaux programmes. Il peut s'agir d'un processus coûteux et difficile qui comporte le risque de faire planter l'ensemble du système en cas de défaillance. Ainsi, les utilisateurs qui ont besoin de capacités supplémentaires pensent qu'il est plus facile de simplement ajouter un nouveau CMS à leur infrastructure digitale. Mais malheureusement, ce n'est pas une solution durable.

La troisième raison la plus fréquemment citée concerne l'omnicanalité. Les stratégies omnicanales sont un élément essentiel du marketing moderne. Les clients s'attendent à pouvoir accéder au contenu par le biais d'un grand nombre de canaux, et ce nombre ne cesse de croître. Cependant, les systèmes monolithiques ne sont pas adaptés à la fourniture d'expériences omnicanales : le backend est lié à un frontend unique et inflexible, ce qui signifie qu'il est extrêmement difficile de diffuser du contenu sur plusieurs plateformes. C'est peut-être l'une des raisons pour lesquelles les utilisateurs ont recours à un écosystème multi-CMS.

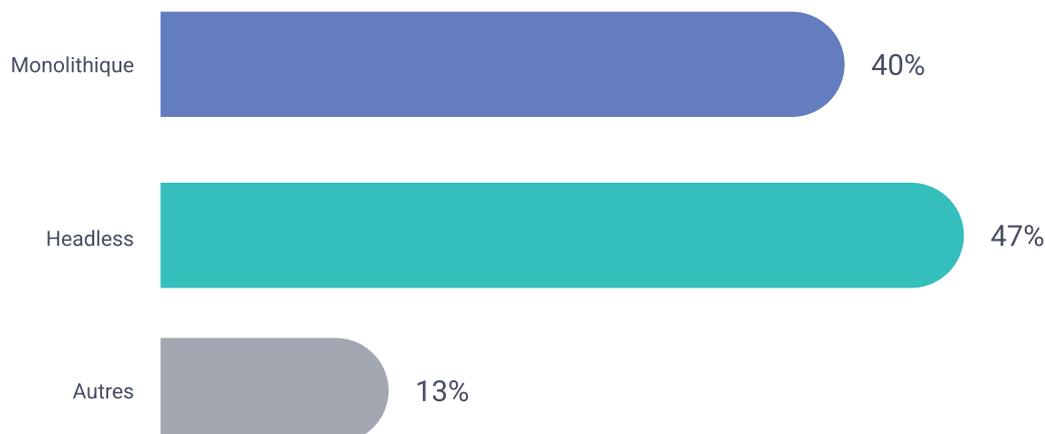
3

Quels sont les CMS que vous utilisez actuellement ?



Le CMS le plus couramment utilisé dans l'échantillon est WordPress. WordPress est une plateforme monolithique qui alimente environ 43,2 % de tous les sites web dans le monde, sa popularité n'est donc pas surprenante. Il est suivi de Webflow, Magento et Drupal.

Cette question de l'enquête indique également les modèles d'utilisation plus généraux en ce qui concerne le type de CMS, c'est-à-dire combien de personnes utilisent des systèmes monolithiques, headless ou autres.

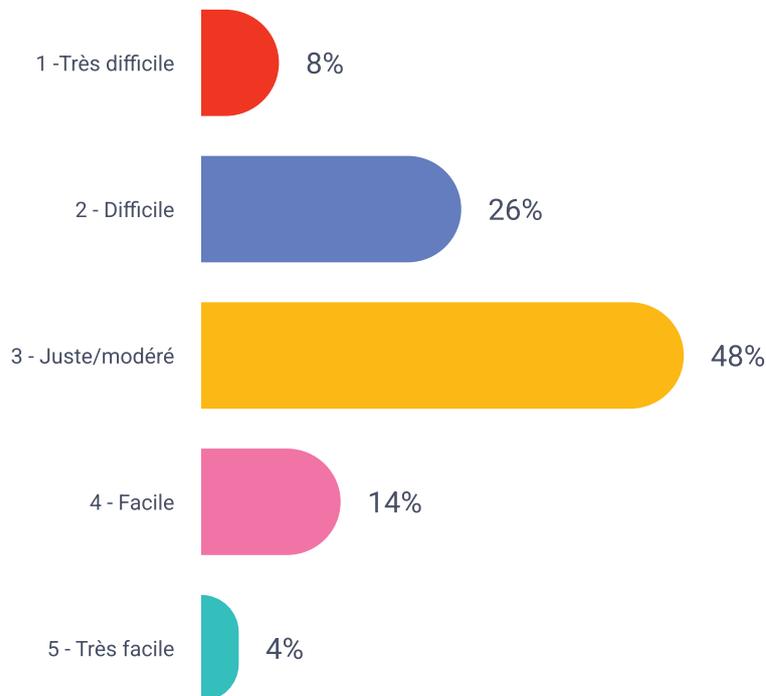


Les systèmes headless constituent la majorité de l'échantillon français, avec un pourcentage impressionnant de 47%. Les systèmes monolithiques représentent 40% et les autres systèmes (tels que les concepteurs de pages, les applications web et les CMS sur mesure) arrivent en dernière position avec 13%.

