



Etude des radios du Burkina Faso : Typologies, audience et perspectives



L'étude a été réalisée par la Direction générale des études et des statistiques sectorielles du Ministère de la communication et des relations avec le Parlement sous la coordination de :

- Rémis Fulgance DANDJINO, Ministre de la communication et des relations avec le Parlement, Porte-parole du Gouvernement ;
- et Hortense Marie Marthe ZIDA / KANKYONO, Secrétaire générale.

Les membres de l'équipe de rédaction sont :

- LAMIZANA Batouré : conseiller en sciences et techniques de l'information et de la communication ;
- SEOGO Koka Hervé : conseiller des affaires économiques ;
- TIEMTORE Adama : conseiller des affaires économiques ;
- SOULAMA Ibrahim : agent technique de la statistique ;
- SEMDE Oumarou : agent technique de la statistique ;
- OUANGRAOUA Hamado : enseignant à l'ISTIC ;
- BELEM Salifou : enseignant à l'ISTIC ;
- OUEDRAOGO Alexandre : ingénieur statisticien économiste ;
- TIEMTORE Souleymane : ingénieur informaticien, spécialiste en système d'information géographique.

Table des matières

Sigles et abréviations.....	6
Liste des tableaux.....	8
Liste des graphiques.....	12
INTRODUCTION.....	15
CHAPITRE I : CONTEXTE ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE.....	18
I. CONTEXTE DE L'ETUDE.....	18
I.1. Contexte et justification.....	18
I.2. Objectifs, portée et résultats attendus.....	20
I.2.1. Objectifs.....	20
I.2.2. Portée de l'étude.....	20
I.2.3. Résultats attendus.....	20
II. DEFINITION DE CONCEPTS.....	21
II.1. Radiodiffusion.....	21
II.2. Typologie des radios.....	21
II.3. Audience.....	22
II.4. Programme.....	22
II.5. Emission.....	23
II.6. Couverture radiophonique.....	23
II.7. Radios non fonctionnelles.....	23
II.8. Radios non accréditées.....	23
II.9. Tranche d'âge.....	23
III. METHODOLOGIE DE L'ETUDE.....	24
III.1 Le recensement.....	24
III.2. L'échantillonnage.....	24
III.3. La conduite de l'étude.....	25
III.3.1. La formation des enquêteurs.....	25
III.3.2. La préparation du terrain.....	26

III.3.3. La collecte des données.....	26
III.3.4. L'apurement des données.....	26
III.3.5. La production des tableaux.....	27
III.3.6. L'analyse et le rapportage.....	27
III.3.7. Conception d'une carte dynamique RadiosBFA.....	27
IV. DIFFICULTES RENCONTREES	27
CHAPITRE II : RESULTATS DE L'ETUDE	28
I. L'OFFRE RADIOPHONIQUE.....	28
I.1. Evolution du paysage radiophonique de 1959 à 2017.....	28
I.2. Identification et caractéristiques des radios.....	29
I.3. Capacité technique des radios.....	34
I.3.1. Couverture géographique	34
I.3.2. Source d'énergie.....	37
I.3.3. Le matériel de production hors site.....	38
I.4. Ressources Humaines des radios.....	39
I.4.1. Statut et formation du personnel des radios.....	40
I.4.1. 1. Statut et emploi du personnel.....	40
I.4.2. Renforcement de capacités du personnel des radios.....	45
I.4.2.1. Etat des lieux des formations antérieures	45
I.5. Analyse des contenus des programmes	48
I.5.1. Comparaison entre les langues de diffusion et les langues parlées dans les localités	49
I.5.2. Les types d'émissions produits par les radios.....	51
I.5.3. Temps d'antenne consacré aux émissions	52
I.5.4. Les thématiques abordées par les radios	53
I.5.5. Temps moyen par thématique.....	54
I.6. Analyse de la participation des auditeurs dans la programmation des émissions	57
I.6.1. Les intervenants dans la programmation des émissions	57
I.7. Financement et modalités de gestion des radios.....	62
I.7.1. organisation des radios.....	62
I.7.2. Financement des radios	64

I.8. Partenariat.....	65
II. LA DEMANDE RADIOPHONIQUE	66
II.1. Caractéristiques des individus enquêtés.....	66
II.1.1. Structure par âges et par sexe	66
II.1.2. Niveau d’instruction des enquêtés.....	68
II.1.3. Statut socio-professionnel des enquêtés.....	68
II.1.4. Répartition des enquêtés par religion.....	69
II.1.5. Statut matrimonial des enquêtés.....	70
II.2. Accès aux émissions des radios	71
II.2.1. Equipement en appareil récepteur radio.....	71
II.2.2. Canal d’information préféré.....	74
II.2.3. Ecoute de la radio.....	75
II.2.4. Motifs d’écoute de la radio	76
II.2.5. Relation entre l’écoute de la radio et les groupes cibles.....	78
II.2.6. Les raisons de non écoute	81
II.2.7. Participation aux émissions de la radio.....	82
II.2.8. Les radios les plus écoutées par région et par province.....	84
II.3. Habitudes d’écoute des programmes de la radio	91
II.3.1. Fréquence d’écoute.....	92
II.3.2. Jours d’écoute préférés.....	92
II.3.3. Périodes d’écoutes privilégiées.....	93
II.3.4. lieu de l’écoute	94
II.3.5. Temps moyen d’écoute en minutes par jours	95
II.4. Opinion sur les programmes de la radio	96
II.4.1. La Satisfaction par rapport aux informations diffusées par les chaînes de radios	96
II.4.2. Genre radiophonique préféré.....	97
II.4.3. Thématiques préférées.....	98
II.5. Impact des radios.....	99
II.5.1. Nutrition.....	100
II.5.2. Sécurité routière.....	103
II.5.3. Hygiène	105

II.5.4. Fréquentation des centres de santé	108
II.5.5. Protection de l'environnement	111
II.5.6. Scolarisation des filles	114
II.5.7. Protection de l'enfant	117
II.5.8. Abandon de l'excision	120
II.5.9. Paix sociale.....	123
II.6. Suggestions	126
II.6.1. Suggestions pour l'amélioration des contenus des programmes	126
III. Appréciation de l'adéquation entre l'offre et la demande	129
III.1. Accès à l'information	130
III.1.1. couverture radiophonique du territoire.....	130
III.1.2. Les langues de diffusion	130
III.1.3. Moyen d'écoute	131
III.2. Perception des auditeurs.....	132
RECOMMANDATIONS.....	132
CONCLUSION	134
REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES	136
ANNEXES	138

Sigles et abréviations

ARC : Arc-en-Ciel

ARCEP : Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes

BAC : Baccalauréat

BEPC : Brevet d'Etude du Premier Cycle

CEDICOM : Centre Diocésain de Communication

CEP : Certificat d'Etude Primaire

CM2 : Cours Moyens deuxième année

CP1 : Cours Préparatoire première année

CNT : Conseil National de la Transition

CSC : Conseil Supérieur de la Communication

CSPRO : Census and Survey Processing System

CVD : Comité Villageois de Développement

DEVSO : Développement Solidaire Durable

DGESS : Direction Générale des Etudes et Statistiques Sectorielles

EMC : Enquête Multisectorielle Continue

ENN : Enquête Nationale sur la Nutrition

FICOD : Fonds d'Investissement pour les Collectivités Décentralisées

FM : Fréquence modulaire

GIZ : Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit

GPS : Global Positioning System

IRA : Infections Respiratoires Aiguës

INSD : Institut National de la Statistique et de la Démographie

Kms : Kilomètres

Km² : Kilomètre carré

LPC : Radio Liberté de Parler et de Communiquer

MCRP : Ministère de la Communication et des Relations avec le Parlement

MHz : Mégahertz

OCADES : Organisation Catholique pour le Développement et la Solidarité

ODD : Objectifs pour le Développement Durable

OMS : Organisation Mondiale de la Santé
OSC : Organisation de la Société Civile
PAM : Programme Alimentaire Mondiale
PNDES : Plan National de Développement Economique et Social
PNGT : Programme National de Gestion des Terroirs
PNUD : Programme des Nations Unies pour le Développement
PNUE : Programme des Nations unies pour l'environnement
RAC : Radio Alliance Chrétienne
RCT : Radio Catholique Tériya
RED : Radio Evangile Développement
RGPH : Recensement Général de la Population et de l'Habitat
RIA : Radio Islamique Ahmadiyya
RLCD : Radio Lutte contre la désertification
RMO : Radio Municipale de Ouagadougou
RNC : Radio Némoro de Cassou
RTB : Radiodiffusion Télévision du Burkina
SNU : Système des Nations Unies
SONABEL : Société Nationale d'Electricité du Burkina
SPSS : Statistical Package for the Social Sciences
UNALFA : Union Nationale de l'Audiovisuel Libre du Faso
UNFPA : Fonds des Nations unies pour la population
UNICEF : Fonds des Nations unies pour l'enfance
W : Watt
Wh : Watt heure
ZD : Zone de Dénombrement

Liste des tableaux

Tableau 1: Répartition des radios selon la typologie par région	31
Tableau 2: Répartition des radios par région selon le statut	32
Tableau 3: Regroupement des radios selon le statut et le rayon de couverture (en %)	35
Tableau 4: Source d'énergie des radios (en %)	38
Tableau 5: Répartition des radios selon les sources d'énergies (en %).....	38
Tableau 6: Répartition des radios selon le nombre d'enregistreurs, de moyens logistiques et de sonorisation (en %)......	39
Tableau 7: Répartition des journalistes et animateurs par niveau de formation et par sexe (en %).....	42
Tableau 8: Répartition des journalistes et animateurs par formation de base et selon le genre (en %).....	43
Tableau 9: Répartition des directeurs de radio selon leur profil (en %).....	45
Tableau 10: Répartition par région des radios ayant bénéficié d'au moins une formation au cours des 5 dernières années (en %)	46
Tableau 11: Répartition par région du personnel ayant bénéficié d'au moins une formation UNICEF ces 5 dernières années (en %).....	47
Tableau 12: Répartition par région du personnel ayant bénéficié d'au moins une formation UNICEF ces 5 dernières années selon le genre (en %).	48
Tableau 13: Répartition des premières langues parlées dans les localités d'implantation des radios.....	49
Tableau 14: Répartition des principales langues de diffusion des radios.....	49
Tableau 15: Répartition par région des radios selon les thématiques les plus abordées (en %).....	54
Tableau 16: Répartition par région du volume horaire mensuel moyen, en minute, consacré aux thématiques abordées.....	55
Tableau 17: La répartition des radios qui produisent ou non une émission en lien avec la thématique de l'enfant et de la mère selon leur statut (en %).....	57
Tableau 18: Répartition par région des radios selon l'existence d'émission enfantine (en %)	60
Tableau 19: Existence et fréquence de rencontres avec le Club des auditeurs (en %).....	61
Tableau 20: Projection des individus enquêtés par sexe et par groupe d'âge	67
Tableau 21: répartition des enquêtés selon leur niveau d'instruction	68
Tableau 22: répartition des enquêtés selon leur statut socio-professionnel	69

Tableau 23: Répartition par région de la population enquêtée selon la religion.....	69
Tableau 24: Répartition des enquêtés selon leur statut matrimonial (en %).....	70
Tableau 25 : Répartition par région des auditeurs selon le moyen d'écoute de la radio (en%)	72
Tableau 26: Possession d'un poste radio selon le statut matrimonial, le milieu de résidence, l'âge	73
Tableau 27: Possession d'un poste radio selon le niveau d'instruction, le genre (en %)	74
Tableau 28: Motif principal d'écoute de la radio par région (en %)	76
Tableau 29: Motif principal d'écoute de la radio par les hommes selon le milieu de résidence, l'âge, le niveau d'étude, le statut socio-professionnel (en %).....	77
Tableau 30: Motif principal d'écoute de la radio par les femmes selon le milieu de résidence, l'âge, le niveau d'étude, le statut socio-professionnel (en %).....	78
Tableau 31: L'écoute de la radio selon le groupe d'âge.....	79
Tableau 32: L'écoute de la radio selon le genre	80
Tableau 33: l'écoute de la radio selon le niveau d'instruction	81
Tableau 34: L'écoute de la radio selon la situation matrimoniale, le milieu de résidence (en %).....	81
Tableau 35: répartition par région des auditeurs selon leur participation aux émissions radiophoniques (en %).....	83
Tableau 36: Les radios les plus écoutées dans la Boucle du Mouhoun par province.....	85
Tableau 37: les radios les plus écoutées dans les Cascades par province	85
Tableau 38 : les radios les plus écoutées du Centre par province	86
Tableau 39: les radios les plus écoutées du Centre Est par province	86
Tableau 40: les radios les plus écoutées du Centre-Nord par province	87
Tableau 41: les radios les plus écoutées du Centre-Ouest par province	87
Tableau 42: les radios les plus écoutées du Centre-Sud par province.....	88
Tableau 43: les radios les plus écoutées de l'est par province	88
Tableau 44: les radios les plus écoutées des Hauts-Bassins par province	89
Tableau 45 : les radios les plus écoutées du Nord par province	90
Tableau 46: les radios les plus écoutées du Plateau Central par province.....	90
Tableau 47: les radios les plus écoutées du Sahel par province.....	91
Tableau 48: les radios les plus écoutées du Sud-Ouest par province.....	91
Tableau 49: fréquence d'écoute de la radio par région (en %).....	92

Tableau 50: les jours d'écoute préférés par région (en %)	93
Tableau 51: Tranches horaires d'écoutes privilégiées par région (en %)	94
Tableau 52: Répartition par région des auditeurs selon le lieu de l'écoute (en%)	95
Tableau 53: Répartition par région des auditeurs selon le niveau de satisfaction (en %)	97
Tableau 54: Influence de l'écoute de la radio sur la nutrition (en %)	101
Tableau 55: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la nutrition selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge (en %)	101
Tableau 56: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la nutrition, le genre et le niveau d'étude (en %)	102
Tableau 57: Influence de l'écoute de la radio sur la sécurité routière (en %)	104
Tableau 58: Répartition des auditeurs selon le niveau de l'influence des émissions sur la sécurité routière, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge (en %)	104
Tableau 59 : Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la sécurité routière, le genre et le niveau d'étude	105
Tableau 60 : L'influence de l'écoute de la radio sur l'hygiène	106
Tableau 61: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur l'hygiène, le milieu de résidence et l'âge	107
Tableau 62: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur l'hygiène selon le genre et le niveau d'étude	107
Tableau 63: L'influence de l'écoute de la radio sur la fréquentation des centres de santé	109
Tableau 64: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la fréquentation des centres de santé, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge	110
Tableau 65: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la fréquentation des centres de santé, le genre et le niveau d'étude	110
Tableau 66: L'influence de l'écoute de la radio sur la protection de l'environnement	112
Tableau 67: répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'environnement, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge	113
Tableau 68: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'environnement, le genre et le niveau d'étude	113
Tableau 69: L'influence de la radio sur la scolarisation des filles	115
Tableau 70: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la scolarisation des filles, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge	116
Tableau 71: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la scolarisation des filles, le genre et le niveau d'étude	116
Tableau 72: L'influence de l'écoute de la radio sur la protection de l'enfant	118

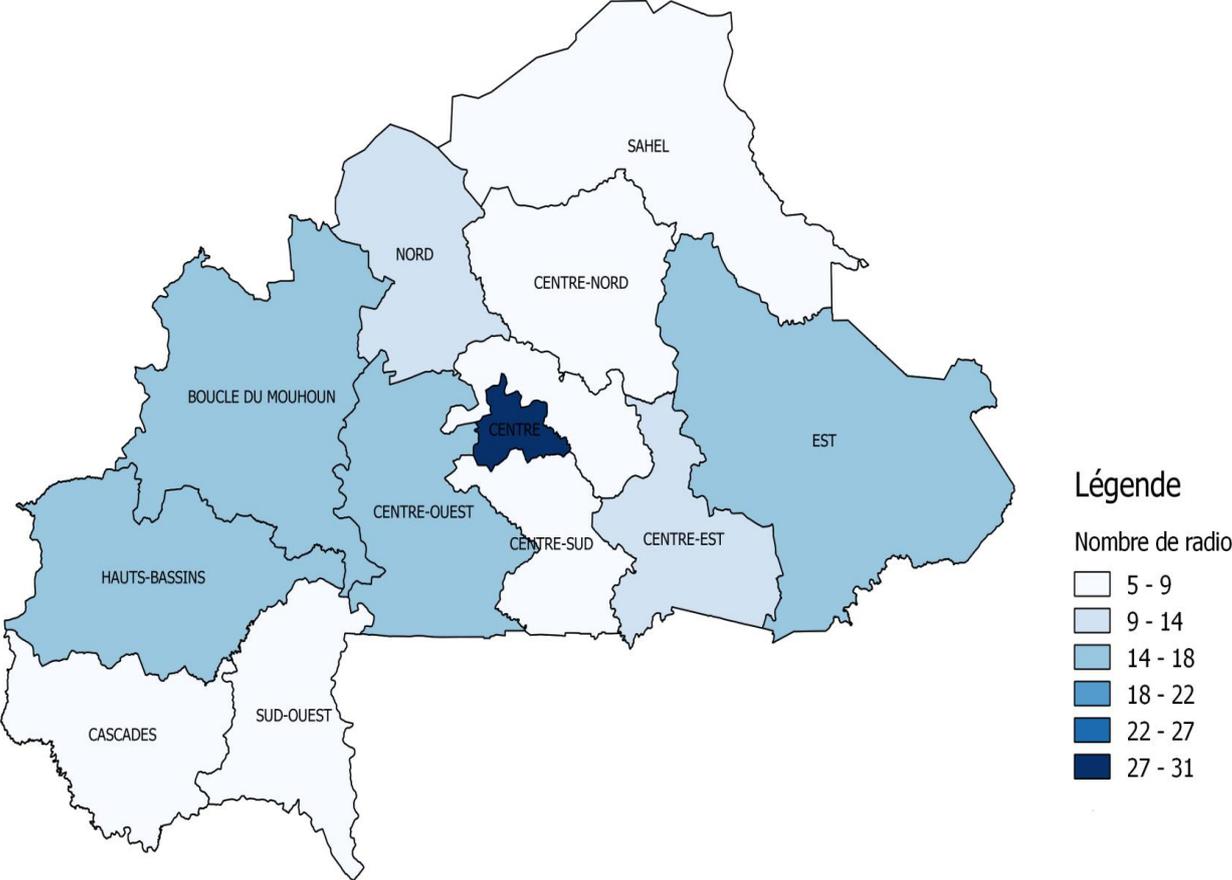
Tableau 73: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'enfant, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge	119
Tableau 74: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'enfant, le sexe et le niveau d'étude	119
Tableau 75: L'influence de la radio sur l'abandon de l'excision	121
Tableau 76: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur l'abandon de l'excision, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge	122
Tableau 77: Répartition des auditeurs selon l'influence de l'abandon de l'excision selon le genre, le niveau d'étude	123
Tableau 78: L'influence de l'écoute de la radio sur la paix sociale	124
Tableau 79: Répartition des auditeurs selon la paix sociale sur le statut matrimonial, le milieu de résidence, l'âge	125
Tableau 80: Répartition des auditeurs selon la paix sociale sur le genre, le niveau d'étude	125
Tableau 81: Amélioration des contenus des programmes par région	127
Tableau 82: Répartition des attentes des auditeurs aux radios	129

Liste des graphiques

Graphique 1: Evolution du nombre des radios de 1959 à 2017.....	28
Graphique 2: Répartition des radios selon l'état de fonctionnement (en %).....	29
Graphique 3: Répartition du nombre des radios par région.....	30
Graphique 4: Répartition des radios en trois catégories.....	33
Graphique 5: Répartition des radios selon le rayon moyen de couverture géographique (en %)	34
Graphique 6: Répartition des radios selon la puissance de l'émetteur.....	36
Graphique 7 : Répartition des radios selon la puissance de l'émission (en %)	37
Graphique 8: Répartition du personnel des radios par statut et emploi (en %)	40
Graphique 9: Répartition des journalistes et animateurs par nombre d'années d'expériences (en %).....	44
Graphique 10: répartition des journalistes et animateurs par nombre d'années d'expériences selon le genre (en %)	44
Graphique 11 : Répartition des radios selon le type d'émissions produit et diffusé (en %)	51
Graphique 12: Répartition du temps d'antenne en minutes.....	52
Graphique 13 : Répartition des radios selon les thématiques les plus abordées (en %)	53
Graphique 14: Répartition du temps moyen consacré aux différentes thématiques (en mn)	56
Graphique 15: Répartition des radios selon les acteurs à l'origine du réaménagement de la grille de programmes (en %)	58
Graphique 16: Répartition des radios selon la fréquence de réaménagement de leurs programmes (en %)	59
Graphique 17: Répartition des radios selon l'existence d'émissions pour enfants (en %).....	60
Graphique 18: Répartition des radios selon l'existence d'un mécanisme d'estimation du nombre d'auditeurs (en %)	62
Graphique 19: Répartition des radios selon leur organisation.....	63
Graphique 20: répartition des radios selon le nombre de services disponibles.....	63
Graphique 21: Répartition des radios selon leurs principales sources de financement.....	64
Graphique 22: Répartition des radios selon les partenaires (%).....	65
GRAPHIQUE 23: PYRAMIDE DES AGES DES INDIVIDUS ENQUETES	66
Graphique 24: Répartition selon le moyen d'écoute.....	71
Graphique 25: Répartition des auditeurs selon le canal d'information préféré (en %)	74

Graphique 26: Ecoute de la radio selon le genre	80
Graphique 27: Répartition selon la principale raison de non écoute.....	82
Graphique 28: Répartition des enquêtés selon les raisons de non-participation aux émissions (en %)	83
Graphique 29: Répartition par région des auditeurs selon le temps moyen d'écoute par jours (en mn)	96
Graphique 30: Répartition des auditeurs selon le genre radiophonique préféré (en %)	98
Graphique 31: répartition des auditeurs selon leurs thématiques préférées.....	99
Graphique 32: Répartition des auditeurs selon l'influence sur la nutrition (en %).	100
Graphique 33: influence sur la sécurité routière (en %)	103
Graphique 34: influence sur Hygiène (en %)	106
Graphique 35: influence sur la fréquentation des centres de santé	108
Graphique 36: influence sur la protection de l'environnement	111
Graphique 37: influence sur la scolarisation des filles.....	114
Graphique 38: influence sur la protection de l'enfant.....	117
Graphique 39: influence de la radio sur l'abandon de l'excision	120
Graphique 40: influence sur la paix sociale.....	123
Graphique 41: répartition des auditeurs selon les thématiques souhaitées.....	128

Carte : Réparation spatiale du nombre de radios sur l'ensemble du territoire



Légende

- Nombre de radio
- 5 - 9
 - 9 - 14
 - 14 - 18
 - 18 - 22
 - 22 - 27
 - 27 - 31

INTRODUCTION

A la suite des Objectifs du Millénaire pour le Développement (OMD), le Burkina Faso, dans sa longue quête du développement s'est inscrit dans les Objectifs du Développement Durable (ODD). Le développement durable s'entend surtout le développement endogène par l'implication et la participation consciente des populations à la base. Ce développement qui prend en compte les besoins et les aspirations de ces dernières, tout en préservant les ressources pour les générations futures est intimement lié au changement de comportement des populations.

La communication est l'un des vecteurs essentiels de ce changement de comportement et la radio se révèle comme étant l'outil de communication le plus efficace grâce à son accessibilité par le plus grand nombre, sa permanence et la diversité de son offre de programme.

Au Burkina Faso, l'information et la communication ont été perçues comme des leviers indispensables à l'implication consciente des populations dans le long processus du développement humain durable.

A l'instar des autres pays de la sous-région ouest africaine, le Burkina Faso a connu une « démocratisation » de la vie politique dès le début des années 1990 qui s'est traduite naturellement par la libéralisation du secteur de l'information et de la communication, autrefois monopole de l'Etat. Depuis lors, les activités de radiodiffusion sonore connaissent un accroissement sans précédent par la création et l'animation de nombreuses radios en modulation de fréquence (FM) tant publiques que privées.

Les différents rapports annuels du Conseil Supérieur de la Communication (CSC), l'organe de régulation de la communication montrent que le paysage médiatique burkinabé, notamment celui radiophonique est en élargissement permanent.

En effet, plus d'une centaine de radios de toutes catégories sont aujourd'hui fonctionnelles à travers le territoire national. Ces radios participent, à des degrés divers et à travers leurs programmes, à l'éducation des populations pour un changement de comportement et partant, pour un développement durable.

Conscients du rôle important et grandissant de la radio en tant qu'outil de communication, l'Etat du Burkina Faso et ses partenaires au développement ont encouragé la création et le bon fonctionnement de ces nombreuses radios. Au niveau de l'Etat, cet encouragement se manifeste par l'appui à la presse privée à travers le Fonds d'Appui à la Presse Privée. Quant aux partenaires au développement, outre un appui direct en équipements et en formation, ils utilisent abondamment la radio comme canal de diffusion de leurs micro programmes de sensibilisation.

Une précédente étude faite par l'UNICEF et qui portait sur les canaux de communication dans sept régions du Burkina Faso a mis en exergue l'importance des radios dans le complexe processus de changement de comportement des populations. Selon cette étude, les radios communautaires et confessionnelles avaient la plus grande audience et étaient de ce fait les canaux les plus efficaces et les plus utilisés.

La présente étude, la plus importante par son étendue, concerne l'ensemble du parc radiophonique du pays, exception faite des radios internationales installées au Burkina Faso. Elle vise principalement l'audience des différentes radios concernées, l'intérêt qu'elles suscitent et le rôle qu'elles jouent auprès des populations qu'elles touchent.

Cette étude d'audience au sens large du thème prend en compte :

- ✓ La cartographie des radios ;
- ✓ L'offre et la demande radiophonique en termes de programmes ;
- ✓ L'influence de la radio sur le comportement citoyen des populations ;
- ✓ Les capacités des radios en termes de production, de ressources humaines et matérielles ;
- ✓ Les préférences des auditeurs pour les différentes radios.

Enfin, même si l'étude s'est intéressée à l'ensemble du parc radiophonique national, les différents résultats ont été analysés et interprétés au niveau des régions administratives pour tenir compte des zones accessibles par les radios et des zones linguistiques. Conduite par le Ministère de la Communication et des Relations avec le Parlement et l'UNICEF, cette étude s'est basée sur une enquête menée auprès des responsables des radios et auprès des ménages.

CHAPITRE I : CONTEXTE ET METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Cette partie expose les motivations qui ont conduit à la réalisation de l'étude, décline l'objectif global et les objectifs spécifiques ainsi que les résultats qui en découlent. Quelques concepts seront également définis et situés dans leur contexte. Enfin, la méthodologie sur laquelle s'appuie l'étude fera l'objet d'une présentation succincte.

I. CONTEXTE DE L'ETUDE

I.1. Contexte et justification

Au Burkina Faso, les données des études et enquêtes conduites ces dernières années révèlent que des progrès sensibles ont été réalisés dans le domaine socioéconomique. Cela s'est traduit entre autres par une amélioration de certains indicateurs sociaux notamment ceux relatifs à la mortalité infanto-juvénile, la mortalité maternelle, l'accès à l'eau potable et à l'assainissement ainsi que la protection de l'enfant.

La mortalité des enfants de moins de 5 ans a régulièrement diminué durant les 15 dernières années. Ainsi, le taux de mortalité infanto-juvénile est passé de 138 à 82 pour mille naissances vivantes durant la période. Au cours de la même période, le taux de la mortalité infantile est passé de 64 à 43 pour mille naissances vivantes selon les données de l'Enquête Multisectorielle Continue (EMC) 2015. La mortalité infanto-juvénile est liée essentiellement :

- ❖ au paludisme (23,8%) ;
- ❖ aux infections respiratoires aiguës (IRA) (13,4%) ;
- ❖ aux diarrhées (11,5%) ;
- ❖ aux infections sévères néonatales ;
- ❖ à la prématurité et au faible poids de naissance chez le nouveau-né ;
- ❖ à la malnutrition, cause sous-jacente pour 45% des cas.

Ces différentes causes sont responsables de 70% des décès des enfants de moins de 5 ans au Burkina Faso. Plus d'un enfant souffrant de diarrhée sur cinq (21,3%) ne reçoit aucun traitement, 16% des enfants âgés de 12 à 23 mois ne bénéficient pas d'une protection complète contre les maladies évitables par la vaccination. La malnutrition aiguë globale affecte 10,4% des enfants âgés de moins de 5 ans dont

2,2% pour sa forme sévère selon les données de l'Enquête Nationale sur la Nutrition (ENN).

Au chapitre de la protection de l'enfant, on assiste à une persistance des pratiques de l'excision et de mariage des enfants. Selon les données de l'Enquête EMC 2015, une fille sur cinq est mariée avant l'âge de 15 ans (8,9%) parmi les moins de 19 ans. Plus de deux sur trois filles sont mariées avant 18 ans parmi les moins de 24 ans (51,3%). La pratique de l'excision enregistre un taux de prévalence de 67,6% pour les femmes âgées de 15 à 49 ans. Enfin, il faut noter que la défécation à l'air libre est pratiquée par 55% de la population.

Pour améliorer cette situation, la radiodiffusion a été mise à contribution dans le cadre de la mise en œuvre du programme de coopération Burkina Faso - Unicef 2011-2017

Le rapport de la revue globale de décembre 2015 révèle une meilleure connaissance et adoption des pratiques familiales essentielles pour la survie et le développement de l'enfant par les populations, toute chose qui a favorisé l'amélioration des indicateurs sociaux.

Toutefois, on relève des résistances dans l'adoption de certaines pratiques familiales. Des défis majeurs restent donc à relever pour vaincre ces résistances et aboutir à l'abandon total des pratiques négatives.

Pour y remédier, l'Etat, à travers le Plan National de Développement Economique et Social (PNDES) qui est le référentiel national de développement, a pris des engagements et planifié dans son axe 2 consacré au développement humain, des actions vigoureuses pour améliorer ces indicateurs.

S'inscrivant dans cette perspective, le programme de coopération Burkina Faso – UNICEF 2018-2020 doit formuler de nouvelles recommandations pour consolider les acquis du cycle de programmation 2011-2017. La présente étude s'inscrit dans cette dynamique.

L'étude sur les canaux de communication dans sept (07) régions au Burkina-Faso réalisée en 2011 révèle que 68% des ménages disposent d'au moins un poste radio et que 67% des populations écoutent au moins une fois par semaine la radio. Les

populations citent majoritairement la radio comme leur première source d'information et de sensibilisation.

La présente étude devrait permettre de disposer d'informations actualisées, plus précises et de données désagrégées sur l'importance des radios locales dans la mobilisation et l'implication des populations dans les campagnes de communication du gouvernement et de ses partenaires, notamment de l'UNICEF, pour le changement social et de comportement.

I.2. Objectifs, portée et résultats attendus

I.2.1. Objectifs

L'objectif général de la présente étude est de constituer le répertoire actualisé de l'ensemble des stations de radios opérant sur le territoire national, donner le profil descriptif et analytique des radios recensées. Il s'agira également de produire une typologie des radios locales et d'apprécier l'adéquation entre l'offre et la demande radiophonique dans les treize (13) régions du Burkina Faso.

De manière spécifique, il s'agira de :

- ❖ produire une cartographie du paysage radiophonique du Burkina ;
- ❖ analyser et interpréter les données de la cartographie ;
- ❖ évaluer l'adéquation entre l'offre et la demande radiophonique au Burkina Faso ;
- ❖ formuler des recommandations aux acteurs pour corriger les faiblesses et consolider les acquis.

I.2.2. Portée de l'étude

La présente étude a couvert les treize régions administratives¹ du Burkina. La cartographie des chaînes de radios a concerné l'ensemble des radios du territoire national, toutes catégories confondues, à l'exception des radios internationales.

I.2.3. Résultats attendus

La présente étude vise à livrer un rapport analytique comportant les points suivants :

¹ Boucle du Mouhoun, Cascades, Centre, Centre Est, Centre Nord, Centre Ouest, Centre Sud, Est, Hauts Bassins, Nord, Plateau Central, Sahel et Sud-Ouest.

- ❖ la cartographie du paysage radiophonique ;
- ❖ l'analyse et l'interprétation des données de la cartographie ;
- ❖ l'évaluation de l'adéquation entre l'offre et la demande radiophonique au Burkina ;
- ❖ des recommandations aux acteurs pour corriger les faiblesses et consolider les acquis.

II. DEFINITION DE CONCEPTS

II.1. Radiodiffusion

Au sens de la loi 059-2015/CNT du 04 septembre 2015 portant régime juridique de la radiodiffusion sonore et télévisuelle au Burkina Faso, on entend par :

- ❖ radiodiffusion : toute radiocommunication dont les émissions sont destinées à être reçues par le public, par le biais d'un récepteur ;
- ❖ radiodiffusion sonore et télévisuelle : toute activité de radiocommunication dont les émissions sonores et télévisuelles ou autres genres sont destinées à être reçues directement ou par code par le public ;
- ❖ service de radiodiffusion sonore : tout service de communication au public par voie électronique destiné à être reçu simultanément par l'ensemble du public ou par une catégorie de public et dont le programme principal est composé d'une suite ordonnée d'émissions comportant des sons ;
- ❖ station : un ou plusieurs émetteurs ou récepteurs ou un ensemble d'émetteurs et de récepteurs, y compris les appareils accessoires nécessaire pour assurer un service de radiocommunication, de radioastronomie, en un emplacement donné. Chaque station est classée d'après le service auquel elle participe d'une façon permanente ou particulière.

II.2. Typologie des radios

On entend par typologie des radios les regroupements des radios selon les critères définis par la réglementation. Selon l'arrêté N°2014-0007/CSC/CAB portant classification des médias audiovisuels au Burkina :

- ❖ est classée radio communautaire toute station de radiodiffusion créée par des associations, des groupements et communautés. Elle est également

appelée radio associative ;

- ❖ est classée radio commerciale toute radio privée à but lucratif créée conformément à l'acte uniforme OHADA relatif aux droits des sociétés commerciales et des groupements d'intérêt économique;
- ❖ est classée radio confessionnelle toute station de radiodiffusion à but religieux créée par une communauté religieuse. Elle est régie par la loi sur les associations ;
- ❖ est classée radio publique, toute station de radiodiffusion appartenant à l'Etat ou à l'un de ses démembrements. Les radios institutionnelles sont considérées comme des stations de radios publiques (Parlement, Université, Bagré pôle). Elles ont une mission de service public ;

II.3. Audience

L'audience désigne le nombre de personnes qui ont regardé une émission de télévision ou écouté une émission de radio.

L'audience cumulée est la somme de personnes ayant regardé ou écouté un programme au moins une seconde sur une durée donnée par rapport au nombre total de personnes ayant accès à ce programme

II.4. Programme

Le programme peut désigner une émission ou un ensemble d'émissions échelonnées dans le temps diffusé sur une période fixe par une station de radio ou de télévision.

La grille de programme est un document énumérant de façon chronologique les éléments constitutifs de l'ensemble des émissions d'une station de radio ou de télévision couvrant une période définie.

La programmation est un art, une technique qui consiste à aligner de façon ordonnée et harmonieuse l'ensemble des émissions composant le programme d'une radio ou d'une télévision sur une période prédéterminée.

II.5. Emission

L'émission est une unité d'un programme diffusée à un moment fixe de la journée aux auditeurs par une station de radiodiffusion ou de télévision.

II.6. Couverture radiophonique

La réception est la possibilité technique d'accéder à l'offre d'émission radiophonique ou télévisuelle.

La couverture radiophonique s'entend la présence effective des ondes radiophoniques ou télévisuelles dans un espace donné.

Le rayon de couverture est défini à partir du point de diffusion des ondes radiophoniques. Il représente la distance moyenne entre la zone de bonne réception des émissions et le site d'émission.

La fréquence est le rythme de répétition ou de propagation des ondes radioélectriques dans l'espace.

L'auditeur : désigne une personne qui écoute une émission de radio.

La réception : est la possibilité technique d'accéder à l'offre d'émissions radiophoniques ou télévisuelles.

II.7. Radios non fonctionnelles

Les radios non fonctionnelles sont des radios qui ont cessé d'émettre et/ou de mener leurs activités ou qui n'ont jamais émis.

II.8. Radios non accréditées

Les radios non accréditées sont des radios n'ayant pas obtenu l'autorisation du CSC pour mener leurs activités.

II.9. Tranche d'âge

Dans notre étude est considéré :

- ❖ Jeune : tout individu (homme, femme) dont l'âge est compris entre 15 et 24 ans ;
- ❖ Adulte : tout individu (homme, femme) dont l'âge est compris entre 25 et 60 ans ;

- ❖ Personnes âgées : tout individu (homme, femme) dont l'âge est supérieur à 60 ans.

III. METHODOLOGIE DE L'ETUDE

Afin d'atteindre l'objectif assigné à la présente étude, deux types de collecte de données ont été utilisés à savoir (i) un recensement en ce qui concerne la cartographie des radios et (ii) une enquête ménage pour produire la situation et l'opinion des auditeurs.

Au sujet de l'enquête par ménage, la base de sondage utilisée est celle du Recensement général de la population et des habitations (RGPH) 2006. La collecte d'informations a été réalisée auprès de plusieurs publics cibles. Il s'agit notamment des auditeurs (hommes, femmes, jeunes, enfants de plus de 15 ans) et des responsables des radios et toute personne ressources dont la connaissance du domaine et l'expérience ont été jugées utiles. Afin de disposer d'un maximum d'informations, l'étude a eu recours à la recherche documentaire.

III.1 Le recensement

Le recensement a concerné les stations de radiodiffusion sonores burkinabè. Les informations recherchées auprès des radios enquêtées dans le cadre de cette étude sont essentiellement relatives à : leur localisation, leur fonctionnement, leurs capacités techniques, leurs ressources humaines, leurs programmes et aux thématiques abordées par chacune des stations de radiodiffusion.

En termes de produit, cette étude devrait livrer une liste actualisée des radios selon les localités et une carte électronique (interface graphique) desdites radios permettant de visualiser par un clic les données de chaque station.

III.2. L'échantillonnage

L'échantillonnage a concerné l'enquête ménage. Le plan de sondage est stratifié avec un tirage à deux degrés. Les strates sont les treize (13) régions du Burkina Faso et un échantillonnage a été réalisé dans chaque strate. Les unités primaires sont les zones de dénombrement (ZD) et les unités secondaires, les ménages.

Selon les objectifs de l'étude, les résultats devraient être statistiquement représentatifs à l'échelle de chaque région. Ces attentes impliquent des procédures de choix aléatoires de l'échantillon et le calcul des indicateurs par région, ce qui entraîne un tirage d'un échantillon indépendant dans chaque région.

Pour cette étude, ce sont 109 ZD qui ont été tirées de façon aléatoire à raison de 20 ménages par ZD sur l'ensemble des 13 régions du Burkina Faso. Au total 2 180 ménages ont été enquêtés. Dans chaque ménage sélectionné, tous les membres âgés d'au moins 15 ans ont été soumis au questionnaire ménage.

L'échantillonnage par région s'est basé sur la proportion de 0,5 qui fournit la variance maximale en termes de sondage. Un total de 7 865 individus sont théoriquement attendus.

III.3. La conduite de l'étude

Elle a concerné le recrutement et la formation des enquêteurs, la préparation du terrain, les ressources techniques, le déploiement des équipes sur le terrain et la production du rapport.

III.3.1. La formation des enquêteurs

Elle a été essentielle pour une meilleure compréhension des outils quantitatifs. Quatre-vingt-dix (90) enquêteurs et treize (13) contrôleurs ont été formés dans la période du 25 au 30 septembre 2017 à Ouagadougou. La formation a porté sur les points suivants :

- la présentation des objectifs de l'étude et des grandes lignes de la méthodologie ;
- la définition des concepts clés utilisés dans la collecte des données ;
- la présentation de l'échantillon et des cibles concernées par l'enquête quantitative ;
- la présentation de la structure générale du questionnaire et du public cible auquel chaque questionnaire est adressé ;
- l'examen des outils de collecte de données quantitatives ;
- la participation des superviseurs à la mobilisation du public cible de l'enquête.

III.3.2. La préparation du terrain

La méthode participative a été l'option retenue pour la conduite de cette étude. Ce choix d'associer tous les acteurs concernés a facilité leur implication effective tout au long de la phase de collecte de données. Les représentants des différentes collectivités territoriales d'enquêtes ont été informés à l'avance de la venue des enquêteurs et superviseurs sur le terrain. Outre ces représentants, on peut citer les responsables des radios, les Comités Villageois de Développement (CVD), l'Union Nationale de l'Audiovisuel Libre du Faso (UNALFA).

III.3.3. La collecte des données

L'option de la collecte avec des Smartphones et tablettes a été retenue pour l'enquête ménage. Le masque de saisie a été préalablement élaboré et mis sur les tablettes à l'aide du logiciel CSPro. Cette option a permis d'éviter la phase de saisie.

Par ailleurs, le questionnaire relatif à la cartographie des radios a été effectué sur support physique au vu du nombre peu élevé des radios existantes sur le territoire national. La collecte des données a eu lieu du 03 au 15 octobre 2017.

L'unité administrative retenue étant la région, les enquêteurs ont été répartis en 13 équipes, soit une équipe par région. Chaque équipe était composée de huit (08) personnes dont un (01) contrôleur et sept (07) enquêteurs à l'exception de l'équipe de la région de l'Est qui était composée d'un (01) contrôleur et de huit (08) enquêteurs. La composition des équipes a tenu compte des langues parlées dans la localité et de celle de l'enquêteur. Il convient de noter également que la plupart des enquêteurs avaient un niveau d'étude égal ou supérieur au baccalauréat (BAC) et avaient déjà au moins une expérience soit en enquête institutionnelle, soit en enquête ménage.

Pour ce qui est de la supervision, quatre (04) équipes ont été constituées, chacune ayant à sa charge trois (03) régions. Initialement prévue pour treize (13) jours, l'enquête a finalement duré 11 jours.

III.3.4. L'apurement des données

Les données ont été extraites du logiciel CSPro et traitées sur le logiciel statistique SPSS. Les programmes élaborés ont été ensuite exécutés sur les données afin d'extraire toutes les incohérences, erreurs, omissions, non-respect de sauts et de

filtres. Ces données ont été traitées, corrigées et réintégrées dans la base avant l'entame de la production des tableaux.

III.3.5. La production des tableaux

Les programmes de conception des tableaux ont été élaborés sur SPSS et exportés ensuite vers Excel pour la mise en forme des tableaux et la production des graphiques.

III.3.6. L'analyse et le rapportage

Une équipe de rédaction a été commise pour l'analyse, l'interprétation et l'élaboration du rapport. Ce document issu des travaux de l'équipe de rédaction a été ensuite soumis au comité de suivi qui regroupe les représentants de différentes parties. Il a enfin été examiné, amendé et validé en atelier national.

III.3.7. Conception d'une carte dynamique RadiosBFA

Une carte dynamique pour une utilisation conviviale des résultats de cette étude a été développée. Il s'agit notamment d'une carte du Burkina sur laquelle chaque radio est localisée par ses coordonnées GPS. Les données de chaque radio sont également accessibles sur cette carte dynamique.

IV. DIFFICULTES RENCONTREES

De manière générale la mission a rencontré des difficultés suivantes :

- l'insécurité dans le sahel ;
- l'accès difficile aux sites d'enquête ;
- le retard accusé dans la transmission des correspondances d'information ;
- le refus ou l'indisponibilité de certains enquêtés et responsables des radios ;
- la non maîtrise des informations relatives aux capacités des radios par leur responsable.

Cependant ces difficultés constatées n'ont ni empêché le bon déroulement de l'enquête ni entaché la qualité des informations collectées.

CHAPITRE II : RESULTATS DE L'ETUDE

Ce chapitre fournit toutes les informations susceptibles de mieux comprendre le paysage radiophonique, les habitudes d'écoute, les préférences et les opinions des auditeurs sur les programmes des radios.

I. L'OFFRE RADIOPHONIQUE

Cette section présente les caractéristiques des radios, leur capacité technique, l'analyse des contenus des programmes, l'analyse de la participation des auditeurs dans la programmation des émissions, le financement et modalités de gestion des radios, les relations de partenariat et les clubs des auditeurs.

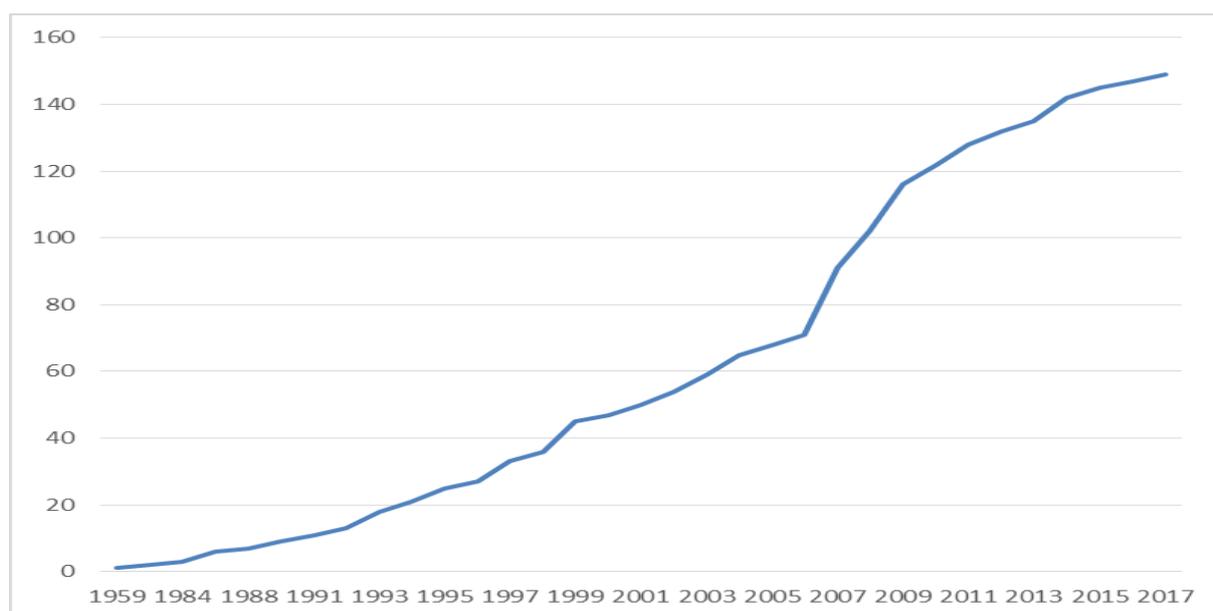
Sur les 154 radios en activité identifiées, 152 ont effectivement répondu au questionnaire institutionnel soit un taux de réponse de 98,7%.

I.1. Evolution du paysage radiophonique de 1959 à 2017

L'introduction de la radio au Burkina Faso date de 1959 avec la création de la Radiodiffusion de Haute-Volta actuelle Radio Nationale du Burkina. Depuis lors, de nombreuses radios se sont créées suite à la libéralisation du secteur de l'information et de la communication à partir des années 90.

Le graphique 01 illustre cette évolution.

