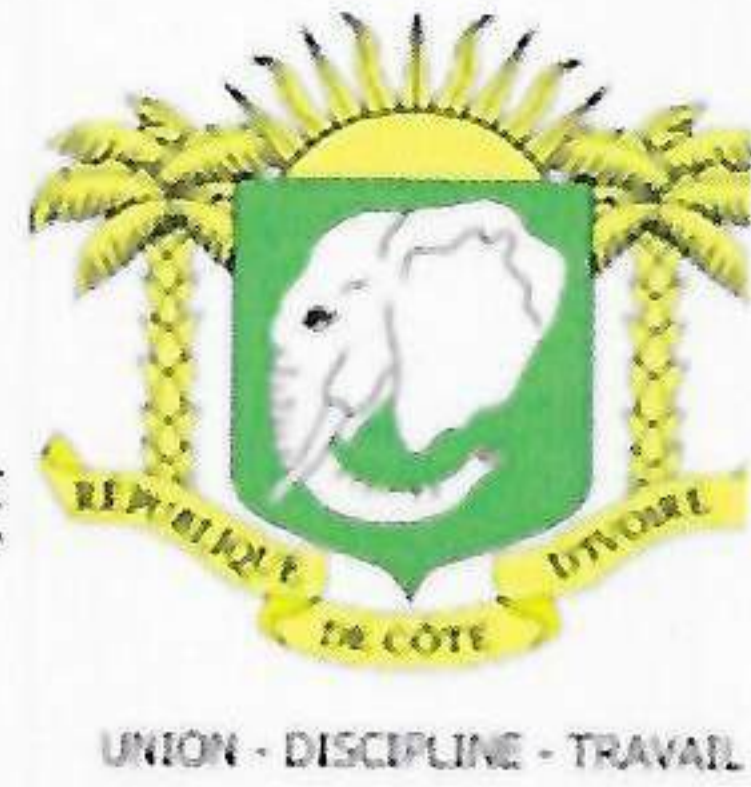




HAUTE AUTORITE DE LA COMMUNICATION AUDIOVISUELLE

Autorité Administrative Indépendante



**Cahier des charges pour la sélection d'un institut d'études
pour la mesure des audiences TV et Radio en Côte d'Ivoire**

~ Février 2026

I. <u>Cadre Général</u>	
1. Contexte Général	<p>Suite à la libéralisation de l'espace audiovisuel et à l'avènement de nouveaux éditeurs et diffuseurs de chaînes de télévision et de stations de radiodiffusion, il est apparu nécessaire de disposer d'une étude d'audience unique et certifiée exploitable par l'ensemble des acteurs du marché afin d'améliorer la conception et la diffusion des programmes mais aussi d'aider à la commercialisation des espaces publicitaires au juste prix.</p> <p>Dans cette perspective, Le présent Cahier des charges qui vaut Brief de compétition, est élaboré par la HACA afin de préciser les modalités techniques du travail attendu.</p>
2. Les objectifs de la Consultation Restreinte	<p>Le présent Cahier des charges a pour objectifs :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De préciser les détails des offres techniques et financières attendues des opérateurs techniques soumissionnaires ; 2. De solliciter des opérateurs techniques soumissionnaires un projet de contrat pour la future collaboration.
II. <u>Offre Technique</u>	
<p>L'opérateur technique soumissionnaire (le soumissionnaire) dans le cadre de cet appel d'offres devra présenter une offre technique comprenant les rubriques et informations décrites dans le tableau ci-dessous :</p>	
1. Les objectifs des études de la mesure d'audience et les media couverts	<p>Concevoir et implémenter un programme permanent et continu de la mesure d'audience des médias TV et Radio en Côte d'Ivoire ;</p> <ul style="list-style-type: none"> ❖ La Radio (toutes stations émettant et reçues en Côte d'Ivoire qu'elles soient nationales ou internationales, commerciales ou non) ; ❖ La Télévision (toutes stations émettant et reçues en Côte d'Ivoire qu'elles soient nationales ou internationales, commerciales ou non). <p>Et évaluer les habitudes d'exposition aux médias et supports du digital (internet et téléphonie mobile).</p>