C'est un signe clair que le marché français a adopté les avantages du système headless en optant pour ce type de CMS plutôt que pour les autres solutions. Il dépasse même les résultats de l'étude globale, où 36% des utilisateurs ont opté pour le headless. Cela se reflète également dans les résultats de la question 11, qui indique qu'une écrasante majorité des mêmes répondants ont constaté des améliorations après avoir adopté un CMS headless.

4

Comment évaluez-vous les processus de votre équipe/organisation avant l'adoption d'un CMS ? - 1 étant très difficile et 5 étant très facile



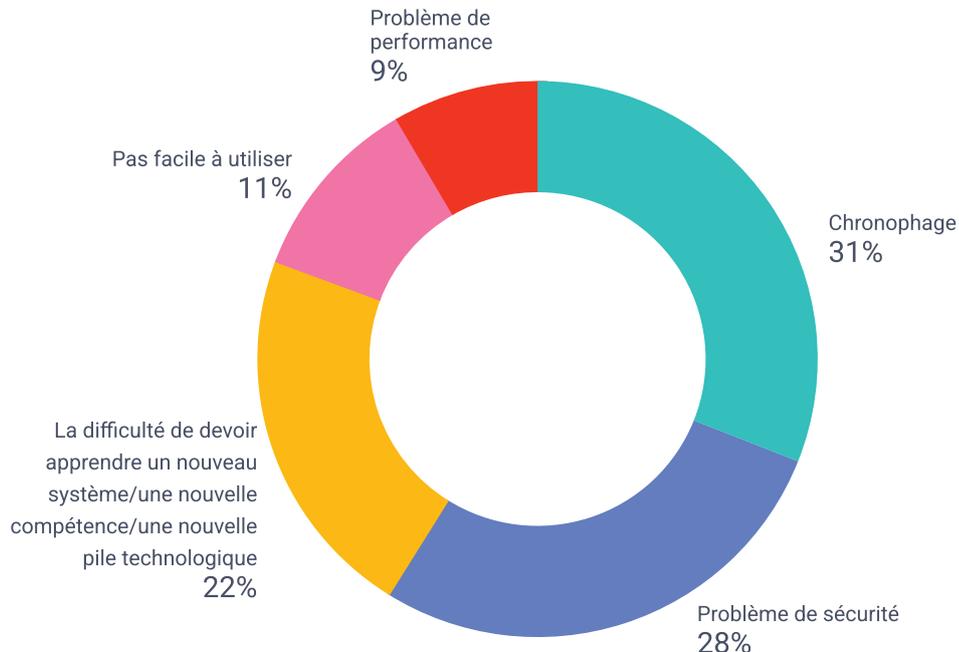
Les CMS apportent souvent de grands changements aux organisations, ce qui rend le contraste entre l'expérience antérieure et actuelle intéressant à étudier.

Dans ce contexte, **la majorité des répondants ont déclaré que leurs processus organisationnels avant l'utilisation d'un CMS étaient corrects/modérés**. 34% ont indiqué que c'était difficile ou très difficile, et environ 18% ont trouvé que c'était facile ou très facile.

Bien que la plupart des participants aient indiqué que leur expérience était modérément facile ou plus facile, la question 5 révèle un grand nombre de points sensibles. Le principal parmi eux est que les processus d'implémentation prennent du temps et s'accompagnent de problèmes de sécurité, qui ne sont pas nécessairement liés à la facilité d'utilisation. Cela implique que si la facilité d'utilisation est un facteur important pour les utilisateurs de CMS, elle n'est pas la priorité absolue. C'est peut-être l'une des raisons pour lesquelles les entreprises passent de simples systèmes monolithiques à des systèmes headless plus complexes et plus efficaces.

5

Quels ont été les points sensibles et/ou les fonctionnalités manquantes qui vous ont poussé à migrer vers une plateforme spécifique ?