Graphique 1: Evolution du nombre des radios de 1959 à 2017



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

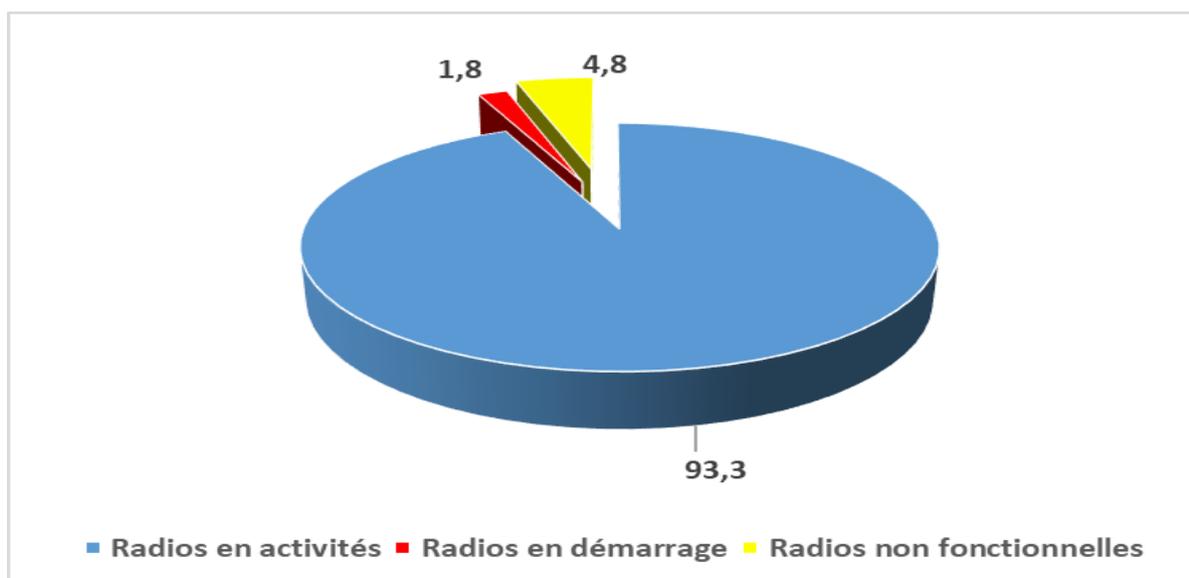
Cette courbe montre que le paysage radiophonique du Burkina Faso a connu une évolution positive de 1959 à 2017 en terme de création de radios. Cette évolution est caractérisée par un taux d'accroissement moyen de 9% sur cette période. On enregistre des accroissements records de 25% entre 1998 et 1999 et de 28,2% entre 2006 et 2007.

Le pic de la période 1998-1999 pourrait s'expliquer par l'accroissement des offres de fréquences consécutives à la création du Conseil Supérieur de la Communication (CSC) en 1995. Cette période correspond également à un moment où la liberté d'expression, suite à l'assassinat du journaliste Norbert Zongo, s'est consolidée au Burkina Faso. Celui de la période 2006-2007 s'expliquerait par une mise à disposition d'un nombre important de fréquences par le CSC.

I.2. Identification et caractéristiques des radios

Ce point concerne la répartition des radios selon l'état de fonctionnement, la région, la typologie et le statut. La présente enquête a identifié 164 radiodiffusions sonores implantées sur le territoire burkinabè dont cent cinquante-quatre (154) radios en activité, huit (08) non fonctionnelles et trois (03) en démarrage. Le graphique 2 visualise cette répartition.

Graphique 2: Répartition des radios selon l'état de fonctionnement (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

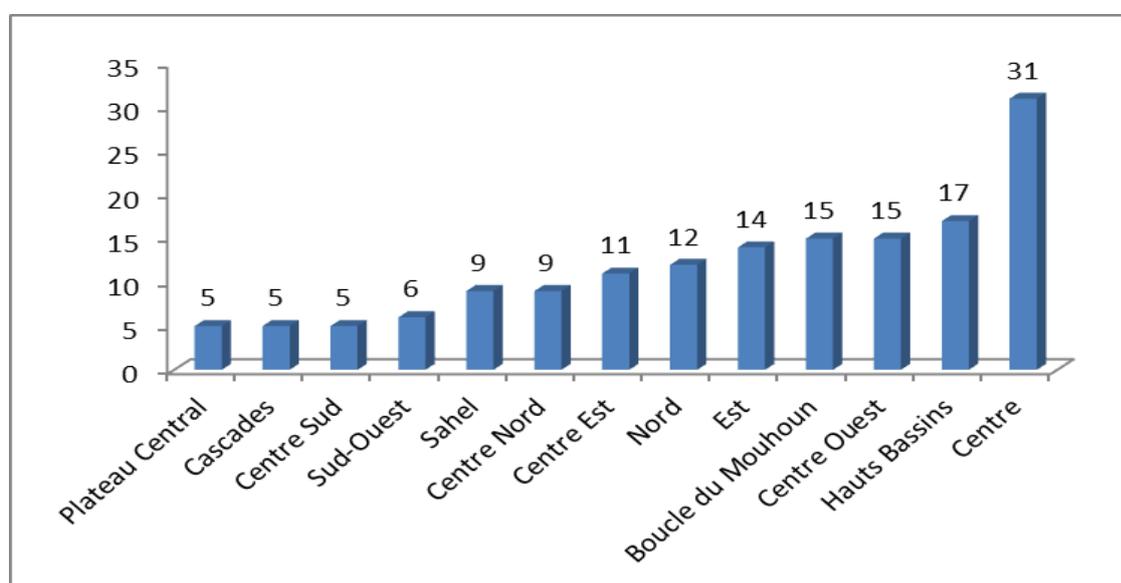
Radio en démarrage : Radio FASO FM et Radio Bassimyam dans la Région du Centre et la voix du Sahel dans la Région du Sahel.

Radios non fonctionnelles : la radio Sirebaï dans les Cascades, la radio municipale de Bittou et la radio Kourita toutes deux dans le Centre-Est, la radio Lamogoya, zuba’ui-j&kan et la RTB2 Boucle du Mouhoun et la Radio FM Dédougou dans la Région de la Boucle du Mouhoun et la Radio Diva dans le Centre.

Radios non autorisées : parmi les radios en activité la radio ARC FM dans les Cascades ne dispose pas de l’accréditation du CSC. Elle fonctionne dans l’illégalité.

Une répartition des 154 radios en activité selon les régions est illustrée par le graphique 3.

Graphique 3: Répartition du nombre des radios par région



Source : Données de l’enquête Octobre 2017

L’analyse du graphique 3 ci-dessus révèle que la Région du Centre abrite le plus grand nombre de radios. En effet, sur un effectif total de 154 radios en activités recensées dans les treize (13) régions, trente-une (31), soit 20,1 % sont de la Région du Centre. Celle-ci est suivie par la Région des Hauts Bassins avec 11%. Les Régions de la Boucle du Mouhoun et du Centre Ouest viennent en troisième position avec chacune 09,7% des radios présentes sur le territoire national. Le plus faible nombre de radios est enregistré dans les Régions des Cascades, du Centre-sud et du Plateau Central avec chacune cinq (05) radios ; soit 3,2%.

D’une manière générale, il ressort que la distribution des radios sur le territoire burkinabè est très disparate avec une étendue qui va de cinq (05) à trente-un (31)

radios et en faveur des grandes métropoles que sont Ouagadougou et Bobo-Dioulasso. Cette forte concentration dans ces deux villes pourrait s'expliquer par :

- ❖ l'existence d'un marché potentiel important ;
- ❖ la forte densité d'activités industrielles et commerciales ;
- ❖ la forte concentration des populations dont un public cible viable ;
- ❖ l'existence de facilités d'exploitation (source d'énergie, ressources humaines qualifiées, proximité de partenaires,...)

Le regroupement selon la classification catégorielle permet de dénombrer six (06) catégories de radios que sont : les radios « associatives ou communautaires », « confessionnelles », « commerciales », « communales », « institutionnelles » et « étatiques ».

Tableau 1: Répartition des radios selon la typologie par région

	Associa tives	Confessio nnelles	Commer ciales	Commu nales	Etatiq ues	Institution nelles	Tota ux
Boucle du Mouhoun	5	5	2	3	0	0	15
Nord	1	5	5	1	0	0	12
Plateau Central	3	0	1	1	0	0	5
Sahel	3	1	1	3	1	0	9
Sud-Ouest	1	2	2	0	1	0	6
Cascades	2	2	1	0	0	0	5
Centre	5	9	10	2	3	2	31
Centre Est	4	1	3	2	0	1	11
Centre Nord	5	1	2	1	0	0	9
Centre Ouest	6	5	4	0	0	0	15
Centre Sud	2	1	1	1	0	0	5
Est	9	2	0	2	1	0	14
Hauts Bassins	2	5	6	3	1	0	17
Totaux	47	39	38	19	7	3	154

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les radios appartenant à la catégorie « associatives » sont les plus nombreuses. Quarante-sept (47) ont été dénombrées et la Région de l'Est en compte le plus grand nombre avec neuf (09) stations de radios. Elle est suivie par la Région du Centre

Ouest avec six (06) radios et la Région de la Boucle du Mouhoun qui en compte cinq (05).

On dénombre trente-neuf (39) stations dans la catégorie des radios « confessionnelles ». Cette catégorie vient après celle des radios associatives. La Région du Centre enregistre la plus forte concentration avec neuf (09) radios. Elle est secondée par quatre (04) régions qui comptent chacune cinq (05) radios. Ce sont les Régions de la Boucle du Mouhoun, du Nord, du Centre Ouest et des Hauts-Bassins. On remarque cependant qu'aucune radio à vocation confessionnelle n'est implantée dans la Région du Plateau Central.

A l'image des radios confessionnelles, les radios commerciales sont fortement représentées dans la Région du Centre avec dix (10) stations sur les trente-sept (37) dénombrées. Elle est suivie de la Région des Hauts Bassins avec six (06) radios. En dehors de la Région de l'Est qui ne compte aucune radio de cette catégorie, toutes les autres régions abritent au moins une radio dite « Commerciale ».

Les radios communales sont, d'une manière générale, moyennement représentées avec dix-neuf (19) radios. Les Régions du Sahel et des Hauts Bassins comptent chacune trois (03) radios de cette catégorie.

Concernant les radios créées par l'Etat, sept (07) ont été recensées sur le territoire national et la Région du Centre détient la plus grande part avec trois (03) radios.

Enfin trois (03) radios ont été identifiées comme appartenant à la catégorie institutionnelle².

Tableau 2: Répartition des radios par région selon le statut

	Centre Sud	Plateau Central	Cascades	Sahel	Sud Ouest	Centre Nord	Nord	Centre Est	Est	Centre Ouest	Haut Bassins	Boucle du Mouhoun	Centre	Total
Public	1	1	0	4	1	1	2	2	3	1	3	3	7	29
Privé	4	4	5	5	5	8	10	9	11	14	14	12	24	125
Total	5	5	5	9	6	9	12	11	14	15	17	15	31	154

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

² Radio du Parlement, Radio Campus et Radio Bagré-pôle

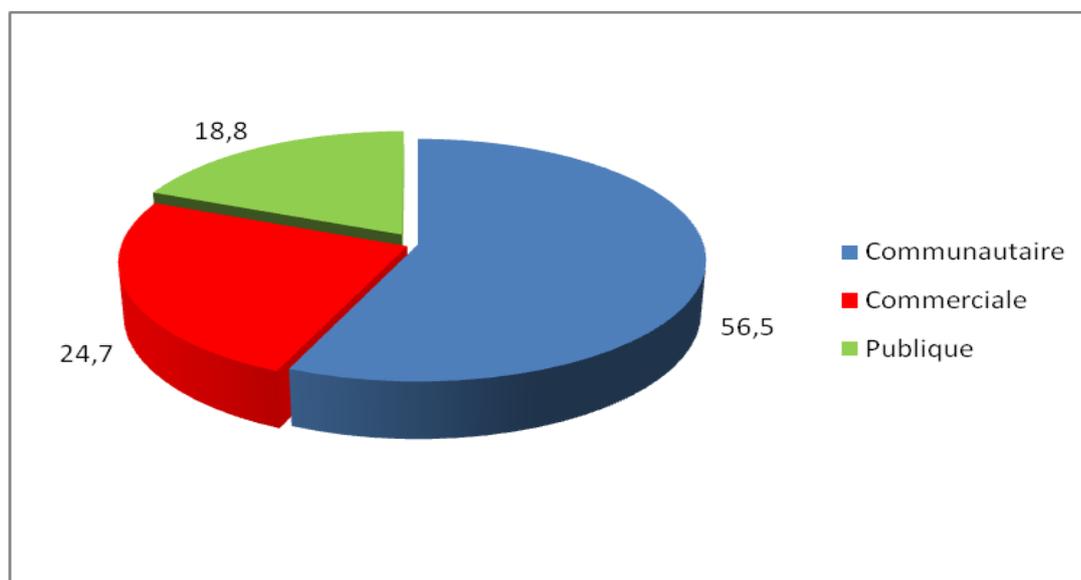
L'appréciation faite du nombre de radios énumérées par région et selon le statut montre que d'une manière générale, les radios privées sont plus nombreuses que les radios publiques dans chaque région. En effet, la Région du Centre compte vingt-quatre (24) radios privées pour sept (07) radios publiques et celle de la Boucle du Mouhoun douze (12) radios privées pour trois (03) radios publiques. Au total, il y a cent vingt-cinq (125) radios privées pour vingt-neuf (29) radios publiques. Il revient donc à l'Etat d'accroître son accompagnement dans ce domaine si l'objectif est d'augmenter le nombre de radios publiques.

Pour les besoins de cette étude, nous avons regroupé les (154) cent cinquante-quatre stations en trois catégories en considérant les principales missions qui leur sont assignées. Cette restructuration donne les trois grandes catégories ci-après :

- ❖ les radios communautaires : elles comprennent les radios associatives et les radios confessionnelles.
- ❖ les radios commerciales ;
- ❖ les radios publiques : elles regroupent les radios communales, institutionnelles et Etatiques.

Il ressort une prédominance des radios communautaires (56,5%) suivies des radios commerciales (24,7%). Le graphique 4 présente la répartition des 154 radios suivant ces trois catégories.

Graphique 4: Répartition des radios en trois catégories



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

I.3. Capacité technique des radios

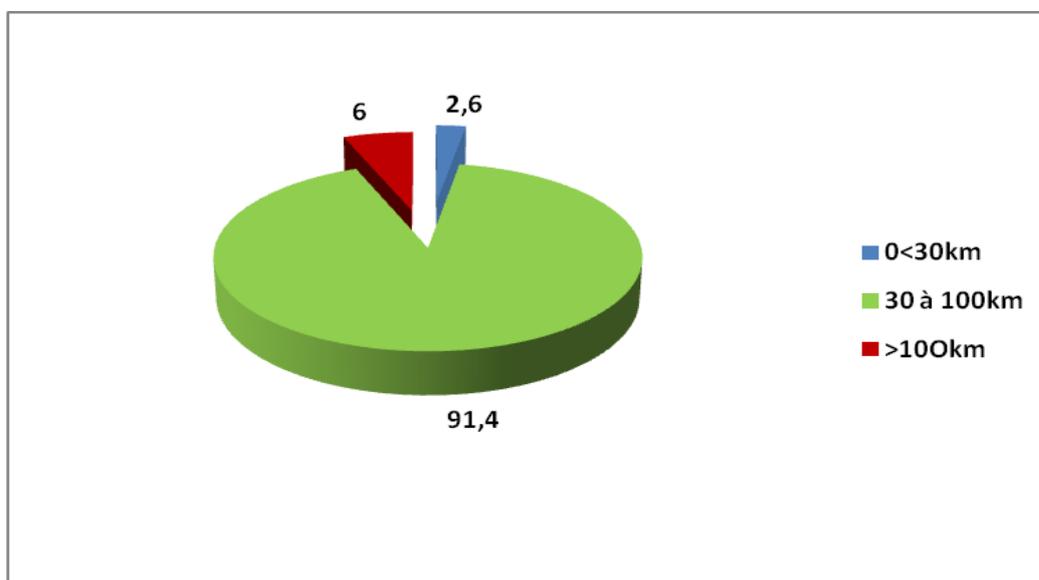
Ce point aborde les capacités techniques des radios à travers leur couverture géographique en termes de distance couverte en kilomètres et de la puissance de l'émetteur. Elle aborde également le niveau de dépendance énergétique à travers la source principale d'énergie utilisée.

I.3.1. Couverture géographique

I.3.1.1. Rayon moyen de couverture géographique

La couverture géographique est relative au rayon (en kilomètre) couvert par la radio. Les différents rayons mentionnés ont été reconstitués par groupe afin de permettre une catégorisation des radios. Ce regroupement tient compte de la réglementation en vigueur qui veut que le rayon de couverture d'une radio soit compris entre 30 km et 100km. Le regroupement fait sur la base de ce critère indique que 91,4% des radios ont un rayon de couverture conforme à la réglementation contre 8,6% qui ne la respecte pas.

Graphique 5: Répartition des radios selon le rayon moyen de couverture géographique (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Sur cette question du rayon de couverture, la Radio nationale n'a pas été interrogée car elle couvre environ 75% du territoire nationale.

Le CSC devrait interpeler les radios déclarant émettre au-delà de 100 km ou en deçà de 30 km, pour non-conformité à la réglementation.

Parmi les radios qui sont en contradiction avec la réglementation, les radios communautaires et commerciales viennent en tête avec des proportions respectives de 38% chacune.

Le tableau 3 donne la répartition des radios selon le rayon de couverture dans chaque groupe.

Tableau 3: Regroupement des radios selon le statut et le rayon de couverture (en %)

	<30km (%)	30 à 100km (%)	>100km (%)	
Radio communautaire	0	94	6	100
Radio Commerciale	8,1	86,5	5,4	100
Radio publique	3,6	89,3	7,1	100
Total	2,7	91,3	6	100

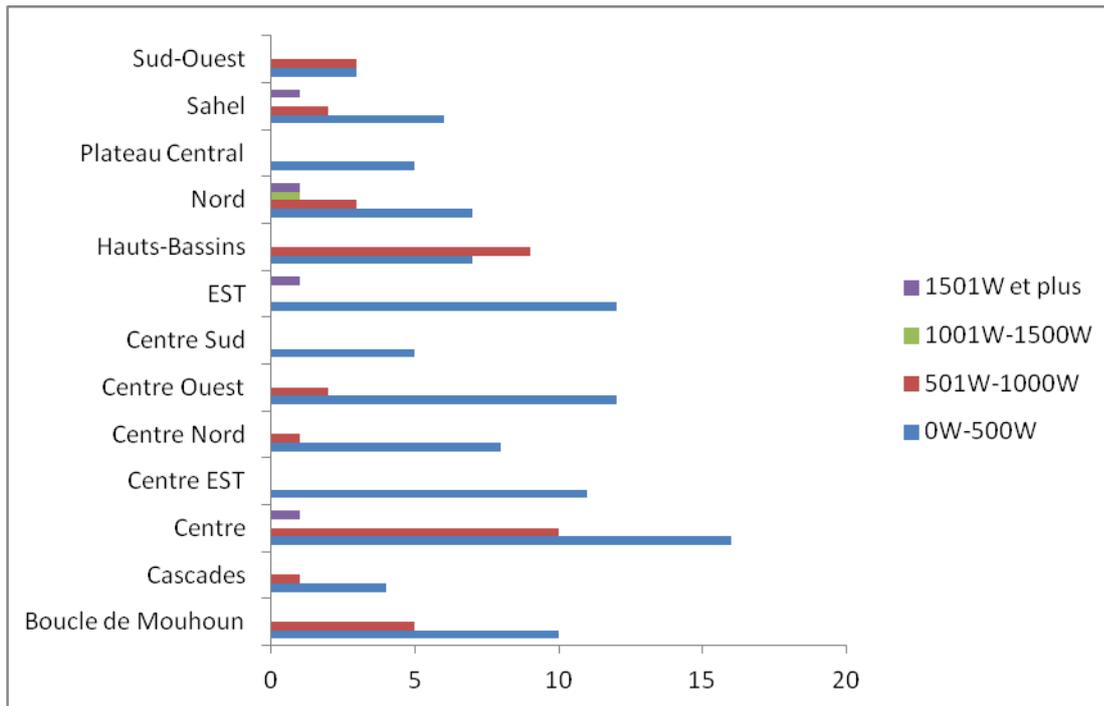
Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Parmi les radios communautaires 94% respectent la réglementation et aucune d'entre elles n'émet en deçà des 30km. 86,5% des radios commerciales ont un rayon de couverture conforme à la réglementation contre 13,5% qui ne la respectent pas. S'agissant des radios publiques 89,3% d'entre elles sont en phase avec la réglementation contre 10,7% qui ne la respectent pas.

1.3.1.2. Puissance de l'émetteur

A la question « *quelle est la puissance de votre émetteur* », 72,1% des radios déclarent détenir un émetteur de puissance comprise entre 0 et 500 W. Les régions où toutes les stations de radios respectent la norme définie par le CSC sont le Plateau Central, le Centre sud et le Centre Est. Par contre, les régions qui enregistrent les forts taux de stations radios qui ne respectent la norme sont respectivement les Hauts Bassins (56,2%), le Sud-Ouest (50%), le Nord (41,7%) et le Centre (40,7%). Certaines des radios ne respectant pas la réglementation déclarent avoir acquis leurs émetteurs avant l'adoption de la réglementation par CSC. Ce qui pourrait justifier la non observation de la règlementation du CSC par ces radios en ce qui concerne la limitation de la puissance de leur émetteur à 500 W.

Graphique 6: Répartition des radios selon la puissance de l'émetteur



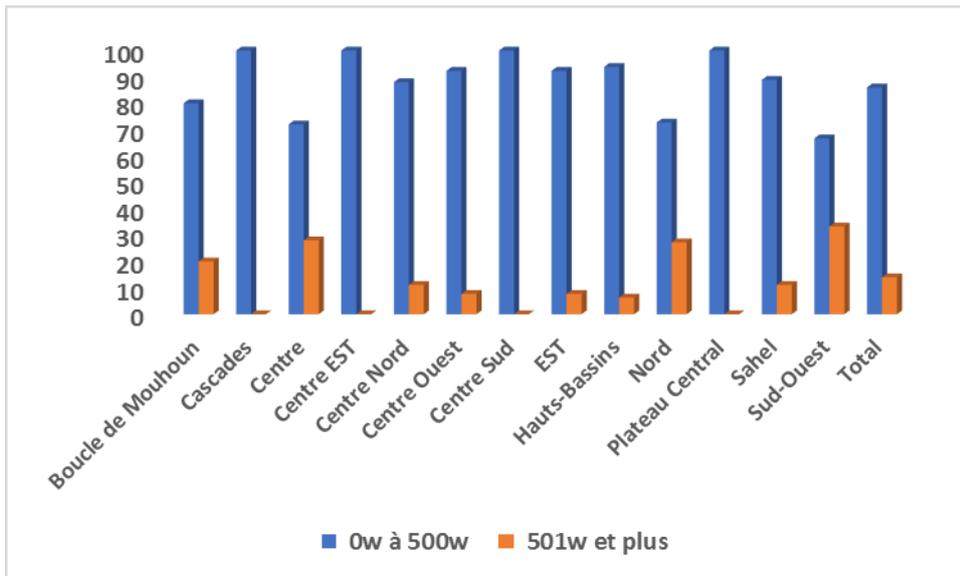
Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Toutes les stations dont les émetteurs ont une puissance supérieure à 500 W ne respectent pas la réglementation en vigueur. En effet, la décision n°2011-0001/CSC/CAB portant spécification des équipements techniques des radios diffusions sonores et télévisuelles stipule que la puissance de l'émetteur de radio doit être inférieure ou égale à 500 W.

1.3.1.3. Puissance de l'émission

La répartition des 154 radios selon qu'elles respectent ou non la puissance maximale d'émission autorisée (500 W) par le CSC indique que 86% des radios émettant sur le territoire national ont une puissance d'émission conforme contre 14% qui ne la respectent.

Graphique 7 : Répartition des radios selon la puissance de l'émission (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse par région indique que toutes les radios implantées dans les Régions des Cascades, du Centre Est, du Centre Sud, du Plateau Central sont en conformité avec la réglementation. Les régions qui enregistrent les faibles proportions de radios émettant conformément à la réglementation sont le Sud-Ouest (66,7%), le Centre (72%) et le Nord (72,7%).

Le non-respect de cette réglementation peut jouer négativement sur la qualité de la réception des émissions du fait des interférences. Aussi, cela biaise la concurrence entre les radios car certaines radios empiètent sur la zone d'intervention d'autres radios. Le CSC devrait faire respecter sa réglementation en vigueur.

1.3.2. Source d'énergie

La question suivante a été posée aux responsables des 154 radios enquêtées « qu'elles sont vos sources d'énergie ? ». Les réponses possibles étaient « Sonabel », « Plaque solaire » et « Groupe électrogène ». Il était également possible de fournir plus d'une réponse si la radio utilise plus d'une source d'énergie. Le tableau 4 présente les radios utilisant au moins une des trois sources.

Tableau 4: Source d'énergie des radios (en %)

Source d'énergie	Pourcentage
Sonabel	91,5
Plaque solaire	19,6
Groupe électrogène	32

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La majorité des stations de radios (91,5%), admettent utiliser au moins la Sonabel, contre 32% des radios utilisant au moins le groupe électrogène comme source d'énergie. Celles qui utilisent les plaques solaires ne représentent que 19,6%.

Un approfondissement de l'analyse permet d'appréhender les initiatives des stations de radios pour répondre à leurs besoins énergétiques. Ces initiatives sont illustrées dans le tableau 5.

Tableau 5: Répartition des radios selon les sources d'énergies (en %)

	SONABEL (exclusive)	SONABEL + Groupe Electrogène	SONABEL+ Solaire	Groupe Electrogène	Groupe Electrogène + Solaire	Solaire (exclusive)
Fréquence (%)	49,7	25,5	15,3	3,8	3,8	1,9

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

De ce tableau, on constate que :

- ❖ la SONABEL est la principale source d'énergie pour 90,5% des stations de radios ;
- ❖ les stations secourus par une seconde source représente 44,6% ;
- ❖ celles qui n'ont aucun secours représentent 55,4% des stations ;
- ❖ celles qui utilisent exclusivement l'énergie solaire représentent 1,9%.

La dépendance à une seule source d'énergie peut impacter négativement la continuité des émissions.

I.3.3. Le matériel de production hors site

Cette partie inventorie les moyens matériels de production extérieure des radios. Il s'agit notamment du matériel de transport, des équipements d'enregistrement et de sonorisation. Le tableau 6 indique la possession de matériels de production hors site des radios.

Tableau 6: Répartition des radios selon le nombre d'enregistreurs, de moyens logistiques et de sonorisation (en %).

Nombre de matériel de production	Matériel de sonorisation (%)	Matériel logistique (%)	Enregistreurs (%)
0	44,4	28,5	1,3
1	37,7	29,1	9,3
2	11,9	19,2	26,5
3	3,3	9,3	17,2
4	1,3	7,9	17,2
5 et plus	1,3	6,0	28,5
Total	100	100	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse des réponses obtenues montre que :

- ❖ 28,5% des radios ne disposent pas de matériels logistiques. 29,1% en possèdent un (01) et 42,4% en possèdent au moins deux(02).
- ❖ 17,8% des radios possèdent au moins deux (02) matériels de sonorisation et sont celles qui en cas de panne peuvent être secourues. Les radios se trouvant dans ces conditions d'équipement sont mieux outillées pour faire des productions hors site. 37, 7% en possèdent un (01). Enfin, 44,4% des radios n'ont aucun équipement de sonorisation ;
- ❖ En ce qui concerne les enregistreurs, 98,7% en possèdent au moins un (01), 89,4% en possèdent au moins deux (02). Cette dernière catégorie réunit le nombre minimal d'enregistreur qu'il faut pour être opérationnel sur le terrain.

I.4. Ressources Humaines des radios

Les données collectées sur les ressources humaines fait ressortir un total de 2186 personnes employées dans les différentes stations radios. L'analyse des ressources humaines s'est faite selon :

- ❖ le statut du personnel et le niveau de formation des travailleurs ;
- ❖ le profil des agents ;
- ❖ leurs expériences ;
- ❖ et sur l'adéquation entre le profil des directeurs et leurs activités.

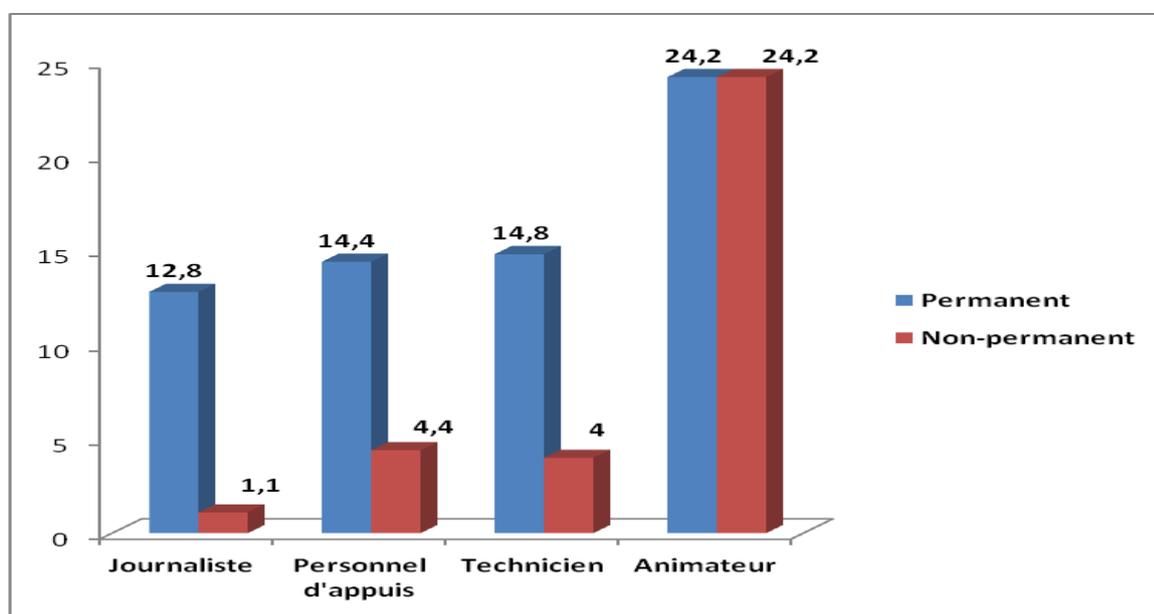
I.4.1. Statut et formation du personnel des radios

I.4.1. 1. Statut et emploi du personnel

Le statut est apprécié à travers les modalités « Permanent » et « Non permanent » et le type d'emploi à travers les modalités « Journaliste », « Personnel d'appui », « Technicien », « animateur ».

La désagrégation du personnel selon le statut indique que 66,23% sont permanents et 33,77% sont non permanents. Ces deux catégories de personnel comportent de grandes disparités.

Graphique 8: Répartition du personnel des radios par statut et emploi (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon les données du graphique 8 ci-dessus on dénombre :

- ❖ 12,8% des journalistes permanents et 1,1% de non permanents ;
- ❖ 14,4% d'agents d'appui permanents et 4,4% non permanents ;
- ❖ 14,8% de techniciens permanents et 4% de non permanents ;
- ❖ 24,2% d'animateurs permanents et 24,2% de non permanents.

D'une manière générale, les radios travaillent beaucoup plus avec du personnel permanent soit 66,2%, exception faite des animateurs.

I.4.1.2. Statut selon le genre

L'analyse de la répartition du personnel permanent et non permanent selon les régions indique un déséquilibre, excepté la Région du Nord (81-86) et celle du Centre-Ouest (73-69). (Confère annexe B tableau n°4 : Répartition du personnel par région selon le statut)

La Région du Centre détient l'effectif le plus élevé avec 31,1% de l'effectif total. Elle est suivie par la Région des hauts Bassins avec 10,9%. Ces deux régions comptabilisent à elles seules 42% de l'effectif total. Cette situation s'explique par le nombre élevé de radios dans ces deux (02) localités.

On note par ailleurs qu'à l'échelle nationale les disparités genre s'observent en défaveur des femmes quel que soit la région et le statut des employés. La répartition selon le statut donne 21,6% de femmes permanentes et 17,8% non permanentes.

Sur l'ensemble des journalistes et animateurs des radios enquêtées, les femmes représentent 20,6% de l'effectif total contre 79,4% d'hommes

Seul la Région du Centre-Est avec un taux de 33% se démarque des autres régions en respectant le quota genre³. La Région du Centre-sud détient le plus faible taux avec 11,2%.

Il ressort que 4,5% des radios (07) sont créées et/ou dirigées par des femmes.

I.4.1.3. Répartition selon le niveau de formation des journalistes et animateurs

Sur l'ensemble du personnel employé dans les radios, 62,3% sont constitués de journalistes et d'animateurs. Leur répartition selon le niveau de formation est faite dans le tableau 7.

³ Il s'agit d'avoir au moins 30% de chaque sexe

Tableau 7: Répartition des journalistes et animateurs par niveau de formation et par sexe (en %)

Sexe Niveau	Homme (%)	Femme (%)	Total (%)
BAC+4 et plus	7,8	10,2	8,3
BAC+3	10,2	15,2	11,2
BAC+2	6,6	7,8	6,8
BAC	10,8	7,4	10,1
BEPC	34,3	29,1	33,2
CEP	22,5	25,4	23,1
Sans diplôme	7,8	4,9	7,2
Total	100	100	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'enquête révèle que les entreprises de radios au Burkina emploient un personnel dont le niveau d'étude prédominant est le BEPC. Les détenteurs du BEPC représentent 33,2%. Ceux qui ont le CEP représentent 23,1%. Ensuite vient la catégorie des agents ayant un BAC+2 au moins avec 26,3% et les bacheliers 10,1%.

En comptabilisant les trois (03) groupes d'agents possédant au plus le BAC (« CEP », « BEPC » et « BAC »), ils totalisent 66,4% du personnel. Ceux qui exercent sans diplôme représentent 7,2% des employés.

Environ 19,5% des journalistes et animateurs sont des cadres supérieurs. Le ratio cadres inférieurs sur cadres supérieurs donne un taux d'encadrement moyen de (4,1%) soit un cadre supérieur pour 4 cadres inférieurs. Ce taux d'encadrement satisfaisant pourrait s'expliquer par l'existence d'une offre de formation locale de plus en plus fournie.

I.4.1.4. Formation de base des journalistes et animateurs

Les journalistes et animateurs ayant un niveau supérieur ou égal au BAC+2 sont répartis selon le profil de formation.

Tableau 8: Répartition des journalistes et animateurs par formation de base et selon le genre (en %)

Formation de base	Sexe		Ensemble (%)
	Homme (%)	Femme (%)	
Lettre moderne	18,8	18,8	18,8
Art et communication	40,4	47,8	42
Langues (anglais, espagnol, allemand...)	15,6	10,1	14,4
Histoire	2,4	0	1,9
Géographie	2,8	2,9	2,8
Economie et gestion	9,6	7,2	9,1
Sociologie	4,4	7,2	5
Droit	3,6	5,8	4,1
Chimie-biologie	2,4	0	1,9
Total (%)	100	100	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

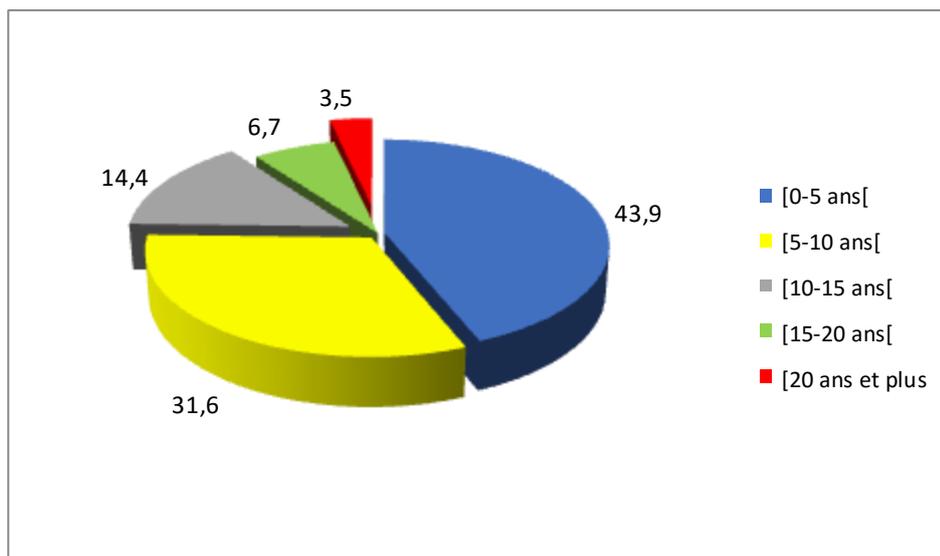
La répartition des journalistes et animateurs selon la formation de base indique que 75,2% ont été formés dans des disciplines qui les prédisposent à bien exercer leur métier. Il s'agit de ceux ayant une formation universitaire en art et communication, lettre moderne et les langues.

Ceux qui ont les profils (historien, géographe, économiste gestionnaire, sociologue, juriste et chimiste-biologiste) représentent 24,8%. Initiés aux techniques de base du journalisme, cette catégorie est capable de fournir des spécialistes aguerris.

De façon globale, le personnel d'encadrement ou le personnel cadre représentant 26,3% des journalistes et animateurs est formé dans les filières du métier ou voisines.

L'analyse selon le nombre d'années d'expérience indique que sur l'ensemble des effectifs du personnel des radios, 75,4% des effectifs ont une expérience inférieure à 10 ans, ce qui traduit la jeunesse des journalistes et animateurs du paysage radiophonique du Burkina Faso. Quant à ceux qui ont 20 ans et plus d'années d'expérience, ils représentent 3,5%.

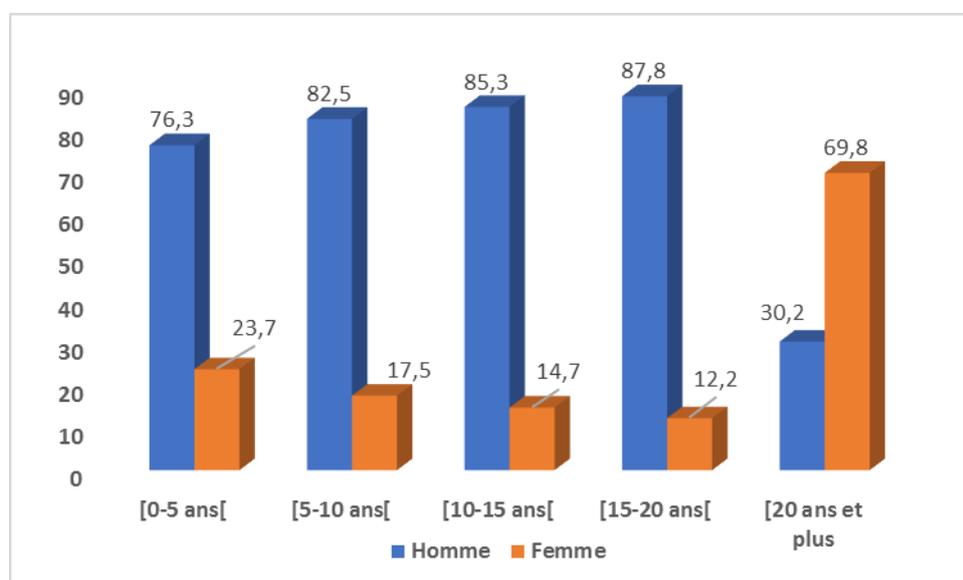
Graphique 9: Répartition des journalistes et animateurs par nombre d'années d'expériences (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse de l'expérience selon le genre fait ressortir des disparités qui sont illustrées dans le graphique 9 :

Graphique 10: répartition des journalistes et animateurs par nombre d'années d'expériences selon le genre (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

De ce graphique, le constat est que les journalistes et animateurs hommes sont plus nombreux que les femmes à l'exception de la tranche d'expérience 20ans et plus. Cela pourrait s'expliquer par des départs plus fréquents d'hommes notamment des journalistes de radios qui ont une expérience de 20 ans et plus vers d'autres

structures de communication autres que les stations de radio. Afin de mettre en relation les profils de formation des directeurs de radios et leur métier les données collectées ont permis de présenter le tableau 9.

Tableau 9: Répartition des directeurs de radio selon leur profil (en %)

Profil directeur radio	Pourcentage
Journaliste	46,7
Economiste gestionnaire	8,6
Historien	2,0
Linguiste	3,9
Théologien	7,9
Géographe	2,6
Juriste	2
Autres	26,4
Total	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse des données ci-dessus fait ressortir une prédominance des journalistes (46,7%) comme directeurs de radios. Ce profil est suivi par ceux des économistes gestionnaires et des théologiens qui représentent respectivement 8,6% et 7,9% de l'ensemble des directeurs de radios.

La catégorie autre regroupe les directeurs qui n'ont pas un profil universitaire. Ce sont entre autres des animateurs, des techniciens, des enseignants etc. Les plus émergents dans cette catégorie sont respectivement : animateur (6,6%), technicien (3,3%) et enseignant (3,3%) des responsables des radios.

De façon générale, on note une diversité de profils des directeurs des radios; ce qui pourrait se justifier par le fait que l'entreprise de presse est libre au Burkina.

I.4.2. Renforcement de capacités du personnel des radios

I.4.2.1. Etat des lieux des formations antérieures

A la question : « le personnel de votre radio a-t-il bénéficié d'une formation ces 5 dernières années ? », 86,2% des responsables de stations radios enquêtées ont répondu « oui ». L'analyse par région précise que six (06) régions enregistrent 100% de réponses positives. On en déduit que la formation est une activité prise en compte par la grande majorité des stations de radio. C'est, d'ailleurs, ce que montre le tableau 10.

Tableau 10: Répartition par région des radios ayant bénéficié d'au moins une formation au cours des 5 dernières années (en %)

Région	Boucle du Mouhoun	Nord	Plateau Central	Sahel	Sud-Ouest	Cascades	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Centre Sud	Est	Hauts Bassins
Nombre de radio par région	15	12	5	9	6	5	31	11	9	15	5	14	17
Radios ayant bénéficié d'une formation (%)	80	92	100	100	83	100	68	100	78	86	100	79	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Lorsqu'on s'intéresse aux radios qui ont obtenu une formation de l'UNICEF ces 05 dernières années, il ressort que 27,3% en ont bénéficié.

De façon globale, il y'a au moins une radio bénéficiaire des formations UNICEF dans les treize (13) régions à l'exception de la Région du Centre-Ouest.

La répartition par région montre que les radios du Sahel ont toutes bénéficié d'une formation initiée par l'UNICEF et cela pourrait s'expliquer par la mise en place du réseau des radios de proximité du Sahel. La région la moins nantie est celle du Centre-Ouest, en témoigne les données du tableau 11.

Tableau 11: Répartition par région du personnel ayant bénéficié d'au moins une formation UNICEF ces 5 dernières années (en %)

Régions	Boucle du Mouhoun	Nord	Plateau Central	Sahel	Sud-Ouest	Cascades	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Centre Sud	Est	Hauts Bassins	Total
Nombre de radio par région	15	12	5	9	6	5	31	11	9	15	5	14	17	154
Radios ayant bénéficié de formation UNICEF dans la région (%)	20	16,7	20	100	16,7	60	25,8	36,4	33,3	0	40	35,7	5,9	27,3

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Dans toutes les régions, on enregistre la présence de journaliste ayant bénéficié d'au moins une formation UNICEF ces 05 dernières années à l'exception de la Région du Centre Ouest. La région qui enregistre le plus fort taux de journaliste ayant besoins d'une formation UNICEF est le Sahel (41%). Les régions qui enregistrent les plus faibles taux sont respectivement les Hauts Bassins (2%), le Centre (3%), le Sud Ouest et le Nord (4%).

L'analyse selon le genre montre que la proportion des journalistes ayant bénéficié de formation UNICEF diffère d'une région à une autre et est à l'avantage des femmes. Il ressort un équilibre relatif entre la proportion des femmes et celle des hommes ayant bénéficié d'une formation UNICEF dans les Régions du Sahel, du Centre nord et du Centre Est où les écarts sont faibles. Par contre les Régions du nord et du Sud Ouest sont les plus inégalitaires en matière de genre car les hommes sont les seuls bénéficiaires des formations UNICEF. Les Régions du Plateau Central, des Cascades, du Centre, du Centre Sud, de l'Est et des Hauts Bassins sont celles où le groupe des femmes est favorisé par rapport à celui des hommes. Le tableau 12 présente les détails.

Tableau 12: Répartition par région du personnel ayant bénéficié d'au moins une formation UNICEF ces 5 dernières années selon le genre (en %).

	Homme (%)	Femme (%)	Total (%)
Boucle du Mouhoun	5	17	7
Nord	5	0	4
Plateau Central	5	20	6
Sahel	42	40	41
Sud-Ouest	5	0	4
Cascades	15	32	19
Centre	2	5	3
Centre Est	14	11	13
Centre Nord	14	15	14
Centre Ouest	0	0	0
Centre Sud	13	20	13
Est	12	20	14
Hauts Bassins	1	5	2
Total (%)	7	10	7

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

I.4.2.2. Besoins de formation des radios

A la question « avez-vous des besoins de formation ? » 95,4% des responsables des stations de radio répondent par l'affirmative. La quasi-totalité des stations de radio expriment un besoin de formation. En effet, six (06) régions sur treize (13) enregistrent un taux de besoin de formation de 100%. (Confère annexe tableau n°7 : Répartition des radios ayant des besoins de formation par région).

Le besoin de formation est justifié par la forte mobilité du personnel dans les radios privées, le faible niveau et qualification des journalistes et animateurs qui en majorité n'ont pas le profil. Un défi qui reste à relever par le Gouvernement et ses partenaires.

I.5. Analyse des contenus des programmes

Cette analyse des contenus des programmes se fera selon les langues, les genres radiophoniques, les thématiques abordées par les différentes radios et les temps d'antenne consacrés à ces thématiques.

I.5.1. Comparaison entre les langues de diffusion et les langues parlées dans les localités

A la question : « quelles sont les trois principales langues parlées de la localité ? », il ressort que la langue mooré (40,9%) vient en tête suivie du dioula (19,5%) et du français (11,7%). Les langues les moins parlées sont le bôbô et le bwamu avec chacune 0,6%. Le tableau 13 fait la répartition des langues parlées dans les localités.

Tableau 13: Répartition des premières langues parlées dans les localités d'implantation des radios

Les langues	Dioula	Dagara	Gulmacema	Français	Mooré	Fulfuldé	Bôbô	Bissa	Bwamu	Gourounsi	Autres langues	Total
Pourcentage	19,5	1,9	9,7	11,7	40,9	6,5	0,6	1,9	0,6	3,9	2,6	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

A la question : « quelles sont les trois principales langues dans lesquelles les programmes sont produits et diffusés ? ». Il ressort que les langues les plus utilisées par les stations radios sont respectivement le français (41,6%) et le mooré (31,8%). Le tableau 14 présente les données relatives aux langues de diffusion et de production des stations radios.

Tableau 14: Répartition des principales langues de diffusion des radios

Langue de diffusion des programmes	Dioula	Dagara	Gulmacema	Français	Mooré	Fulfuldé	Bôbô	Bissa	Bwamu	Gourounsi	Autres langues	Total
Pourcentage	6,5	0,6	9,1	41,6	31,8	4,5	0	1,3	0	3,2	1,3	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

En faisant un lien entre les premières langues les plus parlées et le nombre de radios qui les utilisent comme langues de diffusion, il apparaît que :

- **Le mooré** : déclaré par 40,9% des radios comme étant la première langue parlée dans leur localité est utilisé par 31,8% des radios comme première langue de diffusion de leurs émissions.

