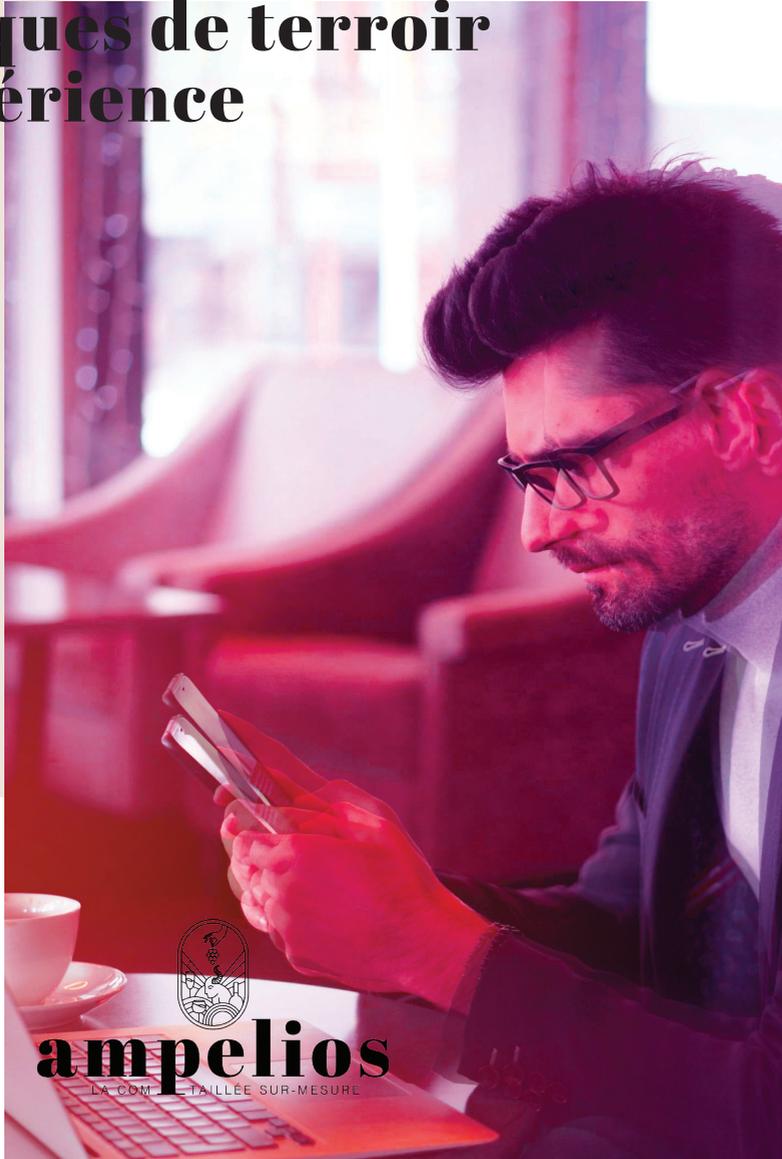


# Performer sur LinkedIn en 2025 : Le guide indispensable pour les marques de terroir et d'expérience

*Comprenez les nouvelles règles de l'algorithme LinkedIn et découvrez comment les acteurs du vin, du champagne et du tourisme peuvent tirer leur épingle du jeu grâce à une stratégie organique fine, incarnée et impactante.*



**ampelios**  
LA COM TAILLÉE SUR-MESURE

## **En 2025, LinkedIn n'est plus un réseau secondaire pour les professionnels du vin, du champagne et du tourisme.**

Il est devenu un levier stratégique incontournable pour exister dans le paysage professionnel, valoriser son savoir-faire et créer une préférence durable. Mais les règles du jeu changent régulièrement.

La visibilité facile ? Terminée. Les pages entreprise ? Toujours utiles, mais soumises à de nouvelles exigences. L'algorithme LinkedIn privilégie désormais les contenus de qualité, les interactions utiles et les formats pensés pour l'expérience utilisateur. En clair : votre page peut encore rayonner à condition de la piloter avec méthode.