Il est peu probable que les utilisateurs qui passent à une nouvelle plateforme fassent un tel changement à cause d'une seule criticité. C'est pourquoi les utilisateurs ont pu choisir plusieurs options pour cette question. **Le point critique le plus courant, et de loin, est que l'ancienne plateforme prenait beaucoup de temps.** Une meilleure gestion du temps a un impact sur chaque partie du pipeline de contenu et l'améliorer peut être un moyen essentiel d'optimiser les performances d'une organisation dans son ensemble.

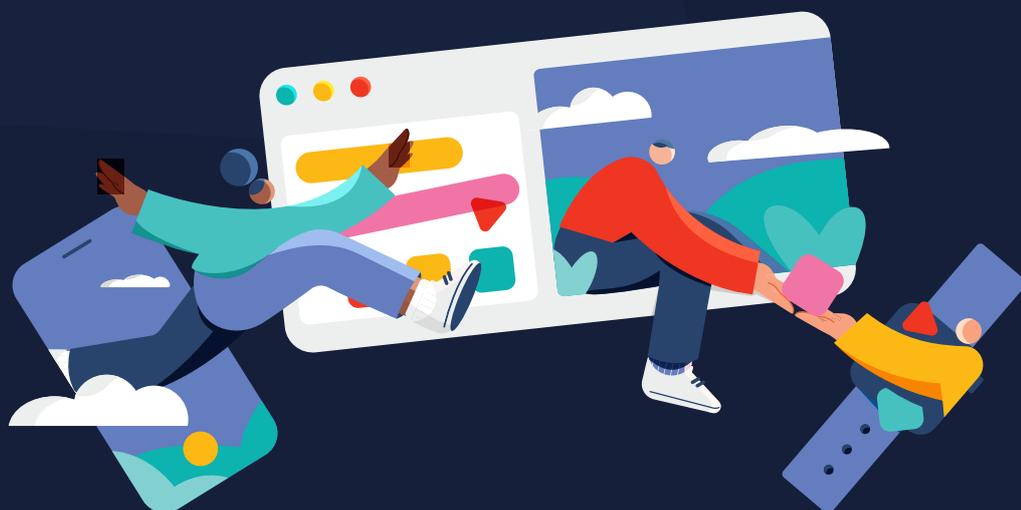
Les **problèmes de sécurité** constituent le deuxième point faible le plus courant. Les menaces à la sécurité d'un CMS peuvent avoir de graves conséquences pour l'entreprise : perte de revenus, vol de données et perte de confiance des clients. C'est l'une des raisons pour lesquelles de nombreux utilisateurs choisissent un CMS headless. L'utilisation des API signifie qu'en cas d'attaque, chaque programme est naturellement mis en quarantaine, de sorte qu'un risque de sécurité dans un domaine ne peut pas se propager à un autre. Les menaces sont contenues immédiatement. C'est l'inverse d'un système monolithique, où une seule faille de sécurité peut potentiellement corrompre tout le système.

Le troisième point sensible le plus fréquemment cité est la **difficulté d'apprendre un nouveau système/compétence/technologie**. Il s'agit là d'un autre aspect qui peut avoir un impact négatif sur la productivité et l'efficacité d'une entreprise - l'incapacité à modifier les anciens programmes et à en ajouter de nouveaux peut signifier prendre du retard à mesure que les attentes des clients et la technologie évoluent.

PRÉSENTATION DE STORYBLOK

Storyblok : Comment le récit de l'histoire de marque prend de l'ampleur

Storyblok est le système de gestion de contenu headless qui permet à plus de 100 000 développeurs et équipes de contenu de créer de meilleures expériences de contenu sur tous les canaux numériques.



