



L'OFFRE  
**CANAL+ ADVERTISING**

**NOI**

**EN AUDIENCE SUR L'AFRIQUE**  
SUBSAHARIENNE FRANCOPHONE

# LA MESURE D'AUDIENCE EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE



L'évaluation des audiences des médias audiovisuels, la connaissance du nombre de téléspectateurs des chaînes de télévision ainsi que leur profil sociodémographique constituent des informations capitales pour les annonceurs et les agences médias car elles leur permettent d'évaluer de manière scientifique l'efficacité et le ciblage adéquat des supports de communication qu'ils utilisent dans le cadre de leur communication commerciale. Ces données d'audience sont également indispensables pour l'établissement d'une référence tarifaire neutre des espaces publicitaires ainsi que pour l'évaluation pour les annonceurs de leur retour sur investissements médias (ROI).

La connaissance de l'évolution de l'audience des médias audiovisuels constitue donc un enjeu crucial en Afrique comme partout dans le monde. Le choix d'une méthodologie adaptée au terrain n'en est que plus essentiel.

Trois questions majeures se posent dès lors:

- **Quelle méthode de recueil des données retenir ?**
- **Quel périmètre géographique ?**
- **Quelle fréquence de production de données ?**

L'idéal consisterait, à l'image de ce qui se pratique partout dans le monde à recourir à un système de mesure électronique de l'audience TV. Le coût de mise en œuvre d'un tel dispositif s'avère cependant hors de proportion en regard du niveau des investissements publicitaires constatés dans l'ensemble des marchés d'Afrique subsaharienne.

Il est dès lors recommandé d'aborder les choix méthodologiques de la mesure d'audience en plaçant ceux-ci dans une perspective d'évolution à moyen terme. C'est dans cette perspective qu'a été conçue la nouvelle version de l'étude AFRICASCOPE.

Mise en œuvre par la société TNS-Sofres Paris, l'étude AFRICASCOPE bénéficie de la présence sur le terrain des filiales africaines du Groupe KANTAR MEDIA.

# AFRICASCOPE 2016 (janvier-décembre)

## 1. UN MODE DE RECUEIL DES DONNÉES AMÉLIORÉ

Panel d'individus âgés de 15 ans et plus.

Dates terrain 2016 : avril/mai/juin & septembre/octobre/novembre

Interviews réalisées en face-à-face au domicile avec saisie des données sur tablette en mode CAPI (Computer Assisted Personal Interviews)

### MÉTHODE DES QUOTAS

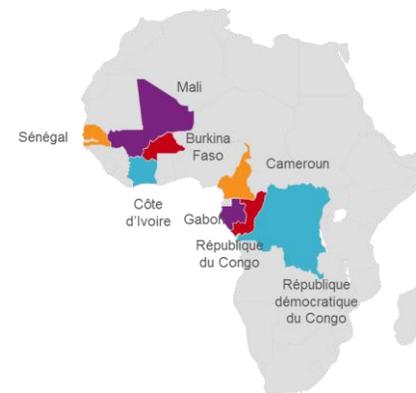
- Sexe
- Age (6 classes)
- Niveau d'instruction (4 classes)
- Profession de la personne interrogée
- 1 personne éligible par foyer

## 2. UN PERIMETRE LARGE

8 pays, 9 villes

17,8 millions d'individus

15 ans et +



## 3. L'UNIVERS DE L'ENQUÊTE

	SENEGAL	COTE D'IVOIRE	CAMEROUN	RDC	GABON	MALI	BURKINA FASO	REP DU CONGO
Périmètre géographique	DAKAR	ABIDJAN	DOUALA YAOUNDE	KINSHASA	LIBREVILLE	BAMAKO	OUAGADOUGOU	BRAZZAVILLE
Nbre d'interviews	2 250	2 249	2 250	2 264	2 251	2 250	2 250	1 103
Extrapolation	1.914.000	2.828.000	2.935.000	6.351.000	426.000	1.181.000	1.208.000	965.000

BASE CUMUL 7 PAYS UTILISEE DANS LA SUITE DU DOCUMENT (Sénégal/Côte d'Ivoire/Cameroun/RDC/Gabon/Mali/Burkina Faso)

# PRINCIPAUX INDICATEURS ET DÉFINITIONS



## PART D'AUDIENCE

Pourcentage d'audience d'une chaîne de télévision calculée par rapport à l'ensemble de la TV. La somme des parts d'audience de l'ensemble des supports est égale à 100%.



## AUDIENCE VEILLE

Nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant regardé une chaîne de TV la veille, quelle que soit la durée.



## TELESPECTATEURS 7 DERNIERS JOURS

Nombre ou pourcentage de personnes différentes ayant regardé une chaîne de télévision sur les 7 derniers jours quelle que soit la durée.



## QUART D'HEURE MOYEN

Moyenne arithmétique de l'audience des différents quart d'heure.

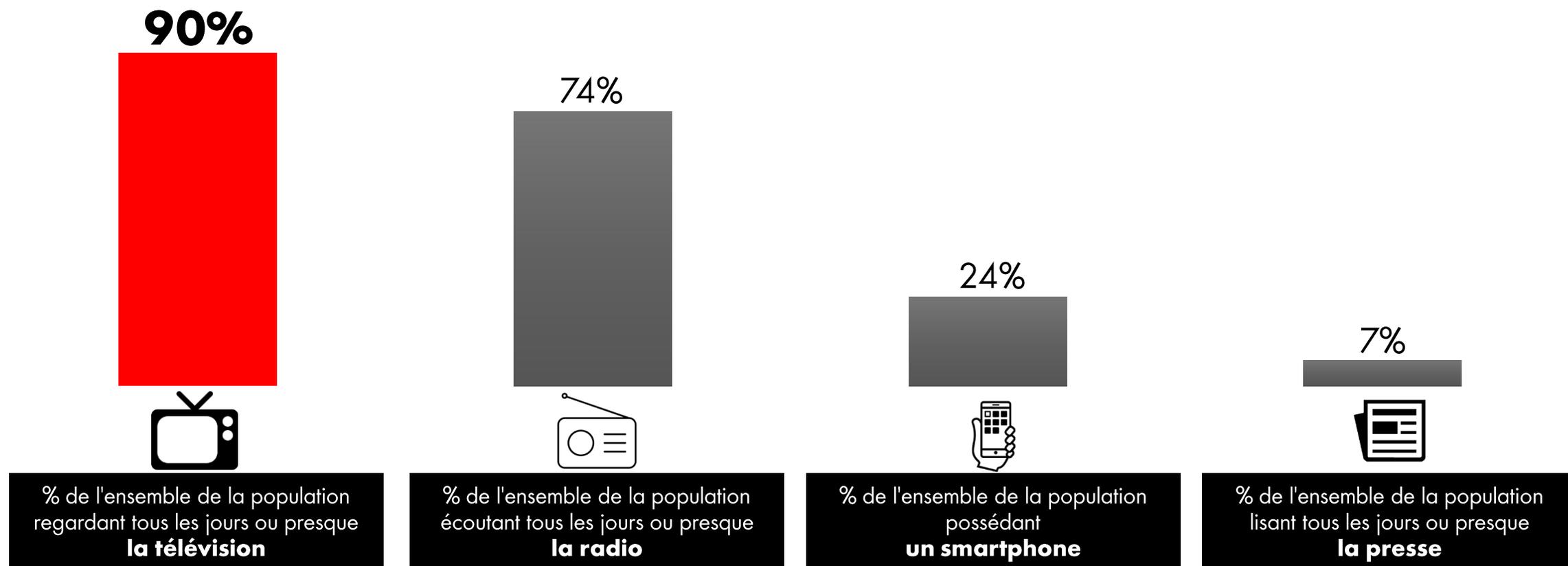


## DUREE D'ECOUTE PAR TELESPECTATEUR

Moyenne du temps passé à l'écoute des programmes diffusés par les chaînes de TV pour l'ensemble des téléspectateurs du support étudié.

# LA TELEVISION, MEDIA PREFERE DES AFRICAINS

**PREMIER MEDIA EN COUVERTURE !  
LE MOYEN LE PUISSANT POUR ATTEINDRE VOTRE CIBLE**

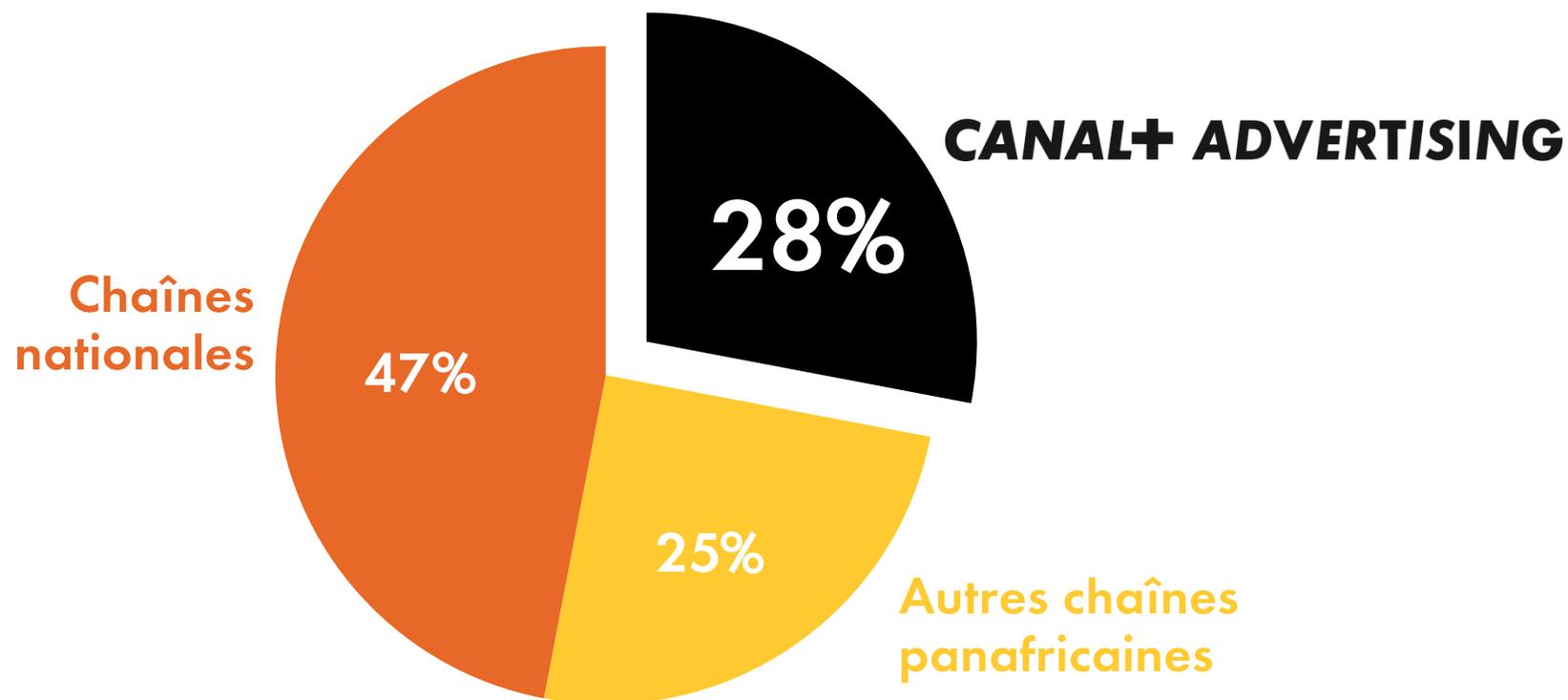


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15 +

**CANAL+ ADVERTISING**

# L'OFFRE N°1 EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE FRANCOPHONE

L'OFFRE CANAL+ ADVERTISING LARGEMENT LEADER EN PARTS D'AUDIENCE



PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION

Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

**CANAL+ ADVERTISING**

# DES CHAÎNES PERFORMANTES SUR TOUTES LES CIBLES



**15-34 ANS**



**2<sup>ème</sup> PANAFRICAINNE SUR LES 15-34 ANS**  
3<sup>ème</sup> panafricaine sur les individus AB



**+71% SUR LES 15-34 ANS**  
Succès auprès d'un large public



**HOMMES**



**N°1 SUR LES HOMMES !**  
2<sup>ème</sup> Panafricaine sur les Hommes AB



**3<sup>ème</sup> PANAFRICAINNE SUR LES CADRES  
ET DIRIGEANTS D'ENTREPRISE**



**FEMMES**



**N°1 SUR L'ENSEMBLE DE  
LA POPULATION !**  
Femmes, individus AB et 25-49 ans



**2<sup>ème</sup> PANAFRICAINNE  
SUR LES FEMMES**  
Femmes avec enfants et Femmes AB



**FAMILLES**



**+22% SUR L'ENSEMBLE DE  
LA POPULATION**  
Dynamique auprès des 15-34 ans (+46%)



**+81% SUR SON CŒUR DE CIBLE,  
LES FEMMES AVEC ENFANT(S)**

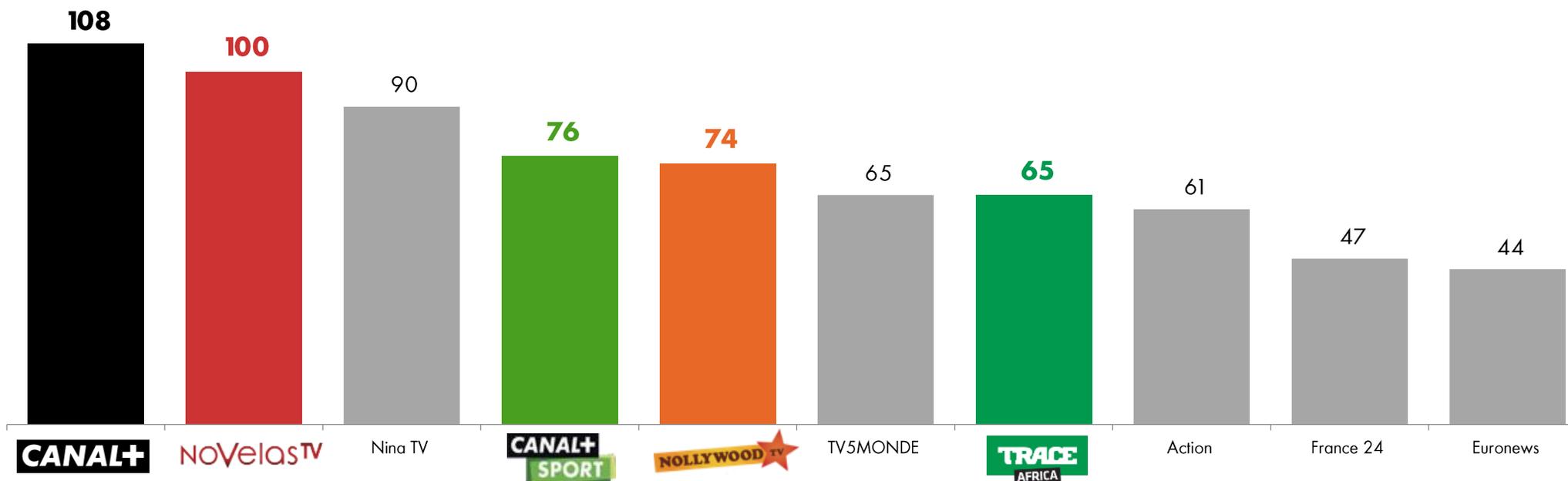
Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ranking basé sur la Part d'Audience ou l'évolution de l'audience (exprimées en %) vs la précédente vague 2015-2016

**CANAL+ ADVERTISING**

# DES TÉLESPECTATEURS PLUS ASSIDUS

**NOS CHAINES BENEFICIENT D'UNE DUREE D'ECOUTE PAR TELESPECTATEUR (DET)  
SUPERIEURE A LA MOYENNE**

**DUREE D'ECOUTE PAR TELESPECTATEUR EXPRIMEE EN MINUTES**  
*Ranking en DET des 10 chaînes panafricaines les plus puissantes en PdA*

