



RÉPUBLIQUE DE GUINÉE

Travail – Justice – Solidarité

HAUTE AUTORITÉ DE LA COMMUNICATION



# **Sondage pour une mesure d'audience des Médias Audiovisuels Guinéens dans le cadre du Projet « Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication »**

## **Rapport Final**

**INITIATION : Haute Autorité de la Communication (HAC)**

**FINANCEMENT : OSIWA Guinée**

**AGENCE D'EXECUTION : Stat View International (SVI)**

**Novembre 2019**

## Table des matières

LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS.....	3
REMERCIEMENTS.....	4
RESUME EXECUTIF.....	5
CHAPITRE I : GENERALITES .....	9
1.1 INTRODUCTION.....	9
1.2 CONTEXTE ET JUSTIFICATION .....	10
1.3 OBJECTIFS DE L'ETUDE .....	11
CHAPITRE II : METHODOLOGIE .....	12
2.1 Sites de l'enquête et Groupes cibles .....	12
2.2 Type d'évaluation .....	13
2.2.1 Revue documentaire.....	13
2.2.2 Interview auprès des responsables des médias.....	13
2.2.3 Sondage auprès des populations .....	13
2.3 Organisation de l'enquête .....	14
2.3.1 Phase préparatoire .....	14
2.3.2 Enquête proprement dite.....	15
2.4 Traitement des données .....	16
2.5 Contrôle qualité.....	16
CHAPITRE III : ENQUETE AUPRES DES REGULATEURS ET DES RESPONSABLES DES MEDIAS .....	17
3.1 Enquête auprès des organes de régulation et d'autorégulation des médias .....	17
3.2 Enquête auprès des responsables des médias audiovisuels.....	18
3.2.1 Profils des répondants.....	19
3.2.2 Informations générales sur les médias audiovisuels privés .....	19
3.2.3 Informations générales sur les Radios Rurales .....	22
CHAPITRE IV : ENQUETE AUPRES DES MENAGES.....	23
4.1 Caractéristiques sociodémographiques des répondants.....	23
4.2 Audience de la radio .....	24
4.2.1 Stations d'écoutes.....	24
4.2.2 Habitudes d'écoute de la radio par tranche horaire .....	26
4.3 Audience de la télévision .....	29
4.3.1 Les stations de télévision.....	29
4.3.2 Habitudes de regarder la télévision par tranche horaire .....	30
CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS .....	33
PERSONNEL DE L'ETUDE .....	34

## LISTE DES SIGLES ET ABREVIATIONS

ARPT : Autorité de régulation des postes et télécommunications

BBC : British Broadcasting Corporation

CNSS : Caisse Nationale de la Sécurité Sociale

OSIWA : Open Society Initiative for West Africa

RFI : Radio France Internationale

RTG : Radiodiffusion et Télévision Guinéenne

SFCG : Search For Common Ground

SMA : Services Médias Audiovisuels

SVI : Stat View international

SYSMAPI : Système de Monitoring Audiovisuel Par Internet

URTELGUI : Union des Radios et Télévisions Libres de Guinée

## REMERCIEMENTS

Le sondage pour une mesure d'audience des Médias Audiovisuels Guinéens dans le cadre du Projet « Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication (HAC) » est une initiative de la Haute Autorité de la Communication qui a été financée par OSIWA.

Cette enquête a été rendue possible grâce à la collaboration des cadres de la HAC, de l'Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications (ARPT), de l'Union des Radios et Télévisions Libres de Guinée (URTELGUI), des patrons et responsables des médias audiovisuels. Nous leur exprimons ici notre profonde gratitude. Nos remerciements s'adressent particulièrement à la Présidente de la HAC, Mme Martine Condé pour la confiance placée en Stat View International. Que Mme Hawa Camille Camara, Commissaire de la HAC, soit sincèrement remerciée pour son appui inestimable dans la réalisation de ce sondage.

La mesure d'audience des médias audiovisuels guinéens a bénéficié d'un financement d'OSIWA Guinée. Que les cadres de cette organisation trouvent ici l'expression de notre gratitude.

Notre sincère reconnaissance aux Gouverneurs, Préfets, Maires et chefs de quartiers pour la diligence administrative accordée à nos différentes équipes de collecte des données à travers le pays.

Notre profonde reconnaissance va également à l'endroit des autorités publiques et des responsables des médias audiovisuels publics et privés (radios et télévisions) pour leur contribution à la réussite du sondage. Que soient également remerciés les participants à l'enquête dans les ménages.

Enfin, nos félicitations et encouragements s'adressent à tous les superviseurs, enquêteurs, formateurs, guides, chauffeurs, analystes et rédacteurs pour la qualité du travail accompli.

## RESUME EXECUTIF

La mesure d'audience des médias audiovisuels guinéens dans le cadre du Projet « Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication (HAC) » est une initiative de la Haute Autorité de la Communication qui a été financée par OSIWA et réalisée par Stat View International. Elle a été menée sur toute l'étendue du territoire et a touché tous les organes de presse audiovisuels, les auditeurs, les régulateurs et responsables des médias audiovisuels. Les équipes se sont physiquement rendues dans 13 sites répartis entre les différentes régions administratives du pays<sup>1</sup>. Les outils de collecte des données étaient conçus de manière à pouvoir collecter des données sur tous les médias audiovisuels du pays, sur la base des déclarations des auditeurs et des téléspectateurs des sites visités.

Dans les ménages, les sondages d'opinions ont été conduits auprès des personnes âgées de 18 ans ou plus résidant dans les différentes régions administratives du pays sélectionnées aléatoirement parmi ceux qui écoutent la radio ou regardent la télévision. Egalement, des entretiens individuels par questionnaire ont été conduits auprès des autorités de régulation et des responsables des médias audiovisuels. La taille de l'échantillon dans les ménages est de 816 répondants. La collecte des données a duré 10 jours. Pendant cette période, les équipes de collecte ont identifié et visité tous les quartiers retenus, toutes les stations des médias audiovisuels et toutes les structures concernées par cette étude. L'équipe de Stat View International était composée de 30 agents de collecte dont 6 superviseurs.

Concernant les interviews approfondies, les renseignements recueillis ont été synthétisés. Suite à cette opération, ces informations ont été analysées et servi de base à la rédaction du rapport. Pour l'enquête quantitative, Survey Solutions a été utilisé pour la collecte des données par questionnaire. La tablette a facilité l'administration du questionnaire et l'envoi sécurisé des données en ligne. L'analyse des données a été faite avec le logiciel SPSS.

Dans le cadre de cette mesure d'audience, les régulateurs des médias audiovisuels ont été interviewés. Il s'agit notamment de la HAC et l'ARPT. En outre, l'URTELGUI a également été touchée au cours de cette étude en tant qu'association regroupant les patrons des radios et télévisions privées pour défendre leurs intérêts.

La HAC a déclaré avoir délivré à date 72 licences pour 40 radios commerciales et 32 radios communautaires privées. Selon la même source, le pays compte 34 radios rurales et communautaires publiques relevant du Ministère de l'Information et de la Communication. La HAC utilise le Système de Monitoring Audio-visuel par Internet (SYSMAPI) dans le cadre de son travail pour suivre les médias audiovisuels.

Dans le même ordre d'idée, l'URTELGUI a indiqué que l'espace médiatique guinéen compte plus d'une soixantaine de radios dont les relais de la plupart ne sont que de nom. Il y a au moins 10 radios qui émettent clandestinement notamment dans les préfectures de N'Zérékoré, Siguiri

---

<sup>1</sup> Les 13 préfectures dans lesquelles se sont rendues les équipes sont : Conakry, Boké, Faranah, Gaoual, Kamsar, Kankan, Kindia, Kissidougou, Labé, Mamou, Mandiana, N'Zérékoré et Siguiri.

et Labé, a-t-il poursuivi. A Conakry, c'est chose quasi-impossible, car dès que vous émettez, l'ARPT vient démonter les installations, a-t-il indiqué.

En outre, 80% des radios ne respectent pas les cahiers de charges, selon l'URTELGUI. La situation est la même pour ce qui est de la ligne éditoriale. Les radios qui se disent communautaires ou culturelles sont toutes devenues commerciales, excepté CIS média, a déclaré l'URTELGUI.

Pour sa part, l'ARPT déclare avoir délivré 69 fréquences pour les radios et 16 pour les télévisions. Et que chaque radio avait son rayon de couverture conformément à son cahier de charges. Pour les radios commerciales le rayon de couverture est de 35 Km. Il est de 25 Km pour les radios communautaires tout comme pour la télévision privée. L'ARPT effectue périodiquement des mesures de contrôle du respect des rayons de couverture des fréquences attribuées. En cas de non-respect, l'ARPT prend des sanctions conformément à la loi 018.

Sur le terrain, les équipes d'enquête ont visité toutes les stations de radios et télévisions se trouvant dans les 13 sites retenus. Ainsi, 70 médias audiovisuels ont été touchés, soit 64 radios (dont 54 radios privées<sup>2</sup>) et 6 télévisions. A Conakry, l'enquête a touché 23 radios privées et 4 télévisions privées.

En ce qui concerne les médias audiovisuels privés, ils sont en général dirigés par les hommes (88%). La moyenne d'âge des responsables est de 35 ans. Ils sont majoritairement mariés ou en union et pratiquement tous sont des diplômés d'université (93%). Seulement, un responsable des médias privés sur cinq a déclaré avoir étudié le journalisme (soit 20%). Toutefois, 71% de ceux qui n'ont pas étudié le journalisme ont déclaré avoir bénéficié d'au moins une formation ou un stage de plus de 3 mois dans ce domaine. En ce qui concerne la couverture des élections, 77% des responsables des médias audiovisuels ont déclaré avoir reçu une formation.

La plupart des médias audiovisuels privés guinéens ont été créés entre 2010 et 2015, soit 78% des stations de radios et télévisions. Il ressort de l'enquête que 61% des stations à caractère commercial utilisent un émetteur dont la puissance dépasse 500 watts. De même, 57% des stations à caractère communautaire utilisent un émetteur dont la puissance est supérieure à 300 watts. Selon les déclarations des responsables, 40% de ces stations de radios ont un rayon de couverture qui dépasse 100 Km. Parmi les 9 radios privées qui ont déclaré avoir des relais, 6 les ont effectivement selon le numéro de fréquence. Pour ce qui est du contenu, il s'agit plutôt de radios de radios à part entière.

En moyenne, les médias audiovisuels ont 13 travailleurs dont 4 femmes. Parmi les travailleurs, en moyenne 3 sont diplômés en journalisme. Au cours des 5 dernières années, 8 employés sur les 13 ont bénéficié de formations, selon les responsables. Dans la plupart des cas, il s'agit de formation en couverture des élections (5 bénéficiaires sur 8).

Dans 80% des stations de radios et télévision privées visitées, aucun employé ne dispose de carte professionnelle de journalisme délivrée par la HAC. La grande majorité des employés des

---

<sup>2</sup> Parmi les stations de radios touchées, il y avait 10 stations de radios publiques notamment rurales ou communautaires.

médias audiovisuels privés (73%) ne sont pas inscrits à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS).

Parmi les 60 stations de médias audiovisuels privées visitées, 93% ont indiqué avoir un agrément même si c'est seulement 43% qui ont pu ou ont voulu le montrer. Egalement, 83% des médias privés guinéens ont déclaré avoir des cahiers de charges mais seulement 18% ont pu ou ont voulu le montrer.

Sur la base des déclarations, il ressort que parmi les stations de médias audiovisuels privées, i) 12% ont déjà fait l'objet de sanction de la part de la HAC ; ii) 8% ont reçu une plainte d'un auditeur contre un journaliste ; iii) 55% ont déclaré qu'au moins un de leurs journalistes a été victime d'agression notamment physique dans l'exercice de son métier.