APPROUVÉ PAR



STRONGER

augmentation de
123% du trafic en 6
mois

MARC O'POLO

mise en œuvre
complète de
Storyblok en **14**
jours

WÜSTHOF

augmentation de
50% du chiffre
d'affaires en 60
jours

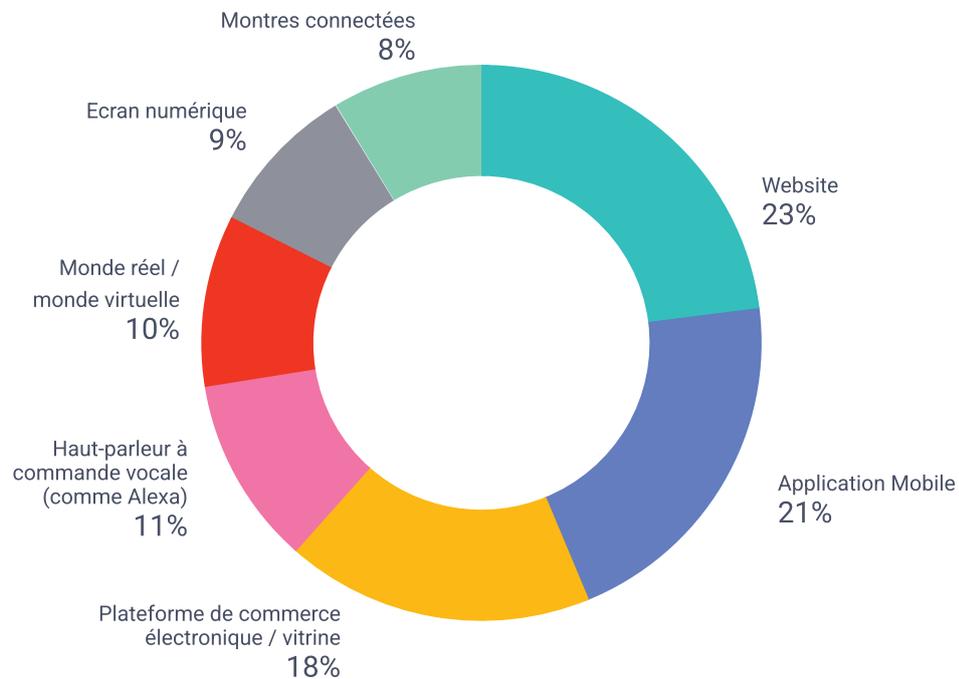
UPC

performance du
site web **3** fois
plus rapide

Pour en savoir plus sur la façon dont Storyblok aide les entreprises à offrir une expérience numérique de nouvelle génération, [lisez nos études de cas.](#)

6

Quelles sont les plateformes et les canaux que vous desservez actuellement avec votre CMS ?

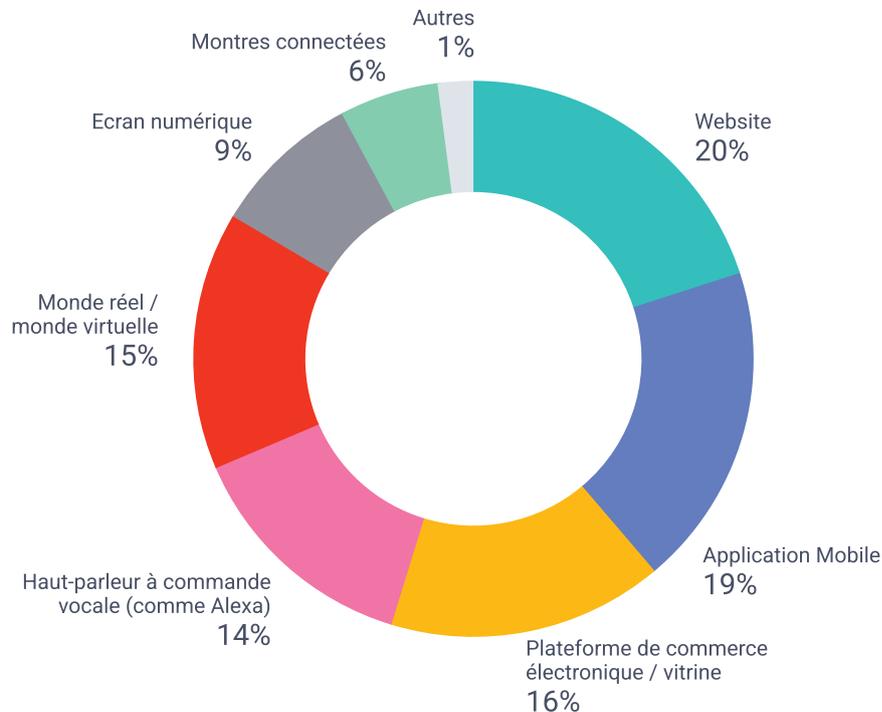


Les canaux les plus couramment utilisés par les CMS sont, dans l'ordre, **les sites web, les applications mobiles et les plateformes/portails de commerce électronique**. Étant donné qu'il s'agit de canaux typiques pour les organisations modernes, cela n'est pas surprenant.

Cependant, il est important de noter que les options de l'Internet des objets (IoT) sont également assez populaires, contrairement aux résultats relativement faibles de l'étude globale. Cela peut suggérer que les marchés français adoptent des stratégies omnicanales avant les autres. Étant donné que les CMS headless sont extrêmement bien adaptés pour servir plusieurs canaux, cette théorie est encore renforcée par les résultats de la question 3 qui montrent le grand nombre d'utilisateurs de CMS headless dans l'échantillon.