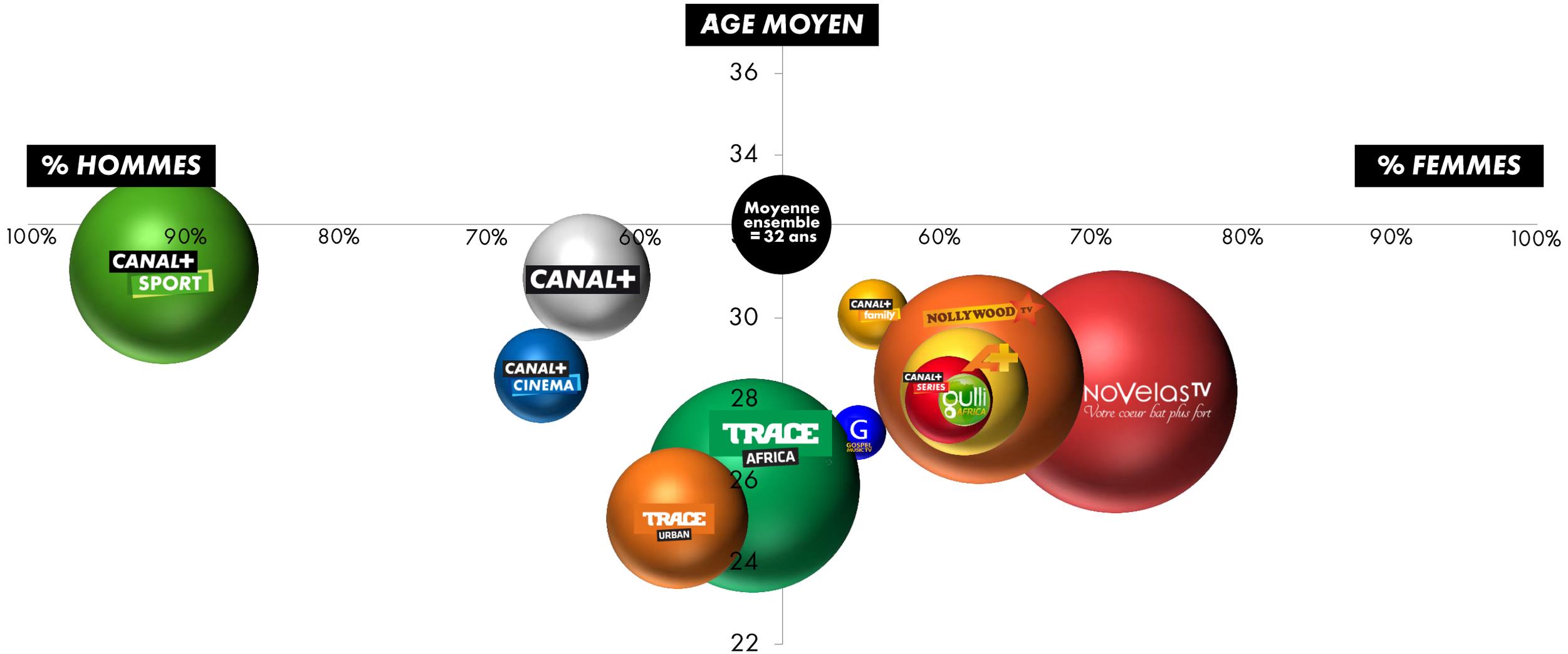


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

**CANAL+ ADVERTISING**

# UNE OFFRE LARGE ET COMPLEMENTAIRE

La taille des bulles est relative à la puissance de la chaîne



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

# MENU INTERACTIF (cliquez sur les images)

## CIBLES



FEMMES



HOMMES



15-34 ANS



FAMILLES

## CHAÎNES

CANAL+

CANAL+  
CINEMA

CANAL+  
SERIES

CANAL+  
family

CANAL+  
SPORT



NOLLYWOOD TV

NOVELAS TV

TRACE  
AFRICA

TRACE  
URBAN



G  
GOSPEL  
MUSIC TV

## PAYS



SENEGAL



COTE D'IVOIRE



MALI



GABON



BURKINA FASO



REP. DU CONGO



CAMEROUN



RDC

# FOCUS CIBLES

CANAL+

CANAL+  
CINEMA

CANAL+  
SERIES

CANAL+  
family

CANAL+  
SPORT

A+

NOLLYWOOD TV

noVelasTV

TRACE  
AFRICA

TRACE  
URBAN

gulli  
AFRICA

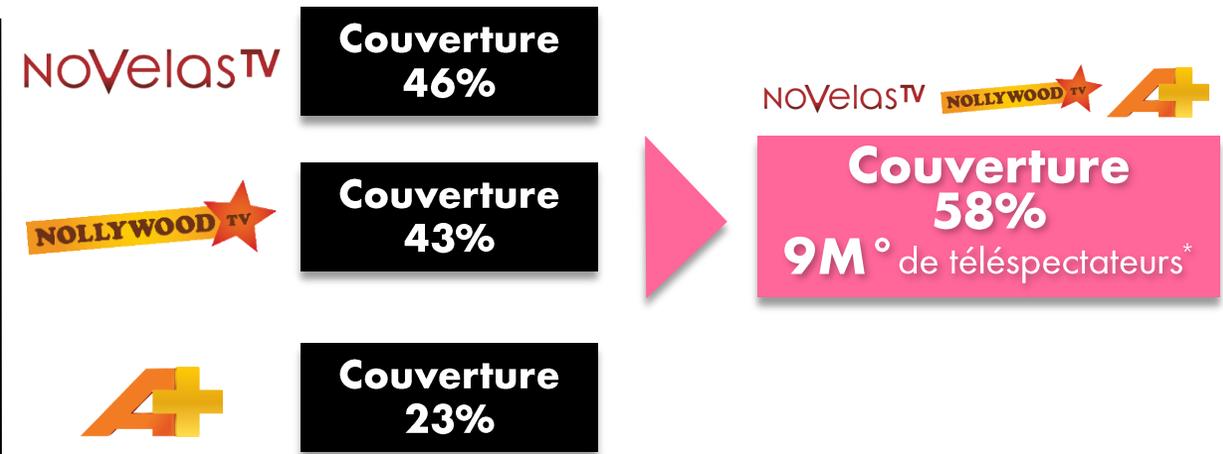
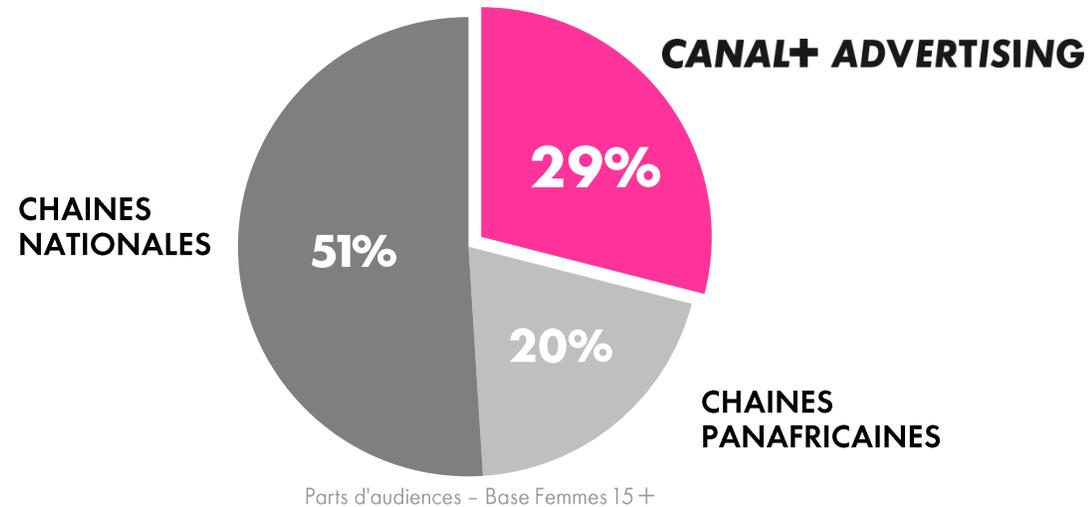
G  
GOSPEL  
MUSIC TV



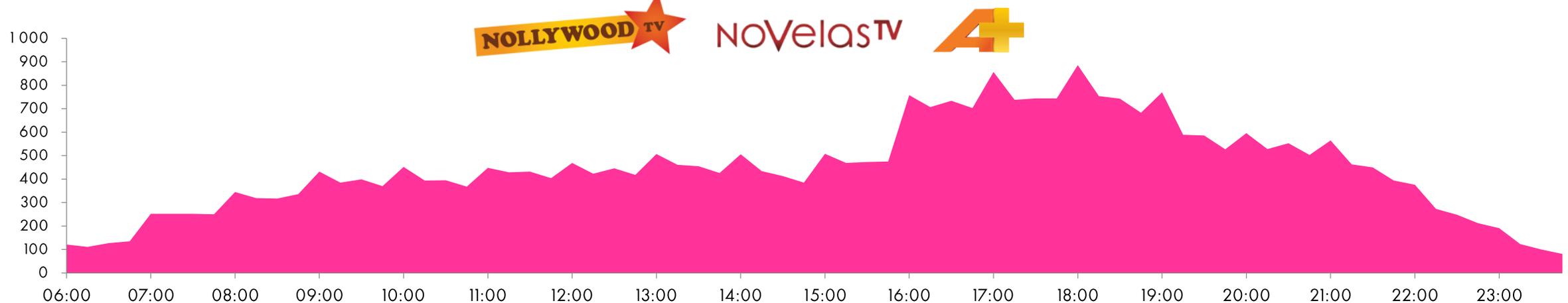
CANAL+ ADVERTISING

# AU CŒUR DES FEMMES AFRICAINES

PACK FEMMES



## UNE PUISSANCE INCOMPARABALE TOUT AU LONG DE LA JOURNEE

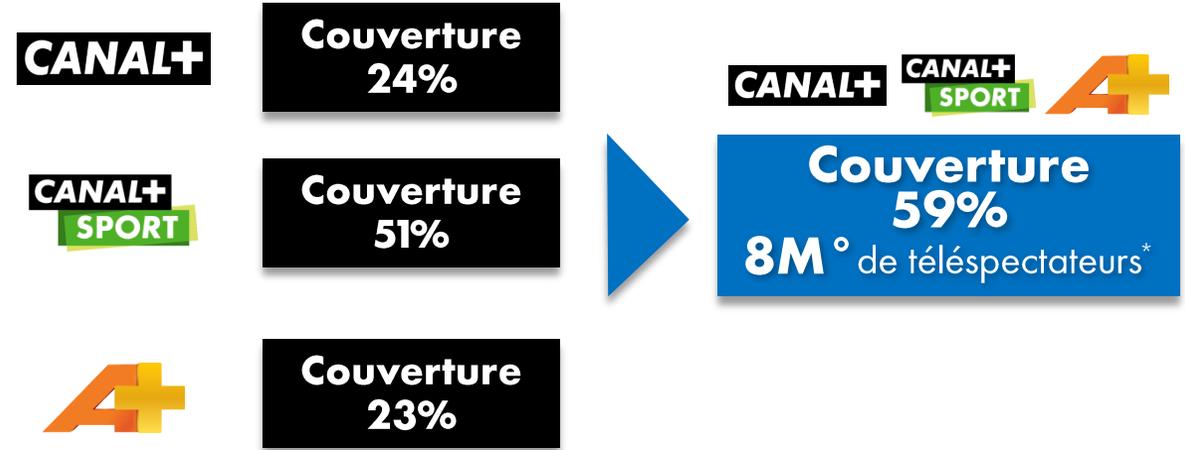
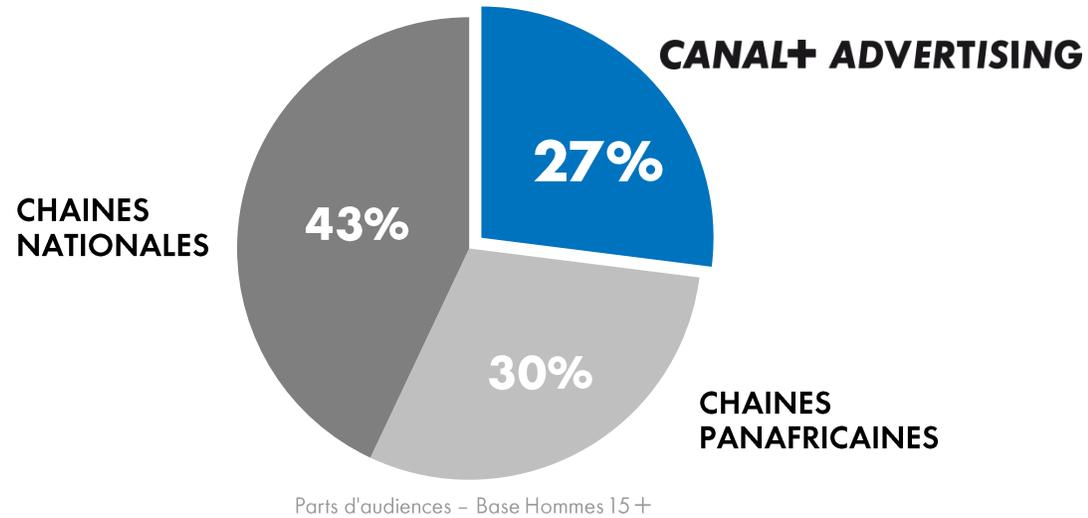


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Femmes 15 + / Couverture 7 derniers jours / Cumul Audiences NOVELAS TV - NOLLYWOOD TV - A+ (lundi-dimanche) / \*base 15 +

