

L'AUDIENCE DE STUDIO KALANGOU

3,4 millions
d'auditeur-
rice-s

+ 30%
d'audience

52 radios
partenaires

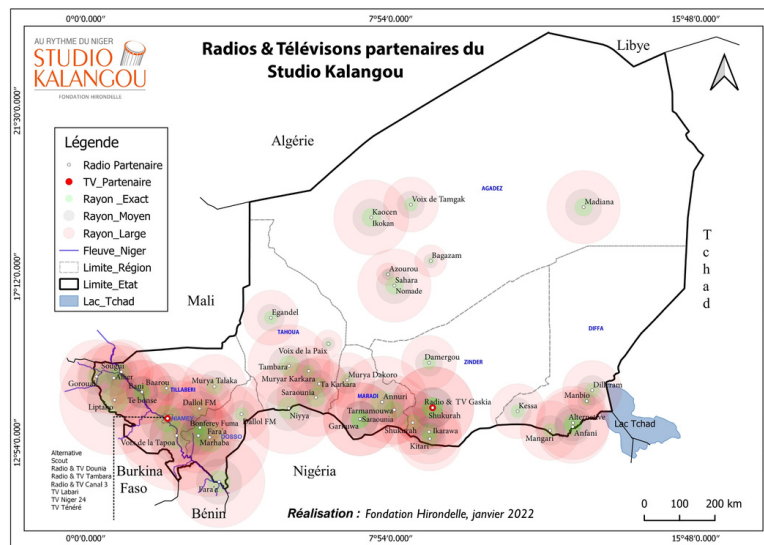
5 langues

121'500
followers

Créé par la Fondation Hironnelle en 2016 pour permettre aux populations nigériennes d'accéder à **une information fiable** sur la situation dans leur pays, le Studio Kalangou diffuse des magazines, journaux et débats quotidiennement en **5 langues (français, tamasheq, fulfuldé, haussa, zarma)**.

Une étude l'audience en 2023 a démontré que, au Niger, la radio reste le média le plus suivi, devant la télévision, en dehors de la capitale de Niamey. Ainsi, en 2023, Studio Kalangou comptait 3,4 millions d'auditeur-ric-e-s par semaine.

Son audience hebdomadaire a connu **une remarquable augmentation de 30%** par rapport à 2020, passant de 12,1% à 42%. Les programmes de Studio Kalangou sont diffusés par un réseau de radios partenaires implantées dans toutes les régions du Niger. Depuis 2020, ce réseau s'est accru et compte désormais 52 radios privées et communautaires et 7 télévisions, couvrant un potentiel 70 % de la population du pays.



Le nombre de followers sur les différents réseaux sociaux de Studio Kalangou a également augmenté. Fin 2023, c'est plus de 110'000 followers sur Facebook et 11'500 abonné-e-s sur X (Twitter) avec une notoriété en croissance. Les programmes sont également suivis par la diaspora nigérienne qui représente 50 % des visiteur-euse-s du site de Studio Kalangou.

Parmi les auditeur-ric-e-s, **55% d'entre eux-elles conseillent à leurs ami-e-s et proches d'écouter les programmes du Studio.**

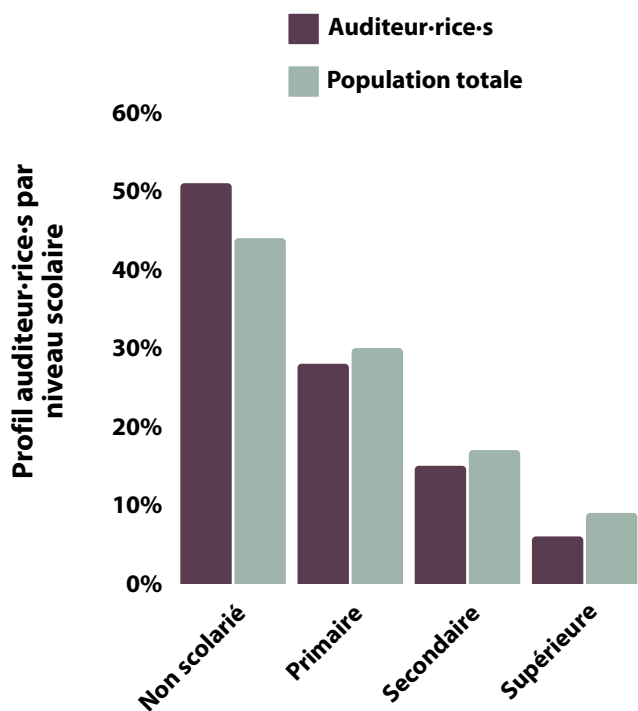
Le taux de confiance envers les programmes de Studio Kalangou est élevé, 74 % des auditeur-ric-e-s affirment avoir confiance en la véracité du contenu des informations. Un total de 92% des auditeur-ric-e-s de Studio Kalangou considèrent que ses programmes sont **«indispensables» ou «utiles»** pour eux-elles. En 2020, ce chiffre s'élevait à 66 %.