7

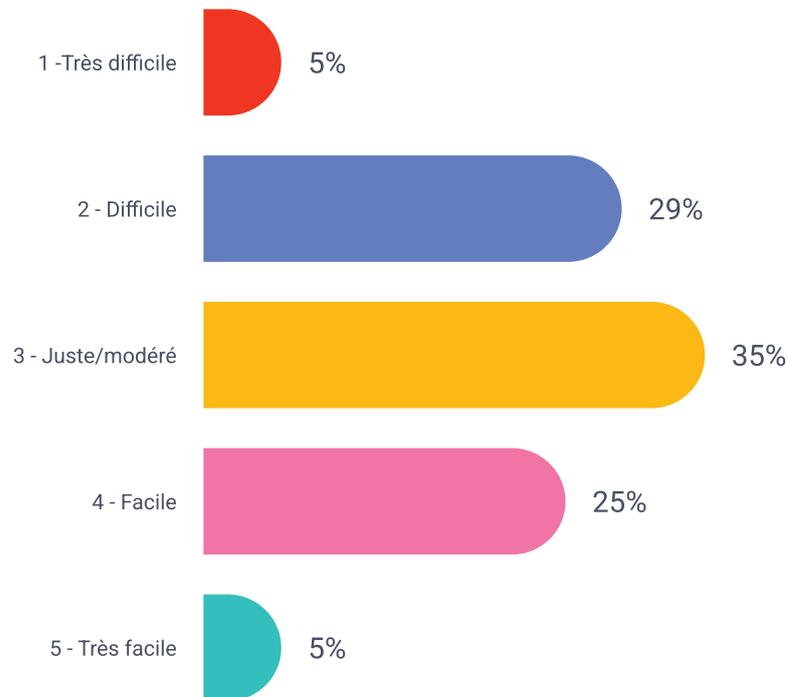
Quelles nouvelles plateformes et quels nouveaux canaux envisagez-vous de desservir avec votre CMS à l'avenir ? (Cochez toutes les cases qui s'appliquent)



Cette question reprend les réponses de la dernière question et les applique aux projets à venir. Bien que le schéma se soit largement maintenu, les personnes interrogées se sont montrées plus susceptibles d'indiquer des plans futurs visant à **augmenter l'utilisation d'enceintes à commande vocale et d'écrans numériques**. Ceci est en accord avec les résultats de la question 6 qui indiquait un pourcentage élevé de répondants français utilisant des canaux IoT. De toute évidence, cette tendance se poursuivra à l'avenir.

8

Évaluez votre satisfaction quant à votre processus de travail actuel avec votre CMS sur une échelle de 1 à 5 - 1 étant très difficile et 5 étant très facile.

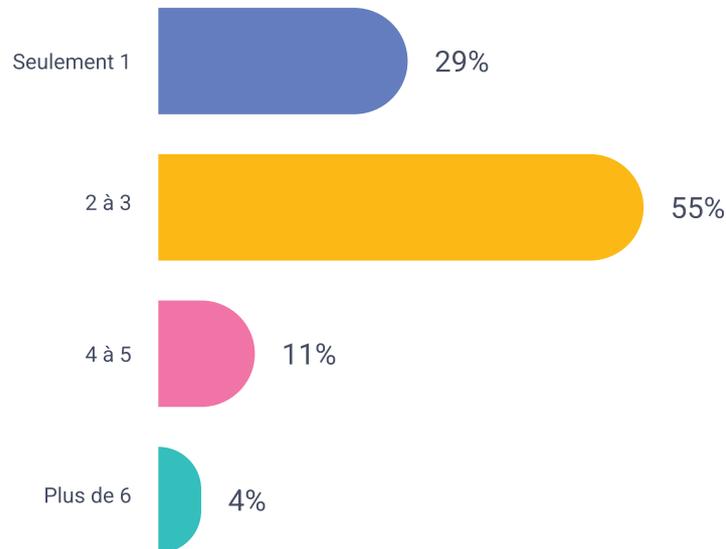


55% des utilisateurs ont déclaré que 2 à 3 équipes utilisent actuellement le CMS dans leur organisation. Seulement 4% ont déclaré que 6 équipes ou plus utilisent un CMS dans leur entreprise.

Quant aux 29% de répondants avec une seule équipe qui utilise leur CMS, cela peut s'expliquer par le type de système. Les CMS monolithiques sont plus difficiles à utiliser pour les équipes non techniques. Cela peut conduire à ce qu'une seule équipe - souvent les développeurs - les utilise. Toutefois, cela peut également signifier que les développeurs doivent assumer des responsabilités en matière de contenu, telles que le téléchargement et l'édition, ce qui peut constituer une utilisation inefficace de leur temps et rendre la vie des créateurs de contenu plus difficile.