- **Le Dioula** : 19,5% des stations de radios la déclarent comme première langue parlée de la localité et 6,5% l'utilisent comme première langue de diffusion de leur programme.

Ces statistiques affichent un écart important entre la principale langue parlée et le nombre de stations qui l'utilisent comme l'une des principales langues de diffusion. Cet écart traduit une incohérence dans l'exploitation de cette langue comme véhicule de diffusion. Elle peut s'expliquer par le caractère cosmopolite des grands centres urbains qui abritent de nombreuses radios.

- **Le Français** : déclaré par 11,7% comme première langue parlée de leur localité est utilisée par 41,6% des radios comme première langue de diffusion.

Concernant la langue française, les réponses enregistrées laissent apparaître un énorme écart entre la proportion des radios qui la déclarent comme première langue parlée et celles qui l'utilisent comme principale langue de diffusion. C'est un contraste frappant. Cela veut-il dire que bien que cette langue ne soit pas la première langue usitée par les populations, les radios se sentent obligées de la prioriser comme langue de diffusion ?

- **Le Gulmanchéma** : déclaré par 9,7% des radios comme première langue parlée dans leur localité est utilisé par 9,1% comme principale langue de diffusion.

Pour le Gulmanchéma, les résultats de l'enquête révèlent un équilibre presque parfait entre principale langue parlée de la localité et celle de diffusion des programmes des stations. Ce constat pourrait s'expliquer en partie par la forte présence des radios associatives/communautaires dans la Région de l'Est où cette langue est la plus répandue. On en déduit une valorisation de la principale langue de la localité facteur d'une bonne stratégie d'implication et de mobilisation des populations sur les chantiers de développement par les promoteurs.

- **Le Gourounsi** : Pour cette langue, on constate également un équilibre presque parfait comme pour le Gulmanchéma : 5 sur six radios utilisent la première langue parlée dans la localité comme première langue de diffusion de leurs

programmes. Les raisons invoquées dans le cas de la Région de l'Est valent pour ces radios qui se trouvent majoritairement en zone gourounsi.

De façon générale, parmi les 3 langues de diffusion des radios, il existe au moins une des 3 langues parlées dans la localité.

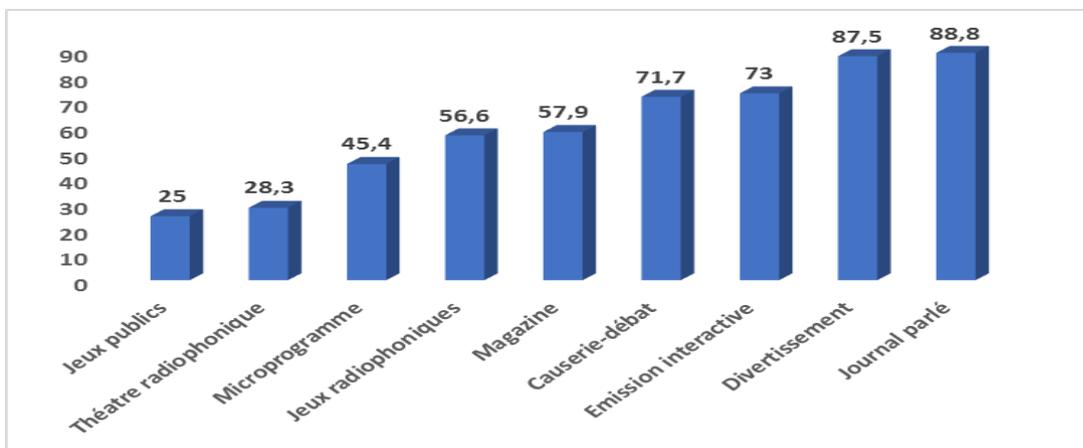
I.5.2. Les types d'émissions produits par les radios

Sur l'ensemble des réponses à la question : « quels types d'émissions votre station produit et diffuse ? », viennent respectivement en tête quatre (04) types d'émissions que sont le journal parlé avec 88,8% des radios, le divertissement avec 87,5% des radios, les émissions interactives avec 73% des radios et les causerie-débats avec 71,7% des radios.

Ces quatre types d'émissions sont produites et diffusées par au moins 71,7% des radios enquêtées. On peut en déduire qu'elles répondent à la demande d'un public potentiel important.

Parmi les émissions les moins citées, on retrouve celles sensées mettre l'accent sur la communication pour le changement de comportement. Ce sont : le jeu public, le théâtre radiophonique, le microprogramme, le magazine. Cette réalité pourrait s'expliquer par deux contraintes majeures. La première veut que ces catégories de production soient réalisées sur commande de partenaires pour la plupart ; et, la seconde, réside dans leurs coûts relativement élevés. Elles exigent également des ressources humaines qualifiées. Le graphique 11 illustre ces constats.

Graphique 11 : Répartition des radios selon le type d'émissions produit et diffusé (en %)

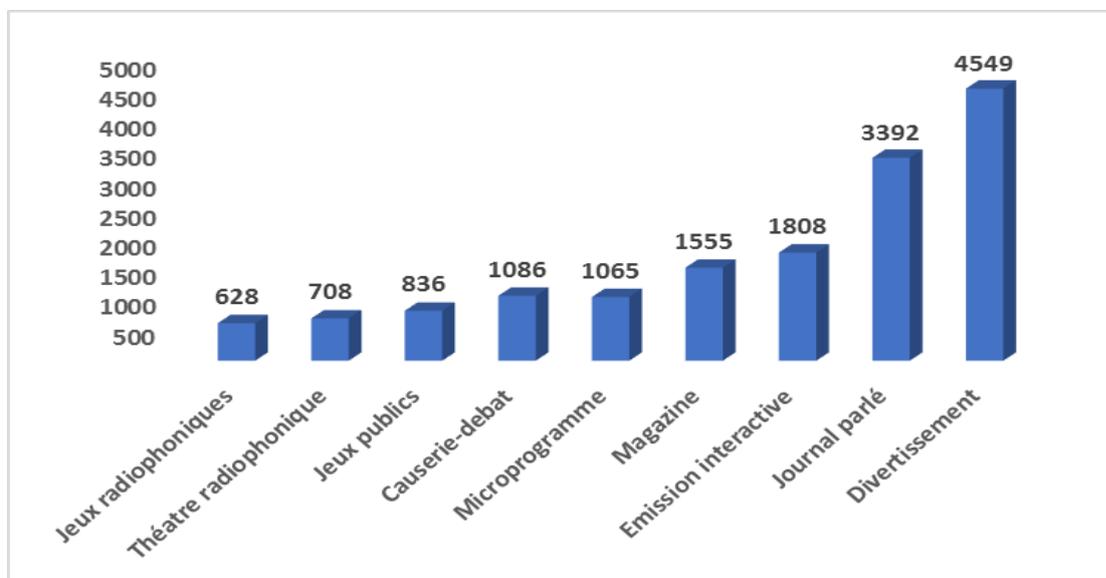


Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

I.5.3. Temps d'antenne consacré aux émissions

La considération du temps d'antenne consacré à chaque type d'émission ci-dessus abordé nous donne la répartition ou la visualisation suivante.

Graphique 12: Répartition du temps d'antenne en minutes



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Le graphique 12 ci-dessus nous renseigne sur le temps d'antenne en minute consacré aux différentes productions par les radios. A l'analyse, le divertissement avec 4549 mn/mois ravit la vedette à toutes les autres émissions. On trouve effectivement des radios dont la grille consacre la majeure partie du programme au divertissement (musique).

Le journal parlé occupe le 2ème rang avec 3392 mn/mois. Ce volume horaire est gonflé par les synchronisations fréquentes surtout avec les stations nationales. Elle est suivie des émissions interactives qui viennent en 3ème position avec 1808 mn/mois.

Les volumes horaires élevés de ces trois types d'émissions trouvent leurs explications dans la facilité et leur faible coût de production.

Le cumul du volume horaire des émissions (jeu public, théâtre radiophonique, microprogramme, magazine) sensées promouvoir la communication pour le changement de comportement est de 2172 mn/mois. Ce cumul représente à peine la moitié du temps de la catégorie « émissions de divertissement ». Cet écart reflète

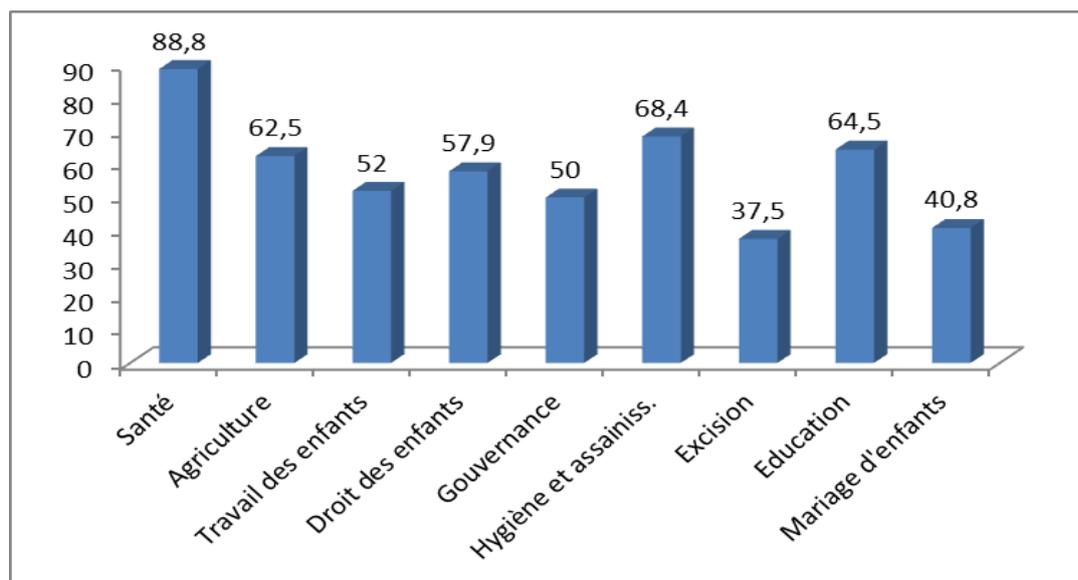
une faible production d'émission destinée à la communication pour le changement de comportement.

En comparant les 2 graphiques relatifs aux types d'émission abordée et le temps qui y est consacré, il ressort que la plupart des radios produisent des émissions d'information mais leurs consacrent moins de temps par rapport au divertissement.

I.5.4. Les thématiques abordées par les radios

En se focalisant sur les thématiques abordées par l'ensemble des radios il ressort que les plus abordées sont la santé avec 88,8%, l'hygiène et l'assainissement 68,4%, l'éducation 64,5% et l'agriculture 62,5%. Les thématiques les moins abordées sont : l'excision 37,5% et le mariage des enfants 40,8% des radios. Le graphique 13 en fait l'illustration.

Graphique 13 : Répartition des radios selon les thématiques les plus abordées (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse par région à partir du tableau 15 nous amène à identifier les thèmes les plus abordés et les moins abordés par les différentes stations dans leurs localités respectives.

Tableau 15: Répartition par région des radios selon les thématiques les plus abordées (en %)

	Santé	Agriculture	Travail des	Droit des enfants	Gouvernance	Hygiène et	Excision	Education	Mariage d'enfants
Boucle du Mouhoun	100	73,3	46,7	66,7	13,3	73,3	53,3	100	53,3
Nord	83,3	58,3	75	66,7	75	91,7	58,3	75	50
Plateau Central	80	60	40	80	40	40	0	60	0
Sahel	100	77,8	88,9	88,9	100	88,9	100	100	100
Sud-Ouest	100	83,3	83,3	66,7	50	100	16,7	66,7	0
Cascades	80	100	80	80	80	100	80	100	80
Centre	71	19,4	25,8	45,2	54,8	58,1	9,7	41,9	22,6
Centre Est	90,9	63,6	18,2	0	9,1	27,3	45,5	63,6	45,5
Centre Nord	100	66,7	22,2	55,6	44,4	55,6	44,4	55,6	33,3
Centre Ouest	85,7	85,7	42,9	50	42,9	42,9	14,3	35,7	21,4
Centre Sud	100	80	100	80	60	100	100	100	80
Est	92,9	57,1	42,9	78,6	28,6	64,3	14,3	28,6	35,7
Hauts Bassins	100	87,5	93,8	56,3	75	93,8	43,8	87,5	50

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La tendance au niveau national en termes de thème abordé est similaire au niveau régional. La thématique sur la santé est la plus traitée par les radios dans toutes les régions. Dans les Régions du Sahel et du Centre Sud, presque toutes les radios abordent les thèmes cités. Ce pendant certaines thématiques ne sont abordées par aucune radio ou quand elles le sont c'est par une seule dans certaines régions. Les thèmes liés au mariage des enfants et l'excision sont ceux les moins abordés dans les Régions du Plateau Central et du Sud-Ouest.

1.5.5. Temps moyen par thématique

Le temps moyen consacré varie selon les thématiques et selon les régions, en témoigne le tableau 16.

Tableau 16: Répartition par région du volume horaire mensuel moyen, en minute, consacré aux thématiques abordées.

	Santé	Agriculture	Travail des enfants	Droit des enfants	Gouvernance	Hygiène et Assainissement	Excision	Education	Mariage des enfants
Boucle du Mouhoun	696	1515	981	778	37	1099	1038	1258	1107
Nord	1095	519	477	480	450	412	214	257	205
Plateau Central	865	173	300	495	115	350	.	333	.
Sahel	1186	295	321	369	398	229	386	353	353
Sud-Ouest	410	312	324	365	460	325	120	195	.
Cascades	380	360	165	158	210	480	150	456	548
Centre	849	1152	624	600	1728	838	480	1740	800
Centre Est	597	214	240	.	140	240	240	223	240
Centre Nord	533	300	420	489	1410	345	581	288	560
Centre Ouest	554	704	528	590	570	568	95	624	570
Centre Sud	758	247	300	380	350	255	175	210	280
Est	630	274	130	194	135	447	180	202	180
Hauts Bassins	491	407	354	353	770	876	236	501	274

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

De l'analyse du tableau, il ressort que certaines thématiques ont un volume horaire mensuel moyen qui varie entre 1000 mn/mois et 1728 mn/mois. La Région de la Boucle du Mouhoun se fait particulièrement remarquer avec 5 thématiques au-dessus de 1000 mn/mois. Par contre la thématique « gouvernance » n'est traitée que durant 37 mn/mois par station dans cette région.

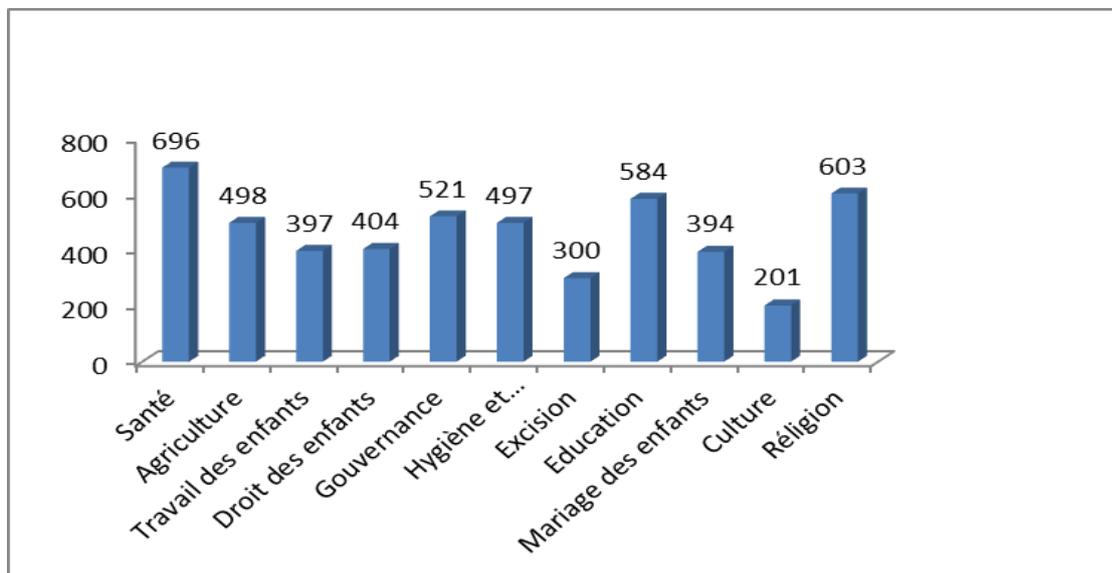
Les thématiques les plus traitées concernent :

- dans les Régions du Centre et du Centre-Nord, la gouvernance est traitée respectivement pendant un temps moyen de 1728 mn/mois et 1410 mn/mois ;
- dans les Régions du Sahel et du Nord la thématique de la santé est traitée respectivement pendant un temps moyen de 1186 mn/mois et 1095 mn/mois ;

- dans la Région du Centre, la thématique de l'agriculture est traitée pendant un temps moyen de 1152 mn/mois ;
- dans les Régions du Centre et de la Boucle du Mouhoun, la thématique éducation est traitée respectivement pendant un temps moyen de 1740 mn/mois et 1258 mn/mois

L'analyse de la répartition selon le temps moyen par thématique donne le graphique 14 :

Graphique 14: Répartition du temps moyen consacré aux différentes thématiques (en mn)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

De manière générale, les émissions relatives à la santé sont les plus diffusées avec un temps moyen de 696 mn/mois, suivies de la religion avec 603 mn/mois. L'éducation vient en 3^{ème} position avec 584 mn/mois. Les thématiques les moins abordés sont successivement : la culture, mariage des enfants, travail des enfants et l'excision.

L'analyse selon la thématique et le statut des radios fait ressortir les données suivantes affichées au tableau 17.

Tableau 17: La répartition des radios qui produisent ou non une émission en lien avec la thématique de l'enfant et de la mère selon leur statut (en %)

Statut de radio	Ne produit pas (%)	Produit (%)	Total
Communautaire	11,9	88,1	100
Commerciale	16,2	83,8	100
Publique	25	75	100
Total	15,4	84,6	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

On remarque que 84,6% des radios toutes catégories confondues produisent des émissions en lien avec l'enfant et la mère. Les radios communautaires sont prédominantes dans la production et la diffusion des thématiques en lien avec l'enfant et la mère. Cela s'explique par le fait que leur mission première est de contribuer au développement local à travers la sensibilisation des populations pour le changement de comportement. Il en est de même avec les radios publiques. Par contre les radios commerciales en produisent sur commande de certains acteurs de développement.

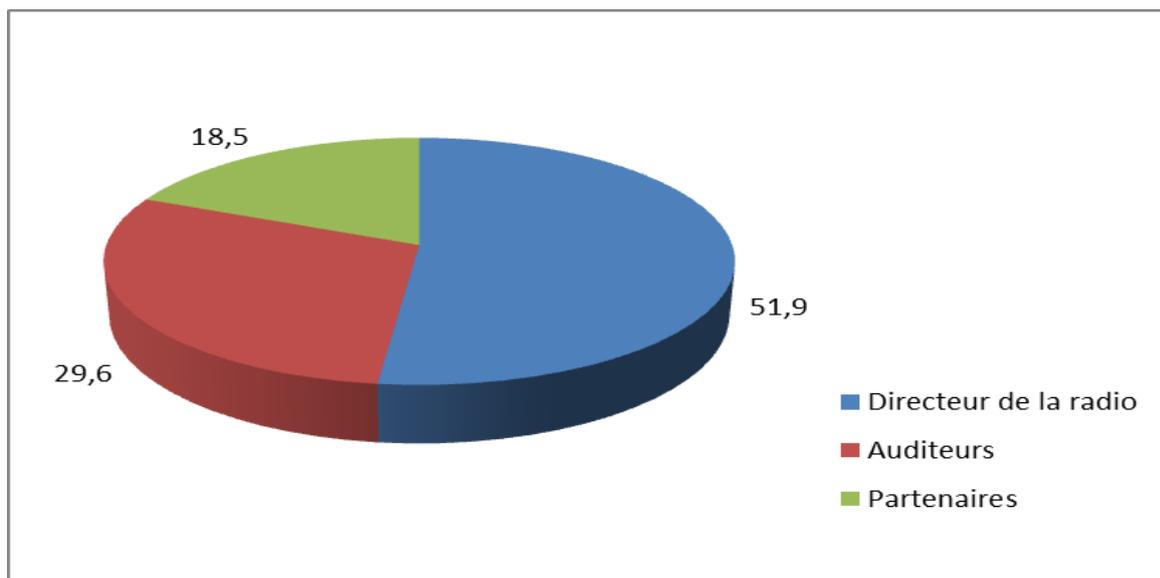
I.6. Analyse de la participation des auditeurs dans la programmation des émissions

Il s'agira d'apprécier l'influence des intervenants dans la programmation, les réaménagements des programmes et l'existence de mécanisme d'estimation de l'audience des stations radios.

I.6.1. Les intervenants dans la programmation des émissions

Les stations radios réaménagent leur programmation selon les besoins des auditeurs ou des partenaires. Le graphique suivant met en évidence le poids de chaque acteur dans la programmation.

Graphique 15: Répartition des radios selon les acteurs à l'origine du réaménagement de la grille de programmes (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

A la question « qui sont les initiateurs du réaménagement de la grille des programmes ? », les représentants des stations citent 3 catégories d'acteurs :

- la direction de la radio avec 51,9% des réponses ;
- les auditeurs avec 29,6% ;
- et les partenaires avec 18,5%.

Ces statistiques montrent qu'il y a une dynamique interne (51,9%) et une prise en compte des attentes des auditeurs et des partenaires (48,1%) dans la gestion de la grille de programme.

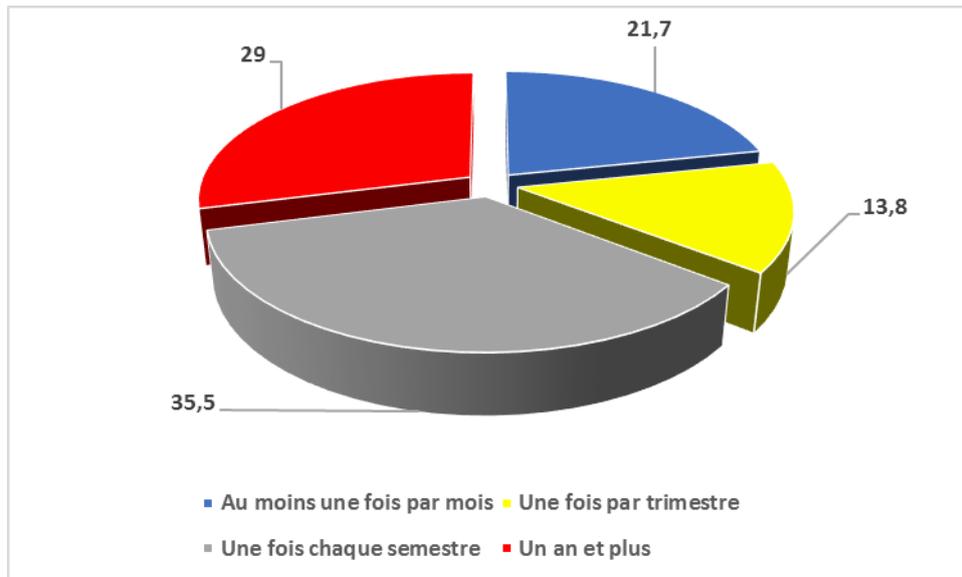
Par ailleurs, les deuils et événements nationaux pourraient être aussi l'occasion de réaménagement ponctuelle de la grille journalière ou hebdomadaire des programmes.

Les réaménagements des programmes interviennent à différentes fréquences selon les stations radios. Sur l'ensemble des radios, 91,5% déclarent réaménager leur grille de programme contre 8,5% qui avouent ne pas réaménager leur grille. (Confère annexe tableau n°11 : Répartition des radios selon le réaménagement des programmes, la fréquence de réaménagement et les raisons de non réaménagement).

La raison avancée par les 8,5% radios qui ne réaménagent pas leurs programmes justifie leur position par le fait qu'elles sont en début de fonctionnement.

Pour les 91,5%, la fréquence des réaménagements des programmes est traduite par le graphique 16.

Graphique 16: Répartition des radios selon la fréquence de réaménagement de leurs programmes (en %)

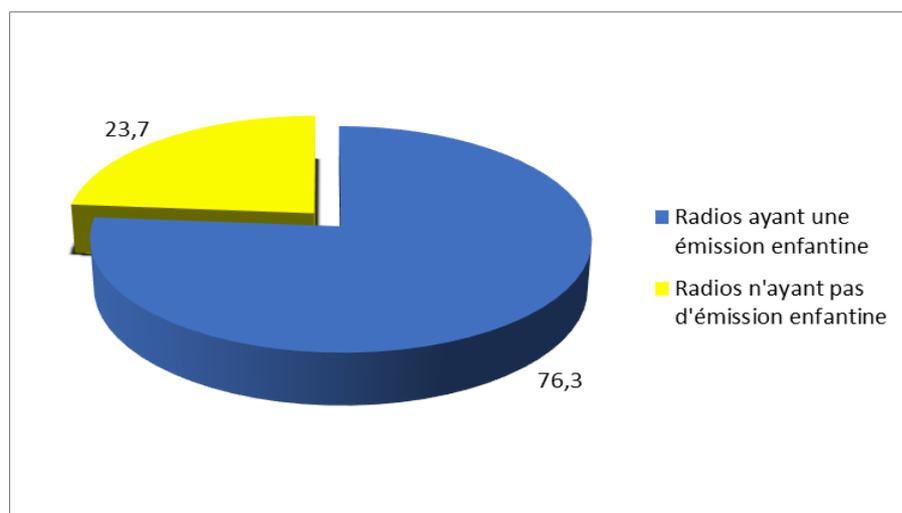


Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse du graphique 16 montre que ceux qui réaménagent leur grille de programme tous les semestres et au-delà représentent 64,5% des stations. Cette plage de fréquence paraît plus réaliste car elle permet de capitaliser les attentes des auditeurs et des partenaires pour opérer les adaptations requises.

Lorsqu'on s'intéresse à la place occupée par les enfants dans la programmation des émissions, il apparaît que 76,3% des radios produisent et diffusent des émissions enfantines. Le graphique 17 illustre cette situation.

Graphique 17: Répartition des radios selon l'existence d'émissions pour enfants (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les 23,7% des stations radios qui ne produisent ni ne diffusent d'émission enfantine justifient leur attitude par les raisons suivantes :

- l'insuffisance de ressources financières ;
- l'absence de personnels qualifiés ;
- les difficultés rencontrées dans l'organisation des enfants ;
- la non priorisation des enfants comme public cible privilégié.

L'analyse de l'existence d'émissions enfantines par région donne le tableau 18.

Tableau 18: Répartition par région des radios selon l'existence d'émission enfantine (en %)

Votre radio produise et diffuse-t-elle des émissions enfantines ?	Boucle du Mouhoun	Nord	Plateau Central	Sahel	Sud-Ouest	Cascades	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Centre Sud	Est	Hauts Bassins
Radios ayant une émission enfantine (%)	86,7	91,7	60	22,2	83,3	80	63,3	81,8	100	78,6	80	78,6	87,5
Radios n'ayant pas d'émission enfantine (%)	13,3	8,3	40	77,8	16,7	20	36,7	18,2	0	21,4	20	21,4	12,5

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les trois premières régions qui accordent le plus d'intérêt aux émissions enfantines sont : le Centre- Nord avec 100% des radios, suivi du Nord avec 91,7% des radios et les Hauts Bassins avec 87,5% des radios.

La notoriété de toute radio peut s'apprécier à partir de l'importance de ses auditeurs. L'existence de club auditeur traduit une relation de proximité entre les radios et ses auditeurs. Le tableau 19 retrace l'existence et la fréquence de rencontres entre les radios et leur club auditeur.

Tableau 19: Existence et fréquence de rencontres avec le Club des auditeurs (en %)

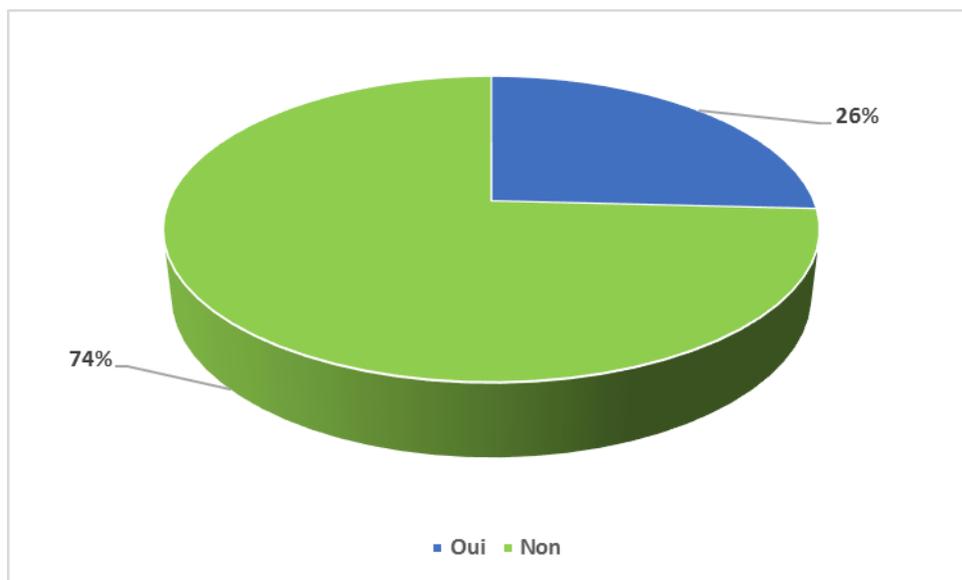
Existence et fréquence de rencontre avec le Club des auditeurs		Pourcentage
Existence d'un Club des auditeurs	Oui	65,6
	Non	34,4
	Total	100
Existence d'un mécanisme de feedback	Oui	97
	Non	3
	Total	100
Fréquence de rencontre avec le Club des auditeurs	Une fois par mois	17,2
	Deux fois par mois	2,6
	Une fois par trimestre	23,8
	Une fois chaque semaine	2
	Une fois chaque semestre	13,2
	Autres	6,6
	Total	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La majorité des stations disposent d'un club des auditeurs soit 65,6%. Parmi celles-ci, 69,7% entretiennent des relations suivies avec leur club d'auditeurs. Elles tiennent une rencontre avec eux au moins une fois dans le trimestre. On peut en déduire un bon feed-back qui permet aux promoteurs de prendre en compte les idées et les suggestions des auditeurs pour consolider leurs prestations.

L'estimation du nombre de personnes touchées par les émissions d'une radio est importante pour mesurer ou apprécier son impact dans sa localité. La disponibilité d'un mécanisme d'estimation d'auditeur par les radios est représentée dans le graphique 18.

Graphique 18: Répartition des radios selon l'existence d'un mécanisme d'estimation du nombre d'auditeurs (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Au Burkina Faso, 74% de l'ensemble des radios ne disposent pas de mécanisme d'évaluation du nombre de ses auditeurs. Cette situation pourrait s'expliquer par le coût élevé de la mise en œuvre d'un tel mécanisme, donc difficile à supporter par une seule radio.

I.7. Financement et modalités de gestion des radios

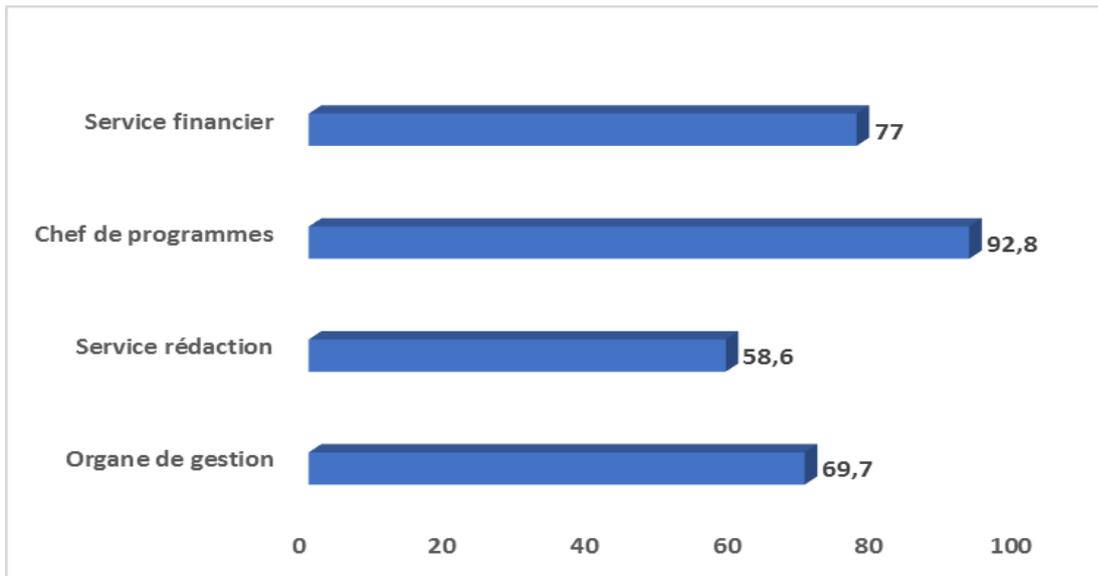
L'existence de toute structure est conditionnée par une bonne organisation et des ressources financières conséquentes.

I.7.1. organisation des radios

Toute station de radio devrait avoir dans son organigramme les principaux services suivants : un organe de gestion, un secrétariat de rédaction, un chef de programme et un service financier.

Le graphique 19 donne la proportion des radios selon l'existence de ces principaux services dans leur organigramme.

Graphique 19: Répartition des radios selon leur organisation

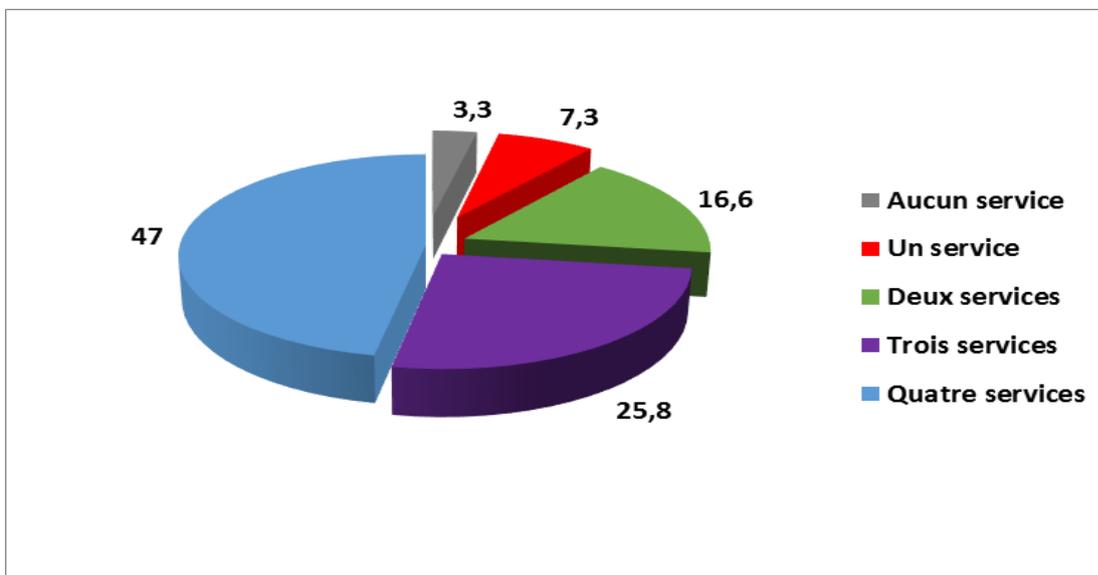


Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Il ressort que sur l'ensemble des radios, 69,7% possèdent un organe de gestion, 58,6% ont un service de rédaction, 92,7% un chef de programme et 77% un service financier.

Le cumule des services par radio donne le graphique 20.

Graphique 20: répartition des radios selon le nombre de services disponibles



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

En termes d'organisation, 72,8% des stations de radios cumulent chacune au moins 3 des 4 services dont 47% disposent de 4 services et 25,8% disposent de 3 services. Il faut déplorer que 23,8% des radios n'ont qu'un ou deux services. Elles sont à encourager pour améliorer leur structuration. Quant à celles qui ne disposent

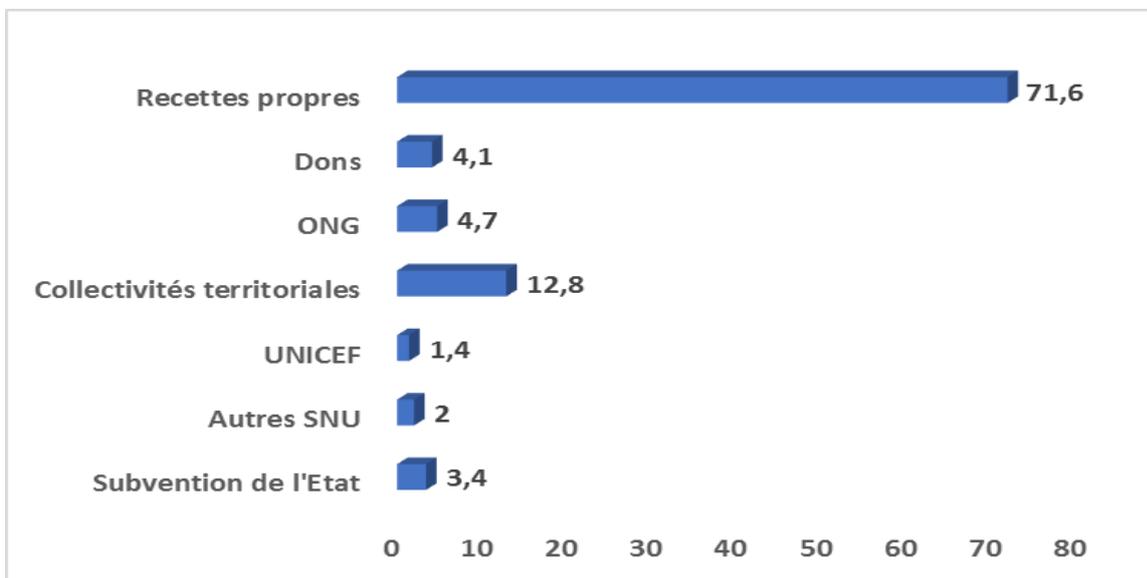
d'aucun service (3,3%), on peut déduire que ces radios connaissent d'énormes difficultés de fonctionnement, faute d'un bon dispositif organisationnel.

I.7.2. Financement des radios

Pour l'exécution de leurs activités les radios ont besoin de ressource financière. Ces ressources peuvent provenir de diverses sources dont : recettes propres, dons, subventions, ONG, collectivité territoriales et/ou des structures du Système des Nations Unies.

Le graphique 21 nous donne la répartition des radios selon leurs principales sources de financements.

Graphique 21: Répartition des radios selon leurs principales sources de financement



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La répartition des radios selon leur principale source de financement révèle que la majorité des radios soit 71,6% fonctionnent principalement sur la base de leurs recettes propres. Les collectivités territoriales viennent en seconde position comme principale source de financement pour 12,8% des radios. Elles sont suivies respectivement par les ONG, les dons et la subvention de l'Etat comme principales sources de financement dans un ordre d'importance décroissant. Il est entendu par don les collectes de fonds à l'issu des offices religieux (dimes et autres).

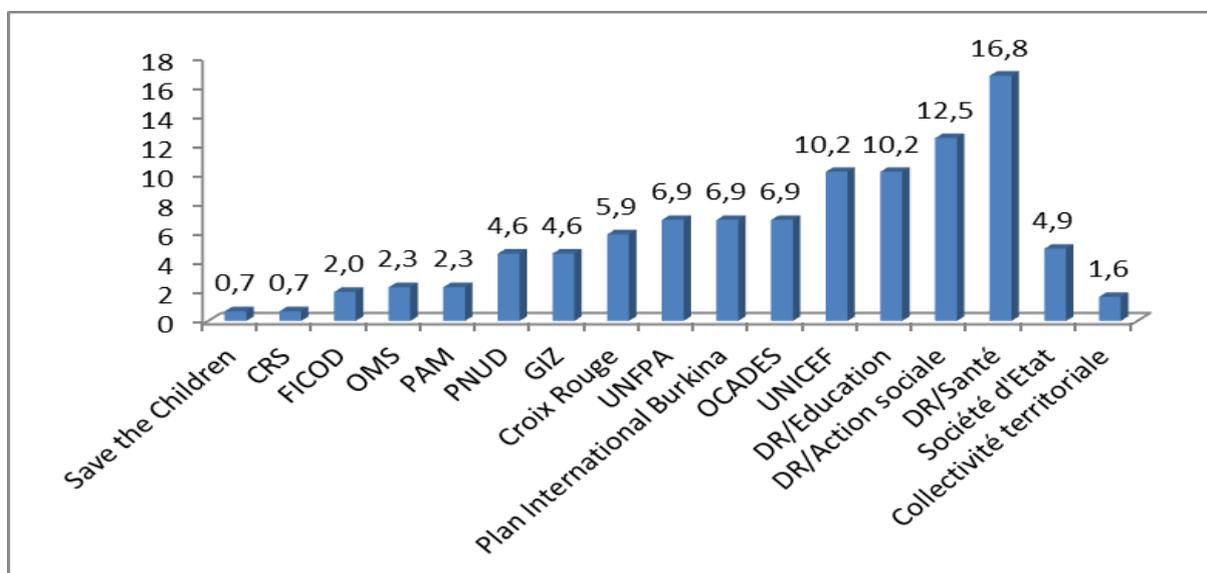
La contribution de l'UNICEF au profit des radios est sensiblement égale à celle de l'ensemble de toutes les autres structures du système des Nations Unies.

I.8. Partenariat

A la question « quels sont vos principaux partenaires », les structures déconcentrées viennent en tête avec respectivement les directions régionales de la santé (16,8%), de l'action sociale (12,5%), et de l'éducation (10,2%).

10,2% des radios déclarent être en partenariat avec l'UNICEF. Les ONG constituent également des partenaires non négligeables pour les radios.

Graphique 22: Répartition des radios selon les partenaires (%)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

II. LA DEMANDE RADIOPHONIQUE

Au cours de l'enquête ménage, des informations démographiques et socio-économiques ont été recueillies auprès de toutes les personnes qui ont été enquêtées. L'enquête a permis de recenser 10667 individus, parmi lesquels 5 926 ont été éligibles. Comparativement à l'effectif théorique de 7865 individus attendus, un taux de 75,3% est atteint. Cependant, vu que l'échantillonnage par région s'est basé sur la proportion de 0,5 qui fournit la variance maximale en termes de sondage, les résultats demeurent significatifs.

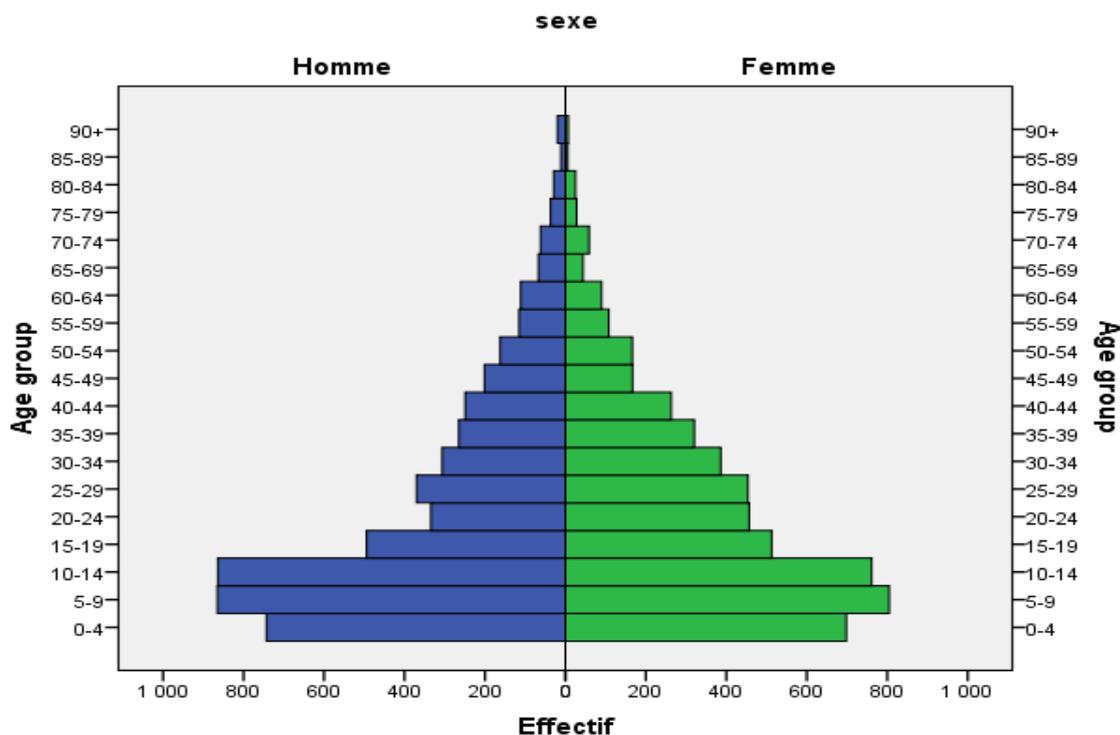
Par ailleurs, sur les 5926 individus éligibles, 5 275 individus ont été effectivement touchés à l'aide du questionnaire auditeur à la suite du traitement et de l'apurement des données, soit un taux de 89%.

II.1. Caractéristiques des individus enquêtés

II.1.1. Structure par âges et par sexe

Afin de donner les caractéristiques par âge et par sexe des individus concernés par l'enquête, nous avons dégagé la pyramide des âges des ménages et le tableau des individus enquêtés capitalisées sur le graphique 23 et le tableau 20 ci-dessous.

GRAPHIQUE 23: PYRAMIDE DES AGES DES INDIVIDUS ENQUETES



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La pyramide des âges de la population enquêtée nous donne un triangle dont la base est très large sur les tranches de 0-15 ans et, le sommet est très mince. Ceci traduit l'extrême faiblesse numérique du troisième âge. L'allure de cette pyramide est conforme à celle des pays en voie de développement comme le Burkina Faso. Au regard de la méthodologie adoptée, la pyramide des âges ci-dessus prend en compte la structuration par âge et par sexe des membres des ménages sélectionnés. La structuration par âge et par sexe de la population cible (15 ans et plus) est fournie par le tableau 20.

Tableau 20: Projection des individus enquêtés par sexe et par groupe d'âge

Age	Sexe					
	Homme		Femme		Total	
	Effectif	%	Effectif	%	Effectif	%
15-19	494	49,1	513	50,9	1007	100
20-24	334	42,2	457	57,8	791	100
25-29	370	44,9	454	55,1	824	100
30-34	306	44,2	386	55,8	692	100
35-39	265	45,3	320	54,7	585	100
40-44	249	48,6	263	51,4	512	100
45-49	201	54,6	167	45,4	368	100
50-54	162	49,4	166	50,6	328	100
55-59	115	51,6	108	48,4	223	100
60-64	111	55,2	90	44,8	201	100
65-69	67	60,4	44	39,6	111	100
70-74	62	51,2	59	48,8	121	100
75-79	37	56,9	28	43,1	65	100
80-84	29	53,7	25	46,3	54	100
85-89	11	64,7	6	35,3	17	100
90+	20	74,1	7	25,9	27	100
Total	2833	47,8	3093	52,2	5926	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Dans l'ensemble, la structuration des individus enquêtés par sexe montre que la population est constituée de 47,8% d'hommes contre 52,2% de femmes. Si par groupe d'âge des écarts peuvent être constatés, il convient de noter que dans l'ensemble, la tendance est proche de la réalité.