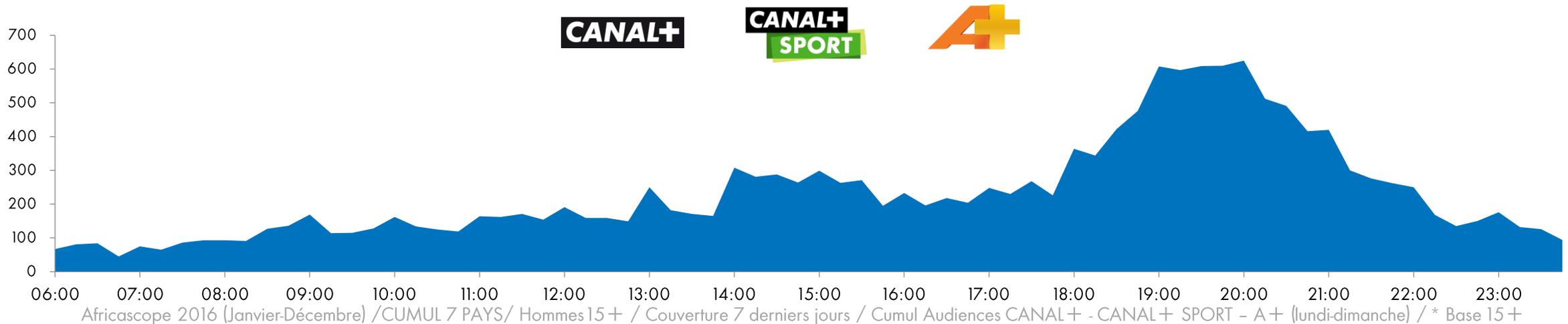


# LE PUBLIC MASCULIN

PACK HOMMES

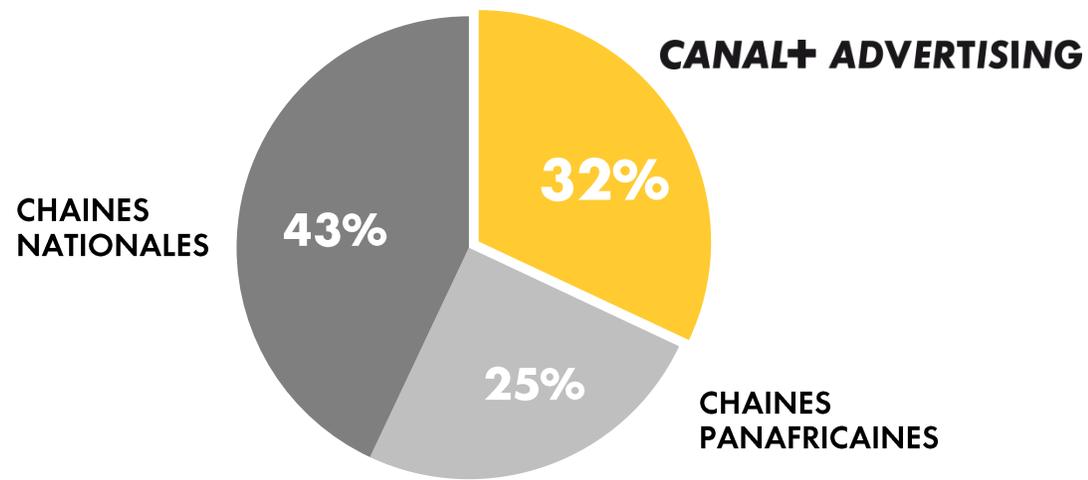


## UNE FORTE CONSOMMATION TV EN FIN DE JOURNEE

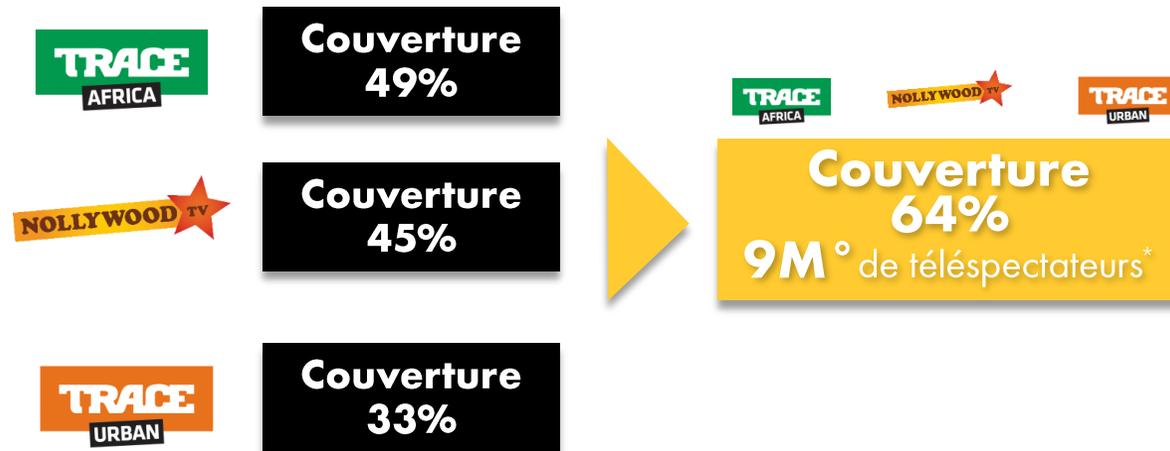


# LES JEUNES GENERATIONS 15 à 34 ANS

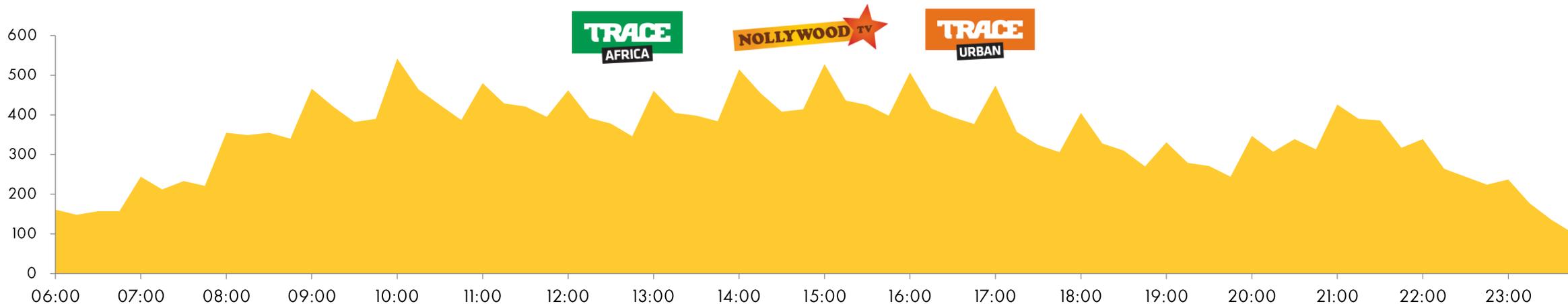
PACK  
15-34 ans



Parts d'audiences - base individus 15-34 ans



## DES MATINEES ET DES APRES-MIDIS AU TOP

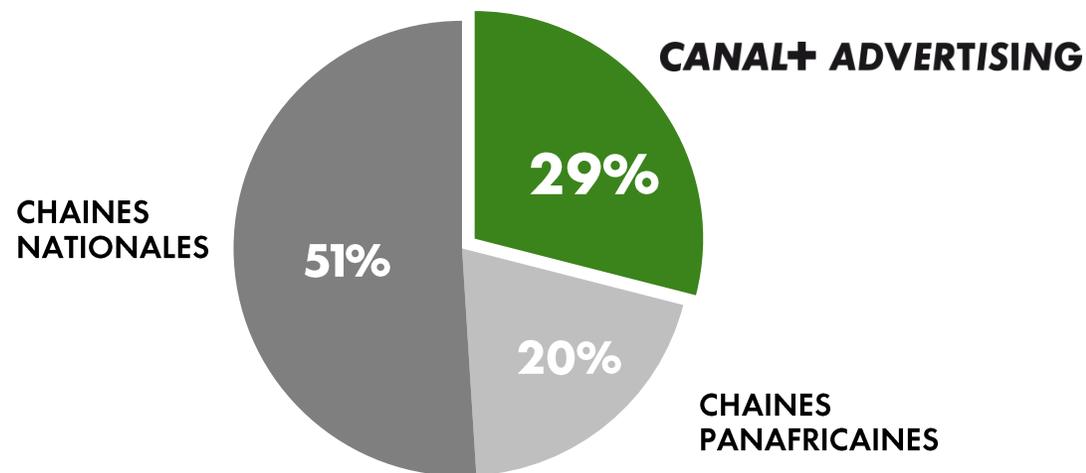


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / 15-34 ans / Couverture 7 derniers jours / Cumul Audiences TRACE AFRICA - TRACE URBAN - NOLLYWOOD TV (lundi-dimanche) / \*base 15+

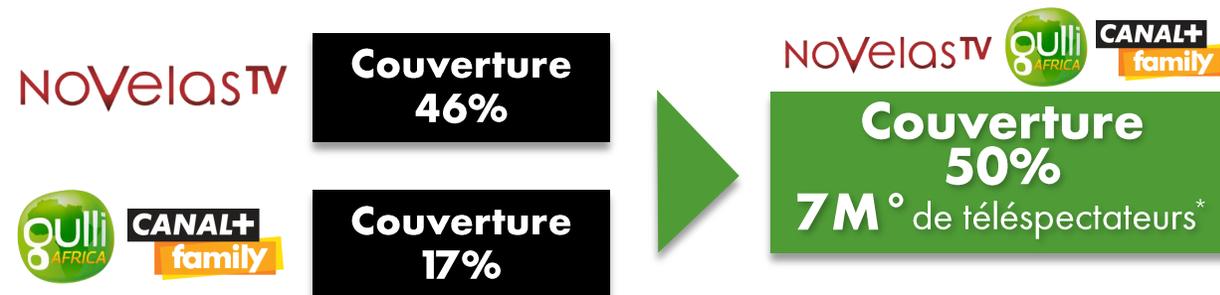


# TOUCHER A LA FOIS PARENTS & ENFANTS

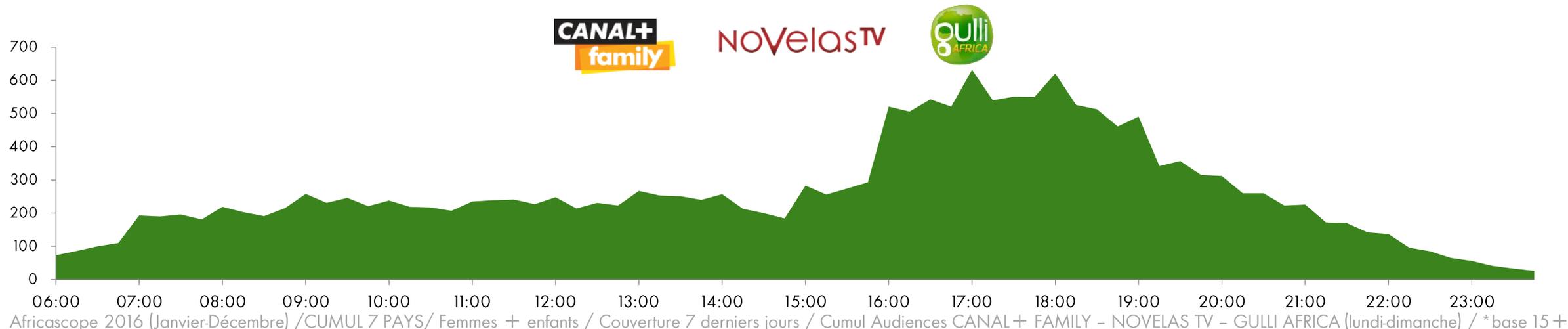
PACK FAMILLE



Parts d'audiences - base Femmes avec enfants



## DE VRAIS RENDEZ-VOUS EN AFTER SCHOOL



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Femmes + enfants / Couverture 7 derniers jours / Cumul Audiences CANAL+ FAMILY - NOVELAS TV - GULLI AFRICA (lundi-dimanche) / \*base 15 +

**CANAL+ ADVERTISING**



# FOCUS ABONNES

CANAL+

CANAL+  
CINEMA

CANAL+  
SERIES

CANAL+  
family

CANAL+  
SPORT

A+

NOLLYWOOD TV

NoVelosTV

TRACE  
AFRICA

TRACE  
URBAN

gulli  
AFRICA

G  
GOSPEL  
MUSIC TV



CANAL+ ADVERTISING

# UN POTENTIEL DE 283 000 000 D'HABITANTS A TRAVERS 25 PAYS

**2.765.000 ABONNES**  
**EN AFRIQUE SUBSAHARIENNE FRANCOPHONE**  
(31/12/2016)



**UNE COUVERTURE CONSEQUENTE**

**LES BOUQUETS**

**CANAL+**

**68.000.000**  
**TELESPECTATEURS**

**Soit 24% de la population**

\* 6,14 individus par foyer abonné / Auditoire potentiel estimé : 4 foyers récepteurs pour 1 foyer abonné

**CANAL+ ADVERTISING**

# CARACTERISTIQUES DES ABONNES AUX BOUQUETS CANAL+

## UNE DUREE D'ECOUTE CONSEQUENTE

+36 min/jour

EQUIPES TV

ABONNES BOUQUETS CANAL+



## UN ENGAGEMENT FORT DU TELESPECTATEUR

TELESPECTATEUR ACTIF

IMPLICATION

RECHERCHE

MOTIVATION

APPETENCE



DESIR

## UN MEILLEUR NIVEAU D'ETUDES

EQUIPES TV

ABONNES BOUQUETS CANAL+

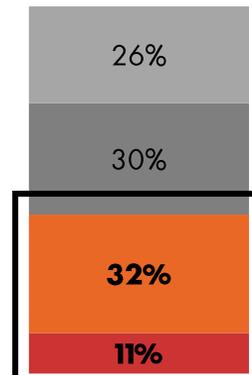
NIVEAU D'INSTRUCTION

■ Non scolarisé

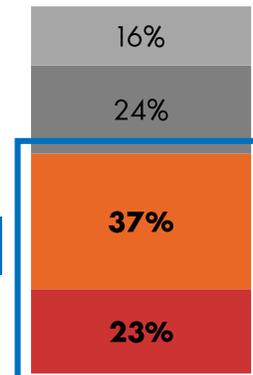
■ Primaire

■ Secondaire

■ Supérieur



+17pts



## DES REVENUS PLUS ELEVES

EQUIPES TV

ABONNES BOUQUETS CANAL+

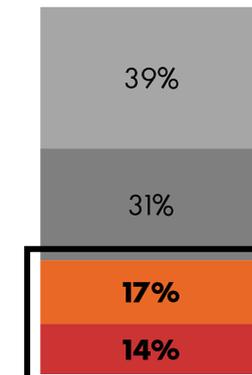
CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES

■ D - Inférieur

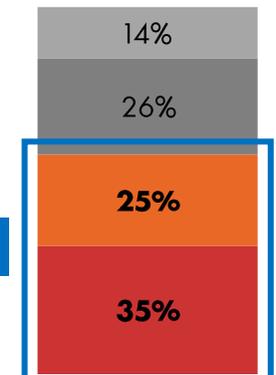
■ C - Moyenne Inférieure

■ B - Moyenne Supérieur

■ A - Supérieur



+29pts



Africascope 2015-2016 / Sénégal-Côte d'Ivoire-Cameroun-RDC-Burkina Faso-Gabon-Mali / Ensemble 15+

CANAL+ ADVERTISING

# LES AUDIENCES PAR CHAÎNE

CANAL+

CANAL+  
CINEMA

CANAL+  
SERIES

CANAL+  
family

CANAL+  
SPORT

A+

NOLLYWOOD TV

NoVelasTV

TRACE  
AFRICA

TRACE  
URBAN

gulli  
AFRICA

G  
GOSPEL  
MUSIC TV



CANAL+ ADVERTISING

# L'AFRIQUE QUI BOUGE !

**3,3 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**

Couverture hebdomadaire 15+



**3<sup>EME</sup> CHAINE PANAFRICAINNE SUR LES CADRES/DIRIGEANTS \***



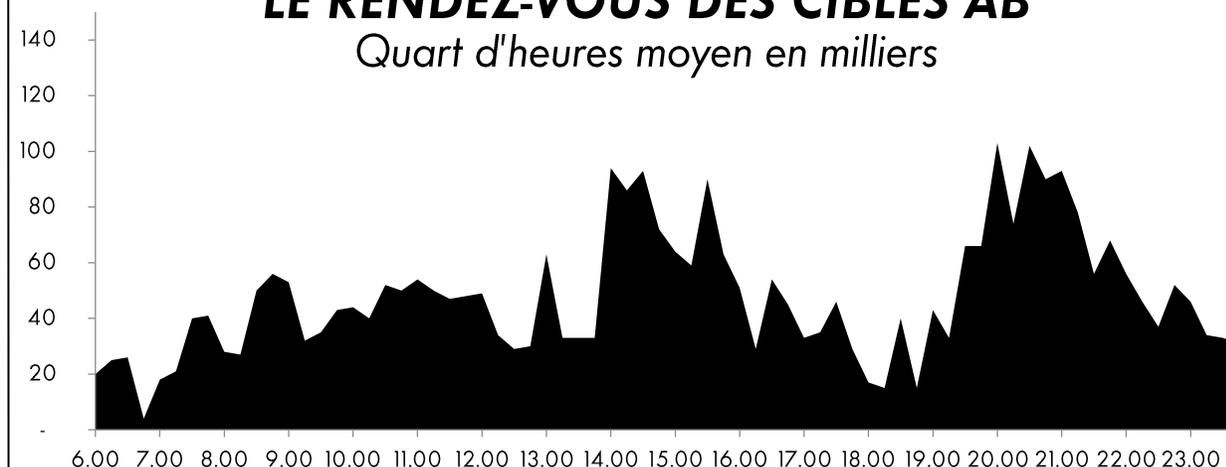
**UNE DUREE D'ECOUTE CONSEQUENTE**

*Des programmes inédits et exclusifs*



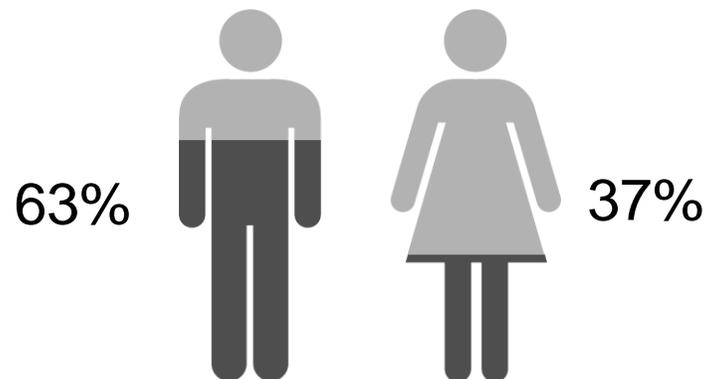
**LE RENDEZ-VOUS DES CIBLES AB**

*Quart d'heures moyen en milliers*

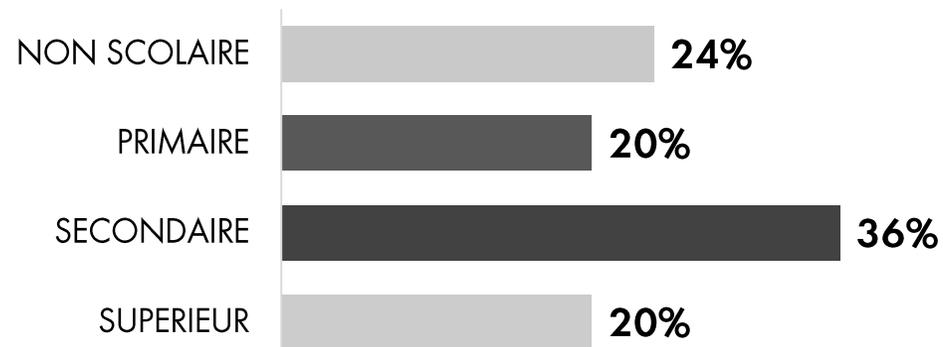


# UN PROFIL CENTRÉ SUR LES CADRES ET DIRIGEANTS

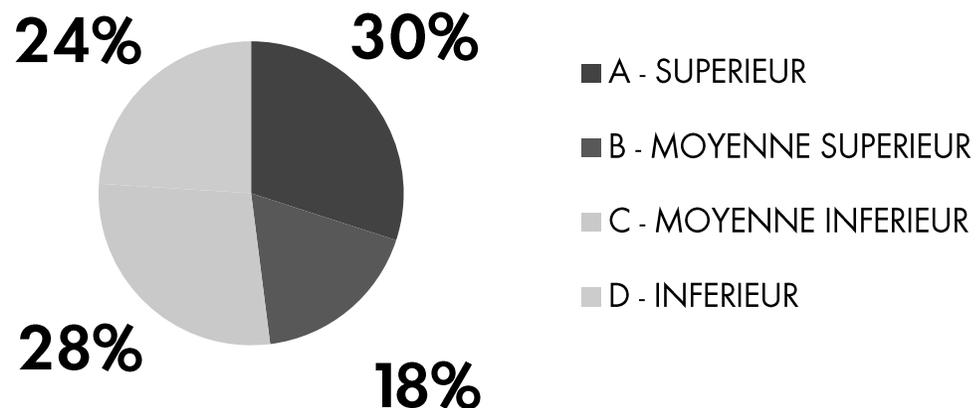
## SEXE



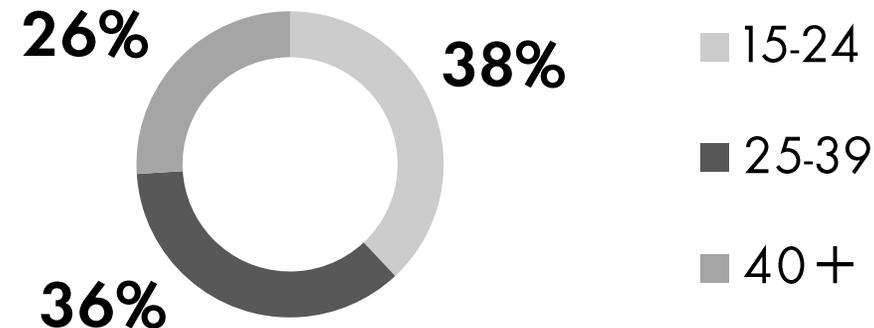
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