9

Combien d'équipes différentes utilisent actuellement le CMS dans votre organisation?



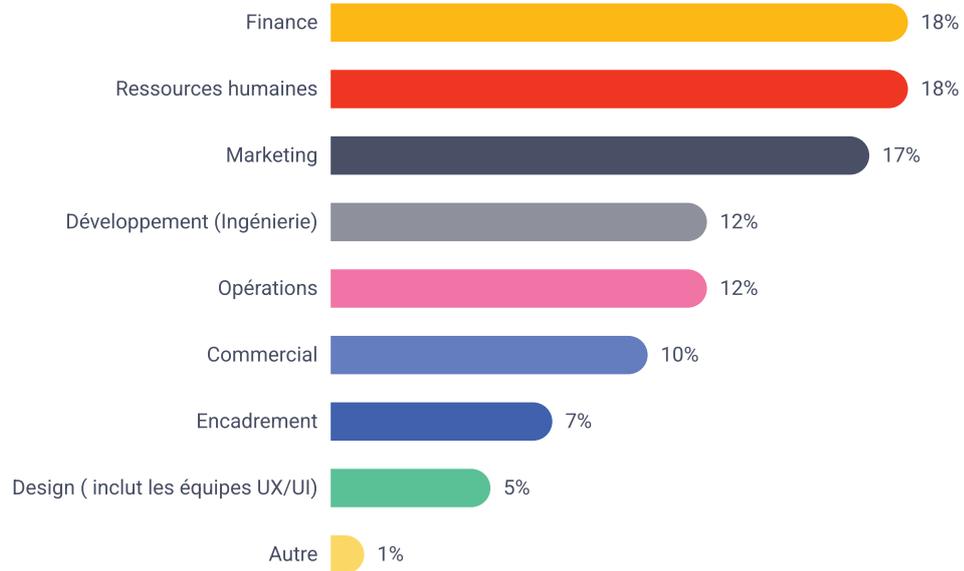
55% des utilisateurs ont déclaré que 2 à 3 équipes utilisent actuellement le CMS dans leur organisation. Dans seulement 4% des cas, 6 équipes ou plus utilisent le CMS.

Quant aux 29% de répondants pour lesquels une seule équipe utilise le CMS, cela peut s'expliquer par le type de système. Les CMS monolithiques posent souvent problème car ils sont plus difficiles à utiliser pour les équipes non techniques. Cela peut amener à ce qu'une seule équipe - généralement les développeurs - l'utilise.

Toutefois, cela peut également signifier que les développeurs sont chargés des responsabilités relatives au contenu, telles que le téléchargement et l'édition, ce qui peut constituer une utilisation inefficace de leur temps et rendre la vie des créateurs de contenu plus difficile.

10

Veillez cocher les équipes qui utilisent actuellement un CMS dans votre organisation.



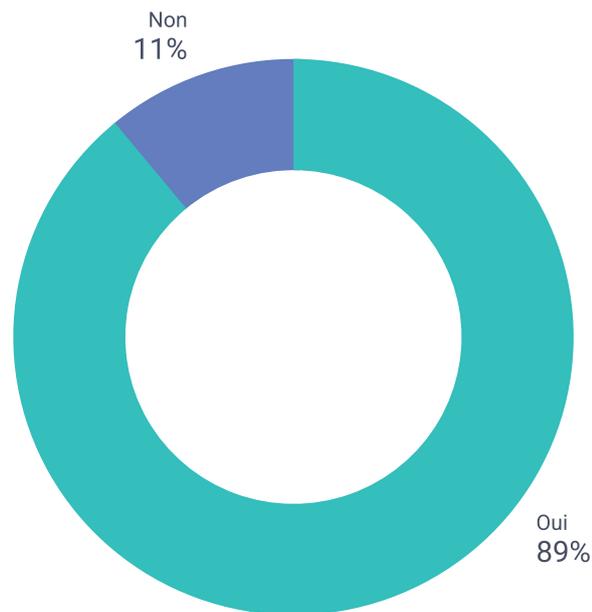
Les fonctions finance et ressources humaines étaient à égalité au niveau de l'utilisation des CMS dans les organisations françaises (18%), suivies de près par le marketing (17%). Les deux équipes les moins susceptibles d'utiliser le CMS au sein de l'organisation sont les créatifs et les cadres.

