

# Votre marché est partout

Série exportation

# Afrique

Bénéfices pour les producteurs canadiens  
d'étendre leur marché à l'international



Ce rapport porte sur l'état des industries des médias, de la technologie et du divertissement dans les marchés africains de langue anglaise et de langue française.

Dans ce document, vous trouverez un aperçu de l'écosystème de la TPC et du mobile sur le continent, des exemples de stratégies pour percer le marché africain et un regard sur le centre de production télévisuelle en plein essor de la Côte d'Ivoire.

Quelques faits saillants :

► Plus de douze pays comptent le français parmi ses langues officielles et les 100 millions de francophones de ces pays représentent environ la moitié de la population francophone mondiale.

► L'Afrique est un des marchés où la croissance de la téléphonie mobile est la plus rapide sur la planète. ↓

► Certains pays, comme la Côte d'Ivoire et le Sénégal, rapportent des taux de pénétration d'Internet par mobile de plus de 100 %.

► En 2014, Canal Plus a procédé au lancement d'A+ pour renforcer son offre de contenu style de vie destiné à un public féminin. Les abonnements à la chaîne A+ devraient atteindre deux millions d'ici la fin de 2017 et quatre millions d'ici 2018. De formidables gains compte tenu des 700 000 abonnés en 2015. ↓

► Netflix domine le marché émergent de la TPC, mais il existe néanmoins plus de 100 services de diffusion vidéo en continu opérés par des télédiffuseurs, des entreprises de télécom, des entreprises médiatiques et des fournisseurs de télépayante qui se partagent le marché africain. ↓

► L'adoption soutenue des plateformes de médias sociaux est qualifiée par plusieurs comme un important vecteur de de croissance de la consommation de contenu en Afrique.

Le présent rapport présente un survol du paysage panafricain des médias, de la technologie et du divertissement. Seule l'Afrique du Sud y est exclue, car ce pays fait l'objet d'un rapport distinct de cette série.

Le document dévie du format des autres rapports de cette série, lesquels suivaient un modèle divisé en plusieurs rubriques : relations avec le Canada, genres à succès, environnement réglementaire, etc. Cependant, seuls quelques pays africains (l'Algérie, le Maroc et le Sénégal) examinés dans le présent rapport ont un traité de coproduction avec le Canada et peu d'activités de coproduction ont été menées à ce jour.

Cependant, quelques entreprises canadiennes ont récemment exporté avec succès leur production à des pays d'Afrique. Par exemple :

- ▶ Guru Studio et son émission préscolaire *Justin Time* vendue à E-vision pour le marché nord-africain<sup>1</sup>
- ▶ DHX avec *The Deep* pour distribution sur les ondes de Zap en Angola et au Mozambique<sup>2</sup> ainsi que *Bob The Builder* à Nuvu, le service de vidéo sur demande par abonnement d'Ericsson lancé en partenariat avec l'opérateur mobile Airtel Nigeria<sup>3</sup>

Les pays d'Afrique offriront un potentiel énorme au cours des années à venir en tant que marchés d'exportation pour des émissions de télévision, des jeux vidéo, de l'animation et des documentaires. Le présent rapport présente donc un survol de la croissance exponentielle de l'infrastructure enregistrée partout sur le continent, particulièrement en ce qui concerne les plateformes émergentes mobiles et de télévision par contournement (TPC) qui rendent les produits et les services accessibles à des centaines de millions de consommateurs, souvent pour la première fois.

De plus, ce rapport présente des exemples de stratégies médiatiques et technologiques actuellement employées dans des marchés anglophones et francophones sélectionnés de l'Afrique. Voici d'ailleurs un portrait rapide de la taille des marchés africains de langue anglaise et de langue française.

On dénombre quelque 24 pays d'Afrique où l'une des langues officielles est l'anglais. Plus de douze pays comptent le français parmi ses langues officielles et les 100 millions de francophones de ces pays représentent environ la moitié de la population francophone mondiale. Selon une estimation, le nombre de francophones dans le monde atteindra

700 millions d'ici 2050, dont 80 % devraient habiter le continent africain<sup>5</sup>.

Sur le plan du contenu, la télévision sur le continent africain est un amalgame d'émissions réalisées en Afrique (dramatiques, magazines de divertissement et émissions d'information et d'actualité), des contenus réalisés à l'étranger et importés en Afrique ainsi que des versions localisées de formats bien connus comme *The Voice*, *Africa's Got Talent* et *Big Brother Africa* (souvent décrite comme l'émission la plus regardée sur le continent<sup>6</sup>).

## CONSEILS D'EXPERTS

**À propos des opportunités à saisir en Afrique par les producteurs canadiens**

**« La France est déjà plutôt active en production médiatique dans les pays francophones d'Afrique. Cependant, il y a des occasions à saisir en matière d'émissions sous-titrées pour les producteurs canadiens, certainement en français, mais aussi en anglais. Il existe une réelle demande pour la fiction, la dramatique et l'animation. »**

– Eric M'Boua, Diffuseur, réalisateur et animateur, Abidjan, Côte d'Ivoire

Une tendance que l'on n'avait pas anticipée dans le paysage médiatique de l'Afrique est l'énorme popularité des « telenovelas » – ou feuilletons mélodramatiques – provenant d'Amérique latine. Ces émissions réalisées partout en Amérique latine sont généralement doublées dans la langue locale. Par exemple, la plus importante société médiatique d'Amérique latine, Globo, a conclu une entente au milieu de 2017 pour trois de ses telenovelas les plus populaires – *Total Dreamer*, *Empire* et *Hidden Truths* – dans le marché africain, où ils seront diffusés avec sous-titres en anglais<sup>7</sup>.