Concernant les redevances, seulement 8% des radios privées ont déclaré être à jour de paiement pour l'année 2019. Le dernier paiement a été effectué en 2018 selon 38% des médias privés. Près de la moitié des responsables des médias audiovisuels (48%) ont déclaré avoir confiance en la HAC.

Dans les ménages, l'enquête a touché 815 personnes dans les huit régions administratives du pays, avec 25% de femmes. Le taux d'écoute de la radio est de 99,5%. Mais, seulement 54% des répondants possèdent un poste radio. La plupart des répondants (près de 4/5) écoutent aussi la radio à partir de leur téléphone. Le top 4 des radios les plus écoutées est constitué de la Radio Rurale, Espace FM, RTG et Continental FM.

Le taux d'écoute quotidien de la RTG est de 38%. La principale heure d'écoute de la RTG est 19h45 qui est l'heure du journal. L'émission préférée par les auditeurs sur la RTG est le journal. Le taux d'écoute de la radio rurale est de 45%. La principale heure d'écoute est 20h00.

En ce qui concerne les radios privées, Espace FM vient en tête à Conakry (55%), Kamsar (48%), Labé (48%) et N'Zérékoré (40%). A Kankan, Baobab FM vient en première position avec 44%. A Kindia, c'est Kania Zik FM avec 75%. A Mamou, la première radio citée est Bolivar FM avec 63%. A Mandiana et Siguiri, c'est Milo FM avec respectivement 68% et 56%.

S'agissant des émissions préférées sur les stations de radios privées, les plus citées par les répondants sont : Les Grandes Gueules (Espace FM), Bountougni (Continental FM), le journal (partout), émission religieuse (Touba), Ka walan walan (Kankan) et Metèdhi (Mamou).

La durée moyenne d'écoute de la radio par les auditeurs par jour est de 129 minutes dont 72 minutes consacrées à leur émission préférée. Les principaux sujets d'intérêt des répondants dans ces radios sont la politique (27%), les faits de société (24%), les nouvelles du monde (12%) et l'éducation (10%). Les taux d'écoute les plus élevés ont été enregistrés pour la tranche horaire 18h-21h et ce, quel que soit le jour considéré.

Les stations de télévision guinéenne que les répondants ont citées sont au nombre de 10. Ce sont RTG1, Espace TV, Evasion TV, Gangan TV, Faso TV, Star 21 TV, Ta TV, Cis TV, West Africa TV et Diversity TV. Toutefois, les principales sont RTG1, Espace TV et Evasion.

Les répondants ont déclaré consacrer plus de temps à Espace TV (40%) et à la RTG1 (31%). En moyenne, ils passent 84 minutes à regarder la télévision par jour. Ils consacrent, en moyenne, 56 minutes à leur émission préférée.

Des recommandations ont été faites par les auditeurs et responsables de radios. Pour que ce secteur se porte mieux tant pour les régulateurs que pour les médias, il faut :

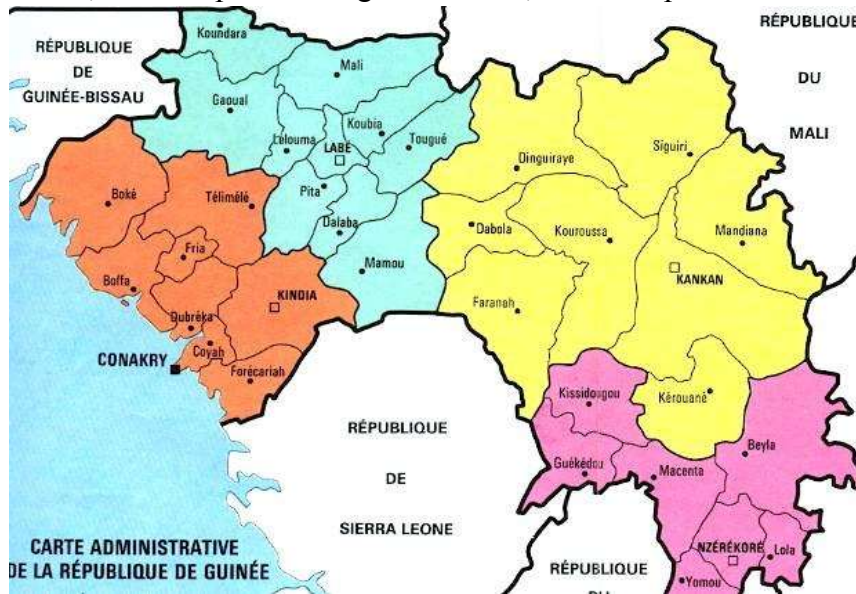
- ✓ appliquer la loi en matière de régulation ;
- ✓ améliorer la régulation dans ce secteur, par un monitoring assidu ;
- ✓ veiller à la conformité des contenus des programmes aux Cahiers des charges ;
- ✓ procéder à une organisation du secteur à travers un recensement de tous les journalistes et techniciens des radios et télévisions suivi de la délivrance de la carte de la HAC ;
- ✓ instituer les rencontres entre les régulateurs et les médias ;
- ✓ faire la part entre radios relais et les radios mères ;
- ✓ veiller à l'établissement de contrat de travail entre les journalistes et les promoteurs de médias.
- ✓ encourager les partenaires à mieux s'impliquer dans le renforcement des capacités des journalistes.



# CHAPITRE I : GENERALITES

## 1.1 INTRODUCTION

La République de Guinée est un pays côtier située en Afrique Occidentale. Elle a une superficie de 245 857 Km<sup>2</sup>. Elle est limitée à l'Est par la Côte d'Ivoire, au Sud par le Liberia et la Sierra Leone, au Nord par le Sénégal et le Mali, à l'Ouest par l'Océan Atlantique et la Guinée Bissau.



Sa population était estimée à 10 628 972 habitants selon le RGPH3.

La Guinée est subdivisée en quatre régions naturelles assez distinctes et homogènes du point de vue géo écologique. Le pays doit cette originalité à son milieu naturel qui se caractérise par des contrastes climatiques, des barrières

montagneuses et l'orientation des reliefs qui se combinent pour donner à chaque région des particularités du point de vue climat, sols, végétation et mode de vie des populations.

Sur le plan administratif, la République de Guinée est subdivisée en sept (7) Régions dirigées chacune par des Gouverneurs de Régions et ayant sous leur tutelle des Préfectures administrées par des Préfets. La Ville de Conakry, capitale administrative et économique du pays, a le statut particulier de Région ayant à sa tête un Gouverneur, Président du Conseil de Ville qui coiffe Cinq Maires de Communes élus. Le pays compte trente-trois (33) préfectures subdivisées chacune en sous-préfectures et quartiers urbains ou districts ruraux. Au niveau de chaque chef-lieu de Préfecture, un Conseil Communal est élu avec à sa tête un Maire.

Au plan économique, le secteur minier représente une part importante des revenus intérieurs du pays. On y trouve des zones aurifères (Siguiri, Dinguiraye), diamantifères (Kérouané, Banankoro, Macenta) et des zones bauxitiques (Fria, Kindia, Boké, Boffa, Kamsar et Sangarédi). L'or et le diamant font l'objet d'une exploitation à la fois traditionnelle et industrielle alors que la bauxite est exploitée de façon industrielle. Ces zones minières constituent des pôles d'attraction des populations actives en quête d'emplois.

Quant au paysage médiatique guinéen, il a tardé à se structurer. La libéralisation des ondes n'a eu lieu qu'à partir 2005 et s'est déroulée dans un contexte politique très instable et souvent violent. Le secteur médiatique tente de se développer afin de rattraper son retard structurel. Le décret du 20 août 2005 permet la réelle libéralisation du paysage audiovisuel guinéen et est accompagné par un arrêté d'application et de cahiers de charges pour les médias privés.

Les journaux privés ont été autorisés en 1991 et les médias audiovisuels à partir de 2005. A ce jour, selon la HAC, 72 licences pour les radios privées ont été délivrées à Conakry et à l'intérieur du pays. Au développement de ce secteur vient s'ajouter celui du réseau des Radios Rurales de Guinée (RRG), soutenu par les coopérations internationales à partir de 1992. Aujourd'hui, 34 stations de radios rurales diffusent dans 20 langues. La Radio Nationale compte 32 émetteurs ; il existe aussi la Radio Kaloum Stéréo (gouvernementale également) qui diffuse uniquement sur la région de Conakry des programmes orientés vers le divertissement.

Les résultats de la dernière étude du réseau Afrobarometer en Guinée montrent que les radios rurales constituent la source la plus populaire des nouvelles en Guinée (32%), suivie de la radio Espace (14%), puis de la RTG.

La télévision nationale, RTG, compte 2 chaînes : RTG 1 (Koloma), qui couvre seulement 40 % du territoire par voie hertzienne, et RTG 2 (Boulbinet), qui n'émet que sur Conakry et sa région. La RTG est un « service rattaché » au Ministère de la Communication dont elle est dépendante, y compris sur le plan éditorial.

Six licences de télévision privées ont été délivrées. Parmi celles-ci, Gangan TV, Évasion TV, Ta TV et CIS TV émettent de Conakry. De l'intérieur du pays, Faso TV émet de Kankan et son relais émet de N'Zérékoré. Elles sont accessibles sur le bouquet Star Times où l'on trouve également Espace TV, qui émet depuis l'étranger.

Selon l'étude du réseau Afrobarometer réalisée en 2017, la radio est la source la plus populaire pour l'écoute des nouvelles nationales. Les résultats de cette étude indiquent que 69% des guinéens écoutent la radio « quelques fois par semaine » ou « tous les jours » lorsqu'ils veulent se tenir au courant de l'actualité. La radio est suivie par la télévision (26%), les réseaux sociaux (13%), l'Internet (12%) et la presse écrite (4%).

## 1.2 CONTEXTE ET JUSTIFICATION

En 2017, la Haute Autorité de la Communication a effectué un contrôle des radios et télévisions installées en Guinée pour avoir la situation sur le fonctionnement des Services Médias Audiovisuels (SMA) en Guinée. Le contrôle a surtout concerné l'aspect technique et les documents administratifs.

Ce contrôle des SMA (radios et TV) auquel s'ajoute la solution de monitoring à travers le Système de Monitoring Par Internet (SYSMAPI) utilisé par la HAC ne permettent pas d'avoir une vue complète de la situation de l'ensemble des médias audiovisuels du pays, s'agissant :

- ✓ de l'audience ;
- ✓ de la couverture géographique ;
- ✓ du contenu des programmes ;
- ✓ de la définition exacte du profil et de la ligne éditoriale ;
- ✓ du respect ou non des cahiers de charges par les radios et télévisions ;
- ✓ du professionnalisme ;
- ✓ des cibles et leurs caractéristiques.

Cette mesure d'audience qualitative et quantitative a permis de faire l'état global des lieux des médias audiovisuels à travers une évaluation de la qualité des contenus des émissions.

Cela a permis d'identifier parmi les médias audiovisuels, les plus crédibles et les plus professionnels. Egalement, la mesure d'audience a permis d'identifier les cibles des médias audiovisuels, de connaître leur audience et d'évaluer leurs besoins en termes de renforcement des capacités de journalistes sur les techniques de couvertures d'élections.

Cette audiométrie a été pertinente puisqu'elle a permis également de déterminer la perception des auditeurs sur ces médias pour leur meilleure régulation par la Haute Autorité de la Communication (HAC).

La HAC estime que cette mesure d'audience servira de référence sur les radios et télévisions et permettra de mesurer leurs performances tout en les accompagnants vers l'amélioration du contenu de leurs programmes en tenant compte des aspirations et des besoins des auditeurs.

### 1.3 OBJECTIFS DE L'ETUDE

L'objectif de cette étude était de faire un état des lieux avec des informations qualitatives pertinentes et des données quantitatives fiables qui permettraient d'assainir l'environnement des médias audiovisuels guinéens, une meilleure régulation et un meilleur accompagnement des médias par la Haute Autorité de la Communication (HAC).

