



La portée a connu une diminution, ce qui peut sembler surprenant étant donné que nous passons la majeure partie de notre journée à visionner des Reels, n'est-ce pas ? 🤔

C'est la principale conclusion de notre dernière **étude Instagram 2023**. Je sais, nous avons eu la même réaction...

Et oui, cette semaine, nous lançons notre troisième étude Instagram. Oui, déjà la troisième, **nous avons une certaine passion pour les statistiques**. 📊

Nous l'avons réalisée avec style : **une présentation en direct, un article de blog et même une infographie complète** contenant toutes les données, que vous pouvez utiliser à votre guise.

Les secrets d'Instagram enfin dévoilés

Nous avons déjà évoqué le fait le plus marquant de cette étude : les Reels continuent de dominer en tant que contenu phare sur Instagram, mais la portée, elle, connaît un déclin.

Pourquoi cette évolution ? Eh bien, la principale raison réside dans **l'augmentation de 282 % du nombre de Reels publiés** dans l'échantillon que nous avons étudié. Plus il y a de Reels diffusés, moins la portée est importante.

Vous vous demandez peut-être si j'ai cessé de créer des Reels après avoir appris cette nouvelle. Pas du tout. Il est toujours judicieux de poursuivre sa stratégie, car les Reels demeurent le type de contenu générant la portée la plus élevée.

En creusant davantage, nous découvrons également que :

- **Les carrousels sont le deuxième type de contenu générant le plus de portée.**
- **Les Stories sont le format le plus fréquemment publié.**
- **Les meilleurs moments pour poster vos publications sont à 20h et à 15h, ainsi que le week-end.**

Si vous souhaitez en savoir plus sur cette étude, toutes les informations sont disponibles dans la section Bibliographie. 📖



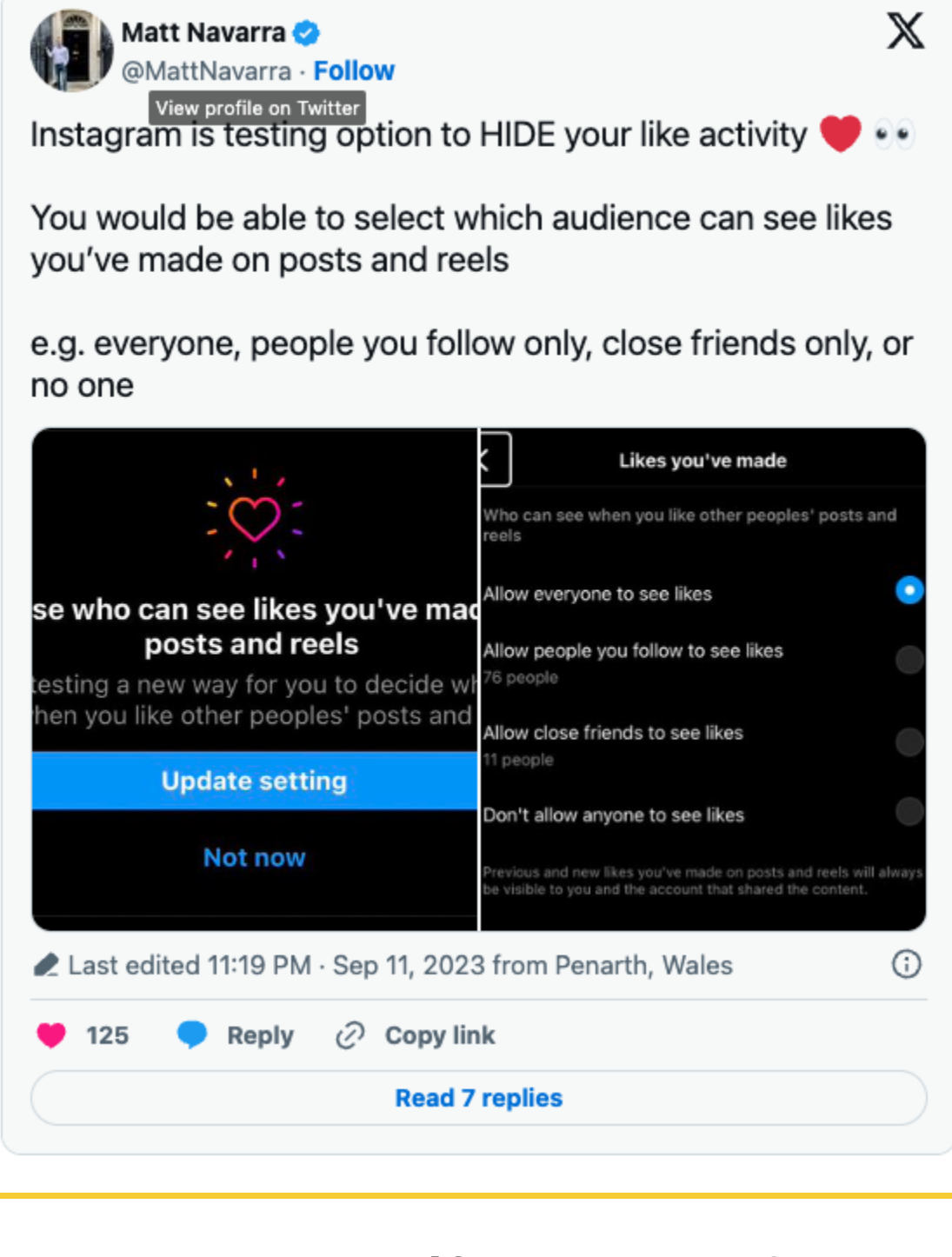
Nouvelle option de confidentialité pour votre compte Instagram