Les développeurs représentent 12% de l'échantillon. Si l'on regarde les données de la question 3, on comprend mieux les raisons de l'adoption croissante des systèmes "headless" par les fonctions techniques. Grâce à la flexibilité technologique des CMS headless, les développeurs peuvent aller plus loin et donc contribuer davantage à leur utilisation.

En général, l'échantillon est assez bien réparti, l'écart entre les 6 premières réponses étant de 8%. Cela peut être attribué à l'usage répandu des logiciels headless, qui offrent souvent des outils de collaboration et de communication qui facilitent le travail au sein de diverses équipes.

11

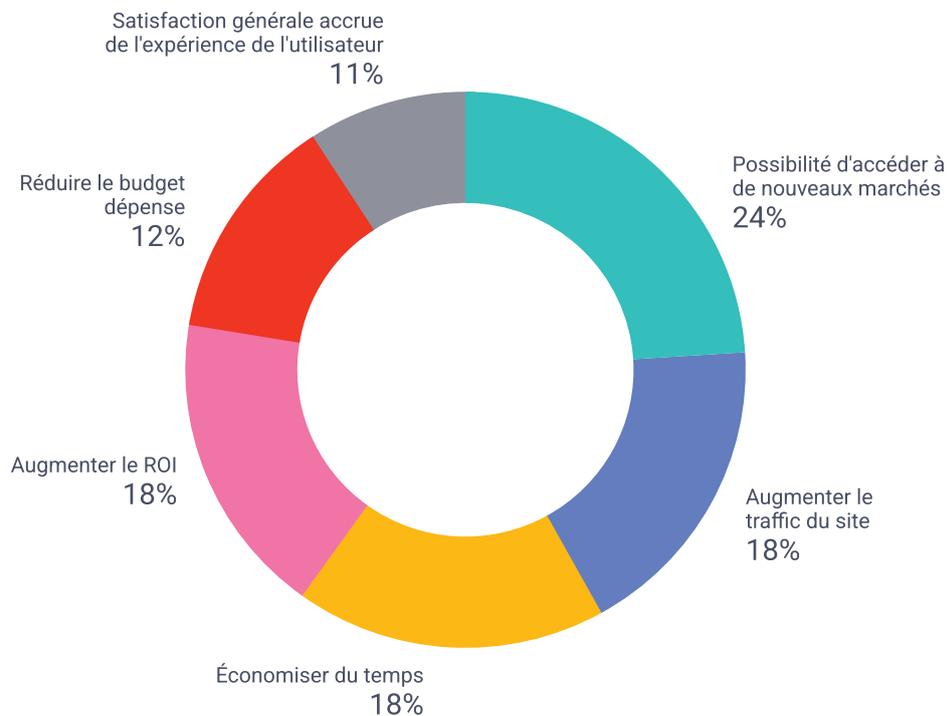
Diriez-vous qu'il y a eu des améliorations en termes de gain de temps, de budget, de productivité, d'augmentation des revenus/croissance, de réalisation de vos KPIs depuis l'utilisation d'un CMS headless ? Avez-vous constaté des améliorations ?



Une majorité écrasante de 89% des répondants de l'échantillon français ont trouvé que le passage à un CMS headless avait amélioré leurs opérations de contenu, soit 5% de plus que dans l'enquête internationale. Ceci est une indication forte que les CMS headless sont considérés comme supérieurs à leurs homologues monolithiques dans cette région. C'est aussi probablement lié au grand nombre d'utilisateurs de CMS headless dans l'échantillon : à mesure que de plus en plus d'organisations en apprennent les avantages, il n'est pas déraisonnable de supposer que d'autres dans la région les découvrent aussi et considèrent plus fortement le headless comme une option.

12

Si oui, veuillez choisir une ou plusieurs des améliorations suivantes que vous avez constatées depuis l'utilisation d'un CMS headless

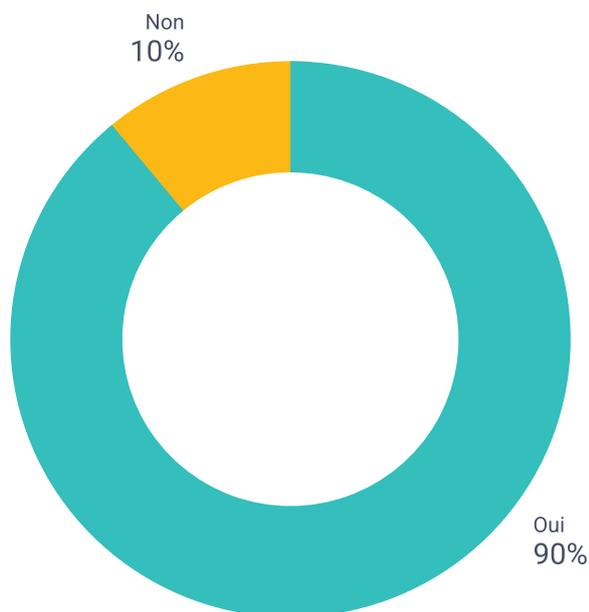


Pour 24 % de l'échantillon, l'avantage le plus courant du passage au headless est la **possibilité d'accéder à de nouveaux marchés**. Dans le même ordre d'idées, 18% ont déclaré avoir constaté une augmentation du trafic sur leur site, ce qui est logique étant donné la capacité accrue d'atteindre de nouveaux publics.