## CONSEILS D'EXPERTS

**À propos du succès retentissant des telenovelas latino-américains en Afrique**

**« Tout le monde souhaite faire partie de la classe moyenne. Par conséquent, de tels récits trouvent écho auprès de gens en quête d'un mode de vie auquel ils peuvent aspirer. »**

– Pascal Koroso, Associé directeur, African Voices Dubbing Company, Nairobi, Kenya<sup>8</sup>

## L'AFRIQUE, UN MARCHÉ « INTERNET D'ABORD »? OUI ET NON...

Alors que les pays occidentaux perçoivent la télévision comme un précurseur de la programmation en ligne, sur le continent africain, à la fois le téléviseur et l'infrastructure requise pour diffuser les émissions télévisées représentent des luxes hors de la portée de plusieurs. Par conséquent, assimiler les secteurs des médias et du divertissement avec la télévision n'est pas nécessairement la meilleure façon d'envisager le marché africain.

L'Afrique est un des marchés avec la plus forte croissance de la téléphonie mobile sur la planète et l'accès à Internet par des appareils mobiles et des réseaux cellulaires a permis à plusieurs de passer d'une vie sans télé ou ordinateur à la maison à une vie de connectivité Internet au gré de leurs déplacements.

Toutefois, l'expérience de la qualité et de la connectivité d'Internet en Afrique n'a rien de comparable à l'expérience canadienne. Plusieurs couches d'infrastructure dictent l'accessibilité d'Internet ainsi que des services médiatiques et technologiques en Afrique.

La couche primaire est le réseau électrique. Selon un rapport publié par la Banque mondiale en mai 2017, un milliard de personnes pourraient avoir accès au réseau électrique en Afrique subsaharienne d'ici 2040, laissant 500 millions de personnes qui n'y auraient toujours pas accès<sup>10</sup>. De plus, même les gens avec de l'électricité doivent souvent composer avec un système peu fiable assurant un service intermittent. De récents développements en matière d'énergie solaire semblent prometteurs et pourraient assurer, en particulier aux ruralités, un accès moins coûteux et plus fiable au cours des prochaines années<sup>11</sup>.

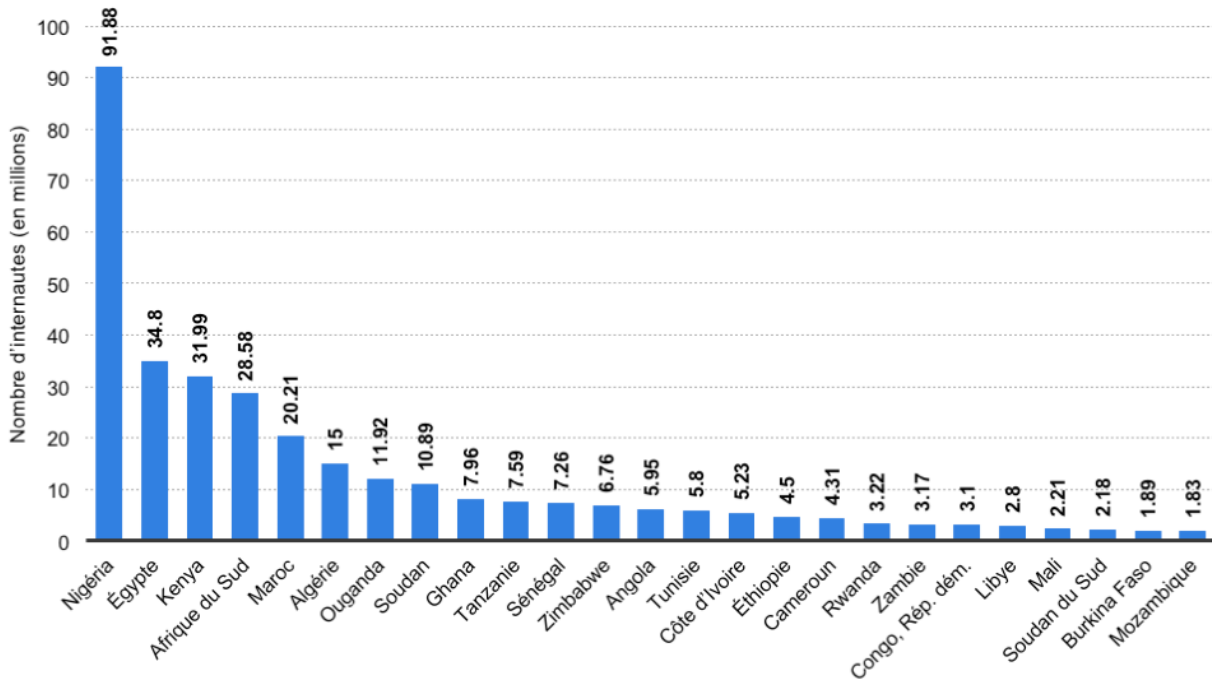
Le taux de pénétration du réseau fixe à large bande en Afrique s'établit à environ 6 % et le taux moyen de pénétration d'Internet est d'environ 10 %<sup>13</sup>, soutenu en bonne partie par les abonnements mobiles. Pour mettre ces données en perspective, comparez-les à une disponibilité du réseau fixe à large bande d'environ 90 % au Canada (bien que des écarts de vitesse soient observés entre les ruralités et les centres urbains)<sup>14</sup> et aux 25 millions de Canadiens (sur une population d'environ 35 millions) qui sont abonnés à un service de téléphonie mobile<sup>15</sup>.