## AGE



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



# 1<sup>ère</sup> CHAÎNE SUR LES HOMMES !

**5,4 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**

Couverture hebdomadaire 15+

**5,4M°**

**1<sup>ère</sup> CHAÎNE SUR LES HOMMES**

**N°1**

**UNE DUREE D'ECOUTE CONSEQUENTE**

*Des programmes inédits et exclusifs*



**4 CHAÎNES POUR NE RIEN RATER**

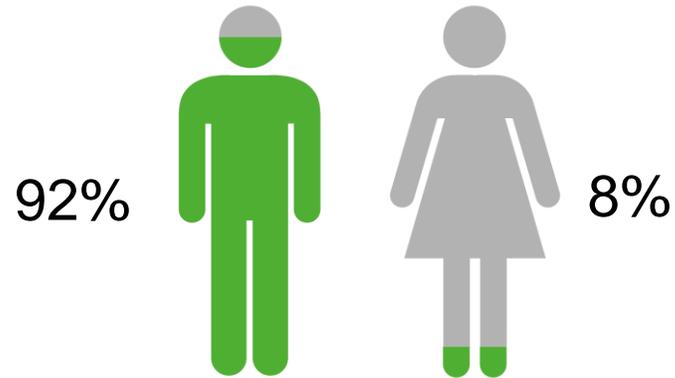


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

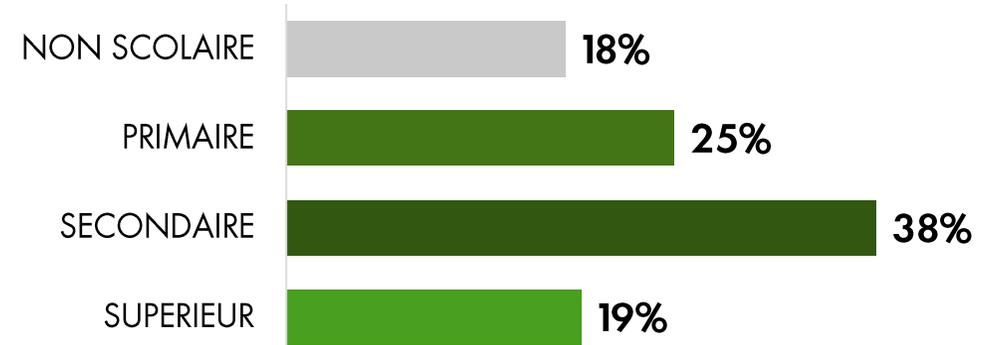


# UNE CHAINE REFERENCE AUPRES DES HOMMES

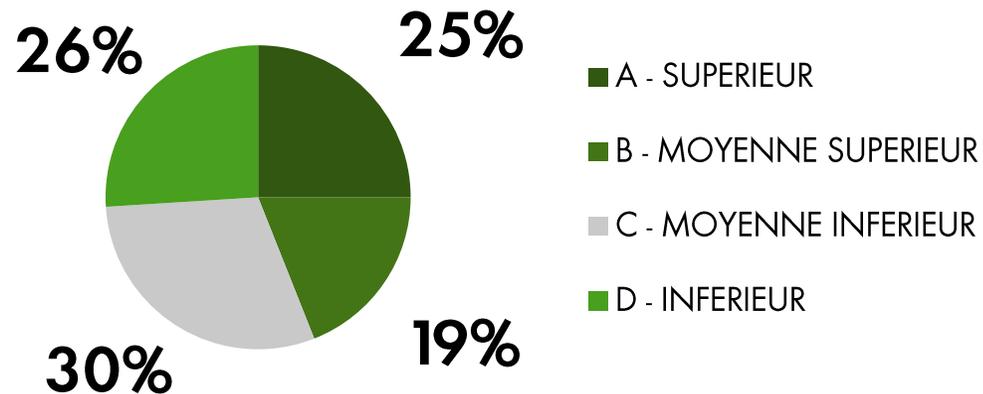
## SEXE



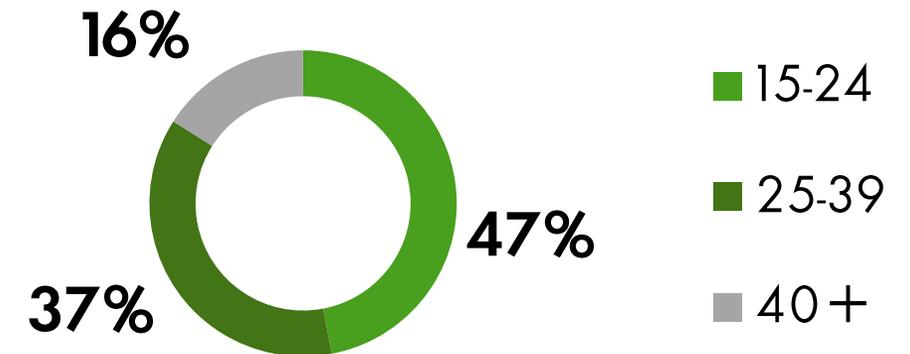
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



## AGE



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



# LA CHAÎNE REFERENCE SUR LA FICTION AFRICAINE

**6,5 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**  
Couverture hebdomadaire 15+



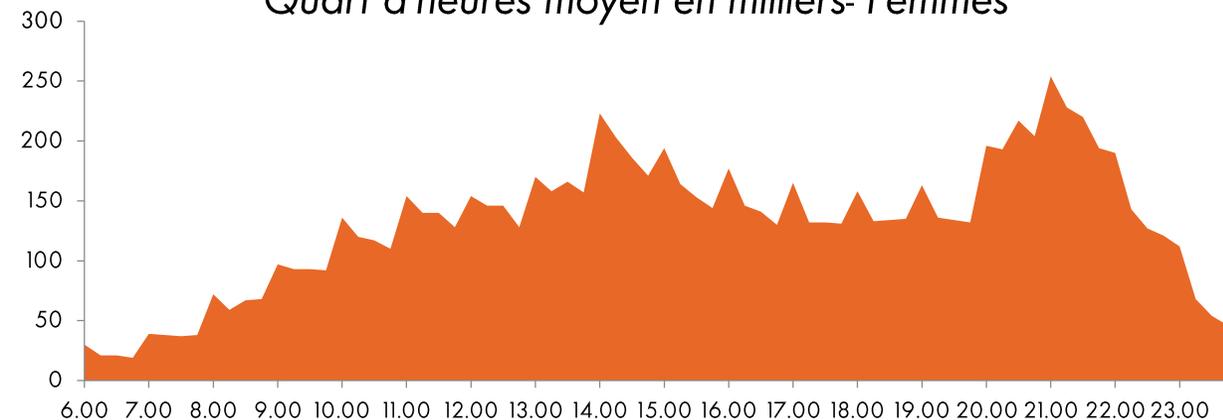
**2<sup>EME</sup> CHAINE PANAFRICAINNE SUR LES FEMMES !**



**UNE DUREE D'ECOUTE CONSEQUENTE**  
Un public fidèle



**DES JOURNEES RYTHMEES PAR NOLLYWOOD**  
Quart d'heures moyen en milliers- Femmes

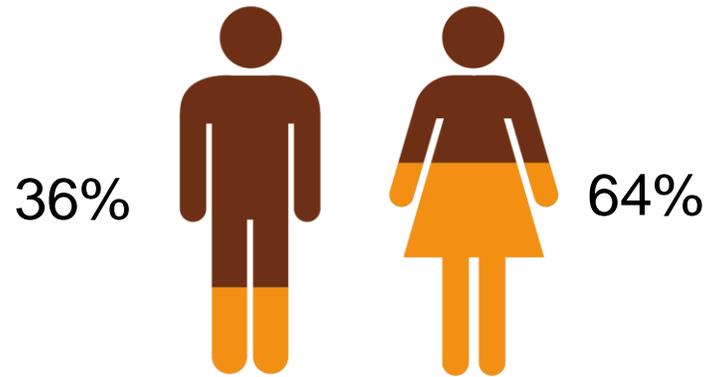


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

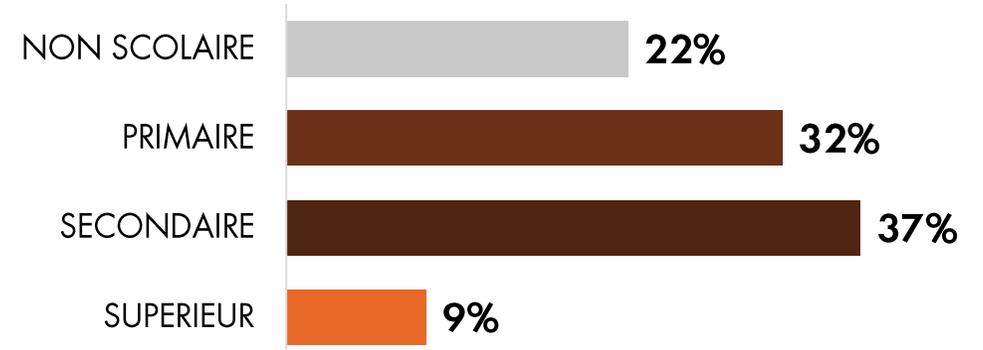


# UNE REFERENCE AUPRES DES FEMMES

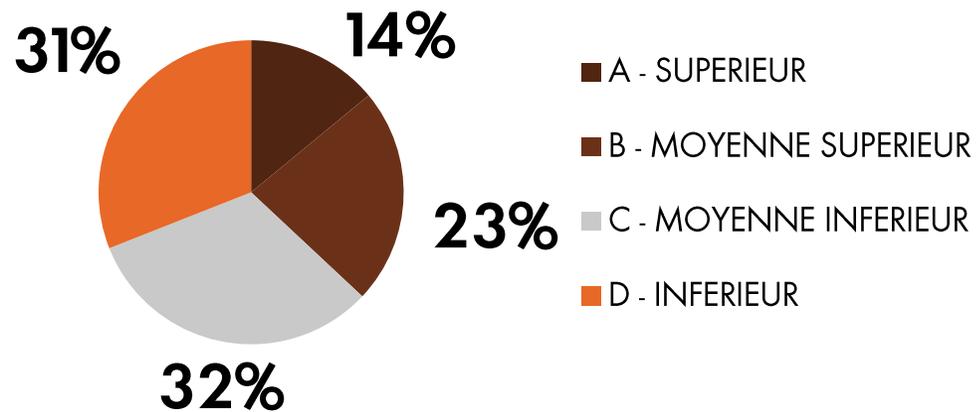
## SEXE



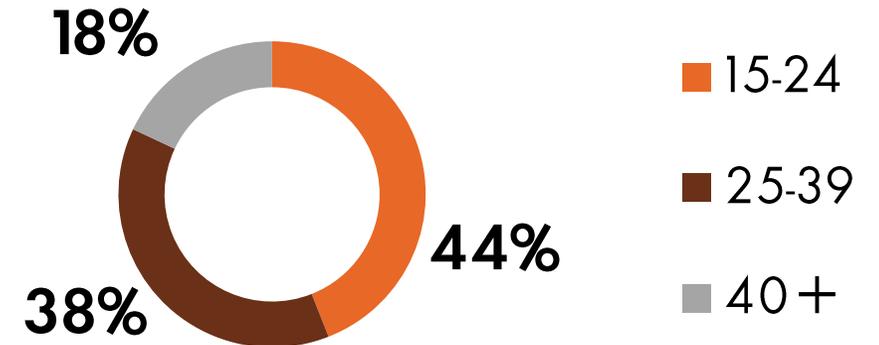
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