## **Ce guide a un double objectif :**

- **Vous donner les clés de compréhension de l'algorithme 2025**
- **Et vous montrer comment en tirer parti dans votre secteur**

# SOMMAIRE

**1.**

**LE RÉVEIL ALGORITHMIQUE :**  
pourquoi LinkedIn a changé la  
donne en 2025 ?

**2.**

**LES CODES À MAÎTRISER  
POUR PERFORMER EN 2025**

**3.**

**POURQUOI LINKEDIN EST UN  
LEVIER STRATÉGIQUE POUR  
LES ACTEURS DU VIN, DU  
CHAMPAGNE ET DU TOURISME ?**

1.

# **LE RÉVEIL ALGORITHMIQUE**

pourquoi LinkedIn a  
changé la donne en 2025 ?

# Une chute brutale de la portée organique

En début d'année, LinkedIn a acté une baisse de 25% de la visibilité organique moyenne. Dans certains secteurs, la perte atteint jusqu'à 70% pour les pages entreprise.

L'algorithme privilégie désormais :

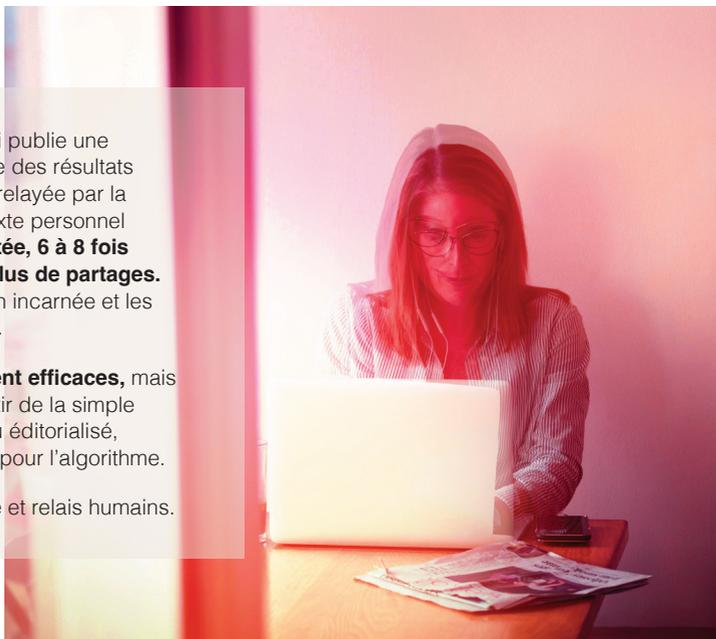
- Les publications générant **des commentaires de fond**
- Le **temps passé** sur un post (dwell time)
- Les formats à forte valeur ajoutée (guides, carrousels et vidéos pédagogiques)
- Les contenus publiés via **profils personnels**, jugés plus engageants

## Exemple

Une Maison de Champagne qui publie une infographie via sa page observe des résultats corrects. La même infographie relayée par la Directrice Marketing avec un texte personnel génère **5 à 10 fois plus de portée, 6 à 8 fois plus d'interactions, et 4 fois plus de partages**. L'algorithme valorise la narration incarnée et les signaux d'engagement profond.

À retenir : **les pages pros restent efficaces**, mais doivent monter en gamme : sortir de la simple annonce et produire un contenu éditorialisé, engageant, mais surtout pensé pour l'algorithme.

L'idéal ? Articuler page officielle et relais humains.



# Le règne du contenu éditorialisé (et incarné quand possible)

Publier une photo générique avec un texte corporate ne suffit plus. Une page doit transmettre une expertise, partager une vision et incarner une posture.

UN DOMAINE  
VITICOLE

MONTRE

LES COULISSES D'UNE  
TAILLE D'HIVER

UN OFFICE DE  
TOURISME

DIFFUSE

UN MINI-GUIDE VISUEL  
SUR LES EXPÉRIENCES  
HORS SAISON

UNE MAISON DE  
CHAMPAGNE

EXPLIQUE

EN CARROUSEL  
SES ENGAGEMENTS  
ENVIRONNEMENTAUX ET  
LEUR IMPACT CONCRET

Ce sont ces formats qui engagent, fidélisent, et construisent votre autorité.

Votre **page LinkedIn est votre vitrine éditoriale**. Et pour amplifier la portée, quelques relais personnels volontaires peuvent faire la différence. Les contenus publiés via des profils peuvent générer **jusqu'à 10 fois plus d'engagement**.

Mais même sans relais humain, **une page bien pilotée peut très bien performer**, à condition de respecter les bons codes : fréquence, narration, formats riches, interactions ciblées, mots-clés métiers, etc.

