

Les 8 tendances
SOCIAL MEDIA

2026

swello



Cassandra Polito

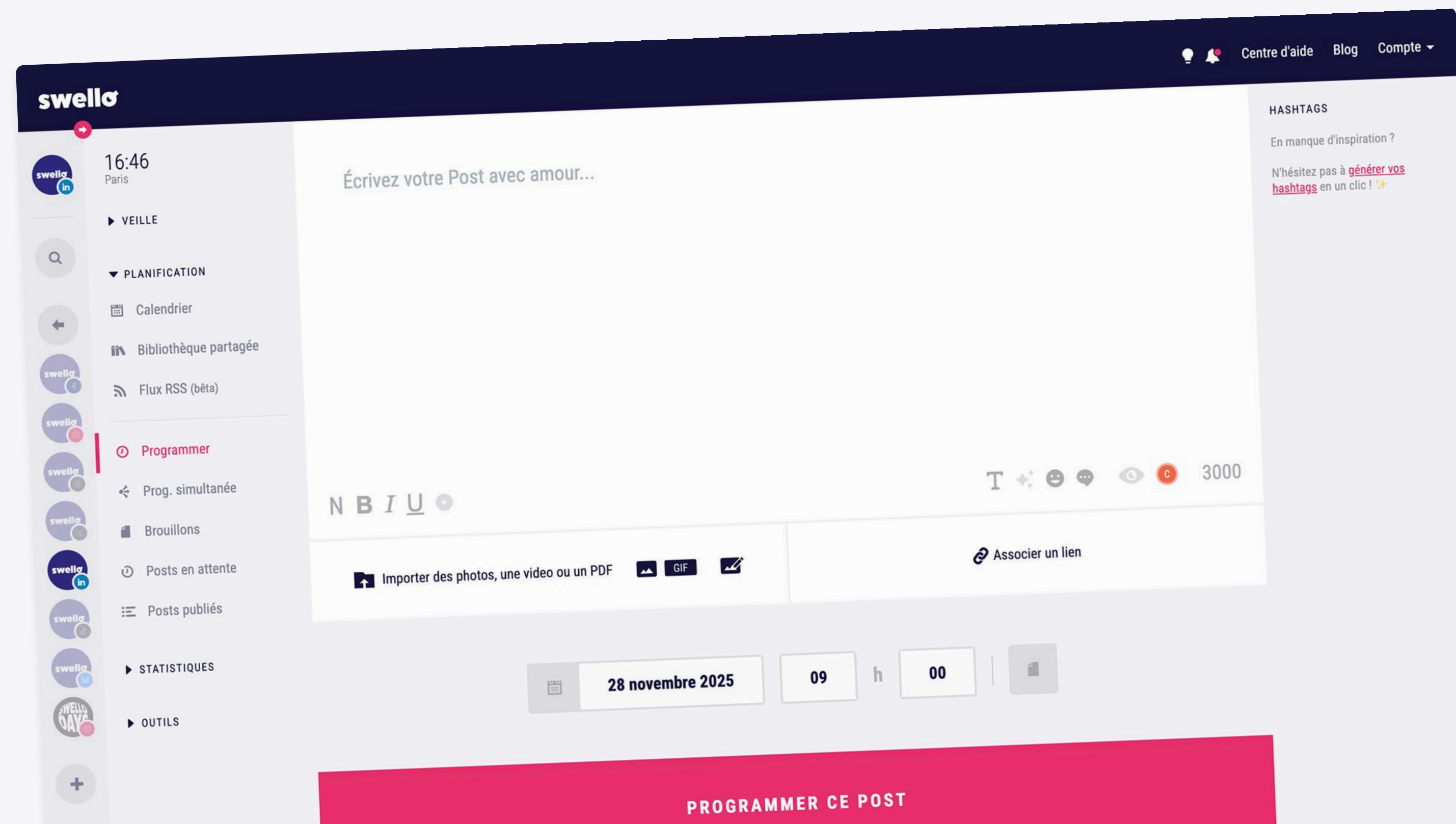
Chargée de communication Swello
Créatrice de contenu freelance

@Cassandra-Polito @GetSwello

swello

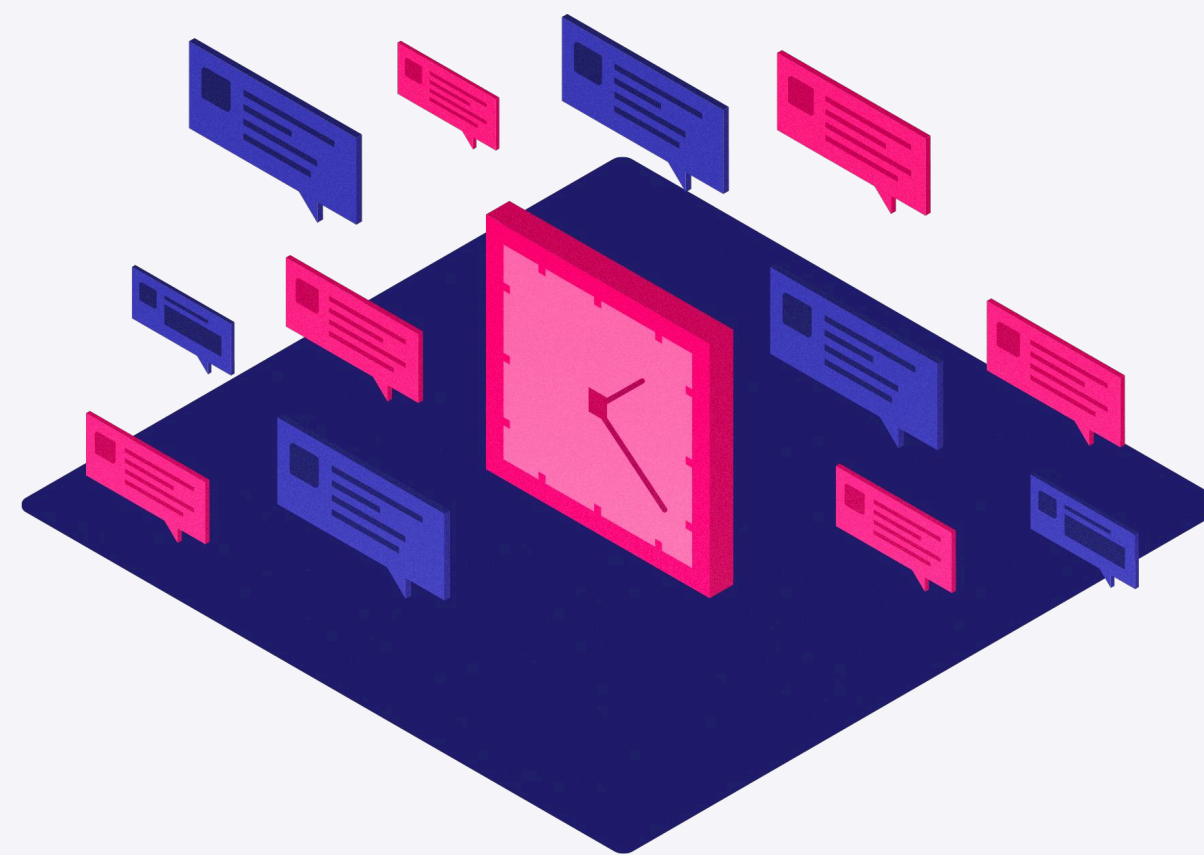
Outil de productivité permettant aux communicants de simplifier la gestion de leurs réseaux sociaux

LinkedIn • Instagram • TikTok • Facebook • Threads • X • Bluesky

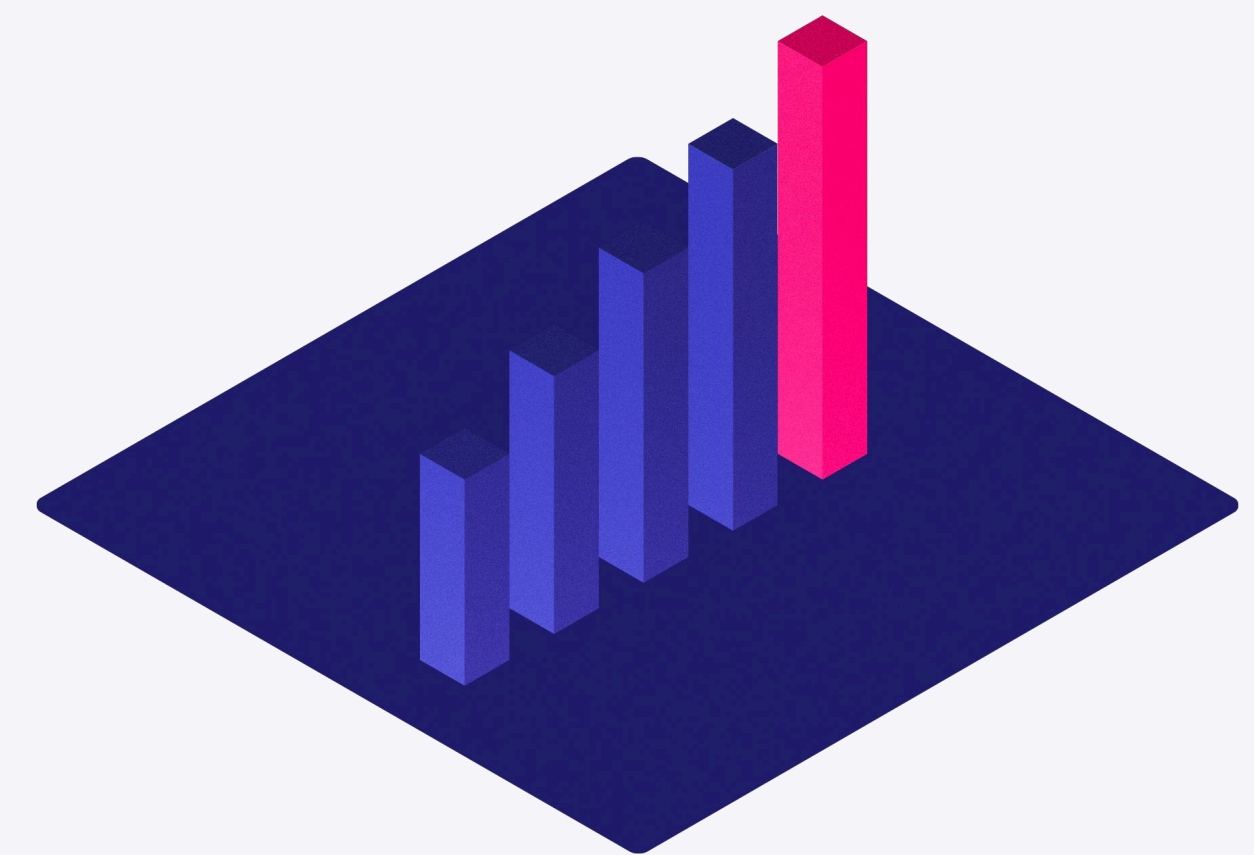




Veille



Programmation



Analyse



9M

POSTS PROGRAMMÉS

160k

UTILISATEURS

600+

GRANDS COMPTES



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

france•tv
distribution



RENNES
Ville et Métropole

ange

BtoB – Institutions, éducation, médias...

