

## PAAL Partageons le monde :



### INSTAGRAM :

#### 265 publications

1er avril 2025 au 31 mars 2026

**2025 : 1094 followers**

**2026 : 1302 followers**

Croissance de 208 followers – Croissance de 19 %

**74 072 impressions** de profil et de page (nombre de fois que du contenu a été affiché sur l'écran d'une personne)

= Croissance des impressions : **+18,8 %** comparativement à la période précédente. Le contenu s'affiche beaucoup plus souvent sur les écrans des utilisateurs.

Malgré un nombre moins élevé de publications, les impressions ont fortement augmenté, ce qui démontre une meilleure portée et performance des contenus publiés, particulièrement des Reels.

**2025 : Taux d'engagement moyen pour les publications 11,33 %**

**2026 : Taux d'engagement moyen pour les publications 12,28 %**

Croissance du taux d'engagement : **+8,4 %**

– taux d'engagement très élevé. En règle générale, un taux d'engagement sur Instagram entre 1 % et 5 % est considéré comme moyen, tandis que tout ce qui dépasse 5 % est excellent.

= montre combien de personnes interagissent réellement avec les publications

= pourcentage des personnes touchées par la publication

Nombre de fois où des personnes ont aimé, commenté et partagé le contenu de nos Pages

**2025 : 2 767 engagements**

**2026 : 2 080 engagements**

= Baisse du volume global due à la diminution du nombre de publications (-19,5 %), mais compensée par une meilleure qualité d'interaction par post

## FACEBOOK



**153 publication**

1er avril 2025 au 31 mars 2026

**2025 : 4 376 followers**

**2026 : 4 443 followers**

Croissance de **67 followers** – **Croissance de 1,5 %**

**68 489** impressions de profil et de page (nombre de fois que du contenu a été affiché sur l'écran d'une personne)

**Les impressions ont connu une hausse de 354 % par rapport à la période précédente. Cela montre que tes publications ont touché un public beaucoup plus large et gagné en visibilité cette année.**

Croissance de 31 % du taux d'engagement.

**2025 :** Taux d'engagement moyen pour les publications **8,39 %**

**2026:** Taux d'engagement moyen pour les publications **10,99 %**

La moyenne d'engagement sur Facebook est généralement faible (autour de 0,5 % à 1,5 %). Avec un taux moyen de 10,99 %, les publications démontrent un excellent niveau d'interaction et un contenu qui rejoint efficacement le public cible.

Nombre de fois où des personnes ont aimé, commenté et partagé le contenu de nos Pages

**2025 : 1 961 engagements**

**2026 : 1 061 engagements**

- **819** mentions J'aime
- **62** commentaires
- **180** partages

= Baisse de 900 engagements, soit une diminution de 45,89 %.

Malgré une baisse des interactions cette année, les publications ont continué de générer des réactions sur Facebook, qui reste la plateforme où notre compte le plus grand nombre d'abonnés.

## LINKEDIN



1er avril 2025 au 31 mars 2026

**81 publications** belle progression par rapport aux 49 de l'an dernier

**2025 : 661 followers**

**2026 : 739 followers**

**Croissance de 78 abonnés, soit une hausse de 11,8 %.**

**13 554** impressions de profil et de page (nombre de fois que du contenu a été affiché sur l'écran d'une personne).

Hausse de **5,3 %** des impressions comparativement à l'année précédente, cela montre une meilleure visibilité du contenu dans le réseau professionnel.

**Le taux d'engagement :**

**2025 :** Taux d'engagement moyen pour les publications **15,07 %**

**2026 :** Taux d'engagement moyen pour les publications **16,94 %**

**Taux de 16,94 % bien plus élevé que la moyenne sur LinkedIn (généralement autour de 2 % à 5 %).**

**Le total des interactions :**

- **2025 : 451 engagements au total**
- **2026 : 610 engagements au total**
  - Réactions : 525
  - Commentaires : 30
  - Partages : 55

Une **croissance de 35,2 %** cette année

## Publication les plus populaires sur Instagram et Facebook :



## Publication les plus populaires sur LinkedIn



## Analyse générale des réseaux sociaux

Publications qui ont le plus fonctionné sur Instagram et Facebook :

→ contenus vidéo et Reels mettant en valeur les activités, les personnes et les entreprises partenaires.

Publications qui ont le plus fonctionné sur LinkedIn :

→ publications professionnelles, reconnaissances et projets mettant en valeur les réalisations de l'organisme.

Instagram reste la plateforme ayant connu la plus forte croissance d'abonnés.

Les Reels et les vidéos sont les contenus qui génèrent le plus de visibilité et d'interactions.

## RECOMMANDATION

Publier plus souvent pour augmenter les interactions sur la page.

**Garder le côté humain** Continuer de publier des vidéos mettant en valeur les entreprises et les personnes de l'organisme, puisque ce type de contenu fonctionne bien.