Il existe aussi une grande disparité entre les pays d'Afrique les moins branchés et les plus branchés. Des pays comme le Burundi, le Niger, la Sierra Leone et la Somalie affichent des taux de pénétration d'Internet qui varient entre 2 % et 5 %, tandis que le Maroc et le Nigéria ont un taux de pénétration d'environ 50 %<sup>16</sup>. Le pays d'Afrique qui mène le bal en matière de pénétration d'Internet est le Kenya avec environ 80 % en 2017, mais l'accès passe presque uniquement par des réseaux et appareils mobiles<sup>17</sup>.

Certains pays, comme la Côte d'Ivoire et le Sénégal, rapportent des taux de pénétration d'Internet mobile de plus de 100 %<sup>18</sup>. Un réalisateur installé en Côte d'Ivoire explique le mystère du nombre très élevé d'abonnements mobiles à Internet comme suit : « Nous comptons trois ou quatre fournisseurs de services Internet par mobile ici, mais aucun n'est pleinement fiable. Donc, les gens ont deux ou même trois abonnements mobiles. Lorsque le signal d'un service est faible, ils en utilisent un autre. La plupart des gens se rendaient jadis à des cybercafés pour regarder des vidéos sur YouTube ou utiliser Facebook. Aujourd'hui, il est plus courant pour les gens d'utiliser leurs téléphones pour accéder aux sites. S'ils épuisent leur plan de données, ils n'ont qu'à se rendre au magasin du coin et renflouer leur compte pour continuer d'utiliser leur appareil. »<sup>19</sup>

Le graphique qui suit illustre le nombre d'utilisateurs Internet dans plus de deux douzaines de pays d'Afrique.

## Nombre d'internautes en date de mars 2017, pays d'Afrique sélectionnés (millions d'internautes)



Note : Afrique, mars 2017, incluant les connexions fixes et mobiles

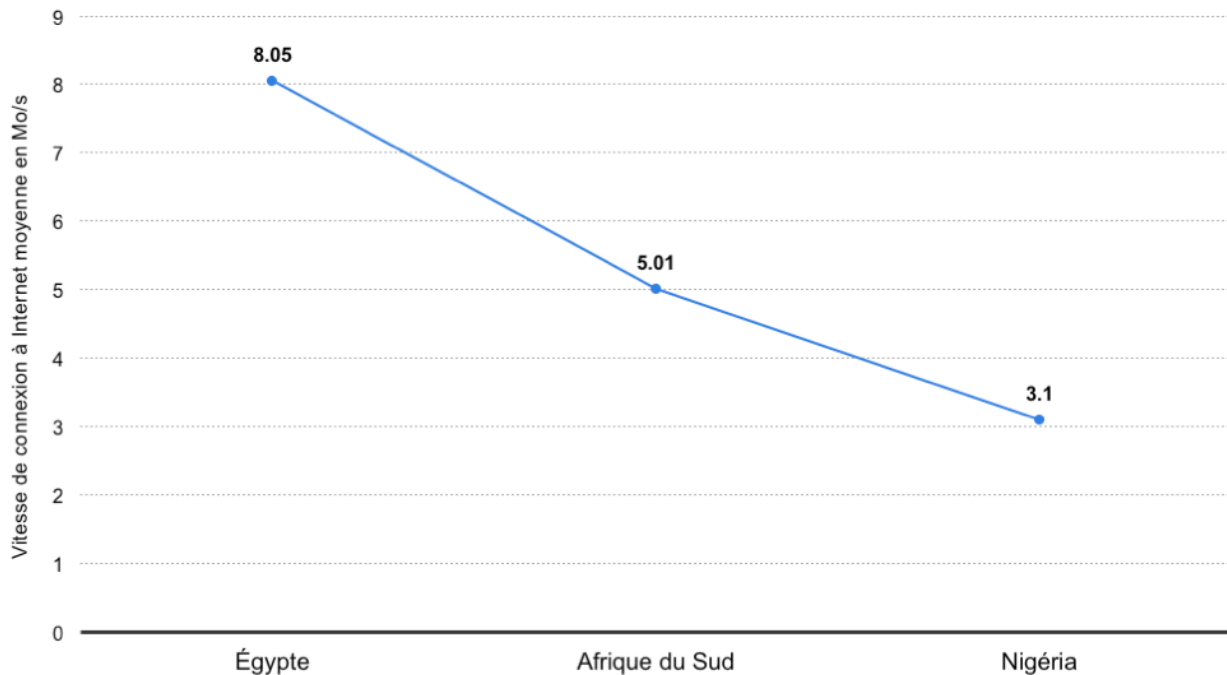
Source : Internet World Stats; ITU

statista

Comme l'illustre ce graphique, les quatre premiers pays d'Afrique sur le plan de l'utilisation d'Internet comptent quelque 200 millions d'utilisateurs. Par la suite, le marché est très fragmenté entre plusieurs douzaines de pays.