Elle visait à prendre une mesure d'audience des médias audiovisuels guinéens dans le cadre du projet « **Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication** ».

Cette étude a été menée avec l'appui de la Haute Autorité de la Communication (HAC). Les tâches suivantes ont été réalisées :

- ✚ évaluation de l'audience des médias audiovisuels et identification de leurs principales cibles ;
- ✚ détermination de la couverture géographique de chaque organe audiovisuel ;
- ✚ présentation des contenus des programmes par genre/type ;
- ✚ définition du profil exact et de la ligne éditoriale ;
- ✚ évaluation du respect ou non des cahiers de charges des radios et télévisions ;
- ✚ identification des radios et télévisions illégales ;
- ✚ faire un état des lieux global des médias audiovisuels guinéens en rendant disponibles des statistiques et données pertinentes et fiables.

## CHAPITRE II : METHODOLOGIE

La Médiamétrie ou la mesure d'audience des médias constitue un genre spécifique des sondages d'opinions. Dans son acception première, le concept d'audience est simple : il désigne la fraction d'une population de référence exposée à un média. Les faits d'audience sont des faits objectifs à propos desquels l'interviewé est en mesure de s'exprimer.

### ❖ Approche de mesure d'audience de la radio

Le concept d'audience retenu pour la radio est l'écoute, ne serait-ce qu'un instant. Elle repose sur le souvenir des répondants qui peut être très précis sur certains moments charnières de la journée. Parmi les indicateurs, il y a :

- ✓ l'audience quart d'heure par quart d'heure ;
- ✓ la durée moyenne d'écoute par individu ;
- ✓ la durée moyenne d'écoute par auditeur de chaque station.

### ❖ Approche de mesure d'audience de la télévision

La mesure de l'audience de la télévision est sans doute celle qui est la plus connue du grand public. Parmi les indicateurs, il y a :

- ✓ l'audience cumulée (jour) ;
- ✓ l'audience instantanée ;
- ✓ la durée moyenne d'écoute ;
- ✓ l'audience des émissions.

## 2.1 Sites de l'enquête et Groupes cibles

La mesure d'audience a été menée sur toute l'étendue du territoire et a touché tous les organes de presse audiovisuels, les auditeurs, les régulateurs et responsables des médias audiovisuels. Les équipes se sont physiquement rendues dans 13 sites répartis entre les différentes régions administratives du pays. En effet, les outils de collecte des données étaient conçus de manière à pouvoir collecter des données sur tous les médias audiovisuels du pays, sur la base des déclarations des auditeurs et des téléspectateurs des sites visitées. Les 13 préfectures dans lesquelles se sont rendues les équipes sont : Conakry, Boké, Faranah, Gaoual, Kamsar, Kankan, Kindia, Kissidougou, Labé, Mamou, Mandiana, N'Zérékoré et Siguiri. Ces sites ont été retenus sur la base des critères précis notamment la présence d'au moins deux stations de médias audiovisuels privées ou d'un genre particulier de médias audiovisuels. Les préfectures peuvent être considérées comme étant à égalité de chance quant à leurs couvertures par les médias audiovisuels publics (radios nationales, radios rurales et télévision nationale).

Dans les ménages, les sondages d'opinions ont été conduits auprès des personnes âgées de 18 ans ou plus résidant dans les différentes régions administratives du pays. Egalement, des entretiens individuels par questionnaire ont été conduits auprès des autorités de régulation et des responsables des médias audiovisuels.

## 2.2 Type d'évaluation

Il s'est agi d'une étude pour une mesure d'audience des médias audiovisuels dans le cadre du projet « Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication ».

Pour la réalisation de cette enquête, Stat View a combiné plusieurs méthodes de collecte des données à savoir la revue documentaire, les sondages d'opinions et les interviews approfondies.

### 2.2.1 Revue documentaire

La revue documentaire a permis de collecter les informations auprès des instances de régulation dans le secteur de l'audiovisuel en Guinée. Il s'agit de la Haute Autorité de la Communication (HAC), de l'Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications (ARPT). Ces activités ont été également réalisées auprès de l'Union des Radios et Télévisions Libres de Guinée (URTELGUI).

### 2.2.2 Interview auprès des responsables des médias

Sur chaque site, toutes les stations de radio et de télévision y opérant ont été visitées. Dans chacun de ces médias, un responsable a été interviewé, notamment le Directeur Général, le Chef de programme ou le Rédacteur en chef. Les informations recueillies auprès de ces personnes ressources ont permis d'avoir les renseignements sur le fonctionnement du média à travers un questionnaire élaboré à cet effet. En outre, les interviews approfondies ont été réalisées auprès de la Haute Autorité de la Communication (HAC), de l'Autorité de Régulation des Postes et Télécommunications (ARPT) et de l'Union des Radios et Télévisions Libres de Guinée (URTELGUI).

### 2.2.3 Sondage auprès des populations

Pour connaître l'audience de différentes stations de radio et de télévision, un sondage a été réalisé auprès de la population vivant sur les différents sites abritant également des stations de radio et/ou de télévision. A cet effet, un questionnaire a été élaboré. Cet outil était destiné aux membres des ménages qui écoutent la radio et/ou regardent la télévision.

La taille de l'échantillon a été calculée selon la formule suivante :

$$n = \frac{Z^2 \times P \times (1 - P)}{\delta^2}$$

Avec :

n : Taille de l'échantillon

Z : Valeur déterminée par le niveau de confiance  $1-\alpha$  dans la table de la loi normale centrée réduite. Nous prenons  $Z=1,96$ .

P : Proportion des citoyens qui écoutent la radio selon Afrobaromètre 2017, soit 69% des adultes guinéens

$\delta$  : Marge d'erreur de 5%

Partant de ces considérations, la taille de l'échantillon est d'environ 658 adultes de 18 ans et plus. Pour augmenter sa puissance statistique, cet échantillon a été majoré de 22,5%, soit 805 répondants. L'échantillon final a été porté à 816 répondants aléatoirement sélectionnés dans les quartiers concernés.

### *Répartition de l'échantillon*

A Conakry, toutes les cinq communes ont été touchées. Dans chaque commune, deux quartiers ont été aléatoirement sélectionnés, soit 10 quartiers au total. Dans chacun des 12 autres sites, deux quartiers ont été sélectionnés, soit 24 quartiers.

Dans chaque quartier, 24 ménages ont été aléatoirement sélectionnés. Dans chaque ménage, un membre âgé de 18 ans ou plus, écoutant la radio et/ou regardant la télévision s'est prêté au questionnaire. Au total, 816 personnes devraient être interviewées.

## 2.3 Organisation de l'enquête

La collecte des données s'est déroulée en deux phases : la phase préparatoire et celle de l'enquête proprement dite.

### 2.3.1 Phase préparatoire

Cette phase a consisté à l'élaboration des outils de collecte, au recrutement, à la formation du personnel de collecte, à la préparation des formalités administratives (établissement des ordres de mission, achat de fournitures, logistiques et de matériels) et à la finalisation des outils de collecte (questionnaires et guides), en tenant compte des remarques et suggestions du partenaire.

#### *2.3.1.1 Recrutement*

Les enquêteurs/animateurs ont été recrutés parmi le personnel de collecte de Stat View International (SVI) en fonction de leurs expériences dans le domaine de cette étude.

Pour la réalisation de cette enquête quantitative et qualitative, SVI a déployé au total 30 chercheurs dont 24 enquêteurs/animateurs et 6 Superviseurs.

#### *2.3.1.2 Formation*

Le personnel de collecte, à savoir les enquêteurs/animateurs et les superviseurs, a été formé par la méthode participative et interactive. Au cours de cette formation, des questions liées à l'étude, aux techniques d'enquête quantitative et qualitative ont été largement abordées. Une attention particulière a été accordée à la méthodologie, à la maîtrise du questionnaire, aux guides d'entretien, au respect de l'éthique et de la déontologie en matière de recherche.



Pour permettre au personnel de collecte de se familiariser à la méthodologie et aux outils, la formation a usé des jeux de rôle. Pour cela, trois jours de formation théoriques ont été organisés, suivi du pré-test.

#### *2.3.1.3 Pré-test*

Le pré-test a eu lieu après la formation, dans la capitale Conakry, dans les quartiers non retenus pour l'enquête. Cette phase visait à évaluer les outils de collecte (questionnaires et guides), recueillir les commentaires sur le format et la complexité des questions posées et déterminer la durée moyenne des entrevues. Toutes les équipes ont été déployées sur le terrain afin d'avoir la maîtrise des outils et de la méthodologie. Chaque enquêteur/animateur a fait deux interviews. Les données quantitatives ont été collectées à travers les Smartphones en utilisant le logiciel Survey Solutions.

#### *2.3.2 Enquête proprement dite*

La collecte des données a duré 10 jours. Pendant cette période, les équipes de collecte ont identifié et visité tous les quartiers retenus, toutes les stations des médias audiovisuels et toutes les structures concernées par cette étude. Quant aux superviseurs, ils avaient en plus la responsabilité de conduire et de gérer les équipes. Ils ont à leur tour assuré et effectué les démarches administratives et géré les équipes du début jusqu'à la fin de la collecte.

##### *2.3.2.1 Personnel de collecte des données*

L'équipe de Stat View International était composée de 30 agents de collecte dont 6 superviseurs. Il y a eu six équipes de 5 agents chacune dont un superviseur et 4 enquêteurs. Par rapport à l'organisation, deux équipes ont évolué à Conakry. Parmi ces équipes, l'une a réalisé l'enquête auprès des ménages et l'autre auprès des stations des médias audiovisuels, des organes de régulation des médias (HAC et ARPT) et une association de presse jouant un rôle d'autorégulation (URTELGUI).

Les quatre autres équipes se sont déployées à l'intérieur du pays réalisant les entretiens aussi bien auprès des ménages que des médias.

##### *2.3.2.2 Coordination*

La coordination a été conjointement assurée par Stat View International (SVI) et la Commissaire de la HAC désignée à cet effet. Il revenait à SVI de coordonner l'élaboration des documents de collecte, la formation des enquêteurs et superviseurs, de réaliser le pré-test, de procéder à la composition des équipes et à l'organisation du travail sur le terrain. Également, le coordonnateur de SVI a facilité les formalités administratives. Il a également veillé sur la qualité et la fiabilité des données collectées, coordonné l'analyse des données, la rédaction du rapport, assurée le respect du chronogramme et des termes de références du contrat.

La Commissaire de la HAC a, quant à elle, validé les outils de l'enquête et veillé au respect de la méthodologie et du deadline. Aussi, elle a suivi et facilité les paiements et a servi d'interlocuteur pour SVI.

### *2.3.2.3 Supervision*

Les cadres compétents et expérimentés de SVI en matière d'enquête ont supervisé l'enquête. Ils ont supervisé la collecte des données, contrôlé les questionnaires remplis et vérifié la qualité des données collectées. Ils ont également géré les outils de travail, les équipements y compris la logistique mise à leur disposition. Ils ont aussi réalisé des interviews avec les responsables des médias audiovisuels, pour les équipes de l'intérieur.

### *2.3.2.4 Enquêteurs/animateurs*

Il revenait aux enquêteurs d'identifier les quartiers et secteurs concernés. Une fois dans le secteur, ils procédaient à la sélection des ménages ainsi que des répondants. Ils déroulaient le questionnaire, le remplissaient et l'envoyaient dans le serveur après la validation par le superviseur. Pour les enquêteurs de Conakry qui réalisaient les interviews auprès des responsables des médias, ils devaient identifier les stations qui leur étaient affectées. Ensuite, ils remplissaient le questionnaire avec les responsables et les envoyaient dans le serveur.

