

Kantar publie les résultats Africascope 2024-2025



09 SEPTEMBRE 2025



Clara Verdier

CHARGÉE D'ÉTUDES EN ANALYSE DE MARCHÉ ET D'AUDIENCE

REPORT



**Pierre-Olivier Soula**

CONSULTANT INSIGHTS & DATA, MEDIA & CREATIVE

SOUSCRIRE À L'ÉTUDE

Kantar publie les résultats annuels Africascope 2024-2025, une étude approfondie et précise de la consommation média en Afrique Subsaharienne francophone.

Les principaux résultats d'Africascope 2024-2025 révèlent que :

90% des Africains regardent la télévision quotidiennement,

soit plus de 22,4 millions de téléspectateurs avec une durée moyenne de 3h44 par individu.

La République Démocratique du Congo reste le pays avec la couverture TV la plus élevée touchant 97% de la population et une durée d'écoute s'élevant en moyenne à 4h33 tous les jours.

44% des individus de 15 ans et plus écoutent la radio quotidiennement,

soit près de 10,9 millions d'auditeurs pendant une durée moyenne de 51 minutes par individu.

Le Burkina Faso et le Mali sont historiquement les plus grands consommateurs radios de la zone avec des couvertures respectives à 79% et 63% de la population et des durées d'écoute quotidienne moyenne de 1h26 et 1h33.

62% de la population se connectent chaque jour à Internet.

Sur l'ensemble des 8 pays, ce sont ainsi 15,5 millions d'internautes quotidiens.

La durée de connexion à Internet s'élève à 2h15 chaque jour par individu.

Le Sénégal est le pays le plus connecté avec une couverture quotidienne touchant 79% de la population pour une durée moyenne de consommation de 3h08.



« La consommation tous médias combinés est de 5150 en moyenne chaque jour, passé devant un écran ou en écoutant la radio. Cela représente une augmentation de 12 minutes par rapport à l'édition 2024, principalement attribuable à la croissance continue d'Internet et de la télévision, avec une couverture quotidienne en hausse de 5 points chacun. L'usage des messageries instantanées et des réseaux sociaux suit la même tendance que celle d'Internet en général. La consommation de vidéos via des services de SVOD reste stable et encore confidentielle. » déclare Florence Ginier, Directrice Conseil, Kantar Insights.

Une consommation média caractérisée par une présence de femmes et d'hommes égale en télévision, tandis que les hommes sont davantage engagés sur la radio et Internet

La consommation média révèle des différences notables entre les hommes et les femmes.

En télévision, la part de téléspectatrices et téléspectateurs quotidiens atteint un niveau identique (90%). Nous observons chez les femmes une durée d'écoute individuelle (DEI) de 3h52 par jour, supérieure à celle des hommes (3h36).

En revanche, la radio est davantage prisée par les hommes, avec 53% d'auditeurs quotidiens et une DEI de 1h03 par jour, contre 35% et 0h39 pour les femmes.

Sur Internet, les hommes sont également plus actifs. 67% des hommes se connectent chaque jour à Internet avec une durée de connexion individuelle atteignant 2h28 par jour, tandis que les femmes se connectent à 58% avec une durée de 2h02.

« Nous sommes ravis de présenter les résultats d'Africascope 2024-2025, qui offrent des insights essentiels sur les tendances et préférences médias des consommateurs en Afrique francophone. La richesse des données permet aux médias de mieux appréhender la performance de leurs contenus éditoriaux et de valoriser leurs espaces publicitaires. Elles accompagnent également les entreprises et les marques à mieux appréhender leurs publics cibles et à optimiser leurs stratégies de communication pour un impact maximal. » a ajouté Florence Ginier, Directrice Conseil, Kantar Insights.

Couvrant huit pays, Burkina Faso, Cameroun, Côte d'Ivoire, Gabon, Mali, République Démocratique du Congo, République du Congo, Sénégal, cette étude fournit des données clés sur la hiérarchie des médias, les parts de marché, les publics, les dynamiques et les offres de vidéos en ligne dans la région. Africascope permet d'avoir une photographie détaillée de la consommation média de plus de 25 millions d'individus âgés de 15 ans et

- **Africascope 2024-2025** (en anglais)

À propos de l'étude Africascope 2024-2025 (Septembre 2024 - Juillet 2025)

Africascope est la mesure d'audience Radio et Télévision de référence en Afrique Subsaharienne.

L'étude couvre les capitales de 8 pays (Sénégal, Cameroun, Côte d'Ivoire, République Démocratique du Congo, Gabon, Mali, Burkina Faso et République du Congo), soit plus de 25 millions d'individus âgés de 15 ans et plus.

Les interviews sont réalisées en face-à-face sur tablette auprès d'un échantillon global de 11 200 personnes, représentatif de la population âgée de 15 ans et plus de la zone d'enquête interrogée.



SOUSCRIRE À L'ÉTUDE

Partenaire des marques

Solutions

Perspectives

Solutions

Kantar France

10 avenue Aristide Briand

Bagneux

Paris 92220

T +33 1 40 92 66 66



© Kantar Group and Affiliates 2025

[Terms and Conditions](#)

[Cookies and privacy policy](#)

