Eigenflow

GUIDE

Reels d'essai Instagram avec Claude

Publier et mesurer tes reels d'essai par l'API officielle d'Instagram. Mis à jour le 21 novembre 2026.

PAR

Abyane Nabeebaccus

INSTAGRAM

@abyane_nb

ÉDITION

novembre 2026

Tu as commenté ESSAI, voici le guide. Un reel d'essai, c'est un reel que Instagram montre d'abord aux gens qui ne te suivent pas. Depuis le 10 novembre 2026, on en publie par l'API officielle d'Instagram : un petit script que Claude Code a écrit pour nous envoie la vidéo à l'heure prévue, puis relève les chiffres.

Ce guide dit ce qu'est un reel d'essai, ce que ça nous a donné en chiffres (avec les mauvais résultats aussi), ce qu'il te faut, comment créer l'appli Meta et le jeton, le prompt à donner à Claude Code pour qu'il écrive ton propre script, les requêtes de base, comment lire les chiffres, comment remettre une vidéo en essai sans faire un doublon, et les pièges. Tout a été vérifié le 21 novembre 2026 sur les pages de Meta et d'Instagram.

À savoir avant de lire

- Un reel d'essai n'est pas montré à tes abonnés : seulement à des gens qui ne te suivent pas. Tu décides ensuite de le partager à tout le monde ou non.
- Il te faut un compte Instagram public et professionnel (business ou Creator) avec au moins 200 abonnés. Un compte personnel en demande 1 000 (aide d'Instagram, 21 novembre 2026).
- L'API et l'appli Meta : Meta n'affiche aucun tarif. Claude Code, lui, demande une formule payante (Pro : 20 $ par mois en facturation mensuelle, 17 $ par mois en annuel). Et la vidéo doit être à une adresse publique, donc un hébergement.
- Chez nous : 37 essais du 10 au 21 novembre 2026, 248 722 vues au total chez des non-abonnés, médiane 3 213 vues par essai. Un essai ne garantit aucune vue.
- Instagram ne documente aucune limite d'essais par jour. Meta donne 100 publications par 24 heures (50 dans d'autres pages de sa doc). Nous nous limitons à 5 essais par jour, par prudence.
- Ton jeton Instagram donne accès à ton compte. Jamais dans un chat, jamais dans le code, jamais dans un dépôt.

---

1. Ce qu'est un reel d'essai

La définition d'Instagram (aide, « À propos des reels d'essai sur Instagram ») : les reels d'essai « vous permettent de tester de nouvelles idées et d'obtenir de premiers commentaires sur l'efficacité de votre contenu en partageant vos reels avec des comptes qui ne vous suivent pas ». Tu peux le partager avec tes abonnés à tout moment.

Ce que ça change en pratique :

- tes abonnés ne le voient ni dans le fil ni dans l'onglet Reels, et il n'apparaît pas sur ton profil tant que tu ne le partages pas ;
- certains de tes abonnés peuvent le voir ailleurs : s'il leur est envoyé en message privé, dans une page de reels qui utilisent le même son, ou dans les résultats des moteurs de recherche ;
- il est évalué à part : Instagram écrit que les essais « n'ont pas d'incidence sur les performances ou le classement de vos contenus de reels standard » ;
- il peut mettre plus de temps à obtenir des vues, parce qu'il est montré à des gens qui ne te connaissent pas ;
- les statistiques se consultent dans les 24 heures suivant le partage.

Deux façons de le passer aux abonnés :

- **à la main** : dans l'appli, ton profil, le reel, « Voir les statistiques », puis « Partager avec tout le monde » ;
- **automatiquement** : si le reel marche bien peu de temps après sa publication, selon les vues et les interactions. Le blog d'Instagram pour les Creators parle des 72 premières heures.

Par l'API, ce choix se fait au moment de la publication, dans un champ appelé `trial_params` (section 6). La doc de Meta le décrit ainsi : `MANUAL` pour passer à la main dans l'appli, `SS_PERFORMANCE` pour le passage automatique quand le reel marche bien.