TÉLÉCHARGEZ NOTRE INFOGRAPHIE



<https://swll.to/tendances-social-media-2026>

An infographic with a dark blue background and a red top border. The title 'Les 8 tendances SOCIAL MEDIA 2026' is at the top right, with '2026' in a red starburst. The infographic is divided into two main columns. The left column is titled 'Les valeurs sociales et environnementales au centre des contenus de marque' and discusses the need for brands to prove their RSE actions in 2026. It includes two social media posts: one from @backmarket_fr and one from @patagonia. The right column is titled 'Le retour en force des formats longs' and discusses the resurgence of long-form content like podcasts and concept videos. It includes a video thumbnail for 'COUCH' by Léna Situations. At the bottom, a section is titled 'Vers une utilisation raisonnée de l'Intelligence Artificielle'.

Les 8 tendances SOCIAL MEDIA 2026

Les valeurs **sociales** et **environnementales** au centre des contenus de marque

En 2026, les marques ne pourront plus se contenter de communiquer sur l'« éco-responsabilité » de leurs produits/services : elles devront **prouver leurs actions RSE**.

Les contenus qui performeront seront ceux qui montreront des **preuves concrètes** comme des rapports chiffrés ou des actions menées tout en évitant le **greenwashing**.



@backmarket_fr **@patagonia**

Le retour en force des **formats longs**

Suite à l'essor du **snack content**, les contenus longs sont à nouveau plébiscités : podcasts-interviews, vidéos concepts YouTube de plus d'une heure, séries de Reels...

On veut comprendre, apprendre et suivre une histoire au-delà de quelques secondes. A l'aide de **superproductions**, les aventures des créateurs deviennent des expériences embarquées pour leurs audiences.



Couch, podcast filmé de Léna Situations, diffusé sur Disney+

Vers une utilisation raisonnée de l'**Intelligence Artificielle**

N'hésitez pas à poser vos questions dans l'onglet dédié
j'y répondrai à la fin du webinar 😊

LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 1 Les **valeurs sociales et environnementales** au centre des contenus de marque 🌿
- 2 Le retour en force des **formats longs** 🎥
- 3 Vers une utilisation **raisonnée** de l'**Intelligence Artificielle** ✨
- 4 Le **Social Commerce** passe à la vitesse supérieure 🛍️

LES VALEURS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES AU CENTRE DES CONTENUS DE MARQUE

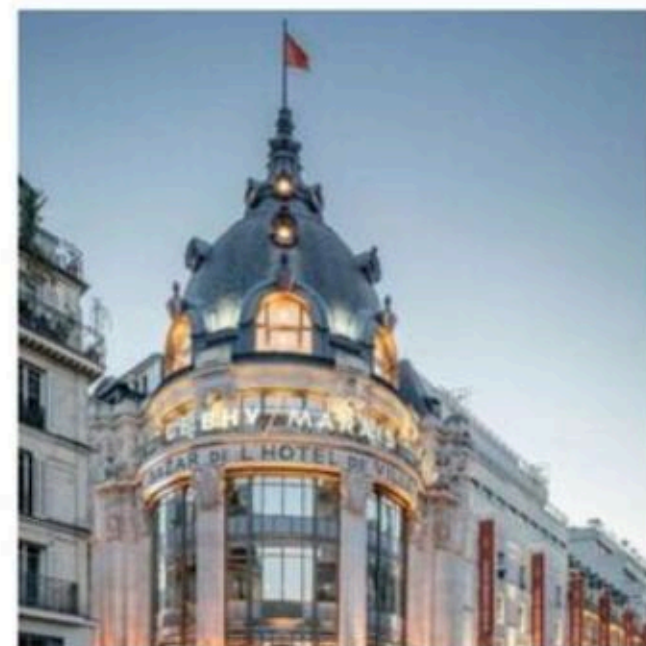
L'audience veut des **preuves concrètes**, fini le greenwashing.

LES VALEURS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES AU CENTRE DES CONTENUS DE MARQUE



Mathilde Lacombe  · 2e
Co-founder & President AIME
3 mois · 

Je suis profondément choquée de voir un grand magasin parisien comme le **LE BHV MARAIS** accueillir Shein dans ses murs. ...



Shein: un premier espace de vente physique pérenne va ouvrir au BHV Marais

La plateforme a choisi la France pour ouvrir ses premiers espaces de ventes physiques pérennes au monde. La SGM et le géant asiatique annoncent des implantations au BHV mais aussi dans 5 Galeries Lafayette affiliés.

 18 184

620 commentaires · 510 republications

ODAJE

Odaje

4 780 abonnés

3 mois · Modifié · 

[+ Suivre](#) ...

Vendredi, nous avons pris la décision de quitter le **LE BHV MARAIS** après 11 ans de collaboration. ... plus



The Good Goods

20 533 abonnés

3 mois · 

[+ Suivre](#)

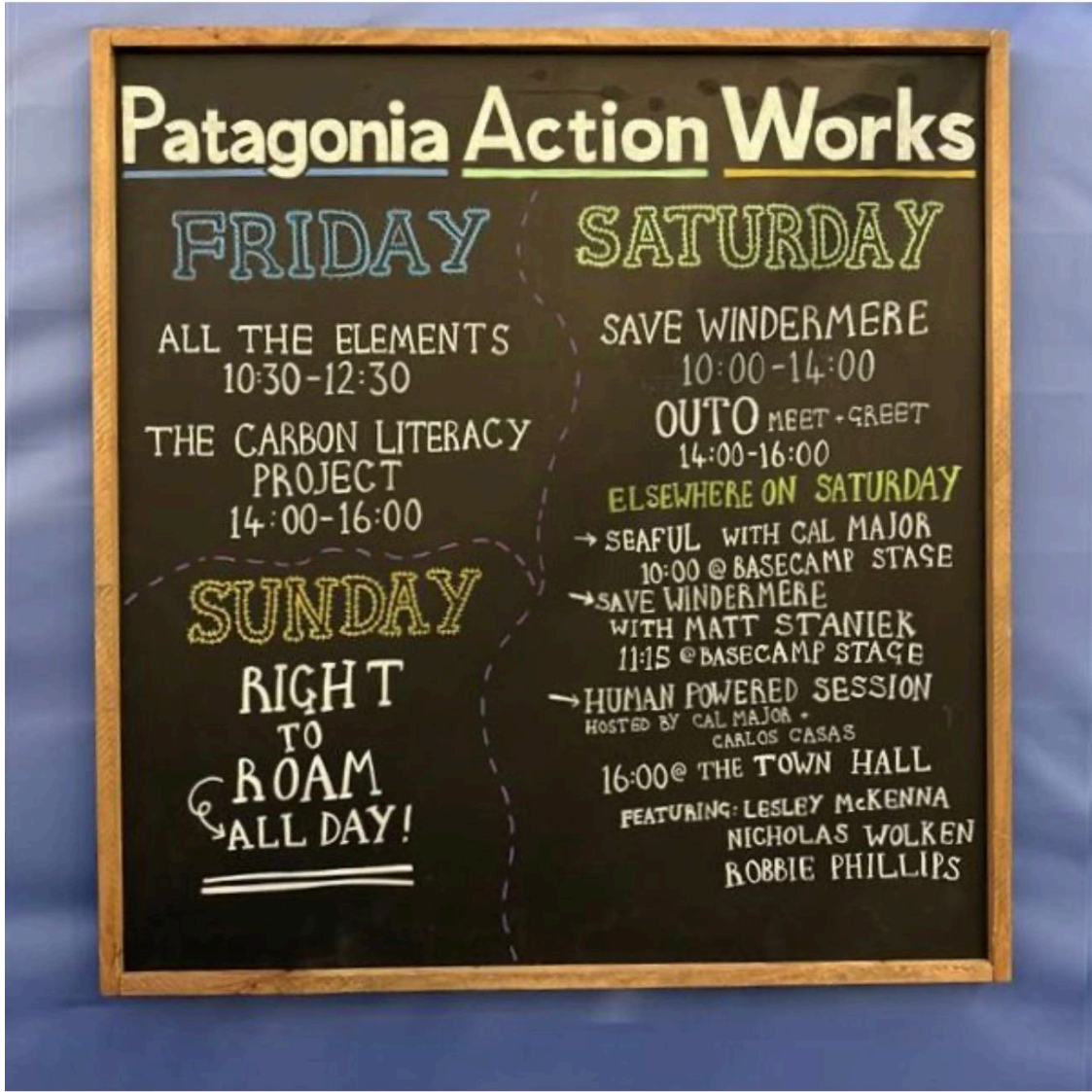
Depuis 24h, **LE BHV MARAIS** connaît une vive déferlante de critiques de toutes parts, suite à l'annonce d'accueillir **#SHEIN** de façon permanente au sein du lieu historique du Marais et dans plusieurs villes de province ayant des ... plus

LES VALEURS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES AU CENTRE DES CONTENUS DE MARQUE

Patagonia
1203 437 abonnés
1 mois · 🌐

If you're heading to Kendal Mountain Festival this weekend, you'll find Patagonia Action Works at our stand in Basecamp, alongside some of the folks behind the organisations ... plus

Afficher la traduction




113 9 commentaires · 7 republications

Patagonia
1203 437 abonnés
1 mois · 🌐

Because of the way things seem to work these days, we're going to repeat this fable over and over until it becomes a big, beautiful truth: ... plus

Afficher la traduction




2948 34 commentaires · 148 republications

Patagonia
1203 437 abonnés
1 mois · 🌐

About that new boss of ours ... Reporting to her hasn't been so easy. Our first-ever Work in Progress Report is coming November 12. ... plus

Afficher la traduction



"For all the work we've done on our products and in our supply chain, and all the money we've given away to environmental nonprofits, it is still not enough."

Yvon Chouinard
Patagonia Founder & Ex-Owner

3 427 46 commentaires · 92 republications

@patagonia

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Restez sincère et **transparent** avec votre communauté.

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Restez sincère et **transparent** avec votre communauté.
Intégrez l'**éco-responsabilité** dans votre stratégie globale.

DES EXEMPLES :

Montrer des actions, pas de simples slogans

- ✗ « Nous prenons soin de nos employés »
- ✓ « Voilà ce que nous avons instauré : »



Jonathan Noble · 1er

CEO Swello | Conférencier | Podcasteur

[Accéder à mon site web](#)

1 an(s) ·

Depuis 2 ans, nous avons instauré le congé menstruel chez [Swello](#). 🎉

L'idée : si le télétravail ne suffit pas, chaque employée est libre de prendre une journée off par mois dans le cas où ses règles sont trop douloureuses, sans justificatif médical et sans que ça diminue ses congés payés. 😊

En France, rien n'a officiellement été mis en place pour l'instant.

En matière d'exemple, on peut citer l'Espagne qui a voté en février 2023 une loi créant un « congé menstruel pour toutes les femmes, sous forme d'arrêt maladie accordé par un médecin, intégralement financé par l'Etat » ou encore l'Indonésie, proposant un à deux jours de congés par mois accordé aux travailleuses depuis une loi de 2003 (!)