<p>2. La méthodologie de l'étude</p>	<p>1. Le soumissionnaire définira le plan de l'étude en se conformant ou en faisant des propositions d'amélioration des points ci-dessous :</p> <p>a. La population à couvrir : 15 ans et +</p> <p>b. La méthode et la base d'échantillonnage : méthode des quotas sur les critères socio-démographiques suivants :</p> <p style="padding-left: 40px;">Sexe X Age Sexe X Niveau d'étude Sexe X Activité professionnelle</p> <p>c. La taille de l'échantillon : 4 500 interviews répartis de la façon suivante :</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Abidjan : 2000 ; ▪ Bouaké : 600 ; ▪ San Pedro : 500 ; ▪ Daloa : 500 ; ▪ Korhogo : 500 ; ▪ Abengourou : 400. <p>d. le mode de recueil de l'information : Face à face sur tablette, à domicile. 1 seule personne interrogée par foyer avec Equi-répartition des interviews par jour nommé du lundi au dimanche ;</p> <p>e. La durée du recueil : 3 semaines chaque mois ;</p> <p>f. Préciser le nombre de points de chute par ville et les modalités de dispersion des interviews.</p> <p>g. Respecter le délai de livraison de 2 semaines maximum, des résultats après la fin de la période d'interrogation :</p> <p>La durée moyenne des interviews devra se situer autour de 30 minutes.</p>
<p>3. Le questionnaire</p>	<p>Le soumissionnaire devra présenter la structuration du questionnaire avec précision des grandes rubriques selon les indications suivantes :</p> <p>Questions d'introduction :</p> <ul style="list-style-type: none"> - notoriété assistée des stations de radio et des chaînes de TV ; - Audience dernière période (audience période en cours autre que la veille). <p>Question principale d'audience :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Audience de la veille <p>Questions marketing :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Composition et équipement du foyer ; - Caractéristiques socio démographiques ; - Fréquentation internet ; - Habitudes d'écoute Radio, TV, internet.

	<p>Le soumissionnaire doit s'engager, si il est retenu, à effectuer des tests du questionnaire ou des enquêtes pilotes, et en fournir le résultat à la HACA et aux éditeurs de la TNT.</p>
<p>4. Les Livrables attendus</p>	<p>Le soumissionnaire devra faire ressortir dans son offre technique les indicateurs ci-dessous de la mesure d'audience :</p> <p>1. Les indicateurs des audiences du média Télévision</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicateurs à produire dans les rapports de mesure de l'audience : <ul style="list-style-type: none"> ○ Audience cumulée veille ; ○ Audience ¼ d'heure par ¼ d'heure ; ○ Durée moyenne d'écoute par individu (DEI) ; ○ Durée moyenne d'écoute par auditeur (DEA) ; ○ Parts d'audience. <p>2. Les indicateurs des audiences du média Radio</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Indicateurs à produire dans les rapports de mesure de l'audience : <ul style="list-style-type: none"> ○ Audience cumulée veille ; ○ Audience ¼ d'heure par ¼ d'heure ; ○ Durée moyenne d'écoute par auditeur (DEA) ; ○ Parts d'audience.