Côté API, Meta a annoncé la publication de reels d'essai dans son journal des changements à la date du 3 décembre 2025, pour l'API Instagram avec Instagram Login comme avec Facebook Login. Ce n'est pas nouveau de cette semaine.

---

2. Pourquoi on en publie, avec nos chiffres du 21 novembre

On publie des essais pour voir comment une vidéo est reçue par des gens qui ne nous connaissent pas, sans l'imposer à nos abonnés. Les chiffres ci-dessous sont ceux de notre compte, relevés le 21 novembre 2026 par l'API.

- 37 reels d'essai publiés entre le 10 et le 21 novembre.
- 248 722 vues au total, médiane de 3 213 vues par essai, le meilleur à 54 602 vues.
- Le reel 05 : en essai, avec une autre accroche écrite, 25 629 vues contre 9 168 pour l'original. C'est notre meilleur cas net.
- L'abandon dans les 3 premières secondes de nos reels : médiane de 53,6 % sur 110 reels, et 26,9 % à 34,8 % pour les huit accroches les plus solides.

Ce qui n'a pas marché, pour ne pas te vendre un rêve :

- sur 30 essais qui ont un original comparable (un reel du compte sorti plus tôt), 4 seulement ont fait plus de vues que lui. La médiane du rapport essai sur original est de 0,26. La comparaison est biaisée dans les deux sens : l'original a souvent plusieurs jours, des abonnés et le fil de recommandation, l'essai ne touche que des non-abonnés ;

- les essais les plus récents sont à quelques centaines de vues, ou moins, quelques heures après leur sortie (22 vues pour le plus petit) : un essai n'est pas lu en une heure ;
- 5 essais par jour est notre maximum. Nous n'avons jamais testé 10 en un jour.

Ce qui a fait baisser l'abandon chez nous : un titre complet et une grande image de la promesse dès la première image. C'est ce qui sépare nos accroches à 27 à 35 % d'abandon de celles qui perdent la moitié des gens avant la troisième seconde. Ce constat vient de notre compte, pas d'une règle d'Instagram.

---

3. Ce qu'il te faut

- **Un compte Instagram éligible.** Public, professionnel (business ou Creator), au moins 200 abonnés ; un compte personnel en demande 1 000. Si ton compte public n'est pas éligible aux recommandations, tu perds aussi les reels d'essai (aide d'Instagram). Pour voir si ton compte est limité, regarde « Statut du compte » dans les paramètres.
- **Une appli Meta** dans le tableau de bord développeur (developers.facebook.com). Elle doit être de type Business, avec le produit Instagram.
- **Trois permissions.** `instagram_business_basic` et `instagram_business_content_publish` pour publier, `instagram_business_manage_insights` pour lire les chiffres.
- **Un jeton d'accès** du compte, généré dans le tableau de bord. Il est valable 60 jours.
- **Un serveur où poser la vidéo.** Meta va chercher la vidéo à une adresse web. Sa doc : le contenu « doit être hébergé sur un serveur public au moment de la tentative ». Un fichier sur ton ordinateur ne suffit pas.
- **Un endroit où le script tourne à l'heure prévue.** Chez nous, un petit serveur et une tâche cron toutes les 5 minutes. Ton ordinateur allumé peut suffire pour tester.
- **Claude Code** pour écrire le script (formule Pro ou plus, d'après la page des tarifs de Claude du 21 novembre 2026). Tu peux écrire le script sans, à la main ou avec un autre outil : le guide ne s'en sert que pour gagner du temps.

À propos du coût : dans la doc de Meta (création de l'appli, connexion, publication, statistiques), nous n'avons trouvé aucun tarif pour l'API. Nous n'avons rien payé à Meta depuis le 10 novembre. Ça ne vaut pas promesse : lis les conditions de Meta si ton usage est autre que le tien.