Chez Swello, cette mesure va de pair avec la mise à disposition gratuite de protections hygiéniques aux toilettes.

Une action simple qui a un énorme impact. Autant au niveau de la charge mentale pour les femmes travaillant au bureau, qu'au niveau du message que cela envoie à nos équipes : nous prenons en considération l'entièreté de nos salariés.

Chaque fois qu'il est possible de remettre un peu plus d'équité dans notre management, nous tentons de le faire avec [Thibaud Spieser](#), mon associé.

Et c'est, je crois, une des choses que je préfère : petit pas par petit pas, faire évoluer une entreprise qui nous ressemble et qui innove en matière sociale. 💜

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Donner la parole aux humains derrière la marque

Formats efficaces :

- Témoignages d'équipe
- Posts "voix interne" (CM, RH, produit, support)
- Storytelling personnel lié au travail



LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 1 Les **valeurs sociales et environnementales** au centre des contenus de marque 🌿
- 2 Le retour en force des **formats longs** 🎥
- 3 Vers une utilisation **raisonnée** de l'**Intelligence Artificielle** ✨
- 4 Le **Social Commerce** passe à la vitesse supérieure 🛍️

Depuis plusieurs années, le format court prenait l'avantage pour répondre **aux attentes du public.** 🏃

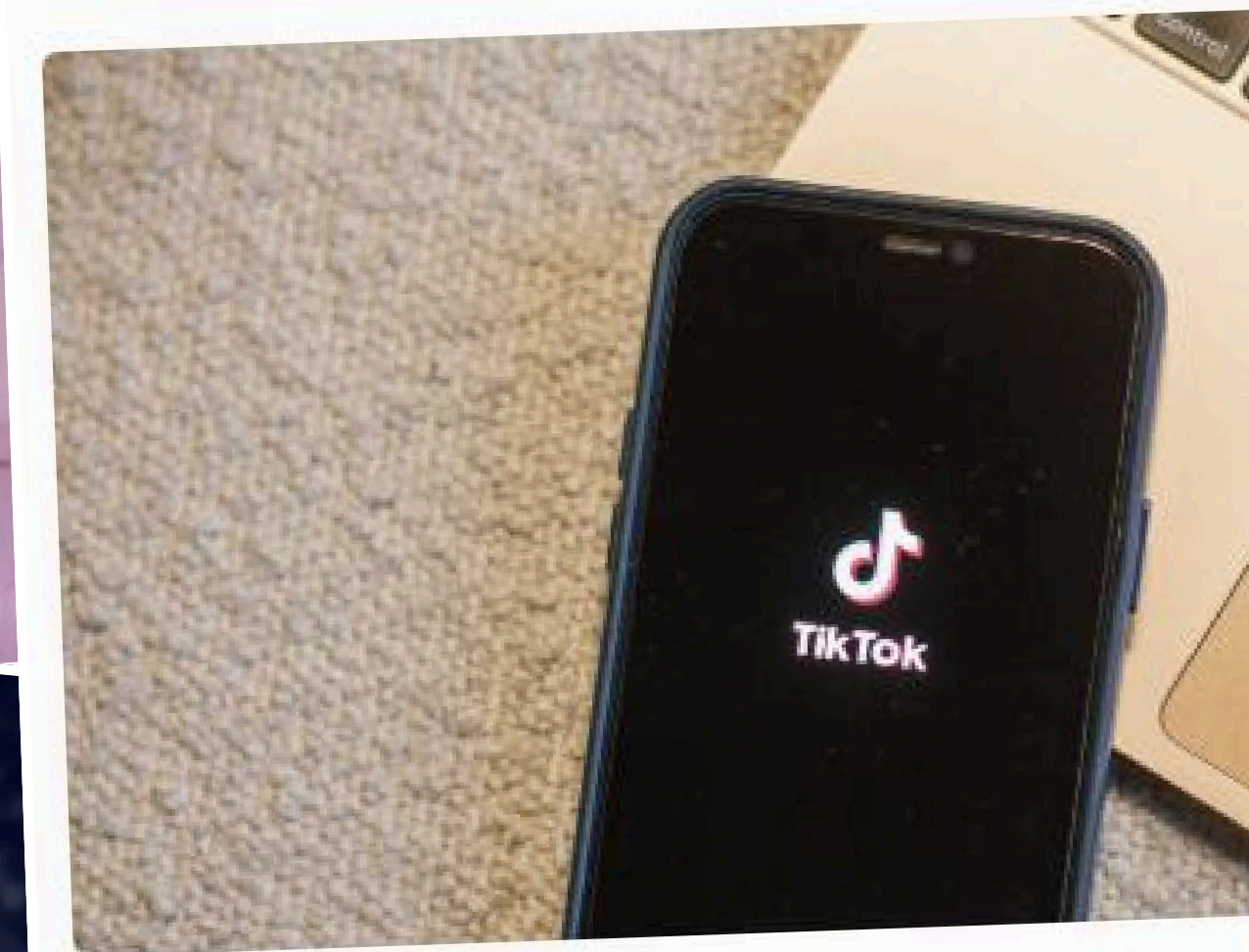
LE RETOUR EN FORCE DES FORMATS LONGS

Maintenant, les audiences cherchent à **comprendre, apprendre** et à **suivre une histoire** au-delà de quelques secondes.



Comment gagner de l'argent sur TikTok en 2026 ?

20 mars 2025 · Géraldine Sabiani



Dernière mise à jour le 8 janvier 2026

Ce que vous allez apprendre :

- La rémunération TikTok officielle et ses critères d'éligibilité.
- Les méthodes de rémunération qui marchent le plus : Creator Rewards et TikTok Shop.
- Conseils pour une création de contenu authentique et engageante.

Beaucoup d'ados en rêvent. Et ce ne sont pas...

C'EST QUOI UN CONTENU LONG ?

- ✓ Il est long et **exhaustif**
- ✓ Il apporte **une réelle valeur ajoutée**
 - ✓ Il est **permanent**

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Retenir l'attention > Capter l'attention

LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 1 Les **valeurs sociales et environnementales** au centre des contenus de marque 🌿
- 2 Le retour en force des **formats longs** 🎥
- 3 Vers une utilisation **raisonnée** de l'**Intelligence Artificielle** ✨
- 4 Le **Social Commerce** passe à la vitesse supérieure 🛍️

AUJOURD'HUI, TOUT PEUT ÊTRE CRÉÉ VIA L'IA

L'apport de valeur se fait désormais dans l'**intention humaine**.



BALENCIAGA

FOULARD AI POUR FEMME EN OR

245 €

Foulard AI en sergé de soie royal et or

Date estimée de livraison: 16/01/2026 - 19/01/2026

AJOUTER AU PANIER

PROBLÈMES DE L'UTILISATION DE L'IA À TOUT VA

⚡ les serveurs **polluent** (électricité + eau)

🧠 votre cerveau **ne réfléchit plus** (facilité d'exécution)

💔 ça se ressent **souvent le manque d'humanité/de réalisme**

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Posez-vous tout le temps la question :

Ai-je vraiment besoin de l'intelligence artificielle pour effectuer cette action ?

L'IA va me faire gagner du temps sur cette tâche/Ce n'est pas ma zone d'expertise/Je n'ai pas d'apport de valeur

Go utiliser l'IA

J'ai un apport de valeur dans cette tâche

Peut-être puis-je tester sans l'IA ?




COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Montrer les limites (et les poser publiquement)

Dire :

- ce que vous n'automatisez pas
- ce que vous refusez de déléguer
- ce qui reste 100 % humain

LE BENCHMARK* ULTIME

			
PETIT NOM	ChatGPT	Claude	RomAI
ÉDITEUR	OPENAI	ANTHROPIC	ENJALBERT
MADE IN FRANCE	✗		
CONNAISSANCES	IMMENSES	IMMENSES	LIMITÉES
ENTRAÎNEMENT	basé sur de grands ensembles de données disponibles	basé sur de grands ensembles de données disponibles	basé sur sa vie
DISPONIBLE 24/24	✓	✓	✗
ÉMOTION(S)	✗	✗	♥♥♥
		???	🔒
	✓	✓	✓
	?	✓	✓
	Varie selon nombre de prompts	1,5 L max / jour (+ 3 cafés)	Inférieure à 8 Tonnes
	😞	LIMITÉE	VARIABLE SELON L'HUMEUR
	✓	✓	✓
	ILLIMITÉ	UN PEU MAIS FAUT PAS ABUSER	
	pas ouf	pas ouf	
SIGNE DISTINCTIF	est détenu par un milliardaire flippant	a un nom claqué au sol	peut faire des memes sur demande

*ÇA VEUT DIRE COMPARATIF MAIS ÇA CLAQUE PLUS QUAND MÊME NON ?

 **Romain Enjalbert**  • 1er
Responsable comm' 🌟 / Consultant freelance 🌐 / Créateur de contenus ...
[Prendre un rendez-vous](#)
11 mois • Modifié • 🌐

NEW Très fier de vous annoncer le lancement d'un nouveau produit sur un marché hautement concurrentiel mais vous le savez, j'aime le challenge 🙌

Après ChatGPT, Claude, Gemini, Perplexity et plein d'autres trucs qui vont coûter des milliards à des investisseurs, je vous présente donc RomAI, un LLM boosté à l'IH que je perfectionne depuis maintenant presque 40 ans.

👉 Le principe reste le même qu'un LLM classique : j'aligne des mots pour faire des phrases qui ressemblent à quelque chose de logique, mais qui ne l'est pas tout le temps (logique, ndlr).

1733

259 commentaires · 16 republications

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Montrer l'IA dans les coulisses

Ce qui fonctionne :

- cas d'usage concrets
- process simples
- avant / après



5,4 K 79 27

americanvintage_officiel Watch out: our AMV bag is on the

ZOOM SUR SWELLO ET L'IA POUR GAGNER DU TEMPS

Assistant **rédactionnel**

The screenshot shows a vertical menu of writing tools. From top to bottom: 'Corriger' (Correct) with an ABC icon, 'Emojify' with a smiley face icon, 'Traduire' (Translate) with a globe icon and a right arrow, 'Ton de voix' (Voice tone) with a megaphone icon, a right arrow, and a sub-menu, 'Reformuler' (Rephrase) with a circular arrow icon and a right arrow. The sub-menu for 'Ton de voix' is open, showing four options: 'Professionnel' (Professional) with a briefcase icon, 'Enfantin' (Childlike) with a ball icon, 'Créatif' (Creative) with a film reel icon, and 'Amical' (Friendly) with a heart icon. The 'Ton de voix' option is highlighted in red.

Génération de **hashtags**

The screenshot shows a list of generated hashtags under the heading 'HASHTAGS'. The hashtags are displayed in red rounded rectangular buttons: '#shihtzu', '#chiendecompagnie', '#petitchien', '#amidesfamilles', '#chienintelligent', '#chienmignon', and '#chienfrançais'.