II.1.2. Niveau d'instruction des enquêtés

Le niveau d'instruction des enquêtés est présenté par le tableau 21.

Tableau 21: répartition des enquêtés selon leur niveau d'instruction

Région	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur	Total
Boucle du Mouhoun	77,1	14,7	5,2	3,1	0	100
Cascades	60,3	15	5,4	17,7	1,6	100
Centre	32,4	16,2	8,7	27,3	15,4	100
Centre-Est	64,8	13,8	1,7	16,1	3,7	100
Centre-Nord	78,7	8,7	10,4	2,2	0	100
Centre-Ouest	67,9	16,3	8,4	6,8	0,6	100
Centre-Sud	58,5	19,1	10,1	11,1	1,2	100
Est	84,7	10,9	1,3	2,4	0,7	100
Hauts-Bassins	65,4	15	3,9	10,1	5,7	100
Nord	78,5	15	2,5	4	0	100
Plateau-Central	76,7	8,2	7,9	6,2	1	100
Sahel	83,8	10,4	4	1,5	0,3	100
Sud-Ouest	65,7	13,8	9	9,5	2	100
Total	68	13,8	6,1	9,5	2,6	100

Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

En ce qui concerne la scolarisation, 68% de l'échantillon se déclarent sans niveau. Cette proportion est influencée par ceux qui sont scolarisés dans d'autres langues que le français mais qui pourraient ne pas être prises en compte de façon exhaustive.

A l'opposé, seulement 2,6% de l'échantillon a un niveau supérieur. Ce taux correspond aux données nationales.

II.1.3. Statut socio-professionnel des enquêtés

L'enquête s'est intéressée également aux statuts socio-professionnels (occupation, religion, statut matrimoniale...) pouvant influencer la consommation radiophonique des individus. Les tableaux 22, 23 et 24 ci-dessous nous donnent les répartitions socio-professionnelles telles qu'elles ressortent des réponses collectées au cours de nos investigations.

Tableau 22: répartition des enquêtés selon leur statut socio-professionnel

Région	Agriculteur / Eleveur	Commerçant / Artisan	Salarié	Elève / Etudiant	Autre à préciser	Total
Boucle du Mouhoun	83,5	3,4	0,6	5,2	7,3	100
Cascades	40,7	13,2	4,5	14	27,6	100
Centre	10,4	16,2	19,4	20,9	33	100
Centre-Est	54,6	11,8	9	7,6	16,9	100
Centre-Nord	79,2	3,8	1,1	8,5	7,4	100
Centre-Ouest	69,4	8,2	1	13,5	8	100
Centre-Sud	67,7	4,8	2,8	18,7	6	100
Est	81,7	8,4	1,2	3,5	5,2	100
Hauts-Bassins	47,3	12,6	5,7	14,3	20,2	100
Nord	86,5	3,5	0,5	3	6,5	100
Plateau-Central	69,5	4,6	2,6	9,5	13,8	100
Sahel	70,2	2,8	0,8	6,6	19,7	100
Sud-Ouest	48,3	5,6	5,4	10,8	29,8	100
Total	60,5	8,1	4,4	11	16	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les agriculteurs et les éleveurs représentent 60,5% des membres des ménages enquêtés. Tous ceux qui ne se reconnaissent pas dans les quatre catégories définies se retrouvent dans la modalité « autres » soit 16% de l'échantillon. Les salariés ne couvrent que 4,4% de l'échantillon.

II.1.4. Répartition des enquêtés par religion

La considération du paramètre religion dans l'échantillon permet de répartir les individus suivant les principales religions existant au Burkina Faso.

Tableau 23: Répartition par région de la population enquêtée selon la religion

Région	Musulmane	Catholique	Protestante	Animiste	Autre	Total
Boucle du Mouhoun	63,6	15,9	6,4	14,1	0	100
Cascades	82,7	6,2	2,1	8,6	0,4	100
Centre	59,1	34,5	6,4	0	0	100
Centre-Est	55,5	38,6	4,2	1,4	0,3	100
Centre-Nord	60,7	31,4	4,1	3,8	0	100
Centre-Ouest	41,4	43,7	8,6	6,3	0	100
Centre-Sud	44,6	40,7	8,5	5,5	0,7	100

Est	38,8	20,7	20,3	20,2	0	100
Hauts-Bassins	75,9	10,3	3,2	10,6	0	100
Nord	73	13,5	3	10,5	0	100
Plateau-Central	65,6	33,1	1,3	0	0	100
Sahel	98	0,5	0,5	1	0	100
Sud-Ouest	11,1	39,3	7	42,4	0,2	100
Total	57,4	25,7	6,6	10,2	0,1	100

Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

L'analyse du tableau ci-dessus montre que la population burkinabé est composée de 57,4% de musulmans, 32,3% de chrétiens, 10,2% d'animistes.

II.1.5. Statut matrimonial des enquêtés

La considération du statut matrimonial des enquêtés a permis de collecter des données en lien avec ce paramètre. Ces données désagrégées par région sont illustrées par le tableau 24 ci-dessous.

Tableau 24: Répartition des enquêtés selon leur statut matrimonial (en %)

Région	Célibataire	Union	Divorcé / Séparé	Veuf / veuve	Total
Boucle du Mouhoun	23,5	72,4	0,8	3,3	100
Cascades	25,8	68,4	1,4	4,3	100
Centre	40,2	54,5	1	4,3	100
Centre-Est	15,4	82,1	0,2	2,2	100
Centre-Nord	22,1	73,6	0,2	4	100
Centre-Ouest	28,4	66,6	0,3	4,7	100
Centre-Sud	24,6	68,9	0,4	6,1	100
Est	20,7	74,8	0,3	4,2	100
Hauts-Bassins	33	64,2	0	2,8	100
Nord	12,4	84,4	0	3,1	100
Plateau-Central	18,8	73,9	0,3	7	100
Sahel	21,3	76	0,4	2,3	100
Sud-Ouest	24,1	70,2	0,7	5	100
Total	24,8	70,6	0,5	4,1	100

Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

L'analyse de ce tableau montre que 70,6% des personnes enquêtées se déclarent être en union⁴ et 24,8% sont des célibataires.

⁴ La modalité union regroupe ceux qui sont légalement mariés et ceux qui sont en union libre.

Les régions du Centre et des Hauts-Bassins détiennent les plus forts taux de concentration des célibataires avec des proportions respectives de 40,2% et 33%. La région des Cascades enregistre le plus fort taux de divorcés avec une proportion de 1,4%.

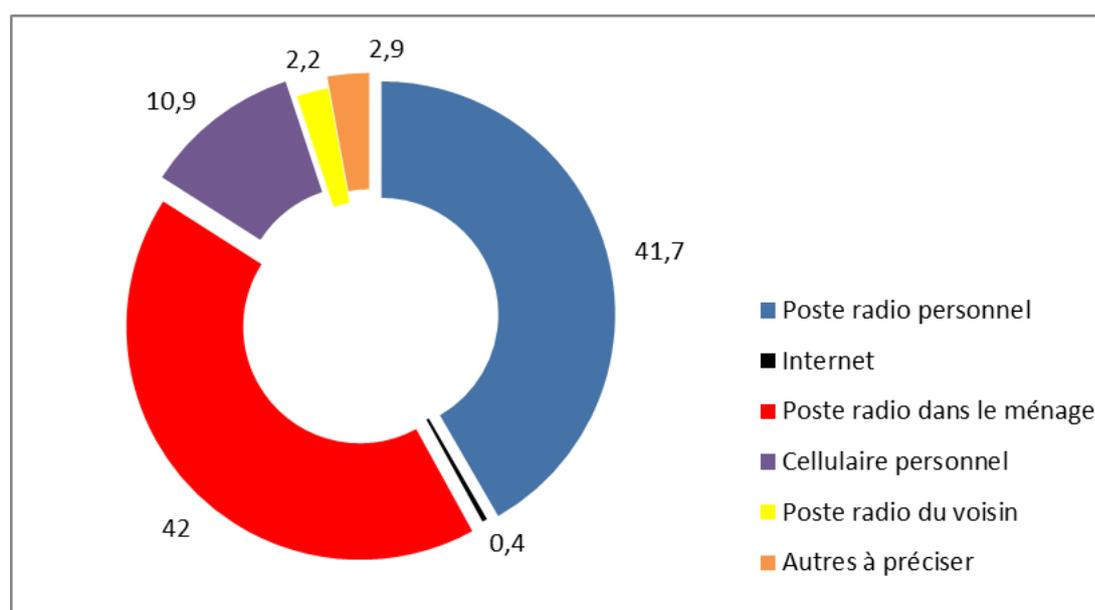
II.2. Accès aux émissions des radios

L'accès aux émissions de la radio reste fortement tributaire de facteurs positifs qui incitent à leur consommation. Dans le cadre de cette étude, nous avons analysé les facteurs favorisant l'accès et la consommation radiophonique à travers le canal d'information préféré, la possession d'un appareil récepteur de radio, les raisons d'écoute et de non écoute de la radio, la participation aux émissions radiophoniques et l'écoute des radios par région et par province des populations enquêtées.

II.2.1. Equipement en appareil récepteur radio

L'accès aux émissions de la radio étant conditionné par la possession d'un appareil récepteur radio l'étude s'est intéressée au moyen par lequel les ménages ou les populations écoutent la radio.

Graphique 24: Répartition selon le moyen d'écoute



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les données collectées révèlent que plus de 41,7% de la population possèdent un poste radio personnel et au moins 42% écoutent le poste radio du ménage. Près de 10,9% écoutent la radio avec leur téléphone portable. Seulement 0,4% déclarent écouter la radio sur l'internet.

L'analyse par région indique que les régions de l'Est, du Centre-Nord et des Hauts-Bassins enregistrent les faibles taux de possession de poste radio personnel avec des proportions respectives de 18,1%, 36% et 27,1%. Toutefois cette faiblesse en possession de radio personnelle est compensée par la disponibilité de poste radio dans le ménage. La Région du Centre-Est détient la plus forte proportion en matière de possession de poste radio personnel.

Les Régions des Cascades, du Centre-Ouest et du Centre sont celles où l'écoute de la radio par le téléphone portable est le plus développé avec les proportions respectives de 28%, 25,7% et 25,1%. Le tableau 25 présente les données y relatives.

Tableau 25 : Répartition par région des auditeurs selon le moyen d'écoute de la radio (en%)

Régions	Poste radio personnel	Internet	Poste radio dans le ménage	Cellulaire personnel	Poste radio du voisin	Autres à préciser	Total
Boucle du Mouhoun	41,9	0	42,4	11,4	0	4,4	100
Cascades	47,3	0	19,3	28	4,1	1,3	100
Centre	41,8	0	29,9	25,1	1,5	1,7	100
Centre-Est	66,2	0,5	23,4	6,9	1,5	1,5	100
Centre-Nord	36	0,3	54,1	4,5	1,6	3,4	100
Centre-Ouest	41,2	0,8	26,5	25,7	4,4	1,4	100
Centre-Sud	50	1,1	39,4	8,4	0	1,1	100
Est	18,1	0,2	68,8	1,7	3	8,2	100
Hauts-Bassins	27,1	0,6	56,6	12,1	1,9	1,7	100
Nord	49,6	0,5	41,6	4,4	3	0,9	100
Plateau-Central	55,5	0,3	37,7	5,6	1	0	100
Sahel	41,3	0	36,6	5,3	7,6	9,3	100
Sud-Ouest	52,2	0	43,5	3,2	1,1	0	100
Total	41,7	0,4	42	10,9	2,2	2,9	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

En mettant en relation la possession d'un poste radio et les caractéristiques sociodémographiques on obtient les résultats consignés dans le tableau 26.

Tableau 26: Possession d'un poste radio selon le statut matrimonial, le milieu de résidence, l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Poste radio dans le ménage	12,1	84,2	0,7	2,9	22,1	77,9	14,1	73,8%	12,1
Poste radio personnel	13,3	84,4	0,1	2,3	18,2	81,8	27,6	65,5	6,9

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse de la possession de poste radio selon le statut matrimonial indique qu'au moins 84,2% des auditeurs mariés détiennent un poste radio personnel ou dans le ménage. Cette catégorie est suivie par celle des célibataires.

Selon le milieu de résidence plus de 75% des auditeurs en milieu rural possèdent un poste radio personnel ou dans le ménage. Cela peut s'expliquer par le fait qu'il existe moins de canaux de communication en milieu rural qu'en milieu urbain.

Selon l'âge les adultes sont ceux qui possèdent le plus de radio (personnelle ou dans le ménage). Chez les jeunes, la possession de poste radio personnel est le double de possession radio dans le ménage ; ce qui est le contraire chez les personnes âgées.

Il ressort du tableau 27 que les non instruits sont ceux qui possèdent plus de radios (poste radio dans le ménage et poste personnel) que les instruits. Cela s'expliquerait par le fait que les instruits ont la possibilité de s'informer à travers d'autres canaux (internet, portable cellulaire, presse écrite) que la radio.

Selon le genre, il apparaît que 77,7% des hommes possèdent un poste radio personnel contre 22,3% de femmes. Toutefois les femmes sont 70,3% à écouter le poste de radio dans le ménage. Cette situation pourrait s'expliquer par le fait que les hommes ont plus de moyens que les femmes. Pour équilibrer la situation les actions

tendant à accroître l'autonomie financière de la femme pourraient être mises en œuvre.

Tableau 27: Possession d'un poste radio selon le niveau d'instruction, le genre (en %)

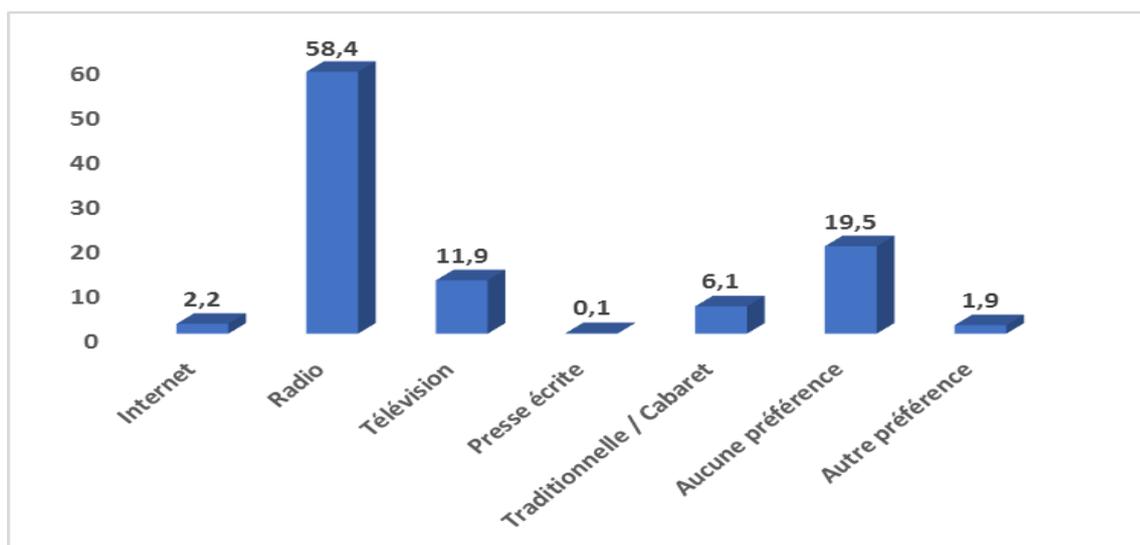
	Niveau d'études		Genre	
	Instruit	Non instruit	Homme	Femme
Poste radio dans le ménage	27	73	29,7	70,3
Poste radio personnel	34,7	65,3	77,7	22,3

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

II.2.2. Canal d'information préféré

L'étude s'est également penchée sur le canal d'information préféré des ménages. A cet effet les données collectées montrent les tendances présentées par le graphique 25.

Graphique 25: Répartition des auditeurs selon le canal d'information préféré (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les réponses à la question : « quel est votre canal d'information préférée », 58,4% des auditeurs disent s'informer de préférence par la radio tandis que 19,5% n'ont aucune préférence. La radio reste donc le canal d'information privilégié des ménages.

Les données au niveau région décrivent la même tendance qu'au niveau national en termes de canal d'information préférée. En témoignent les taux de réponses élevés

enregistrés dans les Régions du Plateau central (88,2%), du Nord (79,8%) et du Centre-Nord (74,6%).

Cette position très prépondérante de la radio s'explique par les raisons essentielles suivantes :

- parmi les canaux dits modernes, la radio est l'un des plus anciens ;
- elle est la plus accessible aux plans économiques et géographiques ;
- elle est le canal le plus vulgarisé au sein de la population ;
- elle est d'usage facile.

La télévision, canal de prestige par excellence, enregistre un taux national de 11,9%. Par contre, dans les régions, ces meilleurs taux se trouvent dans le Centre (35,3%) et les Hauts Bassins (22,8%). L'effectivité de la TNT depuis le 28 décembre 2017 pourrait, pousser à la hausse le score de la télévision, devenue plus accessible sur tout le territoire pour les ménages équipés.

L'internet, canal émergent enregistre un taux national de 2,2% et ses meilleurs taux sont dans le Centre (9,9%) et le Centre-sud (4,5%).

La variable « traditionnelle/cabaret » regroupe les marchés, les lieux de culte et les débits de boissons, etc.

La presse écrite est le canal d'information le moins utilisé par la population avec 0,1% et cela peut être justifié par l'analphabétisme de la grande majorité des populations et son indisponibilité sur le territoire national.

II.2.3. Ecoute de la radio

Sur l'ensemble des réponses à la question « écoutez-vous oui ou non la radio », le « oui » vient en tête avec près de 63% de la population contre 37,1% de la population qui donnent la réponse « non ».

Les régions qui enregistrent un fort taux d'écoute sont respectivement le Nord (81,1%), le Centre-nord (76,2%) et le Plateau central (75,2%). Ce classement corrobore la position dominante de la radio comme canal d'information préféré des auditeurs tant au plan national que régional. (Confère annexe B tableau n°13 : Ecoute de la radio par région).

En moyenne, la population atteste écouter 2 stations de radios dans leur région respective. Même dans les régions qui ont le plus grand nombre de radios comme le Centre, les hauts Bassins, le Mouhoun, avec respectivement trente-un (31), seize (16) et quinze (15) radios la moyenne des stations écoutées est de deux (02).

Autrement dit, les membres des ménages sont plus ou moins fidèles à deux (02) stations. Si l'offre de radio augmente la culture des habitudes d'écoutes conditionne les populations à s'attacher à un choix limité de stations qu'elles écoutent. On peut en déduire que le nombre de radios dans une région n'influencent pas systématiquement le nombre de stations écoutées par un individu.

II.2.4. Motifs d'écoute de la radio

Lorsqu'on demande aux auditeurs : « pour quels motifs vous écoutez la radio », les réponses obtenues se présentent comme suit :

- la radio répond à mes besoins d'information 48,1% ;
- la radio participe à mon épanouissement 22,1% ;
- la radio contribue à renforcer mes connaissances 17,5% ;
- la radio contribue à mon éducation 10,5%.

Cette distribution s'observe également à l'échelle de la région à l'exception de la Région de l'Est qui trouve que l'écoute de la radio permet de renforcer les connaissances dans une proportion de 43,4% contre 23,5% pour l'information.

Le tableau 28 présente les données y relatives par région.

Tableau 28: Motif principal d'écoute de la radio par région (en %)

Régions	Répond à mes besoins d'information	Pour mon épanouissement	Contribue à mon éducation	Renforce mes connaissances	Autre à préciser	Total
Boucle du Mouhoun	63,3	18,9	3,4	11,6	2,7	100
Cascades	52,8	34,4	4,4	7,9	0,6	100
Centre	47,4	26,7	12	11,4	2,5	100
Centre-Est	58	25,1	4,5	10,6	1,8	100
Centre-Nord	27,9	10,4	25,1	36,2	0,5	100
Centre-Ouest	52,6	30,9	1,5	14,5	0,5	100
Centre-Sud	44,3	29	12,2	12,6	1,9	100
Est	23,5	24	8,7	43,4	0,4	100
Hauts-Bassins	52,7	21,4	12,3	12,3	1,4	100
Nord	48,2	28	15	5,6	3,2	100

Plateau-Central	70,3	19,3	6,6	3,5	0,3	100
Sahel	63,5	6	6,2	19	5,3	100
Sud-Ouest	63,2	12,4	4,9	17,7	1,9	100
Total	48,1	22,1	10,5	17,5	1,8	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Un examen approfondi du motif principal d'écoute de la radio selon le genre fait ressortir des disparités. Les motifs d'écoute de la radio pour les hommes selon les caractéristiques sociodémographiques sont consignés dans le tableau 29.

Tableau 29: Motif principal d'écoute de la radio par les hommes selon le milieu de résidence, l'âge, le niveau d'étude, le statut socio-professionnel (en %)

		Répond à mes besoins d'information	Pour mon épanouissement	Contribue à mon éducation	Renforce mes connaissances	Autre à préciser	Total
Milieu de résidence	Urbain	65	14,8	5,4	12,7	2,1	100
	Rural	55	18,2	8,2	17,1	1,4	100
	Total	57,2	17,5	7,6	16,2	1,6	100
Age	Jeunes	39,2	27,9	11,9	19,1	1,9	100
	Adultes	61,1	14,6	6,4	16,4	1,5	100
	Personnes âgées	64,6	17,6	7,2	9,2	1,4	100
	Total	57,3	17,5	7,6	16,1	1,6	100
Niveau d'études	Sans niveau	56,8	17,4	8	16,5	1,3	100
	Primaire	55,9	19	7,5	15,3	2,3	100
	Post-primaire	43,4	27,8	10,4	18,4	0	100
	Secondaire	62,6	14,1	5	16,3	2	100
	Supérieur	75,9	5,7	3	12	3,4	100
	Total	57	18	8	16	2	100
Statut socio-professionnel	Agriculteur / Eleveur	56,9	17,5	7,6	16,4	1,5	100
	Commerçant / Artisan	58,9	16,3	7,9	15,7	1,2	100
	Salarié	74,2	7	3,3	12,6	2,9	100
	Elève / Etudiant	44,5	26,7	9,2	17,8	1,8	100
	Autre à préciser	56	18,2	9,1	16,2	0,6	100
	Total	57,2	17,5	7,6	16,2	1,6	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

De façon générale le motif principal d'écoute de la radio est « Répond à mes besoins d'information » et le motif le moins cité est « contribue à mon éducation » quel qu'en soit le statut sociodémographique.

Tableau 30: Motif principal d'écoute de la radio par les femmes selon le milieu de résidence, l'âge, le niveau d'étude, le statut socio-professionnel (en %)

		Répond à mes besoins d'information	Pour mon épanouissement	Contribue à mon éducation	Renforce mes connaissances	Autre à préciser	Total
Milieu de résidence	Urbain	47,1	25,5	13,1	10,1	4,3	100
	Rural	34,2	28,2	14,3	21,9	1,4	100
	Total	37,4	27,5	14	19,1	2,1	100
Age	Jeunes	28,2	32,9	17,5	20,1	1,3	100
	Adultes	41,6	25,2	12,6	18,6	2,1	100
	Personnes âgées	34,9	27,8	12	18,5	6,8	100
	Total	37,4	27,5	14	19,1	2,1	100
Niveau d'études	Sans niveau	34,9	27,5	14,1	21,2	2,4	100
	Primaire	43,7	27,7	13,6	13,7	1,3	100
	Post-primaire	35,2	36,1	10,7	17,6	0,3	100
	Secondaire	44,1	23,1	17,5	14,9	0,4	100
	Supérieur	51,3	20,8	16,6	8,8	2,5	100
	Total	67,9	12,6	9,4	5,5	4,6	100
Statut socio-professionnel	Agriculteur / Eleveur	34,3	25,8	13,6	24,5	1,8	100
	Commerçant / Artisan	37,1	31,7	14,8	12,8	3,6	100
	Salarié	83,3	13,3	0,2	3,1	0	100
	Elève / Etudiant	31,1	29,9	23,1	14,8	1,1	100
	Autre à préciser	41,7	31,5	13,2	10,6	3	100
	Total	37,4	27,5	14	19,1	2,1	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tout comme chez les hommes, la tendance générale chez les femmes montre que le motif principal d'écoute de la radio est « Réponds à mes besoins d'information » et le motif le moins cité est « contribue à mon éducation » quel qu'en soit le statut sociodémographique.

II.2.5. Relation entre l'écoute de la radio et les groupes cibles

Les pages précédentes nous ont donné la structuration socio-professionnelle et sociodémographique de la population enquêtée dans le cadre de cette étude. Nous avons posé l'hypothèse que ces caractéristiques ont une influence sur ses usages de la radio et ses rapports avec son outil de communication qu'est la radio.

Les réponses obtenues, structurées en fonction de l'âge, du sexe, de la religion de la situation matrimoniale confirment cette hypothèse. Elles se présentent comme suit avec les illustrations sur les tableaux 31 à 34 et le graphique 26 ci-dessous. Seul, le lieu de résidence semble ne pas avoir une grande influence sur l'écoute de la radio chez nos auditeurs.

❖ Selon l'âge

En considérant les groupes d'âge de 15 à 24 ans pour les jeunes, de 25 à 60 ans pour les adultes, 61 ans et plus pour les personnes âgées. Il ressort que :

- 49,8% des jeunes écoutent la radio contre 50,2% qui ne l'écoutent pas ;
- 64,2% des adultes écoutent la radio contre 35,8% qui ne l'écoutent pas ;
- Et 55,5% de personnes âgées écoutent la radio contre 44,5% qui ne l'écoutent pas.

Ces statistiques montrent que l'écoute de la radio n'est pas homogène selon les groupes d'âges. Les adultes écoutent la radio plus que les jeunes. Le tableau 31 présente les données y relatives.

Tableau 31: L'écoute de la radio selon le groupe d'âge

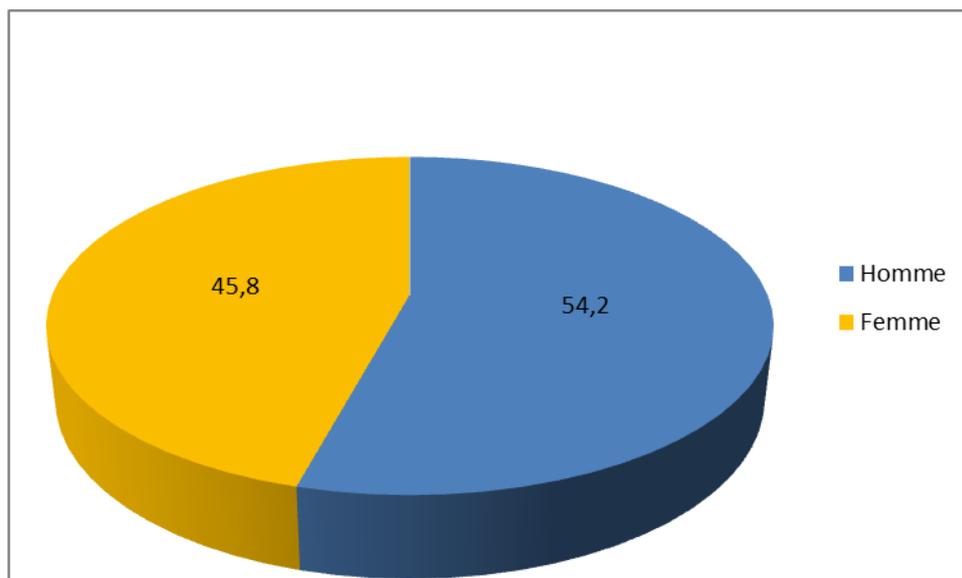
		Oui (%)	Non (%)	Total (%)
Groupe d'âge	Jeune	49,8	50,2	100
	Adulte	64,2	35,8	100
	Personnes âgées	55,5	44,5	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ Selon le genre

La mise en relation de l'écoute de la radio et le genre illustrée par le graphique 26 révèle que parmi ceux qui écoutent la radio, 54,2% sont des hommes contre 45,8% de femmes.

Graphique 26: Ecoute de la radio selon le genre



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Au sein des hommes 72,2% écoutent la radio contre 54,8% chez les femmes comme en témoignent le tableau 33.

Tableau 32: L'écoute de la radio selon le genre

		Oui (%)	Non (%)
Sexe de l'enquête	Homme	72,2	27,8
	Femme	54,8	45,2

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ Selon le niveau d'instruction

Les données relatives à l'écoute de la radio selon le niveau instruction permettent de tirer les constats suivants :

- Dans le groupe des non scolarisés 60,8% écoutent la radio ;
- Parmi ceux qui ont un niveau primaire 70,2% écoutent la radio ;
- Au sein de ceux qui ont un niveau post-primaire 66,4% écoutent la radio ;
- Pour ceux qui ont un niveau secondaire 65,6% écoutent la radio ;
- 63,3% de ceux qui ont un niveau supérieur écoutent ;

Tableau 33: l'écoute de la radio selon le niveau d'instruction

Niveau d'instruction	Oui	Non	Total
	Proportion	Proportion	Proportion
Aucun	60,8	39,2	100
Primaire	70,2	29,8	100
Post primaire	66,4	33,6	100
Secondaire	65,6	34,4	100
Supérieur	63,3	36,7	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ Selon la situation matrimoniale et le milieu de résidence

L'analyse de l'écoute selon la situation matrimoniale et le milieu de résidence fait ressortir les informations consignées dans le tableau 34.

Tableau 34: L'écoute de la radio selon la situation matrimoniale, le milieu de résidence (en %).

		Oui (%)	Non (%)	Total (%)
Statut matrimonial	Célibataire	49,9	50,1	100
	Marié (e)	60	32,7	100
	Divorcé / Séparé	60,9	39,1	100
	Veuf / Veuve	43,1	56,9	100
	Total	62,9	37,1	100
Milieu de résidence	Urbain	65,1	34,9	100
	Rural	62,3	37,7	100
	Total	62,9	37,1	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Il ressort que les mariés, divorcé/séparés et ceux qui vivent en union libre écoutent plus la radio que les célibataires et les veufs/veuves. La proportion des mariés, divorcés, unions libres est en moyenne le double de ceux qui n'écoutent pas la radio. Par contre la proportion des célibataires et veufs qui écoutent la radio est presque égale à ceux qui ne l'écoutent pas.

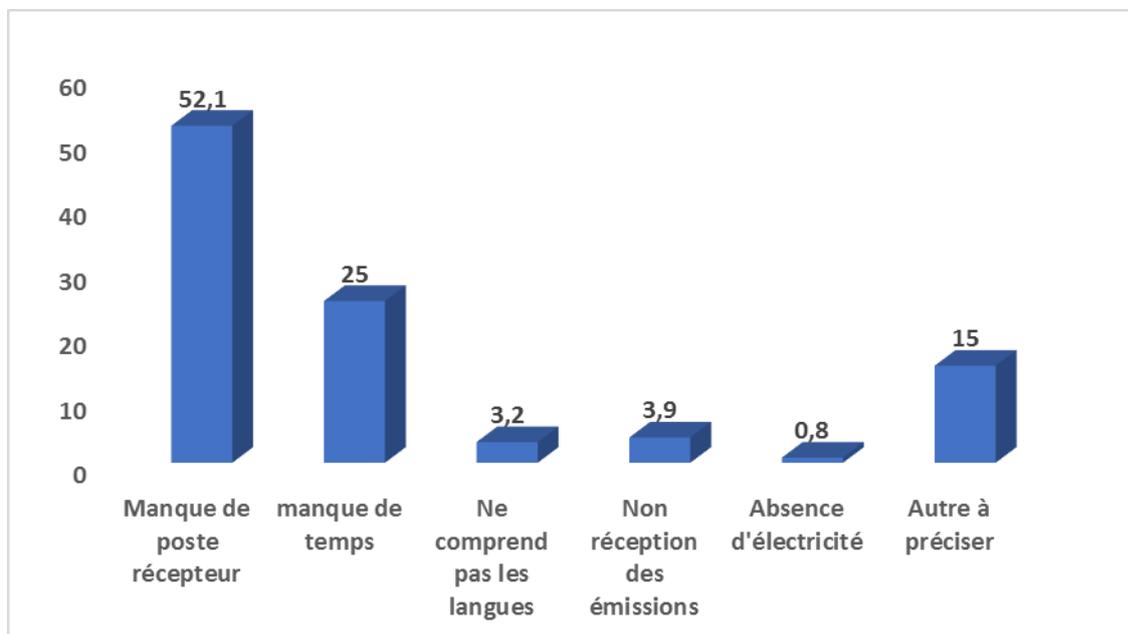
Quel qu'en soit le milieu de résidence, la proportion d'auditeurs qui écoute la radio est le double de ceux qui n'écoutent pas.

II.2.6. Les raisons de non écoute

Pour déterminer les raisons de non-écoute des radios par la population, il a été demandé aux auditeurs : « écoutez-vous la radio ? Si non pourquoi ? » 37,1%

déclarent ne pas écouter la radio et donnent les raisons ci-dessous présentées dans le graphique 27 ci-après.

Graphique 27: Répartition selon la principale raison de non écoute



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse du graphique 27 fait ressortir que :

- 52,1% de ce groupe affirment qu'ils ne disposent pas de poste récepteur. On relève une disparité par région, 80,9% au Sahel, 80,3% à l'Est et 75,5% au Sud-ouest. (Confère annexe tableau n°14 : raison de non écoute par région).
- 25% d'entre eux déclarent ne pas avoir du temps pour écouter la radio ;
- 3,9% de ce groupe affirment ne pas recevoir les programmes radios faute d'une bonne couverture géographique, notamment dans les régions frontalières comme les Hauts Bassins (39,8%) ;
- 3,2% de ce groupe évoquent le problème de langues. Ce pourcentage qui est faible traduit une adéquation entre les langues de diffusion et les langues parlées au niveau national.

II.2.7. Participation aux émissions de la radio

Afin d'appréhender le degré d'implication des auditeurs aux émissions de radio, il leur a été posé la question : « Participez-vous aux émissions radiophoniques ? » A cette question, 14,2% répondent « oui » contre 85,8% qui ne participent pas aux

émissions radiophoniques. Cette tendance s'observe au niveau région. Ces données sont présentées par le tableau 35.

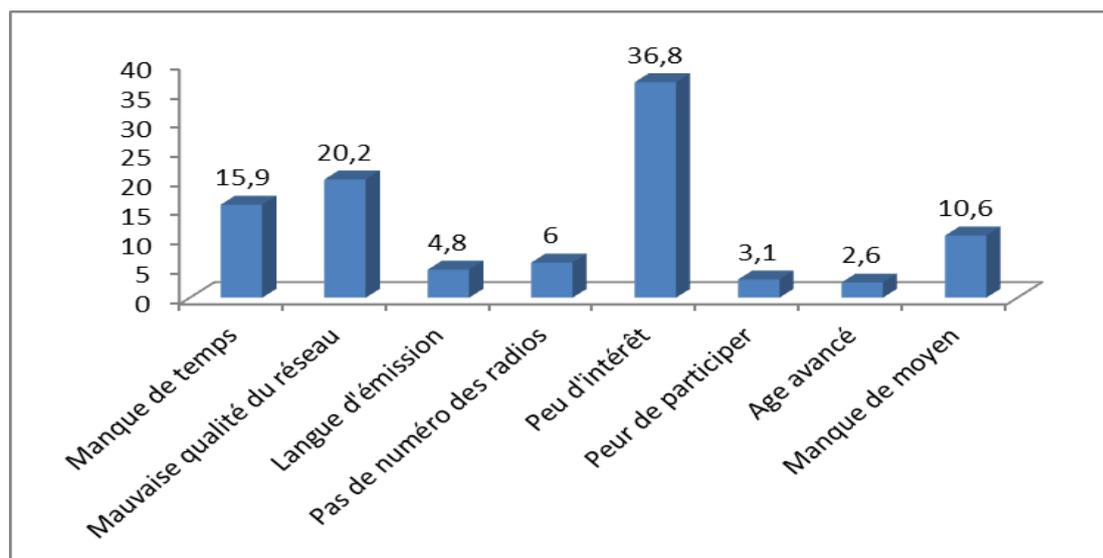
Tableau 35: répartition par région des auditeurs selon leur participation aux émissions radiophoniques (en %).

	Boucle du Mouhoun	Cascades	Centre	Centre-Est	Centre-Nord	Centre-Ouest	Centre-Sud	Est	Hauts-Bassins	Nord	Plateau-Central	Sahel	Sud-Ouest	Total
Oui	18	17,6	9,4	13,3	18,4	12,2	12,7	10,5	14	18,2	14	17,6	13,8	14,2
Non	82	82,4	90,6	86,7	81,6	87,8	87,3	89,5	86	81,8	86	82,4	86,2	85,8
Total	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Ceux qui ne participent pas aux émissions radiophoniques justifient leurs réponses essentiellement par le manque d'intérêt vis-à-vis des émissions (36,8%), la mauvaise qualité du réseau téléphonique (20,2%), le manque de temps (15,9%), le manque de moyens (10,6%). Le graphique 28 présente les données y relatives.

Graphique 28: Répartition des enquêtés selon les raisons de non-participation aux émissions (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les deux premières et principales raisons pour lesquelles les burkinabés n'écoutent pas la radio interpellent deux grands acteurs institutionnels que sont les promoteurs

de radios dont l'Etat et, les opérateurs de téléphonie. Chacun de ces acteurs doit améliorer son offre de prestation pour mieux servir les auditeurs et les retenir davantage sur les émissions de radio. D'une part en prenant en compte les attentes des populations et d'autre part, en améliorant la qualité du réseau téléphonique.

II.2.8. Les radios les plus écoutées par région et par province.

L'accessibilité étant caractérisé par la disponibilité de poste récepteur et de station émettrice d'onde radio, nous avons demandé aux membres de l'échantillon enquêté s'ils avaient accès à des stations de radio dans leur localité. Il leur a été posé deux questions à savoir : « combien de stations de radios écoutez-vous ? » et « quelles sont les trois principales chaînes de radios que vous écoutez le plus souvent par ordre de préférence ? ». Les données collectées ont permis d'identifier les stations radios les plus écoutées par les populations au double plan provincial et régional.

Pour plus de pertinence dans les résultats les proportions des auditeurs de chaque radio ont été calculées en fonction des personnes enquêtées dans la province ou elle est localisée. Nous partons de l'hypothèse que plus la radio est proche d'elles, plus elles y ont accès facilement et, cela peut déterminer leur choix.

❖ **La Région du Boucle du Mouhoun**

Les tendances montrent que les radios leaders dans la Boucle du Mouhoun sont :

- la radio Salaki dans les provinces du Mouhoun et le Nayala ;
- la voix des Balés dans la province des Balés ;
- la radio Lotamu dans la province des Banwa ;
- la voix du Sourou dans la Province du Sourou.

Tableau 36: Les radios les plus écoutées dans la Boucle du Mouhoun par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Balés	La Voix des Balés	Confessionnelle	53,3	Boromo
	Radio Poura	Communale	30	Poura
	Radio Evangélique Sourou	Confessionnelle	6,7	Tougan
	RTB2 Boucle du Mouhoun	Etatique	6,7	Dédougou
Banwa	Radio Lotamu	Commerciale	76	Solenga
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	12	
	Radio Fréquence Espoir du CEDICOM	Confessionnelle	8	Dédougou
Kossi	Radio Kantigiya	Confessionnelle	66,7	Nouna
	Radio Salaki	Associative	15,2	Dédougou
Mouhoun	Radio Salaki	Associative	45,5	Dédougou
	Radio Fréquence Espoir du CEDICOM	Confessionnelle	20,5	Dédougou
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	18,2	
Nayala	Radio Salaki	Associative	41,7	Dédougou
	Radio Woassa-La Voix du Sourou Nayala	Associative	33,3	Nayala
	Radio Kantigiya	Confessionnelle	16,7	Nouna
Sourou	La Voix du Sourou	Associative	50	Tougan
	Radio Woassa-La Voix du Sourou Nayala	Associative	22,7	Nayala
	Radio Evangélique Sourou	Confessionnelle	9,1	Nayala
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	9,1	
	Radio Salaki	Associative	4	Dédougou

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région des Cascades

Dans la Région des cascades, la radio Munyu est leader dans les deux provinces de la région : la Comoé et la Léraba.

Tableau 37: les radios les plus écoutées dans les Cascades par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Comoé	Radio Munyu	Associative	40,1	Banfora
	Radio Catholique Tériya	Confessionnelle	28,3	Banfora
	Radio Cascade	Commerciale	14,2	Banfora
Leraba	Radio Munyu	Associative	57,1	Banfora
	Radio Catholique Tériya	Confessionnelle	28,6	Banfora
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	7,1	Banfora

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Centre

Dans la Rdu Centre, constituée d'une seule province les trois radios leaders sont : Savane FM, radio oméga et la radio Nationale (RTB/radio).

Tableau 38 : les radios les plus écoutées du Centre par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Kadiogo	Savane FM	Commerciale	31	Ouagadougou
	Radio Oméga	Commerciale	19,9	Ouagadougou
	RTB/Radio	Etatique	5,9	Ouagadougou
	Radio Horizon FM	Commerciale	4,5	Ouagadougou
	Radio Avé Maria	Confessionnelle	4,5	Ouagadougou

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Centre-Est

Dans la Région Centre-Est la radio Pag-la-yiri, la radio Pognéré, la radio Intégration (Zekoula FM) sont leaders respectivement dans les provinces du Boulgou, Koulpelgo et Kouritenga.

Tableau 39: les radios les plus écoutées du Centre Est par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Boulgou	Radio Pag-la-Yiri	Associative	30	Zabré
	Intégration (Zekoula FM)	Associative	20,8	Bittou
	Radio Municipale de Bittou	Communale	12,5	Bittou
	Bagrêpôle FM	Institutionnelle	12,5	Bagré
Koulpelgo	Radio Pognéré	Associative	35,1	Pouytenga
	Radio Maria	Confessionnelle	28,8	Koupèla
	Radio Nabonswendé	Commerciale	13,5	Pouytenga
Kouritenga	Intégration (Zekoula FM)	Associative	86,7	Bittou
	Radio Pag-la-Yiri	Associative	10	Zabré
	Radio Maria	Confessionnelle	3,3	Koupèla

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Centre-Nord

Dans la Région du Centre-Nord, les radios Voix des lacs, Nayiné et Manegda sont leaders respectivement dans les provinces du Bam, du Namentenga et du Sanmatenga.

Tableau 40: les radios les plus écoutées du Centre-Nord par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Bam	Radio La Voix des Lacs	Communale	45,6	Kongoussi
	Radio Nerwaya de Kongoussi	Associative	35,1	Kongoussi
	Radio Manegda	Associative	8,8	Kaya
Namentenga	Radio Nayiné	Associative	72,1	Boulsa
	Radio Nerwaya de Kongoussi	Associative	9,3	Kongoussi
	Radio Baasnéré	Associative	9,3	Tougouri
Sanmatenga	Radio Manegda	Associative	34,4	Kaya
	Radio Manegmoogo	Associative	26,8	Pissila
	Radio Notre Dame de Kaya	Confessionnelle	18,3	Kaya

Source : Données de l'enquête, octobre 2017

❖ La Région du Centre-Ouest

Au niveau du Centre-Ouest les radios Palabre, Voix du Sanguié, Notre Dame de la Réconciliation et Loudon sont leaders respectivement dans les provinces du Boulkiemdé, du Sanguié, la Sissili et du Ziro.

Tableau 41: les radios les plus écoutées du Centre-Ouest par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Boulkiemde	Radio Palabre	Associative	47	Koudougou
	Radio Tilgré	Commerciale	20,5	Koudougou
	Radio Notre Dame de la Réconciliation	Confessionnelle	15	Koudougou
Sanguié	La Voix du Sanguié	Communale	49,1	Koudougou
	Radio Palabre	Associative	23,6	Koudougou
	Radio Notre Dame de la Réconciliation	Confessionnelle	22,6	Koudougou
Sissili	Radio Notre Dame de la Réconciliation	Confessionnelle	22,7	Koudougou
	Radio Islamique Ahmadiyya	Confessionnelle	21,2	Léo
	Radio Némario de Cassou (RNC)	Associative	21,2	Kassou
Ziro	Radio Loudon	Associative	66,7	Sapouy
	Radio Némario de Cassou (RNC)	Associative	29,2	Kassou

	Radio Notre Dame de la Réconciliation	Confessionnelle	4,2	Koudougou
--	---------------------------------------	-----------------	-----	-----------

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Centre-Sud

Dans la Région du Centre-Sud les radios leaders sont :

- Sud FM dans la province du Bazèga et du Zoundweogo ;
- la radio Goulou et la RNB dans la province du Nahouri.

Tableau 42: les radios les plus écoutées du Centre-Sud par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Bazega	Sud FM	Associative	32,1	Nobéré
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	20,1	Ouaga
	Radio Venèg buûdou	Communale	18,2	Kombissiri
Nahouri	Radio Goulou	Associative	43,9	Pô
	RNB	Etatique	43,9	
	Radio Notre Dame de la Paix	Confessionnelle	5,26	Manga
Zoundweogo	Sud FM	Associative	51,6	Nobéré
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	20,9	
	Radio Goulou	Associative	11,8	Pô

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région de l'Est

Dans la Région de l'Est les radios leaders sont :

- la radio Tin Tua dans la province du Gourma ;
- la radio Buayaba dans la province de la Tapoa ;
- la radio Djawoampo dans les provinces de la Komondjari et de la Gnagna ;
- et la radio Développement Solidaire Durable (DEVSO) dans la province de la Kompienga.

Tableau 43: les radios les plus écoutées de l'est par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Gourma	Radio Tin Tua	Associative	52,8	Fada
	Radio Manupugisa	Associative	23	Piéla
	RTB2 Fada	Etatique	8,7	Fada
Komondjari	Radio Djawoampo	Associative	25,3	Bogandé
	RTB2 Fada	Etatique	24,2	Fada
	Radio Gayéri	Communale	23,1	Komzndjari
Kompienga	Radio Développement	Associative	52,4	Nadiagou

	Solidaire Durable			
	RTB2 Fada	Etatique	40,5	Fada
	Radio Tin Tua	Associative	7,1	Fada
Tapoa	Radio Buayaba	Associative	77	Diapaga
	Radio Buamitandi	Associative	23	Kantchari
Gnagna	Radio Djawoampo	Associative	28,5	Bogandé
	Radio Manupugisa	Associative	25	Piéla
	Radio Tin Tua	Associative	11	Fada

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région des Hauts-Bassins

Les radios leaders dans la Région des Hauts-Bassins sont :

- la RTB2 Hauts-Bassins dans les provinces du Houet et du Kéné Dougou ;
- et la radio Evangile Développement de Houndé dans la province du Tuy.

