

TOUJOURS
À VOS
CÔTÉS.

POMPIERS 13
DES BOUCHES-DU-RHÔNE

+ RESEAUX SOCIAUX

Indicateurs clés

TikTok – Instagram – Facebook – Twitter – YouTube – LinkedIn

#NousSommesPompiers13

REJOIGNEZ-NOUS

POMPIERS13.ORG



FACEBOOK

Indicateurs clés - quantitatif



Général



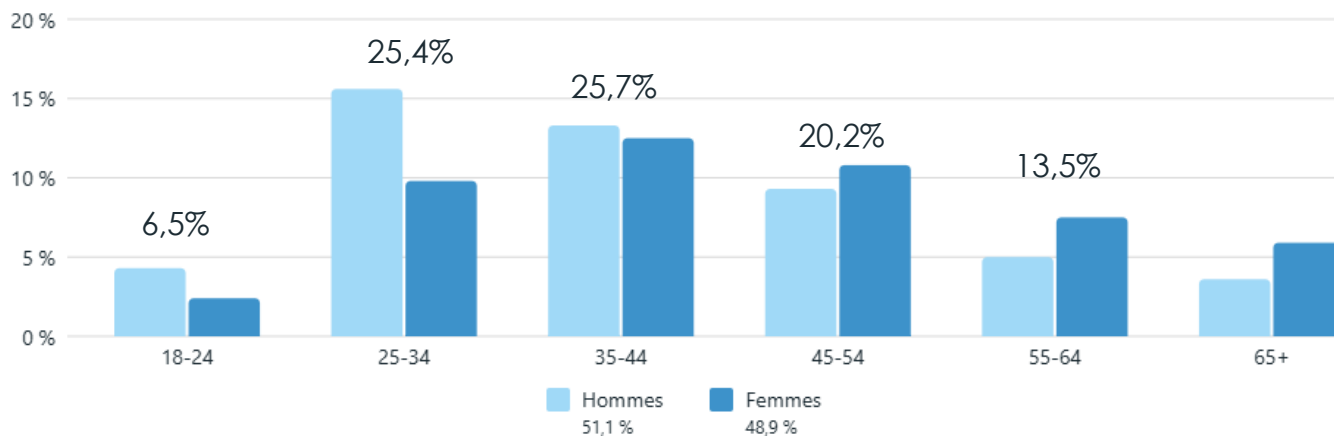
Date création :
Janvier **2013**

Nbre de followers :
88 010

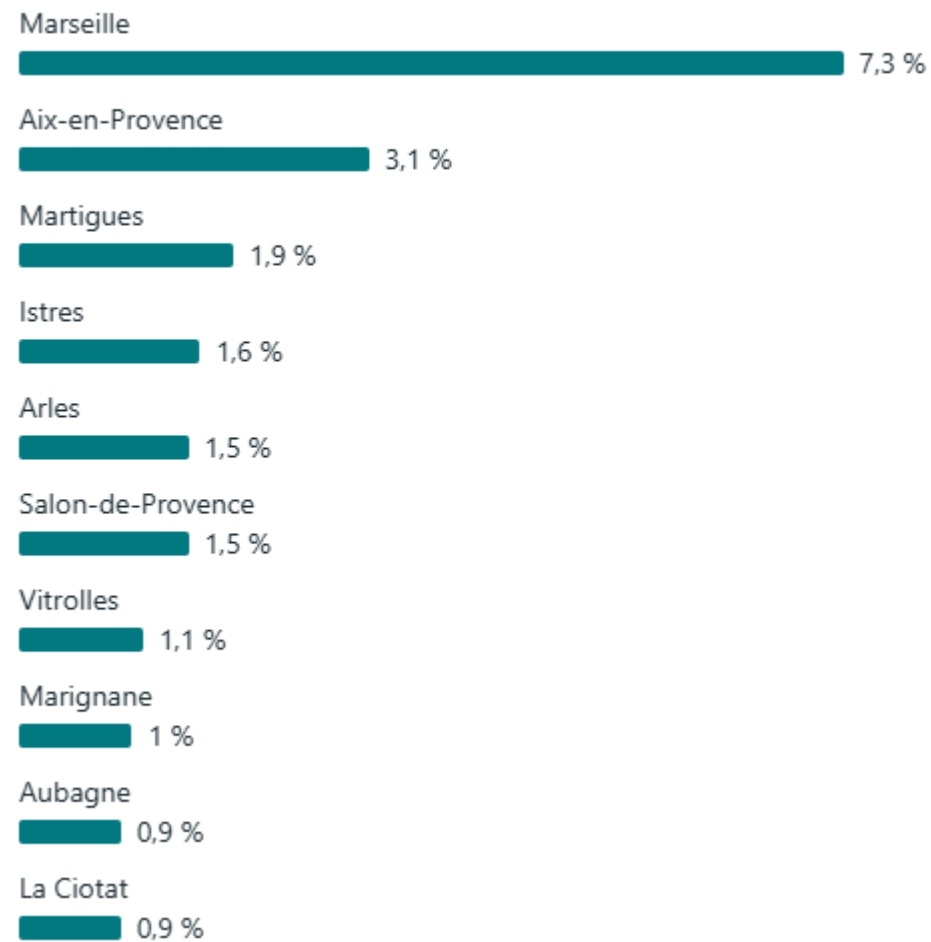
Pour qui & où ?



Âge et genre



Principales villes



Tendances



Données démographiques

Tendances

Segments

Audience potentielle

Followers en plus ⓘ

346 ↓ 28,5 %

Spectateur(ice)s récurrent(e)s ⓘ

314 ↓ 38,1 %

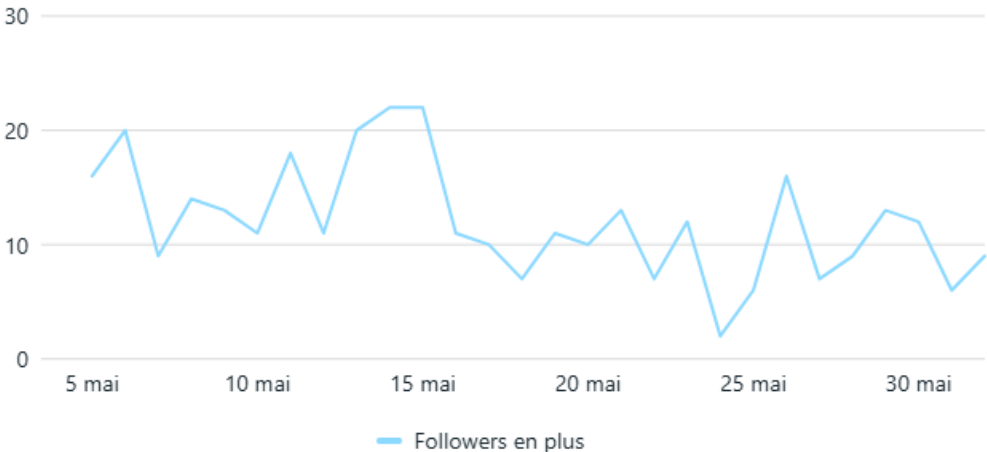
Followers actifs ⓘ

0 ↓ 100 %

Contacts par messages ⓘ

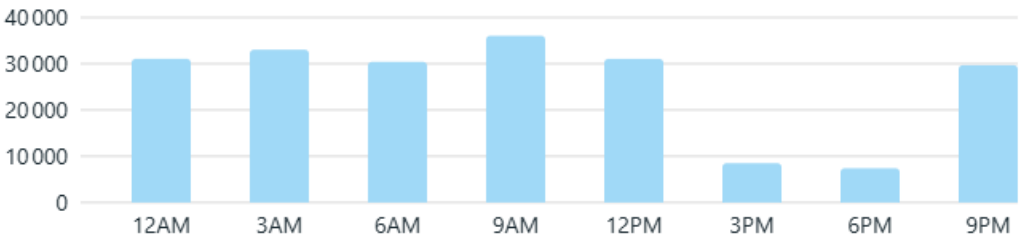
0 0 %

D'après les 28 derniers jours



Périodes les plus actives ⓘ

D'après les 28 derniers jours



Répartition des followers

5 mai 2025 – 1 juin 2025

Followers en moins ⓘ

141 ↓ 9 %

Followers actifs ⓘ

205 ↓ 37,7 %

Followers ⓘ

Global

88 010

Lundis ▼

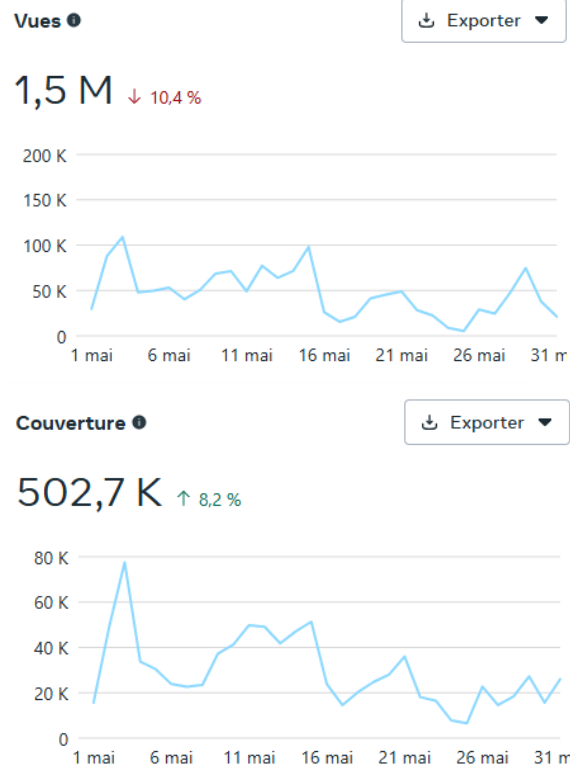
La majorité de vos followers est active sur Facebook autour de 9AM (heure du Pacifique) les Lundis.