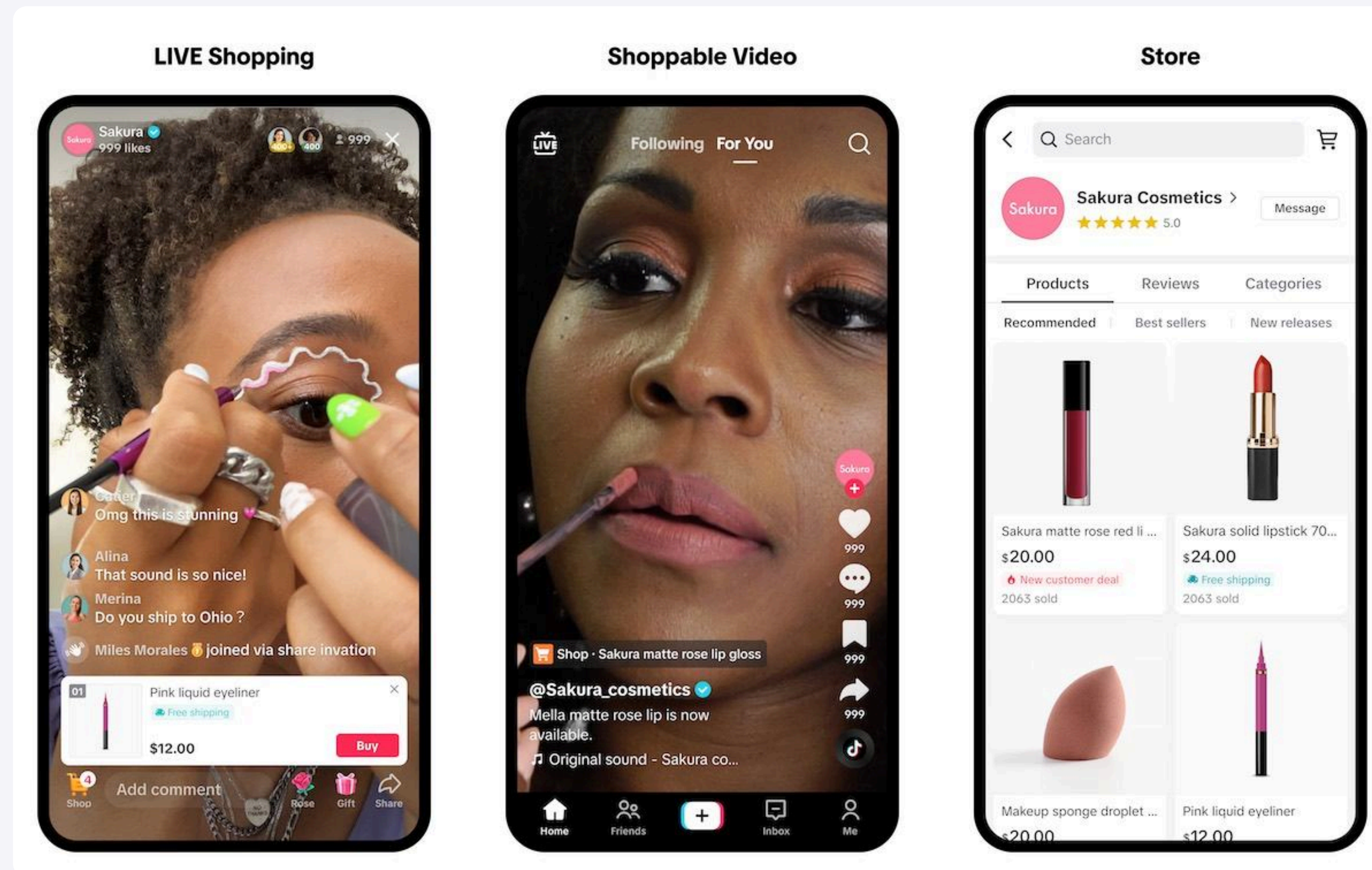
Création de **balise Alt**

The screenshot shows a dialog box titled 'Ajouter un texte alternatif' (Add alt text). Below the title is a paragraph of explanatory text: 'Vous pouvez ajouter une description, aussi nommée texte alternatif à vos médias, afin de les rendre accessibles. Les bonnes descriptions sont concises, mais indiquent ce qui figure sur vos médias de manière précise et permettent de comprendre leur contexte.' Below the text is a text input field with three horizontal lines. At the bottom right of the input field is a button that says 'Générer la description' (Generate description) with a lightning bolt icon and the number '853'. At the bottom left of the dialog is a red button with a white 'x' icon and the text 'Supprimer' (Delete). At the bottom right are two buttons: 'Annuler' (Cancel) and 'Valider' (Validate).

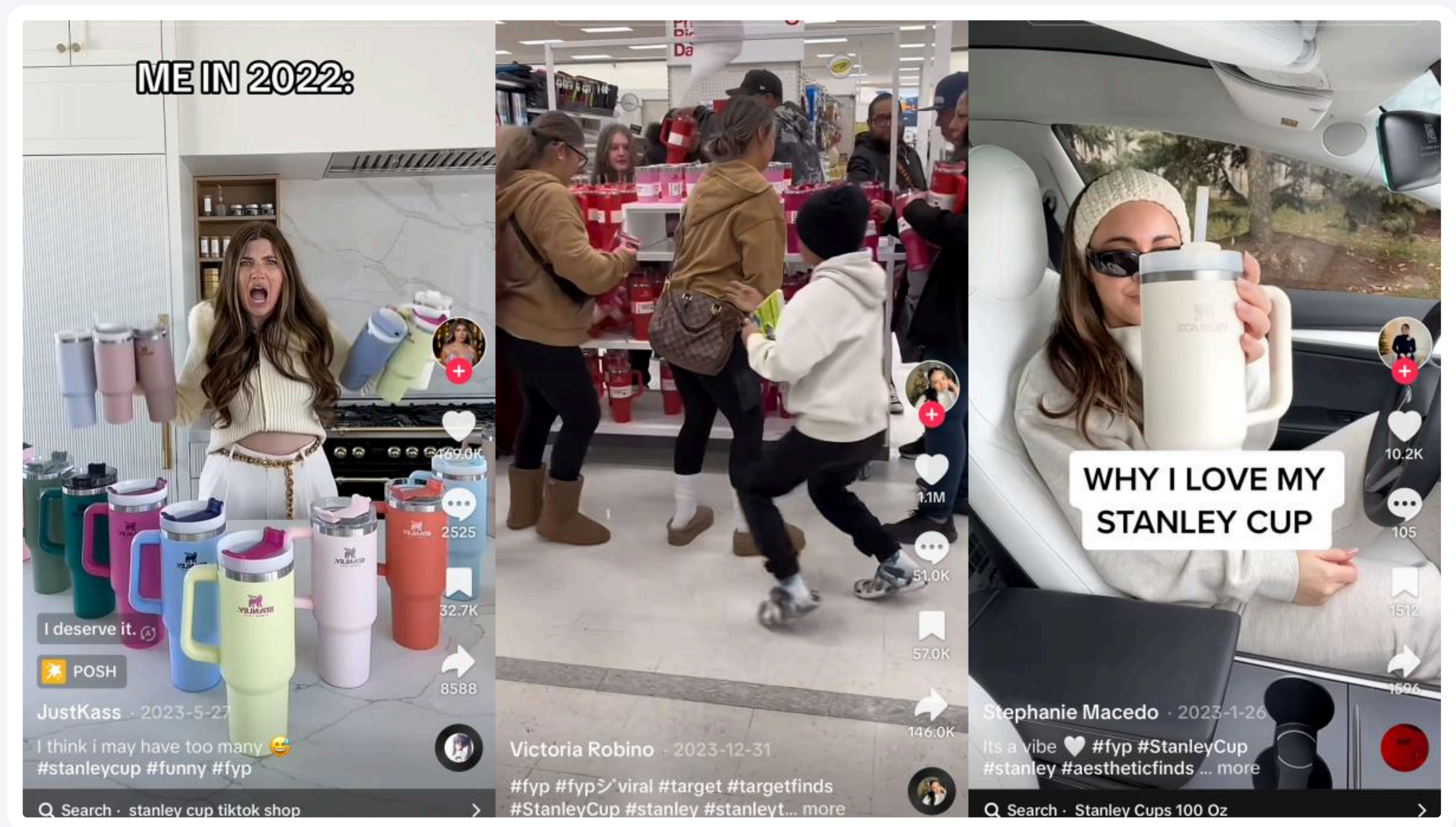
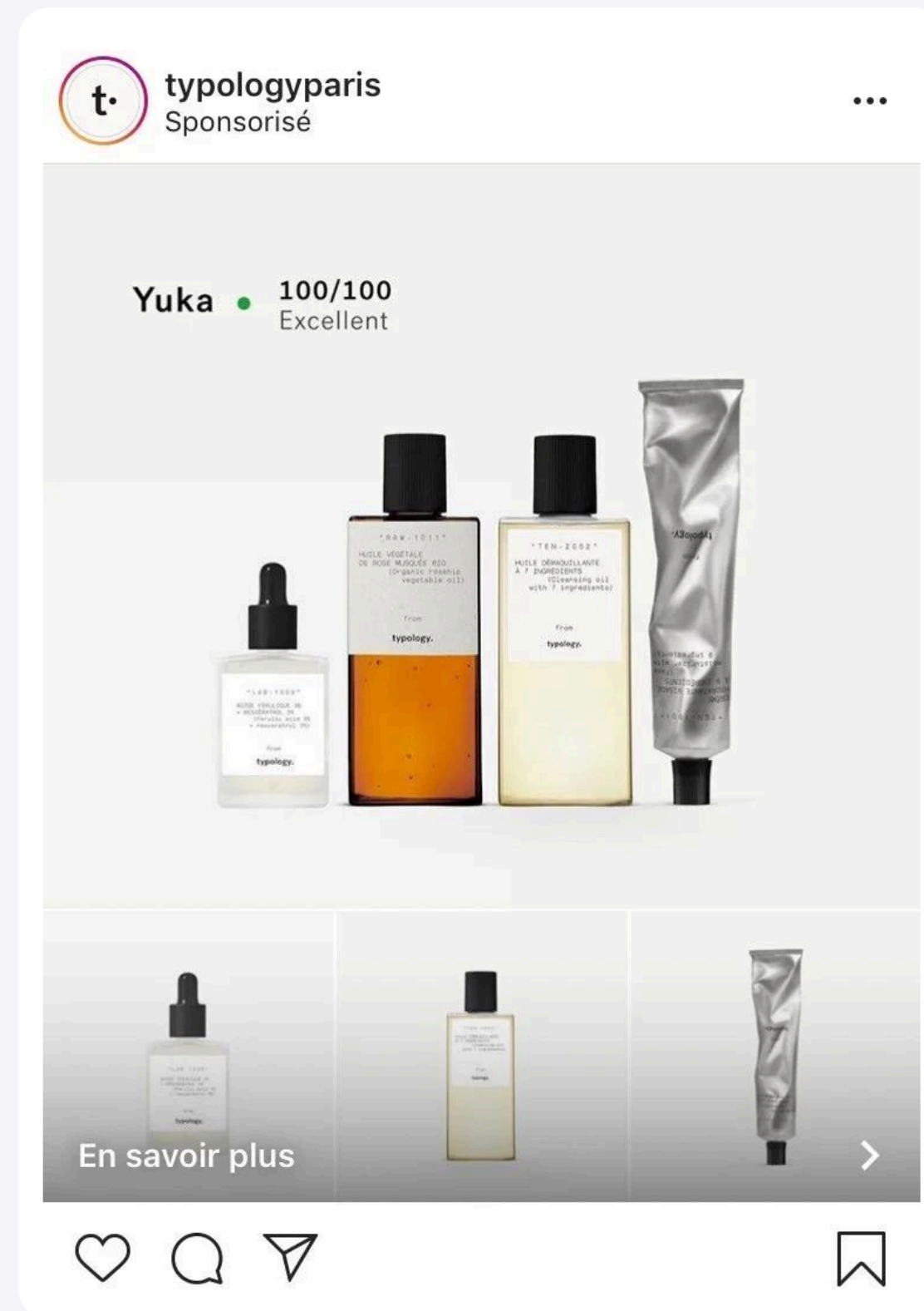
LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 1 Les **valeurs sociales et environnementales** au centre des contenus de marque 🌿
- 2 Le retour en force des **formats longs** 🎥
- 3 Vers une utilisation **raisonnée** de l'**Intelligence Artificielle** ✨
- 4 Le **Social Commerce** passe à la vitesse supérieure 🛍️