## 2.4 Traitement des données

Concernant les interviews approfondies, les renseignements recueillis ont été synthétisés. Suite à cette opération, ces informations ont été analysées et servi de base à la rédaction du rapport.

Pour l'enquête quantitative, Survey Solutions a été utilisé pour la collecte des données par questionnaire. Avec Survey Solutions, toutes les questions ont été renseignées. Le formulaire ou le programme de saisie a été élaboré en tenant compte de la logique du questionnaire. Survey Solutions a permis de travailler plus rapidement, de suivre la collecte en ligne et éventuellement d'apporter des corrections sur le terrain avant la remontée des données. Cette méthode de travail est beaucoup sécurisante et fiable. Le Smartphone ou la tablette a facilité l'administration du questionnaire et l'envoi sécurisé des données en ligne. La base des données Survey Solution a été téléchargée en fichier de données SPSS. C'est cette version qui a été utilisée pour l'analyse des données et la rédaction du rapport.

## 2.5 Contrôle qualité

Sur le terrain, les superviseurs ont assuré le respect de la méthodologie proposée pour la sélection des répondants ainsi que la couverture effective des sites retenus. Ensuite, ils ont procédé à la vérification des questionnaires remplis et au contrôle de routine sur 10% de l'échantillon. Le data manager et ses assistants ont reçu et vérifié les questionnaires remplis dans les tablettes, signalé les incohérences et retourné les questionnaires qui manquaient d'information.



## CHAPITRE III : ENQUETE AUPRES DES REGULATEURS ET DES RESPONSABLES DES MEDIAS

### 3.1 Enquête auprès des organes de régulation et d'autorégulation des médias

Les organes de régulation des médias audiovisuels touchés dans le cadre de cette mesure d'audience sont la HAC et l'ARPT. L'URTELGUI a été interviewé en tant qu'organe d'autorégulation des médias audiovisuels regroupant les patrons des radios et télévisions privées défendant leurs intérêts.

L'interview de la HAC a ressorti qu'il y a 40 radios commerciales agréées, 32 radios communautaires privées et 34 radios rurales et communautaires publiques relevant du Ministère de l'Information et de la Communication. Ce qui veut dire qu'elle a délivré 72 licences. A date, seule une licence radio a été retirée par la HAC dans le cadre de la régulation.

S'agissant de la ligne éditoriale des radios et télévisions, la HAC a indiqué qu'elle n'est pas respectée par la majorité des médias audiovisuels guinéens.

La HAC est une structure de régulation, alors elle s'est dotée d'un moyen de contrôle des médias audiovisuels. Selon la HAC, cela lui permet de ne pas sanctionner à tort. Ce moyen de contrôle est le SYSMAPI.

Le SYSMAPI (Système de Monitoring Audio-visuel par Internet) est une solution intégrée répondant aux problématiques liées au monitoring des médias audiovisuels. Il permet entre autre de :

- suivre en temps réel les radios, télévisions privées et publiques installées peu importe leur position géographique ;
- favoriser un meilleur échange entre le régulateur et les médias publics et privés de l'intérieur du pays ;
- avoir une connaissance exacte des contenus des informations diffusées quotidiennement ;
- faire la réception et le stockage 24h/24 des différentes émissions, radios et télévisions (privées et publiques) pour la facilitation d'analyses et de prise de décisions ;
- fournir les preuves en cas de poursuite judiciaire pour diffamation, incitation à la violence, à la haine ethnique et raciale, le manquement à l'éthique et à la déontologie ;
- détecter les propos malveillants et prendre les mesures dissuasives qui s'imposent.

Dans le même ordre d'idée, le responsable de l'URTELGUI a indiqué que l'espace médiatique guinéen compte plus d'une soixantaine de radios dont les relais de la plupart ne sont que de nom. Selon le président de l'institution, « aujourd'hui l'URTELGUI compte une soixantaine de radios membres y compris les radios relais qui, en réalité, ne le sont plus. La plupart de ces relais ont leurs studios à l'intérieur du pays avec un personnel. Alors que la loi dit que c'est seulement un émetteur et un appareil de diffusion ».

L'entretien a aussi révélé qu'il y a beaucoup de radios qui émettent clandestinement. « Je ne veux pas nommer de radio, mais il y en a une dizaine », a indiqué le responsable de l'URTELGUI. La même source a indiqué qu'à N'Zérékoré, il y en a ; à Siguiri il y en avait, elles ont été arrêtées. A Labé, il y en a aussi. A Conakry, c'est difficile parce que dès que vous émettez, l'ARPT vient démonter les installations, a-t-il fait savoir.

Quant au respect des cahiers de charges, l'URTELGUI a fait savoir que cela ne l'était presque pas, « Sincèrement, les 80% des radios ne respectent pas les cahiers de charges. A ce niveau, la HAC doit fournir beaucoup d'efforts ». La situation est la même pour ce qui est de la ligne éditoriale : « Nous sommes toujours dans les cahiers de charges. Mais c'est le terrain qui commande. Les radios qui se disent communautaires ou culturelles sont toutes devenues commerciales, excepté CIS média ».

Pour sa part, l'ARPT déclare qu'elle a délivré 69 fréquences pour les radios et 16 pour les télévisions et que chaque radio avait son rayon de couverture conformément à son cahier de charges. Pour les radios commerciales, le rayon de couverture est de 35 Km. Il est de 25 Km pour les radios communautaires, tout comme pour la télévision privée.

Parlant des mesures de contrôle, l'ARPT a déclaré qu'elle effectue périodiquement des mesures de contrôle du respect des rayons de couverture des fréquences attribuées avec les stations de contrôle. Et s'il y a un contrevenant, les articles de la loi 018 s'appliquent.

### 3.2 Enquête auprès des responsables des médias audiovisuels

L'étude sur la mesure d'audience des médias audiovisuels guinéens dans le cadre du projet « Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication » a couvert l'ensemble des régions administratives du pays, plus la zone spéciale de Conakry. Dans chaque site, il était question de visiter toutes les radios et télévisions qui s'y trouvent. Ainsi, 31 radios commerciales, 21 communautaires, 10 étatiques, 1 culturelle et sportive, 1 corporative et 6 télévisions privées ont été visitées. Les données du tableau 1 montrent le nombre de radios et télévisions touchées par région administrative.

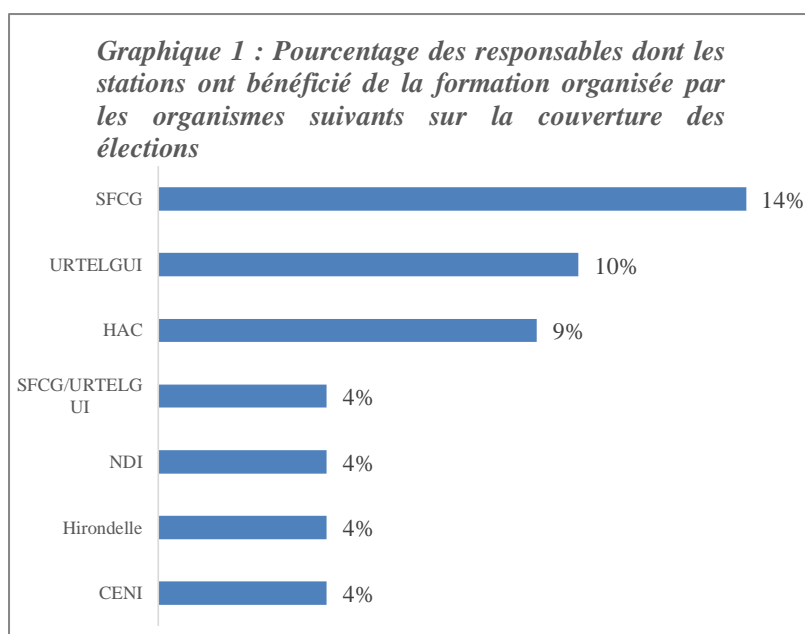
*Tableau 1 : Stations de radio et de télévision visitées*

<b>Région</b>	<b>Radio</b>	<b>Télévision</b>
Boké	4	
Conakry	24	4
Faranah	2	
Kankan	16	1
Kindia	4	
Labé	4	
Mamou	4	
N'Zérékoré	6	1
<b>Total</b>	<b>64</b>	<b>6</b>

### 3.2.1 Profils des répondants

Au total, cette étude a touché 70 médias audiovisuels dont 64 radios et 6 télévisions. A Conakry, il y a 23 radios et 4 télévisions. Parmi les 70 responsables des médias audiovisuels interviewés, 8 sont des femmes. L'âge moyen des répondants est de 35 ans. Ils sont majoritairement mariés ou en union (soit 71%). Pratiquement tous sont des diplômés d'université (93%). La majorité occupe le poste de Directeur Général (51%). Les autres sont respectivement des Chefs des programmes (20%) ou des Rédacteurs en Chef (11%).

Un responsable des médias sur cinq a déclaré avoir étudié le journalisme (soit 20%). Les autres ont plutôt étudié les Lettres modernes (13%), la Sociologie (11%), la Linguistique (6%), les Mathématiques (6%), l'Agronomie (4%), la Communication (3%), la Gestion (3%) et la profession d'instituteur à Ecole Normale des Instituteurs (3%). Toutefois, la majorité de ceux qui n'ont pas étudié le journalisme (soit 71%) ont déclaré avoir bénéficié d'au moins une formation ou un stage de plus de 3 mois dans ce domaine. Ce renforcement des capacités a eu lieu sur la période 2016- 2019 pour 80% de ceux qui n'ont pas étudié le journalisme.



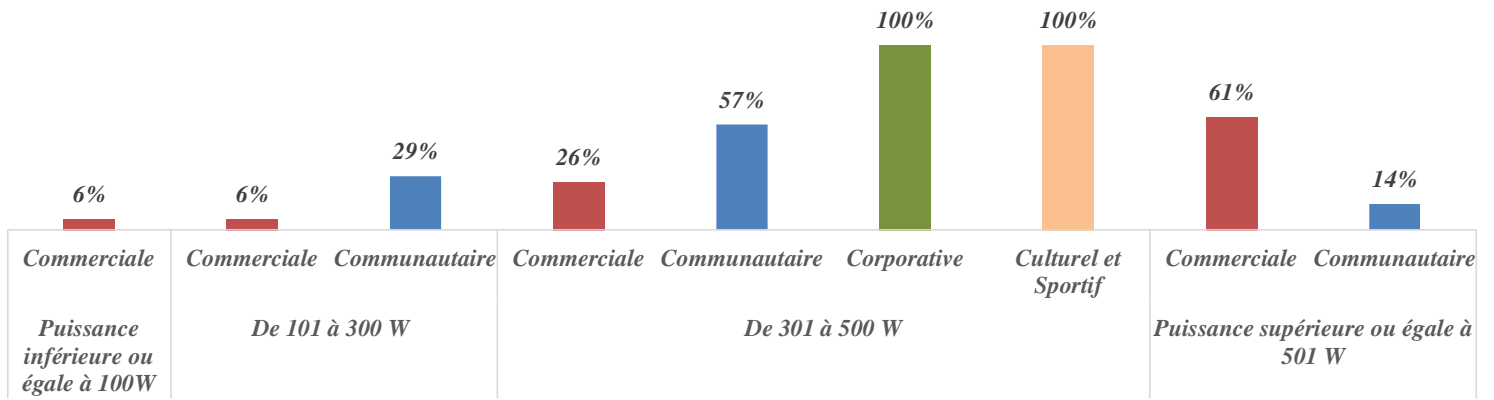
En ce qui concerne la couverture des élections, 77% des responsables des médias audiovisuels ont déclaré avoir reçu une formation. Cette formation était liée aux élections de 2015 pour la majorité d'entre eux (59%). Parmi les institutions organisatrices de ces formations, il faut citer SFCG (selon 14% des répondants), URTELGUI (10%) et la HAC (9%). *Pour plus de détails, conférer graphique 1.*

### 3.2.2 Informations générales sur les médias audiovisuels privés

La plupart des médias audiovisuels privés guinéens ont été créés entre 2010 et 2015, soit 78% des stations de radio et télévision. Selon les déclarations des responsables, 41% de ces stations ont des émetteurs dont la puissance dépasse 500 watts. D'autres stations (41%) utilisent des émetteurs dont la puissance est comprise entre 300 et 500 watts.