La protection de la vie privée a toujours été une priorité pour Instagram.

Actuellement, la plateforme teste une fonctionnalité permettant de **masquer les likes que vous attribuez aux publications et Reels d'autres utilisateurs**, mais avec une nuance importante.

Vous avez la possibilité de choisir qui peut voir ces likes grâce à une option proposée par Meta : **tous les utilisateurs, ceux que vous suivez, vos meilleurs amis ou aucun membre**.

Il est important de noter que cette action n'affecte pas les notifications envoyées, mais elle dissimule les likes que vous avez donnés à d'autres : en d'autres termes, votre nom n'apparaîtra pas lorsque vous aimez une publication.



YouTube défie-t-il TikTok ?

Les vidéos en direct sur YouTube ont toujours été associées à un format horizontal, mais des changements pourraient se profiler à l'horizon.

YouTube travaille actuellement sur un **nouveau flux qui permettra la diffusion de live au format portrait**, directement depuis l'application ou via des logiciels tels qu'OBS Studio.

Pourquoi ce rapprochement avec TikTok ?

Tout simplement parce que **le réseau chinois favorise ce type de contenu pour attirer de nouveaux créateurs** sur sa plateforme.

Reste à voir si cette option trouvera son public sur YouTube, une plateforme qui a traditionnellement mis en avant **les vidéos en direct en plein écran**.

Pour l'instant, TikTok souhaite que le "swipe" classique fasse également partie des vidéos en live, comme c'est déjà le cas pour les Shorts.