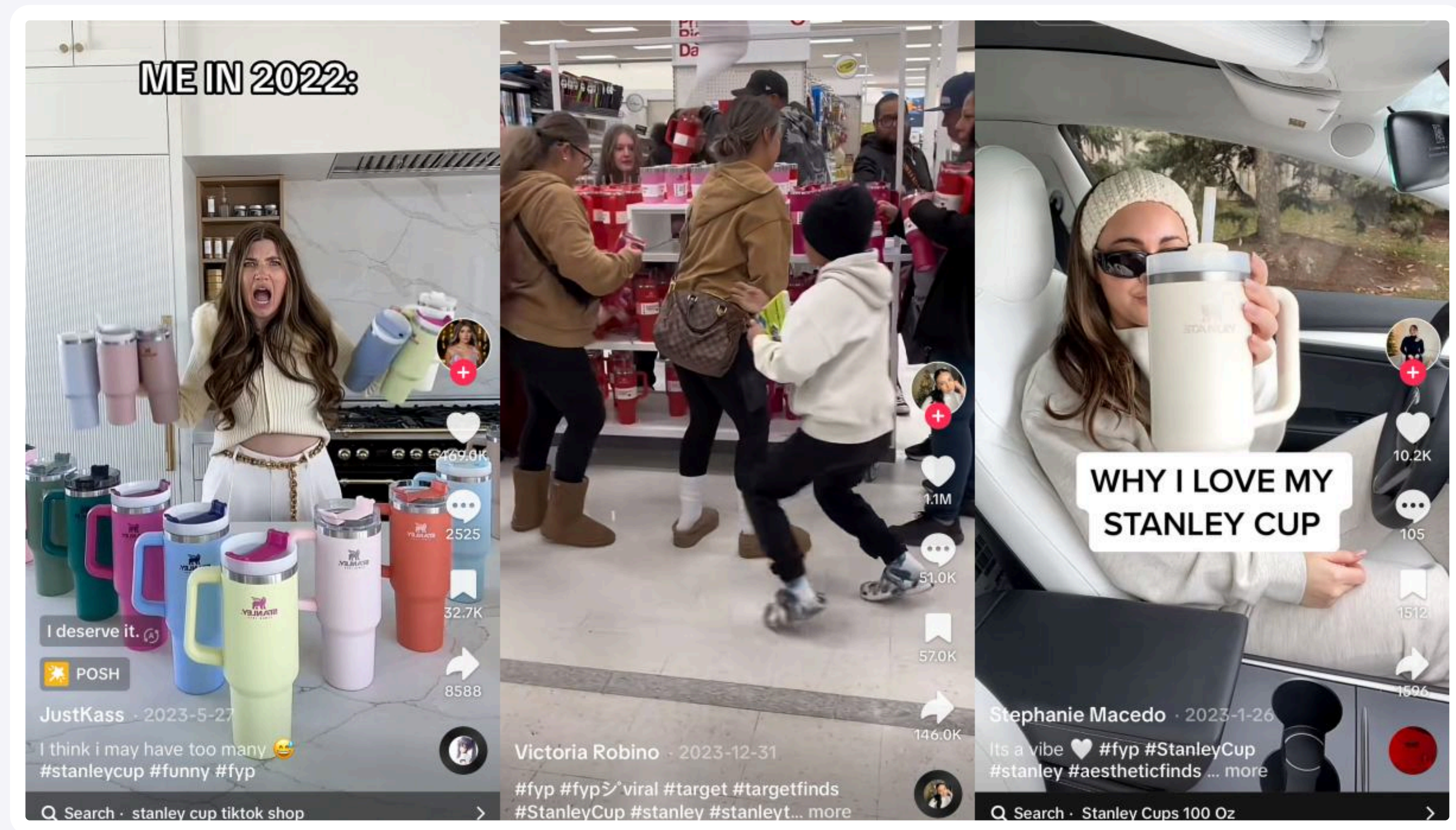
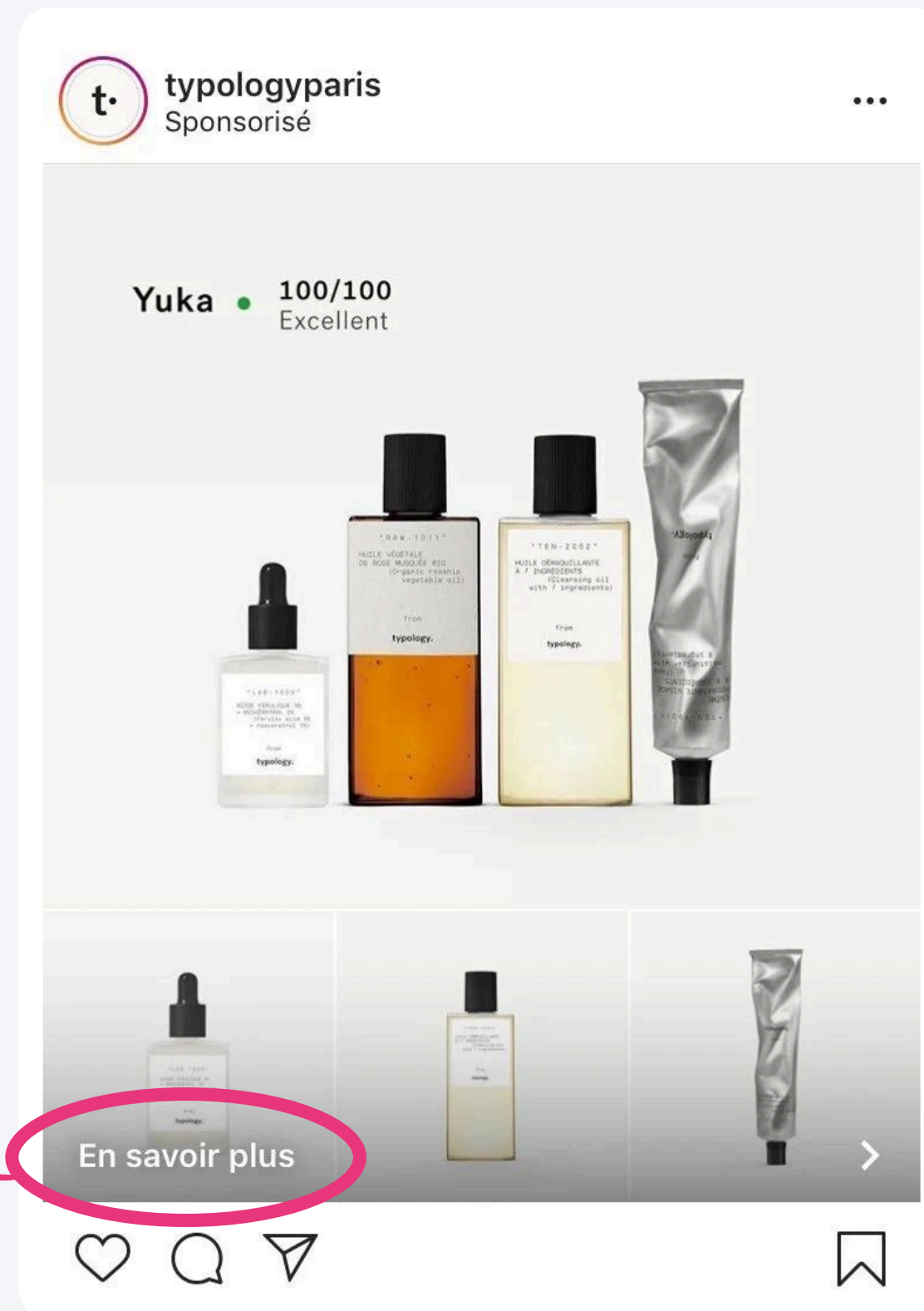
LE SOCIAL COMMERCE PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE 🛍️



LE SOCIAL COMMERCE PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE 🛍️



LE SOCIAL COMMERCE PASSE À LA VITESSE SUPÉRIEURE 🛍️



En quelques clics

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

- 👉 **Montrez** votre produit
- 👉 Créez de la **confiance** avant la conversion
- 👉 **Facilitez** l'achat

Je vois un contenu 👁️

Je fais confiance ❤️
(avis, créateurs...)

