

Côte d'Ivoire : l'audience de la TV et les usages Internet à Abidjan – Juillet-Août 2020

Par Médiamétrie, la référence de l'audience des médias

Médiamétrie publie les résultats d'audience de la troisième vague de la nouvelle mesure déclarative régulière de l'audience de la Télévision en Côte d'Ivoire (25 juillet-9 août 2020) réalisée avec Omedia. Cette mesure a pour objectif de fournir aux chaînes de télévision, aux agences de communication et aux annonceurs, les données nécessaires au pilotage publicitaire et éditorial de leurs offres.

Télévision

Couverture quotidienne de la télévision

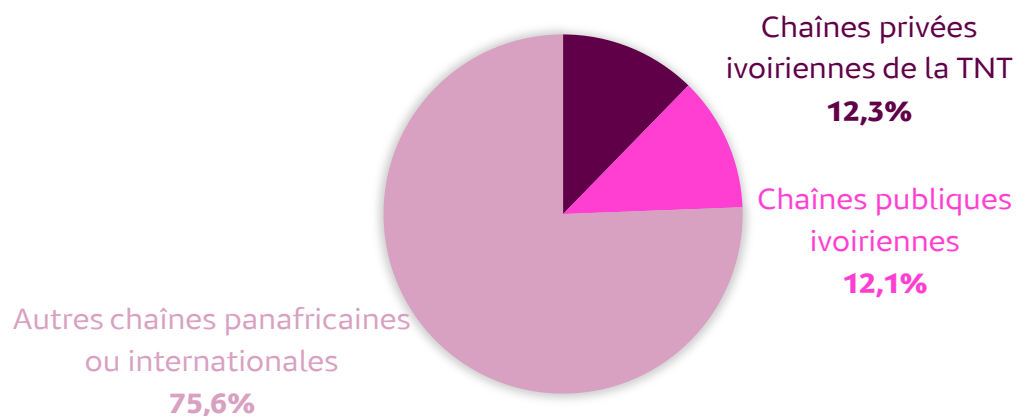
Audience Cumulée en %



25 juillet au 9 août 2020

Couverture	15 ans et +	78,6%
	15-34 ans	80,3%
	35-49 ans	77,1%
	50 ans et +	74,7%
	Femmes	77,9%
	Hommes	79,4%
	Individus de CSP MOY +	80,8%

Répartition des parts d'audience par catégorie de chaînes



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Côte d'Ivoire : l'audience de la TV et les usages Internet à Abidjan – Juillet-Août 2020



Depuis 2019, la Côte d'Ivoire a entamé sa transition vers la télévision numérique. Sur la période du 25 juillet au 9 août 2020, **près de 3 Abidjanais-es sur 10** connaissent la TNT (**28,7%**). **33,4%** de ceux qui connaissent la TNT ont l'intention de s'équiper de l'adaptateur qui permet de recevoir la télévision numérique, **soit 9,6%** des habitants d'Abidjan.

Internet

Concernant la pratique d'Internet, **51,8%** des personnes interrogées ont déclaré s'être connectées la veille.

L'usage des réseaux sociaux reste élevé, avec **77,4%** d'individus inscrits sur au moins un réseau social ; Facebook arrive toujours en tête suivi d'Instagram, Twitter puis LinkedIn. Parmi ces inscrits à un réseau social, **55,9%** déclarent s'y connecter tous les jours ou presque.

La mesure d'audience régulière

L'étude d'audience TV, radio et usages internet fournit des informations sur la notoriété, les habitudes d'écoute et l'audience des chaînes de télévision six fois dans l'année, et des stations de radio deux fois dans l'année, en Côte d'Ivoire à Abidjan. Elle intègre également des données sur l'équipement multimédias et les usages Internet des habitants. Médiamétrie et sa filiale Omedia ont conduit cette étude dans les dix communes qui composent Abidjan du 26 juillet au 10 août 2020. Les enquêtes ont été réalisées en face à face en une vague de 16 jours auprès de 554 personnes de 15 ans et plus représentatives de la population vivant à Abidjan.

Les équipes qualifiées de la société Omedia ont opéré le recueil des données. Médiamétrie a apporté son expertise et son savoir-faire pour la méthodologie d'enquêtes, les redressements statistiques, la production des résultats et leur mise à disposition au moyen de ses logiciels d'analyse et de consultation. En Afrique, Médiamétrie conduit également des études déclaratives d'audience TV et Radio au Sénégal et au Cameroun avec Omedia.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Côte d'Ivoire : l'audience de la TV et les usages Internet à Abidjan – Juillet-Août 2020



A propos de Médiamétrie

Leader des études médias, Médiamétrie observe, mesure et analyse les comportements du public, les tendances du marché et favorise l'émergence d'une référence de la data média en France. Créée en 1985, Médiamétrie développe ses activités en France et à l'international sur la Télévision, la Radio, Internet (ordinateur, smartphone et tablette), le Cinéma et le Cross-Médias.

www.mediametrie.fr

Twitter : @Mediametrie

Instagram : mediametrie.official

A propos d'Omedia

Filiale de Médiamétrie, Omedia est une société d'études de marché et d'analyses des médias en Afrique sub-saharienne. L'entreprise apporte son expérience et sa connaissance du continent africain, grâce à sa maîtrise opérationnelle des terrains locaux, avec ses implantations au Sénégal, au Mali 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. Son réseau d'enquêteurs est formé en interne, en adéquation avec les objectifs de ses études, que ce soit en face à face ou via ses plateaux téléphoniques basés à Dakar, Abidjan, et Bamako.

www.omeia-group.com/

Contacts Presse

Isabelle Lellouche Filliau

Tél : +33 1 47 58 97 26

ilellouche-filliau@mediametrie.fr

Karim Konaté

Tél. : +225 59 11 33 16

kkonate@omeia-group.com