Et l'App Review ? La doc de Meta distingue deux niveaux d'accès. L'accès standard suffit si ton appli ne sert que ton compte professionnel ou un compte que tu gères, et que tu as ajouté à l'appli. L'accès avancé, avec revue de Meta et vérification d'entreprise, est pour les comptes que tu ne possèdes pas. Attention : une page de Meta (création de l'appli, étape 10) dit que la revue est exigée avant d'accéder à des données réelles, une autre (personnalisation du cas d'usage) qu'elle n'est requise que pour des solutions pour des clients. Les pages se contredisent ; si ton appli refuse d'afficher ta propre vidéo, c'est le premier endroit où regarder.

---

4. Créer l'appli Meta et générer ton jeton

Les intitulés du tableau de bord changent souvent. Repère-toi aux noms de la doc de Meta (pages « Create a Meta app for the Instagram API » et « Get started with Instagram API with Instagram Login »).

1. Vérifie ton compte : public, professionnel, assez d'abonnés (section 3).

2. Va sur developers.facebook.com/apps, crée une appli (« Create App »). Dans la doc de Meta : cas d'usage « Autre », type d'appli « Business », un nom et un e-mail de contact.

3. Ajoute le produit Instagram (« Set up »). Choisis « API setup with Instagram login », pas la voie Facebook Login. C'est la voie qui n'a pas besoin de page Facebook liée au compte.

4. Ajoute les permissions `instagram_business_basic`, `instagram_business_content_publish` et `instagram_business_manage_insights` (menu « Permissions and features » du cas d'usage).

5. Ajoute ton compte comme testeur. Le compte doit être public. Dans « App Roles > Roles », donne ton compte Instagram le rôle « Instagram Tester », puis accepte l'invitation dans l'appli Instagram (réglages, applications et sites web, invitations de testeur : l'intitulé exact varie). Attention à ne pas confondre avec le rôle « Testeur » tout court.

6. Dans « Instagram > API setup with Instagram login », section « Generate access tokens », clique sur « Add account » puis « Generate token » à côté de ton compte, connecte-toi à Instagram et copie le jeton. D'après la doc de Meta, le jeton du tableau de bord est valable 60 jours. Un jeton obtenu par une page de connexion d'appli ne dure qu'une heure ; tu n'en as pas besoin ici.

7. Mets le jeton dans un fichier `.env.local` que ton dépôt ignore (voir la section 10), jamais ailleurs.

8. Teste d'abord une lecture, qui ne publie rien (section 6, requête 1).

Avec le jeton du tableau de bord, tu n'as besoin ni d'une page de connexion pour tes utilisateurs, ni de webhooks. Ce sont des éléments pour une appli que d'autres personnes utilisent.

---

5. Le prompt à donner à Claude Code

Ouvre un dossier vide, lance Claude Code dedans, puis colle le prompt ci-dessous. Il demande à Claude de lire la doc de Meta avant d'écrire, de faire un script qui ne publie rien en mode test, et de ne jamais écrire ton jeton nulle part.

Avant de coller : choisis ton langage (Python 3 ou Node), l'adresse web publique où tu poseras tes vidéos, et ton numéro de compte (tu l'obtiens à la requête 1 de la section 6).

À COLLER

Tu vas écrire un script qui publie mes reels d'essai Instagram par l'API officielle de Meta, puis relève leurs chiffres. Je suis seul sur ce projet.

AVANT D'ÉCRIRE : lis ces pages de la doc officielle de Meta et appuie-toi sur elles, pas sur ta mémoire. Si une page contredit ce prompt, arrête-toi et dis-le moi.
- https://developers.facebook.com/docs/instagram-platform/content-publishing (sections Reels posts, Trial Reels posts, Container publishing status, plafond de publication)
- https://developers.facebook.com/docs/instagram-platform/instagram-graph-api/reference/ig-user/media (spécifications des reels et paramètre trial_params)
- https://developers.facebook.com/docs/instagram-platform/reference/instagram-media/insights (métriques)
- https://developers.facebook.com/docs/instagram-platform/reference/refresh_access_token