J'interagis 💬






J'achète 🛍️

*Sans quitter le
réseau social*

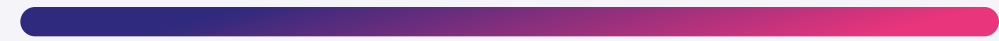
LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 5 Les algorithmes favorisent désormais l'**engagement invisible** 👻
- 6 Les réseaux sociaux comme **moteurs de recherche** plus complets 🔍
- 7 La co-création devient un **catalyseur de communautés** 🤝
- 8 La renaissance des **réseaux sociaux conversationnels** 💬

C'EST QUOI L'ENGAGEMENT INVISIBLE ? 🤔

-  **Sauvegardes**
-  **Partages** en DM / messages privés
-  **Clics** sur “voir plus”
-  **Temps** de lecture / de visionnage (dwell time)
-  **Retours** répétés sur un contenu

LES ALGORITHMES FAVORISENT DÉSORMAIS L'ENGAGEMENT INVISIBLE 🧛



Engagement avec le lien ⓘ

Visites des liens dans ce post
<https://swello.com/fr/>

82

Engagement sur les réseaux sociaux ⓘ

Réactions	202
Commentaires	17
Republications	3
Enregistrements	81
Envois sur LinkedIn	28

338 64 -- 0 2

168 4 -- 0 243 6,369

Vues 9,727



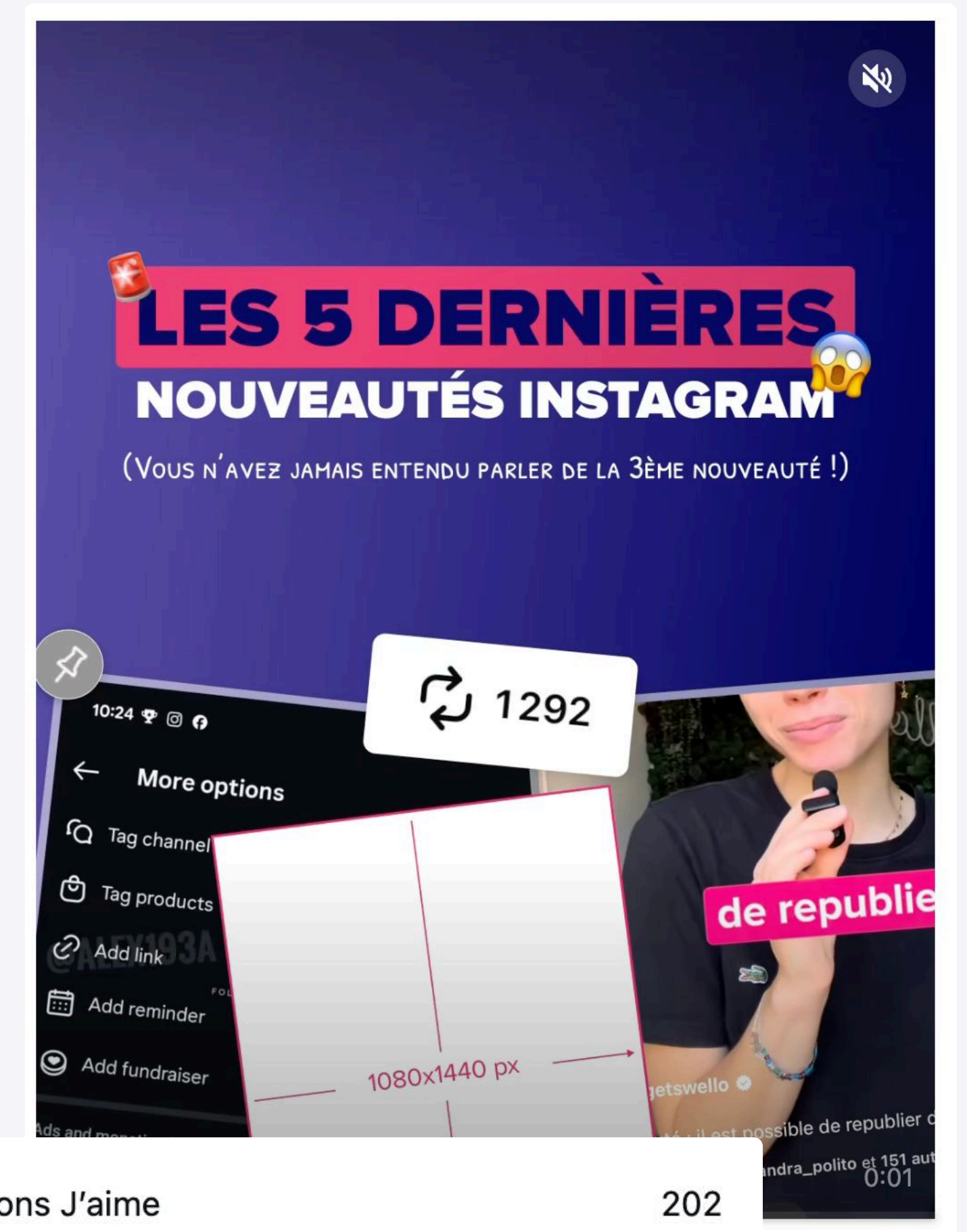
COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Miser sur l'utile avant le "beau"

Les contenus qui se sauvegardent :

- checklists
- conseils actionnables
- tuto
- retours d'expérience concrets

Est-ce que quelqu'un aurait envie de garder ce post pour plus tard ?

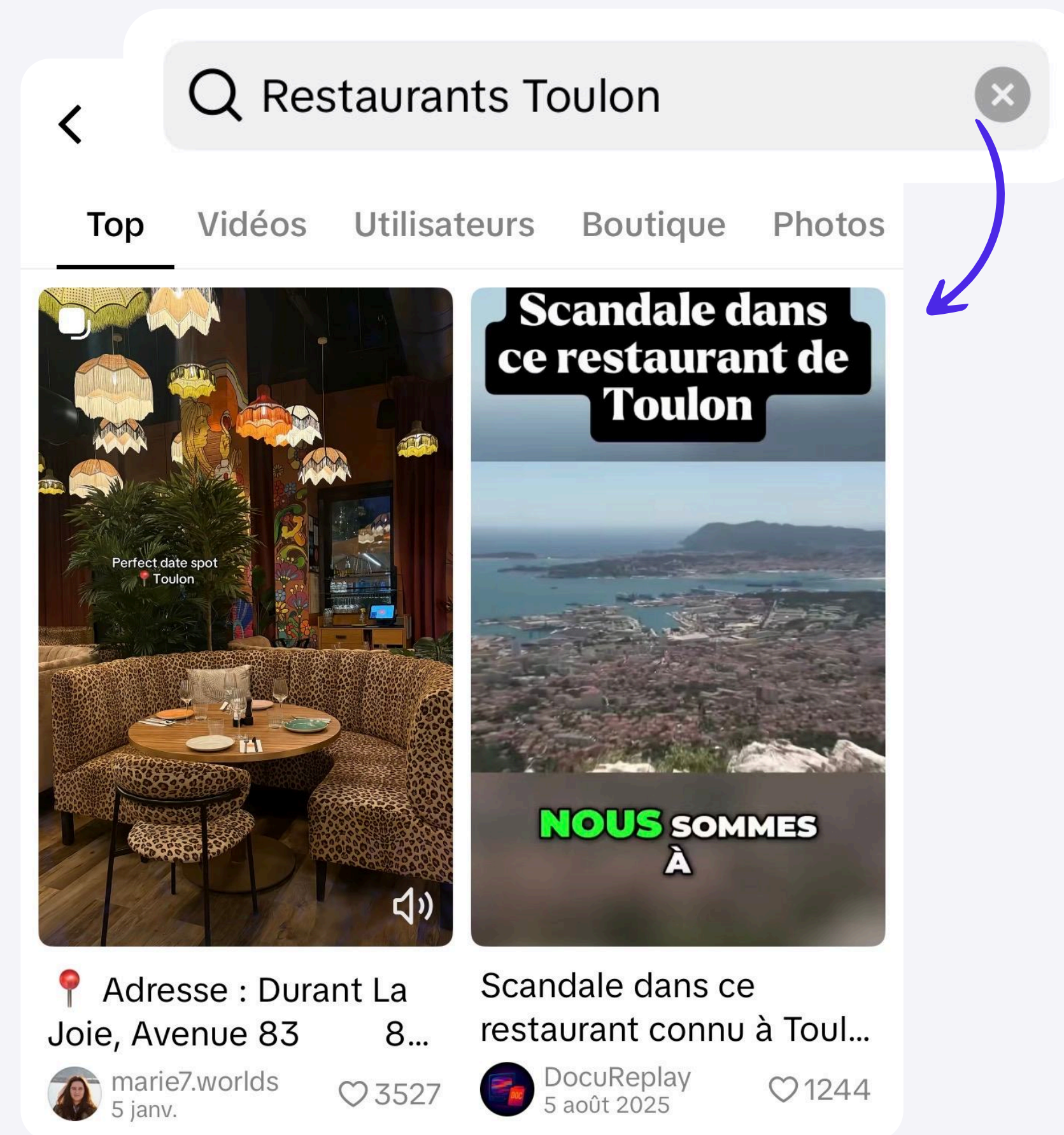


♥ Mentions J'aime	202
🔖 Enregistrements	97
💬 Commentaires	12

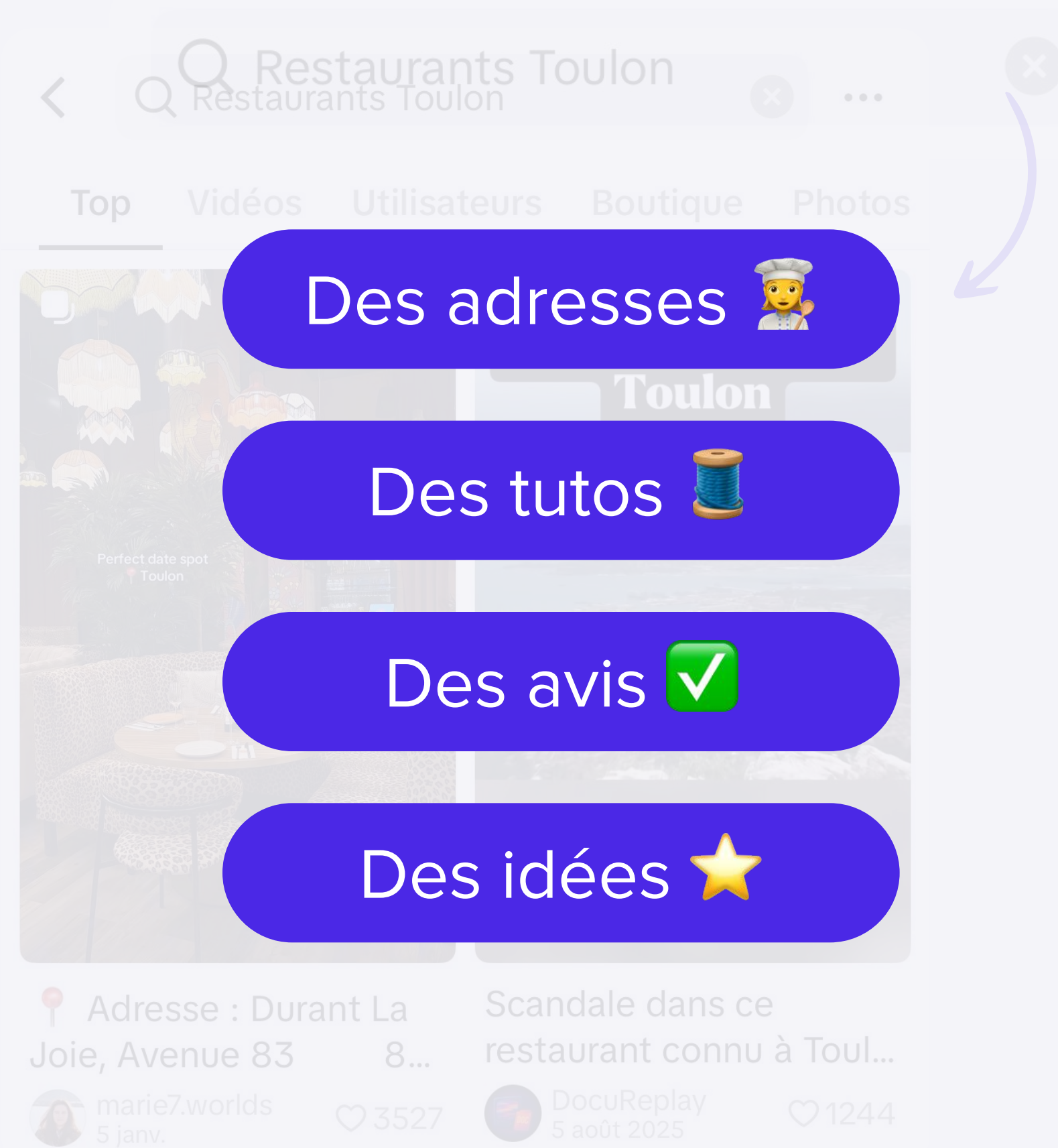
LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 5 Les algorithmes favorisent désormais l'**engagement invisible** 👻
- 6 Les réseaux sociaux comme **moteurs de recherche** plus complets 🔍
- 7 La co-création devient un **catalyseur de communautés** 🤝
- 8 La renaissance des **réseaux sociaux conversationnels** 💬

LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME MOTEURS DE RECHERCHE PLUS COMPLETS



LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME MOTEURS DE RECHERCHE PLUS COMPLETS



LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME MOTEURS DE RECHERCHE PLUS COMPLETS

65%

des 15-24 ans utilisent les réseaux sociaux comme principal **outil de recherche d'information**

Source : Google France, 2024

LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME MOTEURS DE RECHERCHE PLUS COMPLETS

65%

des 15-24 ans utilisent les réseaux sociaux comme principal **outil de recherche d'information**

Source : Google France, 2024



LES RÉSEAUX SOCIAUX COMME MOTEURS DE RECHERCHE PLUS COMPLETS

Pourquoi c'est une vraie tendance ?