Portée des publications



https://business.facebook.com/latest/insights/object_insights/?asset_id=515564798477927&content_id=1074147948083150&nav_ref=bizweb_insights_UTA_TABLE

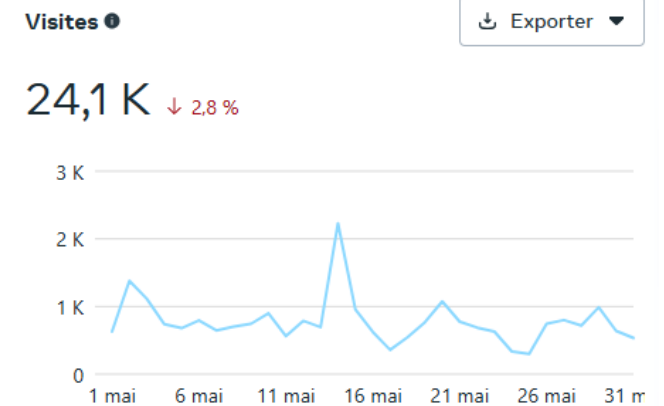
Nombre de comptes ayant vus nos contenus



Nombre de nouveaux abonnés



Nombre de visites sur la page



Et les autres ?



Page	Mentions J'aime ... ↓	Évolution des... ↑↓	Contenu publié	
 Pompiers de Paris La BSPP, sous les ordres de la préfecture de Police, c'est 474 053 interve...	504,2 K	↑ 171	28	...
 Bataillon de Marins Pompiers de Marseille Page officielle du Bataillon de marins-pompiers de Marseille. Plus grand...	148,8 K	↑ 18	23	...
 Département des Bouches-du-Rhône Bienvenue sur la page officielle du Conseil départemental des Bouches-...	122,1 K	↑ 92	22	...
 SDIS 59 Page officielle du Service Départemental d'Incendie et de Secours du N...	112,5 K	↑ 190	42	...
 Sdis83 officiel - Sapeurs-Pompiers du Var Page officielle du Service Départemental d'Incendie et de secours du Var	86,8 K	↑ 101	48	...
 SDIS de l'Oise Bienvenue sur la page officielle du SDIS 60, Service Départemental d'Inc...	73,4 K	↑ 169	83	...
 Pompiers13 Sdis13 Service départemental d'incendie et de secours des Bouches-du-...	69,5 K	↑ 24	141	...
 Fire Chaser 13 Fire Chaser est une association spécialisée dans les médias sociaux en g...	49 K	↑ 176	35	...

Follo... ⓘ

88 K

Semblable aux autres

Généralement :
42,5 K

Follo... ⓘ

346

En-dessous des autres

Généralement :
909

Interacti... ⓘ

17,6 K

Semblable aux autres

Généralement :
19,3 K

Sur catégorie
« Agences gouvernementales »

FACEBOOK

Indicateurs clés - qualitatif



POMPIERS13.ORG



REJOIGNEZ-NOUS

#NousSommesPompiers13



Avantages

- Audience plus âgée que sur les autres RS : permet de toucher cette cible de communication.
→ Audience **différente** d'Instagram & encore plus de TikTok
- Davantage de **proximité** : beaucoup de commentaires de soutiens, mise en avant des actions des amicales ...
→ Permet de faire + de **quantité** comparé à Instagram : si – qualitatif ce n'est pas grave.

X(Twitter)

Indicateurs clés - quantitatif

POMPIERS 13
DES BOUCHES-DU-RHÔNE

POMPIERS13.ORG



REJOIGNEZ-NOUS

#NousSommesPompiers13

Général



Date création :
Février 2015

Nombre de followers :
37 179

Statistiques devenues payantes.

YOUTUBE

Indicateurs clés - quantitatif



Général

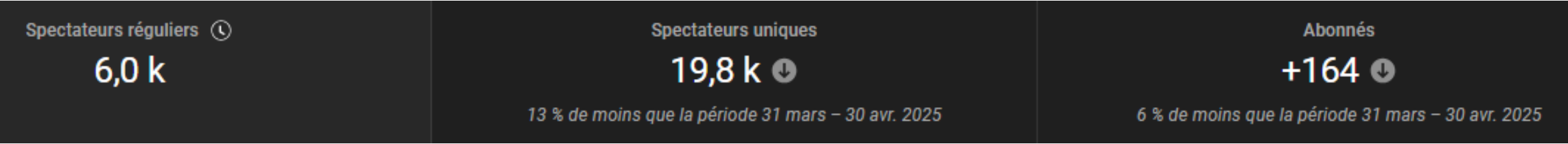
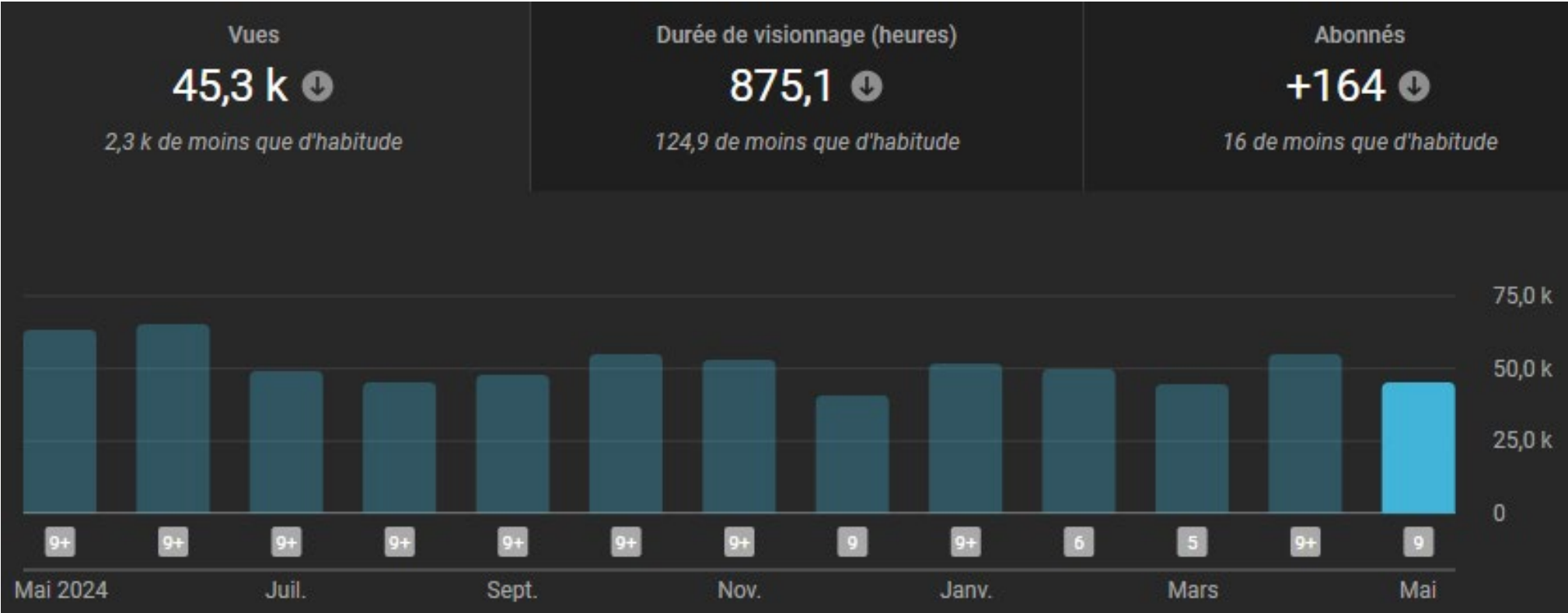


Date création :
Août **2016**

Nombre d'abonnés :
15 044

Nombre de vues:
2 606 874 / 757 vidéos

Audience



Comment ?