Le duo gagnant : une page pro stratégique + un ou deux profils en écho. Pas obligatoire, mais redoutablement efficace.





### PROFIL PERSONNEL

PORTÉE FAVORISÉE  
PAR L'ALGORITHME

EXPRESSION + HUMAINE  
ET PERSONNELLE

COMMUNICATION +  
INCARNÉE

SUIVIS PAR DES  
RELATIONS



### PROFIL ENTREPRISE

PORTÉE LIMITÉE (NÉCESSITE  
UN RELAIS HUMAIN)

EXPRESSION AU NOM  
D'UNE ENTITÉ

STRATÉGIE DE MARQUE  
EMPLOYEUR

SUIVIES PAR DES  
ABONNÉS

# Le dark social, un levier invisible mais stratégique

De plus en plus de résultats passent par le **dark social** : ces utilisateurs qui ne likent pas, ne commentent pas... mais enregistrent vos posts, les partagent en privé ou les lisent attentivement. C'est souvent votre audience la plus qualifiée.

Une page ou un profil dont le post est enregistré est **80% plus susceptible** d'être montré à son lecteur la fois suivante. Si vous ne créez pas de contenu à forte valeur de conservation (infographies, mini-guides, témoignages métiers, etc.), vous passez à côté de ce levier d'impact invisible.

Et c'est là que beaucoup se trompent : si votre contenu est auto-promotionnel, irrégulier ou mal ciblé, il ne sera tout simplement **pas vu**. C'est ici qu'un regard extérieur peut aider à repenser votre approche et retrouver de la performance.

2.

# **LES CODES À MAÎTRISER POUR PERFORMER EN 2025**

# Favoriser les signaux d'engagement fort

L'algorithme LinkedIn valorise les contenus qui génèrent des interactions authentiques et prolongées. Pour augmenter la portée de vos publications, misez sur :

1

**DES APPELS À DISCUSSION OUVERTS EN FIN DE POST**

↓  
 “Et vous, quelles initiatives durables mettez-vous en place sur votre domaine ?”

2

**DES FORMATS QUI RETIENNENT L'ATTENTION**

↓  
 Carrousels éducatifs, vidéos sous-titrées, guides visuels, etc.

3

**DES POSTS LONGS MAIS LISIBLES**

↓  
 Découpés avec soin, qui donnent envie d'aller jusqu'au bout

**Objectif : maximiser le dwell time et les commentaires qualitatifs.**

## LES 7 LEVIERS DE PORTÉE ORGANIQUE SUR LINKEDIN

CONTENU QUALITATIF

FORMATS NATIFS

TEMPS DE LECTURE

COMMENTAIRES

TAUX D'INTERACTION

ENREGISTREMENTS

TAUX DE PARTAGE

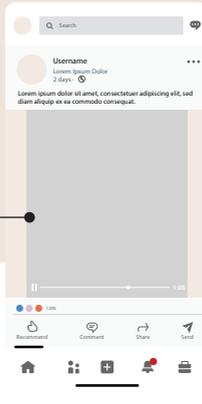
# Capitaliser sur les formats natifs et narratifs

**ASTUCE**  
ne pas hésiter à recycler un article de blog en 4 à 5 publications LinkedIn cohérentes.

Les publications qui “restent sur LinkedIn” sont mieux indexées que les liens sortants. Préférez :



**Un carrousel** racontant l'histoire d'un engagement RSE ou d'un événement métier.



**Une vidéo** montrant un geste métier, une coulisse ou un témoignage client.



**Une série de posts** pédagogiques autour d'un thème : vendanges, accueil, saisonnalité, innovations, etc.

## Optimiser vos publications pour l'algorithme

Et surtout : pas d'auto-promo directe. Ce n'est pas votre page vitrine, c'est votre **page éditoriale**.



VOICI UNE CHECKLIST EXPRESS À SUIVRE

<input type="checkbox"/>	Un <b>accroche forte</b> dès la première ligne (chiffre, question, tension, etc.)
<input type="checkbox"/>	Une <b>structure claire</b> : 3 à 5 paragraphes courts et bien aérés
<input type="checkbox"/>	Un <b>visuel natif</b> de qualité (image ou carrousel) ou une vidéo sous-titrée
<input type="checkbox"/>	Une question finale engageante

# FICHE PRATIQUE

## Les 9 règles d'or d'un post LinkedIn performant

1

### UNE ACCROCHE QUI CAPTE DÈS LA PREMIÈRE LIGNE

Posez une question, annoncez une tension ou un chiffre marquant pour arrêter le scroll.

