

- Très forte progression sur l'ensemble du trimestre, avec une nette montée en puissance en septembre : plus de 25 000 vues sur le mois, majoritairement issues de non-abonnés (68%).
- Les visites de profil ont plus que doublé, témoignant de l'efficacité des contenus à générer de l'intérêt.
- Le contenu visuel a contribué à cette visibilité étendue.

## Facebook

- Une performance plus instable, avec une baisse en août (certainement liée à l'interruption de l'année scolaire) puis un rebond en septembre (meilleur mois en termes de visites et d'abonnés gagnés en période de rentrée).