Comment les spectateurs vous trouvent

Vues · Mai

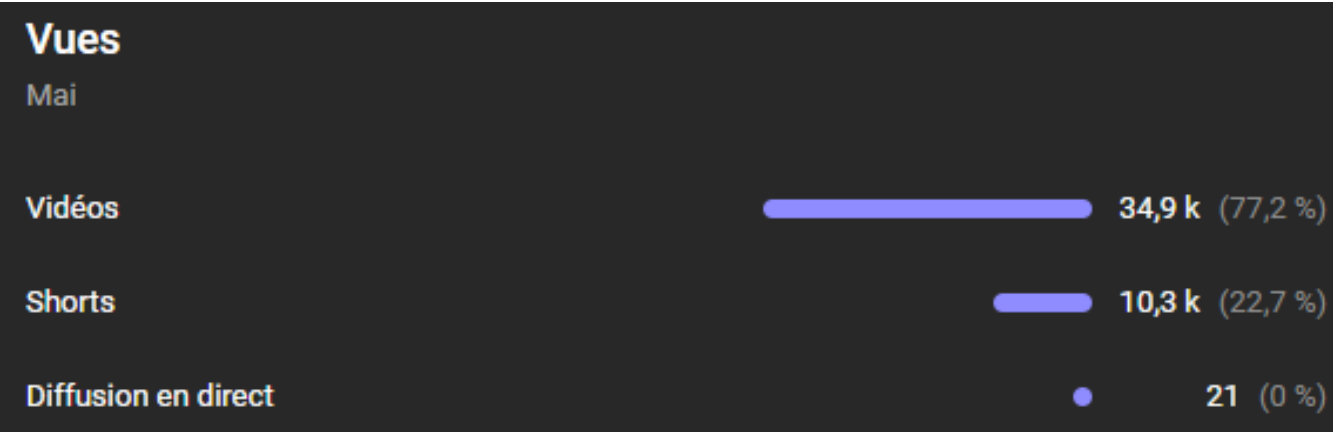
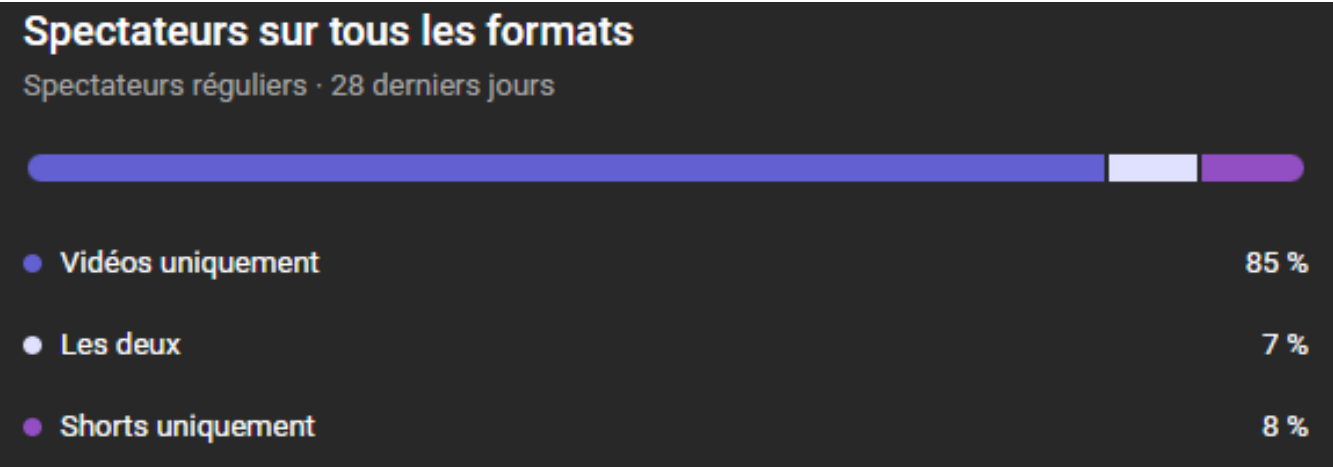


Recherche YouTube	28,4 %
Externe	27,1 %
Fonctionnalités de navigation	8,7 %
Suggestions de vidéos	8,5 %
Source directe ou inconnue	6,7 %
Autres	20,7 %

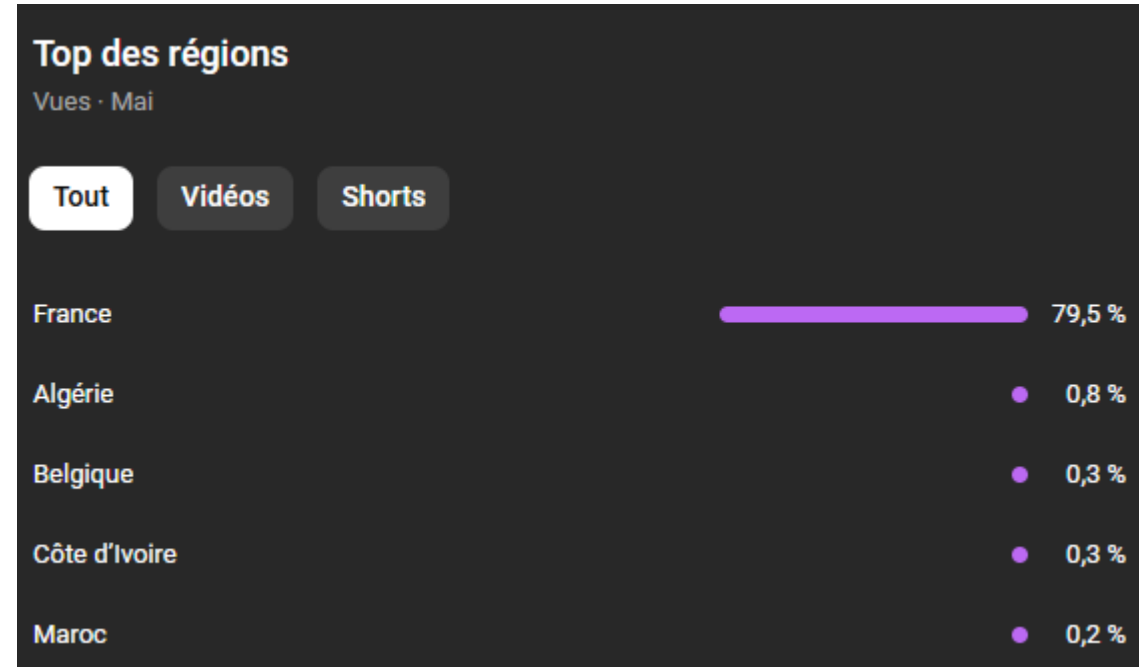
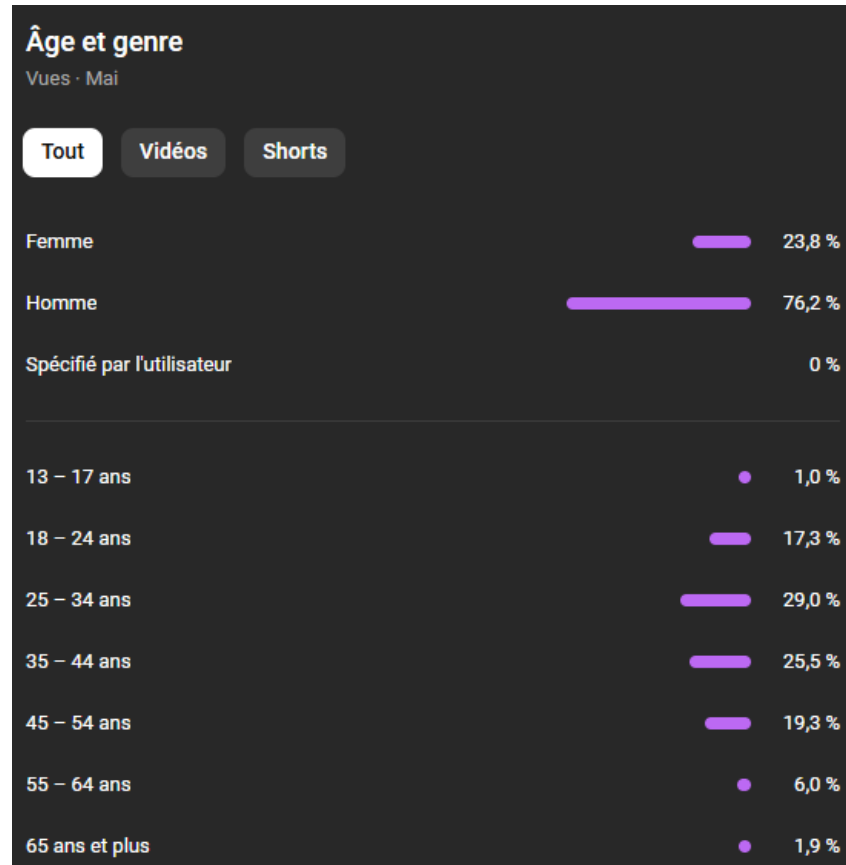
Réseaux Sociaux + site web

Depuis YouTube dans les suggestions de vidéo

Quel format ?