CONTEXTE
- API Instagram avec Instagram Login, hôte graph.instagram.com, version v27.0 (vérifie la dernière dans la doc).
- Mon compte : professionnel, public, éligible aux reels d'essai.
- Mon jeton est dans la variable d'environnement IG_TOKEN et mon identifiant de compte dans IG_USER_ID, lus depuis un fichier .env.local que git ignore. Tu ne m'écris jamais le jeton, tu ne l'affiches jamais, tu ne le mets ni dans un fichier suivi, ni dans une URL, ni dans un log. Envoie-le dans l'en-tête Authorization: Bearer.
- Langage : [Python 3 sans dépendance externe | Node 22 sans dépendance externe]
- Mes vidéos : MP4 H264, 9:16, posées à l'adresse publique [https://ton-domaine.fr/essais/]. Meta va chercher la vidéo à cette adresse au moment de la publication.

CE QUE LE SCRIPT FAIT
1. Un fichier planning.json (liste d'éléments : id, fichier vidéo, légende, date et heure de publication en UTC, "valide": true ou false, "graduation": "MANUAL"). Tu ne publies que les éléments dont "valide" est vrai : c'est moi qui les valide, jamais le script.
2. Pour chaque élément dû : crée un conteneur (POST /<IG_USER_ID>/media avec media_type=REELS, video_url, caption et trial_params {"graduation_strategy":"MANUAL"}), attends que status_code vaille FINISHED (une requête par minute, 5 minutes au plus, arrête-toi sur ERROR ou EXPIRED), puis publie (POST /<IG_USER_ID>/media_publish avec creation_id). Garde l'identifiant du média publié dans le planning.
3. Avant chaque publication : lis GET /<IG_USER_ID>/content_publishing_limit et refuse de publier si le plafond de Meta est atteint. Ajoute mon propre plafond : 5 essais au plus par 24 heures glissantes (réglable en tête de fichier).
4. Option is_ai_generated=true si l'élément le demande ("ia": true).
5. Un mode --dry-run qui est le mode par défaut : il affiche ce qu'il enverrait (sans le jeton) et ne fait aucune requête qui écrit. Le mode réel demande --publier explicitement.
6. Une commande --releve : pour chaque média publié depuis moins de 8 jours, lis GET /<MEDIA_ID>/insights?metric=views,reach,saved,shares,ig_reels_avg_watch_time,reels_skip_rate et ajoute une ligne au fichier releves.csv (date du relevé, id, vues, portée, enregistrements, partages, temps moyen, abandon dans les 3 premières secondes). Les données peuvent avoir 48 heures de retard : gère une réponse vide sans planter.
7. Une commande --bilan qui lit releves.csv et classe mes essais par abandon à 3 secondes (le plus bas d'abord), avec les vues. Pas d'interprétation inventée : des chiffres.

```
8. Une commande --jeton qui dit combien de jours il reste au jeton (je te donne
la date de création dans .env.local, IG_TOKEN_DATE) et, si le jeton a au moins
24 heures et moins de 60 jours, le rafraîchit par GET
https://graph.instagram.com/refresh_access_token?grant_type=ig_refresh_token. Le
nouveau jeton n'est jamais affiché : écris-le dans .env.local.
9. Un journal journal.log avec l'heure, l'id de l'élément et le résultat. Pas de
jeton dedans.
10. Les erreurs de Meta : affiche le code et le message, ne réessaie pas un POST
de publication sans que je le dise (risque de doublon).

CE QUE TU FAIS EN PREMIER
- Écris le script et un fichier README.txt de dix lignes.
- Lance --dry-run sur un planning d'exemple à une ligne et montre-moi le
résultat.
- Ne fais AUCUNE vraie publication avant que je t'aie dit « publie » pour un
élément précis.
- Ajoute .env.local, releves.csv et journal.log au .gitignore.
- Dis-moi la tâche cron à poser pour lancer le script toutes les 5 minutes, sans
la poser toi-même.
```

Ce que ce prompt fait de bien : il force Claude à lire la doc au lieu de deviner, il met en place le test à blanc, et il bloque tout ce qui pourrait publier ou doubler une publication sans ton accord. Ce qu'il ne fait pas : choisir tes vidéos, leurs accroches et leur légende.