Les plateformes analysent désormais :

- le texte des légendes
- le texte dans les visuels
- le contexte du contenu
- les balises (accessibilité...)



COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Les habitudes **SEO friendly** :

- ✓ Utilisez des **mots-clés pertinents**
- ✓ Complétez les **balises Alt**
- ✓ Ajoutez du **texte clair** dans les visuels
- ✓ Ne misez plus sur les **hashtags**

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

The infographic is divided into two main sections. The left section, titled '5 HASHTAGS PAR POST', features a red star icon and text explaining Instagram's shift towards SEO. It includes a smartphone screenshot showing a '5 HASHTAGS' error message. The right section, titled 'Les hashtags en déclin', lists various hashtag categories and provides a detailed explanation of why their use is declining, mentioning the rise of keyword-based algorithms and the removal of certain hashtag features on Instagram.

5 HASHTAGS PAR POST
Instagram continue sa transition vers le **SEO par mots-clés**.

Vous ne pouvez ajouter que 5 hashtags à votre légende

Les hashtags en déclin

#socialmedia
#community #reseauxsociaux
#2025 **#HASHTAGS** #trends
#communication #tendances
#predilections

Après avoir été un symbole des réseaux sociaux depuis sa création, le hashtag semble être de plus en plus délaissé. Les plateformes mettent désormais sur le **référencement par mots-clés** grâce à un **algorithme capable d'analyser les descriptions et les images**.

C'est le cas d'Instagram qui **supprime petit à petit ses fonctionnalités** liées aux hashtags.

LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 5 Les algorithmes favorisent désormais l'**engagement invisible** 👻
- 6 Les réseaux sociaux comme **moteurs de recherche** plus complets 🔍
- 7 La co-création devient un **catalyseur de communautés** 🤝
- 8 La renaissance des **réseaux sociaux conversationnels** 💬

QU'EST-CE QU'UNE CO-CRÉATION ? 🤝

Produit en édition limitée

Un concept créa (vidéo)

Un événement (Pop up store)

POURQUOI FAIRE UNE CO-CRÉATION ?



EFFET DE HALO

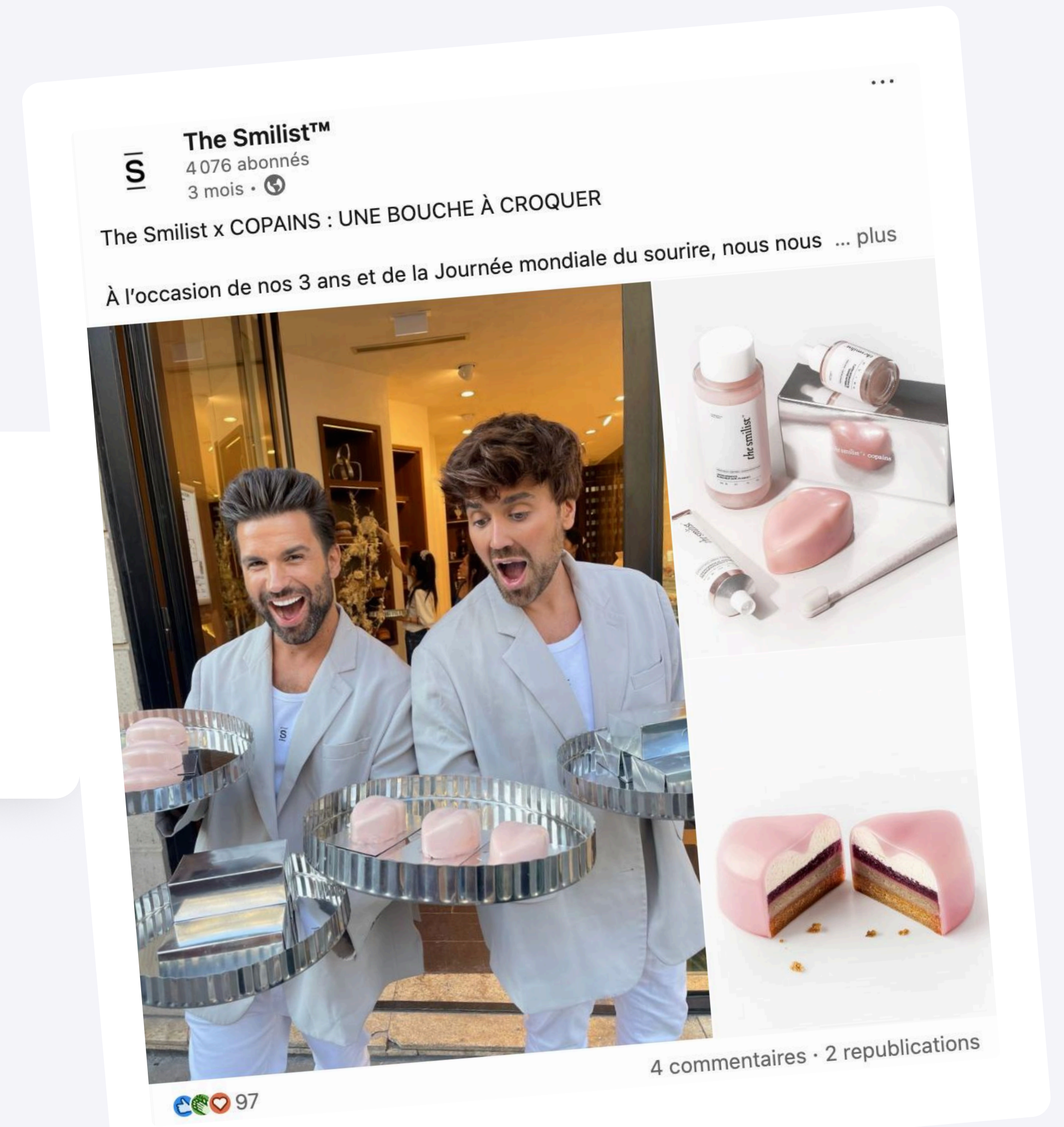
LA CO-CRÉATION DEVIENT UN CATALYSEUR DE COMMUNAUTÉS 🤝

Exemple : la **collaboration** fusionnant avec succès le miel des cosmétiques **Gisou**, aux pâtisseries de Cédric **Grolet**, créant ainsi un événement viral sur les réseaux.



LA CO-CRÉATION DEVIENT UN CATALYSEUR DE COMMUNAUTÉS 🤝

Pour ses 3 ans en octobre 2025, la marque de soins dentaires **The Smilist™** s'est associée à la pâtisserie **Copains** pour une collaboration gourmande, Une Bouche à Croquer.



COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

VOUS 🤝 un produit/service **qui fait sens**

LES 8 TENDANCES RÉSEAUX SOCIAUX 2026

- 5 Les algorithmes favorisent désormais l'**engagement invisible** 👻
- 6 Les réseaux sociaux comme **moteurs de recherche** plus complets 🔍
- 7 La co-création devient un **catalyseur de communautés** 🤝
- 8 La renaissance des **réseaux sociaux conversationnels** 💬

LA RENAISSANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX CONVERSATIONNELS

Aujourd'hui, on quitte le « scroll passif » pour aller vers **des espaces où on discute vraiment.** 

LA RENAISSANCE DES RÉSEAUX SOCIAUX CONVERSATIONNELS



Reddit

Des communauté où l'on pose des questions et on reçoit des **réponses honnêtes d'utilisateurs.**



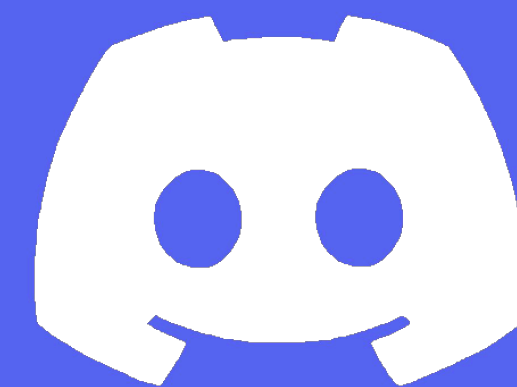
Quora

Une plateforme dédiée aux **questions-réponses**, basée sur l'expertise et l'expérience.