Pour qui & où ?



Majoritairement en France.

Grande part des abonnés : **25-34** ans suivi de **35-44** ans.

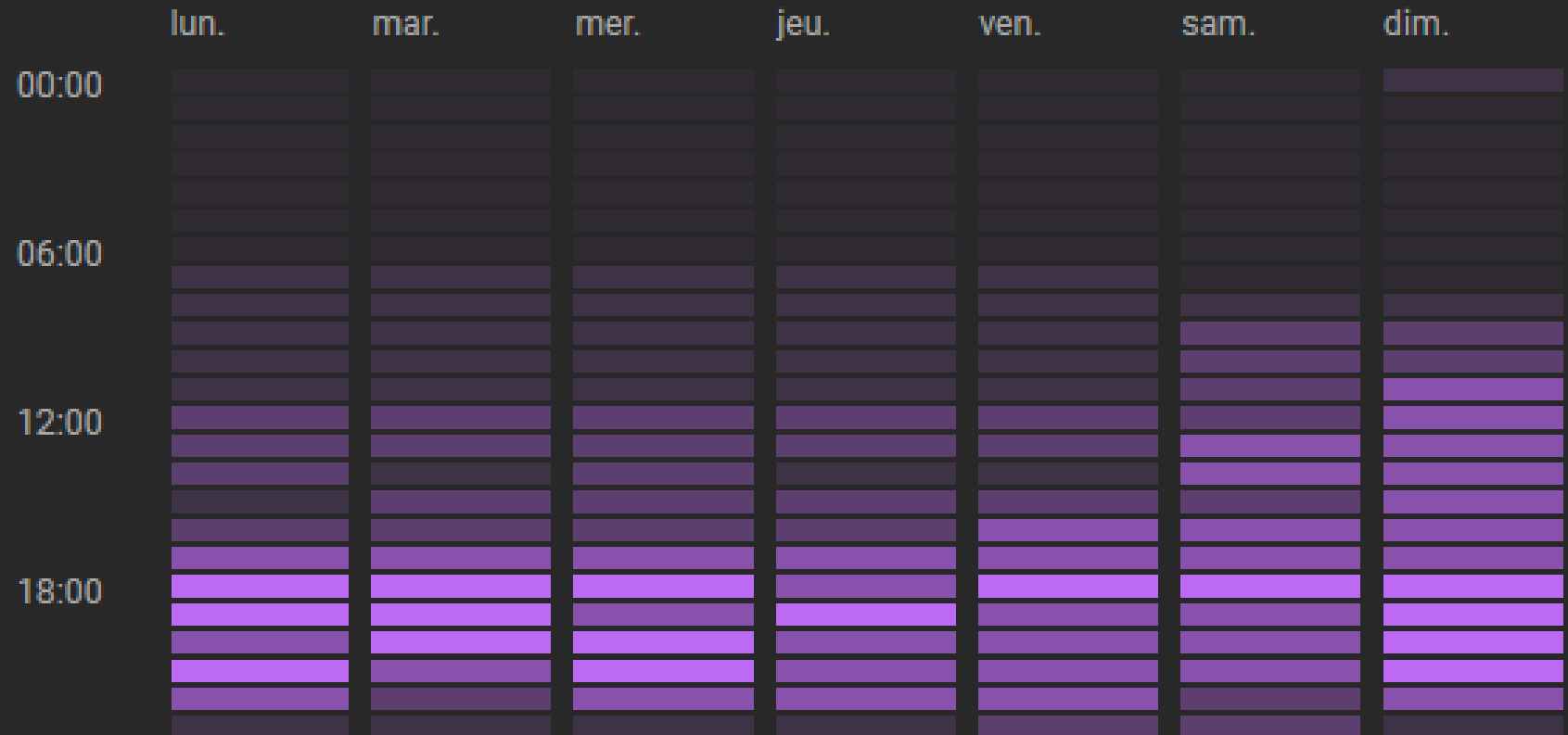
Bonne proportion de **18-24** / **45-54**.
→ **S'adresse à tout le monde**

A quel moment ?



Quand vos spectateurs sont sur YouTube

Votre heure locale (GMT +0200) - 28 derniers jours



On constate une augmentation
drastique de l'activité à partir de :

18h00 n'importe quel jour.

Intérêt pour contenus



Durée de visionnage des abonnés

Durée de visionnage · Mai



En très **grande majorité**, ce sont des **non-abonnés** qui visualisent nos vidéos.

- Il faut donc **améliorer** l'incitation à s'abonner à la chaîne YouTube
- Pousser les abonnés à activer les **notifications**

Intérêt pour contenus



Impressions et manière dont elles ont contribué à la durée de visionnage

Disponibilité des données : 1-31 mai 2025 (31 j)



Nombre de fois où **une miniature a été vue** par les spectateurs sur YouTube (*impressions*)

La fréquence à laquelle **cette miniature a incité les spectateurs à regarder** la vidéo (*taux de clics*)

Et la **durée de visionnage** correspondante.

YOUTUBE

Indicateurs clés - qualitatif





Avantages

- Plateforme de la vidéo au format *horizontal*
 - Permet de diffuser des vidéos **plus longues** etc. + format plus **engageant**
 - Nous sert également pour de la **com interne** : exemple des tutoriels diffusés en privé
- Cible large : quasiment toutes les tranches d'âges
 - Permet un **ton large** & pas nécessaire identique à chaque vidéo
- Permet de faire passer **d'autres messages** à notre cible :
 - Permet un **maillage** & un **ton adapté** à chaque plateforme