Tableau 44: les radios les plus écoutées des Hauts-Bassins par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Houet	RTB2 Hauts-Bassins	Etatique	46,8	Bobo Dioulasso
	Radio Savane FM	Commerciale	7,2	Bobo Dioulasso
	Radio Islamique Ahmadiyya	Confessionnelle	6,4	Bobo Dioulasso
Kenedougou	RTB2 Hauts-Bassins	Etatique	51,1	Bobo Dioulasso
	La Voix du Verger	Communale	13,3	Orodara
	Radio Alliance Chrétienne	Confessionnelle	8,89	Bobo Dioulasso
Tuy	Radio Evangile Développement	Confessionnelle	50	Houndé
	RTB2 Hauts-Bassins	Etatique	26,3	Bobo Dioulasso
	Radio Liberté de Parler et de Communiquer	Commerciale	10,5	Bobo Dioulasso

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Nord

Les radios leaders dans la Région du Nord sont :

- la Voix du Paysan dans les provinces de Loroum et du Yatenga ;
- la radio Femme et Développement Communautaire dans la province du Passoré.
- et la radio Evangile Développement dans la province du Zondoma.

Tableau 45 : les radios les plus écoutées du Nord par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Loroum	La Voix du Paysan	Associative	48,6	Ouahigouya
	Radio Wendpanga	Commerciale	13,5	Ouahigouya
	Radio La Voix du Loroum	Communale	13,5	Titao
Passoré	Radio FM Femmes et Développement communautaire	Associative	25,6	Arbollé
	Radio Evangile Développement	Confessionnelle	23,1	Ouahigouya
	Radio Wendpanga	Commerciale	20,5%	Ouahigouya
Yatenga	La Voix du Paysan	Associative	33,7	
	Radio Wendpanga	Commerciale	28,3	Ouahigouya
	Radio Evangile Développement	Confessionnelle	18,5	Yako
Zoncoma	Radio Evangile Développement	Confessionnelle	41,4	Yako
	Radio FM Femmes et Développement communautaire	Associative	20,7	Arbollé
	Savane FM Nord	Commerciale	13,8	Gourcy

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Plateau Central

Dans la Région du Plateau Central les radios Laafi, Dounia FM, Bassy FM sont leader respectivement dans les provinces du Ganzourgou, du Kourweogo, et de l'Oubritenga.

Tableau 46: les radios les plus écoutées du Plateau Central par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Ganzourgou	Radio Laafi	Associative	32,3	Zorgho
	Radio de l'unité FM	Communale	29,3	Boudry
	Radio Bassy FM	Commerciale	18,2	Ziniaré
Kourweogo	Radio Dounia FM	Associative	69	Boussé
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	17,2	Ouaga
	Radio Bassy FM	Commerciale	6,9	Ziniaré
Oubritenga	Radio Bassy FM	Commerciale	75,8	Ziniaré
	Radio Nationale du Burkina	Etatique	17,6	Ouaga
	Radio kakoadb Yam Vénégré	Associative	3,3	Ziniaré

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Sahel

Dans la Région du Sahel, les radios Walde EJEF, RTB2 Sahel, Lutte Contre la Désertification (RLCD) et Dandé Yaali sont les stations leaders respectivement dans les provinces de l'Oudalan, du Séno, du Soum et du Yagha.

Tableau 47: les radios les plus écoutées du Sahel par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Oudalan	Radio Walde EJEF	Associative	47,2	Gorom-Gorom
	RTB2 Sahel	Etatique	36,1	Dori
	Voix du Sahel	Associative	11,1	Gorom-Gorom
Séno	RTB2 Sahel	Etatique	75	Dori
	Radio Islamique Ahmadiyya	Confessionnelle	23,1	Dori
	Radio Walde EJEF	Associative	1,9	Gorom-Gorom
Soum	Radio Lutte contre la désertification (RLCD)	Associative	52,3	Djibo
	Radio La Voix du Soum	Communale	39,8	Djibo
	RTB2 Sahel	Etatique	4,7	Dori
Yagha	Radio Dandé yaali	Communale	100	Sebba

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ La Région du Sud-Ouest

Les radios leaders dans la Région du Sud-Ouest sont :

- la RTB2 Sud-Ouest dans les provinces du Nounbiel et du Poni ;
- la Radio Unitas dans la Bougouriba ;
- et la radio Argoutar dans le loba.

Tableau 48: les radios les plus écoutées du Sud-Ouest par province

Province	Radio	Typologie	Auditeurs (%)	Localisation
Bougouriba	Radio Unitas	Confessionnelle	43,8	Diébougou
	RTB2 Sud-Ouest	Etatique	41,3	Gaoua
	Radio Argoutar	Associative	10	Dissin
loba	Radio Argoutar	Associative	39,1	Dissin
	Radio Manivelle	Associative	37	Dano
	RTB2 Sud-Ouest	Etatique	10,9	Gaoua
Nounbiel	RTB2 Sud-Ouest	Etatique	61,1	Gaoua
	Radio Nôbiel	Associative	16,7	Gaoua
	Radio Evangile du Sud-Ouest	Confessionnelle	11,1	Gaoua
Poni	RTB2 Sud-Ouest	Etatique	57,8	Gaoua
	Radio Evangile du Sud-Ouest	Confessionnelle	14,4	Gaoua
	RNB	Etatique	14,4	Gaoua

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

II.3. Habitudes d'écoute des programmes de la radio

Afin d'analyser les habitudes d'écoute de la radio par les populations il a été collecté des données relatives à la fréquence d'écoute, les jours et les horaires d'écoute privilégiés, ainsi que les lieux d'écoute.

II.3.1. Fréquence d'écoute

Pour déterminer l'assiduité des populations à l'écoute de leur radio, il a été demandé aux enquêtés « à quelle fréquence écoutez-vous la radio ? ». Les données recueillies ont permis de répartir les auditeurs en 03 modalités à savoir : ceux qui écoutent leur radio tous les jours, assez souvent et occasionnellement. Le tableau 49 présentent les données y afférentes.

Tableau 49: fréquence d'écoute de la radio par région (en %)

Régions	Tous les jours	Assez souvent	Occasionnellement	Total
Boucle du Mouhoun	48,8	34,7	16,6	100
Cascades	41,7	29,5	28,8	100
Centre	68,1	28,6	3,4	100
Centre-Est	71,5	20	8,5	100
Centre-Nord	63,4	24,9	11,8	100
Centre-Ouest	47,5	37,5	15	100
Centre-Sud	54,4	34	11,6	100
Est	76,6	17,8	5,7	100
Hauts-Bassins	54,8	33,4	11,9	100
Nord	46	31,1	23	100
Plateau-Central	60,6	21,1	18,4	100
Sahel	31,3	39,2	29,6	100
Sud-Ouest	62	32,7	5,3	100
Total	58,2	29	12,8	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

De l'analyse des données de ce tableau, il ressort qu'au plan national, 58,2% de l'auditoire écoutent la radio tous les jours. Près de 29% l'écoute assez souvent, seulement 12,8% écoutent la radio occasionnellement. Dans les régions, la plus forte fréquence d'écoute de la radio s'observe à l'Est (76,6%), au Centre-Est (71,5%) et au Centre (68,1%).

II.3.2. Jours d'écoute préférés

L'étude a permis de connaître les jours d'écoute préférés de la radio par les ménages. Cela a été possible grâce à leur réponse à la question : « quels sont vos

jours d'écoute préférés ». Les données recueillies donnent les tendances consignées dans le tableau 50.

Tableau 50: les jours d'écoute préférés par région (en %)

Régions	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Boucle du Mouhoun	76,1	70	68,6	68,3	67,8	82	79,5
Cascades	65,6	61	50,7	58,2	59,5	80,2	86,1
Centre	47,4	45,6	44,6	46,7	52,1	51,8	55
Centre-Est	92,8	86	88	83,7	85	90,4	88,4
Centre-Nord	79,2	78,7	75,8	77,5	78,8	81,4	83,3
Centre-Ouest	76,1	75,6	74,6	75	77,4	85,8	88,8
Centre-Sud	73,6	72,6	70,9	74,4	71,7	88,8	93,4
Est	84,7	84	81,9	82,8	85,4	89,9	90,4
Hauts-Bassins	80	78,1	72,9	78,1	81,1	89	89,4
Nord	82,9	63,3	59,2	65,9	58,7	64,8	76,9
Plateau-Central	72,9	66,9	72,2	76,7	66,6	88,4	95,8
Sahel	71,4	52,9	59,7	54,4	60,4	51,9	61,4
Sud-Ouest	79,6	76,5	73,4	83,0	76,3	91,5	92,9
Total (%)	75,1	69,9	68,5	70,5	71,0	77,7	80,9

Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

Au Burkina Faso, l'auditoire de la radio consacre plus d'intérêt à ce canal les Dimanches (80,87%) les samedis (77,67%) et les lundis (75,07%). Ces taux montrent que certains auditeurs ont donnés plusieurs réponses à la fois. De façon globale, au moins 68% de l'auditoire écoutent la radio tous les jours.

Les promoteurs, pour mieux assoir leur politique de programmation des émissions, doivent affiner les données propres à leur localité ; notamment, en évaluant la corrélation entre les thématiques préférés, les lieux d'écoute, les périodes d'écoute, les émissions préférées des auditeurs de leur localité sur leur radio.

II.3.3. Périodes d'écoutes privilégiées

A la question ; « quelle est la tranche horaire de la journée pendant laquelle vous écoutez généralement la radio ? ». Au plan national, 79% de l'auditoire écoutent la radio entre 18h et 22h. La seconde tranche d'heure d'écoute la plus prisée est celle de 6h à 10h et intéresse 65,8% de l'auditoire. La tranche d'horaire qui mobilise le

moins d'auditeurs (22,4%) est celle de 22h et plus. Cette réalité s'observe également dans les régions. C'est ce que présente le tableau 51.

Tableau 51: Tranches horaires d'écoutes privilégiées par région (en %)

Région	06h-10h	10h-14h	14h-18h	18h-22h	22h et +
Boucle du Mouhoun	59,5	26	39	74,1	30,1
Cascades	58,9	23,2	16,3	74,6	21,4
Centre	70,2	30,4	25,8	63	21,7
Centre-Est	81,3	32,8	30,4	77,2	21,3
Centre-Nord	55,3	24	42	89,9	16,6
Centre-Ouest	51,1	31,3	35,6	83,5	38,9
Centre-Sud	79,5	33,6	35	84,5	30,3
Est	50,4	15,6	12,9	93	6,7
Hauts-Bassins	78	46,4	51,7	76,8	30,6
Nord	74,7	27,8	23,4	78,6	23,1
Plateau-Central	75,7	21,4	27	86	29,2
Sahel	63,8	34,2	39,7	58,6	5,2
Sud-Ouest	53,6	20,9	27,8	90,9	18,4
Total	65,8	28,8	31,9	79	22,4

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

II.3.4. lieu de l'écoute

L'étude s'est intéressée également aux lieux d'écoute de la radio. Les données collectées suite aux réponses à la question y relatives ont permis de regrouper les auditeurs selon les modalités suivantes : écoute à domicile, en circulation, chez le voisin, lieu de travail, club d'écoute, au marché et autres.

Tableau 52: Répartition par région des auditeurs selon le lieu de l'écoute (en%)

Régions	Domicile	En circulation	Chez le voisin	Lieu de travail	Club d'écoute	Au marché	Autre lieu
Boucle du Mouhoun	98,6	5,6	6,6	13,4	0,7	5,3	4,7
Cascades	92,3	4,7	8,6	22,6	0	7,5	13,8
Centre	93	9,2	1,3	19	0,2	5,1	0,5
Centre-Est	95,9	4,5	4	16,2	0,7	21	0,7
Centre-Nord	95,8	6,6	18,6	27,9	0	19,4	0,5
Centre-Ouest	91,8	20,9	23,2	25,8	3	36,6	0,2
Centre-Sud	97,8	9,2	10,8	23,6	2,1	17,3	3,6
Est	97,1	3,5	4,4	16	1,8	5,7	0,8
Hauts-Bassins	97,1	7,4	7,5	28,6	0,3	9,8	0,6
Nord	95,3	2,6	6,7	14,8	0	9,2	2,4
Plateau-Central	98,6	2,8	7,4	32,7	0	16,3	0,5
Sahel	88,1	6,6	48,9	33,5	3,3	26,8	3,6
Sud-Ouest	96,7	3,1	8,7	10,2	1,1	5,1	1,3
Total	95,3	7	10,9	21,4	0,9	13,9	1,7

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

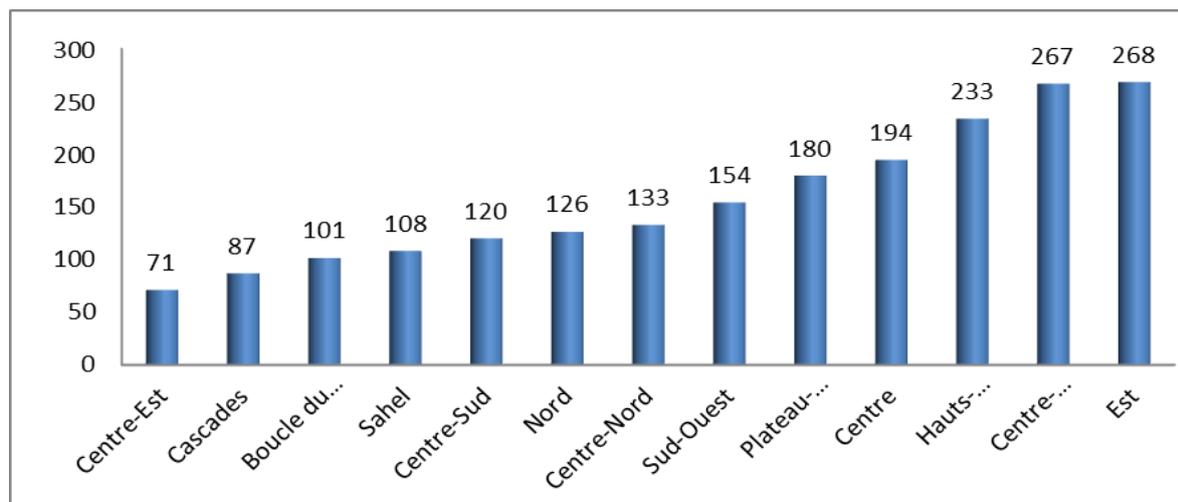
A la question : « où écoutez-vous le plus souvent la radio ? », l'auditoire au niveau national dit écouter la radio à domicile à 95,3%. Les clubs d'écoutes constituent de moins en moins un cadre privilégié de l'écoute de la radio avec un taux de 0,9%. Cette tendance est attestée par les taux quasiment nuls enregistrés dans 4 régions (Cascades, Centre-Nord, Nord et Plateau-Central).

Nous notons aussi l'écoute au marché qui vient en 3^{ème} position avec un taux de 13,9%. Cette donnée est boostée par le développement de l'offre radiophonique dans l'environnement des marchés.

II.3.5. Temps moyen d'écoute en minutes par jours

En considérant le paramètre durée d'écoute, on a pu répartir les régions selon les temps moyens d'écoute des populations. Le graphique 29 ci-après visualise cette répartition.

Graphique 29: Répartition par région des auditeurs selon le temps moyen d'écoute par jours (en mn)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

A la question : « quel est votre temps moyen d'écoute de la radio en minutes par jours ? », les réponses obtenues autorisent les constats suivants :

- les Régions de l'Est et du Centre-Ouest viennent en tête avec respectivement 268 mn et 267 mn consacrées à l'écoute de la radio par jour ;
- la Région des Hauts Bassins arrive en 3ème position avec 233 mn d'écoute radiophonique quotidienne ;
- les Régions du Centre-Est et des Cascades ferment le classement avec respectivement 71 mn et 87 mn par jour.

II.4. Opinion sur les programmes de la radio

II.4.1. La Satisfaction par rapport aux informations diffusées par les chaînes de radios

Etes-vous satisfait des émissions diffusées par la radio ? L'analyse des réponses à cette question dégage près de 95% d'auditeurs qui sont au minimum satisfait des émissions qui leur sont proposées contre seulement 5% d'auditeurs qui disent être peu ou pas satisfaits.

Tableau 53: Répartition par région des auditeurs selon le niveau de satisfaction (en %)

	Satisfaction par rapport aux émissions diffusées en %			
	Très satisfait	Satisfait	Peu satisfait	Pas satisfait
Boucle du Mouhoun	9,7	79,1	10,1	1,1
Cascades	28,7	62,2	8,9	0,2
Centre	21,5	74,3	3,9	0,4
Centre-Est	36,1	60,2	3,2	0,6
Centre-Nord	40,7	55,3	4,1	0
Centre-Ouest	34,9	60,4	4,3	0,5
Centre-Sud	38,6	54,4	6,7	0,4
Est	27,8	70,3	1,6	0,3
Hauts-Bassins	30,1	58,5	11,1	0,4
Nord	11,6	87	1,2	0
Plateau-Central	33,4	63	3,1	0,5
Sahel	9,1	86,1	3,8	1,1
Sud-Ouest	27,5	70	1,7	0,8
Total	26,6	68,3	4,6	0,4

Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

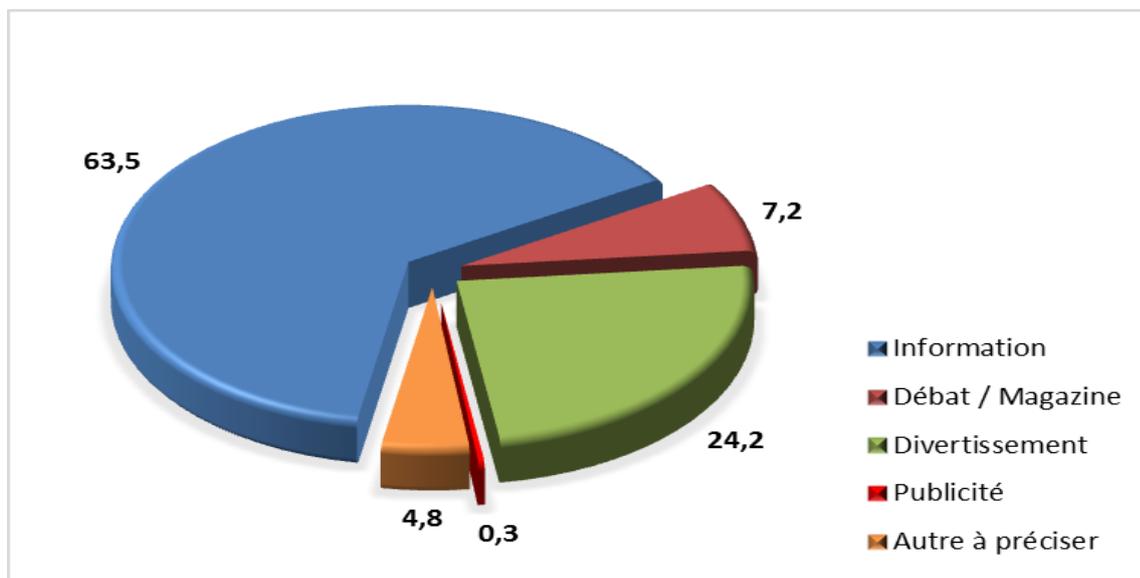
Ces données sont à la fois encourageantes et un défi car, cette situation impose aux promoteurs une obligation de résultat qui les positionne désormais à cette performance qui donne au minimum satisfaction aux auditeurs en matière d'informations diffusées sur leur station respective.

En dépit du niveau de satisfaction des auditeurs, les promoteurs doivent fournir plus d'effort pour satisfaire davantage les populations, car, ci-dessus, nous avons relevé par exemple, que les auditeurs souhaitaient une amélioration des contenus des programmes afin de booster leur participation aux émissions.

II.4.2. Genre radiophonique préféré

Il existe plusieurs genres radiophoniques dont la production et la diffusion dépend des capacités techniques de chaque radio. Les genres radiophoniques les plus produits par les radios sont : l'information, le divertissement, la publicité, les jeux radiophoniques, les communiqués, les débats, les théâtres radiophoniques et les contes. Les préférences des auditeurs selon les différents genres radiophoniques sont illustrées dans le graphique 30.

Graphique 30: Répartition des auditeurs selon le genre radiophonique préféré (en %)



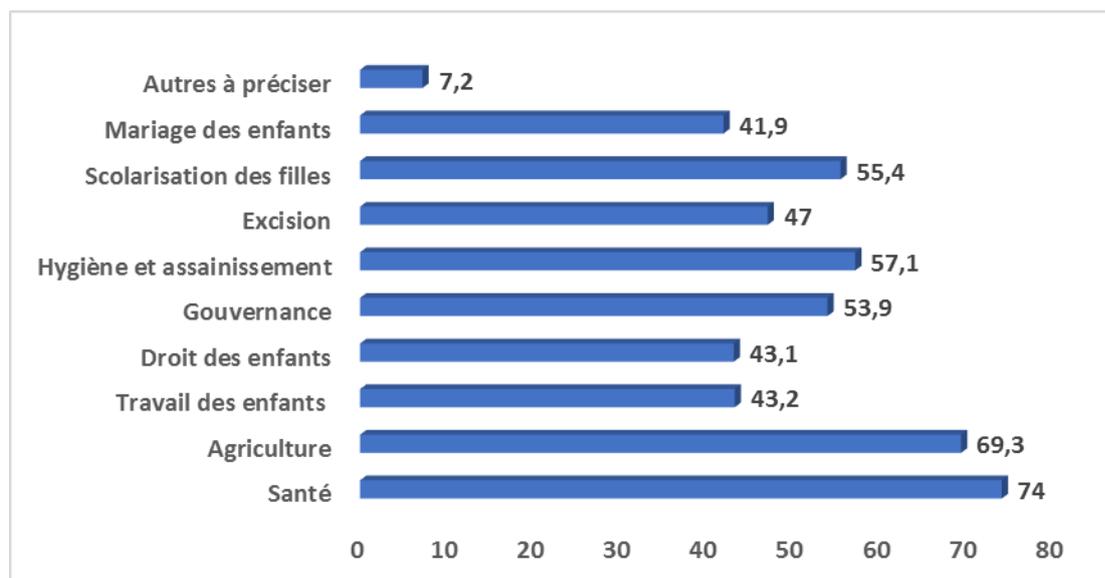
Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

A la question « quel est le genre d'émission que vous préférez ? », l'auditoire répond à 63,5% préférer les informations. Le divertissement se positionnent au 2^{ème} rang dans la préférence des auditeurs avec près de 24%. Le divertissement regroupe la musique, les jeux radiophoniques, les théâtres radiophoniques, les contes et légendes. L'ensemble des émissions pouvant servir dans une campagne de sensibilisation (débat/magazine, théâtre radiophonique et jeux radiophonique) recueillent la préférence de près de 20% des auditeurs.

II.4.3. Thématiques préférées

Parmi les objectifs de toute radio l'information et la sensibilisation y figurent. Pour informer et sensibiliser différentes thématiques sont abordées par les radios dans leurs émissions. Les préférences des auditeurs varient selon les thématiques abordées. Le graphique 31 traduit les préférences des auditeurs selon les thématiques.

Graphique 31: répartition des auditeurs selon leurs thématiques préférées



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Au plan national, la santé et l'agriculture sont les thématiques préférées des auditeurs avec des moyennes respectives de 74% et 69,3%. Les problèmes de santé constituent la première préoccupation des populations, suivis de l'agriculture qui occupe 80% de la population. La thématique de la scolarisation de la jeune fille vient en 4^{ème} après celle de l'hygiène et assainissement avec 55,4%.

Au plan régional, les deux thématiques en tête du classement sont la santé (89,7%) dans la Région de l'Est, l'agriculture (89,5%) dans le plateau Central. La thématique de la scolarisation de la jeune fille recueille une moyenne de 74,8% dans la Région du Sahel. La question de la gouvernance est bien positionnée au Centre qui est la région la plus urbanisée.

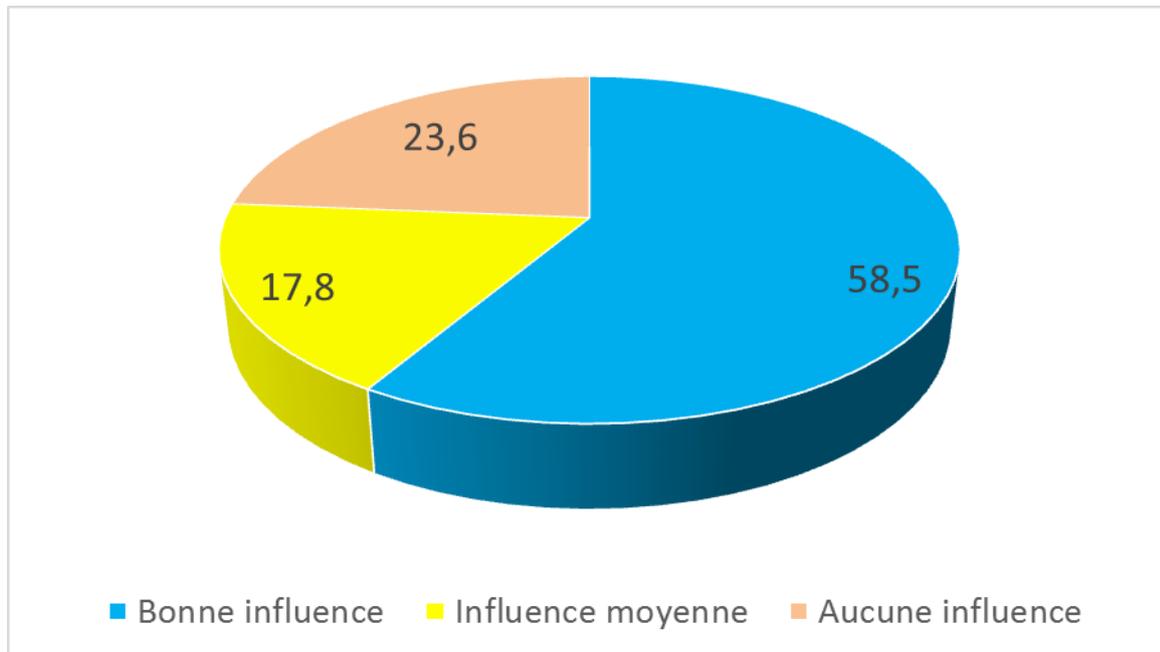
II.5. Impact des radios

Pour appréhender l'influence de la radio sur le comportement des auditeurs par rapport aux sujets relatifs à la nutrition, la sécurité routière, l'hygiène et l'assainissement, la fréquentation des centres de santé, la protection de l'environnement, la scolarisation des filles, la protection de l'enfant, l'abandon de l'excision et la paix sociale, il leur a été posé la question : « Quelles influences l'écoute de la radio a sur votre comportement par rapport aux sujets précités ». L'enquête devrait indiquer si l'écoute de la radio a une bonne influence, une influence moyenne ou bien, n'a aucune influence sur son comportement. Les réponses obtenues ont permis de faire les analyses suivantes par thème.

II.5.1. Nutrition

En matière de nutrition, 76,4% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio contre 23,6. Le graphique 32 montre la répartition des auditeurs selon le niveau d'influence.

Graphique 32: Répartition des auditeurs selon l'influence sur la nutrition (en %)



Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

Dans les régions l'analyse montre que plus de la moitié des auditeurs de chaque région déclare que leurs habitudes nutritionnelles ont été influencées positivement par l'écoute de la radio à l'exception de la Région du Centre où il y'a seulement 48% disent être positivement impactés en matière de nutrition par l'écoute de la radio. Les régions où l'écoute de la radio a eu plus d'influence sur les populations en matière de nutrition sont celles de l'Est, du Centre-Nord, du Centre-sud, des Haut-Bassins et de la Boucle du Mouhoun.

Tableau 54: Influence de l'écoute de la radio sur la nutrition (en %)

	Nutrition			Total
	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	
Boucle du Mouhoun	62,4	19,9	17,7	100
Cascades	41,7	21,6	36,7	100
Centre	40	8	52	100
Centre-Est	54,2	14,9	30,9	100
Centre-Nord	80,7	9,8	9,5	100
Centre-Ouest	51,5	30,3	18,2	100
Centre-Sud	56,5	28,3	15,3	100
Est	78,3	18,6	3,1	100
Hauts-Bassins	57,2	26,1	16,7	100
Nord	43,6	16,9	39,5	100
Plateau-Central	49,9	24,4	25,7	100
Sahel	75,2	9,8	15,1	100
Sud-Ouest	64,6	20,6	14,8	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

L'influence de la radio selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge donne les informations suivantes.

Tableau 55: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la nutrition selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge (en %)

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	50,5	60,5	72,8	50,4	46,4	62,1	60,5	57,7	59,2
Influence moyenne	17,8	18	6,7	14,7	15	18,6	17,8	18,3	14,1
Aucune influence	31,7	21,5	20,6	34,9	38,6	19,2	21,7	24	26,7

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, la radio influence respectivement 68,3% des célibataires, 78,5% des mariés, 79,5% des divorcés et 65,1% des veufs sur leur comportement en matière de nutrition.

Selon le milieu de résidence, la radio influence 61,4% de la population urbaine et 80,7% de la population rurale. Cette influence est meilleure en milieu rural (62,1%) qu'en milieu urbain (46,4%).

Selon l'âge la radio influence 78,3% des jeunes, 86% des adultes et 73,3% des personnes âgées dans leur mode nutritionnel.

❖ Selon le genre et le niveau d'étude

Tableau 56: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la nutrition, le genre et le niveau d'étude (en %)

	Sexe			Niveau d'études			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	55,5	62,2	60,4	56,9	57,2	53,2	46,5
Influence moyenne	18,1	17,4	17,8	19,6	16,7	16,7	13,7
Aucune influence	26,4	20,4	21,7	23,4	26,1	30	39,8

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Dans l'ensemble, la grande majorité des populations se disent positivement impactées par la radio en matière de nutrition. Selon le genre la radio influence 79,6% des femmes et 73,6% des hommes en matière de nutrition.

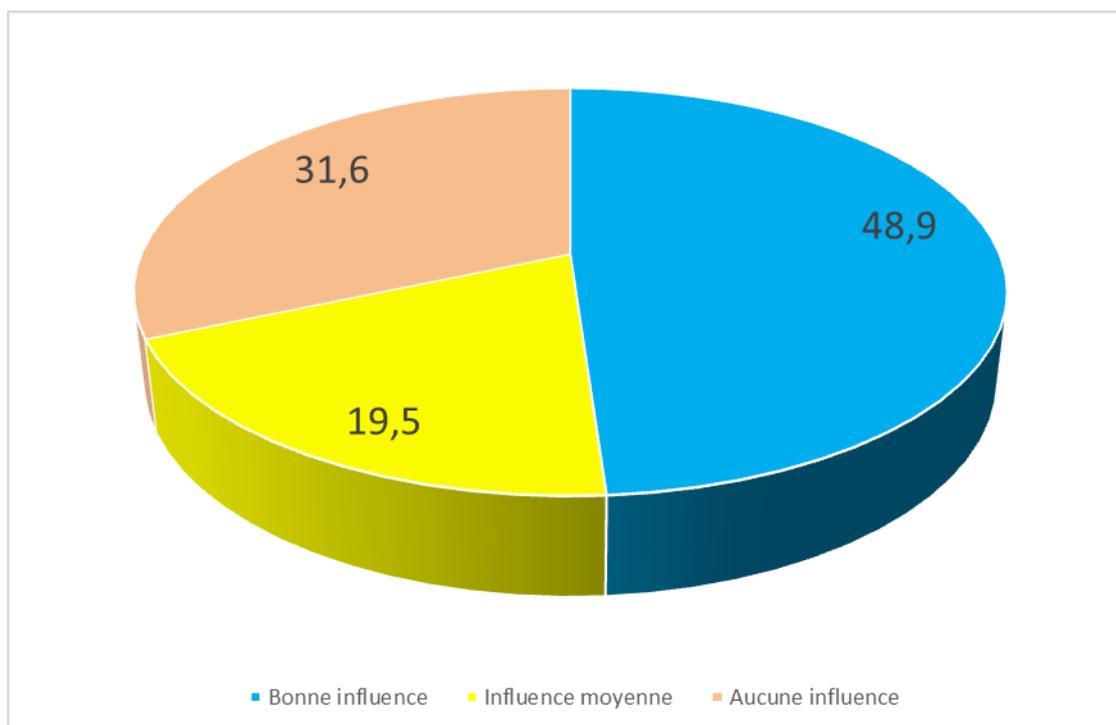
Selon le niveau d'étude, la radio influence 78,2% de la population sans niveau, et 76,5% de ceux ayant fait le primaire, 73,9% de ceux ayant fait le post-primaire, 69,9% de ceux ayant fait le secondaire et 50,2% de ceux ayant fait le supérieur. Il ressort une relation négative entre le niveau d'étude et l'influence de la radio en matière de nutrition ; c'est-à-dire que plus le niveau d'étude est élevé, l'influence de la radio sur l'auditoire en matière de nutrition recule.

Ce constat pourrait être expliqué par le fait que plus les gens avancent dans le système scolaire, plus ils consolident leurs connaissances, ils accèdent à une offre culturelle plus importante et, ils affirment leur personnalité et leur autonomie d'appréciation et de choix nutritionnels.

II.5.2. Sécurité routière

En matière de sécurité routière, 68,4% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio. Le graphique 33 illustre le niveau d'influence des auditeurs en matière de sécurité routière.

Graphique 33: influence sur la sécurité routière (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

A l'échelle de la région, le poids de cette influence de la radio sur les populations est disparate. La tendance montre qu'au moins 56,1% des auditeurs disent être positivement influencés dans leur comportement sur la route par l'écoute de la radio à l'exception de la Région du Nord où 58,5% des auditeurs ne sont pas influencés.

Tableau 57: Influence de l'écoute de la radio sur la sécurité routière (en %)

	Sécurité routière			
	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	Total
Boucle du Mouhoun	35,4	22,3	42,3	100
Cascades	47,9	23,4	28,7	100
Centre	50,1	6	43,9	100
Centre-Est	48,2	19,5	32,3	100
Centre-Nord	67,6	18,4	14	100
Centre-Ouest	24,1	33,6	42,2	100
Centre-Sud	55,8	27	17,3	100
Est	70,2	21,4	8,3	100
Hauts-Bassins	46,8	37,1	16,1	100
Nord	34,2	7,3	58,5	100
Plateau-Central	24,2	36,3	39,4	100
Sahel	68,7	7,5	23,8	100
Sud-Ouest	48,3	8,6	43,2	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ **Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge**

L'analyse de l'influence de la radio sur les populations en matière de sécurité routière fait ressortir les résultats inscrits dans le tableau 58.

Tableau 58: Répartition des auditeurs selon le niveau de l'influence des émissions sur la sécurité routière, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge (en %)

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	50,8	49,2	37,3	33,3	53,2	47,7	46,9	49,8	46,6
Influence moyenne	18,3	19,8	15,1	21,8	14,9	20,9	20,5	19,5	17,5
Aucune influence	30,9	31,1	47,5	44,9	32	31,4	32,7	30,7	35,9

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, l'écoute de la radio influence 69,1% des célibataires, 69% des mariés, 42,4% des divorcés et 54,1% des veufs en matière de sécurité routière.

Selon le milieu de résidence, la radio influence autant en milieu rural (68,6%) qu'en milieu urbain (68,1%) en matière sécurité routière.

Selon l'âge, l'écoute de la radio influence presque dans les mêmes proportions, entre 47% et 50%, les jeunes, les adultes et les personnes âgées dans le domaine de la sécurité routière.

❖ Selon le genre et le niveau d'étude

Tableau 59 : Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la sécurité routière, le genre et le niveau d'étude

	Sexe			Niveau d'étude			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	51	46,4	47	49,8	48,9	60	50,1
Influence moyenne	20,5	18,3	19,6	22,1	19,2	16,3	15,5
Aucune influence	28,5	35,2	33,4	28	31,9	23,6	34,4

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

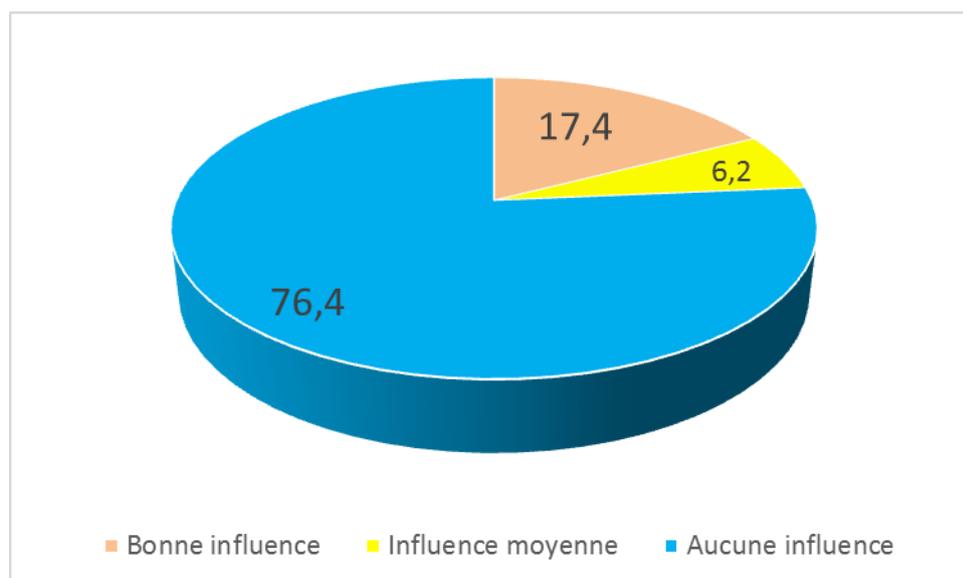
L'analyse selon le genre met en évidence une plus grande influence de la radio chez les hommes (71,5%) que chez les femmes (64,7%) en matière de sécurité routière.

Selon le niveau d'étude il ressort que la radio influence 71,9% des sans niveau, 68,1% de ceux ayant fait le post-primaire, 76,3% de ceux ayant fait le secondaire, 65,6% de ceux ayant un niveau supérieur en matière de sécurité routière.

II.5.3. Hygiène

En matière d'hygiène, 76,4% des auditeurs ne se sentent pas influencés par la radio contre seulement 17,4% qui se disent influencés positivement par la radio. Le graphique 34 en fait l'illustration.

Graphique 34: influence sur Hygiène (en %)



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse par région confirme qu'en matière d'hygiène, les populations sont faiblement influencées par l'écoute de la radio à l'exception de la Région de l'Est où environ 64,8% déclarent être influencées. Les régions qui enregistrent les plus faibles taux d'influence sont le Centre-Nord, le Plateau Central, le Sahel et le Centre. Cette situation pourrait s'expliquer par une sous production ou diffusion d'émission en lien avec cette thématique. Le tableau 60 présente les données y afférentes.

Tableau 60 : L'influence de l'écoute de la radio sur l'hygiène

	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	TOTAL
Boucle du Mouhoun	20,2	7,4	72,4	100
Cascades	31	8	61	100
Centre	6,8	4,3	88,9	100
Centre-Est	16	5,8	78,2	100
Centre-Nord	5,1	3,7	91,2	100
Centre-Ouest	10,4	9,7	79,9	100
Centre-Sud	36,1	15,6	48,4	100
Est	55,1	9,7	35,2	100
Hauts-Bassins	21	4,7	74,3	100
Nord	8,8	4,5	86,6	100
Plateau-Central	3,1	4,3	92,6	100
Sahel	7,6	3,3	89,1	100
Sud-Ouest	14,6	1,3	84,1	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ **Selon le milieu de résidence et l'âge**

Tableau 61: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur l'hygiène, le milieu de résidence et l'âge

	Milieu de résidence		Age		
	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	12,6	18,8	16,4	17,6	17,8
Influence moyenne	5,2	6,5	5,8	6,3	6,4
Aucune influence	82,1	74,7	77,8	76,1	75,8

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse selon le milieu de résidence montre que la radio influence 25,3% de la population rurale et 17,8% de la population urbaine en matière d'hygiène.

En ce qui concerne les jeunes, les adultes et les personnes âgées la radio influence respectivement 22,2% ; 23,9% et 24,2% en matière d'hygiène.

❖ **Selon le genre et le niveau d'étude**

Selon le genre, la radio influence 24,6% des hommes contre 22,3% des femmes en matière d'hygiène. Selon le niveau d'étude, la radio influence 24,1% des sans niveau, 23,4% de ceux ayant fait le primaire, 17,6% de ceux ayant fait le post-primaire, 21,8% de ceux ayant fait le secondaire et 21% de ceux ayant un niveau supérieur en matière d'hygiène. Le tableau 62 fait la répartition des auditeurs selon le niveau d'influence en matière d'hygiène.

Tableau 62: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur l'hygiène selon le genre et le niveau d'étude

	Niveau d'études					Sexe	
	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur	Homme	Femme
Bonne influence	18,2	18,6	9,1	15,4	15,8	17,6	17
Influence moyenne	5,9	6,8	8,5	6,4	5,2	7	5,3
Aucune influence	75,9	74,6	82,3	78,2	79	75,4	77,7

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

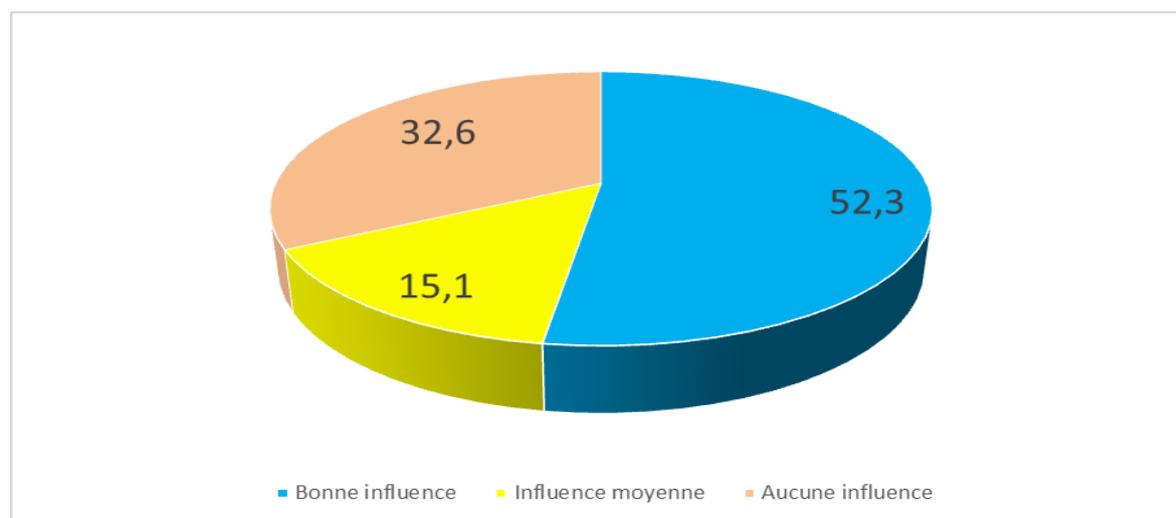
Les problèmes d'hygiène et d'assainissement sont des thèmes qui intéressent les populations comme indiqué ci-dessus au graphique 30 relatif à leurs thématiques préférés. De manière générale, les radios influencent peu la population en matière d'hygiène quelle que soit la caractéristique sociodémographique. Cette apparente contradiction invite les promoteurs à œuvrer pour une meilleure adéquation entre l'offre radiophonique et les préoccupations des populations sur ces thématiques qui semblent être sous exploitées par les stations de radios au Burkina.

Ce constat interpelle aussi, l'Etat, les communes en leur qualité de promoteurs de radios. Il interpelle aussi les partenaires, notamment ceux qui œuvrent dans le domaine de la santé, de l'hygiène, de l'assainissement, à marquer davantage d'intérêt dans leur soutien à la production d'émissions sur ces thématiques d'un intérêt certain. La promotion de ces thématiques va améliorer sensiblement les performances du pays dans la réalisation de ses objectifs de développement durable (ODD) d'ici 2030. Les promoteurs des radios devraient fournir plus d'effort et trouver des programmes convaincants dans la sensibilisation des populations en matière d'hygiène.

II.5.4. Fréquentation des centres de santé

En ce qui concerne la fréquentation des centres de santé l'analyse des données montre que 67,4% des auditeurs se sentent positivement influencés par l'écoute de la radio contre 32,6% qui ne se sentent pas influencer.

Graphique 35: influence sur la fréquentation des centres de santé



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse par région montre que l'influence de la radio sur les auditeurs en matière de fréquentation de centre de santé n'est pas homogène car variant d'une région à une autre. De manière générale la radio influence les auditeurs de toutes les régions à l'exception des Régions du Nord et du Centre où les proportions des non influencés dépassent 50%. Les régions qui enregistrent les plus forts taux d'influence sont l'Est, les Hauts-Bassins et le Centre-Nord. Le tableau 63 en fait la présentation.

Tableau 63: L'influence de l'écoute de la radio sur la fréquentation des centres de santé

	Niveau d'influence			TOTAL
	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	
Boucle du Mouhoun	42,5	24,5	33	100
Cascades	49,1	27,6	23,3	100
Centre	37	4	59	100
Centre-Est	41	12	47	100
Centre-Nord	79,1	7,7	13,2	100
Centre-Ouest	36	30,6	33,5	100
Centre-Sud	49,7	23,2	27,1	100
Est	76,3	17,8	5,9	100
Hauts-Bassins	58	24,2	17,9	100
Nord	36,4	6,9	56,7	100
Plateau-Central	45,7	21,9	32,4	100
Sahel	72,9	6,3	20,8	100
Sud-Ouest	57,3	11,3	31,4	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

L'analyse de l'influence de la radio sur le taux de fréquentation des centres de santé fait ressortir les résultats suivants.

Selon le statut matrimonial, la radio influence 58,4% des célibataires, 29,6% des mariés, 53,1% des divorcés et 63,6% des veufs en matière de fréquentation des centres de santé. Selon le milieu de résidence, la radio influence 70,6% de la population rurale et 66,5% des populations urbaines en matière de fréquentation des centres de santé.

En ce qui concerne les jeunes, les adultes et les personnes âgées la radio influence respectivement 66,7% ; 68,3% et 62,1% en matière de fréquentation des centres de santé.

Tableau 64: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la fréquentation des centres de santé, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeune	Adulte	Personnes âgées
Bonne influence	44	54,4	47	48	45,7	54,3	51,2	53	50,6
Moyenne influence	14,4	15,2	6,1	15,6	10,8	16,3	15,5	15,3	11,5
Aucune influence	41,6	30,4	46,9	36,4	43,5	29,4	33,3	31,7	37,9

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

On peut tirer la conclusion partielle que la radio contribue positivement à la vulgarisation des thèmes sur la fréquentation des centres de santé auprès de toutes les catégories de Burkinabè qui, se disent bien impactés par leur écoute radiophonique à un taux largement au-dessus de 60%. Ce qui va induire chez eux, un changement de comportement dans le sens souhaité par les promoteurs de ces thématiques.

❖ **Selon le genre et le niveau d'étude**

Selon le genre, il ressort que la radio influence plus les femmes (70,2%) que les hommes (65%) en matière de fréquentation des centres de santé.

Tableau 65: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la fréquentation des centres de santé, le genre et le niveau d'étude

	Sexe			Niveau d'étude			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	49,3	56	54	49	51,2	50,6	42,2
Moyenne influence	15,7	14,2	14,9	16,6	13,9	14,1	15,3
Aucune influence	35	29,8	31,1	34,4	34,9	35,3	42,5

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Dans la pratique, les femmes sont beaucoup plus impliquées dans le suivi de la santé des enfants que les hommes. En matière de maternité, elles sont également plus exposées que les hommes. Autant de raisons qui justifient leur plus grande sensibilité au thème de la santé. D'où, leur préférence pour les émissions de santé.