## AGE

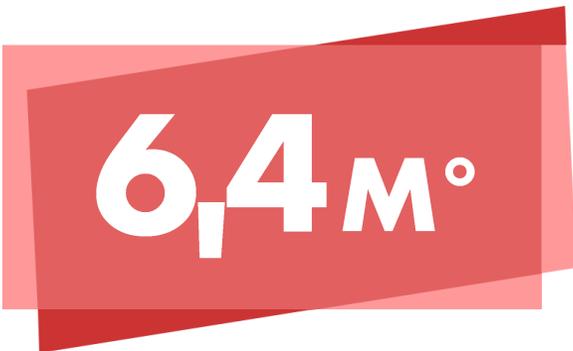


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



**6,4 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**

Couverture hebdomadaire 15+



**N°1 EN AFRIQUE**



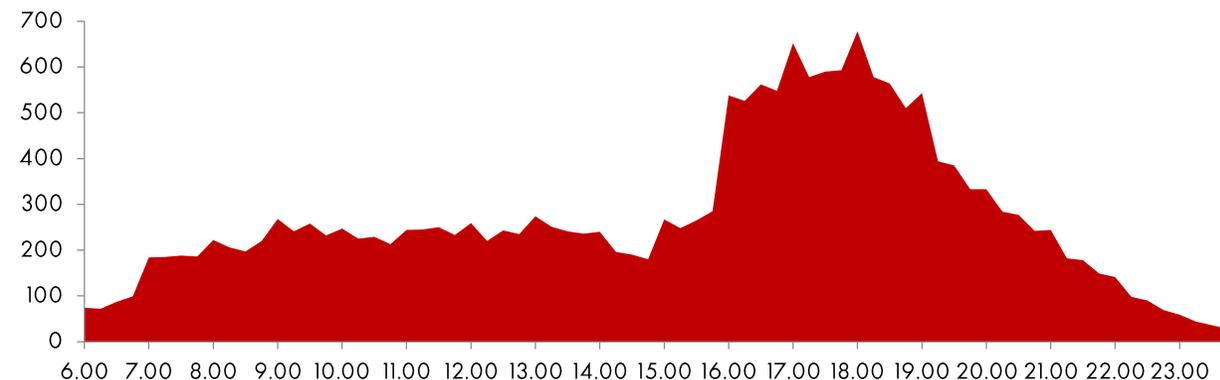
**UNE DUREE D'ECOUTE CONSEQUENTE**

Une programmation addictive



**PUISSANTE TOUTE LA JOURNEE**

Quart d'heures moyen en milliers- Femmes

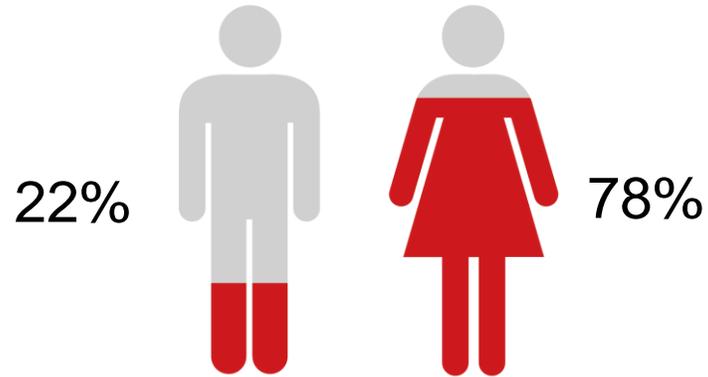


Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

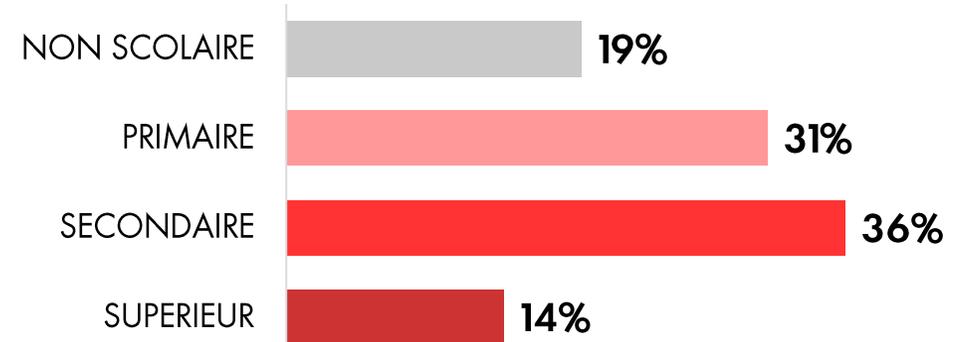


# UNE AUDIENCE MULTIPLIEE PAR 2 EN 6 MOIS !

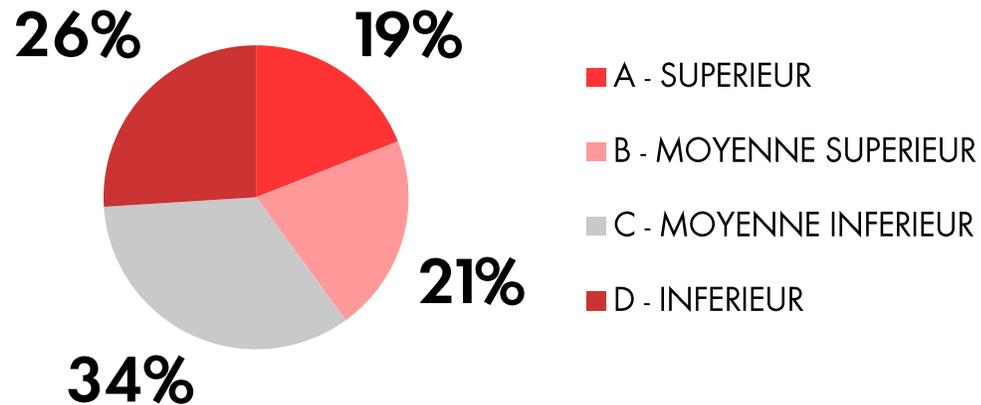
## SEXE



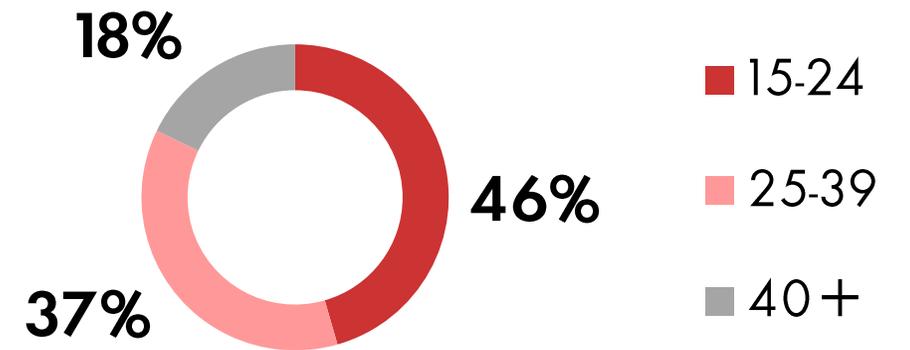
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



## AGE



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+





# LA CHAÎNE DU DIVERTISSEMENT

**3,9 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**

Couverture hebdomadaire 15+

**3,9M°**

**FORTES PROGRESSIONS D'AUDIENCES**

Evolutions audiences moyennes, GLOBAL 2016 vs précédente vague

ENS 15+  
**+66%**

15-24  
**+73%**

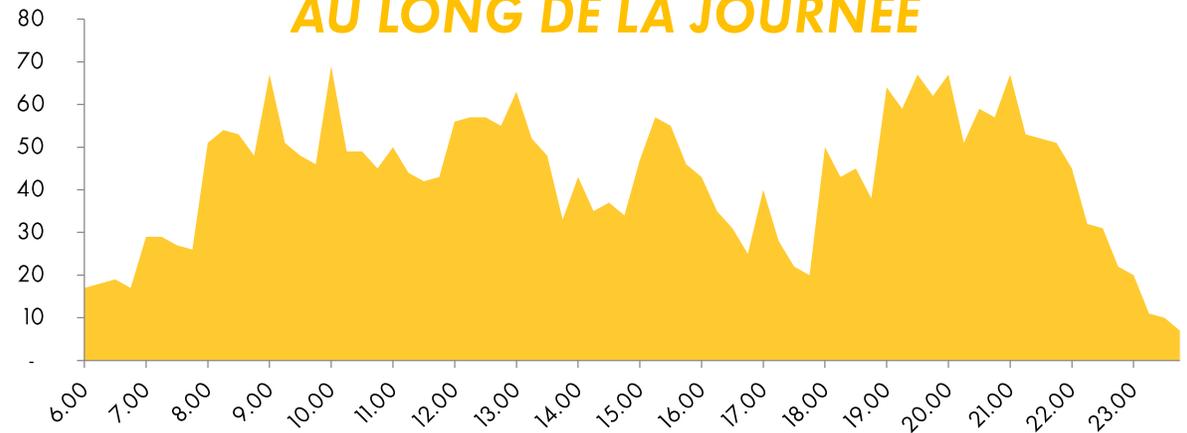
FEM 15+  
**+60%**

**A+ S'IMPOSE AUPRES D'UN PUBLIC FIDELE**

Des productions locales et novatrices



**DES PICS D'AUDIENCE TOUT AU LONG DE LA JOURNEE**



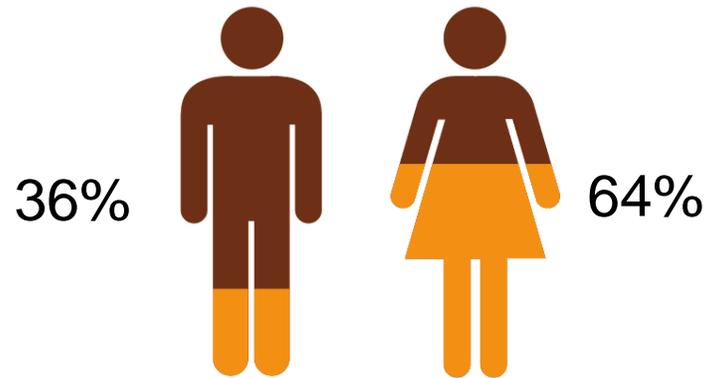
Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



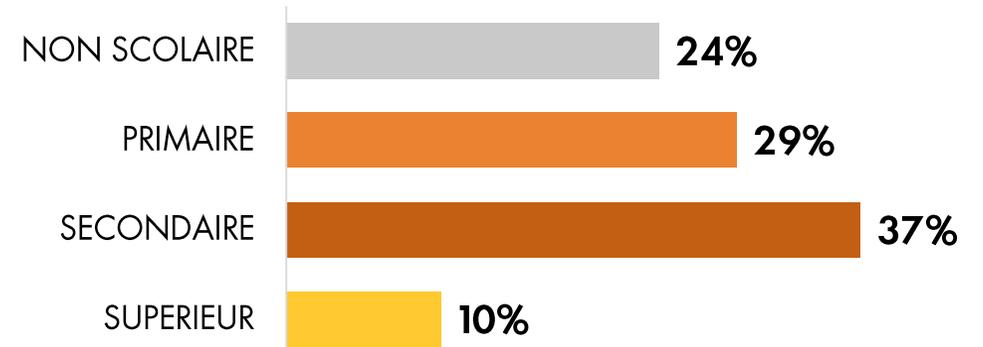


# UN PROFIL DE PLUS EN PLUS FEMININ

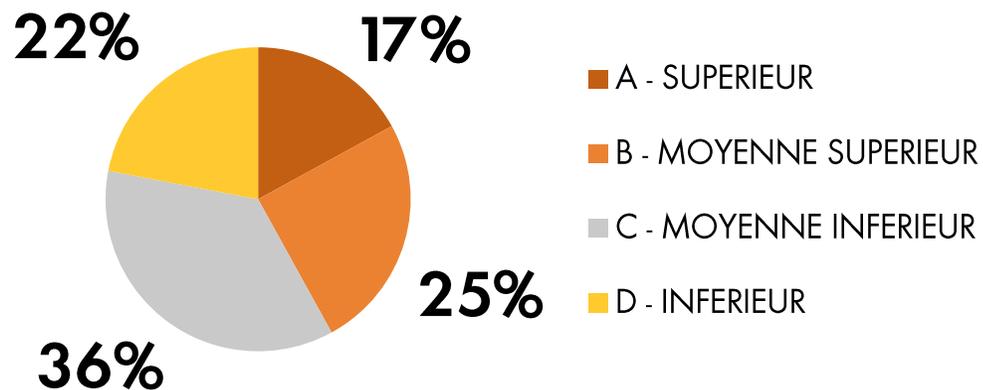
## SEXE



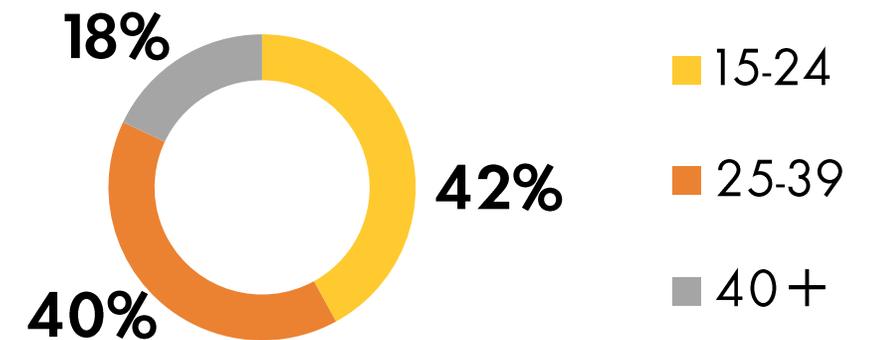
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



## AGE



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



**6,6 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**  
Couverture hebdomadaire 15+



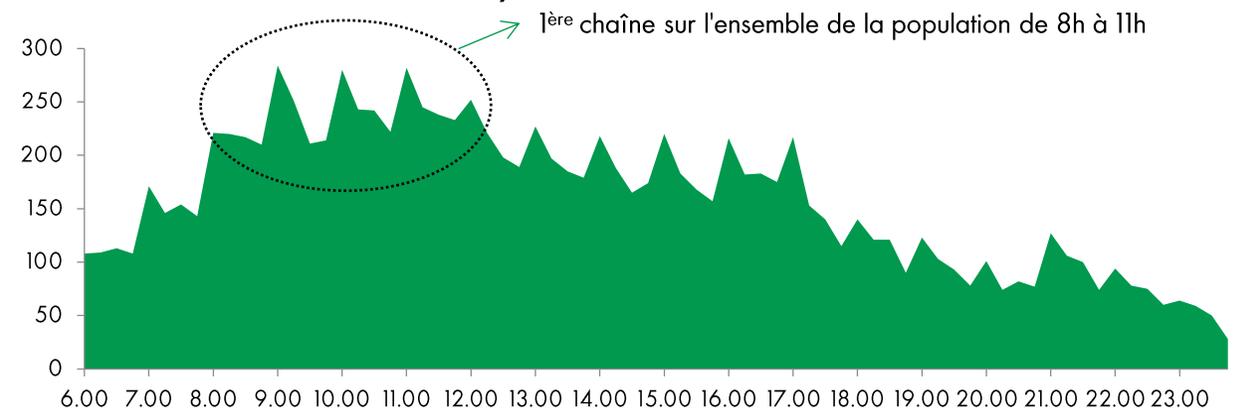
**2<sup>EME</sup> CHAÎNE PANAFRICAINNE SUR LES 15-34**



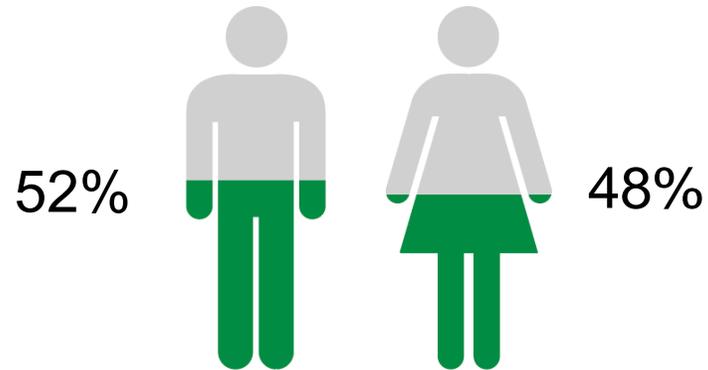
**DES MINUTES AUX NOTES AFRICAINES**  
Le meilleur des musiques du continent



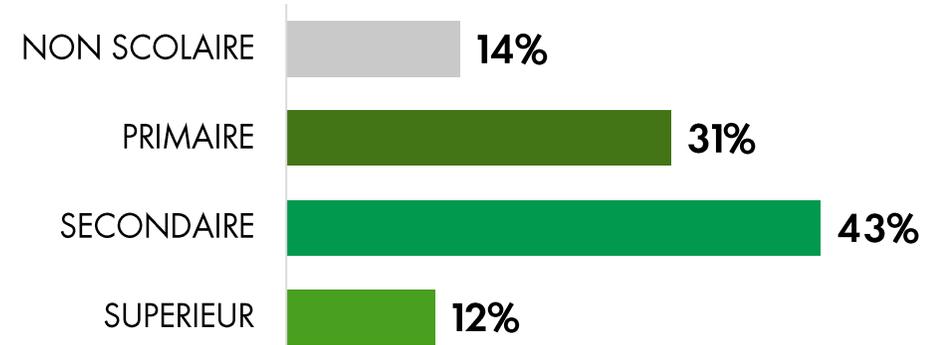
**UNE CONSOMMATION MATINALE**  
Quart d'heures moyen en milliers- Individus 15-34 ans



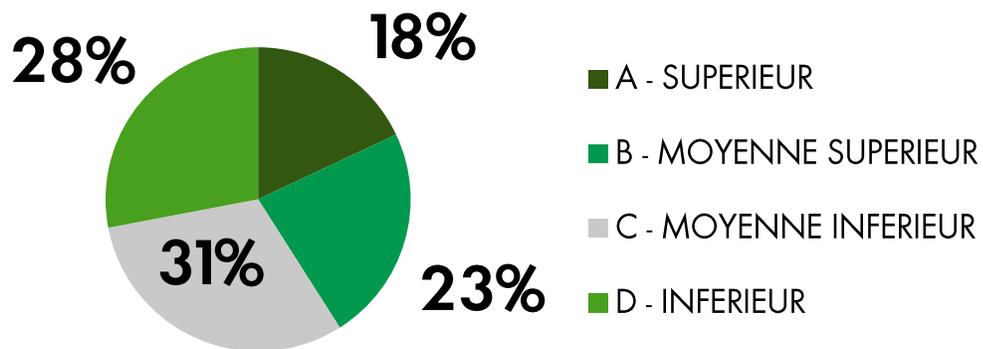
## SEXE



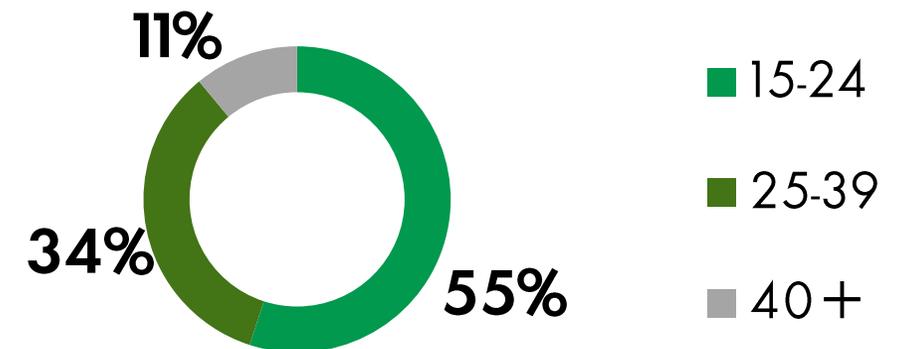
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