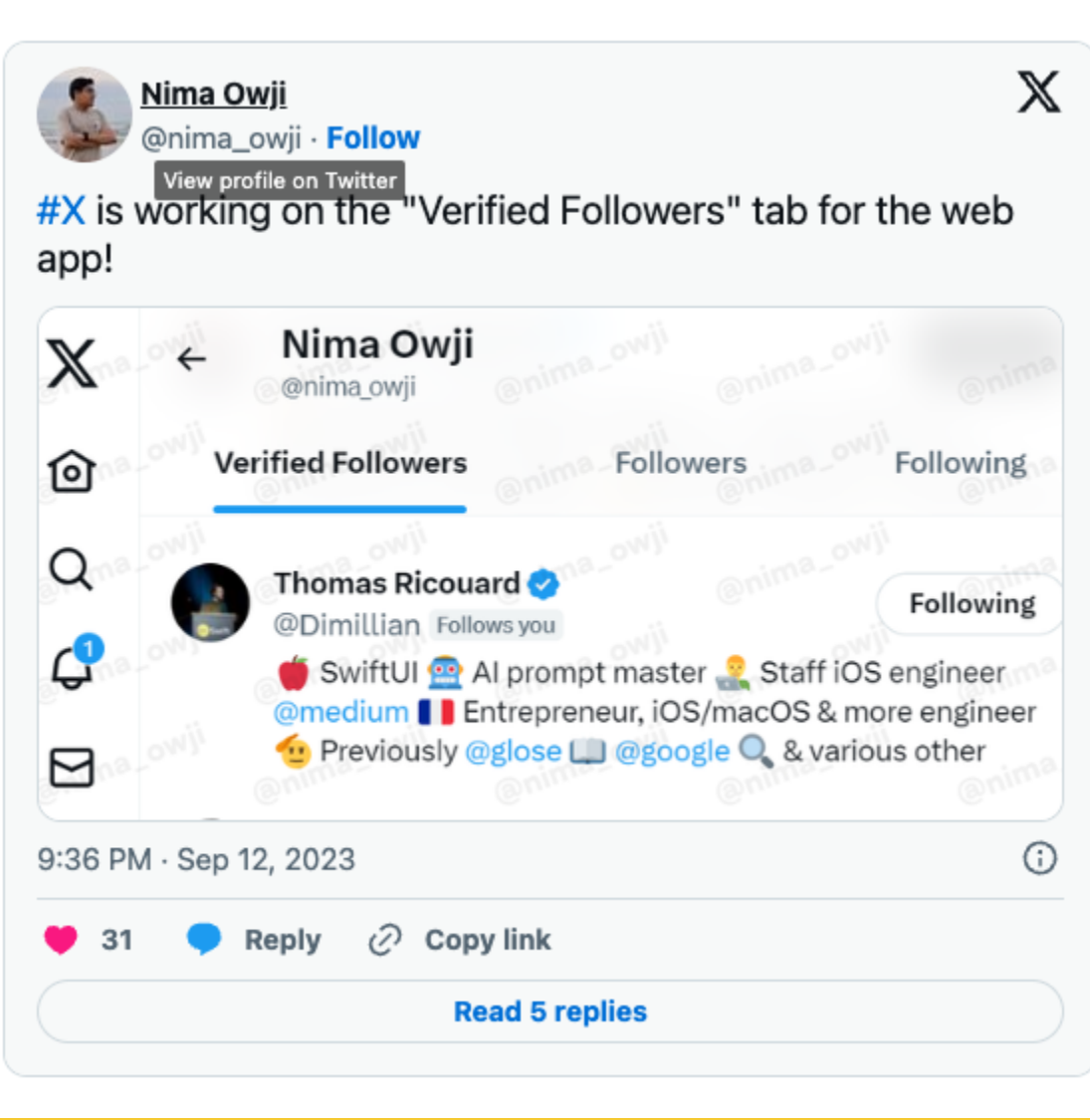
X ajoute un nouvel onglet aux flux des followers

Chaque semaine, les réseaux sociaux sont le théâtre de nouvelles mises à jour et une constante demeure : **X continue d'ajouter des fonctionnalités pour stimuler l'adoption de Twitter Blue**.

En plus des avantages déjà offerts, la dernière amélioration, bien qu'elle ne soit pas directement liée à l'usage Blue, concerne l'ajout d'une nouvelle section dans la liste des abonnés d'un compte : **les utilisateurs vérifiés**.

Comme illustré dans l'image accompagnant le post de Nima Owji, les membres souhaitant explorer votre communauté pourront désormais consulter trois catégories distinctes : **les abonnements, les abonnés et les comptes vérifiés**.

Cette démarche constitue une nouvelle manière de valoriser les utilisateurs de Twitter Blue, facilitant ainsi la **découverte de leurs comptes grâce à cette section dédiée**.