Il est important de noter que la région française a montré un intérêt grandissant pour la recherche d'opportunités omnicanales via l'IoT, comme le montre la question 2. Cela donne plus de poids aux avantages du headless : **alors que de plus en plus d'organisations françaises explorent les possibilités dans de nouveaux marchés, elles découvrent que les systèmes headless leur permettent de les atteindre**. Cela peut également mener à une augmentation du pourcentage d'utilisateurs de CMS headless dans la région à l'avenir.

13

Pensez-vous que votre CMS actuel sera efficace au cours des prochaines années ?



Un pourcentage impressionnant d'utilisateurs (90%) pense que leur CMS actuel restera efficace dans les années à venir. Cette confiance peut s'expliquer par la grande proportion de l'échantillon qui a déjà adopté le "headless" et vu les avantages qu'il peut offrir. Les systèmes headless fonctionnent sur la base d'une structure API, ce qui signifie que les utilisateurs peuvent adopter la technologie de leur choix à tout moment pour une approche "best-of-breed". Par conséquent, ceux qui bénéficient de cette flexibilité peuvent également avoir la certitude qu'elle leur sera utile, quelle que soit l'évolution des exigences technologiques dans les années à venir.

Principaux points à retenir

L'industrie française de la gestion de contenu connaît une période de croissance impressionnante. La montée en puissance des CMS headless le témoigne. Avec une majorité impressionnante de l'échantillon ayant opté pour le headless - et rapportant massivement qu'ils ont vu des avantages significatifs à le faire - il semble raisonnable de prédire que la tendance vers ce type de système va continuer à croître.

Cela se reflète non seulement dans l'utilisation, mais aussi dans la confiance en l'avenir. Les répondants français étaient plus susceptibles que l'échantillon international de montrer un intérêt pour la poursuite de plus de canaux IoT au fil du temps. Ces mêmes répondants ont également témoigné que les systèmes headless les ont aidés à exploiter de nouveaux marchés, ce que la sensibilisation omnicanale facilite. En outre, 90% d'entre eux pensent que cette technologie et ses avantages continueront à leur servir dans les deux prochaines années.

Dans l'ensemble, l'état de la CMS en France en 2023 suggère que de plus en plus d'utilisateurs se tourneront vers les systèmes headless à l'avenir, car leurs avantages évidents continuent de se manifester. Le marché français des CMS n'est pas seulement sur le point de basculer vers une communauté majoritairement headless, mais il montre déjà des preuves concrètes de ces changements.

À PROPOS DE STORYBLOK

Storyblok est un système de gestion de contenu headless de nouvelle génération qui révolutionne la manière de raconter des histoires. Grâce à une approche axée sur les API, il aide les utilisateurs à créer et à adapter le contenu à tous les canaux numériques. Des fonctionnalités telles que l'éditeur visuel (disponible en français) et le gestionnaire de ressources numériques, permettent aux créateurs de contenu de travailler de manière indépendante. La puissance de l'approche "best-of-breed" du headless signifie également que les développeurs peuvent créer une stack technique parfaitement personnalisée, le tout protégé par la certification de sécurité ISO 27001 de Storyblok. A cela s'ajoutent les avantages de la suite de collaboration avancée de Storyblok qui permet aux équipes de se réunir pour travailler ensemble directement dans le CMS.

Dans un monde en constante évolution où les exigences en matière d'expérience utilisateur sont plus nombreuses que jamais, des marques telles que Netflix, T-Mobile et MindValley font confiance à Storyblok pour offrir des expériences sécurisées et personnalisées à leurs utilisateurs.

Êtes-vous prêt à voir comment Storyblok peut faire passer votre gestion de contenu au niveau supérieur?

[PARLEZ-EN À L'UN DE NOS SPÉCIALISTES](#)



Souhaitez-vous essayer Storyblok par vous-même ?

[ESSAYEZ-LE GRATUITEMENT DÈS AUJOURD'HUI !](#)