Cependant, il va sans dire que le nombre d'utilisateurs d'Internet ne raconte qu'une partie de l'histoire. Si on exclut les trois pays d'Afrique où les taux de pénétration d'Internet sont les plus élevés, un sombre portrait est brossé. Le graphique ci-dessous illustre les limites des vitesses de connexion par mobile en Afrique. (À titre comparatif, le Canada affiche une vitesse moyenne de téléchargement par mobile de 26,5 Mo/s<sup>20</sup>.)

### Vitesse moyenne de connexion Internet mobile moyenne, pays d'Afrique sélectionnés (3<sup>e</sup> trimestre de 2016)



Note : Afrique, 3<sup>e</sup> trimestre de 2016

Source : Akamai Technologies; We Are Social

statista

C'est donc dans ce contexte d'un continent de quelque 1,2 milliard d'habitants – dont plusieurs sont nouvellement connectés à la suite de l'expansion des réseaux mobiles et de la baisse des prix des appareils mobiles – que le présent rapport se penche sur ce qui suit :

- ▶ les stratégies de pénétration du marché africain de certaines entreprises sélectionnées;
- ▶ l'écosystème de la TPC en plein développement en Afrique.

## STRATÉGIES DE PÉNÉTRATION DU MARCHÉ AFRICAIN : TÉLÉVISION ET ENTREPRISES DE TÉLÉCOM

Selon le rapport 2017 des Nations Unies sur les perspectives de la population mondiale, environ la moitié de la croissance de la population mondiale d'ici 2050 se produira en Afrique. L'actuelle population de l'Afrique, soit quelque 1,2 milliard de personnes, devrait donc doubler et atteindre quelque 2,5 milliards d'habitants au cours de cette période. Le Nigéria devrait remplacer les États-Unis au rang du troisième pays le plus peuplé de la planète, après la Chine et l'Inde, tandis que les populations de la République démocratique du Congo et de la Tanzanie devraient quasiment tripler<sup>21</sup>.

En réponse à cette croissance explosive, une poignée de sociétés multinationales françaises des médias et des communications font des percées dans le marché africain. La présente section présente un aperçu de leurs stratégies de pénétration du marché africain.

Les conglomérats médiatiques français Canal Plus et Lagardère exploitent tous les deux des activités dans des villes africaines francophones. Leur stratégie repose sur une approche à plusieurs volets :

- ▶ proposer des émissions produites en France pour atteindre de nouveaux auditoires;
- ▶ explorer de nouvelles occasions en matière de production de contenu local, pour lequel la demande est en croissance;
- ▶ diffuser le contenu produit dans des pays africains voisins.

### Canal Plus

Cette chaîne câblée « premium » française est active en Afrique depuis les années 1990 et elle y exploite quelque deux douzaines de chaînes de télévision couvrant des genres comme le sport, le contenu jeunesse et le cinéma. Comme les opérations sur le continent prennent rapidement de l'expansion et sont déjà rentables, la société poursuit son expansion<sup>22</sup>.

En 2014, Canal Plus a procédé au lancement d'A+ (pour « Afrique plus ») afin de renforcer son offre de contenu style de vie pour le public féminin. Basée à Abidjan, en Côte d'Ivoire, la chaîne A+ est considérée comme un « divertissement premium panafricain » et présente des émissions provenant

de 17 pays d'Afrique. Les abonnements à la chaîne A+ devraient atteindre deux millions d'ici la fin de 2017 et quatre millions d'ici 2018. En 2015, la chaîne ne comptait que 700 000 abonnés<sup>23,24</sup>. À titre comparatif, Canal Plus compte 5,6 millions d'abonnés en France<sup>25</sup>.

### CONSEILS D'EXPERTS

**À propos de l'optimisme des sociétés françaises dans le marché africain des médias**

**« On peut s'attendre à un meilleur potentiel de développements pour les médias français en Afrique qu'en France, où le marché est plutôt saturé. »**

- Francois Deplanck, Canal Plus Outre-mer<sup>26</sup>

### Lagardère

La première société française de production média exploite un total de 16 chaînes de télévision internationales. Sa chaîne spécialisée pour enfants Gulli est proposée en dix versions localisées dans les pays d'Europe de l'Est et la chaîne Gulli AFRICA est offerte dans 22 pays africains francophones<sup>27</sup>.