Il ressort de l'enquête que 61% des stations à caractère commercial utilisent un émetteur dont la puissance dépasse 500 watts. De même, 57% des stations à caractère communautaire utilisent un émetteur dont la puissance est supérieure à 300 watts.

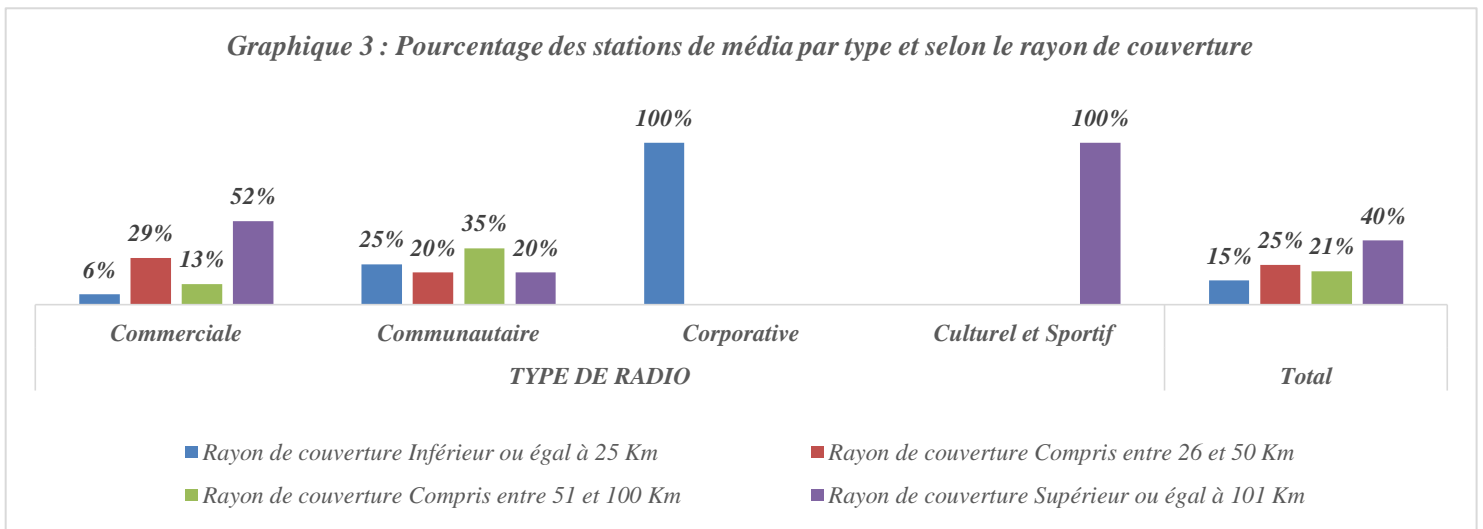
**Graphique 2 : Pourcentage des stations de média par type et selon la puissance de l'émetteur**



Selon les déclarations des responsables, 40% de ces stations de radio ont un rayon de couverture qui dépasse 100 Km. D'autres stations (25%) émettent sur un rayon compris entre 26 et 50 Km.

Il ressort également de l'enquête que 52% des stations à caractère commercial émettent sur un rayon qui dépasse les 100 Km. De même, 35% des stations à caractère communautaire émettent sur un rayon inférieur ou égal 25 Km. Toutefois, il faut rappeler que les radios à caractère commercial ne doivent pas émettre sur un rayon qui dépasse 35 Km et celles à caractère communautaire sur un rayon qui dépasse 25 Km.

**Graphique 3 : Pourcentage des stations de média par type et selon le rayon de couverture**



En outre, 9 stations de radios privées ont déclaré disposer de relais. Parmi ces stations, seulement 6 les ont effectivement selon le numéro de fréquence. Pour ce qui est du contenu du programme, les données collectées montrent que ces relais sont plutôt des radios à part entière.

En moyenne, les médias audiovisuels ont 13 travailleurs dont 4 femmes. Parmi les travailleurs, il y a en moyenne 3 diplômés en journalisme. Le nombre moyen de stagiaires est de 6 par média audiovisuel. Plus de ¾ des médias ont déclaré ne pas avoir de contractuels. Les autres ont en moyenne 2 contractuels.

Au cours des 5 dernières années, 8 employés sur les 13 ont bénéficié de formation, selon les responsables des médias. Cette formation a eu lieu durant l'année 2019 selon la déclaration de 74% des répondants. Parlant toujours de formation, en moyenne, 5 employés ont bénéficié d'une formation en couverture des élections.

En outre, selon les répondants dans au moins 80% des stations visitées, aucun employé ne dispose de la carte professionnelle de journalisme délivrée par la HAC. La grande majorité des employés des médias audiovisuels privés (73%) ne sont pas inscrits à la Caisse Nationale de Sécurité Sociale (CNSS).

Le concours reste le mode de recrutement le plus utilisé par les responsables des médias audiovisuels (soit 53%), suivi du recrutement après un stage dans les mêmes locaux (soit 34%).

Par ailleurs, selon les déclarations de 83% des responsables des médias privés guinéens, leur station dispose d'un cahier de charges. Parmi eux, seulement 18% ont pu ou ont voulu montrer le cahier de charges à l'agent enquêteur.

De même, 93% des médias privés disposent d'un agrément selon la déclaration des responsables rencontrés. Toutefois, seulement 43% des responsables ont pu ou ont voulu montrer l'agrément.

Sur la base des déclarations, 12% des stations de radios privées ont déjà fait l'objet de sanction de la part de la HAC. Les principales raisons évoquées sont entre autres : i) le non-respect de l'éthique et de la déontologie du métier ; ii) la non prise en compte du genre (femmes) dans le recrutement du personnel ; iii) la détection du signal de la radio hors de la zone de couverture autorisée. La sanction n'a été qu'un avertissement dans la majorité des cas et puis la fermeture d'une radio durant 1 mois.

Parlant de plainte de la part d'un auditeur, 8% des stations de radio privées ont déclaré avoir reçu une plainte d'un auditeur contre un de leurs journalistes.

En outre, 55% des responsables des stations de radio privées ont déclaré qu'au moins un de leurs journalistes a été victime d'agression dans l'exercice de son métier. L'agression a été surtout physique dans la plupart des cas (soit 43%).

Concernant les redevances, seulement 8% des radios privées ont déclaré être à jour de paiement pour l'année 2019. Parmi celles-ci, 18% ont pu apporter la preuve de paiement de la dernière redevance. En plus, 38% des radios privées ont déclaré que leur dernier paiement date de 2018. Toutefois, il faut préciser que l'information n'a pas été obtenue pour 25% des radios privées.

Par ailleurs, près de la moitié des répondants ont déclaré avoir confiance en la HAC (48%). Les raisons évoquées sont entre autres : i) la franchise dans la collaboration ; ii) la défense des médias ; iii) et le respect par la HAC de sa mission.

### 3.2.3 Informations générales sur les Radios Rurales

Au total, la mesure d'audience des medias audiovisuels a touché 12 radios rurales. Celles-ci ont été créées entre 1990 et 2015. Selon les déclarations des responsables, 4 de ces stations ont des émetteurs dont la puissance est égale à 1000 watts ; 4 autres utilisent des émetteurs dont la puissance est comprise entre 300 et 700 watts et 2 ont des émetteurs de 20 et 30 watts. Quant à la couverture géographique, 4 stations de radios rurales ont un rayon de couverture qui est compris entre 200 et 500 Km ; 4 autres émettent sur un rayon qui varie entre 100 et 170 Km et 2 autres couvrent respectivement 20 et 30 Km.

Les radios rurales emploient en moyenne 8 personnes dont 2 femmes. Parmi les 8 employés dont des contractuels, en moyenne 2 sont diplômés en journalisme. Durant les 5 dernières années, en moyenne 6 employés des radios rurales ont bénéficié d'une formation qui a eu lieu durant l'année 2019 selon les déclarations de 8 responsables. De même sur les 8 employées, en moyenne, 4 ont bénéficié d'une formation sur la couverture des élections.

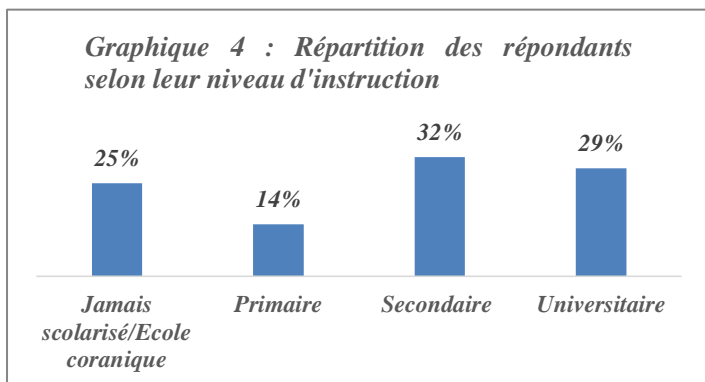
En outre, selon les répondants, aucun employé des radios rurales ne dispose de la carte professionnelle du journalisme délivrée par la HAC. De même, ils n'ont aucun employé inscrit à la Caisse Nationale de la Sécurité Sociale (CNSS), selon 7 responsables sur 8. Voici les quelques recommandations formulées à l'endroit de la HAC

- ✚ Se battre pour que la loi L002 soit la seule applicable à la presse en cas de délit dans le cadre du métier ;
- ✚ Accélérer la libération des cartes professionnelles ;
- ✚ Instaurer un dialogue permanent entre les médias et l'institution ;
- ✚ Accentuer la supervision ;
- ✚ Initier des formations à l'endroit des journalistes de l'intérieur ;
- ✚ Améliorer la subvention des radios ;
- ✚ Installer des démembrements de la HAC dans les régions.