Méthodologie

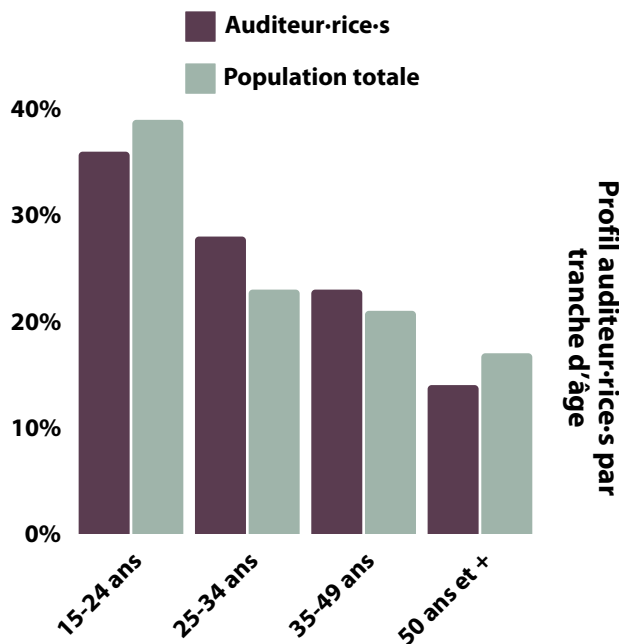
L'étude d'audience a été menée en juillet 2023 par IMMAR auprès d'un échantillon de 2'295 personnes de 15 ans et plus interrogées en face à face. Elle a été réalisée dans six villes du Niger : Niamey, Dogondoutchi, Zinder, Goudoumaria, Arlit et Agadez sur la base d'échantillons représentatifs par ville en utilisant la méthode des quotas selon les critères socio-démographiques : genre, âge, catégorie socioprofessionnelle et niveau scolaire.

Profil du public de Studio Kalangou

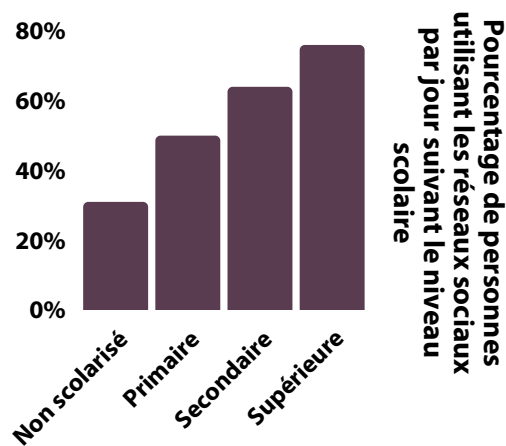
En 2023, l'audience de Studio Kalangou était quasiment paritaire (49 % femmes). En 2020, l'audience était davantage masculine avec 63% d'hommes.



L'étude d'audience démontre que les personnes scolarisées vont davantage sur les réseaux sociaux et internet. Studio Kalangou se développe donc également sur les médias sociaux afin de toucher ces segments de la population.



La majorité des auditeur-ric-e-s de Studio Kalangou ont moins de 35 ans (64%). Les segments non scolarisés de la société sont également très représentés parmi les auditeur-ric-e-s, avec 51% qui ne sont pas ou n'ont pas été scolarisé-e-s. **La radio a un rôle important auprès de ces segments non scolarisés afin de leur apporter l'information oralement, dépassant les barrières de la lecture.**



STUDIO KALANGOU ET LES BESOINS DES POPULATIONS

L'appréciation des programmes varie en fonction des zones géographiques du Niger.

Quasi unanimement, les auditeur-ric-e-s de Studio Kalangou considèrent que ses programmes leur permettent :

- ➔ de mieux comprendre le Niger et son fonctionnement (98%) ;
- ➔ de pouvoir écouter les informations dans la langue qu'ils/elles parlent (97%) ;
- ➔ d'avoir accès à des informations objectives et non partisans sur l'ensemble du pays (95%) ;
- ➔ de s'intéresser à des domaines, des sujets, des régions et des populations du Niger auxquelles ils/elles ne s'intéressaient pas ou peu auparavant (94%).