## AGE



**4,3 MILLIONS DE TELESPECTATEURS**

Couverture hebdomadaire 15+

**4,3M°**

**DES AUDIENCES TRES DYNAMIQUES**

Evolutions audiences moyennes, GLOBAL 2016 vs précédente vague

ENS 15+  
**+36%**

15-24  
**+21%**

15-34  
**+30%**

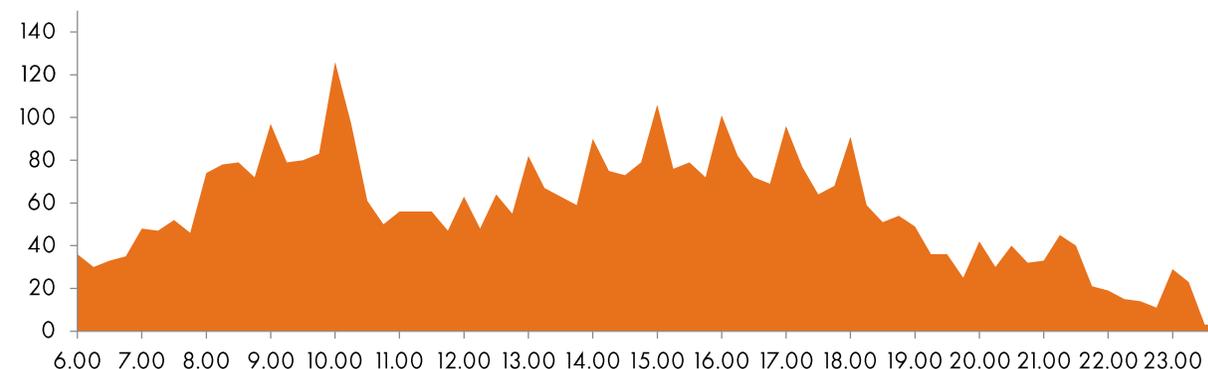
**DES MINUTES AU CŒUR DU HIP-HOP**

Le meilleur des clips urbains du monde entier



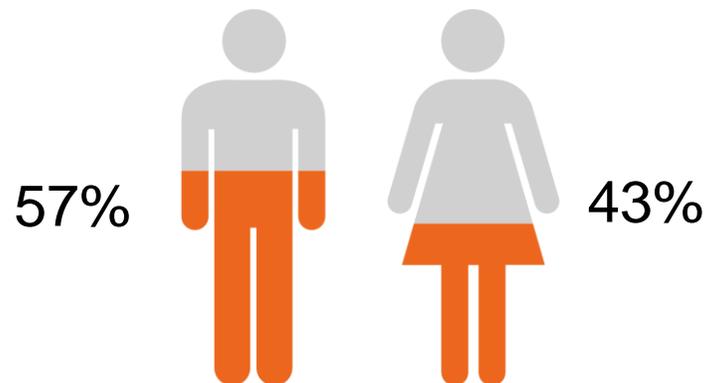
**AU CŒUR DES HABITUDES DES JEUNES**

Quart d'heures moyen en milliers- Ind 15-34

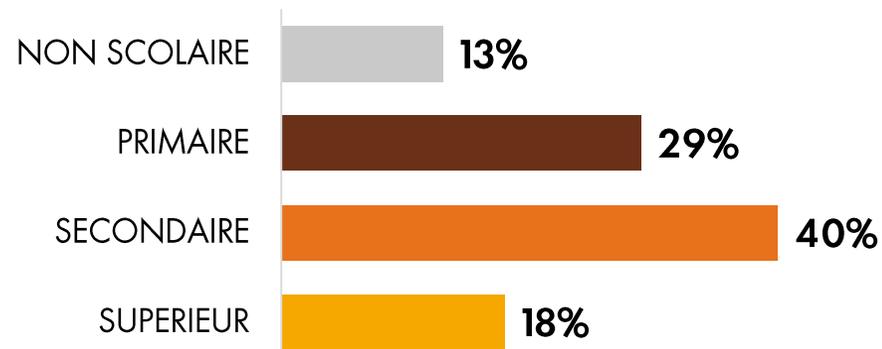


# UN PROFIL JEUNE ET MASCULIN

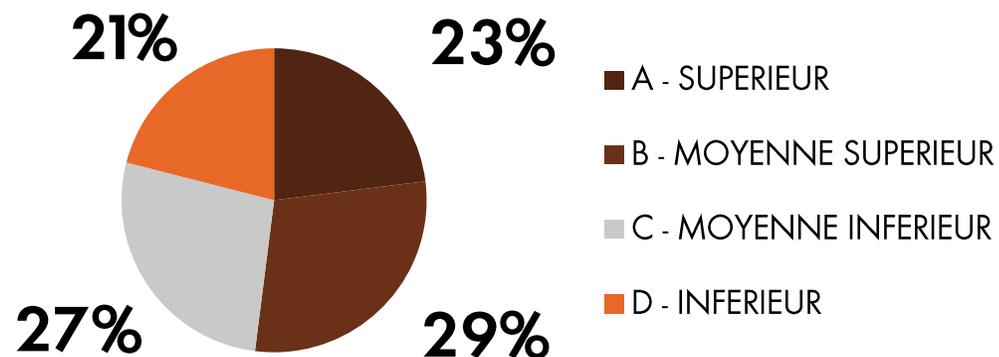
## SEXE



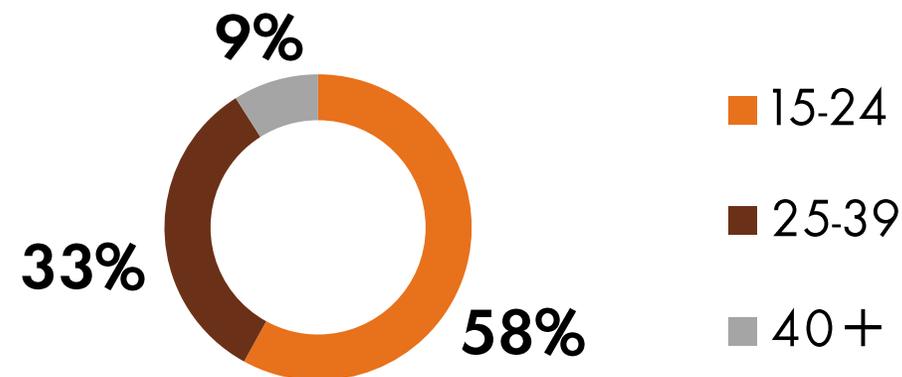
## NIVEAU D'ETUDES



## CATEGORIES SOCIOPROFESSIONNELLES



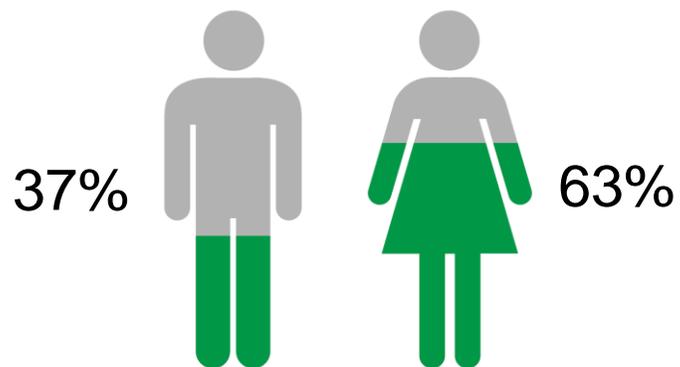
## AGE





# GULLI AFRICA

## SEXE



## NIVEAU DE VIE

53% - AB



## FORTES PROGRESSIONS D'AUDIENCES

Evolutions audiences moyennes, année 2016 vs précédente vague

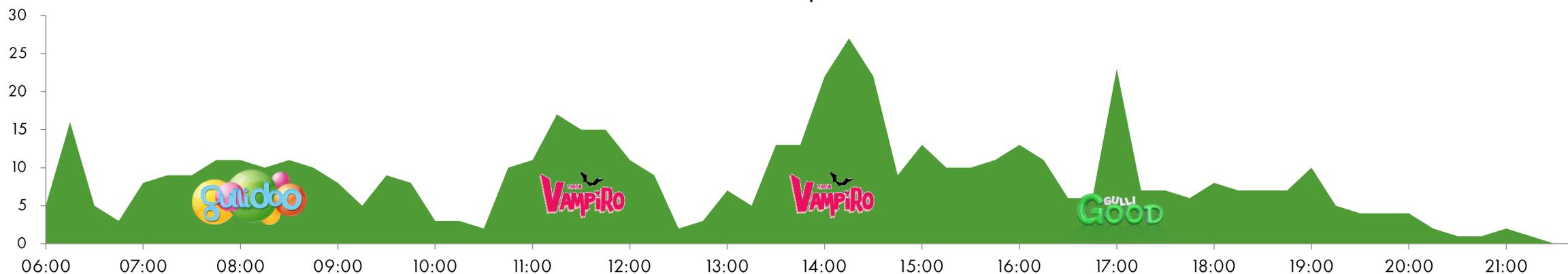
ENS 15+  
**+124%**

Fem 15+  
**+83%**

FEMMES avec enfants  
**+81%**

## 3 PICS D'AUDIENCES CLAIREMENT IDENTIFIES

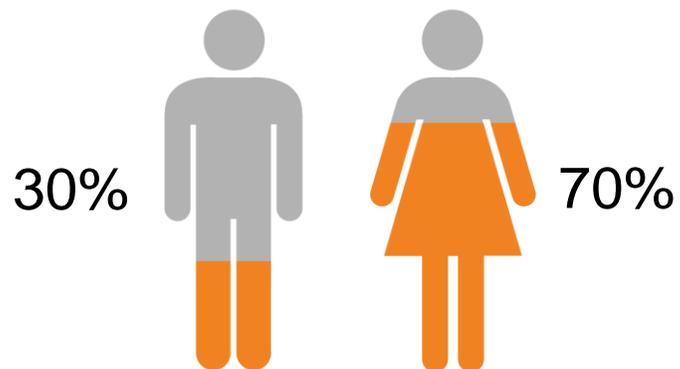
Matin / Chica Vampiro / After school



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



## SEXE



## NIVEAU DE VIE

61% - AB



## FORTES PROGRESSIONS D'AUDIENCES

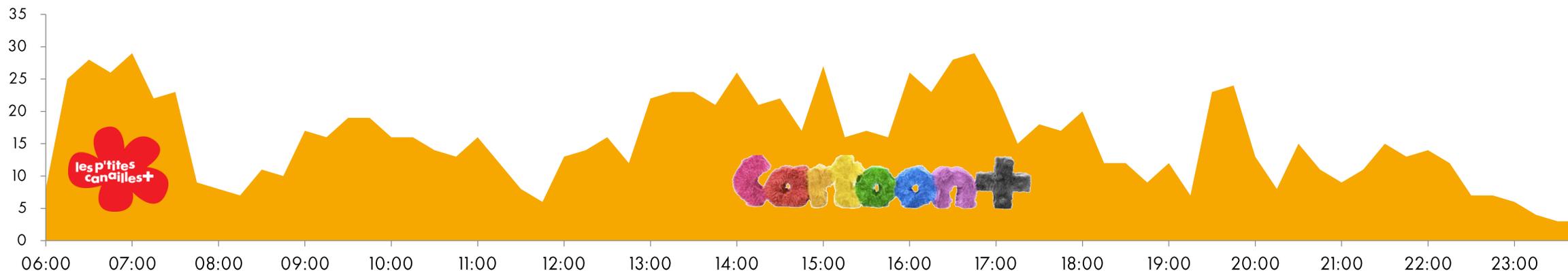
Evolutions audiences moyennes, année 2016 vs précédente vague

ENS 15+  
**+ 22%**

15-34  
**+ 46%**

Ind AB  
**+ 24%**

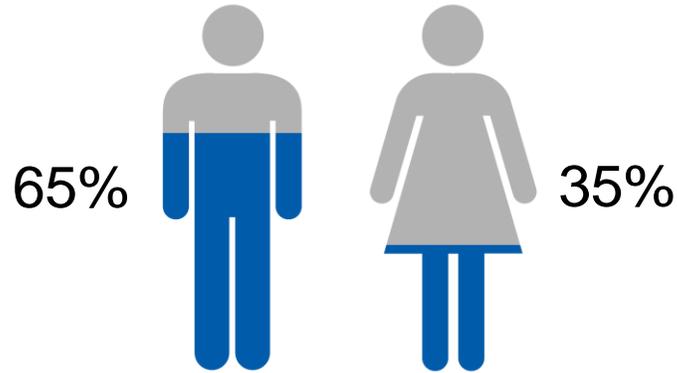
## DES MATINS ET DES APRES-MIDIS FEDERATEURS



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



## SEXE



## NIVEAU DE VIE

51% - AB



## FORTES PROGRESSIONS D'AUDIENCES

Evolutions audiences moyennes, année 2016 vs précédente vague

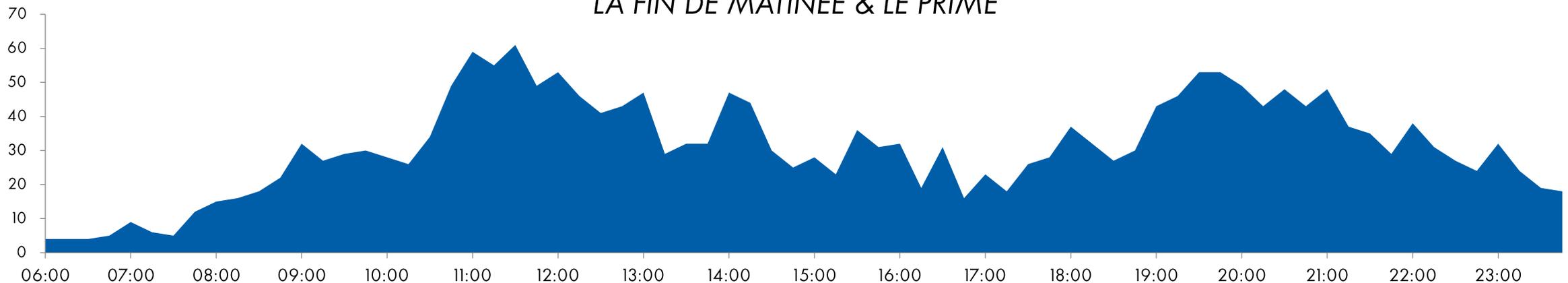
ENS 15+  
**+26%**

HOM 15+  
**+27%**

IND AB  
**+52%**

## 2 PICS D'AUDIENCES CLAIREMENT IDENTIFIES

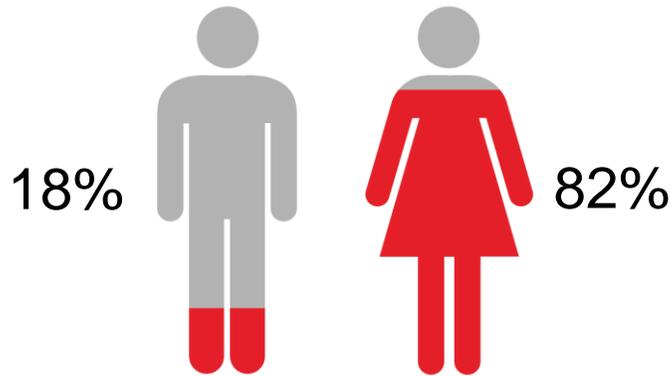
LA FIN DE MATINEE & LE PRIME



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



## SEXE



## NIVEAU DE VIE

51% - AB



## FORTES PROGRESSIONS D'AUDIENCES

Evolutions audiences moyennes, année 2016 vs précédente vague

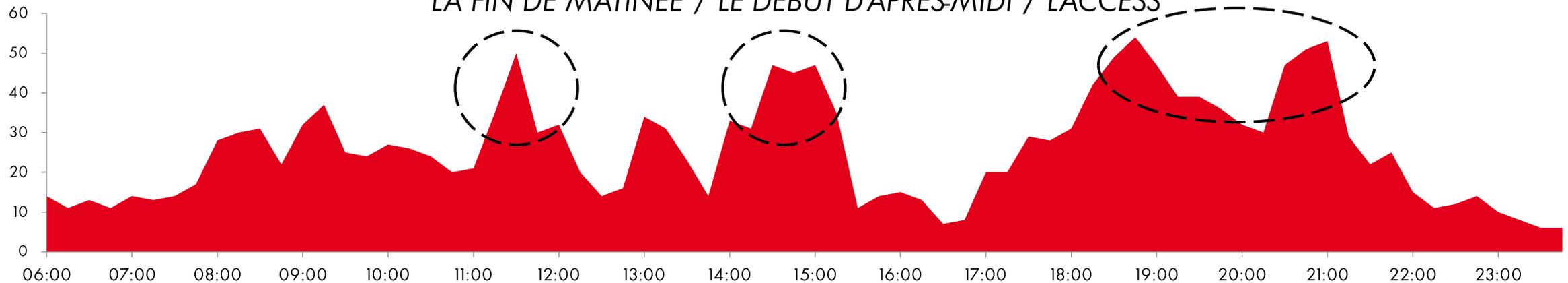
HOM 15+  
**+114%**

15-34  
**+15%**

Hom AB  
**+105%**

## 3 PICS D'AUDIENCES CLAIREMENT IDENTIFIES

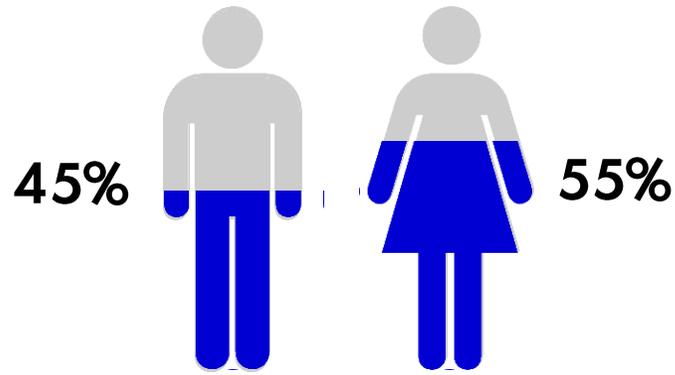
LA FIN DE MATINEE / LE DEBUT D'APRES-MIDI / L'ACCESS



