

Médiamétrie et Omedia lancent le 1^{er} baromètre de la TNT en Afrique

Depuis 2015 et jusqu'en 2020, les pays d'Afrique subsaharienne sont engagés dans un processus de passage à la télévision numérique terrestre. La TNT se déploie de manière différente d'un pays à l'autre. Le public sénégalais reçoit déjà le signal télévisuel numérique hertzien. La Côte d'Ivoire a entamé la mutation numérique fin 2016.

Afin d'accompagner la transition numérique en Afrique francophone subsaharienne, Médiamétrie et Omedia lancent le 1^{er} baromètre de la TNT en Afrique.

Diffuseurs, institutionnels, opérateurs, producteurs de contenus, agence médias et annonceurs, et aussi fabricants et installateurs d'équipements numériques ont besoin de connaître, à échéances régulières, l'évolution du marché qu'ils « pilotent ».

Pour l'analyser, le nouveau baromètre Omedia-Médiamétrie mesurera, auprès du grand public, la notoriété, l'équipement, la perception, les attentes (une meilleure image, un meilleur son, une offre élargie) et les intentions d'équipement en matière de TNT.

Le baromètre TNT Omedia-Médiamétrie permettra notamment :

- ▶ aux chaînes, d'anticiper leur montée en puissance et leur potentiel d'audience, et d'adapter leur stratégie dans un nouvel univers de concurrence,
- ▶ aux institutionnels, de suivre l'effet des campagnes de communication TNT destinées au grand public,
- ▶ aux agences et aux annonceurs, d'intégrer un paysage audiovisuel enrichi de nouvelles chaînes dans leur réflexion media et d'anticiper l'achat de nouveaux espaces publicitaires,
- ▶ aux fabricants de matériel, enfin, d'anticiper les besoins des foyers en équipements numériques (adaptateurs externes, téléviseurs compatibles TNT...).

Les résultats seront disponibles par pays et par cible deux fois par an. Dès juin 2018, Médiamétrie et Omedia fourniront les indicateurs TNT pour la Côte d'Ivoire, le Sénégal, le Mali et le Gabon. En décembre 2018, le baromètre intègrera d'autres pays francophones.

Chaque vague de résultats reposera sur l'interview, en face à face, de 600 individus (700 en Côte d'Ivoire) âgés de 15 ans et plus et représentatifs de la population en termes de sexe, d'âge, de profession, de niveau d'étude et lieu de résidence.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Médiamétrie et Omedia lancent le 1^{er} baromètre de la TNT en Afrique

Pour Christophe Gondry, Directeur Associé d'Omedia : « Ce baromètre s'inscrit dans la volonté d'Omedia d'apporter de l'information marché aux décideurs. Nous allions notre expertise terrain au savoir-faire de Médiamétrie afin de suivre l'évolution de la TNT sur notre continent ».

Benoît Cassaigne, Directeur Exécutif de Médiamétrie ajoute : « Avec le lancement du baromètre TNT, Médiamétrie et Omedia accompagnent les acteurs du monde des médias et de la communication dans l'essor annoncé de la TNT en Afrique francophone subsaharienne. Ce baromètre est aussi l'occasion de renforcer notre collaboration avec Omedia, l'institut expert en Afrique francophone des études marketing et médias. »

A propos d'Omedia

Omedia est une société d'études de marché et d'analyses des médias en Afrique Sub-saharienne. La société apporte son expérience et sa connaissance du continent africain, que ce soit au niveau de sa maîtrise opérationnelle des terrains locaux, avec ses implantations locales au Sénégal, au Mali, au Gabon et en Côte d'Ivoire et une couverture à ce jour sur 16 pays en Afrique de l'Ouest et Afrique Centrale : Sénégal, Mali, Guinée, Guinée Bissau, Gambie, Mauritanie, Niger, Burkina Faso, Côte d'Ivoire, Togo, Bénin, Gabon, Congo, Cameroun, République Démocratique du Congo et Sierra Leone.

Omedia s'appuie également sur l'expertise de son département pôle publicitaire et analyses des investissements médias : TV, radio, presse, affichage et digital.

La société appréhende les problématiques terrains en tenant compte des spécificités de chaque pays. Elle s'appuie sur un réseau d'enquêteurs formés par ses soins, en adéquation avec les objectifs de ses études, que ce soit en face à face ou via nos plateaux téléphoniques basés à Dakar, Abidjan, Bamako et Libreville .

A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public et les tendances du marché. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet, le Cinéma, le Téléphone Mobile, la Tablette et le Cross-Médias. En 2017, Médiamétrie a réalisé un chiffre d'affaires de 93 M€.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Facebook : Médiamétrie

Contacts Presse :

Charles Juster

Tél : +33 (0)1 47 58 97 54

cjuster@mediametrie.fr

Christophe Gondry

Tél : +221 77 644 41 82

cgondry@omedia-group.com