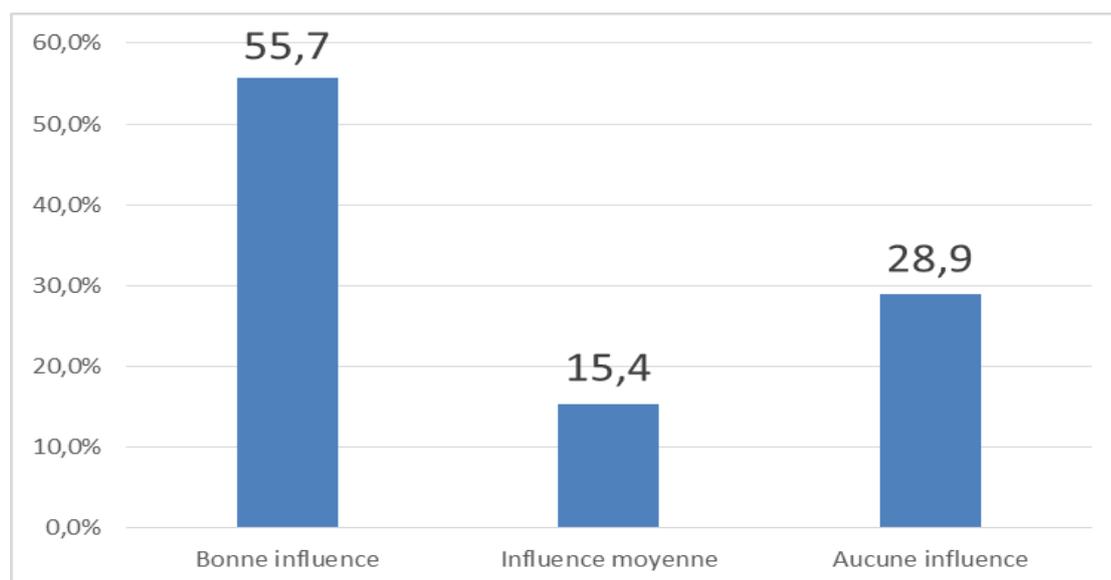
Selon le niveau d'étude, la radio influence 68,9% des « aucun niveau », 65,6% de ceux ayant fait le primaire, 65,1% de ceux ayant fait le post-primaire, 64,7% de ceux ayant fait le secondaire et 67,5% ayant fait le supérieur pour ce qui est de la fréquentation des centres de santé.

Quel que soit leur niveau de scolarisation, les populations enquêtées se disent très majoritairement, entre 65% et 69%, positivement impactées par leur écoute de la radio en matière de fréquentation des centres de santé. Un bon point certes ; mais, l'effort doit rester constant pour conquérir les 31% qui ne sont pas encore influencés par la radio sur cette thématique de la fréquentation des centres de santé.

II.5.5. Protection de l'environnement

Concernant la protection de l'environnement, l'étude révèle que 71,1% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio contre 28,9%. Cette tendance est illustrée par le graphique 36.

Graphique 36: influence sur la protection de l'environnement



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les régions les plus influencées en matière de protection de l'environnement par la radio sont les Hauts-Bassins, le Centre-Nord et l'Est avec des proportions

respectives de 94,7%, 90,1% et 92%. Celles qui enregistrent les plus forts taux de non influence sont celles du Centre et du Nord avec des proportions respectives de 57,9% et 59%. Le tableau 66 présente les données par région à ce sujet.

Tableau 66: L'influence de l'écoute de la radio sur la protection de l'environnement

	Protection de l'environnement			
	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	TOTAL
Boucle du Mouhoun	54,7	19,4	25,9	100
Cascades	57,5	24,4	18,1	100
Centre	36	6,1	57,9	100
Centre-Est	42,5	14,8	42,7	100
Centre-Nord	74,5	15,7	9,9	100
Centre-Ouest	60,2	21,7	18,1	100
Centre-Sud	53,2	21,7	25,1	100
Est	74,3	17,7	8	100
Hauts-Bassins	65	29,8	5,3	100
Nord	35,8	5,2	59	100
Plateau-Central	57,3	17,4	25,3	100
Sahel	69,9	8,2	21,9	100
Sud-Ouest	56,9	10,5	32,7	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Si ces résultats incitent à l'optimisme, la situation de dégradation accélérée de notre environnement, son impact sur le développement du pays nous recommande de poursuivre les efforts de sensibilisation des populations sur la thématique de l'environnement. En effet, malgré le fort taux de Burkinabè influencés par la radio, il reste encore une bonne proportion qui ne se sent pas impactée par les émissions de radio. Ce taux d'auditeurs peu ou pas influencés culmine à 57% au Centre et à 42% au Centre Est.

❖ **Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge**

L'analyse de l'influence de la radio en matière de protection de l'environnement selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge est présentée par le tableau 68.

Tableau 67: répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'environnement, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	49,4	57,1	67,6	56,2	46,9	58,4	54	56,6	53,7
moyenne influence	15,4	15,6	0	12,1	11,3	16,6	17,2	15	13,6
Aucune influence	35,2	27,3	32,4	31,7	41,8	25,1	28,8	28,4	32,7

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, la radio influence 64,8% des célibataires, 62,7% des mariés, 67,6% des divorcés et 68,3% des veufs en matière de protection de l'environnement.

Selon le milieu de résidence, la radio influence plus les populations rurales (75%) que les populations urbaines (68,2%) en matière de protection de l'environnement.

Elle influence 71,2% des jeunes, 71,6% des adultes et 67,3% des personnes âgées en matière de protection de l'environnement.

De façon générale les populations sans distinction de situation matrimoniale, de l'âge et du milieu de résidence se sentent influencer par l'écoute de la radio en matière de protection de l'environnement. Des efforts de communication doivent être faits pour sensibiliser les populations sur la protection de l'environnement et accroître leurs résiliences face aux changements climatiques.

❖ Selon le genre et le niveau d'étude

Tableau 68: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'environnement, le genre et le niveau d'étude

	Sexe			Niveau d'étude			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post- primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	57,1	54,2	55,6	57,6	56,4	56,5	47,1
Moyenne influence	14,9	15,9	16,4	15,7	11,5	11	14,9
Aucune influence	28	29,9	28	26,7	32,2	32,5	38

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

En matière de protection de l'environnement, la radio influence 72% des hommes et 71,2% des femmes.

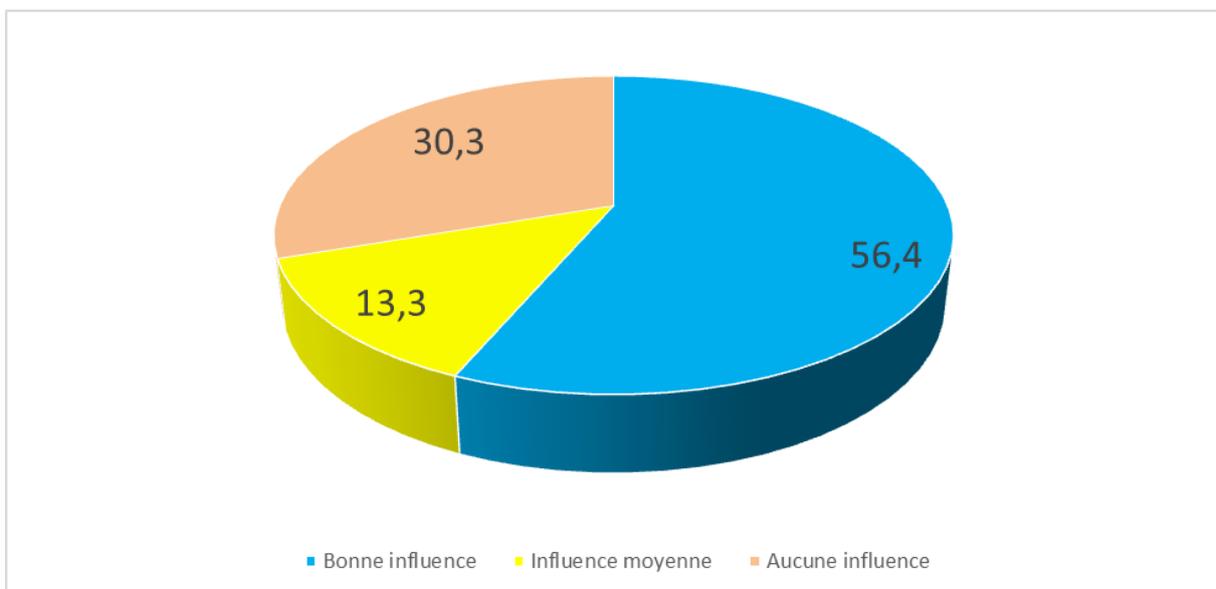
Selon le niveau d'étude la radio influence 72% des sans niveau, 73,3% de ceux ayant fait le primaire, 67,9% de ceux ayant fait le post-primaire, 67,5% de ceux ayant fait le secondaire et 62% de ceux ayant fait le supérieur en matière de protection de l'environnement.

L'influence de la radio sur les populations décroît quand leur niveau d'étude croît. Cela pourrait s'expliquer par le fait que les instruits ont pu se former sur le sujet ou ont été sensibilisé sur le sujet à travers d'autres canaux. Il ressort une relation négative entre le niveau d'étude et l'influence de la radio en matière de protection de l'environnement ; c'est-à-dire que plus le niveau d'étude est élevé, l'influence de la radio sur l'auditoire en matière de protection de l'environnement recule. Aussi, près du tiers des Burkinabè sont encore à conquérir sur cette thématique.

II.5.6. Scolarisation des filles

En matière de scolarisation des filles, il ressort que 69,7% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio contre 30,3%. Le graphique 37 visualise cette tendance.

Graphique 37: influence sur la scolarisation des filles



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les régions qui enregistrent les meilleures proportions en matière d'influence de l'écoute de la radio sur la scolarisation des filles sont l'Est, le Centre-Nord, les Hauts-

Bassins et le Sahel. Les Régions du Centre et du Nord sont celles qui enregistrent les plus faibles taux d'influences avec des proportions respectives de 41,6% et 42,6%. Le tableau 69 présente les données y relatives.

Tableau 69: L'influence de la radio sur la scolarisation des filles

Région	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	TOTAL
Boucle du Mouhoun	49,1	20,8	30	100
Cascades	53,6	26,1	20,3	100
Centre	37,7	3,9	58,4	100
Centre-Est	43,4	9,9	46,7	100
Centre-Nord	83,4	5,2	11,3	100
Centre-Ouest	58,6	20,6	20,8	100
Centre-Sud	57,7	19,5	22,8	100
Est	78,3	13,6	8,1	100
Hauts-Bassins	61,7	21,4	16,9	100
Nord	35,7	6,8	57,4	100
Plateau-Central	47,7	27,1	25,2	100
Sahel	70,9	10,7	18,4	100
Sud-Ouest	55,8	19,2	25	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Dans les régions où les populations se disent peu influencées par la radio en matière de scolarisation des filles, l'on pourrait penser que le sujet est connu et les acteurs épousent de plus en plus cette cause. La faible proportion d'auditeurs influencée par la radio en matière de scolarisation des filles pourrait s'expliquer par le fait que les auditeurs ont déjà été sensibilisés sur le thème à travers d'autres canaux notamment les ONG et les associations tels que le groupement NAAM d'une part et l'effet de l'urbanisation.

❖ **Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge**

Tableau 70: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la scolarisation des filles, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	46,8	54,9	59,4	51,5	47,6	59,1	56,7	56,8	52,5
Moyenne influence	12,8	14,1	8,2	12,7	8,8	14,6	12,1	14	11,5
Aucune influence	40,4	31	32,4	35,8	43,6	26,3	31,2	29,2	36

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, la radio influence 59,6% des célibataires, 69% des mariés, 67,6% des divorcés et 65,2% des veufs en matière de scolarisation des filles.

Selon le milieu de résidence, la radio influence plus le milieu rural (73,7%) que le milieu urbain (56,4%) en matière de scolarisation des filles.

Selon l'âge, la radio influence 68,8% des jeunes, 70,8% des adultes et 64% des personnes âgées en matière de scolarisation des filles. Le leadership des adultes se justifie par le fait qu'ils sont les premiers acteurs responsables de la scolarisation des filles.

❖ **Selon le genre et le niveau d'étude**

Tableau 71: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la scolarisation des filles, le genre et le niveau d'étude

	Sexe			Niveau d'étude			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	51,6	62,3	57,8	56	55	53,1	45,5
Moyenne influence	14,5	11,9	13,9	14,2	12,3	10,3	8,7
Aucune influence	33,9	25,9	28,3	29,8	32,7	36,6	45,8

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le genre, la radio influence 66,1% des hommes et 74,1% des femmes en matière de scolarisation des filles.

Affectivement, les femmes sont davantage proches de cette cause que les hommes. Elles sont aussi concernées en tant que victimes et bénéficiaires. L'on comprend donc qu'elles se sentent plus impactées par la radio sur cette question.

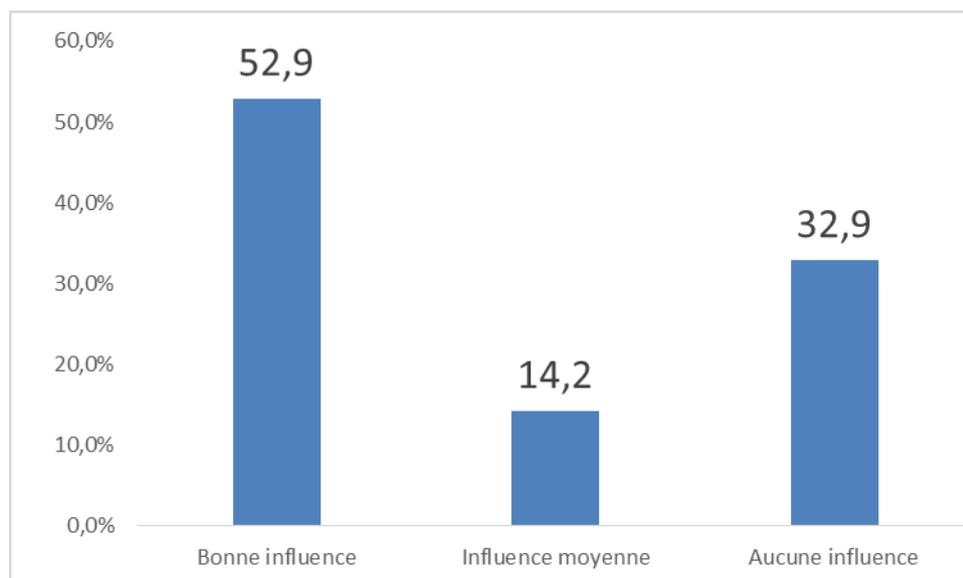
Selon le niveau d'étude, 71,7% des sans niveau, 70,2% de ceux ayant le niveau primaire, 67,3% de ceux ayant le niveau post-primaire, 63,4% de ceux ayant un niveau secondaire et 54,2% de ceux ayant un niveau supérieur en matière de scolarisation des filles.

Il ressort une tendance proportionnellement inversée entre le niveau d'étude et la scolarisation des filles. C'est-à-dire que plus le niveau d'étude est élevé, l'influence de la radio sur l'auditoire en matière de scolarisation des filles recule. Aussi, plus du tiers des Burkinabè sont encore à conquérir sur cette thématique.

II.5.7. Protection de l'enfant

S'agissant de la protection de l'enfant, les données montrent que 67,1% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio contre 32,9%. Le graphique 38 illustre la répartition des auditeurs selon leur degré d'influence.

Graphique 38: influence sur la protection de l'enfant



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les Régions de l'Est, Hauts-Bassins et Centre-nord sont celles où il y'a une forte influence sur l'écoute de la radio sur les auditeurs avec respectivement 94,7%, 85,2% et 84,3%. Il y a des motifs de satisfaction légitime pour les promoteurs des radios par rapport à cette thématique.

Les régions où les auditeurs ne se sentent pas influencer sont le Centre et centre-Nord avec des proportions respectives de 60,3% et 15,7%.

Cette situation peut traduire le fait que les populations de ces deux (02) régions sont sous exposés aux émissions car les radios ne font pas suffisamment d'émissions sur cette thématique en témoigne les temps moyens consacrés par les radios pour les thématiques en lien avec la protection de l'enfant. Certes ces deux régions sont déjà bénéficiaires de campagnes de sensibilisation depuis une bonne décennie promue par l'Etat et les partenaires au développement mais des efforts doivent être fournis davantage dans la production d'émission radiophonique sur la protection de l'enfant.

Tableau 72: L'influence de l'écoute de la radio sur la protection de l'enfant

	Protection de l'enfant			
	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	TOTAL
Boucle du Mouhoun	48,3	19,5	32,3	100
Cascades	45,4	25,9	28,7	100
Centre	35,5	4,2	60,3	100
Centre-Est	39,6	12,9	47,5	100
Centre-Nord	77,5	6,8	15,7	100
Centre-Ouest	43	29,8	27,2	100
Centre-Sud	52,2	22	25,8	100
Est	79,4	15,4	5,3	100
Hauts-Bassins	59	26,2	14,8	100
Nord	31,7	6	62,3	100
Plateau-Central	48,2	16,2	35,6	100
Sahel	70,3	10,1	19,7	100
Sud-Ouest	59,2	10,2	30,5	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

❖ Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

L'analyse de l'influence de la radio sur les populations en matière de protection de l'enfant a permis d'obtenir les résultats suivants capitalisés sur le tableau 73.

Tableau 73: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'enfant, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	44,2	58,7	61,4	50	46,1	54,9	52,5	53,6	48,2
moyenne influence	15,4	13,5	8,2	12,3	9,5	15,6	15,7	14,2	10,9
Aucune influence	40,4	27,8	30,4	37,8	44,4	29,5	31,8	32,3	40,9

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, la radio influence 69,6% des célibataires, 72,2% de mariés, 69,6% des divorcés et 62,2% des veufs en matière de protection de l'enfant.

Selon le milieu de résidence, la radio influence plus les populations rurales (70,5%) que les populations urbaines (55,6%) en matière de protection de l'enfant.

Selon l'âge, la radio influence 68,2% des jeunes, 67,8% des adultes et 59,1% des personnes âgées en matière de protection de l'enfant.

❖ Selon le genre et le niveau d'étude

Tableau 74: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur la protection de l'enfant, le sexe et le niveau d'étude

	Sexe			Niveau d'études			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	49,1	57,4	54,2	50,5	52,1	52,4	42,1
moyenne influence	15,2	13	14,2	16,1	13,1	12	14,1
Aucune influence	35,6	29,6	31,6	33,4	34,9	35,6	43,7

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le genre, la radio influence 64,4% des hommes et 70,4% des femmes en matière de protection de l'enfant. Un constat logique dans la mesure où l'enfant est

beaucoup plus à la charge de la femme que de l'homme sur les domaines suivants : hygiène, santé, nutrition, éducation, etc.

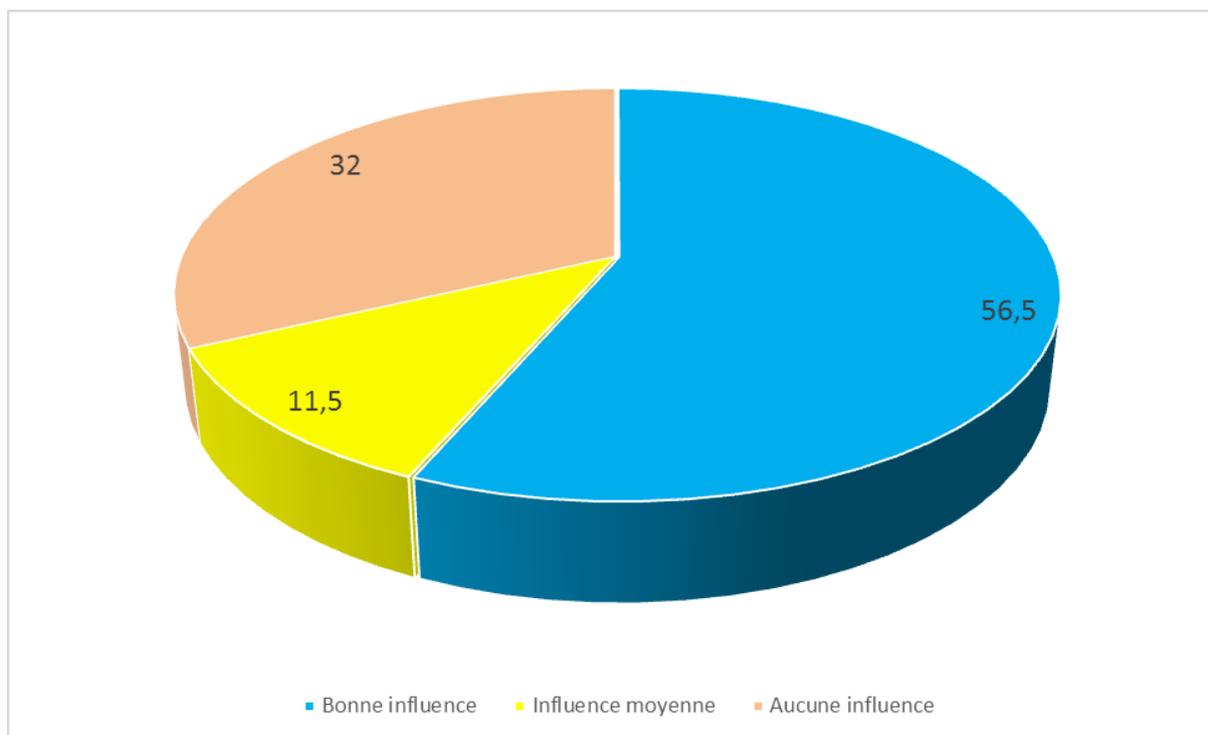
Selon le niveau d'étude, 68,4% des sans niveau, 66,6% de ceux ayant le niveau primaire, 65,2% de ceux ayant le niveau post-primaire, 64,4% de ceux ayant un niveau secondaire et 56,3% de ceux ayant un niveau supérieur en matière de protection de l'enfant. La tendance proportionnellement inversée entre le niveau d'étude et l'influence de la radio est constatée en matière de protection de l'enfant.

II.5.8. Abandon de l'excision

En matière de l'abandon de l'excision, l'étude révèle que 68% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio contre 32%. Le graphique 39 visualise cette tendance.

Les 32% de Burkinabè qui ont encore besoin de sensibilisation sur la protection de l'enfant attend un effort supplémentaire des promoteurs de radios, qui, eux, seraient heureux de recevoir un accompagnement d'appoint de leurs partenaires techniques et financiers. L'Etat et les partenaires au développement devraient s'investir davantage afin de susciter une adhésion du secteur privé.

Graphique 39: influence de la radio sur l'abandon de l'excision



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse par région montre que l'influence de l'écoute de la radio sur les auditeurs en matière d'abandon de l'excision varie d'une région à une autre. Les régions qui enregistrent les fortes proportions d'influence sont l'Est et le Sahel avec respectivement 94,1% et 86,4% des auditeurs. Les Régions du Centre et du Nord s'affichent être les régions où les auditeurs ne se sentent pas influencés par l'écoute de la radio en matière d'excision avec des proportions respectives de 57,5% et 59,8%.

Tableau 75: L'influence de la radio sur l'abandon de l'excision

	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	TOTAL
Boucle du Mouhoun	54,2	17,4	28,4	100
Cascades	46,2	16,1	37,7	100
Centre	40	2,5	57,5	100
Centre-Est	44,2	6,3	49,5	100
Centre-Nord	77,8	4,8	17,3	100
Centre-Ouest	53,1	19,4	27,5	100
Centre-Sud	50,4	21,7	27,9	100
Est	77,3	16,9	5,9	100
Hauts-Bassins	62,8	19,7	17,5	100
Nord	36	4,1	59,8	100
Plateau-Central	60,6	16,4	23,1	100
Sahel	73,1	13,2	13,6	100
Sud-Ouest	61,6	7,5	30,9	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La moitié des populations des Régions du Centre, du Nord et le Centre Est ne sont pas influencées par la radio en matière d'abandon de l'excision. Cette situation peut traduire le fait que les populations de ces régions sont sous exposés aux émissions sur l'abandon car les radios ne font pas suffisamment d'émissions sur cette thématique en témoigne la faiblesse du volume horaire consacrés (300 mn/mois) par les radios pour la thématique de l'excision. Certes ces régions ont déjà bénéficié de campagnes de sensibilisation promue par l'Etat et les partenaires au développement mais des efforts doivent être fournis davantage dans la production d'émission radiophonique sur l'abandon de l'excision au regard de la persistance du phénomène.

❖ **Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge**

Tableau 76: Répartition des auditeurs selon l'influence des émissions sur l'abandon de l'excision, le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	48	58,4	61,6	54,2	45,7	59,6	56,5	56,6	54,9
moyenne influence	10,5	11,9	0	9,9	8,7	12,4	10,3	12,3	8,8
Aucune influence	41,5	29,7	38,4	35,9	45,6	28	33,2	31,1	36,3

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, la radio influence moins les célibataires (41,5%) et cela peut se justifier par le fait qu'ils ne se sentent pas concernés par la thématique d'une part et d'autre part par le fait qu'ils n'ont pas d'épouse ou de fille susceptible d'être victime de l'excision.

Selon le milieu de résidence, la radio influence plus les populations rurales (72%) que les populations urbaines (64,4%) en matière d'abandon de l'excision.

Selon l'âge, la radio influence 76,8% des jeunes, 78,9% des adultes et 73,7% des personnes âgées en matière d'abandon de l'excision.

Les tendances montrent que la radio influence positivement les auditeurs en matière d'abandon de l'excision quel qu'en soit le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge. Globalement, entre 61% et 69% de personnes enquêtés sont positivement influencées par l'écoute de leur radio sur la nécessité d'abandonner la pratique de l'excision.

Ce constat est encourageant pour les promoteurs des radios dans la promotion de l'abandon de l'excision.

❖ Selon le genre et le niveau d'étude

Tableau 77: Répartition des auditeurs selon l'influence de l'abandon de l'excision selon le genre, le niveau d'étude.

	Sexe			Niveau d'études			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	51,3	62,6	59,1	53,6	53,2	50,6	41,9
moyenne influence	12,6	10,2	12,5	11,2	6,7	8,8	10,6
Aucune influence	36,1	27,2	28,4	35,2	40,1	40,6	47,5

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

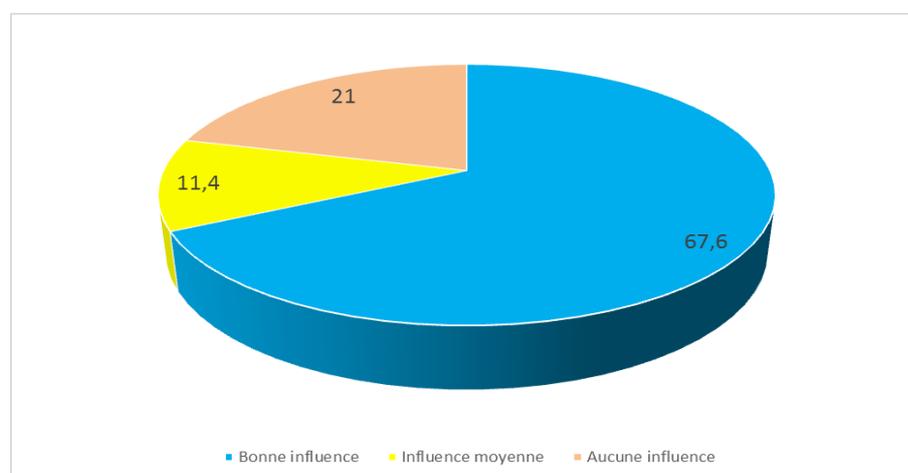
Selon le genre, la radio influence 73,9% des hommes et 72,8% des femmes en matière d'abandon de l'excision.

Selon le niveau d'étude, 71,6% des sans niveau, 74,8% de ceux ayant le niveau primaire, 59,9% de ceux ayant le niveau post-primaire, 59,4% de ceux ayant un niveau secondaire et 52,5% de ceux ayant un niveau supérieur en matière d'abandon de l'excision.

II.5.9. Paix sociale

Pour ce qui est de la paix sociale, il apparait que 79% des auditeurs se sentent positivement influencés par la radio contre 21%. Le graphique 40 illustre cette tendance.

Graphique 40: influence sur la paix sociale



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

L'analyse par région montre qu'il y'a une disparité de l'influence de la radio sur les auditeurs en matière de paix sociale d'une région à une autre. Les régions qui enregistrent une forte influence de l'écoute de la radio sur la paix sociale sont les Hauts-Bassins, l'Est et les Cascades avec respectivement 95,9%, 93,1% et 91,8%. La Région du nord enregistre le faible taux d'influence de la radio sur la paix sociale avec 50,6%.

Tableau 78: L'influence de l'écoute de la radio sur la paix sociale

	Bonne influence	Influence moyenne	Aucune influence	TOTAL
Boucle du Mouhoun	58,2	21,9	19,9	100
Cascades	77,7	14,1	8,2	100
Centre	59,7	3,5	36,8	100
Centre-Est	54,4	15,6	30,1	100
Centre-Nord	81,5	8,9	9,7	100
Centre-Ouest	82,3	8,5	9,2	100
Centre-Sud	58,8	20,8	20,4	100
Est	81,2	12	6,9	100
Hauts-Bassins	79,9	16	4,1	100
Nord	43,2	6,1	50,6	100
Plateau-Central	64,7	11,9	23,3	100
Sahel	79,3	5,7	15	100
Sud-Ouest	70,6	17	12,4	100

Source : *Données de l'enquête, Octobre 2017*

Sans paix sociale, il n'y a pas de stabilité politique et institutionnelle. L'image du pays est écornée. Les investisseurs et les touristes hésitent à prendre le risque de venir au Burkina. En somme, les efforts de développement sont compromis. Autrement dit, les promoteurs de radios, l'Etat et les communes en tête, les partenaires du Burkina doivent consentir tous les sacrifices requis pour que leurs actions de sensibilisation sur cette thématique très sensible influencent 100% des citoyens.

❖ **Selon le statut matrimonial, le milieu de résidence et l'âge**

Tableau 79: Répartition des auditeurs selon la paix sociale sur le statut matrimonial, le milieu de résidence, l'âge

	Statut matrimonial				Milieu de résidence		Age		
	Célibataire	Marié (e)	Divorcé / Séparé	Veuf / Veuve	Urbain	Rural	Jeunes	Adultes	Personnes âgées
Bonne influence	65,3	68,3	69,5	66,8	64	68,8	66,8	67,9	68,3
Moyenne influence	9,9	11,8	0	8,2	8,2	12,2	11,7	11,7	8,1
Aucune influence	24,8	19,9	30,5	25	27,8	19	21,5	20,4	23,6

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le statut matrimonial, la radio influence 75,2% des célibataires, 81,1% de mariés, 69,5% des divorcés et 75% des veufs en matière de paix sociale.

Selon le milieu de résidence, la radio influence plus les populations rurales (80,1%) que les populations urbaines (72,2%) en matière de paix sociale.

Selon l'âge, la radio influence 78,5% des jeunes, 79,6% des adultes et 76,4% des personnes âgées en matière de paix sociale.

Quel que soit le statut matrimonial, le lieu de résidence et l'âge, l'influence de la radio sur les populations enquêtées est manifeste en matière de préservation de la paix sociale comme l'attestent ces forts pourcentages relevés sur le tableau 79 ci-dessus. Des résultats qui appellent des encouragements à poursuivre les efforts par tous les promoteurs grâce au concours de leurs partenaires traditionnels.

❖ **Selon le genre et le niveau d'étude**

Tableau 80: Répartition des auditeurs selon la paix sociale sur le genre, le niveau d'étude

	Sexe			Niveau d'études			
	Homme	Femme	Aucun	Primaire	Post primaire	Secondaire	Supérieur
Bonne influence	68	67,2	67,9	70,8	67,6	64,4	59,8
Moyenne influence	12,2	10,4	11,6	12,1	7,5	11,4	10,2
Aucune influence	19,8	22,4	20,5	17,1	24,9	24,2	30

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Selon le genre, la radio influence 81,2% des hommes et 77,6% des femmes en matière de paix sociale.

Selon le niveau d'étude, 79,5% des sans niveau, 82,9% de ceux ayant le niveau primaire, 75,1% de ceux ayant le niveau post-primaire, 75,8% de ceux ayant un niveau secondaire et 70% de ceux ayant un niveau supérieur en matière de paix sociale.

II.6. Suggestions

Dans le souci de répondre aux attentes des auditeurs il a été demandé aux auditeurs de faire des suggestions qui permettront aux promoteurs des radios de cibler les meilleurs horaires selon le type d'émission et d'améliorer les contenus des programmes.

II.6.1. Suggestions pour l'amélioration des contenus des programmes

A la question : « faites deux (02) propositions pour améliorer le programme de la radio ? » sur les 8 types de réponses obtenues, deux propositions viennent en tête.

Les auditeurs suggèrent aux promoteurs de radio :

- d'identifier les besoins des auditeurs (28%),
- et de diversifier les programmes (22,2%).

Tableau 81: Amélioration des contenus des programmes par région

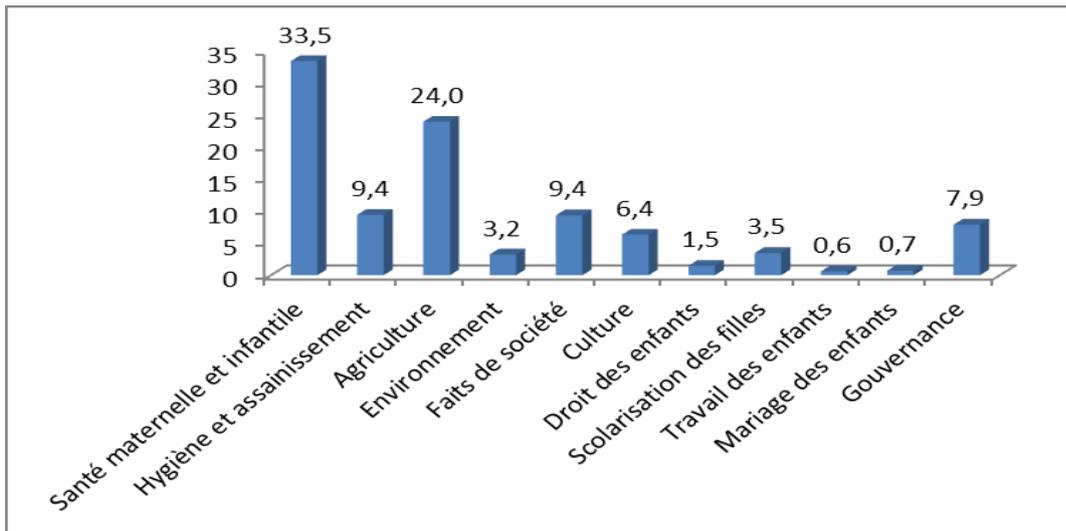
	Identifier les besoins des auditeurs	Diversifier des programmes	Réaliser les émissions sur les thématiques intéressantes	Initier les émissions interactives	Susciter la participation des femmes et des jeunes	Former les journalistes et animateurs de la radio	Recruter le personnel	Autre	Total
Boucle du Mouhoun	30,5	22,8	25,9	3,5	6,1	0,4	0	10,7	100
Cascades	29,4	25,2	16	3	10,9	3,7	0,9	10,9	100
Centre	14,6	17,8	15,3	2,1	4,7	6,3	1,9	37,4	100
Centre-Est	24,9	20,3	11,6	3,7	11,4	1,4	1	25,7	100
Centre-Nord	32,4	23,3	20,5	5,5	6,2	0,9	1	10,2	100
Centre-Ouest	32,4	21,4	14,2	10,4	8,3	1,1	1,4	10,8	100
Centre-Sud	26,7	24,7	16,8	5,8	4,9	6,1	2	13	100
Est	25	25	36,2	4,9	5,6	0,7	0,1	2,4	100
Hauts-Bassins	26,5	25,3	25,8	6,6	8,3	1,9	0,3	5,2	100
Nord	36	21,6	14,4	5,9	8,4	1,6	2,5	9,5	100
Plateau-Central	31,6	22,3	18,7	11,9	6,1	4,6	2,4	2,5	100
Sahel	31,7	15,4	15,1	4,6	10,7	3	3,5	15,9	100
Sud-Ouest	37,4	31,1	22,9	0,7	3,2	0,5	0,9	3,4	100
Total	28	22,2	19,8	5,2	7,1	2,5	1,3	13,9	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Aussi les suggestions les moins émises par les auditeurs sont celles en lien avec le renforcement des capacités du personnel des radios (formation et le recrutement).

A la question : « citez deux thématiques que vous souhaiteriez voire la radio aborder ? », les choix des auditeurs ont porté principalement sur onze (11) thématiques. Le graphique 41 montre les préférences des auditeurs.

Graphique 41: répartition des auditeurs selon les thématiques souhaitées



Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Les réponses reçues placent la santé maternelle et infantile en tête avec 33,5% suivie de l'agriculture avec 24%. Les thématiques les moins souhaitées sont celles en lien avec l'enfance. Cela pourrait s'expliquer par le fait que le développement de ces thématiques va souvent en contradiction avec les normes sociales des populations. Par exemple le travail de l'enfant reste une problématique qui suscite beaucoup de questions de clarification au sein de l'opinion.

A la question « qu'attendez-vous d'une radio ? », les attentes sont nombreuses. Cependant les principales attentes citées sont au nombre de quatre (04). Le tableau 83 nous donne la répartition de ces attentes selon les régions.

Tableau 82: Répartition des attentes des auditeurs aux radios

Attentes vis-à-vis des radios	Avoir des informations justes	Nous éduquer	Exprimer nos opinions	Se divertir	Autre à préciser
Boucle du Mouhoun	77	86,9	49,9	79,9	0,7
Cascades	91,9	83,3	73,8	73,6	18,7
Centre	80,1	53,2	31,1	38,3	5,2
Centre-Est	92,1	67,8	55,3	55	1,2
Centre-Nord	84,6	94,3	61,7	65,2	4,2
Centre-Ouest	95	93,3	73,1	95,4	1,6
Centre-Sud	76,5	80	36,5	54,3	2,1
Est	79,3	96,1	61,6	51,5	1,2
Hauts-Bassins	93,2	95,5	76,4	93,6	7,1
Nord	76,9	91,7	48,7	67	1,8
Plateau-Central	90,4	90,1	59,9	49,9	0,4
Sahel	83,2	66,6	56,2	57	2,5
Sud-Ouest	93,5	95,2	69,4	76,2	2,5
Total	84,3	83,1	55,4	64,3	3,1

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

La classification des réponses à cette question fait ressortir les résultats suivants :

- Avoir des informations justes (84,3%) ;
- Nous éduquer (83,1%) ;
- Se divertir (64,3%) ;
- Exprimer nos opinions (55,4%).

Les thématiques de l'information, de l'éducation et du divertissement reviennent de façon régulière tout au long de l'étude comme étant des préoccupations majeures des auditeurs. Il se trouve que les promoteurs accordent un grand intérêt à ces thématiques. En ce qui concerne l'expression d'opinion, elle traduit une soif de liberté d'expression à laquelle les promoteurs doivent répondre.

III. Appréciation de l'adéquation entre l'offre et la demande

Dans le cadre de cette étude l'adéquation suppose que les programmes et les émissions des radios correspondent aux besoins des populations qui les écoutent.

Cette adéquation se fera à travers l'accès des populations à l'information et la perception ou l'opinion que les auditeurs se font des programmes de radio.

III.1. Accès à l'information

L'accès à l'information des populations sera apprécié à travers la couverture radiophonique, les moyens d'écoute et les langues de diffusion dans les stations radios.

III.1.1. couverture radiophonique du territoire

De façon globale le territoire burkinabè est couvert sur le plan radiophonique. Chaque province possède au moins une radio avec des rayons de couverture atteignant parfois 100km. Aussi, il est à noter des investissements importants réalisés ces dernières années par la Radio Nationale pour garantir la couverture intégrale du pays notamment en FM.

Cependant 3,9% de la population prétextent ne pas écouter la radio pour non réception des ondes. Certes des zones non couvertes se trouvent à l'intérieur du pays mais les zones frontalières sont celles où la couverture est faible. Les zones frontalières ont une faible réception des fréquences de radio nationale et subissent donc les interférences des radios des pays voisins. Ce phénomène est criard dans les Régions des Hauts Bassins avec des radios maliennes, du Centre Est avec des radios togolaises, des Cascades avec des radios ivoiriennes, du Centre Sud avec des radios ghanéennes, du Sahel avec des radios nigériennes. Les autorités burkinabè et les partenaires au développement gagneraient à renforcer les équipements notamment les émetteurs des radios situées dans ces zones afin que les actions de communication puissent impacter les populations et consolider le sentiment d'appartenance de ces populations frontalières à leur nation.

III.1.2. Les langues de diffusion

La langue dans laquelle les informations d'une radio sont diffusées est un élément important pour être bien comprise par les populations. Il ressort du classement des radios par province que celles qui produisent et diffusent en langue locale, quel que soit leur statut, ont le plus d'audience dans les différentes localités.

Cependant, l'étude révèle que 3,2% de la population n'écoutent pas la radio car ils ne comprennent pas les langues de diffusion. La non utilisation des langues locales dans la diffusion des programmes est un handicap pour les stations de radios dans leurs actions de communication. De surcroît, pour une population analphabète (67,3%), négliger les langues locales dans la production et la diffusion ne sera pas bénéfique aux actions de communication pour le changement de comportement de cette partie de la population.

La comparaison des principales langues parlées dans les localités d'implantation des radios et des langues de diffusion de leur programme ont révélé que certaines langues locales sont très peu utilisées par les radios. En témoigne la faible proportion des radios (6,5%) qui utilisent le Dioula comme principale langue de diffusion alors qu'elle est citée comme principale langue des populations par près de 19,5% des radios. Aussi, les langues bôbô et bwamu ne sont pas utilisées comme principales langues de diffusion respectivement dans les provinces du Houet et du Mouhoun. Elles sont substituées à la langue dioula.

Par ailleurs il y'a la langue française qui est très utilisée par les radios comme langue de diffusion (41,6%) alors qu'elle n'est citée comme langue principale des populations que dans 18 localités soit 11,7%. Cette position de la langue française pourrait s'expliquer parce qu'elle est la langue officielle et par conséquent, la langue de scolarisation du Burkina. Elle s'impose de fait comme principal vecteur de communication des médias qui sont très influencés par le poids de cette langue dans les usages courants de l'administration.

III.1.3. Moyen d'écoute

La radio reste le canal d'information préféré des populations avec un taux de 58,4%. Cette population qui s'informe majoritairement (83,7%) à travers le poste radio de façon individuelle ou en groupe. Le téléphone portable qui est aussi un moyen d'écoute est de plus en plus utilisé par les auditeurs soit 10% de la population qui l'utilisent. Cela montre que les populations disposent de différents moyens d'écoute et l'indisponibilité de canal ou outil n'est pas cité comme une raison majeure de non écoute des programmes.

III.2. Perception des auditeurs

La perception des auditeurs renvoie à l'opinion que ces derniers se font des programmes ou des émissions des radios qu'ils écoutent. L'analyse de la demande radiophonique a révélé que 94,9% des populations qui écoutent la radio déclarent être satisfaits des programmes mis à leur disposition. Cela met en évidence l'intérêt porté par les populations aux contenus des programmes des radios. Les stations radios produisent plus les émissions en lien avec la santé, l'hygiène et l'assainissement, l'éducation et l'agriculture. Ces thématiques sont aussi les préférées des auditeurs.

Par contre les radios mettent moins l'accent sur les thématiques en lien avec l'excision et le mariage des enfants. Ce qui se ressent sur le faible intérêt que portent les populations sur ces thématiques. Cela s'explique par le fait que la population est en majorité rurale.

Cela montre que les thématiques abordées par les stations radios dans les programmes suscitent de l'intérêt auprès des populations. On peut donc affirmer sans se tromper que les messages diffusés par les radios influencent les populations dans leur comportement.

Il serait judicieux pour le gouvernement et les partenaires au développement d'accentuer les actions de communication à travers la radio pour plus d'impact dans le changement de comportement et l'adoption de bonnes pratiques vu la relation positive entre les thématiques abordées par les radios, l'intérêt des populations.

RECOMMANDATIONS

Considérant la forte demande de formation du personnel des stations radios ;

Considérant l'existence de radios non fonctionnelles sur le répertoire du CSC ;

Considérant l'existence de station de radiodiffusion exerçant sans accréditation sur le territoire national ;

Considérant la faible couverture radiophonique des zones frontalières où les populations écoutent des émissions de radios étrangères ;

Considérant l'influence positive de l'écoute de la radio sur les auditeurs pour la quasi-totalité des différentes thématiques de sensibilisation ;

Considérant la faible organisation des stations de radiodiffusion ;

Considérant la nécessité de connaître l'audience de chaque radio ;

Considérant la faible adéquation entre les langues de diffusion des radios et les langues du terroir où elles sont implantées.

L'étude recommande :

- ❖ Au gouvernement particulièrement au Ministère de la Communication et des Relations avec le Parlement :
 - d'accompagner davantage les stations de radiodiffusion par la formation de leur personnel ;
 - de mettre en place une technologie permettant la couverture intégrale du territoire par les radios afin que les populations des zones frontalières ne se sentent pas marginalisées voire oubliées ;
 - d'élaborer et mettre à la disposition des radios un guide méthodologique de mesure des audiences théoriques d'une radio ;
- ❖ Au Conseil Supérieur de la Communication (CSC) :
 - d'apurer son répertoire pour faciliter son exploitation ;
 - d'entreprendre des investigations pour comprendre et clarifier la situation des radios ne disposant pas d'accréditation ;
- ❖ Aux promoteurs des radios :
 - de veiller à l'opérationnalisation de leur organigramme pour une meilleure efficacité dans leur fonctionnement ;
 - de prendre davantage en compte les langues locales et la culture du milieu dans leur production ;
- ❖ à l'UNICEF et aux autres partenaires au développement de renforcer le partenariat avec les radios dans la production d'émissions de sensibilisation des populations.

CONCLUSION

L'étude du paysage radiophonique burkinabè avait pour but de réaliser la cartographie des radios, d'analyser l'adéquation entre l'offre et la demande radiophonique.

Au terme des investigations, on relève qu'en matière d'offre, le paysage radiophonique burkinabè connaît une expansion et se diversifie. Sa répartition sur le territoire national est satisfaisante dans la mesure où on enregistre au moins cinq (05) radios par région avec une forte concentration dans la Région du centre. En termes de ressources humaines, on note que le personnel est jeune avec une sous représentativité des femmes et un taux d'encadrement satisfaisant (4,8).

Cependant, la capacité de production de contenu à même de séduire et convaincre les auditeurs reste problématique. En effet, le besoin de formation élevé surtout dans les thématiques liées aux droits des enfants, les difficultés d'ordre matériel et financier sont des obstacles à la satisfaction de la demande des populations. Aussi, la non implication de certains groupes cibles tels que les enfants dans l'animation et la définition des programmes sont des limites pour les radios dans l'accomplissement de leurs missions.