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+



## SEXE



## NIVEAU DE VIE

45% - AB



## PRINCIPAL BASSIN D'AUDIENCE



CAMEROUN



RDC

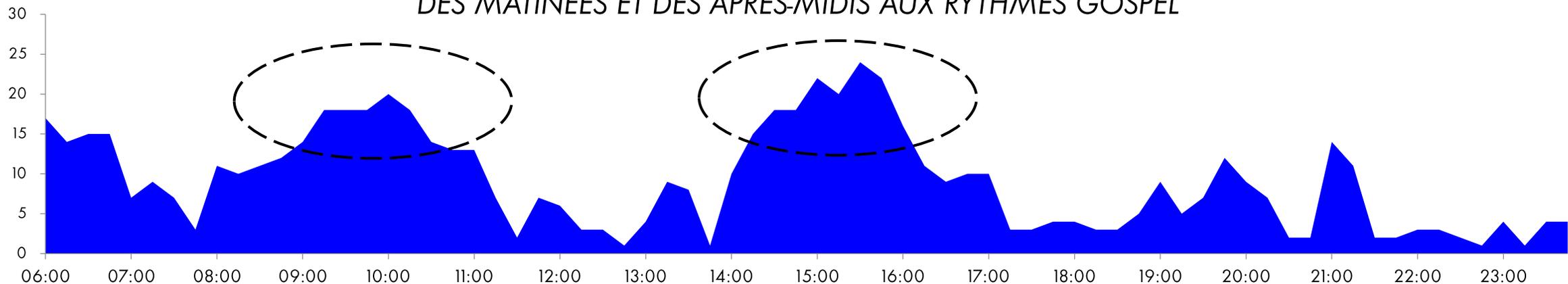


REP. DU CONGO



GABON

## 2 PICS D'AUDIENCES CLAIREMENT IDENTIFIES DES MATINEES ET DES APRES-MIDIS AUX RYTHMES GOSPEL



Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CUMUL 7 PAYS / Ensemble 15+

# FOCUS PAYS

**SENEGAL**

**MALI**

**BURKINA FASO**

**COTE D'IVOIRE**

**CAMEROUN**

**GABON**

**CONGO**

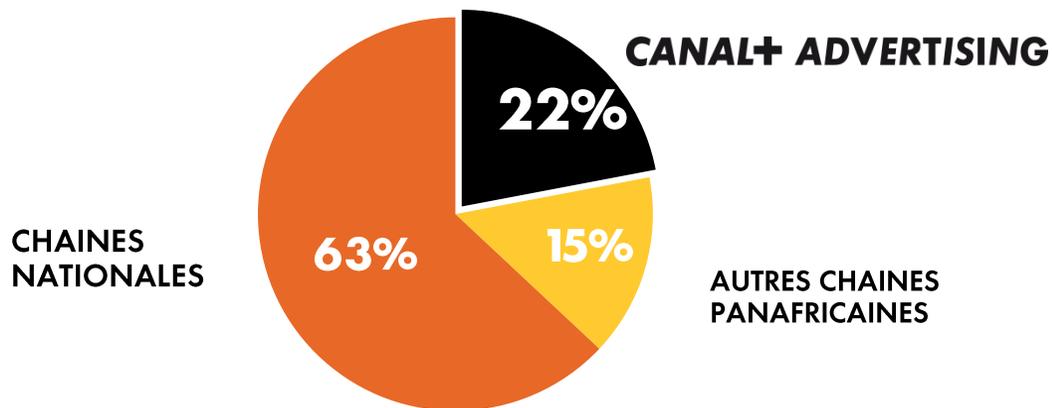
**RDC**



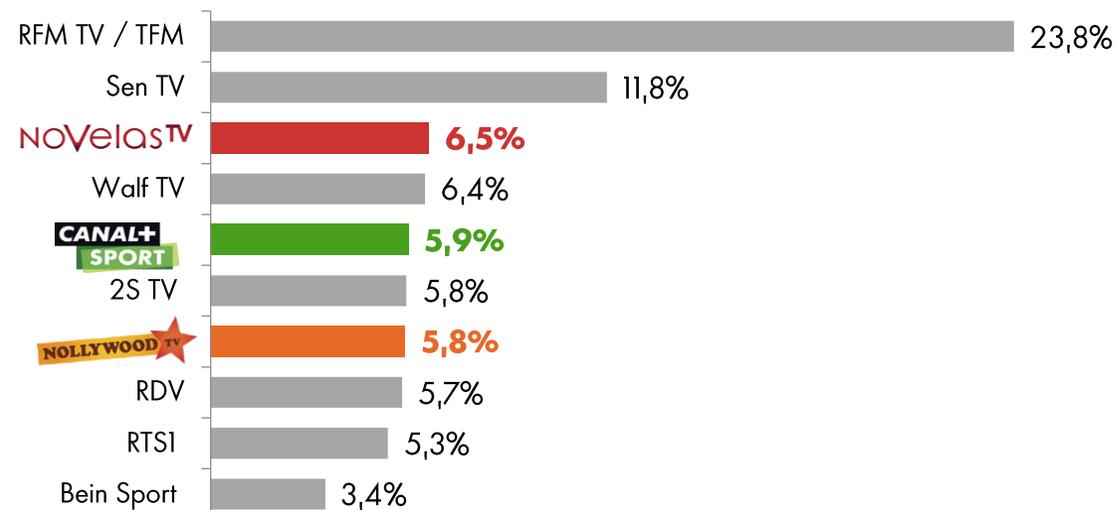


## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



**1ère CHAINE PANAFRICAINNE**  
Leader sur les cibles stratégiques  
Hommes (11,9%) et individus AB (13,4%)



**1ère CHAINE PANAFRICAINNE**  
Leader sur les cibles stratégiques :  
Ensemble population (6,5%) / les Femmes (9,6%) /  
Femmes AB (11,2%)



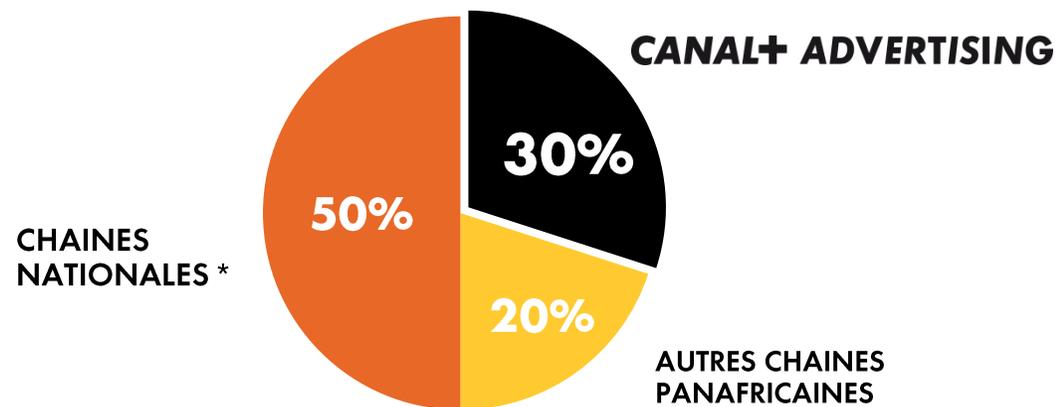
**2ème CHAINE PANAFRICAINNE**  
Sur les Femmes (6,8%) et les Femmes AB (8,4%)

Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / SENEGAL / Parts d'audiences en %



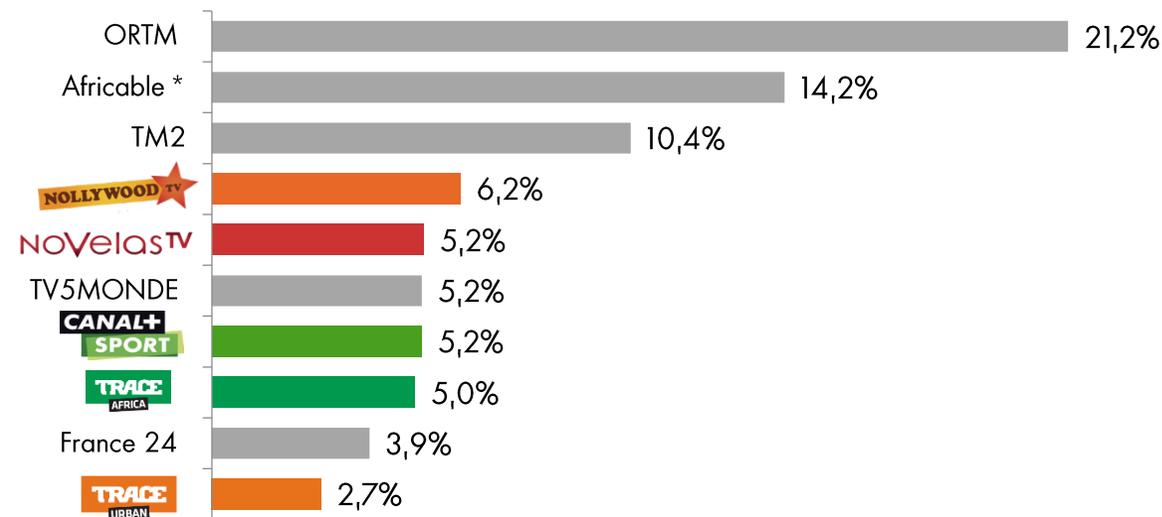


## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION



Parts d'audiences - Base 15+

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



### 1<sup>ère</sup> CHAÎNE PANAFRICAINNE

Sur l'ensemble population (6,2%), les Femmes (6,2%), les 15-34 ans (7,0%) et les individus AB (7,3%)



### 1<sup>ère</sup> CHAÎNE PANAFRICAINNE

Sur les Hommes (10,4%) et sur les Hommes AB (11,0%)



### 2<sup>ème</sup> CHAÎNE PANAFRICAINNE

Sur l'ensemble de la population (5,2%), sur les Femmes (8,4%) et les Femmes AB (10,1%)

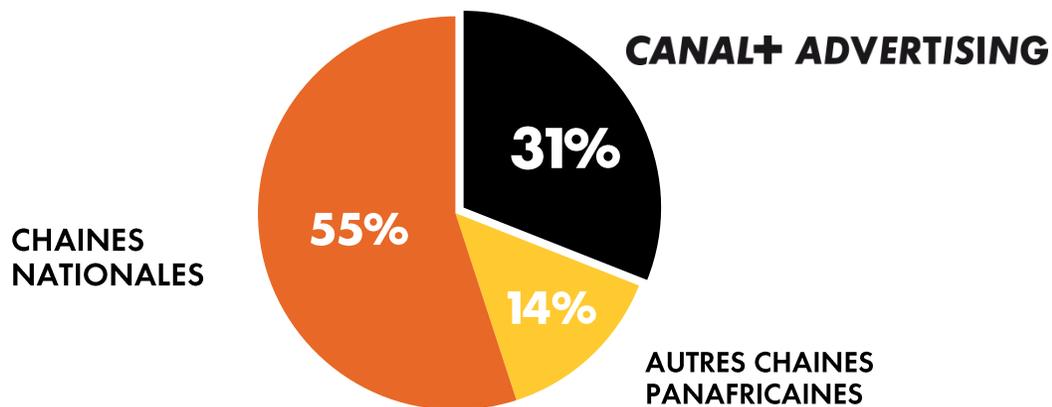


# BURKINA FASO

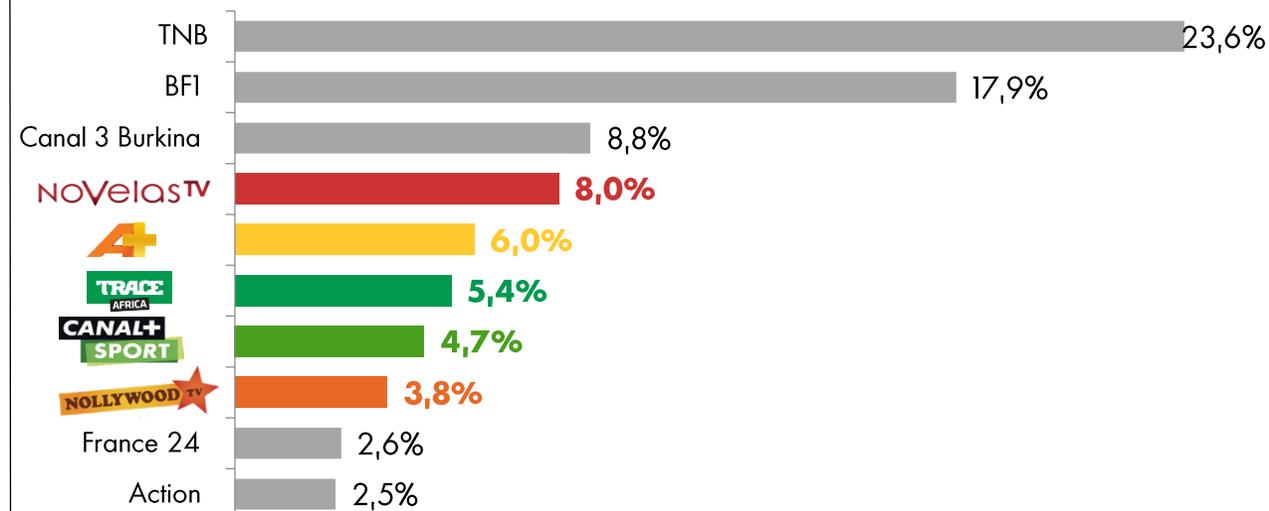


## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



1<sup>ère</sup> CHAINE PANAFRICAINNE

Sur l'ensemble de la population (8,0%), sur les Femmes (13,6%), sur les 15-34 ans (9,0%) et les individus AB (10,7%)



1<sup>ère</sup> CHAINE PANAFRICAINNE

Sur les Hommes (9,5%)



2<sup>ème</sup> CHAINE PANAFRICAINNE

Sur l'ensemble de la population (6,0%), sur les Femmes (8,5%), sur les 15-34 ans (6,4%) et les individus AB (8,1%)

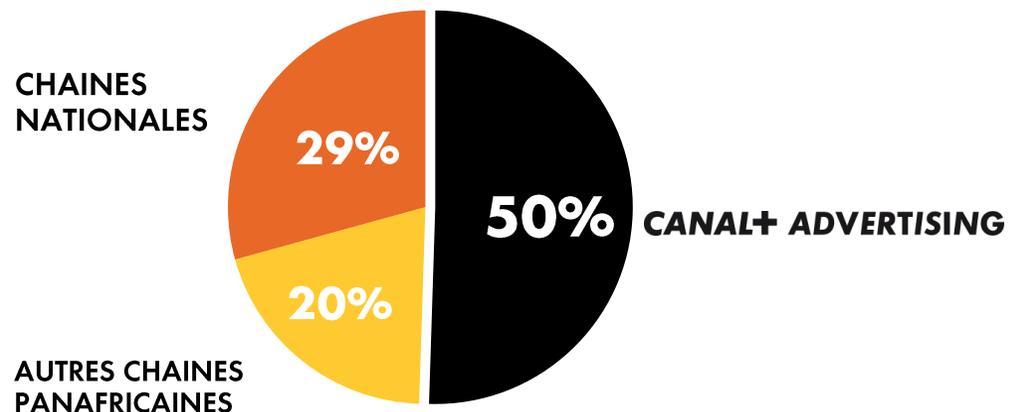
Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / BURKINA FASO / Parts d'audiences en %

CANAL+ ADVERTISING



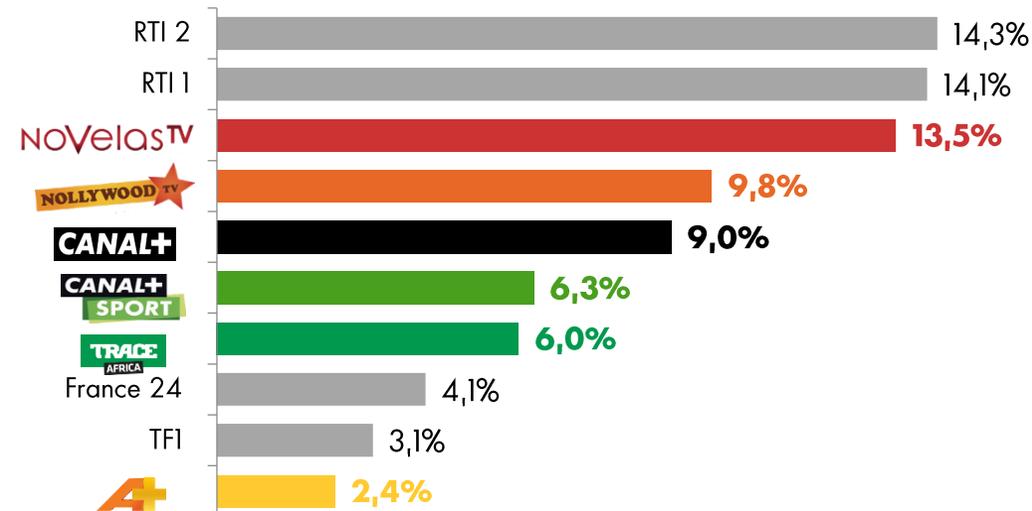
# COTE D'IVOIRE

## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION



Parts d'audiences - Base 15+

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



**1<sup>ère</sup> CHAINE EN COTE D'IVOIRE**  
Leader sur les cibles stratégiques  
Femmes (21,5%) / 15-34 (14,3%) / individus AB (13,0%)