### UN SUJET CLAIR, CENTRÉ SUR UNE IDÉE FORTE

Un post = un message.  
Pas de patchwork ni de catalogue d'infos.

2

3

### UN TON INCARNÉ, PROFESSIONNEL, HUMAIN

Écrivez comme vous parleriez à un pair exigeant, pas comme un communiqué de presse.

### UN FORMAT STRUCTURÉ ET LISIBLE

Paragraphes courts, sauts de ligne fréquents, emojis si cohérents avec votre ton.

4

5

### UN VISUEL NATIF DE QUALITÉ

Photo de terrain, carrousel synthétique, capture annotée : tout sauf une banque d'images.

### UN ANGLE MÉTIER / SECTORIEL EXPLICITE

Mettez en avant ce qui fait votre différence dans le vin, le champagne ou le tourisme.

6

7

### UNE INTENTION CLAIRE : INFORMER, INSPIRER OU IMPLIQUER

Si votre post ne sert à rien pour le lecteur, il ne servira pas non plus pour l'algorithme.

### UN APPEL À L'ACTION DISCRET MAIS STRATÉGIQUE

"Et vous, que mettez-vous en place sur votre site ?" / "Un retour d'expérience similaire ?"

8

9

### UNE RÉGULARITÉ RÉALISTE MAIS TENUE

Un bon post chaque semaine vaut mieux que trois moyens dans la précipitation.

# Travailler la régularité, pas la quantité

Il vaut mieux publier 2 fois par mois un contenu très qualitatif que 3 fois par semaine pour ne rien dire. L'algorithme favorise les comptes qui génèrent de **la valeur sur la durée**.

Cadence minimale : **2 à 4 posts / mois**

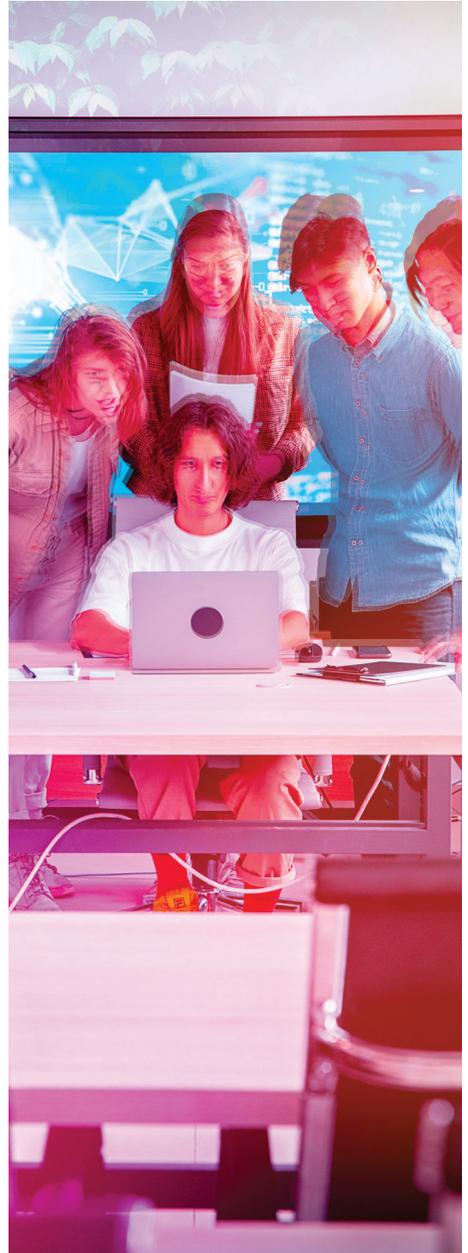
Bonus : intégrer une séquence éditoriale (ex : chaque 1er lundi du mois une astuce métier)

# Encourager les interactions internes

Plus vos collaborateurs interagissent tôt avec vos publications, plus LinkedIn considère qu'elles méritent d'être montrées :

- Partagez en interne un lien direct vers la publication
- Fournissez une ligne d'accroche ou une question pour encourager le commentaire
- Variez les types d'interactions (commentaires > likes)

Une entreprise où 3 à 5 collaborateurs jouent le jeu crée une dynamique organique précieuse.