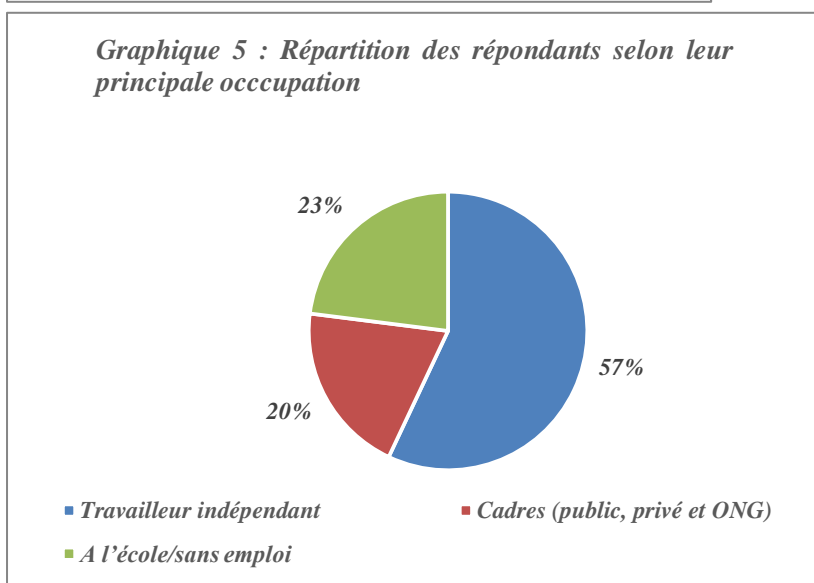
## CHAPITRE IV : ENQUETE AUPRES DES MENAGES

### 4.1 Caractéristiques sociodémographiques des répondants

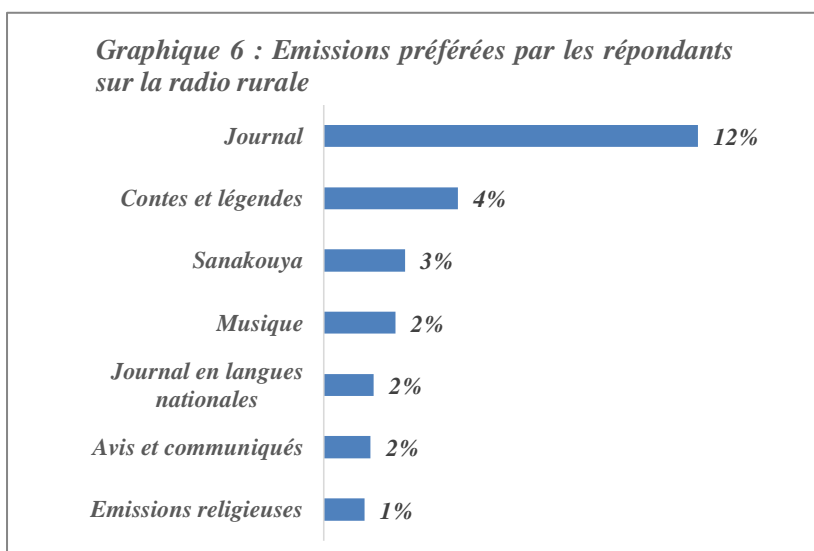
Cette enquête a touché 815 personnes dans les huit régions administratives du pays. Parmi les répondants, 25% sont des femmes. L'âge moyen des répondants est de 39 ans. S'agissant de



leur statut matrimonial, 62% d'entre eux sont mariés. Trois quarts des répondants ont fait au moins l'école primaire. Quant à leur principale occupation, 57% sont des travailleurs indépendants. *Pour plus de détails, conférer graphiques 4 et 5.*



La quasi-totalité des répondants écoutent la radio, soit un taux d'écoute de 99,5%. Le taux de possession de poste radio est pourtant de 54% parmi les répondants. En effet, 80% des répondants ont déclaré écouter la radio à partir de leur téléphone. Parmi ceux qui écoutent la radio, 46% ont déclaré écouter les stations étrangères notamment RFI (35%) et BBC (9%). Le taux d'écoute quotidien de la RTG est de 38%<sup>3</sup>. La principale heure d'écoute de la RTG est 19h45 qui est l'heure du journal. L'émission préférée par les auditeurs sur la RTG est le journal.



Le taux d'écoute de la radio rurale est de 45%. La principale heure d'écoute est 20h00. *Les émissions préférées sont indiquées dans le graphique 6.*

<sup>3</sup> Il s'agit de la proportion des répondants qui ont déclaré écouter la RTG au moins une fois par jour.

Le taux d'écoute des stations de radio privées est de 89%. Espace FM est la radio privée la plus citée, soit 32% des répondants. Espace FM vient en tête à Conakry (55%), Kamsar (48%), Labé (48%) et N'zérékoré (40%). A Kankan, Baobab FM vient en première position avec 44%. A Kindia, c'est Kania Zik FM avec 75%. A Mamou, la première radio citée est Boliva-r FM avec 63%. A Mandiana et Siguiri, c'est Milo FM avec respectivement 68% et 56%.

Les radios citées en deuxième position sont Continental FM pour Conakry (22%), radio CBG pour Kamsar (43%), Milo FM pour Kankan (29%), GPP FM pour Labé (27%) et Mamou (33%), Baobab FM pour N'zérékoré (40%) et Siguiri (19%). La principale heure d'écoute est 9h00.

S'agissant des émissions préférées sur les stations de radio privées, les plus citées par les répondants sont : les Grandes Gueules (Espace FM), Bountougni (Continental FM), le journal (partout), émission religieuse (Touba), Ka walan walan (Kankan) et Metèdhi (Mamou).

## 4.2 Audience de la radio

### 4.2.1 Stations d'écoutes

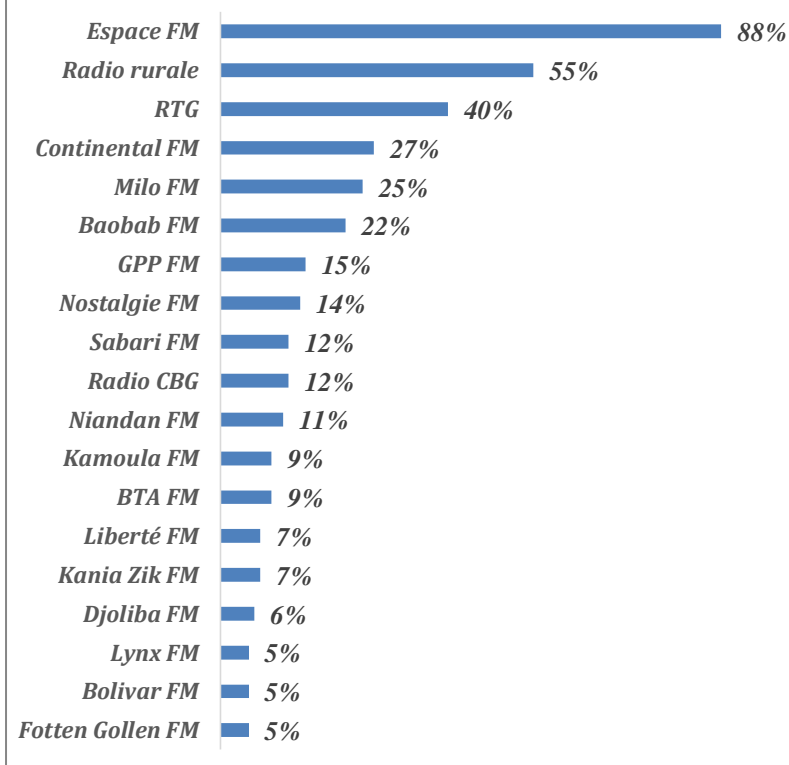
Cette section porte sur l'écoute des stations de radio guinéenne par les répondants. Il a été demandé aux répondants de citer les stations de radio qu'ils écoutent régulièrement, c'est-à-dire au moins une fois par jour. Dans l'ensemble, 48 stations de radio ont été citées par au moins un auditeur. *Voir tableau 3.*

*Tableau 3 : Stations de radio écoutées par les répondants*

<i>Stations de radio</i>	<i>Stations de radio</i>	<i>Stations de radio</i>	<i>Stations de radio</i>	<i>Stations de radio</i>	<i>Stations de radio</i>
Espace FM	Radio CBG	Fotten Gollen FM	Fotten Gollen FM	Kalac radio	Radio Gaoual
Radio rurale	Sabari FM	Bolivar FM	Bolivar FM	Chérie FM	Global FM
RTG	Niandan FM	Lynx FM	Lynx FM	Soleil FM	Emergence FM
Continental FM	BTA FM	Evasion FM	Evasion FM	Pacifique FM	Familia FM
Milo FM	Kamoula FM	Horizon FM	Horizon FM	Tamata FM	Bate FM
Baobab FM	Kania Zik FM	Cis media FM	Cis media FM	Futur media	Radio de Koumbia
GPP FM	Liberté FM	Djigui FM	Djigui FM	Bonheur FM	Nabaya FM
Nostalgie FM	Djoliba FM	Sweet FM	Sweet FM	Gangan FM	Atlantic FM



*Graphique 7 : Les stations de radio écoutées régulièrement (au moins une fois par jour) par les répondants*



Le graphique 7 indique les stations de radio qui ont été citées par au moins 5% des répondants. Le top 5 est constitué de : Espace FM, Radio Rurale, RTG, Continental FM et Milo FM.

La durée moyenne d'écoute de la radio par les auditeurs par jour est de 129 minutes dont 72 minutes consacrées à leur émission préférée. Les principaux sujets d'intérêt des répondants dans ces radios sont la politique (27%), les faits de société (24%), les nouvelles du monde (12%) et l'éducation (10%).

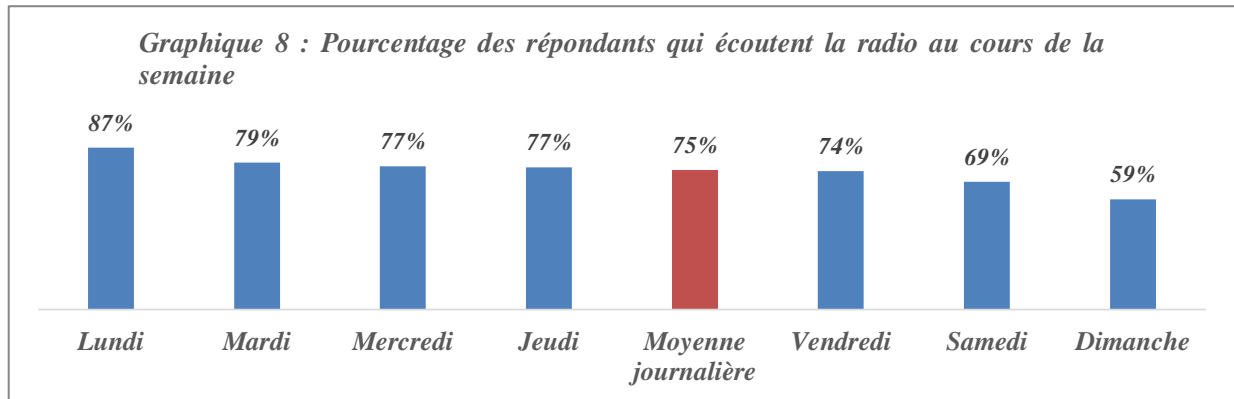
En général les émissions préférées s'adressent à tout le monde et à toutes les

catégories socioprofessionnelles, selon 84% des répondants. Les sujets moins bien couverts par les stations de radio sont l'éducation, la santé, l'immigration, la religion et le sport.

Les informations diffusées par ces stations de radio sont jugées crédibles par 88% des répondants. En plus, 86% des répondants estiment que les journalistes sont professionnels. Parmi eux, 90% se sont déclarés satisfaits du programme diffusé par leur radio préférée. Toutefois, les auditeurs écoutent le journal principalement sur Espace FM (29%) et la radio rurale (13%).

#### 4.2.2 Habitudes d'écoute de la radio par tranche horaire

Il faut rappeler qu'au cours de l'enquête, 99,5% des répondants ont déclaré écouter la radio. Toutefois, ceux qui écoutent la radio au quotidien représentent 75%. Le graphique 8 montre que lundi, premier jour de la semaine, enregistre le taux d'écoute le plus élevé.



Les taux d'écoute les plus élevés ont été enregistrés pour la tranche horaire 18h-21h et ce quel que soit le jour considéré. *Pour plus de détails, conférer graphique 9.*

Par rapport aux habitudes d'écoute des répondants, les stations de radio qu'ils ont le plus citées sont les suivantes :

- De 06- 08h : Espace FM, Milo FM, la radio rurale et la RTG
- De 08h-10h : Espace FM et la radio rurale
- De 10h-12h : Espace FM, Milo FM, la radio rurale et la RTG
- De 12h-18h : Espace FM
- De 18h-21h : Radio rurale, Continental FM, Espace FM et RTG
- De 21h-00h : Radio rurale et Espace FM

Pour plus de détails sur les habitudes d'écoute des répondants à Conakry, voir tableau 4 ci-dessous.