Au cours de la dernière année, Lagardère a également doublé son catalogue d'émissions télévisées et de films provenant d'Afrique. Selon le PDG de Lagardère, Christophe Thorat : « Notre catalogue de films africains est très développé et diversifié. On y dénombre 70 réalisateurs de 24 nationalités différentes. [...] Nous observons l'émergence d'une forme contemporaine de cinéma en Afrique et nous voulons jouer un rôle à cet égard en offrant des garanties minimales, en nous chargeant de la distribution et en vendant la production partout dans le monde.<sup>28</sup>

## Orange

Depuis que la téléphonie mobile a transformé le marché africain au tournant du millénaire, l'entreprise de télécom française Orange poursuit une stratégie de croissance agressive partout sur le continent. Orange sert aujourd'hui quelque 100 millions de clients dans 19 pays d'Afrique – du Maroc dans le nord à la Côte d'Ivoire et au Sénégal dans l'ouest, au Kenya dans l'est et à l'Afrique subsaharienne dans le sud. L'entreprise génère 80 % de ses revenus en Afrique de ses services mobiles, qui comprennent des services de voix et de données, des services bancaires mobiles, des services de divertissement mobiles (par ex., jeux et musique) ainsi que des services de commerce mobile – B2B et consommateurs<sup>29</sup>.

En 2017, Orange propose un nouveau service dans certains marchés africains (par ex., Sénégal, Maurice, Côte d'Ivoire) : Orange TV. Il s'agit d'une plateforme de vidéo sur demande disponible en haute définition. Telle une version miniature de Netflix, la plateforme donne accès à une programmation télévisuelle et cinématographique locale, nationale et internationale. Orange TV est accessible aux consommateurs ayant un abonnement fixe à Internet d'Orange ou possédant un téléphone intelligent compatible 3G/4G (moyennant l'utilisation de l'appli Orange)<sup>30</sup>. Orange TV cible aussi les expatriés africains qui vivent en Europe en leur proposant un bouquet de contenus « du pays d'origine », incluant des chaînes comme RTS (Radio Television Sénégalaise), RTI (Radio Télévision Ivoirienne/Côte d'Ivoire), CrTV (Cameroon Radio Television) et Télé Congo (République démocratique du Congo)<sup>31</sup>.

## PLEINS FEUX SUR LA CÔTE D'IVOIRE

Cette section dresse un survol des industries des médias et du divertissement d'un marché francophone d'Afrique en particulier, la Côte d'Ivoire.

La capitale de la Côte d'Ivoire, la ville côtière d'Abidjan, est la troisième ville francophone en importance sur la planète. Paris a récemment été délogée du premier rang de la liste des principales villes francophones par Kinshasa (République démocratique du Congo) et Montréal se classe au quatrième rang sur la liste<sup>32</sup>.

Qualifiée au fil des ans de « Paris de l'Afrique occidentale » et de « Manhattan des Tropiques » en raison de sa vibrante vie culturelle et de son flair métropolitain, la ville d'Abidjan est en mode de reconstruction de son infrastructure depuis la fin des guerres civiles ayant ravagé la Côte d'Ivoire entre 2002 et 2011<sup>33</sup>.

### Paysage médiatique et technologique

Télévision en Côte d'Ivoire:

- ▶ RTI (Radio Télévision Ivoirienne)  
Chaînes terrestres exploitées par l'État (diffusion en accès libre)
  - RTI 1
  - RTI 2
- ▶ A+ (Canal Plus)

- ▶ Télévision par satellite via Eutelsat : environ 170 chaînes françaises et locales comme France 24 (nouvelles) et TV5 Monde (chaîne française d'intérêt général)<sup>34</sup>

### CONSEILS D'EXPERTS

À propos de la télévision produite localement en Côte d'Ivoire

**« Des émissions de télévision comme *Ma Famille* et *Teenager* sont des succès locaux provenant de la Côte d'Ivoire. Elles sont en mesure de faire concurrence aux séries de télévision produites par la machine "Nollywood" beaucoup mieux établie du Nigéria. »**

- Laetitia Gadegbeku, Déléguée commerciale, Ambassade du Canada, Côte d'Ivoire<sup>35</sup>



Stéphane Baumier, directeur général des opérations de la française Canal Plus en Côte d'Ivoire, attribue la popularité des dramatiques *Ma Famille* et *Teenager* au fait que les gens veulent voir leur vie reflétée à l'écran. De telles émissions font appel à des équipes locales, des comédiens locaux et des lieux de tournage connus des auditoires. Pour accroître sa pertinence à l'extérieur de la Côte d'Ivoire, *Ma Famille* sera tournée dans trois autres pays d'Afrique – le Burkina Faso, le Mali et le Sénégal – et des comédiens locaux seront embauchés dans chacun de ces pays<sup>36</sup>.