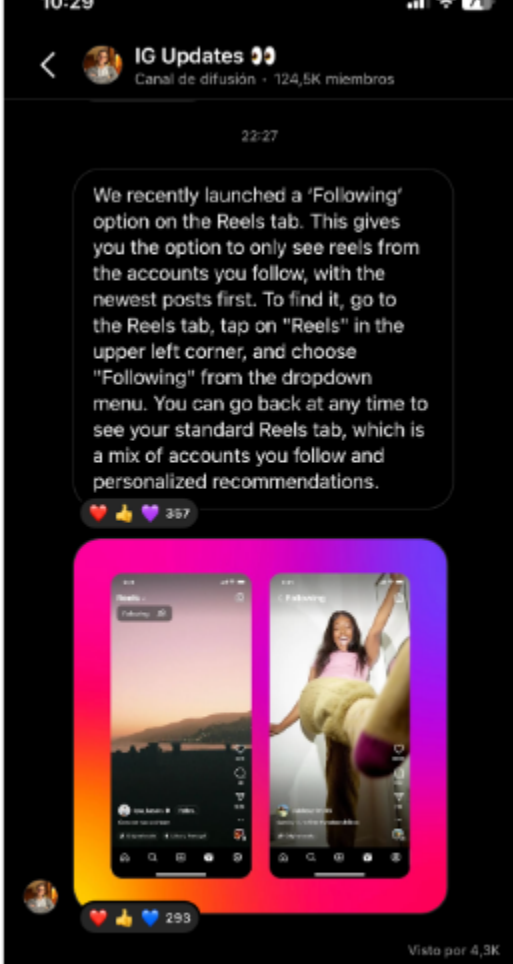
Instagram Reels : une nouveauté dans l'algorithme ?

Instagram déploie une nouvelle option permettant de personnaliser votre expérience avec les Reels.

Auparavant, vous étiez limité à la visualisation des Reels recommandés par l'application, **basée sur vos intérêts et l'algorithme d'Instagram**.

Désormais, grâce à cette nouvelle fonctionnalité confirmée par **Adam Mosseri** sur son compte Instagram, vous avez la **possibilité de ne voir que les Reels des utilisateurs que vous suivez**.

Bien entendu, **cette option reste facultative**, et vous pouvez toujours revenir à l'option précédente à tout moment.