---

6. Les requêtes de base

Les exemples ci-dessous viennent de la doc de Meta (pages « Content Publishing » et « Get started with Instagram API with Instagram Login »). Remplace `<IG_ID>` par ton identifiant de compte. Le jeton est lu dans la variable `IG_TOKEN`. Pour la poser sans l'écrire dans l'historique de ton terminal :

À COLLER

```
read -s IG_TOKEN && export IG_TOKEN
```

Requête 1, qui ne publie rien : qui suis-je ? Elle te donne ton `user_id`.

À COLLER

```
curl -s "https://graph.instagram.com/v27.0/me?
fields=user_id,username,account_type" \
  -H "Authorization: Bearer $IG_TOKEN"
```

Requête 2, qui ne publie rien : où en est ton plafond de publication ?

À COLLER

```
curl -s "https://graph.instagram.com/v27.0/<IG_ID>/content_publishing_limit?
fields=quota_usage,config" \
  -H "Authorization: Bearer $IG_TOKEN"
```

Requête 3 : créer le conteneur d'un reel d'essai. C'est l'exemple de la doc, complété de l'en-tête et d'une légende. Cette requête n'a pas encore publié, mais elle envoie ta vidéo à Meta.

À COLLER

```
curl -X POST "https://graph.instagram.com/v27.0/<IG_ID>/media" \
  -H "Content-Type: application/json" \
  -H "Authorization: Bearer $IG_TOKEN" \
  -d '{
    "media_type": "REELS",
    "video_url": "https://ton-domaine.fr/essais/essai-01.mp4",
    "caption": "Ta légende",
    "trial_params": { "graduation_strategy": "MANUAL" }
  }'
```

La réponse contient `{"id": "<CONTAINER_ID>"}`. Dans la page de Meta, l'exemple de `trial_params` oublie les virgules entre les champs JSON : si tu le copies de là, ajoute-les.

Requête 4 : vérifier que le conteneur est prêt. Meta conseille une requête par minute, 5 minutes au plus. Les états possibles : `IN_PROGRESS`, `FINISHED`, `ERROR`, `EXPIRED`, `PUBLISHED`.

À COLLER

```
curl -s "https://graph.instagram.com/v27.0/<CONTAINER_ID>?fields=status_code" \
  -H "Authorization: Bearer $IG_TOKEN"
```

Requête 5 : publier, quand le statut est `FINISHED`. C'est ici que le reel d'essai sort pour de bon.

À COLLER

```
curl -X POST "https://graph.instagram.com/v27.0/<IG_ID>/media_publish" \
  -H "Content-Type: application/json" \
  -H "Authorization: Bearer $IG_TOKEN" \
  -d '{ "creation_id": "<CONTAINER_ID>" }'
```

La réponse donne `{"id": "<MEDIA_ID>"}`.

Requête 6 : relever les chiffres du reel publié.

```
À COLLER

curl -s "https://graph.instagram.com/v27.0/<MEDIA_ID>/insights?
metric=views,reach,saved,shares,ig_reels_avg_watch_time,reels_skip_rate" \
  -H "Authorization: Bearer $IG_TOKEN"
```

Requête 7 : rafraîchir le jeton (il doit avoir au moins 24 heures et ne pas avoir expiré ; la permission `instagram_business_basic` suffit). Tu obtiens un nouveau jeton valable 60 jours.

```
À COLLER

curl -s "https://graph.instagram.com/refresh_access_token?
grant_type=ig_refresh_token&access_token=$IG_TOKEN"
```

Cette dernière met le jeton dans l'adresse : pour une vraie utilisation, fais-la faire par ton script, qui écrit le nouveau jeton dans ton fichier `.env.local` sans l'afficher.

La vidéo doit respecter les spécifications de Meta pour les reels : MP4 ou MOV, H264 ou HEVC, 23 à 60 images par seconde, 1920 pixels de large au plus, 9:16 recommandé, de 3 secondes à 15 minutes, 300 Mo au plus, son en AAC.