#### Internet et téléphonie mobile en Côte d'Ivoire :

- ▶ Quelque 5 millions d'utilisateurs d'Internet (20 % de la population)<sup>37</sup>
- ▶ Plus de 25 millions d'abonnements à la téléphonie mobile, représentant un taux de pénétration de plus de 100 % (population estimée à quelque 24 millions d'habitants)<sup>38</sup>
- ▶ Dans son indice de préparation du réseau (Networked Readiness Index) du rapport annuel mondial 2016 sur les technologies de l'information, le Forum économique mondial décrit l'état de développement des TCI (technologies de l'information et des communications) en Côte d'Ivoire comme suit :

[TRADUCTION] « La communauté d'affaires fait état de gains marqués dans l'environnement réglementaire et commercial. Aussi, les dirigeants des milieux d'affaires sont d'avis que le gouvernement s'est doté d'une solide vision en matière de TCI et connaît donc un succès considérable dans la promotion des TCI. [...] De plus, ils confirment que l'efficacité du gouvernement s'est considérablement améliorée grâce aux TCI. Mais alors que le taux d'utilisation des entreprises et des particuliers est en forte croissance, l'infrastructure commence à montrer des signes de limite. C'est un des secteurs où la Côte d'Ivoire prend du retard. Allant de l'avant, mettre l'infrastructure à niveau et aborder la question de l'abordabilité semblent être prioritaires pour maintenir l'élan. »<sup>39</sup>

Le principal événement de l'industrie africaine pour le cinéma, la télévision et le contenu est le **DISCOP** qui tient des événements de calibre international dans des pays comme la Côte d'Ivoire, le Nigéria et le Kenya.

## DE LA TÉLÉ À LA TPC : DÉVELOPPEMENT DE L'ÉCOSYSTÈME

En raison des grandes disparités dans l'expansion de la diffusion terrestre et de l'infrastructure câblée, le paysage télévisuel en Afrique est, depuis longtemps, très différent de celui qu'on trouve en Amérique du Nord ou en Europe.

Au milieu de 2017, une analyse de l'industrie de télévision dans la région MENA (Moyen-Orient et Afrique du Nord) faisait les constats suivants<sup>40</sup>:

- ▶ La télévision diffusée en accès libre demeure le mode de transmission dominant. Seulement 14 % des ménages étaient abonnés à un service de télé payante en 2016;
- ▶ Les abonnements à la télé payante et à la TPC devraient doubler d'ici 2022;
- ▶ Les prix facturés pour l'accès à la télé payante devraient baisser en raison de niveaux très élevés de piratage partout sur le continent;

- ▶ D'autres modes de transmission, comme la diffusion numérique et l'IPTV (la télévision sur Internet), se développent beaucoup moins rapidement que la diffusion par satellite et la TPC.

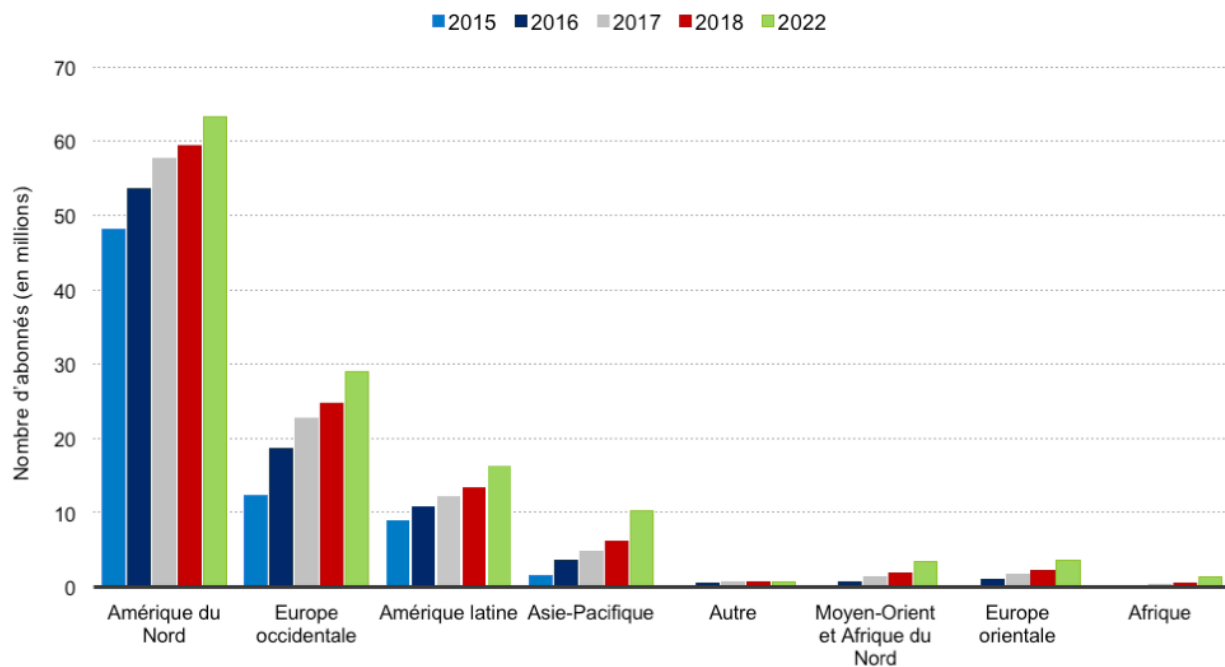
Il convient de noter que, à première vue, alors que l'IPTV et la TPC semblent identiques – dans le sens où les émissions sont distribuées par Internet –, à l'extérieur des réseaux de diffusion traditionnelle ou de câblodistribution, elles sont en fait différentes à plusieurs égards. La principale différence est la suivante : les fournisseurs de TPC comme Netflix, Amazon et Hulu utilisent Internet ouvert comme plateforme, alors que les fournisseurs de télévision sur Internet ont recours à un système fermé exclusif pour livrer leur contenu, ce qui leur exige des investissements beaucoup plus élevés en capacité de bande passante et d'infrastructure qu'avec la TPC. Toutefois, la qualité et la fiabilité du service livré aux consommateurs sont plus élevées<sup>41</sup>.