INSTAGRAM

Indicateurs clés - quantitatif



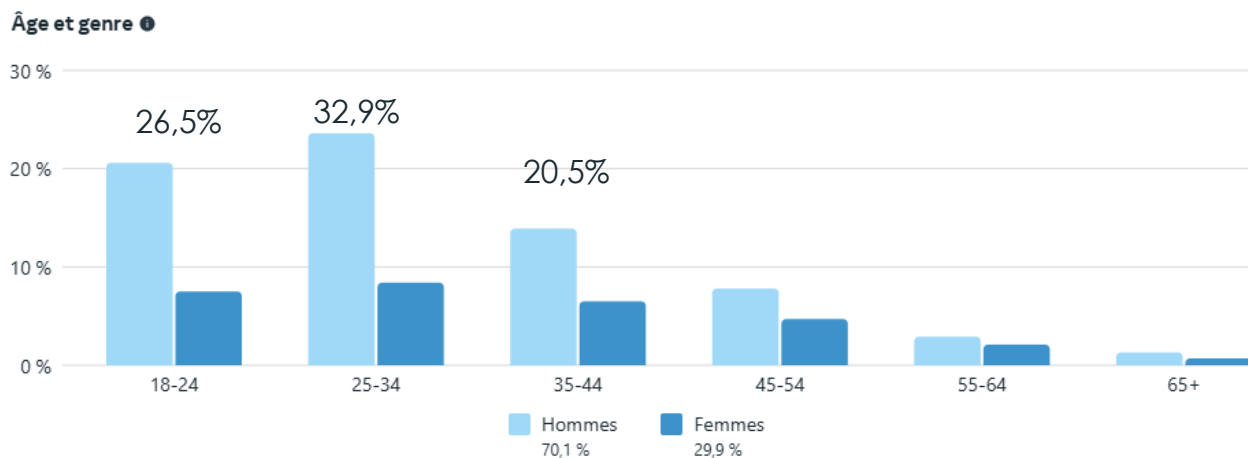
Général



Date création :
Août **2016**

En général :
1 962 publications
35 610 abonnés

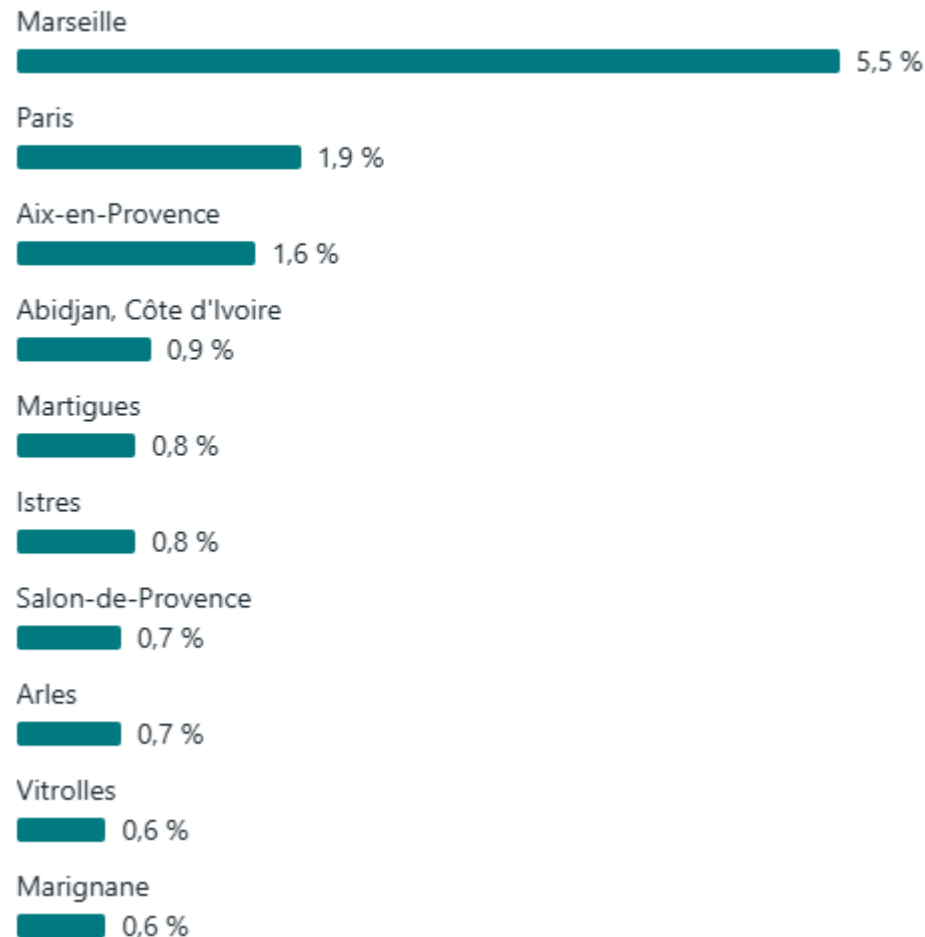
Pour qui & où ?



58,3% de l'audience à entre 18 et 34 ans.
A proportion égale entre 18-24 & 25-34.

Cible + tout de même jeune mais ayant quand même
une bonne partie entre 35 et 44 ans.

Principales villes



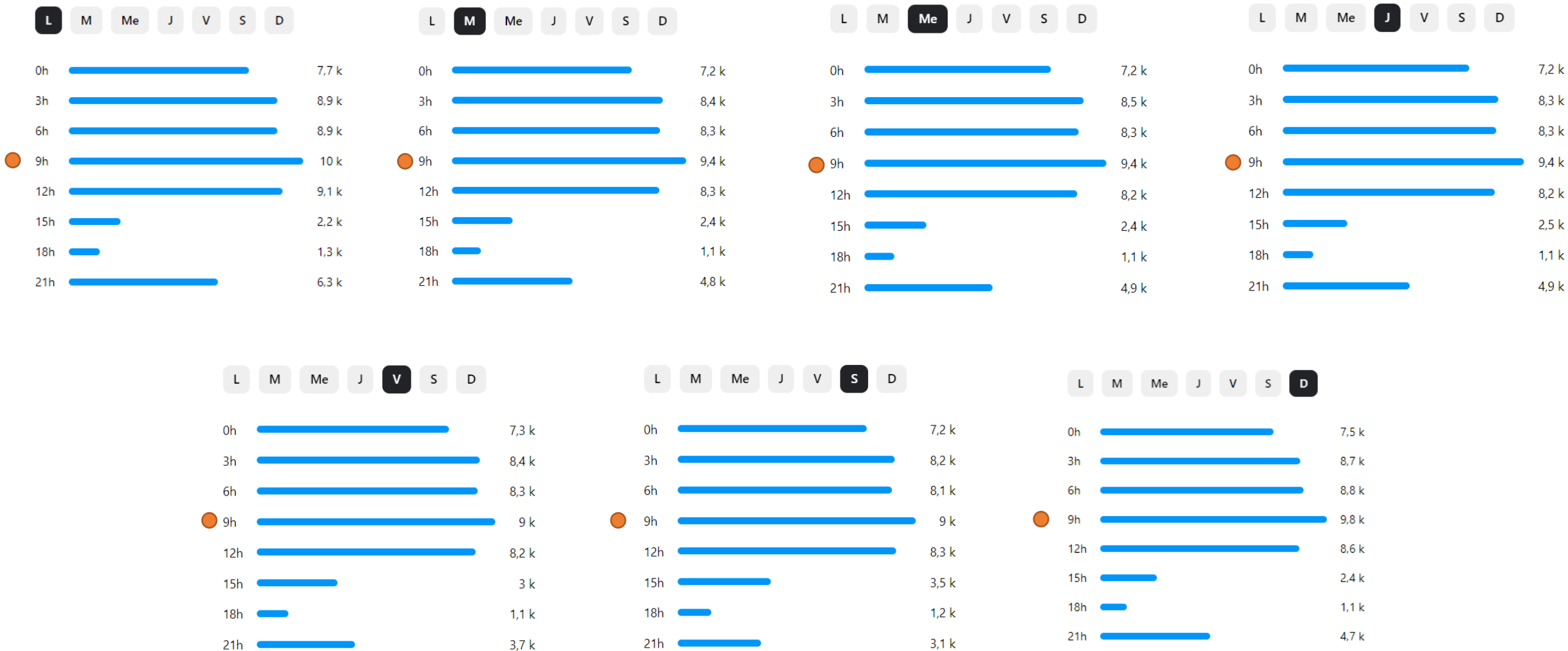
Comparé à TikTok : les abonnés sont beaucoup plus ciblés
sur le département (une bonne chose pour ce réseau).

A quel moment ?



Période sur laquelle les abonnés sont le plus actif selon le jour.

Meilleurs jours : Dimanche / Lundi



Portée des publications



Vues ⓘ

472 734

Vues

Followers	77%
Non-followers	23%

Comptes touchés 92 550

Nombre de comptes ayant vus nos contenus

Profil ⓘ

3 917

Activité du profil

Visites du profil 3 787

Appuis sur des liens externes 123

Clics sur l'adresse de l'entreprise 7

Nombre de personnes ayant consulté le profil, appuyé sur le lien en bio...

En orange : **très important**, permet des **redirections** vers **autres RS** ou **mag** ...

Par type de contenu

Tout

Followers

Non-followers

Stories	<div><div></div></div>	71,3%
Reels	<div><div></div></div>	21,6%
Publications	<div><div></div></div>	7,1%
Vidéos	<div><div></div></div>	0,0%

● Followers ● Non-followers

Interactions ⓘ

19 471

Interactions

Followers	93,1%
Non-followers	6,9%

Comptes ayant interagi 6 144

Like, commentaires, partages, enregistrements...

Par interaction avec le contenu

Publications	<div><div></div></div>	91%
Reels	<div><div></div></div>	9%

● Followers et non-followers

https://business.facebook.com/latest/insights/object_insights/?asset_id=515564798477927&content_id=18082081483682768&nav_ref=bizweb_insights_UTA_TABLE

Et les autres ?



Compte	Follower: (global) ↓	Évolution des... 11	Contenu publié	
 pompiers_paris Pompiers de Paris - BSPP	328 K	↑ 4,2 K	32	...
 marinspompiers Marins-pompiers de Marseille	74,1 K	↑ 229	21	...
 pompiers_13 POMPIERS13 (SDIS13)	35,6 K	↑ 72	43	...
 sdis_59 SDIS59	24,2 K	↑ 383	36	...
 sapeurspompiers.sdis66 Sapeurs-Pompiers - SDIS 66	10,4 K	↑ 80	5	...
 sdis_76 Sdis 76 - Les sapeurs-pompiers de la Seine-Maritime	10,1 K	↑ 132	20	...
 sdis29officiel SDIS 29	9,2 K	↑ 16	7	...
 sdis_51 Sapeurs-pompiers de la Marne	8,8 K	↑ 34	81	...

Le nombre de followers moins le nombre de personnes qui ne suivent plus.