S'agissant de la demande, les données de l'étude, montrent que près de 63% des populations écoutent la radio avec un taux de satisfaction de 94,9%. Ce qui laisse penser que la radio reste et demeure un véritable outil de communication de masse peu importe sa typologie ou sa catégorie.

L'impact de la radio sur le changement de comportement des populations est réel. La présente étude montre que la majorité des thématiques abordées par les radios intéressent et influencent positivement les auditeurs à plus de 50%. Elle démontre que les investissements réalisés par les promoteurs de radios, l'Etat et les partenaires au développement dont l'UNICEF ne sont pas vains en matière de sensibilisation des populations.

Pour remédier aux faiblesses et contraintes auxquelles les stations de radiodiffusion, les promoteurs et les auditeurs font face aux fins d'accroître leur influence sur les populations, des recommandations sont adressées aux quatre catégories d'acteurs que sont :

- l'Etat à travers les ministères de tutelles techniques et financières ;
- les instances de régulation que sont le CSC et l'ARCEP ;
- l'UNICEF et les autres partenaires au développement ;
- les promoteurs de radiodiffusions sonores du Burkina Faso.

REFERENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ARDILLY Pascal ; *les techniques de sondages*, éditions TECHNIP, paris, 2006, 675p.

HOWELL C. David ; *Méthodes statistiques en sciences humaines*, De Boeck Université, 1998, 821p.

GRAIS Bernard, *Méthodes statistiques*, Dunod, 1974, 381p.

TENENHAUS Michel ; *Statistique Méthodes pour décrire, expliquer et prévoir*, Dunod Paris, 2007, 679p.

BURKINA FASO. *Plan National de Développement Economique et social (PNDES)*, 2016-2020.

MINISTERE DE L'INFORMATION DU BURKINA FASO. *Médias francophones et mondialisation, quelles stratégies pour la sauvegarde de la diversité culturelle ? : Actes des deuxièmes universités africaines de la communication*, Ouagadougou, 2005, 218p.

OBSERVATOIRE BURKINABE DES MEDIAS (OBM) : Guide de Gestion d'une radio associative ou communautaire. Ouagadougou, 2014, 134p.

CONSEIL SUPERIEUR DE LA COMMUNICATION (CSC). *Etude d'audience des medias dans les provinces du Houet et du Kadiogo*. Ouagadougou, 2013, 114p.

FONDS DES NATIONS UNIES POUR L'EDUCATION ET L'ENFANCE (UNICEF). *Etude holistique sur la programmation, la couverture et les capacités des radios communautaires dans les communes de convergence du programme de coopération 2014-2018 du Benin*. Cotonou, 2015,162p.

FONDS DES NATIONS UNIES POUR L'EDUCATION ET L'ENFANCE (UNICEF). *Etude sur les canaux de communication dans sept (07) Régions du Burkina Faso*. Ouagadougou, 2011, 125p.

FONDS DES NATIONS UNIES POUR L'EDUCATION ET L'ENFANCE (UNICEF). *Etude sur les connaissances, attitudes et pratiques concernant les six pratiques familiales essentielles au Burkina Faso*. Ouagadougou, 2012, 217p.

ANNEXES

Répertoire des radios

REGION : BOUCLE DU MOUHOUN

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	RADIO SALAKI 100.1 MHz	MOUHOUN/ Dédougou	Association Salaki	Radio Associative	BP 210 Dédougou ; Tél : 20 52 10 22// 20 52 11 60 Email : radiosalaki@yahoo.fr ou cemeca@fasonet.bf ; Site : www.cemeca-emeca.org	Rayon de couverture : 100 KM Moyens logistiques : 03 Ressources humaines : 22	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2007
02	Fréquence Espoir Du CEDICOM 96.80 MHz	MOUHOUN/ Dédougou	Diocèse de Dédougou	Radio Confessionnelle	BP 35 Dédougou ; Tel : 20 52 03 22 ; Email : cedicomradiofrequenceespoire@gmail.com Site : www.cedicomdedougouwordpress.com	Rayon de couverture : 70 KM Moyens logistiques : 04 Ressources humaines : 05	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1999 Début de fonctionnement : 1999

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
03	Radio Islamique Ahmadiyya 107.2 MHz	MOUHOUN/ Dédougou	Communauté Islamique Ahmadiyya	Radio Confessionnelle	Tel : 20 52 20 58 Email : zida.seydou.@yahoo.fr	Rayon de couverture : 100KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 04	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2008
04	Radio FM Dédougou 102.7MHz	MOUHOUN/ Dédougou	Société de radio FM Dédougou	Radio Commerciale	Fermée		Non fonctionnelle
05	RTB2 du Boucle du Mouhoun 93.6MHz	MOUHOUN/ Dédougou	DGRTB	Radio Etatique	Fermée		Non fonctionnelle
06	WUELO HO 90.80 MHz	MOUHOUN/ Bondoukuy	Union départementale des producteurs du coton	Radio Associative	BP 226 Dédougou ; Tel : 20 53 86 13 ou 68 29 31 79	Rayon de couverture : 60KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 07	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2011
07	Radio lotamu 101.9 MHz	BANWA / Solenzo	Société des radiodiffusions sonores commerciales	Radio Commerciale	Tél : 20.53.74.12 Email : radiolotamu@yahoo.fr	Rayon de couverture : 55KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 07	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2002

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
08	Radio Cotonniers 95.1 MHz	BANWA / Solenzo	Union Nationale des Producteurs de Coton du Burkina (UNPC)	Radio Associative	BP 163 Solenzo ; Tél : 20.53.74.06 ou 65.52.50.25 Email : binkadi@fasonet.bf	Rayon de couverture : 45 KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 08	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2004
09	Radio Lamogoya 101.1MHz	BANWA / Tansila	Mairie de Tansila	Radio Communale	Fermée		Non fonctionnelle
10	Radio Poura 98.00 MHz	BALES / Poura	Mairie de Poura	Radio Communale	Tél. : 20.53.02.44 ou 76.51.71.29, Email : radiopoura@yahoo.fr , nabiepatrice@yahoo.fr	Rayon de couverture : 100 KM Moyen logistique : 05 Ressources humaines : 06	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 1986
11	LA VOIX DES BALES 103.6 MHz	BALES / Boromo	Société LASSSELI	Radio commerciale	BP 598 Boromo Tel: 20 53 88 28 / 70 23 21 68 Email : radioboromo@gmail.com	Rayon de couverture : 70 KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 09	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2010
12	Radio Woassa La Voix Du	NAYALA / Yaba	Association konwôma pour le	Radio Communautaire	Tel : 72.84.44.20 Email :	Rayon de couverture : 85 KM Moyen logistique : 00	Fonctionnelle

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	Sourou Nayala 90.00 MHz		développement		coulbalyoussamoise58@gmail.com	Ressources humaines : 11	Début de fonctionnement : 2016
13	La Voix du Sourou 105.0 MHz	SOUROU / Tougan	Mairie de Tougan	Radio Associative	Tel : 20 .53 .41 .78 Email : kondadjekone@yahoo.fr	Rayon de couverture : 80 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 11	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2012
14	RADIO GASSAN 105.5 MHz	SOUROU / Gassan	Mairie de Gassan	Radio communale	Tél. : 70.20.34.41 Email : radiogassan@yahoo.fr	Rayon de couverture : 70 KM Moyen logistique : 00 Ressources humaines : 03	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 1986
15	RADIO KOSEN KIBARU 91.9 MHz	KOSSI / Nouna	Mairie de Nouna	Radio Communale	Tél. : 70 47 26 80/78 04 76 21 Email : Sahomamani665@gmail.com	Rayon de couverture : 100 KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 06	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2006
16	Radio Alliance	KOSSI /	Eglise de l'alliance	Radio	Tél : 20.53.90.44/45	Rayon de couverture : 60	Fonctionnelle

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	Chrétienne 106.7 MHz	Nouna	Chretienne	Confessionnelle	Email : ren@gmail.com	KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 10	Début de fonctionnement : 2008
17	Radio Kantigiya 88.8 MHz	KOSSI / Nouna	Diocèse de Nouna	Radio Confessionnelle	Tél : 20.53.90.44/45 Email : kantigiyaradio@gmail.com	Rayon de couverture : 90 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 15	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2008
18	RADIO EVANGELIQUE 97.9 MHz	SOUROU / Tougan	Eglise de l'Alliance Chrétienne District de Tougan	Radio Confessionnelle	Tel : 20.53.43.82 Email : adamky64@yahoo.fr	Rayon de couverture : 60 KM Moyen logistique : 01 Ressources humaines : 09	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2007

REGION : CASCADES

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	RADIO DE L'ALLIAN CE CHRETIEN NE DE BANFORA 105.1 MHz	COMOE / Banfora	Eglise de l'Alliance Chrétienne	Radio Confessionne lle	03 BP 7100 Ouagadougou 03 Tél: 50.36 .24 .53 ou 70 42 14 55 ;	Rayon de couverture : 50 KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 10	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2008
02	Radio Catholique Tériya 94.7 MHz	COMOE / Banfora	Diocèse de Banfora	Radio Confessionne lle	BP 78 Banfora ; Tel: 20 .91. 03 .97 70.14.34.83 Email :	Rayon de couverture : 80 KM Moyens logistiques : 3 Ressources humaines	Fonctionnelle Début de fonctionnement :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
					radioteriya@yahoo.fr	: 21	2007
03	RADIO MUNYU 95.2 MHz	COMOE / Banfora	Association Munyu	Radio Associative	BP 298 Banfora; Tél: 20. 91 .02 50 /20 .91 .08. 08 72.25.74.81 Email : assmunyu@yahoo.fr	Rayon de couverture : 90 KM Moyens logistiques : 1 Ressources humaines : 20	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2007
04	RADIO CASCADE S 98.1 MHz	COMOE / Banfora	Société des Radio Cascades de Banfora	Radio Commerciale	Tél. : 20.88.04.04 Email : jeanpaulyekpaye@yahoo.fr	Rayon de couverture : 50 KM Moyens logistiques : 1 Ressources humaines : 11	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 1993
05	RADIO RURALE 88.4MHz	COMOE / Banfora	Radiodiffusion Télévision du Burkina	Radio Etatique			Non fonctionnelle

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
06	RADIO SIREBAÏ 93.3MHz	COMOE / Niangoloko	Association Sirebaï	Radio Associative			Non fonctionnelle

REGION : CENTRE

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Pulsar 94.8 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Pulsar Communication SARL	Radio Commercial e	Tel : 76625767 Email : info@monpulsar.com 01 BP 5976 Ouagadougou	Rayon de couverture :50KM Moyen logistiques : 01 Taille des ressources humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1996 Année de début de fonctionnement : 1996

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
02	Radio IQRA 96.1 MHz	Ouagadougou/Kadiogo	Association IQRA Burkina Faso	Radio confessionnelle	Tel : 78821263 Email : iqradio@yahoo.fr BP 50 Ouagadougou	Rayon de couverture : 70KM Moyen logistiques : 00 Taille des ressources humaines : 04	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009 Année de début de fonctionnement : 2012
03	Savane FM 103.4 MHz	Ouagadougou/Kadiogo	Savane communication	Radio commerciale	Tel : 25433743 Email : abissicharlemagne@yahoo.fr 10 BP 50 Ouagadougou	Rayon de couverture : 70KM Moyen logistiques : 01 Taille des ressources humaines : 32	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1999 Année de début de fonctionnement
04	RTB Radio Rurale 90.3 MHz	Ouagadougou/Kadiogo	DGRTB	Radio Etatique	Tel : 25330264 Email :	Rayon de couverture : 100KM Moyen logistiques : 00 Taille des ressources humaines : 51	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2017 Année de début de fonctionnement :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							2017
05	Radio Lumière Vie et Développement 98.1 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Eglises des AD	Radio confessionnelle	Tel : Email : tvckradiolvd@yahoo.fr 01 BP 1914 Ouaga 01	Rayon de couverture :100KM Moyen logistiques : 05 Taille des ressources humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1995 Année de début de fonctionnement : 1995
06	Radio Al Houda 98.5 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Fondation Ben Massoud	Radio confessionnelle	Tel : Email :	Rayon de couverture :48KM Moyen logistiques : 01 Taille des ressources humaines : 41	Fonctionnelle Année de début de fonctionnement : 2004
07	Radio Ridwane 100.3 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Fondation islamique internationale	Radio Confessionnelle	Tel : 25502503 Email : ridwanefm@yahoo.fr	Rayon de couverture :70KM	Fonctionnelle Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
			de charité		01 BP 413 Ouagadougou 01	Moyen logistiques : 02 Taille des ressources humaines : 32	2010 -Année de début de fonctionnement: 2013
08	Radio Salankoloto 97.3 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Association GALIAN	Radio Associative	Tel : 25316493 Email : radiosalankoloto@fasonet 01 BP 1095 Ouaga 01	Rayon de couverture :30KM Moyen logistiques : 02 Taille des ressources humaines : 28	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1993 Année de début de fonctionnement : 1993
09	Radio Optima 106.8 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Société Optima SARL	Radio commercial e	Tel : 70259194 Email : radioptima@gmail.com	Rayon de couverture :70KM Moyen logistiques : 00	Fonctionnelle Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
					01 BP 8000 Ouagadougou 01	Taille des ressources humaines : 17	2009 Année de début de fonctionnement : 2009
10	Radio Légende 94.4 MHz	Centre (Ouagadougou/Kadiogo)	Société de radio Nostalgie	Radio Commerciale	Tel : 25301777 Email :	Rayon de couverture :50KM Moyen logistique : 01 Taille des ressources humaines : 19	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2003 Année de début de fonctionnement : 2004
11	Radio Oméga 103.9 MHz	Ouagadougou/Kadiogo	Société Proxima	Radio Commerciale	Tel : 25375967 Email : radioomega.ouagadougou	Rayon de couverture :100KM Moyen logistiques	Fonctionnelle Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
					@gmail	disponibles : 03 Taille des ressources humaines : 52	2011 Année de début de fonctionnement : 2012
12	Radio Evangile Development 93.4 MHz	Ouagadougou/ Kadiogo	Association Jeunesse Pour Christ Burkina	Radio Confessionnelle	Tel : 25435156 Email : info@red- burkina.org	Rayon de couverture :100KM Moyen logistiques disponibles : 04 Taille des ressources humaines : 22	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1992 Année de début de fonctionnement : 1993
13	Radio Bassimya m 101.5 MHz	Tanghin Dassouri /Kadiogo	Mairie de Tanghin Dassouri	Radio Communale	Tel : Email :	Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques : 0	Fonctionnelle Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						-Taille des ressources humaines : 02	néant Année de début de fonctionnement : néant
14	Radio Gambidi 97.7 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Espace Culturel Gambidi	Radio Associative	Tel : 25365808 Email : quingane@hotmail.com 01 BP 5743	Rayon de couverture :35KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 29	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2001 -Année de début de fonctionnement : 2001

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
15	Radio El-Bethel 95.7 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Mission biblique internationale d'intercession et d'évangélisation	Radio Confessionnelle	Tel : 70183060 Email : elbethel@yahoo.fr	Rayon de couverture :70KM -Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 13	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009 -Année de début de fonctionnement : 2009
16	Radio Al Fadjr 101.6 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Communauté Musulmane du Burkina Faso	Radio Confessionnelle	Tel : 69072020 Email :	Rayon de couverture :90KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 20	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2008 -Année de début de fonctionnement : 2015

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
17	Radio Campus 91.2 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Université Ouaga I	Radio Institutionnel le	Tel : 25402188 Email : ebazyomo@gmail.com 03 BP 7021 Ouagadougou 03	Rayon de couverture :35KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 13	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2006 -Année de début de fonctionnement : 2006
18	RTB/Radio 99.9 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	DGRTB	Radio Etatique	Tel : 25310441 Email : 03 BP 7029 Ouagadougou 03	Rayon de couverture : néant -Moyen logistiques disponibles : 12 -Taille des ressources humaines : 138	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1959 -Année de début de fonctionnement : 1959

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
19	Radio Fémina FM 102.8 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Entreprise Poug-neéré	Radio Commerciale	Tel : 25452566 Email : 01 BP 266 Ouaga 01	Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 20	-Fonctionnelle Année d'accréditation : néant Année de début de fonctionnement : 2008
20	Radio Municipale de Ouaga 98.9 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Mairie de Ouaga	Radio Communale	Tel : 25339505 Email : communedeuouaga@futlook.com BP 85 Ouagadougou 01	Rayon de couverture : 50KM -Moyen logistiques disponibles : 03 -Taille des ressources humaines : 23	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 -Année de début de fonctionnement : 2007

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
21	Radio Jeunesse 95.3 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Association des retraités de la communication et de l'information	Radio Etatique	Tel : 25304330 Email : adiojeunesseouaga@fason.et.bf 01 BP 97 Ouagadougou 01	-Rayon de couverture :50KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 16	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2004 -Année de début de fonctionnement : 2004
22	Radio Avé Maria 91.6 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Association Ave Maria	Radio Confessionnelle	Tel : 25330933 Email : radio.avemaria@yahoo.fr 01 BP 90 Ouagadougou 01	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 30	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1993 -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : 1993
23	Radio des écoles 106.4 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	Groupe scolaire Academie de Ouaga	Radio Associative	Tel : 25503963 Email : aeugene@fasonet.bf 05 BP 6177 Ouagadougou 05	Rayon de couverture :50KM Moyen logistiques disponibles : 00 Taille des ressources humaines : 06	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 Année de début de fonctionnement : 2007
24	Watamu FM 100.8 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	Société tam-tam production	Radio Commercial e	Tel : 25362353 Email : yirmale_some@yahoo.fr	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 31	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2013 -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : 2016
25	Hit Radio 87.7 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Média holding Burkina SARL	Radio Commercia le	Tel : Email : konezeke@yahoo.fr	-Rayon de couverture :60KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 01	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2015 -Année de début de fonctionnement : 2015
26	radio Horizon FM fréquence magique 104.4 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Société de radio Horizon FM SARL	Radio Commercia le	Tel : 25472109 Email : grouphorizonfm@yahoo.com 01BP 2714 Ouagadougou	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 19	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1990 -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : 1987
27	La Voix du Parlement 89.7 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	L'Assemblée Nationale	Radio Institutionnel le	Tel : 25307678 Email : info@assembleenationale.bf	-Rayon de couverture :70KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 15	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2010 Année de début de fonctionnement : 2012
28	Radio Liberte 92.8 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	Mouvement Burkinabé pour le Droit de l'Homme et du Peuple	Radio Associative	Tel : 25355959 Email : radioliberte@yahoo.fr	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 02	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
			(MBDHP)			-Taille des ressources humaines : 20	-Année de début de fonctionnement : 2011
29	Radio Jam 92.4 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	Société Master communication	Radio confessionnelle	Tel : 25471164 Email : mcclavaire2002@gmail.com	Rayon de couverture :75KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 09	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 -Année de début de fonctionnement : 2007

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
30	Radio Ouaga FM 105.2 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	Société de radio FM	Radio Commercial e	Tel : 25375352 Email : radio.ouagafm@yahoo.fr	-Rayon de couverture :75KM -Moyen logistiques disponibles : 03 -Taille des ressources humaines : 38	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1999 -Année de début de fonctionnement : 1999
31	Soleil FM 104.8 MHz	Ouagadougou ou /Kadiogo	Société AFRICOM SARL	Radio Commercial e	Tel : Email : africom2005@yahoo.fr 01 BP 93 Ouagadougou 01	-Rayon de couverture : néant -Moyen logistiques disponibles : néant -Taille des ressources humaines : néant	Fonctionnelle Année d'accréditation : Néant -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : Néant
32	Radio Diva 88.100 MHz	Ouagadougou /Kadiogo	Société Média 2000	Radio Commercial e	Tel : Email : 02 BP 6497 Ouagadougou 01		Fermer Année d'accréditation : Néant -Année de début de fonctionnement : Néant
33	Faso FM 106.00 MHz	Koubri /Kadiogo	Fondation Fadima	Radio Associative	Tel : Email : 01 BP 4091 Ouagadougou		Fermer Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
					01		Néant -Année de début de fonctionnement : Néant

REGION : CENTRE EST

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
-----------	------------------------------------	----------------------------	------------------	-----------------------	-----------------------------	------------------	------------------

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Horizon FM Boulgou 101.3 MHz	Garango/Boulgou	Société radio Horizon FM SARL	Radio Commercia le	Tel : 24711330 Email :	-Rayon de couverture : 35KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 06	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1999 -Année de début de fonctionnement : 2000
02	Radio Pag- La-Yiri 94.3 MHz	Zabre/Boulgou	Association Pag-La-Yiri	Radio Associative	Tel : Email : radiopaglayiri@yahoo.org 09 BP 335 Ouagadougou 09	-Rayon de couverture : 100KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 08	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2005 -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : 2009
03	Radio LPC Tenkodogo o 104.7 MHz	Tenkodogo /Boulgou	Société radio Liberté de Parlé et de Communication	Radio Commercial e	Tel : 24710708 Email : tenkodogoradiolpc@yahoo. com	-Rayon de couverture : 80KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 09	Fonctionnelle -Année d'accréditation : Néant -Année de début de fonctionnement : 2014
04	Radio Sougr- Nooma	Ouargaye/ Kouplélégo	Mairie de Ouargaye	Radio Communale	Tel : Email :	-Rayon de couverture : 20KM -Moyen logistiques	Fonctionnelle -Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	98.8 MHz					disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 06	2007 -Année de début de fonctionnement : 2007
05	Radio Integration (Zekoula FM) 88.00 MHz	Bittou/Boul gou	Association Béogo Nhéré	Radio Associative	Tel : Email : radiozékoula@gmail.com	-Rayon de couverture : 80KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 13	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2014 -Année de début de fonctionnement : 2014

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
06	Radio Bagrepole FM 96.3 MHz	Bagré/Boulgou	Société d'Economie Mixte Bagrépôle	Radio Institutionnel	Tel : 25324028 Email : bagrepolefm@yahoo.com	-Rayon de couverture: 100KM -Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 10	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2013 -Année de début de fonctionnement : 2014
07	Horizon FM Tenkodogo 96.6 MHz	Tenkodogo /Boulgou	Société de radio Horizon FM SARL	Radio Commercial	Tel : 24710803 Email : radiofrontiere@yahoo.com	-Rayon de couverture : 20KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 12	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1997 -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : 1998
08	Radio Dauphin 90.6 MHz	Koupela /Kouritenga	Association Réveilles toi	Radio Associative	Tel : 24700202 Email :	-Rayon de couverture : 83KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 08	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2014 -Année de début de fonctionnement : 2014
09	Radio Maria	Koupela/Kouritenga	Diocèse de Koupéla	Radio Confessionn	Tel : 24700010 Email :	-Rayon de couverture : 75KM	Fonctionnelle -Année

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	96.9 MHz			elle	info.bur@radiomaria.org	-Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 08	d'accréditation : 1997 -Année de début de fonctionnement : 2008
10	Radio Pognere 100.2 MHz	Pouytenga /Kouritenga	Association Béo-Néré	Radio Associative	Tel : 24706075 Email : pagnereradio@yahoo.fr 01 BP 5376 Ouagadougou 01	-Rayon de couverture :150KM -Moyen logistiques disponibles : 03 -Taille des ressources humaines : 16	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2009 -Année de début de fonctionnement : 2009

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
11	Radio Nabonswende 103.7 MHz	Pouytenga /Kouritenga	Société de radio Nabonswendé SARL	Radio commerciale	Tel : 24704343 Email : fadoradio@yahoo.fr BP 96	-Rayon de couverture :110 KM -Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 10	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1999 -Année de début de fonctionnement : 2000
12	Radio Municipale de Bittou 104.7MHz	Bittou/Boulgou	Mairie de Bittou	Radio communale	Tel : Email :		Fermer

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
13	Radio Kourita 93.7MHz	Koupela /Kouritenga	Société de radio Kourita SARL	Radio Commercial e			Fermer

REGION : Centre Nord

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Manegmoogo 106.5 MHz	Centre-Nord (Kaya/Sanmatenga)	Association Manegmoogo	Radio Associative	BP 265 Kaya; Tél : 24452646 ; Email : radiomanegmoogo@gmail.com	Rayon de couverture : 90KM Moyen Logistiques : 01 Ressources humaines : 12	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009 Début de fonctionnement : 2011
02	Radio Nerwaya 99.7 MHz	Centre-Nord (Kongoussi/Bam)	Association des volontaires pour le Développement du Centre Nord (AVD/CN)	Radio Associative	BP 219 Kaya ; Tél : 24459610 ; Email : ouedsoul27@yahoo.fr	Rayon de couverture : 70KM Moyens logistiques	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2008 Début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						: 02 Ressources humaines : 07	fonctionnement : 2008
03	Radio Notre Dame de Kaya 102.9 MHz	Centre-Nord (Kaya/Sanmatenga)	Diocèse de Kaya	Radio Confessionnelle	Tél : 20900648 Email : rtbgaoua@yahoo.fr	Rayon de couverture : 120KM Moyens logistiques : 04 Ressources humaines : 15	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 Début de fonctionnement : 2007

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
04	Radio Basnére 98.5 MHz	Centre-Nord (Tougouri /Namentenga)	Association Basnére	Radio Associative	Tél : 98582131	Rayon de couverture : 70KM Moyens logistiques : 00 Ressources humaines : 04	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2010

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
05	Radio Nayinere 92.0 MHz	Centre-Nord (Boulsa /Namentenga)	Association pour la promotion et l'intégration de la jeunesse du Centre Nord (AIPJN/CN)	Radio Associative	Tél : 24709668 Email : isacbamogo@gmail.com	Rayon de couverture : 50KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 05	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2001 Début de fonctionnement : 2001
06	Radio Or FM 96.1 MHz	Centre-Nord (Kaya / Sanmatenga)	Société de radio Or FM	Radio Commerciale	BP 180 ; Tél : 24453775 Email : orfm@yahoo.fr	Rayon de couverture : 70KM Moyens logistiques : 01	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1994 Début de fonctionnement

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 05	t : 1994
07	Radio Voix des Lac 93.2 MHz	Centre-Nord (Kongoussi/ Bam)	Mairie de Kongoussi	Radio Communale	Tél : 24459736 Email : voixdeslacs@gmail.com	Rayon de couverture : 50KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 06	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1986 Début de fonctionnement : 1986

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
08	Radio Kaya FM 92.9 MHz	Centre-Nord (Kaya/Sanmatenga)	Société Communicator service SARL	Radio Commerciale	BP 59 ; Tél : 24451633 Email : ouemadi2000@gmail.com	Rayon de couverture : 35KM Moyens logistiques : 00 Ressources humaines : 12	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 Début de fonctionnement : 2007
09	Radio Manegda 99.4 MHz	Centre-Nord (Kaya/Sanmatenga)	Association Action Communautaire de Développement du Centre Nord (ACD/CN)	Radio Associative	BP 59 ; Tél : 24453774 Email : acdradiotele@yahoo.fr	Rayon de couverture : 70KM Moyens logistiques : 06	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1999 Début de fonctionnement

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 16	t : 1999
10	Radio Bam 96.4MHz	Centre-Nord (Kongoussi/Bam)	Azur Conseil SA	Radio Commerciale	Fermée		Non Fonctionnelle

REGION : Centre Ouest

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
-----------	------------------------------------	----------------------------	------------------	-----------------------	-----------------------------	------------------	------------------

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
0 1	Radio Peng wende de Sabou 97.4MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Association Peng-wende de Sabou	Radio Associative	Tél : 25554525	Rayon de couverture :60KM Moyen Logistique s : 00 Ressource s humaines : 08	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2005 Début de fonctionnemen t : 2005
0 2	Radio Notre Dame de la Réconciliation 105.8MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Diocèse de Koudougou	Radio Confessionnell e	BP 34 ; Email : ndreconciliation@gmail.com	Rayon de couverture : 80KM Moyens logistiques : 03	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1995 Début de fonctionnemen

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 11	t : 1995
0 3	RADIO Viim Koega 99.9MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Eglise des Assemblées de Dieu de Koudougou	Radio Confessionnell e	Tel : 25440534 Email : chantjoyeux@yahoo.fr	Rayon de couverture : 100KM Moyen logistique : 00 Ressources humaines : 08	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2014 Début de fonctionnemen t : 2016

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
0 4	Radio Wiskamba FM 98.7MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Société de radio wiskamba	Radio Commerciale	BP 2282 Koudougou ; Tel : 25440086 ; Email : horizonfm.kdg@gmail.com	Rayon de couverture : 40KM Moyen logistique : 00 Ressource s humaines : 06	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1993 Début de fonctionnemen t : 1993
0 5	Radio Tilgré 102.2MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Société optima SARL	Radio Commerciale	BP 356 ; Tel : 25440707 ; Email : fntilgré@yahoo.fr	Rayon de couverture : 25KM Moyen logistique : 00	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009 Début de fonctionnemen t : 2009

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 07	
0 6	Radio Palabre 92.2MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Association Beneb Nooma	Radio Associative	BP 196 Koudougou ; Tel : 25440081 Email : radiopalabr@yahoo.fr Site : www.radiopalabr.org	Rayon de couverture : 80KM Moyen logistique : 02 Ressources humaines : 23	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1994 Début de fonctionnemen t : 1994

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
0 7	Radio Evangile Développeme nt 95.4 MHz	(Boulkiemd é / Koudougou)	Association Jeunesse en Mission	Radio Confessionnell e	Tel : 25440730	Rayon de couverture : 75KM Moyen logistique : 01 Ressource s humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2003 Début de fonctionnemen t : 2003
0 8	Radio Nemaro de Cassou 94.2 MHz	(Boulkiemd é / Cassou)	Association Cassou Saon	Radio Associative	Tel : 75121232	Rayon de couverture : 45KM Moyen logistique : 03 Ressource s	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2004 Début de fonctionnemen t : 2004

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						humaines : 13	
0 9	Radio de L'espoire la Voix du Sanguié 102.8MHz	(Sanguié / Réo)	Mairie de Réo	Radio Communale	Tel : 25445050 Email : radiolespoirlavoixdusanguie@yahoo .fr	Rayon de couverture : 80KM Moyen logistique : 00 Ressource s humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1999 Début de fonctionnemen t : 1999

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
1 0	Zamana FM 101.00MHz	(Boulkiemd é /kokolgho)	Nouvelle initiative pour le développeme nt	Radio Associative	Tel : 70257280 Email : adoyigbe@yahoo.fr	Rayon de couverture : 80KM Moyen logistique : 00 Ressource s humaines : 05	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2015 Début de fonctionnemen t : 2017
1 1	Radio Loudon 104.9 MHz	(Ziro / Sapouy)	Association Synergie 44	Radio Associative	BP 1860 ; Tel : 65431414 Email : radioloudon@yahoo.fr	Rayon de couverture : 60KM Moyen logistique : 03	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2010 Début de fonctionnemen t : 2012

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 12	
1 2	Radio Tampani	(Léo/ Sissili)	Yala compagnie SARL	Radio Commerciale	Tel : 55000045 Email : radiotampani@gmail.com	Rayon de couverture : 90KM Moyen logistique : 00 Ressources humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2015 Début de fonctionnemen t : 2015
1 3	Radio Hamadiyya 91.3 MHz	(Léo/ Sissili)	Association Djamat Islamique Hamadiyya	Radio Confessionnell e	Tel : 25416452	Rayon de couverture : 60KM Moyen	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						logistique : 02 Ressource s humaines : 10	Début de fonctionnemen t : 2007
1 4	Radio Nemaro Zien 101.3 MHz	(Léo/ Sissili)	OCADES	Radio Confessionnell e	Tel :60407246	Rayon de couverture : 50KM Moyen logistique : 01 Ressource s humaines : 08	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2011 Début de fonctionnemen t : 2011

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
1 5	RED Léo 97.8 MHz	(Léo/ Sissili)	La Fédération des Eglises Evangéliques	Radio Confessionnell e	Tel : 67930446 Email : nama.ben7@gmail.com	Rayon de couverture : 80KM Moyen logistique : 00 Ressource s humaines : 08	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1997 Début de fonctionnemen t : 1997

REGION : CENTRE SUD

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Goulou 99.5 MHz	Pô/Nahouri	Association Pour La Radio Communautaire	Radio Associative	Tel : 25403088 / 25403559 Email : radiogoulou@yahoo.fr BP : 53	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 15	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2000 -Année de début de fonctionnement : 2001

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
02	Radio Sud FM 89.4 MHz	Nobere / Zoundwéogo	Association Sud Developpemt De La Région Sud	Radio Associative	Tel : 78024319 Email : icombf@yahoo.bf	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques disponibles : 03 -Taille des ressources humaines : 05	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2014 -Année de début de fonctionnement : 2015

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
03	Radio Notre Dame La Paix 99.00 MHz	Manga/ Zoundwéogo	Diocèse de Manga	Radio Confessionnelle	Tel : 25400202 Email : radiopax@yahoo.fr	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques disponibles : 05 -Taille des ressources humaines : 22	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2001 -Année de début de fonctionnement : 2002
04	Radio Veneg Buudou 92.00 MHz	Kombissiri / Bazèga	Mairie de Kombissiri	Radio Communale	Tel : 70326562 Email :	-Rayon de couverture :65KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 11	Fonctionnelle -Année d'accréditation : néant -Année de début de fonctionnement :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							2012
05	Radio Vive Le Paysan 107.0 MHz	Sapone /Bazèga	Association Vive Le Paysan	Radio Associative	Tel : 78221787 Email : vivelepaysans@yahoo.fr	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 11	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1994 -Année de début de fonctionnement : 1995

REGION : EST

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
----	----------------------------	--------------------	-----------	----------------	----------------------	-----------	-----------

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	RADIO EVEIL 105.5 MHz	GNAGNA/ Bogandé	Réseau Africain Jeunesse Santé et Développement (RAJS/D)	Radio Associative	Tel : 50 48 70 09; Email: rajs@fasonet.bf ou francisco@yahoo.fr	Rayon de couverture : 90 KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 10	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2009
02	RADIO DJAWOA MPO 98.0 MHz	GNAGNA/ Bogandé	Association Inter-Etats des Jeunes du Liptako Gourma	Radio Associative	01 BP 5552 Ouaga 01 ; Tél : 50. 39. 19 .01 ; Email : tab_lassane@yahoo.fr Site Web : www.jeunesseliptako.afri ca-Web.org	Rayon de couverture : 100 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 13	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2009
03	RADIO MANUPUG ISA 105.5 MHz	GNAGNA/ Bogandé	Association Tin Tua	Radio Associative	BP 167 Fada N'Gourma ; Tél : 40.77.01.26 ; Email : courrier@tintua.org	Rayon de couverture : 75 KM Moyens logistiques : 02	Fonctionnelle Début de fonctionnement :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 09	2011
04	RADIO EVANGILE DEVELOP PEMENT 94.0 MHz	GOURMA/ Fada N'gourma	Association Jeunesse Pour Christ Burkina	Radio Confessionne lle	03 BP 7100 Ouagadougou 03 Tél : 50.36 .24 .53 où 70 42 14 55 ;	Rayon de couverture : 60 KM Moyens logistiques : 00 Ressources humaines : 07	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2008
05	FADA FM 95.5 MHz	GOURMA/ Fada N'gourma	Fondation Africa Horizon International	Radio Associative	01 BP 2714 Ouaga 01 ; Tél : 50.33 .23. 23 ; 70.81.93.04 Email : fondation@grouphorizon fm.com	Rayon de couverture : 80 KM Moyens logistiques : 00 Ressources humaines : 02	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2008

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
06	RADIO TIN TUA 105.9 MHz	GOURMA/ Fada N'gourma	Association Tin-Tua	Radio Associative	Tel : 70.71.91.18 Email : radio_tintua@yahoo.fr	Rayon de couverture : 80 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 08	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2011
07	RADIO TAANBA 98.8 MHz	GOURMA/ Fada N'gourma	Diocèse de Fada N'Gourma	Radio Confessionnelle	BP 12 Fada ; Tél. : 40 .77 .02. 33 ; 40. 77. 07 .04 Email : radiotaanba@yahoo.fr	Rayon de couverture : 80 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 08	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 1993
08	RTB2/ FADA 92.3 MHz	GOURMA/ Fada N'gourma	DGRTB	Radio Etatique	Tel : 24 77 04 87/ 70 92 03 00	Rayon de couverture : 60 KM Moyens logistiques : 04	Fonctionnelle Début de fonctionnement :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 27	2008
09	RADIO BUAMA (Radio Gayeri) 91.8 MHz	KOMANDJ ARI/ Gayéri	Mairie de Gayéri	Radio Communale	Tel : 70.57.02.84 Email : lemher1@yahoo.fr	Rayon de couverture : 70 KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 09	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2006
10	RADIO DEVSO PAMA 88.9 MHz	KOMPIEN GA /Pama	Association Développement Solidaire Durable	Radio Associative	Tel : 70.51.09.08	Rayon de couverture : 85 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 08	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2015

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
11	RADIO BUAYABA	TAPOA / Diapaga	Association Buayaba	Radio Associative		Rayon de couverture : 80 KM Moyens logistiques : 06 Ressources humaines : 12	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 1988
12	RADIO BUAMITA NDI 93.5 MHz	TAPOA / Kantchari	Association Tin Tua	Radio Associative	BP 167 Fada N'Gourma ; Tél : 40.77.01.26 Email courrier@tintua.org	Rayon de couverture : 90 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 07	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2011

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
13	RADIO TIN-TAANI 100.0MHz	TAPOA / Kantchari	Association Tin-Taani	Radio Associative	BP 04 Diapaga Tel : 74.68.25.54 /	Rayon de couverture : 70 KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 12	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2009
14	SARA FM 102.6 MHz	TAPOA / Botou	Mairie de Botou	Radio Communale		Rayon de couverture : 50 KM Moyens logistiques : 00 Ressources humaines : 03	Fonctionnelle Début de fonctionnement : 2017

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION

REGION : HAUTS BASSINS

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Aliance Chrétienne de Bobo 95.9 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Eglise De L'Alliance Chrétienne	Radio Confessionnelle	Tel : 20973250 Email : radiatorburkina@gmail.com BP 128	-Rayon de couverture :60KM -Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 22	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1999 -Année de début de fonctionnement : 1999
02	Radio Ouaga FM Bobo 101.1 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Société de radiodiffusion sonore commerciale Ouaga FM	Radio Commerciale	Tel : Email : fonorouat@gmail.com	-Rayon de couverture :70KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 04	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2005 -Année de début de fonctionnement : 2005

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
03	Radio Etoile de Noel 91.8 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Diocèse De Bobo	Radio Confessionnelle	Tel: 20972526 Email : j.sanou@yahoo.fr BP 312 Bobo-Dioulasso	-Rayon de couverture :180KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 17	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2004 -Année de début de fonctionnement : 2004
04	Radio Islamique Ahmadiyya 103.5 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Association De La Communauté Islamique	Radio Confessionnelle	Tel : 20985333 Email : mtaburkina@gmail.com	-Rayon de couverture :75KM -Moyen logistiques disponibles : 02	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2002 -Année de début

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
			Ahmadiyya			-Taille des ressources humaines : 19	de fonctionnement : 2002
05	Radio Omega FM Bobo 104.7 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Société Proxima	Radio Commercial	Tel : 20975956 Email : omegafmbobo@yahoo.fr	-Rayon de couverture :50KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 12	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2011 -Année de début de fonctionnement : 2011
06	Radio Savane FM Bobo 95.1 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Société savane communication	Radio Commercial	Tel : 20952818 Email : somedagervais@yahoo.fr	-Rayon de couverture :90KM -Moyen logistiques disponibles : 03 -Taille des ressources humaines : 11	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2008 -Année de début de fonctionnement :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							2008
07	Radio Islamique Al Mafaz 93.5 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Association Du Succès Islamique Pour La Paix	Radio Confessionnelle	Tel : 20984585 Email : radioislamiquealmafaz@yahoo.com	-Rayon de couverture :180KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 09	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2003 -Année de début de fonctionnement : 2003
08	Radio Evangile Développement De Bobo 106.3 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Association De L'Eglise Evangélique	Radio Confessionnelle	Tel : 20980050 Email : salifpierre@yahoo.fr	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 22	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1995 -Année de début de fonctionnement : 1995

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
09	Radio Evangile Développement De Hounde 95.5 MHz	Houndé/Tuy	Association Des Eglise Evangelique	Radio Confessionnelle	Tel: 70537093 Email : redhonde@yahoo.fr BP 86 Houndé	-Rayon de couverture :70KM -Moyen logistiques disponibles : 01 -Taille des ressources humaines : 11	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2002 -Année de début de fonctionnement : 2003
10	RTB2 Bobo 89.8 OU92.6 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	DGRTB	Radio Etatique	Tel: 20971411 Email : rtb2bobo@gmail.com BP 392 Bobo-Dioulassao	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 06 -Taille des ressources humaines : 28	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1963 -Année de début de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
							fonctionnement : 1963
11	Radio Municipale De Sya 93.1 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Mairie de Bobo Dioulasso	Radio Communale	Tel : 20961242 Email :	-Rayon de couverture :90KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2011 -Année de début de fonctionnement : 2011
12	Radio Liberté de Parler et de	Houet/Bobo Dioulasso	Société radio Liberté de Parler et de	Radio Commercial e	Tel : 20980455 Email :	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques	Fonctionnelle -Année

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	Communiquer 105.5MHz		Communiquer		gohi.tehe@gmail.com	disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 18	d'accréditation : 2009 -Année de début de fonctionnement : 2009
13	Radio Balanfon Horizon FM 102.7 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Société de radio Horizon FM SARL	Radio Commercial e	Tel : 20972727 Email : dable9@yahoo.fr	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 13	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1992 -Année de début de fonctionnement : 1992

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
14	Radio Bama Pile 97.1 MHz	Houet/Bobo Dioulasso	Association pour le développement de la radio communautaire Bama Pilé	Radio Communautaire	Tel : 20951428 Email : radiobama@yahoo.fr	-Rayon de couverture :65KM -Moyen logistiques disponibles : 3 -Taille des ressources humaines : 12	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2009 -Année de début de fonctionnement : 2009
15	Radio La Voix des Hippopotames 82.2 MHz	Bala /Houet	Association inter villageoise de gestion des ressources naturelles et de	Radio Associative	Tel : 66003883 Email :	-Rayon de couverture :50KM -Moyen logistiques disponibles : 00	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2013

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
			la faune des Hauts-Bassins (AGEREF/HB)			-Taille des ressources humaines : 03	-Année de début de fonctionnement : 2013
16	Radio La Voix Du Verger 91.2 MHz	Orodara /Kénédougou	Mairie de Orodara	Radio Communale	Tel : 20995187 Email : voixduverger@gmail.com 03 BP 7007 Ouagadougou 03	-Rayon de couverture :75KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 13	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1991 -Année de début de fonctionnement : 1991

REGION : NORD

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Notre Dame du Sahel 102.6 MHz	Ouahigouya/Yatenga	Diocèse de Ouahigouya	Radio Confessionnelle	Tel : 72751162 Email : cdcrnds@gmail.com BP 33 Ouahigouya	-Rayon de couverture :75KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 10	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1997 -Année de début de fonctionnement : 1997

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
0 2	La Voix du Paysan 97.00 MHz	Ouahigouya/Yatenga	Fédération Nationale Des Groupements Naam	Radio Communale	Tel : 24550260 Email : radiovoixdupaysans@yahoo.fr BP 30 Ouahigouya	-Rayon de couverture :90KM -Moyen logistiques disponibles : 04 -Taille des ressources humaines : 26	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1996 -Année de début de fonctionnement : 1996
0 3	Radio Wendpanga 92.3 MHz	Ouahigouya/Yatenga	Société « des éditions le Pays »	Radio info	Tel : 24553336 Email : radiowendpanga@yahoo.fr 01 BP 4577 Ouagadougou	-Rayon de couverture :100KM -Moyen	Fonctionnelle -Année d'accréditation :

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
					01	logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 19	2009 -Année de début de fonctionnement : 2009
04	Radio De L'Amitié 100.4 MHz	Ouahigouya/Yatenga	Société de radio amitié de Ouahigouya	Radio Commerciale	Tel : 24550119 Email : amitie@fasonet.bf BP 112 Ouahigouya	-Rayon de couverture :60KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1999 -Année de début de fonctionnement

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						ressources humaines : 10	t : 1999
0 5	Radio De La Solidarite 89.9 MHz	Ouahigouya/Yatenga	Association fondation de l'école islamique	Radio Confessionnelle	Tel : 24553235 Email : radiosolidarite@yahoo.fr BP 7 Ouahigouya	-Rayon de couverture :80KM -Moyen logistiques disponibles : 03 -Taille des ressources humaines : 14	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2007 -Année de début de fonctionnement : 2009

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
06	Radio Evangile Développement 104.0 MHz	Ouahigouya/Yatenga	Association Jeunesse Pour Christ Burkina	Radio Confessionnelle	Tel : 24554086 Email : redohg_95@yahoo.fr	-Rayon de couverture :70KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 09	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1995 -Année de début de fonctionnement : 1995
07	Radio La Voix du Loroum	Titao /Loroum	Mairie de Titao	Radio Communale	Tel : 24557002 Email :	-Rayon de couverture	Fonctionnelle -Année

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	90.70 MHz					:80KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 10	d'accréditation : 2009 -Année de début de fonctionnement : 2012
0 8	Radio Unité Fm Gourcy 99.10 MHz	Gourcy/ Zondoma	Société AFRICOM SARL	Radio Commerciale	Tel : 24547336 Email : BP : 51	-Rayon de couverture :100KM -Moyen logistiques disponible	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2012 -Année de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						s : 00 -Taille des ressources humaines : 09	début de fonctionnement : 2012
09	Savane FM Nord 103.1 MHz	Gourcy/ Zondoma	Société savane communication	Radio Commerciale	Tel : 66767297 Email :	-Rayon de couverture :45KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2012 -Année de début de fonctionnement : 2012

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						humaines : 09	
1 0	Radio Natigm- B-Zanga 98.20 MHz	Yako/Passoré	Eglise Catholique Paroisse de Yako	Radio Confessionnell e	Tel : 24540360 Email : radiotz@gmail.com 01 BP 1914 Ouaga 01	-Rayon de couverture :75KM -Moyen logistiques disponibles : 02 -Taille des ressources humaines : 21	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 1997 -Année de début de fonctionnement : 1997
1	Radio Evangile	Yako/Passoré	Eglises	Radio	Tel : 24540379	-Rayon de	Fonctionnelle

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
1	Developpement 91.70 MHz		Evangeliques	Confessionnelle	Email :	couverture :50KM -Moyen logistiques disponibles : 00 -Taille des ressources humaines : 13	Année d'accréditation : 2003 -Année de début de fonctionnement : 2003
1 2	Radio Femmes et Développement t Communautaire	Arbollé/ Passoré	Association pour la paix et la solidarité (APS)	Radio Associative	Tel : 76766238 Email : arbolle@yahoo.fr 01 BP 1940 Ouagadougou 01	-Rayon de couverture :50KM -Moyen logistiques	Fonctionnelle -Année d'accréditation : 2007 -Année de

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATIO N	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
	e 96.90 MHz					disponible s : 00 -Taille des ressource s humaines : 17	début de fonctionnemen t : 2007

REGION : Plateau central

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio De L'unité FM 95.2 MHz	Plateau Central (Boudry/ Ganzourgou)	Maire de Boudry	Radio Communale	BP : 51 ; Tél : 24708090 ; Email : mairieboudry@yahoo.fr	Rayon de couverture :95KM Moyen logistiques : 01 Ressources humaines : 09	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 Début de fonctionnement : 2010