Lorsque la plupart des gens pensent aux services de TPC, ils pensent à Netflix... En effet, Netflix domine ce marché émergent, mais il existe néanmoins plus

de 100 services de diffusion vidéo en continu opérés par des télédiffuseurs, des entreprises de télécom, des entreprises médiatiques et des fournisseurs de télé payante qui se partagent le marché africain<sup>42</sup>. Netflix domine le marché avec quelque 400 000 abonnés. Ce nombre devrait croître pour atteindre

1,5 million au cours des cinq prochaines années (ce qui représente un taux de croissance de plus de 300 %). Cependant, cela ne représente qu'une faible portion du marché continental habité par 1,2 milliard de personnes en date d'aujourd'hui.

## Nombre d'abonnés Netflix dans le monde, de 2015 à 2022, par région (millions d'abonnés)



Source : Digital TV Research

statista

Il existe d'importants obstacles à la croissance des services de TPC en Afrique, principalement de trois ordres : la faiblesse de l'infrastructure Internet, les faibles vitesses de connectivité et le manque de systèmes de paiement. Bien que des services mobiles comme M-Pesa aient gagné considérablement de terrain au Kenya, en Tanzanie et en Afrique du Sud, des douzaines de pays d'Afrique ne disposent pas des systèmes de paiement nécessaires pour offrir des services de TPC<sup>43</sup>. Certains investisseurs ont perdu confiance dans le secteur, comme le démontre la fermeture soudaine, à l'automne 2017, d'Afrostream au terme d'une aventure commerciale n'ayant duré que deux ans. Le service de VSDA africain était offert dans 24 pays d'Afrique et de la diaspora africaine.

Malgré ces difficultés, plusieurs plateformes de TPC commencent à faire une percée dans le marché africain<sup>44</sup>:

- ▶ Showmax (Kenya)
- ▶ Trace Play:
  - Trace Africa (Afrique subsaharienne)
  - Trace Mziki (Afrique orientale)
  - Trace Naija (Afrique occidentale)

Cependant, l'histoire à succès la plus retentissante en Afrique pour ce qui est de la TPC est peut-être la nigérienne iROKOTV. Cette société

a été bâtie en bonne partie autour de l'industrie cinématographique en plein boom du Nigéria ("Nollywood"). Il s'agit de la deuxième ou troisième en importance au monde, après celles des États-Unis et de l'Inde<sup>45</sup>. Ainsi, cette industrie attire des millions d'expatriés nigériens autour de la planète. « Plus de 50 % de notre trafic provient des États-Unis et du Royaume-Uni. Aujourd'hui, plus de gens à Londres regardent iROKOTv que dans l'ensemble du Nigéria, révèle le fondateur, Jason Chukwuma Njoku. Cependant, une fois que l'Afrique sera branchée et qu'Internet y sera plus rapide et plus abordable, le portrait d'iROKOTv changera complètement. Nous savons qu'il y a une soif pour le contenu africain. Il suffit maintenant de veiller à ce que le plus grand nombre possible de personnes puissent y accéder. »<sup>46</sup>

La TPC comprend aussi les vidéos diffusées par Facebook et YouTube. Les sites de médias sociaux affichent un taux moyen de pénétration de seulement 12 % en Afrique et le mobile demeure le principal moyen utilisé pour y accéder. Ce chiffre peut paraître faible, mais ça représente une augmentation de près de 50 % par rapport à 2016<sup>47</sup>. L'adoption soutenue des plateformes de médias sociaux est qualifiée par plusieurs d'important vecteur de croissance de la consommation de contenu en Afrique. Par exemple, YouTube est sur le point de lancer une version économe en données de qui pourrait être utilisée hors ligne au Nigéria, soit le pays du continent qui compte le nombre le plus élevé d'utilisateurs d'Internet. Le service « YouTubeGo » a été lancé initialement en Inde en 2017, dans le même objectif d'accroître le nombre d'utilisateurs tout en réduisant leurs coûts de données<sup>48</sup>.