---

7. Lire les chiffres et quoi changer

Les six chiffres que ton script relève, avec leur définition dans la doc de Meta :

- **views** : le nombre total de lectures du reel sur Instagram.
- **reach** : le nombre de comptes uniques qui ont vu le reel au moins une fois (estimé).
- **saved** et **shares** : enregistrements et partages.
- **ig_reels_avg_watch_time** : la durée moyenne de lecture du reel. La page de Meta ne donne pas l'unité. Chez nous, la valeur est en millisecondes (9 653 veut dire 9,7 secondes).
- **reels_skip_rate** : le pourcentage de vues de personnes qui ont ignoré le reel dans les 3 premières secondes, calculé sur les « vues initiales » (le moment où le reel commence à être lu pour la première fois dans une session). Meta le dit estimé et en cours de développement. Tu as un taux global, pas une courbe seconde par seconde.

Deux limites à connaître : les données peuvent avoir jusqu'à 48 heures de retard, et l'API renvoie une réponse vide, pas un zéro, quand une donnée n'existe pas encore. Attends donc au moins un jour avant de juger un essai. La doc de Meta ne dit rien des reels d'essai dans sa page des statistiques ; ces six métriques marchent chez nous sur nos 37 essais, c'est notre constat.

Ce que nous en faisons (notre lecture, à tester chez toi, pas une règle d'Instagram) :

- **Abandon à 3 secondes haut (au-dessus de 55 % chez nous) :** change la première image et l'accroche. Titre complet dès la première image, grande image de ce que tu promets, une seule idée. Les huit accroches les plus solides de notre compte sont entre 26,9 % et 34,8 %, la médiane de 110 reels est à 53,6 %.

- **Abandon correct mais temps moyen faible :** la vidéo démarre bien et perd les gens ensuite. Raccourcis ou resserre le milieu.
- **Abandon correct, temps moyen correct, peu de vues :** le sujet ou la légende ne donnent pas envie de cliquer. Change la légende, pas la vidéo.
- **Enregistrements et partages élevés par rapport aux vues :** garde l'idée, c'est un candidat pour une nouvelle version.

Compare toujours des essais du même âge. Un essai de 6 heures et un de 3 jours ne se comparent pas.

---

8. Remettre une vidéo en essai sans faire un doublon

Quand une vidéo a marché, on la remet en essai avec une nouvelle accroche. Instagram avertit sur la page d'aide : la couverture d'un reel d'essai « risque d'être limitée si Instagram détecte que vous avez déjà partagé le même contenu ». Il ne faut donc pas renvoyer le même fichier.

Nos règles, à chaque remise en essai :

- une nouvelle accroche, écrite et dite, pas la même phrase d'ouverture ;
- une autre musique ;
- l'image légèrement recadrée ;
- une vitesse de 1,05 ;
- jamais le même fichier ;
- 5 essais par jour au plus, jumeaux compris (un choix de prudence, pas une limite de Meta) ;
- on regarde les chiffres de la première version avant de publier la deuxième.

Le passage aux abonnés, chez nous, se fait à la main dans l'appli, avec `MANUAL`. Nous ne passons rien automatiquement.

Les preuves sont minces, dis-le-toi : le reel 05, 25 629 vues en essai contre 9 168, est notre cas le plus net. Sur l'ensemble des remises en essai, 4 sur 30 ont dépassé l'original en vues. Garde ça comme un conseil à tester, pas comme une recette garantie.

---

9. Les limites et les pièges

- **Le jeton expire.** 60 jours. Rafraîchis-le au bout d'au moins 24 heures et avant l'expiration ; un jeton expiré ne se rafraîchit plus. Mets un rappel à 50 jours.
- **La vidéo doit être à une adresse publique** au moment de la tentative, sinon le conteneur échoue. Après la publication, tu peux retirer le fichier : nous retirons le nôtre 48 heures après la sortie.
- **Le conteneur expire en 24 heures** s'il n'est pas publié. Meta limite aussi à 400 conteneurs par 24 heures glissantes.
- **Pas d'envoi par reprise avec Instagram Login.** Ce mode d'envoi (`rupload`) n'est pas disponible sur cette voie : seule la vidéo à une adresse publique marche.

