

## Médiamétrie et Omedia lancent la 1<sup>ère</sup> mesure régulière de l'audience de la Télévision en Côte d'Ivoire

Afin de proposer aux chaînes qui le souhaitent, aux agences de communication et annonceurs, les données nécessaires au pilotage publicitaire et éditorial de leurs offres, Médiamétrie et Omedia lancent la première mesure déclarative régulière de l'audience de la Télévision en Côte d'Ivoire.

Cette évolution s'inscrit dans la lignée des audiences mesurées jusqu'à maintenant deux fois par an par Médiamétrie, et des actions récentes menées avec les acteurs audiovisuels ivoiriens. Dans le contexte de ralentissement économique dû au coronavirus, cette initiative de Médiamétrie vise à participer au maintien de la dynamique de la TNT en 2020.

Les résultats de la première vague seront disponibles mi-juin.

Cette mesure repose sur 6 vagues de 560 interviews\* chacune, à raison d'une toutes les 6 semaines. Deux seront enrichies de l'audience de la radio. Le dispositif fournira les grands indicateurs d'audience : Audience cumulée, Quart d'heure moyen, Part d'audience, Durée d'écoute par individu et Durée d'écoute par téléspectateur / auditeur\*\*.

Le cumul de plusieurs vagues permettra aux clients de l'étude d'analyser les résultats sur des cibles plus fines et par jour nommé, sur la base d'un échantillon total de 1 680 interviews.

L'épidémie mondiale de Covid-19 et les mesures de sécurité sanitaires qui en découlent ont un impact direct sur les enquêtes. Les interviews, en principe réalisées en face à face, seront faites par téléphone, et ce tant que la situation l'exigera.

Arnaud Annebicque, Directeur du Développement Europe & Afrique de Médiamétrie : **« nous mesurons avec les équipes d'Omedia l'audience des médias audiovisuels en Côte d'Ivoire deux fois par an depuis de nombreuses années. L'avènement du numérique, avec l'arrivée de la TNT en 2019 et le développement de l'offre de chaînes liée à son déploiement, accélère les usages. Nous adaptons la mesure, notamment en termes de fréquence, pour offrir aux acteurs du marché, malgré le contexte sanitaire, les données d'audience indispensables. Nos clients pourront piloter au plus près leurs grilles de programmes et leurs offres publicitaires, et ainsi participer à la dynamique prometteuse de la TNT enclenchée dès 2019. »**

\* Individus âgés de 15 ans et plus résidant à Abidjan et représentatifs de la population en termes de sexe, d'âge, de profession et de niveau d'étude.

\*\* Lors des vagues standard 3 et 6, un module radio sera administré afin de produire l'audience de la radio. L'échantillon de 560 interviews permettra pour la radio de connaître les grands niveaux d'audience.

# COMMUNIQUÉ DE PRESSE



Médiamétrie et Omedia lancent la 1<sup>ère</sup> mesure régulière de l'audience de la Télévision en Côte d'Ivoire

Karim Konaté, Directeur Associé d'Omedia, ajoute : « en mettant à la disposition des chaînes de télévision, des annonceurs et de leurs agences tout ce qu'il faut savoir en matière d'audiences, et ce toutes les 6 semaines, c'est finalement un véritable baromètre de l'audience TV que nous mettons en place en Côte d'Ivoire. C'est l'outil d'une mesure régulière qui va permettre à chacun de réagir et de s'adapter aux éventuels changements d'une vague à l'autre. De notre point de vue, c'est un progrès indéniable, surtout dans le contexte actuel. Et en 2020 ce seront donc 6 occasions de mesurer les évolutions en la matière dont les acteurs pourront bénéficier. »

## A propos d'Omedia

Omedia est une société d'études de marché et d'analyses des médias en Afrique subsaharienne. 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, 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. Son réseau d'enquêteurs est formé en interne, en adéquation avec les objectifs de ses chaque étude, que ce soit en face à face ou via ses plateaux téléphoniques basés à Dakar, Abidjan, Bamako et Libreville

Plus d'informations : [www.omedia-group.com/](http://www.omedia-group.com/)

## 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](http://www.mediametrie.fr)

Twitter : @Mediametrie

Instagram : Mediametrie.official

### Contacts Presse :

Isabelle Lellouche-Filliau

Tél : +33 (0)1 47 58 97 26

[llellouche-filliau@mediametrie.fr](mailto:llellouche-filliau@mediametrie.fr)

Karim Konaté

Tél : +225 59 11 33 16

[kkonate@omedia-group.com](mailto:kkonate@omedia-group.com)