## NOTES DE BAS DE PAGE

1. <http://playbackonline.ca/2016/02/12/deals-ole-guru-studio-true-gravity/#ixzz4iaKQPMYf>
2. <http://playbackonline.ca/2017/08/03/dhx-signs-raft-of-broadcast-deals-for-the-deep/>
3. <http://kidscreen.com/2016/10/13/ericsson-signs-dhx-nick-mattel-content-to-new-svod/>
4. <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/francophony-and-the-french-language/the-status-of-french-in-the-world/>
5. <http://www.diplomatie.gouv.fr/en/french-foreign-policy/francophony-and-the-french-language/the-status-of-french-in-the-world/>
6. <https://buzzkenya.com/african-tv-series/>
7. <http://worldscreen.com/tvmiddleeastfrica/african-deal-on-globo-novelas/>
8. <http://www.npr.org/sections/goatsandsoda/2017/06/05/529683214/why-east-africa-is-hooked-on-telenovelas>
9. <http://www.intelsat.com/news/blog/2017-outlook-for-africa/>
10. <http://www.worldbank.org/en/topic/energy/publication/sear>
11. <http://www.newyorker.com/magazine/2017/06/26/the-race-to-solar-power-africa>
12. <http://www.oecd.org/sti/broadband/oecdbroadbandportal.htm>
13. <http://www.Internetworldstats.com/stats1.htm>
14. <https://cira.ca/factbook/domain-industry-data-and-canadian-Internet-trends/canada's-Internet>
15. <https://www.statista.com/statistics/482507/canada-mobile-phone-Internet-users/>
16. <http://www.Internetworldstats.com/stats1.htm>
17. <http://allafrica.com/stories/201702020136.html>
18. [http://www.indexmundi.com/cote\\_d\\_ivoire/population.html](http://www.indexmundi.com/cote_d_ivoire/population.html)
19. Entrevue avec Eric M'Boua d'Abidjan, en Côte d'Ivoire, le 1er août 2017.
20. <https://www.statista.com/statistics/635167/lte-download-speed-by-country-worldwide/>
21. [https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017\\_KeyFindings.pdf](https://esa.un.org/unpd/wpp/Publications/Files/WPP2017_KeyFindings.pdf)
22. <http://variety.com/2015/tv/global/frances-canal-plus-group-targets-africa-as-growth-driver-1201544631/>
23. <http://variety.com/2015/tv/global/french-tv-companies-canal-plus-lagardere-invest-in-africa-1201648248/>
24. <http://variety.com/2015/tv/global/french-tv-companies-canal-plus-lagardere-invest-in-africa-1201648248/>
25. <http://variety.com/2015/tv/global/frances-canal-plus-group-targets-africa-as-growth-driver-1201544631/>
26. <http://variety.com/2015/tv/global/french-tv-companies-canal-plus-lagardere-invest-in-africa-1201648248/>
27. <http://www.digitaltveurope.net/710991/lagardere-launches-new-kids-channel-for-arabic-world/>
28. <http://variety.com/2017/tv/markets-festivals/lagardere-studios-ramps-up-its-business-in-africa-bows-format-rd-unit-1202025067/>
29. [http://www.connectingafrica.com/author.asp?section\\_id=530&doc\\_id=729342](http://www.connectingafrica.com/author.asp?section_id=530&doc_id=729342)
30. <http://medafricatimes.com/13036-ivory-coast-orange-group-launches-orange-tv.html>
31. [http://www.balancingact-africa.com/news/broadcast\\_en/20264/orange-tv-adds-african-content-to-its-bouquet-to-target-diaspora](http://www.balancingact-africa.com/news/broadcast_en/20264/orange-tv-adds-african-content-to-its-bouquet-to-target-diaspora)
32. <http://dialoguereview.com/name-worlds-two-largest-francophone-cities-might-wrong/>
33. <http://www.screenafrica.com/page/news/africa/1651546-Welcome-to-Babiwood#.WYThka2ZPEY>
34. <http://news.eutelsat.com/pressreleases/satellite-tv-one-of-the-fastest-growing-media-in-west-africa-1307643>
35. Entrevue avec Laetitia Gadegbeku, déléguée commerciale, Ambassade du Canada, Côte d'Ivoire et Libéria, le 5 juillet 2017.
36. [http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2017/06/09/a-abidjan-canal-veut-stimuler-babiwood\\_5141306\\_3236.html](http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2017/06/09/a-abidjan-canal-veut-stimuler-babiwood_5141306_3236.html)
37. [http://www.indexmundi.com/cote\\_d\\_ivoire/Internet\\_users.html](http://www.indexmundi.com/cote_d_ivoire/Internet_users.html)
38. [http://www.indexmundi.com/cote\\_d\\_ivoire/population.html](http://www.indexmundi.com/cote_d_ivoire/population.html)
39. [http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF\\_GITR\\_Full\\_Report.pdf](http://www3.weforum.org/docs/GITR2016/WEF_GITR_Full_Report.pdf)
40. <http://tbivision.com/news/2017/06/mea-tv-market-set-massive-growth/768841/>
41. <http://www.mediaentertainmentinfo.com/2013/04/2-concept-series-what-is-the-difference-between-ott-and-iptv.html/>
42. <https://www.muvi.com/africa-ott-market-today-tomorrow.html>
43. <https://www.muvi.com/africa-ott-market-today-tomorrow.html>
44. <http://www.digitaltveurope.net/625342/the-rise-of-svod-africas-homegrown-netflixes/>
45. <http://www.djembecommunications.com/language/en/nollywood-a-closer-look-into-the-worlds-3rd-largest-film-industry/>
46. <https://qz.com/76192/nigerias-streaming-web-mogul-im-a-hustler-at-heart/>
47. <https://wearesocial.com/special-reports/digital-in-2017-global-overview>
48. <http://www.tubefilter.com/2017/07/28/offline-first-youtube-go-app-nigeria/>

Préparé par Leora Kornfeld pour