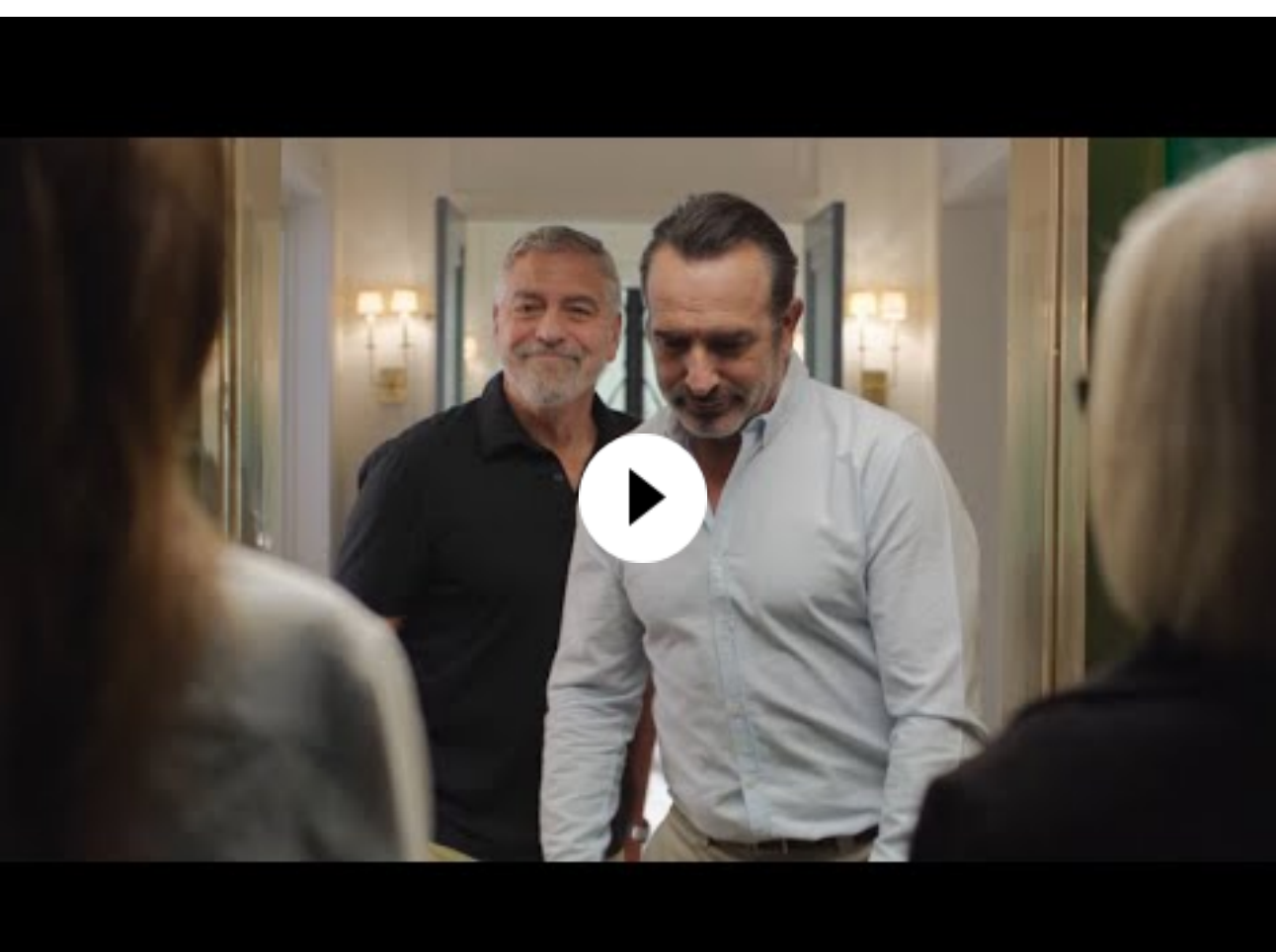


What's else ?

Terminons par un peu de fun et... une pause café ! ☕

Cette année encore, la marque **Nespresso** fait parler d'elle. Pour commencer en avant sa dernière innovation, **des capsules créées à base de papier, compostables et amovibles**, elle a réuni une fois de plus **George Clooney, Jean Dujardin et Camille Cottin**.

Et ce nouveau clip a tout pour plaire : humour, stars et justesse. Je vous laisse juger par vous-mêmes :



Metricooler, quelle tournure cette histoire des Reels a prise !

Je ne l'ai pas vu venir, mais il est vrai que l'année dernière, ils étaient la grande nouveauté et Instagram y a investi du temps et de l'énergie.

Seront-ils toujours au sommet l'année prochaine, ou une nouvelle fonctionnalité prendra-t-elle le relais ? 🤔

À la semaine prochaine pour plus d'actualités !

Barbara, de Metricool.

PS : Au fait, étant donné que nous avons travaillé dur sur notre étude Instagram annuelle, j'aimerais beaucoup connaître vos impressions. Répondez à mon e-mail et faites-moi savoir ce que vous en pensez. Sérieusement, j'apprécie vraiment vos retours !

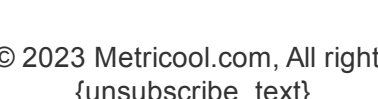
Bibliographie :

- [Étude Instagram 2023](#)
- [Webinaire de l'étude Instagram 2023](#)
- [Comment réaliser un live TikTok ?](#)
- [Bleu Twitter](#)

With  **metricool**

Partagez-le dans un tweet

Partagez-la sur WhatsApp  Partagez-la sur Telegram



Copyright © 2023 Metricool.com. All rights reserved. {unsubscribe_text}

Vous pouvez vous opposer à tout moment à l'envoi de communications commerciales en cliquant ici ou en envoyant un email à info@metricool.com. Metricool Software, S.L. est responsable du traitement de vos données pour les finalités suivantes : Si vous avez contracté l'un de ses services pour maintenir la relation contractuelle, ainsi que la gestion, l'administration, l'information, la fourniture et l'amélioration du service et l'envoi de communications commerciales, sauf si vous y êtes opposé. Dans le cas où vous avez donné votre consentement à cette fin, pour l'envoi de communications sur les nouveautés et/ou les promotions de Metricool. Pour traiter votre demande d'information. Vous disposez d'un droit d'accès, de rectification, de suppression, de limitation, d'opposition au traitement, de portabilité et du droit de ne pas faire l'objet de décisions automatisées prenant des effets juridiques ou vous affectant de manière significative de façon similaire. Vous pouvez exercer vos droits à l'adresse info@metricool.com. Plus d'informations dans la [politique de confidentialité](#).