- **Pas de musique de la bibliothèque d'Instagram par cette voie.** L'API Audio de Meta (lancée le 1er juin 2026) n'est pas prise en charge avec Instagram Login. Ta musique est dans le fichier vidéo, ou tu la changes à la main dans l'appli. Le paramètre `audio_name` ne fait que nommer le son.
- **MANUAL ou SS_PERFORMANCE.** Avec `MANUAL`, le reel reste un essai jusqu'à ce que tu le partages dans l'appli (profil, reel, « Voir les statistiques », « Partager avec tout le monde »). Avec `SS_PERFORMANCE`, Instagram le partage tout seul s'il marche bien : tu ne décides plus du moment.
- **Ce n'est pas un brouillon.** Un reel d'essai publié est visible des non-abonnés. Teste avec une vidéo que tu es prêt à montrer. Tu peux la supprimer à la main dans l'appli.
- **Mention IA.** Si ta vidéo a une voix ou des images de synthèse réalistes, ajoute `is_ai_generated` à `true` dans la requête de création (la doc de Meta le prévoit avec Instagram Login).
- **Limites non documentées par Meta.** Meta n'écrit aucune limite propre aux reels d'essai. Des sources tierces parlent d'environ 20 par jour, parfois 5, sans confirmation d'Instagram, et d'un blocage temporaire en cas de dépassement. Reste en dessous.
- **Un compte non éligible.** Que fait l'API quand le compte ne remplit pas les conditions d'éligibilité (200 abonnés) ? La doc ne le dit pas, et nous ne l'avons pas testé.
- **Les pages de Meta changent.** Plafond de 100 ou 50 publications selon la page, intitulés du tableau de bord, version de l'API. Les pages citées plus bas font foi.

---

10. La sécurité

Un jeton Instagram permet de publier et de lire sur ton compte. Celui qui l'a, c'est toi.

- Ne colle jamais ton jeton dans une conversation avec Claude, ChatGPT ou n'importe quel outil. Si tu l'as fait, considère-le comme compromis : génère un nouveau jeton dans le tableau de bord et remplace l'ancien.
- Mets-le dans un fichier `.env.local` et ajoute ce fichier à `.gitignore` avant ton premier commit.
- Ne l'écris pas dans l'adresse d'une requête quand tu peux l'envoyer dans l'en-tête `Authorization: Bearer` : une adresse se retrouve dans les journaux de serveurs et dans l'historique du terminal.
- Sur un serveur, le fichier doit n'être lisible que par toi (`chmod 600`).
- Demande à Claude de ne jamais afficher le jeton dans ses réponses ni dans les logs (c'est écrit dans le prompt de la section 5).
- Ne le montre pas en capture d'écran ni en vidéo.
- Garde le secret de l'appli Meta (« App Secret ») au même niveau de protection : n'importe qui avec lui peut échanger des codes de connexion en ton nom.
- Si un jeton a fuité, génère-en un nouveau et remplace l'ancien partout. La doc de Meta lue ici ne dit pas qu'un nouveau jeton annule l'ancien : coupe aussi l'accès de l'appli dans les réglages d'Instagram (applications et sites web, l'intitulé varie).

Sources

- Meta, documentation de la plateforme Instagram, lue le 21 novembre 2026 : publication de contenu (mise à jour du 20 octobre 2026), référence du point /media, limite de publication, statistiques des médias (mise à jour du 11 septembre 2026), journal des changements.
- Meta, appli et jetons : créer une appli, personnaliser le cas d'usage, premier appel avec Instagram Login, Business Login, rafraîchir un jeton, vue d'ensemble et niveaux d'accès, API Audio.
- Instagram : aide, À propos des reels d'essai, blog pour les Creators, reels d'essai, 10 décembre 2024.
- Claude : les tarifs, page lue le 21 novembre 2026.
- Chiffres du compte : relevés par l'API le 21 novembre 2026 (37 essais publiés du 10 au 21 novembre).