# 3.

## **POURQUOI LINKEDIN EST UN LEVIER STRATÉGIQUE POUR LES ACTEURS DU VIN, DU CHAMPAGNE ET DU TOURISME ?**

# Un réseau aligné avec vos valeurs métiers

LinkedIn valorise les contenus pédagogiques, narratifs et engagés. Autrement dit : ce que les professionnels du vin, du champagne et du tourisme font déjà naturellement... mais souvent hors ligne. Ce réseau permet de prolonger cette prise de parole auprès de vos pairs, de vos clients et de vos relais d'image.

**Dans le vin**, cela signifie : raconter un épisode marquant de la vendange, expliquer une transition environnementale, décoder une appellation, etc.

**Dans le champagne** : valoriser un geste d'excellence, transmettre un héritage, montrer l'envers d'un temps fort (vendanges, salons pros), etc.

**Dans le tourisme** : partager une nouveauté de saison, un retour visiteur marquant ou une collaboration locale forte, etc.

Exemple : un domaine qui poste une série de visuels sur "3 gestes écoresponsables adoptés au domaine en 2025" crée plus de valeur et d'engagement qu'un simple communiqué de presse. LinkedIn vous permet de scénariser, valoriser et dialoguer.

Si vous avez une histoire à raconter, LinkedIn est votre tribune.

# Un levier de visibilité maîtrisable, loin du bruit social

Contrairement à Instagram ou Facebook, LinkedIn ne vous force pas à publier chaque jour pour émerger. Il récompense la pertinence, la régularité et surtout la qualité. Pour les structures à taille humaine ou à moyens limités, c'est une opportunité : **2 contenus bien construits par mois peuvent suffire à vous positionner.**

## ASTUCE

structurez une mini-série éditoriale (ex : "Un vigneron, une parcelle", "Une semaine, une activité hors-saison", "Nos engagements en 3 actes").

# Un outil d'image et de conversion terrain

LinkedIn vous aide à nouer des liens utiles : restaurateurs, journalistes, acheteurs, agences, collectivités, etc. Bien utilisé, il génère des prises de contact, des visites sur site, des inscriptions à une newsletter et des rendez-vous concrets.

Exemple : un Office de Tourisme qui publie chaque mois une série "expériences hors saison" et incite à l'échange peut recevoir davantage de messages qualifiés de prescripteurs, de demandes de co-animation ou d'intégration dans des circuits partenaires.

**LinkedIn, aujourd'hui, est encore sous-utilisé dans vos secteurs. C'est le moment d'en faire un levier différenciant.**

Vous l'avez vu : performer sur LinkedIn en 2025 ne relève ni de la chance, ni de la magie. C'est une question de méthode, de régularité et d'alignement stratégique avec ce que l'algorithme valorise réellement.

Pour les professionnels du vin, du champagne et du tourisme, LinkedIn est bien plus qu'un simple canal de visibilité : c'est un espace d'influence, d'expression métier et de différenciation sectorielle.

Si vous animez une page entreprise avec constance, clarté et formats adaptés, vous pouvez encore capter l'attention.

Si vous articulez cette page avec une ou deux prises de parole individuelles bien choisies, vous décuplez votre portée. Et si vous êtes capable d'éditorialiser vos engagements, vos métiers, vos saisons... vous créez un capital éditorial durable.

Mais le faire seul prend du temps. L'algorithme évolue, les formats changent et les erreurs de ciblage se paient cher en temps perdu. C'est là que nous pouvons vous aider à faire la différence.

## **Vous voulez aller plus loin ? Contactez-nous.**

# ENVIE D'ÉCHANGER SUR VOS ENJEUX DE COMMUNICATION ?

Contactez-nous et faisons de votre communication un levier de croissance !

Agence Ampelios  
78 rue Frédéric-Passy  
51430 Bezannes

[www.ampelios.com](http://www.ampelios.com)  
[contact@ampelios.com](mailto:contact@ampelios.com)



# ampelios

LA COM L TAILLÉE SUR-MESURE

Inscrivez-vous **gratuitement** pour  
recevoir notre newsletter sur  
notre site internet.