Follo... ⓘ

35,6 K

Au-dessus des autres

Généralement :
8,4 K

Follo... ⓘ

269

Semblable aux autres

Généralement :
253

Interacti... ⓘ

18 K

Au-dessus des autres

Généralement :
3,1 K

Sur catégorie
« Agences gouvernementales »

INSTAGRAM

Indicateurs clés - qualitatif



POMPIERS13.ORG



REJOIGNEZ-NOUS

#NousSommesPompiers13



Avantages

Proposer du contenu **qualitatif** de façon différente en comparaison avec les autres RS

→ *Vitrine des Pompiers 13*

Taux d'engagement en **baisse** : le contenu proposé a drastiquement baissé en rythme et en pertinence (inter, manœuvre, immersion...) rendant les publications moins attrayantes...

Campagne d'épuration du compte (suppression de comptes inactifs / suspects pour ne pas nuire à notre algorithme)

LINKEDIN

Indicateurs clés - quantitatif



Date création :

Septembre **2017**

Nombre d'abonnés :

8 460

Chiffres clés - contenu



L'essentiel

Données du 01/05/2025 au 31/05/2025

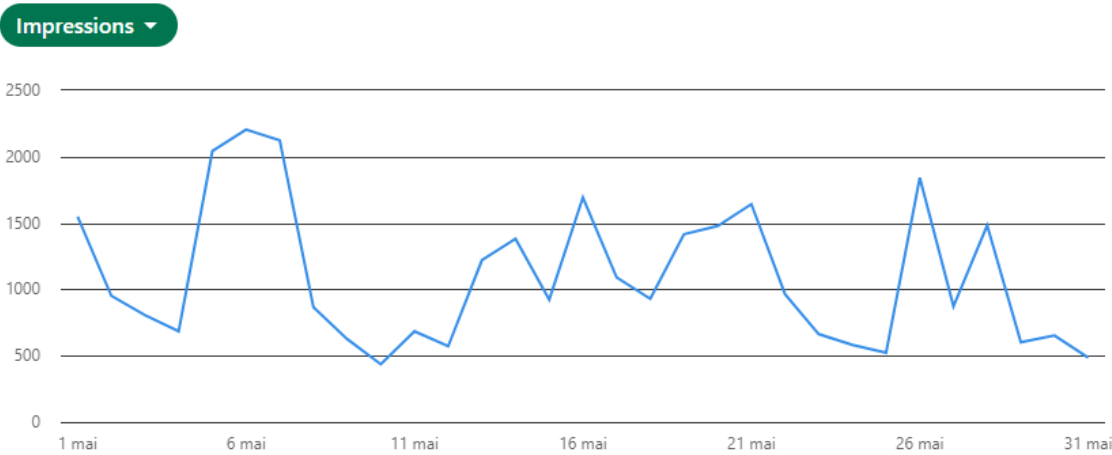
33 979
Impressions
▼25%

720
Réactions
▼30,5%

20
Commentaires
▲66,7%

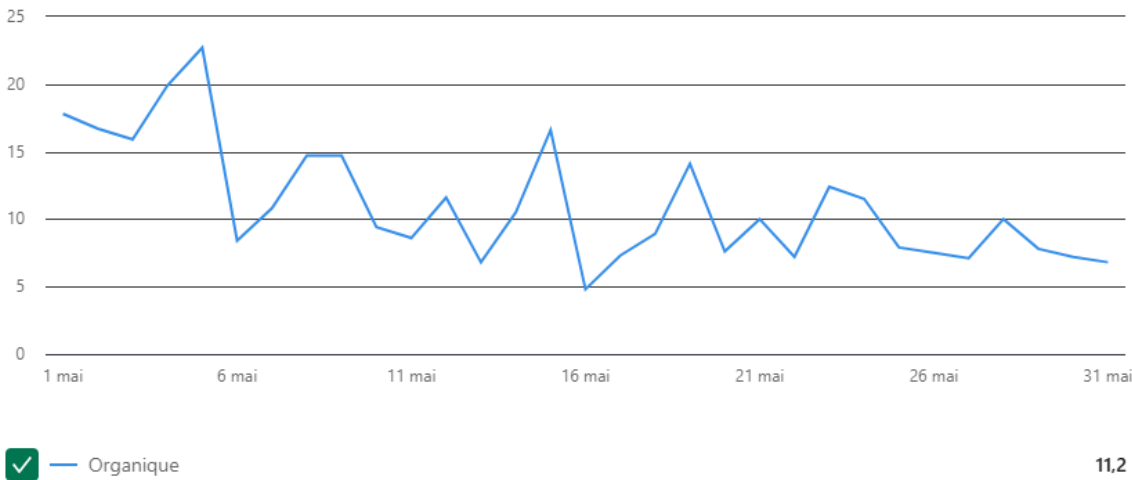
2
Republications
▼50%

Indicateurs



Indicateurs

Taux d'engagement ▼



Chiffres clés - visiteurs



L'essentiel sur les visiteurs ?

481

Vues de la page

▼20,2%

269

Visiteurs uniques

▼11,5%

0

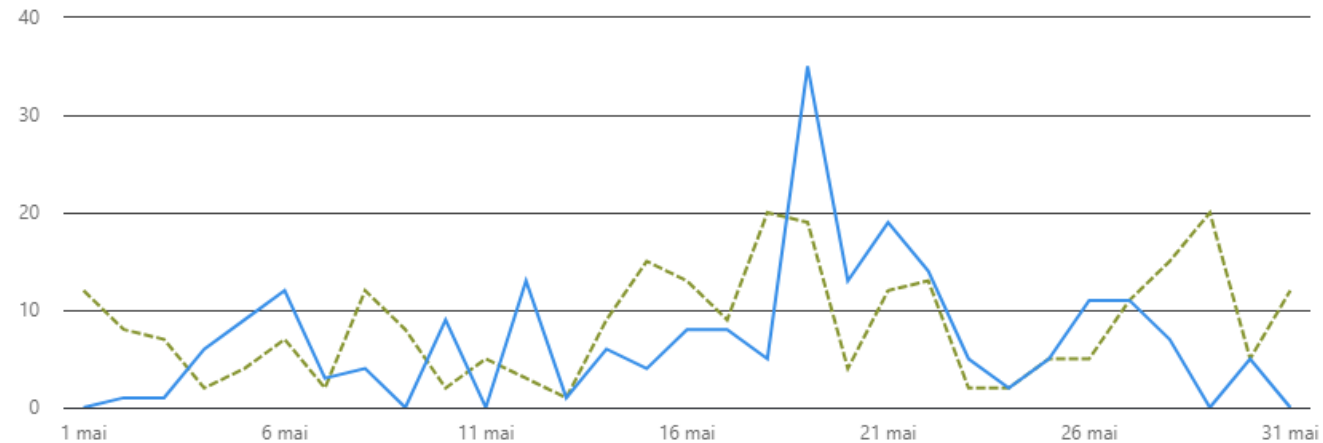
Clics sur le bouton personnalisé

Statistiques des visiteurs ?

Vues de la page ▼

Toutes les pages ▼

Tous les filtres



Ordinateur

217



Mobile

264

Chiffres clés - abonnés



L'essentiel sur les abonnés ?

8 460

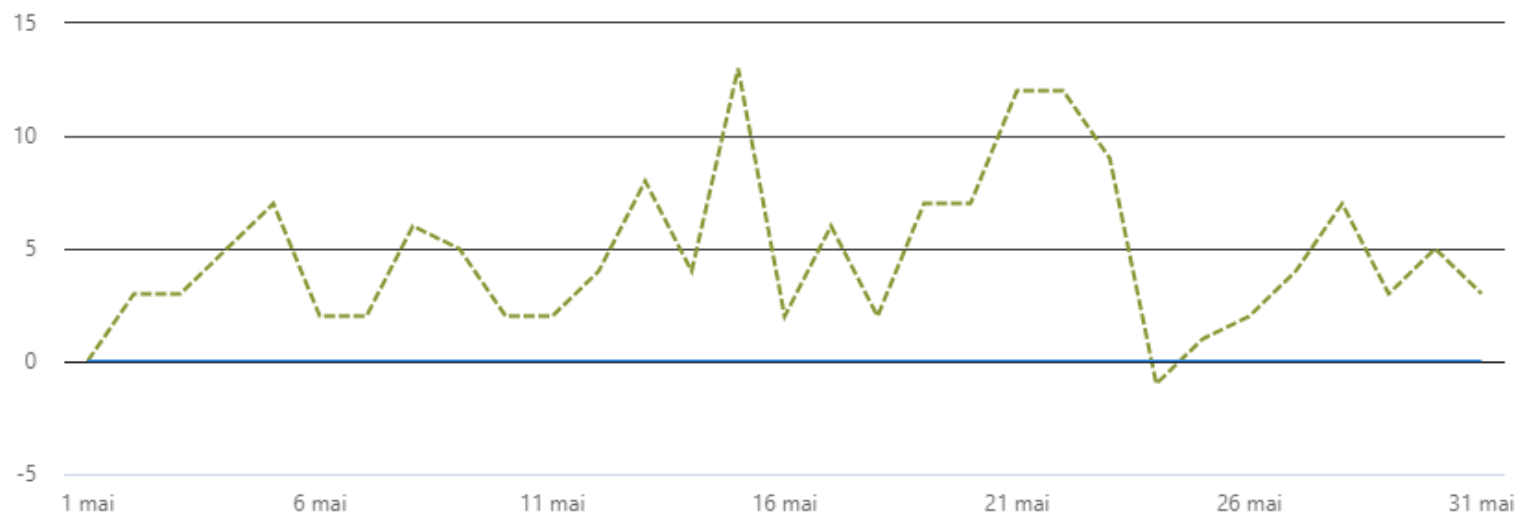
Nombre total d'abonnés

147

Nouveaux abonnés au cours des 31 derniers jours

▲8,9%

Statistiques des abonnés ?