Graphique 9 : Pourcentage des répondants écoutant la radio par jour et par tranche horaire

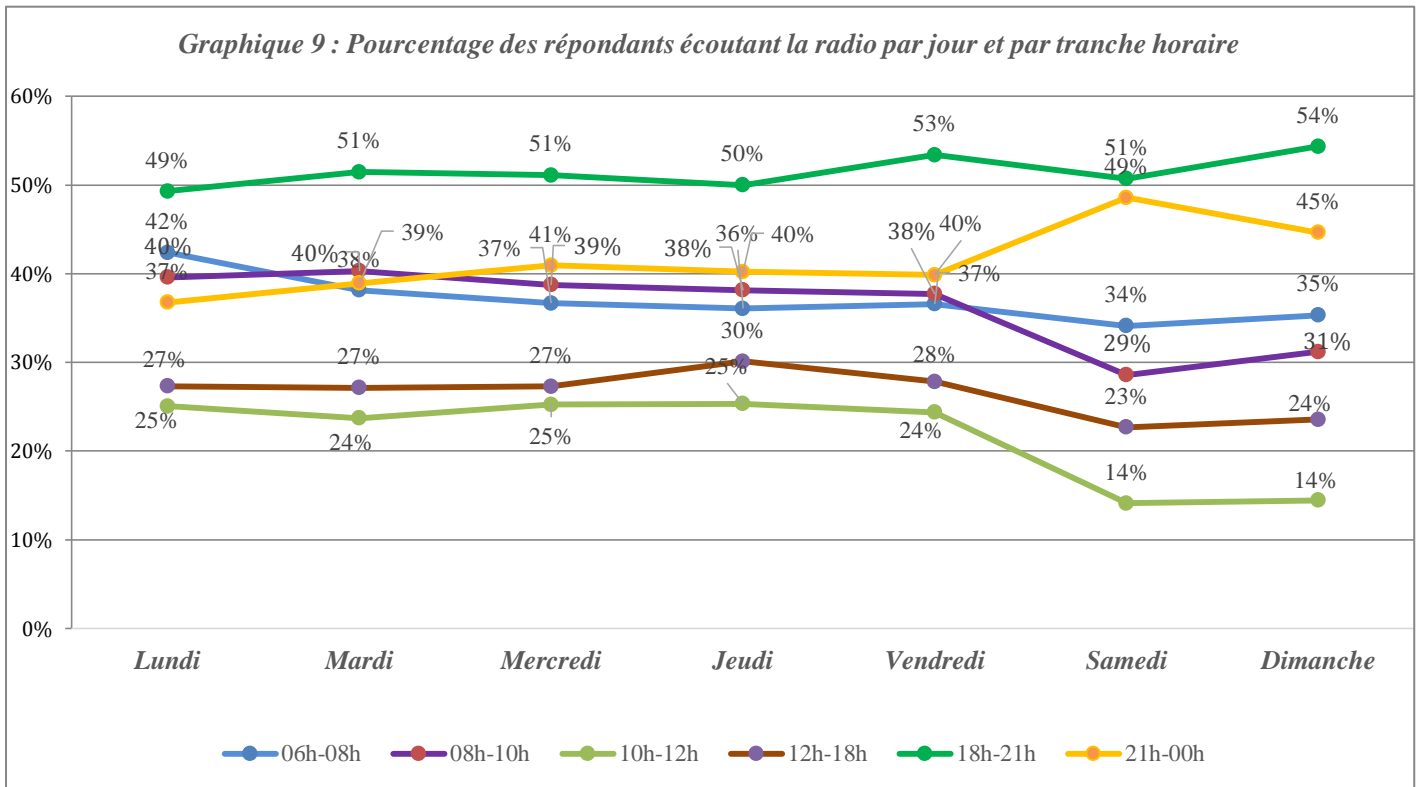


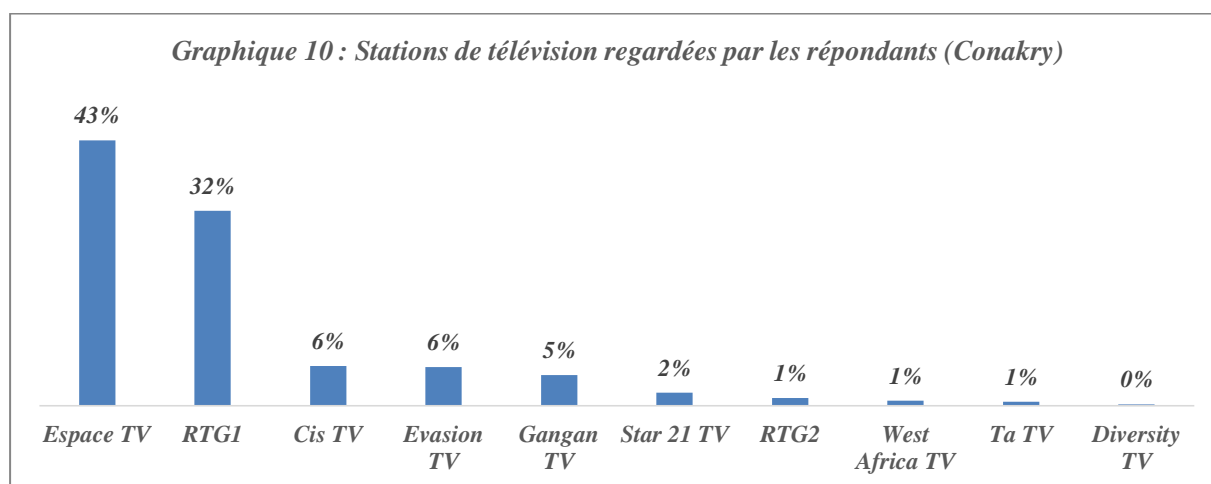
Tableau 4 : Habitude d'écoute des stations de radio par tranches horaires par les répondants (Conakry)

Tranches horaires	Lundi		Mardi		Mercredi		Jeudi		Vendredi		Samedi		Dimanche	
	Station de radio	%	Station de radio	%	Station de radio	%	Station de radio	%	Station de radio	%	Station de radio	%	Station de radio	%
06h-08h	Espace FM	11%	Espace FM	5%	Espace FM	5%	RTG	6%	Continental FM	6%	RTG	9%	RTG	9%
	RTG	6%	RTG	5%	RTG	5%	Espace FM	5%	Espace FM	5%	Espace FM	8%	Espace FM	8%
									RTG	5%				
08h-10h	Espace FM	26%	Espace FM	26%	Espace FM	24%	Espace FM	23%	Espace FM	23%	Espace FM	13%	Espace FM	13%
10h-12h	Espace FM	32%	Espace FM	23%	Espace FM	25%	Espace FM	28%	Espace FM	30%	Espace FM	12%	Nostalgie FM	11%
	RTG	5%					RTG	5%	Continental FM	5%	RTG	8%	Espace FM	8%
											Continental FM	6%	RTG	8%
12h-18h	Continental FM	7%	Continental FM	6%	Continental FM	7%	Continental FM	6%	Continental FM	6%	Espace FM	9%	Continental FM	8%
	Nostalgie FM	6%	Nostalgie FM	6%	Nostalgie FM	6%	Espace FM	6%	Espace FM	6%	Continental FM	8%	Espace FM	8%
	Espace FM	6%	Espace FM	5%	Espace FM	6%	Nostalgie FM	5%	Nostalgie FM	5%				
18h-21h	Continental FM	23%	Continental FM	27%	Continental FM	21%	Continental FM	24%	Continental FM	27%	Espace FM	11%	RTG	13%
	Espace FM	8%	Nostalgie FM	9%	Espace FM	10%	Espace FM	9%	Nostalgie FM	9%	RTG	9%	Continental FM	11%
	Nostalgie FM	6%	RTG	7%	Nostalgie FM	10%	Nostalgie FM	8%	Espace FM	7%	Continental FM	7%	Espace FM	8%
	RTG	5%	Espace FM	6%	RTG	7%	RTG	6%	RTG	5%			Nostalgie FM	7%
21h-00h	Espace FM	14%	Espace FM	13%	Espace FM	14%	Espace FM	15%	Espace FM	15%	Espace FM	13%	Espace FM	12%
			Continental FM	5%	Continental FM	8%	Continental FM	8%	Continental FM	6%	Continental FM	6%	RTG	5%
									RTG	5%	RTG	6%		

## 4.3 Audience de la télévision

### 4.3.1 Les stations de télévision

Les stations de télévision guinéenne que les répondants regardent et qu'ils ont citées sont au nombre de 10. Ce sont la RTG1, Espace TV, Evasion TV, Gangan TV, Faso TV, Star 21 TV, Ta TV, Cis TV, West Africa TV et Diversity TV. Toutefois, les principales sont RTG1, Espace TV et Evasion.



Les répondants ont déclaré consacrer plus de temps à Espace TV (40%) et à la RTG1 (31%). En moyenne, ils passent 84 minutes à regarder la télévision par jour. Ils consacrent, en moyenne, 56 minutes à leur émission préférée. *Pour plus de détails sur les émissions préférées, conférer tableau 5.*

*Tableau 5 : Emissions télévisées préférées par les répondants dans les différents sites*

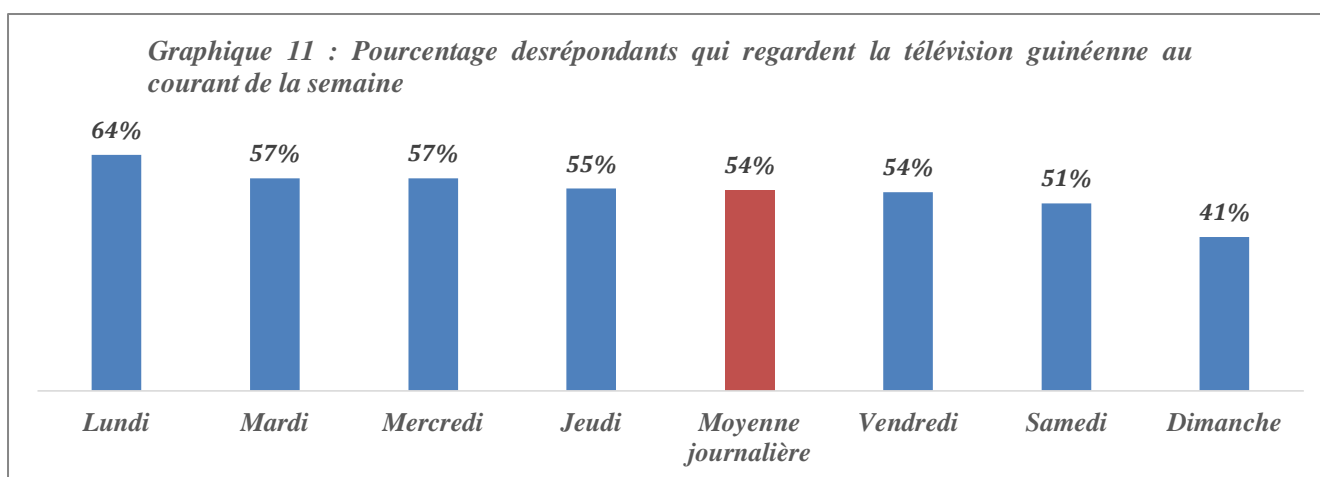
Sites	Station de télévision	Emissions	%	Sites	Station de télévision	Emissions	%
Conakry	Espace TV	Les Grandes Gueules	58%	Kissidougou	Espace TV	Les Grandes Gueules	73%
		Journal	30%		RTG1	Journal	74%
	RTG1	Journal	53%	Labé	Espace TV	Les Grandes Gueules	50%
		Kolomatin	16%			Journal	50%
Boké	Espace	Les Grandes Gueules	37%	Mamou	Espace TV	Les Grandes Gueules	68%
	RTG1	Journal	81%	Kankan	Espace TV	Les Grandes Gueules	66%
Kamsar	Espace TV	Les Grandes Gueules	50%		Faso TV	Ka walan walan	78%
	RTG1	Journal	61%		RTG1	Journal	77%
Kindia	Espace TV	Les Grandes Gueules	46%	Mandiana	RTG1	Journal	63%
	RTG1	Journal	50%	Siguiri	RTG1	Journal	82%
Faranah	Espace TV	Les Grandes Gueules	50%	N'zérékoré	Espace	Les Grandes Gueules	70%
	RTG1	Journal	81%		RTG1	Journal	81%

Selon les répondants, leur émission préférée s'adresse principalement à tout le monde (62%) et à toutes les catégories socioprofessionnelles (57%). Quant au besoin non couvert par leur télévision préférée, il s'agit de l'éducation, du sport et de la religion.