Groupes Facebook

Des espaces pour échanger entre personnes partageant **un même intérêts.**



Discord

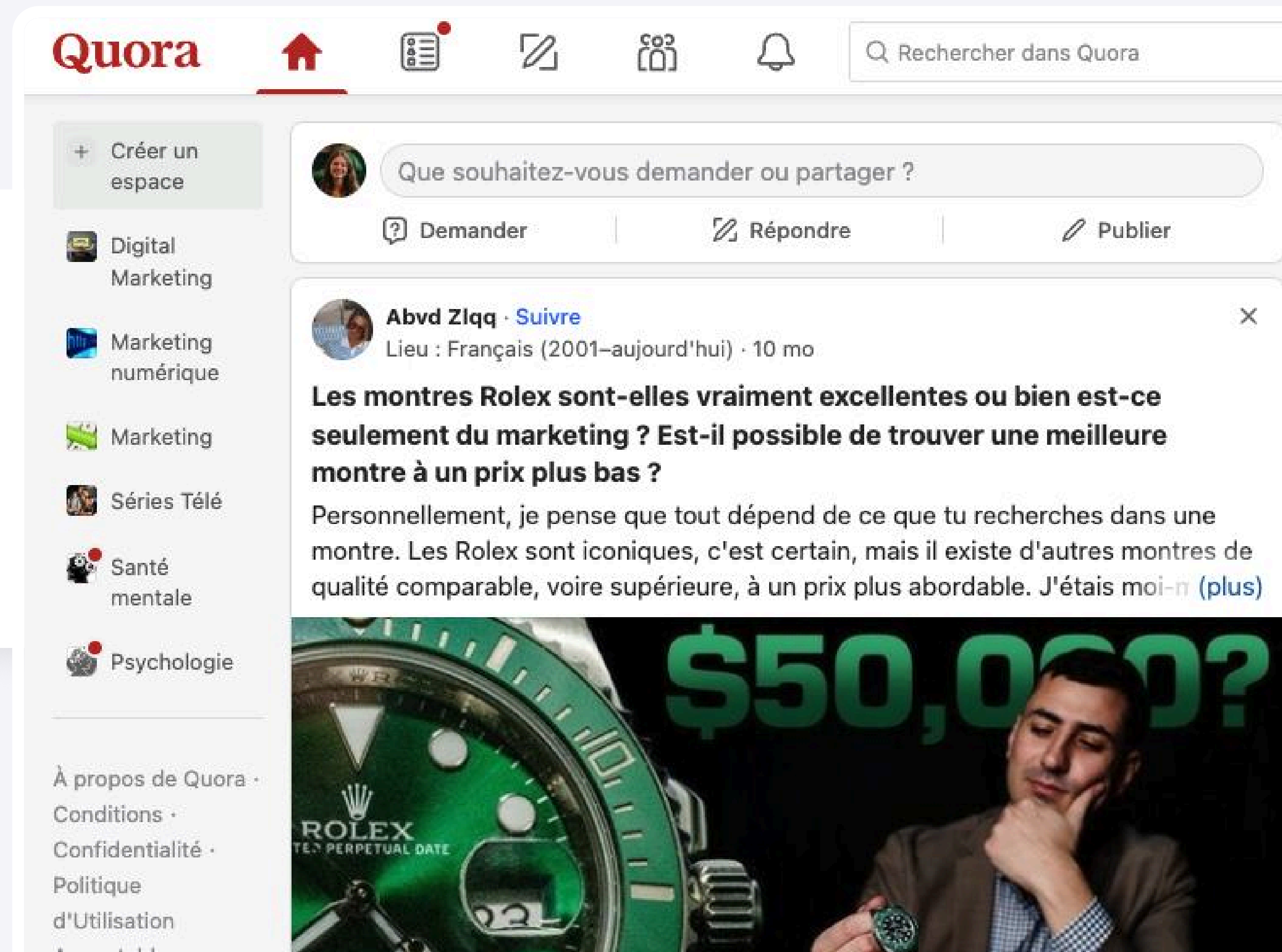
Des communautés organisées en salons pour **discuter en temps réel** autour d'un sujet.

COMMENT UTILISER CETTE TENDANCE ?

Pourquoi ça fonctionne ?

Les utilisateurs cherchent :

- des réponses
- des recommandations honnêtes
- des retours d'expérience
- des avis non sponsorisés



The screenshot shows the Quora website interface. At the top, the Quora logo is on the left, followed by navigation icons for home, search, and user profile. A search bar on the right contains the text "Rechercher dans Quora". Below the navigation bar, there is a sidebar on the left with a list of categories: "Créer un espace", "Digital Marketing", "Marketing numérique", "Marketing", "Séries Télé", "Santé mentale", and "Psychologie". The main content area features a question input field with the placeholder text "Que souhaitez-vous demander ou partager ?" and buttons for "Demander", "Répondre", and "Publier". Below this, a question is displayed: "Les montres Rolex sont-elles vraiment excellentes ou bien est-ce seulement du marketing ? Est-il possible de trouver une meilleure montre à un prix plus bas ?" by user "Abvd Zlqq". The question is marked as "Lieu : Français (2001–aujourd'hui) · 10 mo". The answer text reads: "Personnellement, je pense que tout dépend de ce que tu recherches dans une montre. Les Rolex sont iconiques, c'est certain, mais il existe d'autres montres de qualité comparable, voire supérieure, à un prix plus abordable. J'étais moi-m (plus)". Below the text is a large image of a Rolex watch with a green dial and bezel, and a man in a suit looking thoughtful, with the text "\$50,000?" overlaid in large green font.



Un grand merci pour
votre attention.

CHECK-LIST POUR DES POSTS IMPACTANTS EN 2026

→ Mon contenu est authentique et humain

Je privilégie la transparence : je montre des actions concrètes
Je crée du lien : je m'engage activement dans les discussions et réponds aux commentaires

→ Je cherche à créer un véritable engagement, pas juste des vues

Je favorise l'interaction avec ma communauté, comme dans les forums, où l'échange est authentique
Je fais appel à des questions ouvertes pour stimuler la conversation et encourager les réponses

→ Mon contenu est bien optimisé pour la recherche

Je choisis des mots-clés pertinents dans mes légendes et descriptions
Je remplis correctement les balises Alt de mes images pour améliorer l'accessibilité et le référencement

→ Je limite l'utilisation des hashtags

Je n'utilise pas plus de 5 hashtags et je choisis ceux qui sont vraiment pertinents et spécifiques à ma niche

→ Je crée du contenu qui répond aux besoins réels de mon audience

Je propose des réponses concrètes à des questions fréquentes ou des problèmes spécifiques
Je mise sur le contenu utile et durable qui peut être sauvegardé, partagé et consulté plusieurs fois



TÉLÉCHARGEZ NOTRE INFOGRAPHIE



<https://swll.to/tendances-social-media-2026>

An infographic with a dark blue background and a red top border. The title 'Les 8 tendances SOCIAL MEDIA 2026' is at the top right, with '2026' in a red starburst. The infographic is divided into sections. The first section, 'Les valeurs sociales et environnementales au centre des contenus de marque', includes text about RSE and 'greenwashing', and two social media posts from @backmarket_fr and @patagonia. The second section, 'Le retour en force des formats longs', includes text about 'snack content' and 'superproductions', and a video thumbnail for 'COUCH by Léna Situations'. The third section at the bottom is 'Vers une utilisation raisonnée de l'Intelligence Artificielle'.

Les 8 tendances SOCIAL MEDIA 2026

Les valeurs **sociales** et **environnementales** au centre des contenus de marque

En 2026, les marques ne pourront plus se contenter de communiquer sur l'« éco-responsabilité » de leurs produits/services : elles devront **prouver leurs actions RSE**.

Les contenus qui performeront seront ceux qui montreront des **preuves concrètes** comme des rapports chiffrés ou des actions menées tout en évitant le **greenwashing**.



@backmarket_fr **@patagonia**

Le retour en force des **formats longs**

Suite à l'essor du **snack content**, les contenus longs sont à nouveau plébiscités : podcasts-interviews, vidéos concepts YouTube de plus d'une heure, séries de Reels...

On veut comprendre, apprendre et suivre une histoire au-delà de quelques secondes. A l'aide de **superproductions**, les aventures des créateurs deviennent des expériences embarquées pour leurs audiences.

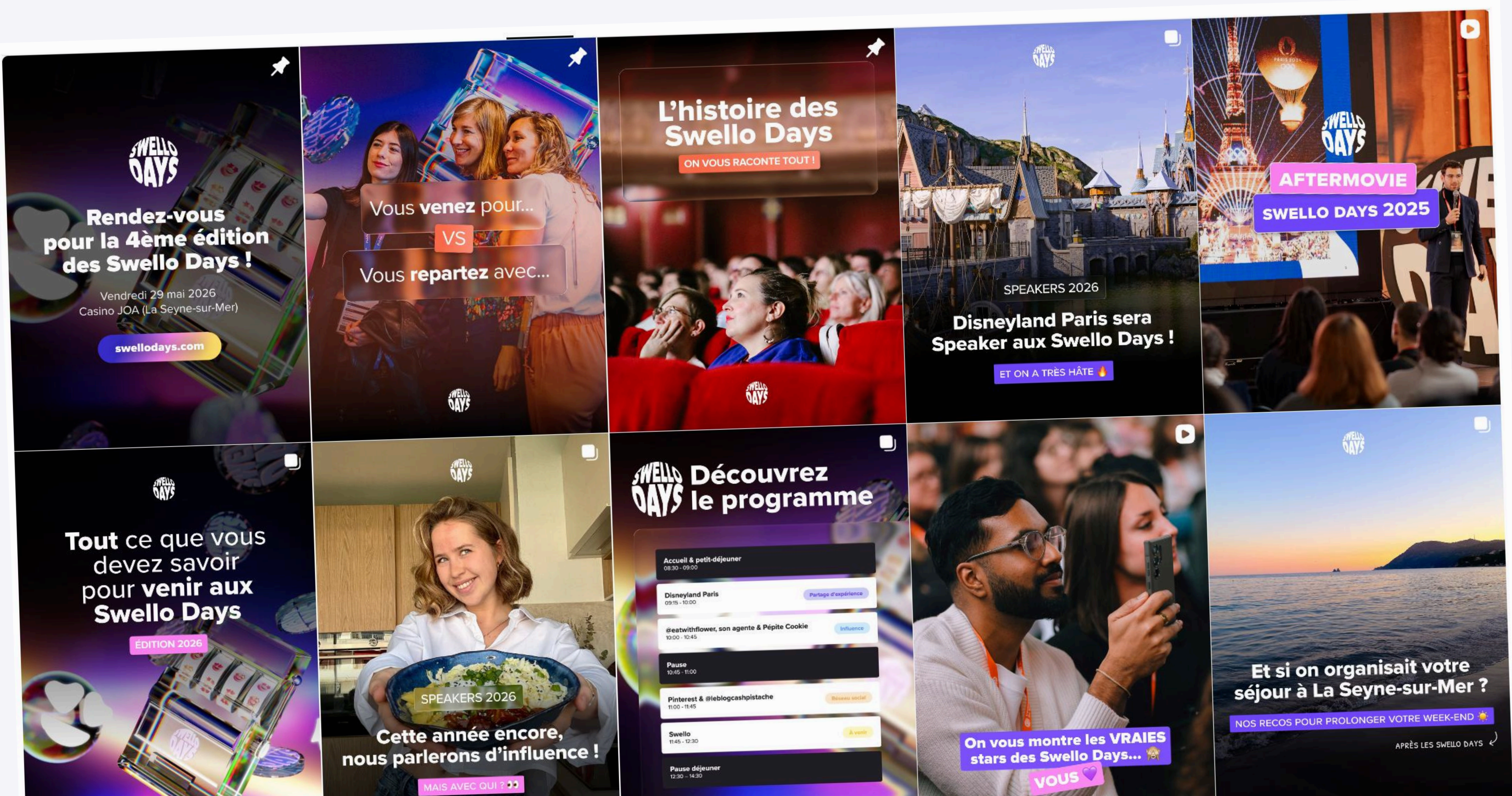


Couch, podcast filmé de Léna Situations, diffusé sur Disney+

Vers une utilisation raisonnée de l'**Intelligence Artificielle**

ZOOM SUR LES SWELLO DAYS, NOTRE ÉVÉNEMENT SOCIAL MEDIA

<https://www.instagram.com/swelldays/>



WEBINARCCI10

Code promo pour bénéficier de -10% sur les abonnements annuels Swello jusqu'au 31 mai



Des questions ?