Marseille et périphérie, France · 1 658 (19,6%)

Paris et périphérie, France · 838 (9,9%)

Lyon et périphérie, France · 262 (3,1%)

Toulon et périphérie, France · 196 (2,3%)

Toulouse et périphérie, France · 130 (1,5%)

Nice et périphérie, France · 99 (1,2%)

Bordeaux et périphérie, France · 93 (1,1%)

Montpellier et périphérie, France · 92 (1,1%)

Grenoble et périphérie, France · 90 (1,1%)

Martigues, France · 89 (1,1%)

Chiffres clés – les autres

Points forts des concurrents

Les 31 derniers jours

13

Total de vos posts

▼1,7% par rapport à vos concurrents

11.2%

Votre taux d'engagement

▼27,6% par rapport à vos concurrents



Indicateurs des nouveaux abonnés

Les 31 derniers jours

1		Brigade de sapeurs-pompiers de Paris (BSPP) 41 063 abonnés au total	534 ▼18,1%
2		Fédération nationale des sapeurs-pompiers de France 22 203 abonnés au total	474 ▲89,6%
3		École nationale supérieure des officiers de sapeurs-pompiers 21 698 abonnés au total	333 ▼4,9%
4		SDIS 78 9 670 abonnés au total	183 ▼34,2%
5		Service départemental d'incendie et de secours des Bouches-du-Rhône (SDIS 13) Votre page 8 460 abonnés au total	147 ▲8,9%
6		SDIS 59 6 816 abonnés au total	142 ▲31,5%
7		Bataillon de marins-pompiers de Marseille 4 760 abonnés au total	112 ▼58,2%
8		SDIS 83 4 165 abonnés au total	85 ▼8,6%
9		SDIS 06 3 448 abonnés au total	64 ▼1,5%
10		SDIS 77 - Sapeurs-pompiers de Seine-et-Marne 6 744 abonnés au total	59 ▼9,2%

Indicateurs des nouveaux abonnés

Les 31 derniers jours

1		Brigade de sapeurs-pompiers de Paris (BSPP) 41 063 abonnés au total	534 ▼18,1%
2		Fédération nationale des sapeurs-pompiers de France 22 203 abonnés au total	474 ▲89,6%
3		École nationale supérieure des officiers de sapeurs-pompiers 21 698 abonnés au total	333 ▼4,9%
4		SDIS 78 9 670 abonnés au total	183 ▼34,2%
5		Service départemental d'incendie et de secours des Bouches-du-Rhône (SDIS 13) Votre page 8 460 abonnés au total	147 ▲8,9%
6		SDIS 59 6 816 abonnés au total	142 ▲31,5%
7		Bataillon de marins-pompiers de Marseille 4 760 abonnés au total	112 ▼58,2%
8		SDIS 83 4 165 abonnés au total	85 ▼8,6%
9		SDIS 06 3 448 abonnés au total	64 ▼1,5%
10		SDIS 77 - Sapeurs-pompiers de Seine-et-Marne 6 744 abonnés au total	59 ▼9,2%

TIKTOK

Indicateurs clés - quantitatif



Général



Date création :
Janvier 2023

128 vidéos
13 200 abonnés

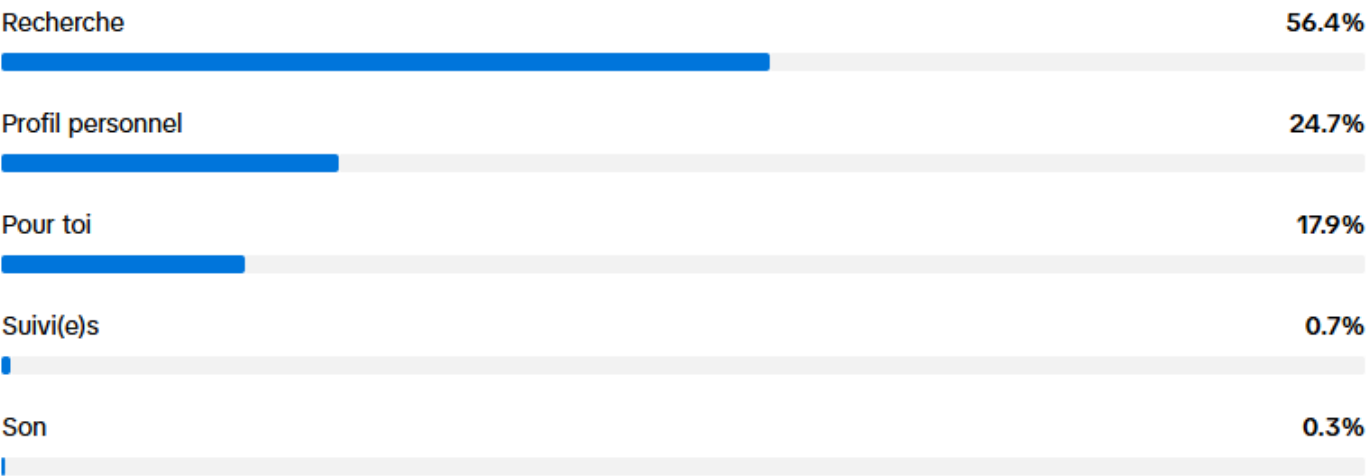
Général



Nombre de vues sur l'entièreté de nos vidéos sur la période.



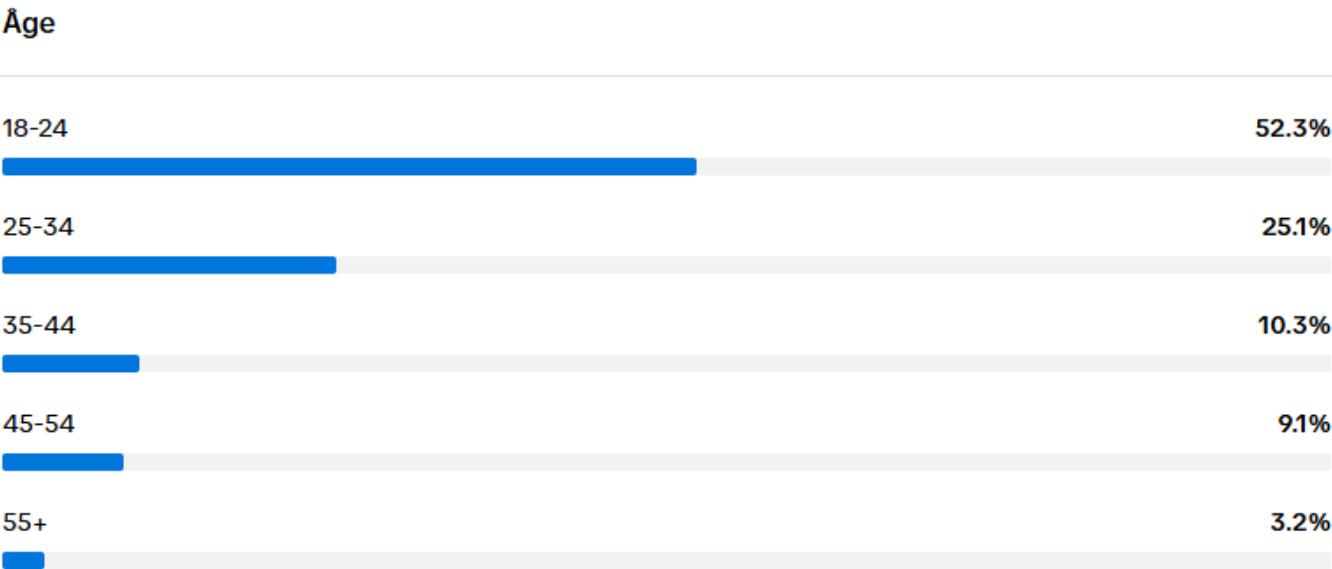
Sources de trafic ⓘ



Pour qui & où ?