Pour 70% des répondants, les informations diffusées par leur télévision préférée sont crédibles. La majorité des répondants sont d'avis que les journalistes sont professionnels (72%). Le programme diffusé par cette télévision est jugé satisfaisant par 70% des répondants.

#### 4.3.2 Habitudes de regarder la télévision par tranche horaire

En moyenne, 54% des répondants ont déclaré regarder la télévision guinéenne par jour. Ce pourcentage est plus élevé au début de la semaine notamment pour lundi, mardi et mercredi. Par contre, le weekend, le pourcentage enregistré est faible. *Voir graphique 11.*



Le graphique 12 ci-dessous montre que les répondants regardent le plus la télévision dans les tranches d'heures de 18h-21h et 21h-00h. Pour les autres tranches horaires, les pourcentages sont relativement faibles durant toute la semaine.

Quant aux stations de télévision regardées par les répondants, Espace TV et RTG1 sont les plus citées, quelle que soit la tranche horaire. Néanmoins, Faso TV et Evasion TV s’ajoutent à cette liste pour les tranches horaires de 18h-21h et de 21h-00h. Le tableau 6 indique les stations les plus regardées par tranche horaires par les répondants de Conakry.

*Graphique 12 : Pourcentage des répondants regardant la télévision par jour et par tranche horaire*

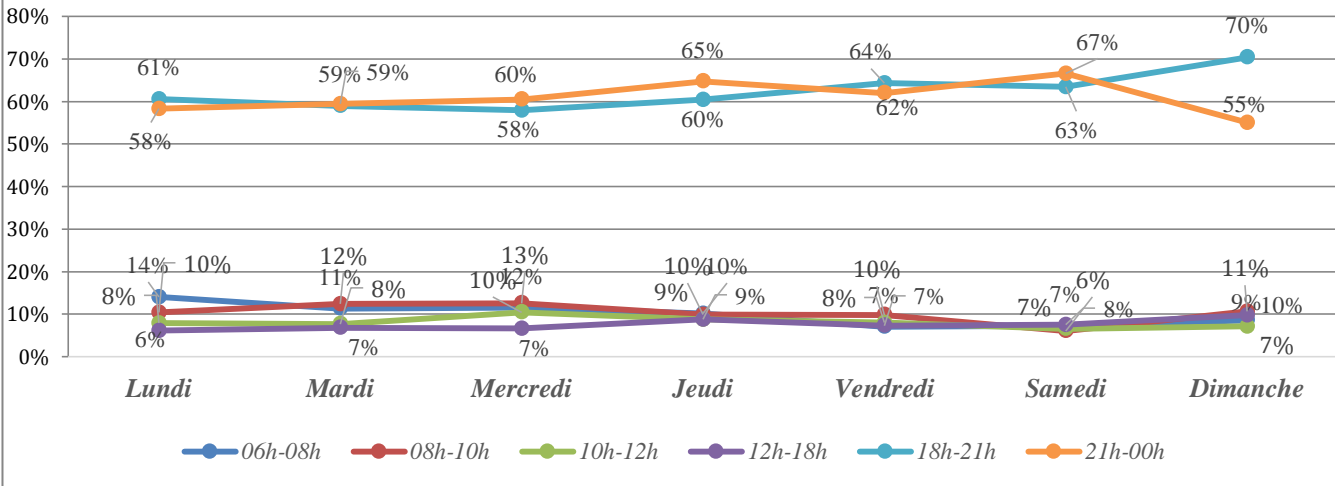


Tableau 6 : Habitudes de regarder la télévision par tranche horaire par les répondants (Conakry)

Tranches horaires	Lundi		Mardi		Mercredi		Jeudi		Vendredi		Samedi		Dimanche	
	Station de télévision	%	Station de télévision	%	Station de télévision	%	Station de télévision	%	Station de télévision	%	Station de télévision	%	Station de télévision	%
06h-08h	Espace TV	12%	RTG1	7%	RTG1	7%	Espace TV	8%	Espace TV	5%	RTG1	6%	RTG1	8%
	RTG1	6%	Espace TV	7%	Espace TV	6%	RTG1	5%	RTG1	3%	Espace TV	5%	Espace TV	5%
08h-10h	Espace TV	7%	Espace TV	4%	Espace TV	6%	Espace TV	4%	Espace TV	6%	RTG1	5%	RTG1	8%
	RTG1	2%	RTG1	3%	RTG1	3%	RTG1	3%	RTG1	3%	Espace TV	3%	Espace TV	5%
											Evasion TV	2%		
10h-12h			RTG1	2%	RTG1	2%	RTG1	2%	Espace TV	2%	Espace TV	4%	RTG1	4%
											RTG1	2%	Espace TV	2%
12h-18h			Espace TV	3%	RTG1	2%	Espace TV	2%	RTG1	3%	RTG1	5%	RTG1	9%
			Cis TV	2%			RTG1	2%			Espace TV	2%	Espace TV	2%
			RTG1	2%										
18h-21h	RTG1	34%	RTG1	31%	RTG1	32%	RTG1	29%	RTG1	40%	RTG1	31%	RTG1	37%
	Espace TV	10%	Espace TV	11%	Espace TV	9%	Espace TV	9%	Espace TV	9%	Espace TV	15%	Espace TV	16%
			Evasion TV	2%	Evasion TV	3%	Evasion TV	5%	Evasion TV	3%	Cis TV	4%	Cis TV	6%
			Gangan TV	2%	Cis TV	2%	Gangan TV	2%			Evasion TV	2%		
											Gangan TV	2%		
21h-00h	Espace TV	50%	Espace TV	51%	Espace TV	53%	Espace TV	57%	Espace TV	51%	Espace TV	42%	Espace TV	35%
	RTG1	7%	RTG1	7%	RTG1	7%	RTG1	9%	RTG1	11%	RTG1	15%	RTG1	11%
					Gangan TV	3%	Evasion TV	2%	Cis TV	2%	Cis TV	2%	Gangan TV	3%
					Star 21 TV	2%	Gangan TV	2%	RTG2	2%	RTG2	2%	RTG2	2%



## CONCLUSION ET RECOMMANDATIONS

Le sondage pour une mesure d'audience des Médias Audiovisuels Guinéens dans le cadre du projet « Appui pour une régulation performante de la Haute Autorité de la Communication » va permettre à la Haute Autorité de la Communication (HAC) de faire l'état des lieux dans le secteur de l'audiovisuel guinéen. Ce sondage qui s'est déroulé du 25 septembre au 04 octobre 2019 a touché des ménages, des radios et télévisions dans toutes les régions du pays et dans les localités où il y a au moins un de ces médias.

Les objectifs de cette évaluation sont de faire la liste des radios et télévisions, mesurer l'audience et veiller au respect ou non du cahier de charges entre autres. Cela a permis de recenser ainsi 31 radios commerciales, 21 communautaires, 10 étatiques, 1 culturelle et sportive, 1 corporative et 6 télévisions privées.

S'agissant du profil des répondants, au total, cette étude a touché 70 médias audiovisuels dont 64 radios et 6 télévisions. A Conakry, il y a 23 radios et 4 télévisions. Parmi les 70 responsables des médias audiovisuels interviewés, 8 sont des femmes. L'âge moyen des répondants est de 35 ans. Ils sont majoritairement mariés ou en union (soit 71%). Pratiquement tous sont des diplômés d'université (93%). La majorité occupe le poste de Directeur Général (51%). Les autres sont respectivement des Chefs des programmes (20%) ou des Rédacteurs en Chef (11%).

Un responsable des médias sur cinq a déclaré avoir étudié une spécialité relative au journalisme (soit 20%). Les autres ont plutôt étudié les Lettres modernes (13%), la Sociologie (11%), Linguistique (6%), Mathématiques (6%), Agronomie (4%), Communication (3%), Gestion (3%) et Ecole Normale des Instituteurs (3%). Toutefois, la majorité de ceux qui n'ont pas étudié le journalisme (soit 71%) ont déclaré avoir bénéficié d'au moins une formation ou un stage de plus de 3 mois dans ce domaine. Ce renforcement de capacités a eu lieu sur la période 2016-2019 pour 80% de ceux qui n'ont pas étudié le journalisme. En ce qui concerne la couverture des élections, 77% des responsables des médias audiovisuels ont déclaré avoir reçu une formation. Cette formation était liée aux élections de 2015 pour la majorité d'entre eux (59%). Parmi les institutions organisatrices de ces formations, il faut citer SFCG (14%), URTELGUI (10%) et la HAC (9%).

Partant du constat fait du sondage réalisé auprès des auditeurs et des responsables des radios, pour que ce secteur se porte mieux tant pour les régulateurs que pour les médias, il faut :

- ✓ appliquer la loi en matière de régulation ;
- ✓ améliorer la régulation dans ce secteur, par un monitoring assidu ;
- ✓ veiller à la conformité des cahiers de charges aux contenus des programmes ;
- ✓ identifier tous les journalistes et techniciens des radios et télévisions par la délivrance de la carte de la HAC ;
- ✓ instituer les rencontres entre les régulateurs et les médias ;
- ✓ Faire la part entre radios relais et les radios mères ;
- ✓ veiller à l'établissement de contrat de travail entre les journalistes et les promoteurs de médias.
- ✓ Encourager les partenaires à mieux s'impliquer dans le renforcement des capacités des journalistes.

## PERSONNEL DE L'ETUDE

*Coordonnateur* : Aliou BARRY  
*Point focal* : Thierno Malick DIALLO  
*Data manager* : Yumba INABANZA

### Personnel de collecte

#### *Equipe I : Conakry : Médias audiovisuels*

*Superviseur* : Thierno Malick DIALLO

*Enquêteurs* :

Abdoulaye DIALLO  
Ibrahima Kalil CAMARA  
Saran DOUMBOUYA  
Hawa BAH

#### *Equipe II : Conakry : Ménages*

*Superviseur* : Kadiatou DIALLO

*Enquêteurs* :

Malick Jamal DIALLO  
Djenabou SOUMAH  
Aïssatou Garanké BARRY  
N'fansoumane CAMARA

#### *Equipe III : Kindia, Coyah, Boké et Kamsar*

*Superviseur* : Mohamed SYLLA

*Enquêteurs* :

Fodé Mamadou CAMARA  
M'balia SOUMAH  
Alpha Issiaga DIALLO  
Aïssatou Kamal TOURE

#### *Equipe IV : Mamou, Labé et Gaoual (Touba)*

*Superviseur* : Mariama Baïlo DIALLO

*Enquêteurs* :

Mamadou Oury BARRY  
Saratou DIALLO  
Ibrahima Sory CAMARA  
Aboubacar GROVOGUI

#### *Equipe V : Kankan, Siguiri et Mandiana*

*Superviseur* : Sekou I CONDE

*Enquêteurs* :

Sidafa DIAKITE  
Victorine TOLNO  
Adama KOULIBALY  
Ousmane Baba CAMARA

#### *Equipe VI : Faranah, Kissidougou et N'zérékoré*

*Superviseur* : Siré Cathérine CAMARA

*Enquêteurs* :

Norbert KOULEMOU  
Moussa Wata FOFANA  
Sia Angéline TOLNO  
Djibril MAMY

### Personnel de rédaction

Aliou BARRY  
Yumba INABANZA  
Abdoulaye DIALLO  
Thierno Malick DIALLO

### Comptabilité

Djenabou BARRY