<p>5. Le contrôle qualité interne</p>	<p>Dans le cadre de sa proposition, le soumissionnaire devra fournir des détails sur son mécanisme de recueil de données ainsi que les procédures d'autocontrôles de qualité qu'il utilisera pendant le travail sur le terrain.</p> <p>Le soumissionnaire devra fournir les détails sur :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le plan de formation des enquêteurs afin de s'assurer de la bonne compréhension de la méthodologie, des instructions, du questionnaire ; 2. Le plan de suivi et contrôle de la mise en œuvre sur le terrain du questionnaire par les enquêteurs sur le terrain ; 3. Les méthodes de contrôle des questionnaires une fois le terrain terminé ; 4. Le Nombre et la nature des agents sur le terrain (contrôleurs, superviseurs, enquêteurs) ; <p>A l'issue du pré-test des questionnaires, l'opérateur technique soumissionnaire retenu s'engage à fournir à la HACA et les médias nationaux les résultats des vérifications du contrôle de qualité effectué.</p>
<p>6. Contrôle externe</p>	<p>Le soumissionnaire s'engage à accepter, sur demande, que le recueil de l'information terrain soit réalisé X fois par an en présence de la HACA ou de son mandataire.</p>
<p>5. Le plan de traitement des données recueillies et livrables</p>	<p>Le soumissionnaire devra présenter un plan de traitement des données précisant les informations pertinentes sur :</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Le redressement des échantillons notamment : <ol style="list-style-type: none"> a. les bases de données statistiques utilisées ; b. les méthodes de redressement choisies. 2. Livrables : Synthèse mensuelle et synthèse trimestrielle. Détailler le contenu des rapports mensuels et trimestriels ; 3. Outil d'analyse de l'audience : Le soumissionnaire sera responsable du choix et de la mise en œuvre (intégration des données, fonctionnalités, prix.) d'un logiciel unique d'analyse des données dont il précisera les modalités.

III. Offre Financière

Il est demandé au soumissionnaire de fournir en plus de son offre technique une offre financière séparée.

Cette offre financière devra également prendre en compte, en toute transparence, la structure organisationnelle du soumissionnaire (plan de recrutement et des ressources humaines) devant travailler sur le projet.

IV. Expérience et Organisation

Le soumissionnaire, en plus du dossier technique de son offre, doit justifier une bonne connaissance de l'environnement media en Côte d'Ivoire et des études d'opinion.

Les informations sur ses expériences antérieures dans les études médias en Côte d'Ivoire seront un atout.

Le soumissionnaire devra mettre en place une organisation dédiée respectant les statuts (interne /externe) tels que proposés ci-dessous.

<u>souhaité</u>	Nombre	Lieu de travail	Statut
• Direction	?	bureau	interne*
• Contrôle qualité	?	bureau	interne*
• Supervision terrain	?	terrain	interne*
• Contrôles terrain	?	terrain	interne*
• Enquêteurs	?	terrain	externe

• *Interne = employés ou personnes physiques agissant en tant que prestataires exclusifs de la société ivoirienne créée par le soumissionnaire .*

V. Cadre de collaboration

L'Opérateur technique soumissionnaire doit présenter un projet de cadre de collaboration prenant en compte :

- Un projet de contrat ;
- Une proposition d'organisation de la collaboration entre le soumissionnaire et la HACA ;
- Un rapport trimestriel sur la conduite de la mesure d'audience et notamment des difficultés rencontrées.

VI. Conditions de participation à l'Appel d'Offres

Le présent Appel d'offres est exclusivement réservé aux sociétés de droit ivoirien basées en Côte d'Ivoire et non affiliées à une multinationale.

Les offres techniques et financières des opérateurs techniques consultés seront soumis à la HACA.

Les Offres Technique et Financière ainsi que tous les documents annexes doivent être rédigés en langue française et envoyés par Courriel à l'adresse mentionnée ci-dessous au plus tard **le Lundi 02 Mars 2026 à 17 heures UTC** et porter expressément la mention ou l'objet :

« Mise en œuvre de la mesure des audiences : Recrutement d'un opérateur technique chargé de la mesure des audiences des médias audiovisuels en Côte d'Ivoire »

L'adresse à laquelle il est fait référence ci-dessus est :

Haute Autorité de la Communication Audiovisuelle (HACA)

Adresse : Abidjan- Cocody 7^{ème} Tranche, en, face de la Direction Régionale des Impôts, Lot n°3769, Ilot n°307 – BP V 56 Abidjan – République de Côte d'Ivoire

Tél : + (225) 27 22 41 9660

Email : infos@haca.ci

Pour la HACA

Le Président

Me René BOURGOIN