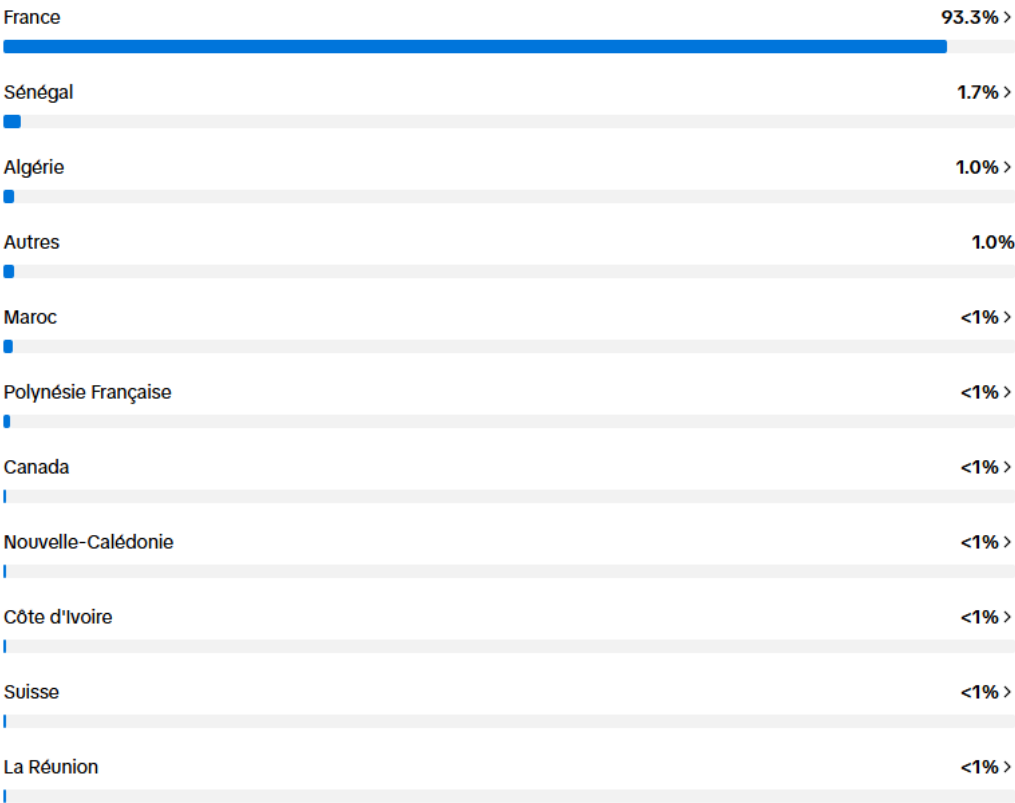
Âge des abonnés TikTok



Cible jeunes suivant les tendances et ayant les codes RS.

Où nos vidéos sont visionnées.

Emplacements ①



TIKTOK

Indicateurs clés - qualitatif





Possibilité de **véhiculer des messages** « facilement » ayant une **viralité importante** auprès d'une cible majoritairement jeune (+ que sur les autres RS)

Temps d'attention :
Varie de **4,5** à **9** secondes

*En moyenne les personnes regardent
entre 4 et 8 secondes sur nos vidéos*

Transmission des vidéos :
nombreux partages

Difficulté à maintenir le rythme de parution. Contenu **apprécié** = très pompiers, très « humour » ou du moins « naturel »

Gros point fort = TIKTOK retransmis sur Instagram, Facebook, YouTube. 1 vidéo = 4 supports avec des **dizaines** de milliers de vues en cumulées.



2 avantages en + de **transmettre** des **messages** « facilement » :

- Image des Pompiers 13 : **jeune**, « **cool** », mais aussi **dévouement**, **action**...
Ce n'est pas que le contenu 100 % humoristique ou décalé qui fonctionne

→ Même si cela reste **intéressant** de se **démarquer** et **d'adapter** notre contenu sur chaque plateforme selon le public + spécificité de cette dernière

- **Réunir** les Pompiers 13 et les personnes ayant un **intérêt** pour ces derniers
Beaucoup d'interactions (com/likes), de **questions**, de **témoignages** ...

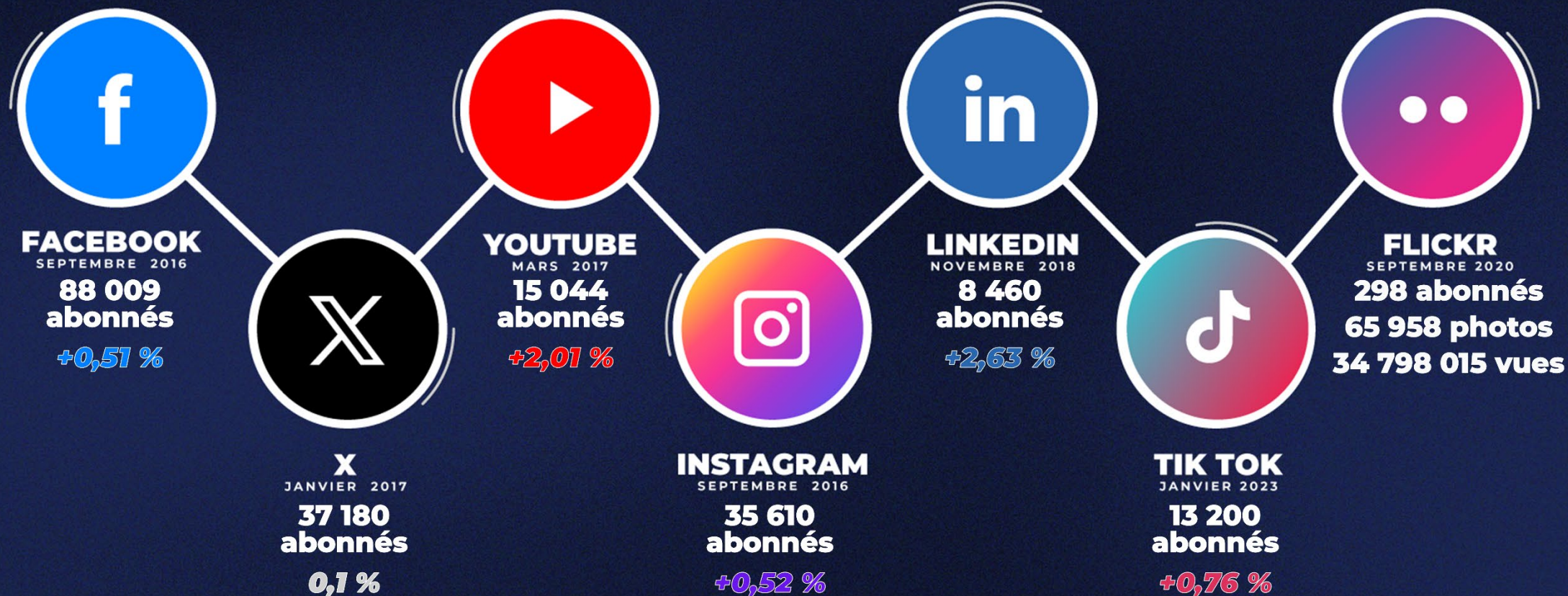
→ **Engagement supérieur** aux autres plateformes avec possibilité de **fédérer une communauté** Pompiers / Pompiers 13.
(Cela ne signifie pas que c'est impossible sur autres RS ou que ce n'est pas le cas sur les autres)

Et par rapport aux autres ?

Chiffres réseaux sociaux – Pompiers13 + les autres | Nombre d'abonnés

	FACEBOOK	X	YOUTUBE	INSTAGRAM	LINKEDIN	TIKTOK
POMPIERS13	88 010	37 179	15 044	35 610	8 460	13 200
BSPP	597 000	295 252	109 000	327 964	41 064	182 800
BMPM	154 000	34 122	9 150	74 134	4 761	!
SDIS 59	134 000	!	2 400	24 218	6 817	46 900
SDIS 83	105 000	28 337	2 130	9 991	4 166	!
SDIS 60	103 000	13 055	!	22 792	!	!
SDIS 34	61 000	20 279	1 410	13 806	2 000	7 341
SDIS 77	53 000	10 525	1 080	!	6 744	1 006
SDIS 66	52 000	12 476	797	10 370	2 000	!
SDIS 06	45 000	14 378	1 060	26 349	3 449	!

ÉVOLUTION DE MAI 2025 À JUIN 2025



*TOUJOURS
À VOS
CÔTÉS.*

POMPIERS **13**
DES BOUCHES-DU-RHÔNE