**1<sup>ère</sup> CHAINE PANAFRICAINNE**  
Sur les Hommes (11,2%)



**1<sup>ère</sup> CHAINE EN COTE D'IVOIRE**  
Sur les Hommes AB (12,1%)

Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / COTE D'IVOIRE / Parts d'audiences en %

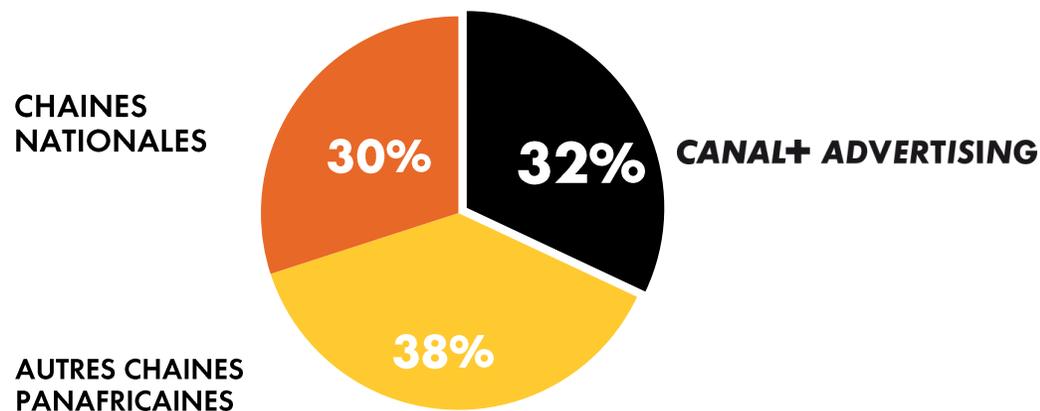
**CANAL+ ADVERTISING**



# CAMEROUN

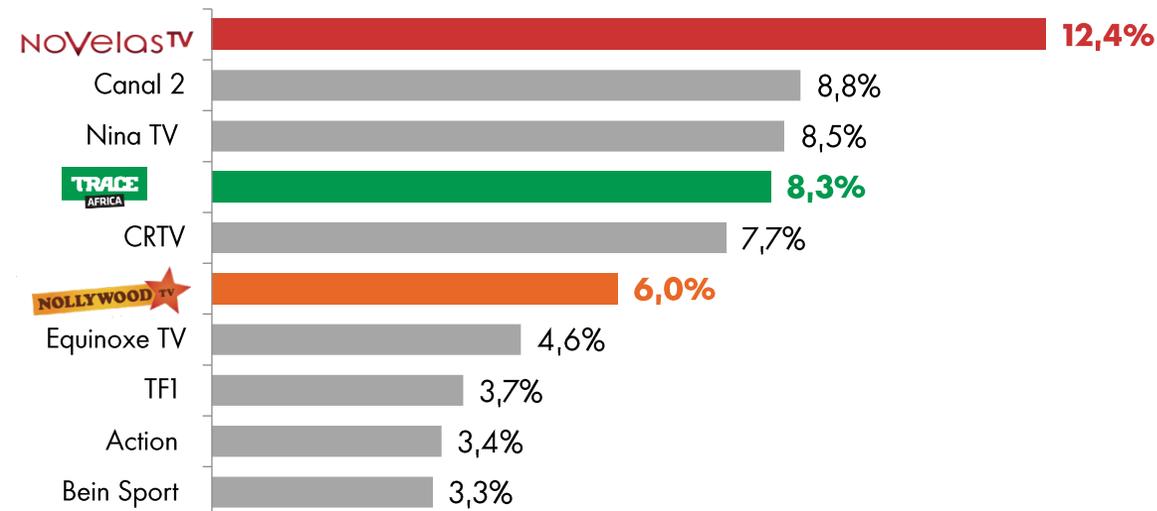


## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION



Parts d'audiences - Base 15+

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



### 1<sup>ère</sup> CHAINE AU CAMEROUN

Sur l'ensemble de la population (12,4%), sur les Femmes (18,3%), sur les 15-34 ans (13,3%) et sur les individus AB (10,3%)



### 1<sup>ère</sup> CHAINE DU CAMEROUN

Sur les Hommes (8,5%)



### 3<sup>ème</sup> CHAINE PANAFRICAINNE

Sur les Femmes (8,3%)

Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / CAMEROUN / Parts d'audiences en %

CANAL+ ADVERTISING



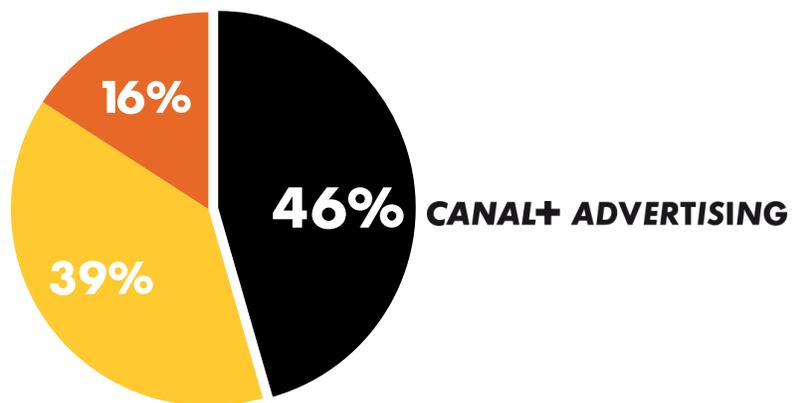
# GABON



## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION

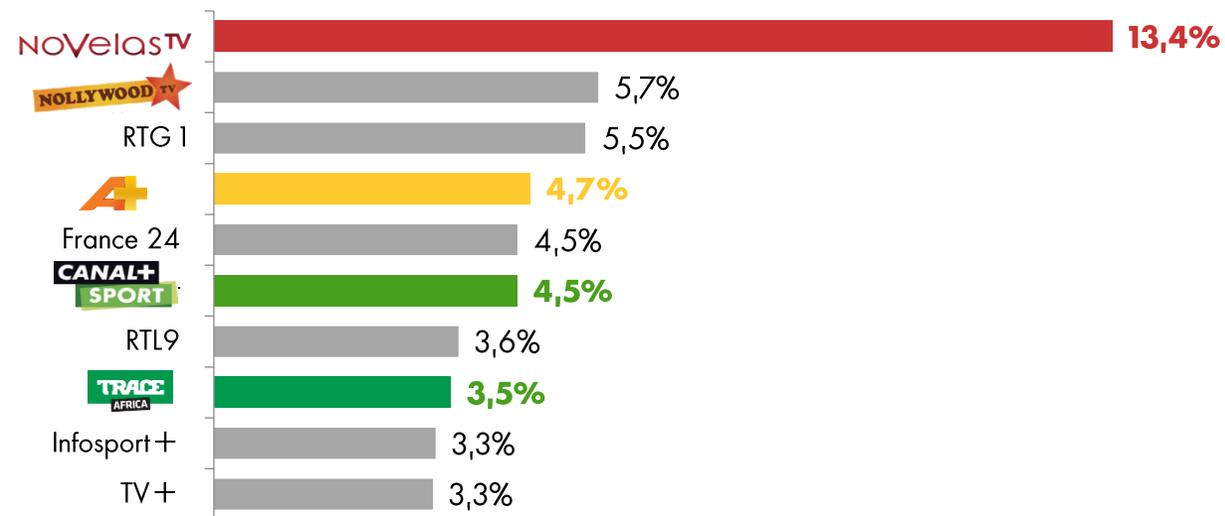
CHAINES NATIONALES

AUTRES CHAINES PANAFRICAINES



Parts d'audiences - Base 15+

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



1<sup>ère</sup> CHAINE AU GABON

Sur l'ensemble de la population (13,4%) et aussi sur les Femmes (21,3%), les 15-34 ans (14,5%), les individus AB (12,8%), ...



1<sup>ère</sup> CHAINE AU GABON

Sur les Hommes (8,6%) et les Hommes AB (9,9%)



3<sup>ème</sup> CHAINE PANAFRICAINNE

Sur l'ensemble de la population (4,7%), sur les Femmes (6,4%) et sur les Femmes AB (6,1%)

Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / GABON / Parts d'audiences en %

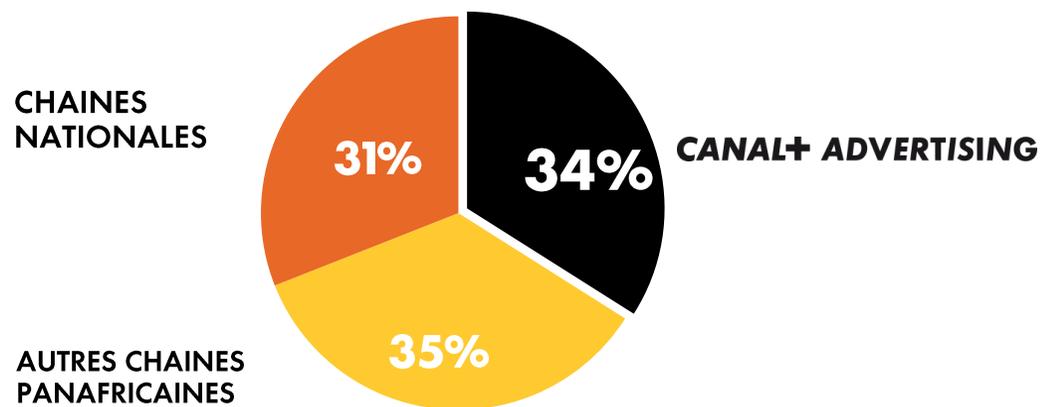
**CANAL+ ADVERTISING**



# REPUBLIQUE DU CONGO

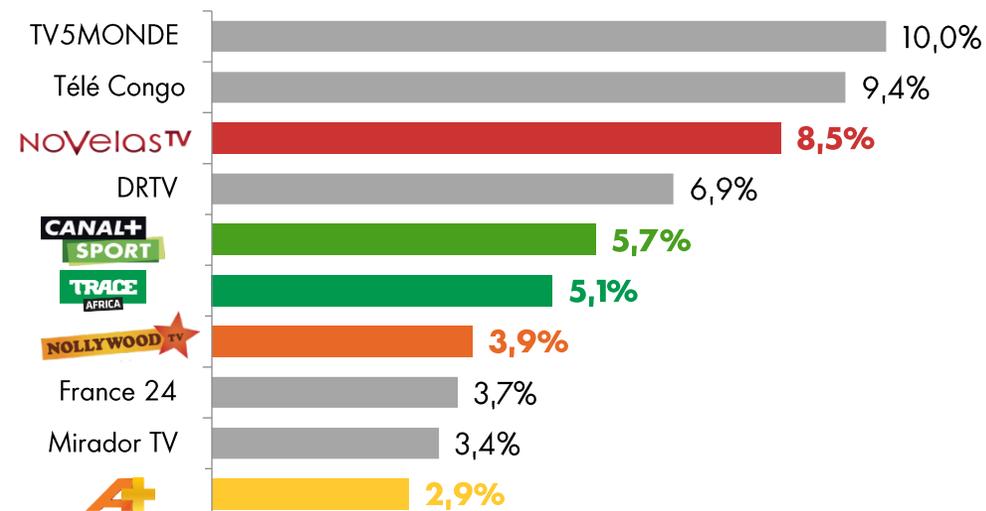


## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION



Parts d'audiences - Base 15+

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



### 1ère CHAÎNE EN REP DU CONGO

Sur les Femmes (13,7%), les Femmes avec enfants (14,4%)  
et les Femmes AB (13,3%)



### 2ème CHAÎNE PANAFRICAINNE

Sur les Hommes (10,5%)  
et les Hommes AB (11,1%)



### 3ème CHAÎNE PANAFRICAINNE

Sur les Hommes (5,5%), sur les 15-34 ans (6,6%)  
et les Femmes AB (5,1%)

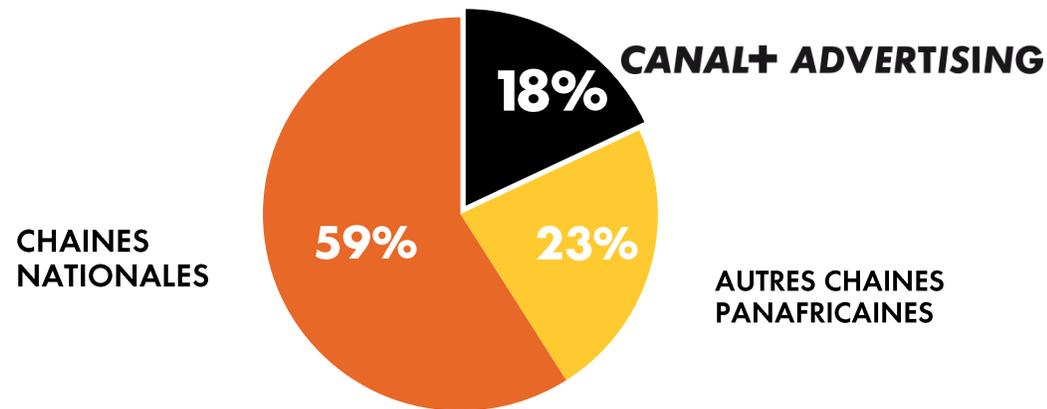
Africascope 2016 (Janvier-Décembre) / REPUBLIQUE DU CONGO / Parts d'audiences en %

CANAL+ ADVERTISING



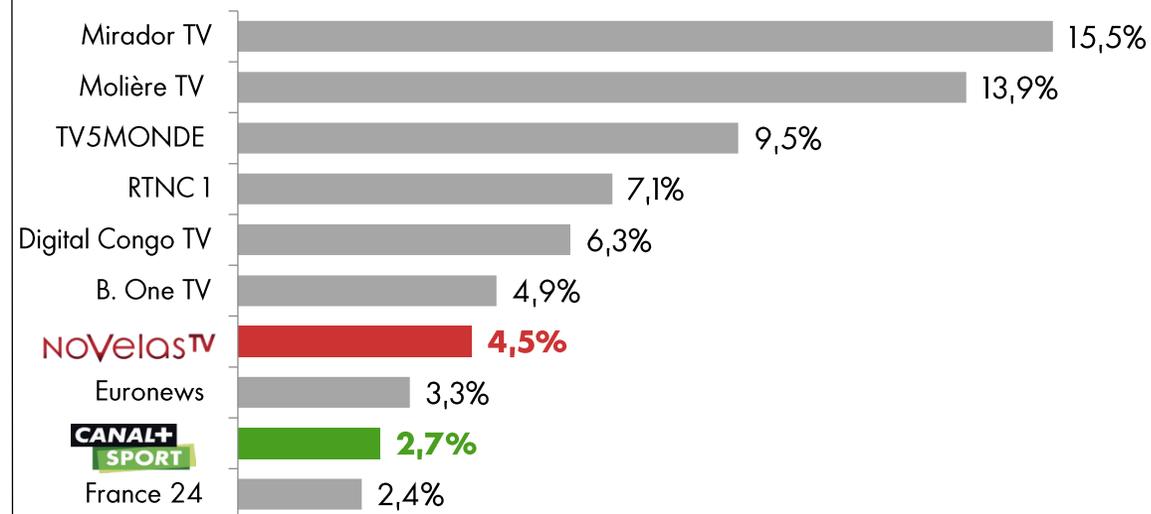


## PARTS D'AUDIENCES DE LA TELEVISION



Parts d'audiences - Base 15+

## TOP 10



Parts d'audiences - Base 15+

## DES CHAINES PUISSANTES SUR DES CIBLES STRATEGIQUES



**1<sup>ère</sup> CHAINE PANAFRICAINNE**  
Sur les Femmes AB (10,0%)



**2<sup>ème</sup> CHAINE PANAFRICAINNE**  
Sur les Hommes (5,2%) et les Hommes AB (6,1%)



**3<sup>ème</sup> CHAINE PANAFRICAINNE**  
Sur les 15-34 ans (2,8%)





Adil Benabdeljalil  
+212 661 178 886  
email