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
02	Radio Laafi 95.6 MHz	Plateau Central (Zorgho / Ganzourgou)	Association African Solidarité	Radio Associative	Tél : 64444442 Email : aas@fasonet.bf Site : www.aasburkina.org	Rayon de couverture : 90KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 08	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2003 Début de fonctionnement : 2003
03	Radio Dounia FM 89.3 MHz	Plateau Central (Boussé / Kourwéogo)	Association Pour Le Développement Ritegue	Radio Associative	Tél : 78067700 Email : douniafris@gmail.com	Rayon de couverture : 100KM Moyens logistiques : 02 Ressources	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009 Début de fonctionnement : 2009

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						humaines : 14	
04	Radio Bassy FM 105.6 MHz	Plateau Central (Ziniaré/ Oubritenga)	Société AFRICOM SARL	Radio Commerciale	BP 93 ; Tél : 25152100 ; Email : bassyfur@yahoo.fr	Rayon de couverture : 80KM Moyens logistiques : 02 Ressources humaines : 09	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 Début de fonctionnement : 2008

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
05	Radio Kakoadb Yam Vénégré 107.7 MHz	Plateau Central (Ziniaré/ Oubritenga)	Fédération Wend- Yam	Radio Associative	BP 321 ; Tél : 25473945 ; Email : radiovenegré@yahoo.fr Site : www.radiovenegré.com	Rayon de couverture : 80KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 09	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1998 Début de fonctionnement : 1998
06	Radio Kourita 93.7 MHz	Plateau Central (Koupéla/ Kouritenga)	Société de radio Kourita SARL	Radio Commerciale	Fermée		Non Fonctionnelle

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION

REGION : Sahel

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Municipale De Dori 87.9 MHz	Sahel (Dori/Séno)	Mairie De Dori	Radio Communale	Tél : 24460695 Email : radiomunicipaledori@gmail.com	Rayon de couverture :50KM Moyen Logistiques : 00 Ressources humaines : 05	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2016 Début de fonctionnement : 2016
02	RADIO GRAND NORD 97.5 MHz	Sahel (Dori/Séno)	Société des radios du Grand Nord	Radio Confessionnelle	Tél : 78212721 Email : mahelbere@yahoo.fr	Rayon de couverture : 20KM Moyens logistiques : 00	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1990 Début de fonctionnement

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 07	: 1990
03	RTB2 Sahel 94.2 MHz	Sahel (Dori/Séno)	DGRTB	Radio Etatique	Tél : 24460052 Site : www.rtb2	Rayon de couverture : 100KM Moyens logistiques : 06 Ressources humaines : 16	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2000 Début de fonctionnement : 2000

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
04	Radio Islamique Ahmadiyya 101.00 MHz	Sahel (Dori/Séno)	Association Ahmadiyya	Radio Confessionnelle	Tél : 24460227 Email : barrymodibo80@gmail.com	Rayon de couverture : 80KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 05	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2008 Début de fonctionnement : 2008
05	Radio Walde Ejef 92.4 MHz	Sahel (Gorom-Gorom /Oudalan)	Association Walde Ejef	Radio Associative	BP 43 Gorom-Gorom; Tél: 70339066 Email: waldeejeff@fr	Rayon de couverture : 65KM Moyens logistiques : 01 Ressources	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2002 Début de fonctionnement : 2002

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						humaines : 08	
06	Radio Dandé Yaali 94.7 MHz	Sahel (Sebba /Yagha)	Mairie de Sebba	Radio Communale	Tél : 78268879 Email : dickokalilou@gmail.com	Rayon de couverture : 50KM Moyens logistiques : 00 Ressources humaines : 07	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2012 Début de fonctionnement : 2012

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
07	Radio M'Ballo Anndal 92.5 MHz	Sahel (Tangangari /Yagha)	Groupement M'Ballo Anndal	Radio Associative	Tél : 78320966 Email : faycal.hama@yahoo.fr	Rayon de couverture : 60KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 05	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2009 Début de fonctionnement : 2011
08	Radio Lutte Contre La Désertification 98.6 MHz	Sahel (Djibo/Soum)	ONG SOS Sahel	Radio Associative	Tél : 78320966 Email : faycal.hama@yahoo.fr	Rayon de couverture : 115KM Moyens logistiques : 00 Ressources	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2008 Début de fonctionnement : 2008

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						humaines : 08	
09	Radio La Voix du Soum 92.1 MHz	Sahel (Djibo/Soum)	Mairie de Djibo	Radio Communale	BP 90 Djibo ; Tél : 78320966 Email : faycal.hama@yahoo.fr	Rayon de couverture : 100KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 10	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2008 Début de fonctionnement : 2009

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
10	Voix du Sahel 89.3 MHz	Sahel (Gorom- Gorom /Oudalan)	Association D'aide A L'enfance Délaissée (AAED)	Radio Associative	Fermée		Non Fonctionnelle

REGION : Sud Ouest

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
----	----------------------------	-----------------	-----------	----------------	----------------------	-----------	-----------

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
01	Radio Evangélique Du Sud-Ouest 99.7 MHz	Sud-Ouest (Gaoua/Poni)	Eglise Protestante Evangélique	Radio Confessionnelle	BP : 31 ; Tél : 20900289 ; Email : radioesoministry2040@gmail.com	Rayon de couverture :100KM Moyen logistiques : 03 Ressources humaines : 23	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1998 Début de fonctionnement : 1998
02	Radio Nobiel 103.4 MHz	Sud-Ouest (Gaoua/Poni)	Association Pour La Promotion De L'éducation	Radio Associative	Tél : 20900590 ; Email : radionobiel@gmail.com	Rayon de couverture : 50KM Moyens logistiques : 01	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2014 Début de fonctionnement

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						Ressources humaines : 09	: 2016
03	Radio Gaoua 90.1 MHz	Sud-Ouest (Gaoua/Poni)	DGRTB	Radio Etatique	Tél : 20900648 Email : rtbgaoua@yahoo.fr	Rayon de couverture : 120KM Moyens logistiques : 09 Ressources humaines : 66	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1984 Début de fonctionnement : 1986

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
04	Radio UNITAS 94.7 MHz	Sud-Ouest (Gaoua/Poni)	Diocèse De Diébougou	Radio Confessionnelle	Tél : 61287894 Email : radiounitas@yahoo.fr	Rayon de couverture : 60KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 11	Fonctionnelle Année d'accréditation : 1998 Début de fonctionnement : 1999
05	Radio Argoutar 105.1 MHz	Sud-Ouest (Dissin/Iobo)	Association Argoutar	Radio Commerciale	Tél : 20906689	Rayon de couverture : 160KM Moyens logistiques : 02 Ressources	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2014 Début de fonctionnement : 2014

N°	DENOMINATION, FREQUENCE	Province/ ville	PROMOTEUR	CLASSIFICATION	ADRESSES ET CONTACTS	CAPACITES	SITUATION
						humaines : 11	
06	Radio Manivelle 92.0 MHz	Sud-Ouest (Dano/Iobo)	Association Manivelle	Radio Commerciale	BP 3613 Tél : 61287894 Email : alexishien74@yahoo.fr	Rayon de couverture : 125KM Moyens logistiques : 01 Ressources humaines : 11	Fonctionnelle Année d'accréditation : 2007 Début de fonctionnement : 2011

Annexe A : Outils de collecte et méthodologie

METHODOLOGIE

ETUDE SUR LES RADIOS COMMUNAUTAIRES AU BURKINA FASO

I. OBJECTIFS DE L'ETUDE

Objectif global :

Constituer un répertoire actualisé de l'ensemble des stations de radio opérant sur le territoire national (donner le profil descriptif et analytique de chacune des radios recensées, produire une typologie des radios locales, apprécier l'adéquation entre l'offre et la demande radiophoniques dans les treize régions du Burkina Faso).

Objectifs spécifiques

- ✓ Produire une cartographie du paysage radiophonique ;
- ✓ Elaborer une typologie des radios et présenter l'offre des prestations radiophoniques ;
- ✓ Analyser et apprécier l'adéquation entre l'offre et la demande radiophoniques.

II. LES RESULTATS ATTENDUS

- ✓ Une base de données de l'enquête ;
- ✓ Une cartographie des stations de radio toute catégorie confondue opérant sur toute l'étendue du territoire avec le profil de chacune des radios.
- ✓ Un rapport analytique détaillé de l'étude comportant minimalement les éléments suivants :
 - le profil des animateurs et journalistes des radios ;
 - la typologie des radios locales ;
 - la description des ressources humaines, des ressources techniques, et financières ainsi que de leur modalité de gestion ;

- des informations analytiques sur la ligne éditoriale de la radio et les liens qu'elle a avec les structures déconcentrées et décentralisées ;
- une analyse de la grille des programmes qui met en exergue la place occupée par les secteurs sociaux et les programmes pour les enfants ou ceux animés par les enfants ;
- une analyse des facteurs qui influencent la programmation dans les radios ;
- le processus de production et diffusion des programmes et messages ;
- le contenu des programmes ;
- l'analyse globale de l'écoute des auditeurs/communautés y compris une analyse suivant le genre (hommes, femmes, enfants, jeunes...) ;
- les modes d'utilisation de la radio : écoute collective ou individuelle, poste radio ou intégrée à d'autres outils comme le téléphone portable...
- l'opinions des communautés et leurs perceptions des médias ;
- les typologies des auditeurs/communautés de la radio ainsi que leurs caractéristiques ;
- une analyse des préférences, des besoins en information, des raisons d'écoute ou non-écoute et du niveau de satisfaction des auditeurs principaux ;
- des données descriptives et analytiques sur l'influence et/ou l'implication des auditeurs principaux dans le processus de planification et de la production des programmes ;
- une analyse de la prise en compte par la radio des besoins et préférences des auditeurs.

III. METHODOLOGIE DE L'ENQUETE

La présente enquête a pour objectif de constituer un répertoire actualisé de l'ensemble des stations de radio opérant sur le territoire national. Plus spécifiquement, il s'agira de constituer une base de données et une cartographie des stations de radio toute catégorie confondue opérant sur toute l'étendue du territoire avec le profil de chacune des radios. L'atteinte des objectifs d'une telle étude nécessite une collecte d'informations auprès de plusieurs publics cibles. Il s'agit

notamment des auditeurs, des radios émettant sur le territoire national et éventuellement toute personne ressource dont la connaissance du domaine et l'expérience seront jugées utiles pour l'atteinte des résultats.

1. Base de sondage

Vu qu'il n'existe pas une base de sondage des auditeurs établie dans le cadre de la présente étude, la base de sondage utilisée sera celle du Recensement Général de la Population et de l'Habitat (RGPH) de 2006. De cette base seront tirées de façon aléatoire le nombre de zones de dénombrement susceptibles de fournir des résultats significatifs par région.

Les zones de dénombrement retenues seront actualisées à l'issue du dénombrement effectué par les agents de collecte. Par la suite, un nombre fixe de ménages sera tiré selon la méthode de tirage systématique pour être enquêtés.

2. Echantillonnage

2.1. L'identification de la population-cible

Selon les termes de référence, il est indiqué plusieurs populations-cibles :

- ✓ Les auditeurs : hommes, femmes, enfants, jeunes (enquête et focus group) ;
- ✓ Les animateurs et les radios (entretien individuels) ;
- ✓ Les personnes ressources identifiées à cet effet (entretien individuel).

Il est cependant important de définir le profil de ceux qui seront identifiés dans le ménage pour être éligible au questionnaire individuel (âge, sexe, etc.).

2.2. Types d'enquête

Deux types d'enquêtes seront utilisés à savoir une enquête qualitative dans le but de comprendre davantage les opinions, perceptions et aspirations des communautés au sujet de la production radiophonique, le rôle de la radio dans la vie de la cité d'une part et d'autre part une enquête quantitative pour saisir l'ampleur des opinions et perceptions des communautés. Cependant, ces deux types de collecte seront complémentaires lors des analyses afin d'avoir une vue globale et exhaustive des perceptions.

2.2.1. Enquête qualitative

Pour la collecte des données, deux (2) types de méthodes seront utilisés et des guides d'entretien ont été élaborées en fonction des différentes cibles.

- **La revue documentaire**

Elle sera basée sur une exploitation des différents documents servant de référentiels d'échanges et de compréhension des aspects radiophoniques. Les documents, rapports, brochures, publications, etc. seront sollicités à toute fin utile. Enfin, toute documentation susceptible d'apporter un éclaircissement ou une plus-value à la compréhension du sujet sera également exploitée.

- Les entretiens individuels

Les entretiens individuels seront réalisés auprès des responsables des services techniques étatiques, des institutions (radios locales) et le personnel qui les anime. Des personnes ressources seront également touchées à cet effet.

Les différentes interviews individuelles vont porter sur les connaissances, perceptions, attitudes et pratiques des communautés au sujet de la production radiophonique, le rôle de la radio dans la vie de la cité, etc.

Pour chacune des méthodes, un guide d'entretien sera élaboré en vue de faciliter les échanges avec les personnes concernées.

2.2.2. L'enquête quantitative

La population-cible va concerner prioritairement les hommes, les femmes et les enfants de 15 ans et plus. Cependant, tous les membres du ménage seront répertoriés ainsi que les spécificités du ménage dans le but de saisir les caractéristiques qui pourraient expliquer certains aspects du sujet étudié.

- **Outils de collecte de données**

Deux questionnaires seront utilisés au cours de l'enquête quantitative. Il s'agit du questionnaire Ménage et du questionnaire individuel.

Le Questionnaire Ménage devra recenser tous les individus du ménage avec des caractéristiques sociodémographiques telles que l'âge, le sexe, le statut matrimonial, le niveau d'instruction, l'activité exercée, etc.

Ce questionnaire ménage permettra d'identifier les personnes éligibles au questionnaire individuel. Il sera adressé à tous les ménages et à tous les membres du ménage quel que soit les tranches d'âge. Le principal répondant à ce questionnaire sera idéalement le chef de ménage.

Le questionnaire individuel sera adressé à toutes les personnes éligibles qui vivent dans le ménage. Ce questionnaire permettra de dresser un état des lieux sur les connaissances, attitudes et pratiques de la communauté au sujet de la production radiophonique, le rôle de la radio dans la vie de la cité, etc.

Outre ces deux questionnaires il y aura

- **Plan de sondage et échantillonnage**

Cette section fournit les informations sur le calcul de la taille de l'échantillon, les procédures de tirage et le mode de pondération.

- ✓ Taille d'échantillon

Le plan de sondage est un plan stratifié avec un tirage à deux degrés. Les strates sont les treize (13) régions du Burkina Faso et un échantillonnage a été réalisé dans chaque strate, les unités primaires étant les zones de dénombrement (ZD) et les unités secondaires, les ménages.

Selon les objectifs de l'étude, les résultats devaient être statistiquement représentatifs au niveau de chaque région. Compte tenu du fait que certaines radios localisées dans des provinces ont une courte portée (portée provinciale), une proportionnalité par province sera intégrée lors du tirage aléatoire de l'échantillon. Ces attentes impliquent des procédures de choix aléatoires de l'échantillon et le calcul des indicateurs par région, ce qui entraîne un tirage d'échantillon indépendant dans chaque région.

- ✓ Formule de la taille de l'échantillon

La taille de l'échantillon a été obtenue à travers la formule suivante :

$$n = \frac{z_{\alpha/2}^2 * p * (1 - p)}{m^2} * 2 * (1 + 0,05)$$

avec :

n : Taille de l'échantillon pour une région

$z_{\alpha/2}$: Quantile d'ordre $(1-\alpha/2)$ d'une variable aléatoire normale centrée réduite. La probabilité α : Risque d'erreur de se tromper, et la probabilité $1-\alpha$ est appelée niveau de confiance. Pour un risque $\alpha = 0,05$ de se tromper, $z_{\alpha/2} = 1,96$.

p: Proportion clef à estimer.

m: Marge d'erreur sur p.

La proportion clef à estimer est celle des auditeurs écoutant au moins une radio sur le territoire national. Cette proportion étant inexistante et compte tenu du fait qu'elle ne peut être obtenue par une enquête antérieure, il est préconisé de prendre $p=0,5$ c'est-à-dire le p qui donne la variance d'échantillonnage maximale. Ce qui permet d'obtenir un échantillon dont la taille fournit des résultats significatifs.

Par ailleurs, l'enquête repose sur un échantillonnage à 2 degrés (sélection des ZD au premier degré et sélection des ménages au second degré) et non sur un échantillon aléatoire simple des adolescent(e)s. De ce fait il faut corriger l'effet de plan de sondage ou effet de grappe. Dans les enquêtes de cette nature, le facteur de correction généralement utilisé est de 2. L'échantillon a été corrigé par un taux de non réponse estimée à 5%.

Ce qui permet enfin de retenir le nombre d'unités secondaires (ménages) et le nombre d'unités primaires (Zones de dénombrement) à sélectionner afin de disposer d'un échantillon représentatif dans chaque région.

En se basant sur les résultats de l'Enquête Multisectorielle Continue (EMC) réalisée par l'Institut National de la Statistique et de la Démographie (INSD) en 2014, nous obtenons le nombre moyen d'individu par ménage dans chaque région. Le tableau suivant donne les détails de cette répartition :

Région	Nombre moyen des individus de 15 ans et plus par ménage
Hauts Bassins	3,7
Boucle du Mouhoun	4,2
Sahel	4,0
Est	3,1
Sud-Ouest	3,3
Centre Nord	4,2
Centre Ouest	3,5
Plateau central	4,0
Nord	4,8
Centre Est	3,3
Centre	3,5
Cascade	3,1
Centre sud	3,5
National	3,7

Tableau n° 1: Méthodologie de calcul de la taille de l'échantillon

Libellé/formule	$n=(z^{2*}(p)(1-p))/m^2$	avec 5% de non réponses	Effectif selon SAS (N1)	Design effect	Effectif Design effect (N2)	Nombre moyen d'individus de 15 ans et plus par ménage	Nombre de ménages à tirer	Nombre de ZD à tirer	Nombre de ZD final
Hauts Bassins	384,2	19,2	403	1,5	605	3,7	164	8,2	8
Boucle du Mouhoun	384,2	19,2	403	1,5	605	4,2	144	7,2	7
Sahel	384,2	19,2	403	1,5	605	4,0	151	7,6	8
Est	384,2	19,2	403	1,5	605	3,1	195	9,8	10
Sud-Ouest	384,2	19,2	403	1,5	605	3,3	183	9,2	9
Centre Nord	384,2	19,2	403	1,5	605	4,2	144	7,2	7
Centre Ouest	384,2	19,2	403	1,5	605	3,5	173	8,6	9
Plateau central	384,2	19,2	403	1,5	605	4,0	151	7,6	8
Nord	384,2	19,2	403	1,5	605	4,8	126	6,3	6
Centre Est	384,2	19,2	403	1,5	605	3,3	183	9,2	9
Centre	384,2	19,2	403	1,5	605	3,5	173	8,6	9
Cascade	384,2	19,2	403	1,5	605	3,1	195	9,8	10
Centre sud	384,2	19,2	403	1,5	605	3,5	173	8,6	9
National	4994,1	249,7	5243,8	N/A	7866	N/A	2156	104	109

Théoriquement, 7866 individus seront touchés par cette enquête. Ce qui nécessite la sélection de 2 069 ménages et donc de 104 zones de dénombrement (ZD) à raison de 20 ménages par ZD.

✓ Procédure de tirage des échantillons

Cette partie indique le processus de tirage des unités primaires (ZD) et celui des unités secondaires (ménages).

Procédure de tirage des unités primaires : Le tirage des unités primaires (ZD) se fera proportionnellement à la taille des ZD (taille en nombre de ménages). Ce qui nécessite la mise à disposition de la base de sondage du RGPH 2006.

Procédure de tirage des unités secondaires : Le tirage des ménages à l'intérieur des ZD échantillons, est un tirage systématique à probabilités égales avec un nombre fixe de 20 ménages par ZD.

La procédure consiste à dénombrer les ménages dans la ZD, pour en dresser une liste servant de base pour le tirage des 20 ménages. Cette opération se fera au moment de la collecte des données sur le terrain par les enquêteurs.

✓ Calcul des probabilités d'inclusion et des pondérations

Au premier degré : Tirage aléatoire de Zone de Dénombrement (ZD) dans chacune des treize (13) régions. Cette probabilité s'exprime comme suit :

$$P_{(zd)} = N_{zd} * \frac{M_{zd}}{\sum_{i=1}^n M_{zd}} = N_{zd} * \frac{M_{zd}}{P_{menages}}$$

$P_{(zd)}$: Probabilité de tirage d'une ZD ;

N_{zd} : Nombre de ZD échantillon de la région ;

M_{zd} : Nombre de ménages de la ZD ;

$P_{ménages}$: Taille de la région en nombre de ménages.

Au 2^{ème} degré : tirage d'un nombre fixe de ménages dans la ZD échantillon. Cette probabilité est donnée par :

$$P_{(menage)zd} = \frac{m_{zd}}{M_{zd}^1}$$

$P_{(ménage)zd}$: Probabilité de tirage d'un ménage dans la ZD échantillon

$m_{(zd)}$: Nombre de ménages échantillons dans la zd (20 ménages)

$M^1_{(ZD)}$: Nombre total de ménages dénombrés dans la ZD

La probabilité finale qui est celle du tirage d'un ménage au niveau de la région est le produit des deux probabilités soit :

$$P_{(ménage)} = N_{zd} * \frac{M_{zd}}{P_{ménages}} * \frac{m_{zd}}{M^1_{zd}}$$

Le coefficient de pondération est l'inverse de la probabilité.

3. Organisation de la collecte

Elle concerne la formation des enquêteurs, la préparation du terrain, les ressources techniques, le déploiement des équipes sur le terrain.

3.1. La formation des enquêteurs

La formation des enquêteurs/superviseurs est essentielle pour une meilleure compréhension des outils qualitatifs et quantitatifs. Elle va porter sur les aspects suivants :

- la présentation des objectifs de l'étude et des grandes lignes de la méthodologie ;
- la définition des concepts clés utilisés dans la collecte des données ;
- a présentation de l'échantillon et des cibles concernées par les enquêtes qualitatives et quantitatives ;
- la présentation de la structure générale du questionnaire et du public cible auquel chaque questionnaire est adressé ;
- l'examen des outils de collecte de données qualitatives et quantitatives ;
- la participation des superviseurs à la mobilisation du public cible de l'enquête qualitative ;
- des exercices pratiques de traduction des questionnaires en langues locales à travers des jeux de rôles ;
- un test pour la sélection définitive des enquêteurs et superviseurs;
- la réalisation, si possible, d'une enquête pilote en guise de pré-test pour corriger les éventuelles incohérences avant la collecte sur le terrain.

NB : Il serait également possible de faire la collecte des données sur des tablettes. Si tel est le cas, le masque de saisie est élaboré et mis sur les tablettes et servent directement d'outils lors de la formation. Cette option permet de disposer plus rapidement des données en évitant la phase de saisie. Elle permet également d'éviter les erreurs sur les questionnaires et les erreurs

de frappe compte tenu des programmes incorporés directement dans le masque de saisie et qui contraint les agents de collecte au respect des sauts, filtres et hors plage. Cette option pourrait également être moins coûteuse.

3.2. La préparation du terrain

Vu que l'étude se veut participative et inclusive des différentes parties prenantes, les représentants des différentes collectivités territoriales (communes, provinces, région) d'enquêtes seront informés à l'avance de la venue des enquêteurs et superviseurs sur le terrain.

Les autorités (régionales, provinciales, communales) seront contactées en amont par des voies indiquées et avec l'implication du commanditaire.

3.3. Collecte des données

Les données seront collectées à travers des questionnaires élaborés à cet effet. Les informations qui y sont contenues seront préalablement testées afin de s'assurer qu'elles permettent d'obtenir les indicateurs souhaités.

Une équipe de superviseur sera désignée pour faire le contrôle du contenu des questionnaires afin de déceler des éventuelles incohérences et exiger des corrections ou un retour sur terrain si nécessaire.

4. Saisie des données

Pour l'occasion, un masque de saisie sera conçu sur le logiciel CSPro. Ce masque comportera des programmes statistiques qui permettront de déceler les erreurs passées inaperçues au niveau des superviseurs mais aussi les erreurs de saisie qui viendraient à être commises. Un suivi rapproché sera nécessaire pour apporter une assistance technique aux agents de saisie et aider à la correction de certaines erreurs.

Cette étape est conditionnée par l'option de collecte choisie. Si la collecte se fait avec des tablettes, la saisie est réalisée directement sur le terrain et les contrôles de cohérence systématiques compte tenu des programmes incorporés.

5. Apurement des données

Une fois la saisie achevée, les données seront extraites de CSPro et traitées sur le logiciel statistique SPSS. Ainsi intervient le troisième niveau de contrôle de la qualité des données.

Encore une fois, les programmes élaborés seront exécutés sur les données afin d'extraire toutes les incohérences, erreurs, omissions, non-respect de sauts et de filtres. Ces données seront traitées, corrigées et réintégrées dans la base avant d'entamer la production des tableaux.

6. Production des tableaux

Pour la production des tableaux, les programmes seront élaborés sur SPSS et une fois les tableaux générés, ils seront exportés vers Excel pour des mise en forme et au besoin, des graphiques seront produits en lieu et place de certains tableaux pour des questions pratiques d'analyse.

7. Analyse et rapports

Quant à l'analyse, elle suivra le plan indicatif défini de commun accord avec le comité de pilotage de l'étude et c'est sur cette base que le rapport provisoire sera élaboré. A la suite des amendements de toutes les parties prenantes, le document sera enrichi afin de mettre à disposition le rapport final de l'étude.

8. Conception d'une carte dynamique RadiosBFA

Une carte dynamique pour une utilisation conviviale des résultats de cette étude a été développée. Il s'agit notamment d'une carte du Burkina sur laquelle chaque radio est localisée par ses coordonnées GPS. Les données de chaque radio sont également accessibles sur cette carte dynamique.

A.1 QUESTIONNAIRE INTITUTIONNEL_

MINISTERE DE LA COMMUNICATION ET
DES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT

BURKINA FASO
Unité - Progrès – Justice

SECRETARIAT GENERAL

.....
DIRECTION GENERALE DES ETUDES ET
DES STATISTIQUES SECTORIELLES
.....

Téléphone : + 226

Fax : + 226

Email : depcom@gmail.com

BP : 03 BP 7045 Ouagadougou 03

QUESTIONNAIRE INTITUTIONNEL_ CARTOGRAPHIE DES RADIOS COMMUNAUTAIRE

STRICTEMENT CONFIDENTIEL : Les informations contenues dans ce document sont confidentielles. Les renseignements individuels figurant sur ce questionnaire ne peuvent en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle ou de répression. Ils seront uniquement utilisés sous forme agrégée pour mieux orienter l'action du gouvernement (et d'autres acteurs) en faveur de la communication. Ils pourront aussi servir à certains chercheurs pour des analyses. Cependant tout rapport utilisant ces données ne publie pas des noms ou des prénoms et il reste impossible d'identifier l'enquêté dans ces documents. Votre collaboration est très utile pour nous aider à avoir des informations exactes.

SECTION I : IDENTIFICATION DU QUESTIONNAIRE

N°	Élément d'identification	Nom	Code
Q1.1	Nom de l'agent enquêteur:		
Q1.2	Nom du contrôleur :		
Q1.3	Région		
Q1.4	Province		
Q1.5	Commune		

		
Q2.12	Coordonnées GPS		

SECTION III : CAPACITE TECHNIQUE

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q3.01	Rayon de couverture	_ _ _ _ KM		
Q3.02	Puissance de l'émetteur	_ _ _ wh		
Q3.03	Puissance de l'émission	_ _ _ wh		
Q3.04	Hauteur du pylône	_ _ _ m		
Q3.05	Date d'acquisition de l'émetteur	_ _ / _ _ / _ _ _ _		
Q3.06	Source d'énergie ? Consigne 1=Oui ; 2=Non	a. _ _ b. _ _ c. _ _	a) Sonabel b) Plaque solaire c) Groupe électrogène	
Q3.07	De combien d'enregistreur disposez-vous ?	_ _		
Q3.08	Combien de Micro disposez-vous ?	_ _		
Q3.09	Combien de console disposez-vous ?	_ _		
Q3.10	Combien d'ordinateur disposez-vous ?	_ _		
Q3.11	Combien de matériel de sonorisation			

	disposez-vous ?	__		
Q3.12	Combien de moyens logistiques disposez-vous ?	__		
Q3.13	Autre matériel de production à préciser	__		

SECTION IV : PERSONNEL DE LA STATION RADIO

Q4.01 Quel est l'effectif total de votre personnel ? |__|__|__|

Q4.02 Répartition du personnel de la radio selon l'emploi

Emploi	Statut					
	permanent			non-permanent		
	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total
Journaliste (ayant fait une école de journalisme)						
Technicien						
Animateur						
Personnel d'appuis						
Total						

Q4.03 Répartition des journalistes et animateurs selon le profil de formation de base

Formation de base	Sexe	
	Homme	Femme
Lettre moderne		
Art et communication		
Langues (anglais, espagnol, allemand...)		
Histoire		
Géographie		

Economie et gestion		
Sociologie		
droit		
Chimie-biologie		
Autres		
Total		

Q4.04 Répartition des journalistes et animateurs selon le niveau de formation

Niveau de formation	Sexe	
	Homme	Femme
BAC+4 et plus		
BAC+3		
BAC+2		
BAC		
BEPC		
CEPE		
Sans diplôme		
Total		

Q4.05 le nombre d'année d'expérience en journalisme ou animation?

Année d'expérience	Homme	Femme
0 à 5 ans		
5 à 10 ans		
10 à 15 ans		
15 à 20 ans		
20 ans et plus		

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
----------------------	------------------------------------	----------	--------------------	-------

Q4.06	Quel est le profil de formation du directeur de la radio ?	<input type="checkbox"/>	1=journaliste 2= économiste gestionnaire 3=historien 4=autres à préciser -----	
Q4.07	Le personnel de la radio bénéficie-t-il de formation ces cinq (05) dernières années ?	<input type="checkbox"/>	1=Oui 2 =Non	
Q4.08	Le personnel de votre radio bénéficie-t-il régulièrement de formation organisée par l'UNICEF ?	<input type="checkbox"/>	1=Oui 2 =Non	
Q4.09	Si oui, quel est le nombre de personnes ayant bénéficiées de ces formations ?	<input type="text"/> Homme <input type="text"/> Femme		
Q4.10	Avez-vous des besoins de formation non satisfaits ?	<input type="checkbox"/>	1=Oui 2=Non	
Q4.11	Si oui, citer les deux (02) principaux		

SECTION V : PRODUCTION DE LA RADIO

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REponses	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q5.01	Quelles sont les trois (03) principales langues de la localité ?	1 ^{ère} <input type="text"/> 2 ^{ème} <input type="text"/> 3 ^{ème} <input type="text"/>	01=Dioula 02=Mooré 03=Fulfuldé 04=Bobo 05=Bissa 06=bwamu	

			<i>07=toussian</i> <i>08=Siamou</i> <i>09=gourounsi</i> <i>10=Sénoufo</i> <i>11=Dagara</i> <i>12=gulmacema</i> <i>13=Autres langues Nationales</i> ----- <i>14=Français</i> <i>15=Autres langues étrangères</i> -----	
Q5.02	Quelles sont les trois (03) principales langues dans lesquelles les programmes sont produits et diffusés ?	1 ^{ère} __ 2 ^{ème} __ 3 ^{ème} __	<i>01=Dioula</i> <i>02=Mooré</i> <i>03=Fulfuldé</i> <i>04=Bobo</i> <i>05=Bissa</i> <i>06=bwamu</i> <i>07=toussian</i> <i>08=Siamou</i> <i>09=gourounsi</i> <i>10=Sénoufo</i> <i>11=Dagara</i> <i>12=gulmacema</i> <i>13=Autres langues Nationales</i> ----- <i>14=Français</i> <i>15=Autres langues étrangères</i> -----	
Q5.03	Quel est le nombre d'heure d'émission par jour ?	__ __		
Q5.04	Quel est le nombre de jours d'émission par	__		

	semaine ?			
Q5.05	Quels sont les types d'émission produits et diffusés par la radio ? (1 Oui 2 Non)	a. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> b. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> c. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> d. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> e. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> f. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> g. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> h. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> i. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> j. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> k. <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/>	a) Information b) Microprogrammes c) Théâtre radiophonique d) Magazine e) Jeux radiophonique f) Reportage g) Jeux public h) Causerie –débat i) Divertissement j) Emission interactive k) Autres à préciser	
Q5.06	Quel temps d'antenne consacrez-vous à chaque émission par mois ? NB : temps en heure et minute	a. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> b. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> c. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> d. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> e. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> f. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> g. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/> h. <input type="text"/> <input type="text"/> / <input type="text"/> <input type="text"/>	a) Information b) Microprogrammes c) Théâtre radiophonique d) Magazine e) Jeux radiophonique f) Reportage g) Jeux public h) Causerie –débat i) Divertissement j) Emission interactive k) Autres à préciser	

		<input type="checkbox"/>	-----	
		i. <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>		
		j. <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>		
		k. <input type="checkbox"/> / <input type="checkbox"/>		

Q5.07 Quelles sont les thématiques que vous abordez dans vos émissions, le temps consacré à l'émission ?

Thématiques	1 =Oui 2=Non	Temps d'antenne consacré par mois	
		Heure	Minute
Santé	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Agriculture	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Travail des enfants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Droits des enfants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gouvernance	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Hygiène et assainissement	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Excision	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Scolarisation des filles	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Mariage des enfants	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Autre (préciser)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPOSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q4.09	Les enfants participent- ils aux émissions de la radio ?	<input type="checkbox"/>	1=Oui 2 =Non	Si oui aller à Q4.11

Q4.10	Si non donner les deux principales raisons de non-participation	1 ^{ère} <input type="text"/> 2 ^{ème} <input type="text"/>	1=manque de moyens de la radio 2=la radio n'y avait pas pensée 3=difficulté d'organisation des enfants 4=absence de cadre pour accueillir les enfants 5=peu d'intérêt pour les enfants 6=autres à préciser -----	
Q4.11	Avez-vous un mécanisme permettant d'estimer le nombre des auditeurs ?	<input type="text"/>	1=Oui 2 =Non	
Q4.12	Si oui en moyenne combien de personnes sont touchées par vos émissions	<input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/> <input type="text"/>		
Q4.13	Vous arrive-t-il souvent de réviser les programmes de la radio ?	<input type="text"/>	1=Oui 2 =Non	si oui sauter Q4.14
Q4.14	si non, citez les deux principales raisons de non révision ?	_____ -----		Allez à la section suivante
Q4.15	Si oui, à quelle fréquence ?	<input type="text"/>	1=une fois par mois 2=deux fois par mois 3=une fois par trimestre 4=une fois chaque semaine 5=une fois chaque semestre	
Q4.16	A quelle occasion modifiez-vous	_____ -----		

	la grille des programmes?			
Q4.17	Qui sont les initiateurs de la modification de la grille des programmes?	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) le directeur de la radio</p> <p>b) les auditeurs</p> <p>c) les partenaires</p>	

SECTION VI : FINANCEMENT ET MODALITE DE GESTION DE LA RADIO

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REponses	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q6.01	Votre radio dispose-t-elle d'un comité de gestion ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2= Non	
Q6.02	Votre radio dispose-t-elle d'un secrétariat de rédaction ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2= Non	
Q6.03	Votre radio dispose-t-elle d'un chef de programme ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2= Non	
Q6.04	Votre radio dispose-t-elle d'un service financier ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2= Non	
Q6.05	Quelle est la principale source de financement de votre radio ?	<input type="checkbox"/>	<p>1=Fonds propre</p> <p>2=OSC</p> <p>3=Collectivité territoriale</p> <p>4=UNICEF</p> <p>5=Structure déconcentrée</p> <p>6=Autres SNU</p> <p>-----</p> <p>7=Autre à préciser</p> <p>-----</p>	

Q6.06	<p>Quelles sont les autres sources de financement de la radio ?</p> <p>1 =Oui ; 2=Non</p>	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p> <p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p> <p>f. <input type="checkbox"/></p> <p>g. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) Fonds propre</p> <p>b) OSC</p> <p>c) Collectivité territoriale</p> <p>d) UNICEF</p> <p>e) Structure déconcentrée</p> <p>f) Autres SNU</p> <p>g) Autre à préciser.</p>	
-------	---	--	---	--

SECTION VII : PARTENAIRES

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q7.01	<p>Quels sont vos principaux partenaires ?</p> <p>1= Oui ; 2= Non</p>	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p> <p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p> <p>f. <input type="checkbox"/></p> <p>g. <input type="checkbox"/></p> <p>h. <input type="checkbox"/></p> <p>i. <input type="checkbox"/></p> <p>j. <input type="checkbox"/></p> <p>k. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) Direction régionale santé</p> <p>b) Direction régionale éducation de base</p> <p>c) Direction régionale de l'action sociale</p> <p>d) UNICEF</p> <p>e) PNUD</p> <p>f) UNFPA</p> <p>g) OMS</p> <p>h) Croix rouge</p> <p>i) PAM</p> <p>j) PNUE</p> <p>k) GIZ</p> <p>l) Save the Children</p> <p>m) Christian Relief Service</p> <p>n) FICOD</p>	

		l. <input type="checkbox"/> m. <input type="checkbox"/> n. <input type="checkbox"/> o. <input type="checkbox"/> p. <input type="checkbox"/> q. <input type="checkbox"/>	o) Plan Burkina p) OCADES q) Autre à préciser	
Q7.02	Votre radio dispose-t-elle de club des auditeurs ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2= Non	
Q7.03	Si oui, existe-t-il un mécanisme de feedback entre la radio et ce club des auditeurs ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2= Non	
Q7.04	A quelle fréquence tenez-vous les rencontres avec le club des auditeurs ?	<input type="checkbox"/>	1=une fois par mois 2=deux fois par mois 3=une fois par trimestre 4=une fois chaque semaine 5=une fois chaque semestre	

Observation du contrôleur

A.2 QUESTIONNAIRE INDIVIDUEL A L'ENDROIT DES AUDITEURS

QUESTIONNAIRE MENAGE

MINISTERE DE LA COMMUNICATION ET
DES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT

BURKINA FASO

Unité-Progrès-Justice

SECRETARIAT GENERAL

DIRECTION GENERALE DES ETUDES
ET DES STATISTIQUES SCTORIELLES

STRICTEMENT CONFIDENTIEL : Les informations contenues dans ce document sont confidentielles. Les renseignements individuels figurant sur ce questionnaire ne peuvent en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle ou de répression. Ils seront uniquement utilisés sous forme agrégée pour mieux orienter l'action du gouvernement (et d'autres acteurs) en faveur de la communication. Ils pourront aussi servir à certains chercheurs pour des analyses. Cependant tout rapport utilisant ces données ne publie pas des noms ou des prénoms et il reste impossible d'identifier l'enquêté dans ces documents. Votre collaboration est très utile pour r

QUESTIONNAIRE MENAGE ORDINAIRE

M I-0 : ELEMENTS D'IDENTIFICATION

N°	Elément d'identification	Nom	Code
1	Région	-----	
2	Province	-----	
3	Commune	-----	
4	Nom de la localité	-----	
5	Numéro de ZD		
6	Numéro Structure/concession		
7	Numéro Ménage		

VISITES D'ENQUETEURS/ENQUETRICES					AGENTS DE TERRAIN
N° DE VISITES	1	2	3	VISITE FINALE	AGENT ENQUETEUR
DATE	Jour Mois Année /...../... .../	Jour Mois Année /...../... .../	Jour Mois Année /...../... .../	Jour Mois Année /...../.../	Nom:..... Date :..... Signature :.....
RESULTATS					CONTROLEUR Nom:..... Date :..... Signature
* CODES RÉSULTATS : 1 Rempli 2 Pas de membre du ménage à la maison ou pas d'enquêté compétent au moment de la visite 3 Ménage totalement absent pour une longue période 4 Différé 5 Refusé 6 Autres (à préciser).....					AGENT DE SAISIE Nom:..... Date :..... Signature.....

NOM ET CONTACT DU REpondant _____ | | |

AVEZ-VOUS EU RECOURT A UN (E) INTERPRÈTE ? 1= **Oui** 2 = **Non** (encerclez le code correspondant)

M I-2 INFORMATIONS SOCIODEMOGRAPHIQUES POUR TOUS LES MEMBRES DU MENAGE

NUMERO D'ORDRE	NOM ET PRENOM DE L'INDIVIDU	SEXE	AGE	ECOUTE ENSEMBLE	ETAT MATRIMONIAL 15 ans et plus	SITUATION DE RESIDENCE	LANGUE PARLEE	ELIGIBILITE 15 ans et plus
Q0	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8
	Donnez-moi s'il vous plait les noms et prénoms de ceux qui résident habituellement dans le ménage y compris les visiteurs Commencez par le CM	(NOM) est-il de sexe masculin ou féminin ? 1=Masc 2=Fém	Quel est l'âge de (NOM) ? (années révolues)	<i>Est-ce que la famille écoute la radio ensemble ?</i> 1= <i>oui</i> 2= <i>non</i>	<i>Quel est l'état matrimonial de (NOM) ?</i> <i>Si âgé de moins de 15 ans passer, laisser la case Blanc</i> <i>Voir codes</i>	Quel est le statut de résidence de (NOM) ? 1= <i>Rés. présents</i> 2= <i>Rés. absents</i> 3= <i>visiteurs</i>	Quelle est la langue couramment parlée par (NOM) ? Voir codes	Eligibilité des membres âgés de 15 ans et plus pour l'enquête individuelle Encercler le numéro d'ordre des 15 ans et plus
1							01
2							02
3							03
4							04
5							05
6							06
7							07
8							08
9							09
10							10
11							11
12							12
13							13
14							14
15							15

NUMERO D'ORDRE	NOM ET PRENOM DE L'INDIVIDU	SEXE	AGE	ECOUTE ENSEMBLE	ETAT MATRIMONIAL 15 ans et plus	SITUATION DE RESIDENCE	LANGUE PARLEE	ELIGIBILITE 15 ans et plus
Q0	Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8
	Donnez-moi s'il vous plait les noms et prénoms de ceux qui résident habituellement dans le ménage y compris les visiteurs Commencez par le CM	(NOM) est-il de sexe masculin ou féminin ? 1=Masc 2=Fém	Quel est l'âge de (NOM) ? (années révolues)	<i>Est-ce que la famille écoute la radio ensemble ?</i> 1= <i>oui</i> 2= <i>non</i>	<i>Quel est l'état matrimonial de (NOM) ?</i> <i>Si âgé de moins de 15 ans passer, laisser la case Blanc</i> <i>Voir codes</i>	Quel est le statut de résidence de (NOM) ? 1= <i>Rés. présents</i> 2= <i>Rés. absents</i> 3= <i>visiteurs</i>	Quelle est la langue couramment parlée par (NOM) ? Voir codes	Eligibilité des membres âgés de 15 ans et plus pour l'enquête individuelle Encercler le numéro d'ordre des 15 ans et plus
16	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	16
17	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	17
18	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="text"/>	18

<i>Codes des modalités des variables</i>	
Codes Q5 : 1= <i>célibataire</i> 2= <i>marié(e)</i> 3= <i>union libre</i> 4= <i>divorcé/séparé</i> 5= <i>veuf/veuve</i>	Codes Q7 01= <i>Dioula</i> 02= <i>Mooré</i> 03= <i>Fulfuldé</i> 04= <i>Bobo</i> 05= <i>Bissa</i> 06= <i>bwamu</i> 07= <i>toussian</i> 08= <i>Siamou</i> 09= <i>gourounsi</i> 10= <i>Sénoufo</i> 11= <i>Dagara</i> 12= <i>gulmacema</i> 13= <i>Autres langues Nationales</i> 14= <i>Français</i> 15= <i>Autres langues étrangères</i>

Observation de l'enquêteur/trice-----

Observation du contrôleur-----

QUESTIONNAIRE AUDITEUR INDIVIDUEL

**MINISTERE DE LA COMMUNICATION ET
DES RELATIONS AVEC LE PARLEMENT**

BURKINA FASO
Unité - Progrès – Justice

.....
SECRETARIAT GENERAL

.....
**DIRECTION GENERALE DES ETUDES ET
DES STATISTIQUES SECTORIELLES**

.....
Téléphone : + 226
Fax : + 226
Email : depcom@gmail.com
BP : 03 BP 7045 ouagadougou 03

STRICTEMENT CONFIDENTIEL : Les informations contenus dans ce documents sont confidentielles. Les renseignements individuels figurant sur ce questionnaire ne peuvent en aucun cas être utilisés à des fins de contrôle ou de répression. Ils seront uniquement utilisés sous forme agrégée pour mieux orienter l’action du gouvernement (et d’autres acteurs) en faveur de la communication. Ils pourront aussi servir à certains chercheurs pour des analyses. Cependant tout rapport utilisant ces données ne publient pas des noms ou des prénoms et il reste impossible d’identifié l’enquêté dans ces documents. Votre collaboration est très utile pour nous aider à avoir des informations exactes.

SECTION I : IDENTIFICATION

N°	Elément d'identification	Nom	Code
Q.1.01	Région		_ _ _
Q.1.02	Province		_ _ _
Q.1.03	Commune		_ _ _
Q.1.04	Type de localité (1=Urbain ; 2=Rural)		_
Q.1.05	Nom de la localité		
Q.1.06	Numéro de ZD		_ _ _ _
Q.1.07	Numéro Ménage		_ _ _
Q.1.08	Nom et contact du Répondant	-----	

SECTION II : CARACTERISTIQUES SOCIODEMOGRAPHIQUES DE L'ENQUETE

NUMEROS DE QUESTIONS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q2.01	Sexe du répondant ?	_	1=masculin 2= féminin	
Q2.02	Quel âge avez-vous actuellement?	_ _ _		
Q2.03	Quel est votre statut matrimonial ?	_	1= célibataire 2=marié(e) 3=union libre 4=divorcé/séparé 5=veuf/veuve	
Q2.04	Quel est votre religion ?	_	1 =musulmane 2 =catholique 3= protestante 4= animiste	

			5= autre	
Q2.05	Quel est votre niveau d'étude ?	<input type="text"/>	1 =Aucun 2 =Primaire 3=Post-primaire 4= Secondaire 5= Supérieur	
Q2.06	Quel est votre statut socio professionnel	<input type="text"/>	1=agriculteur 2=éleveur 3=commerçant/artisan 4=salarié 5=élève/étudiant 6=autre	

SECTION III : ACCES AUX PROGRAMMES DES RADIOS

NUMEROS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REponses	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q3.01	Quel est votre canal d'information préféré ?	<input type="text"/>	1= internet 2= radios 3= télévisions 4= presses écrites 5= traditionnelle/cabaret 6 =aucune préférence) 7 autres à préciser	
Q3.02	Ecoutez-vous la radio ?	<input type="text"/>	1= oui 2 =non	
Q2.03	Si non, donnez la principale raison de non écoute ?		1= Manque de poste récepteur (radio) 4 =Non réception des	

		__	programmes de la radio 2= Manque de temps 5 =Absence d'électricité 3 =ne comprend pas les langues 6= Autre à préciser.	Fin de l'entretien avec le répondant
Q3.04	Combien de radio écoutez-vous ?	__		
Q3.04	Quelles sont les trois (03) principales chaînes de radio locales que vous écoutez le plus souvent, par ordre de préférence? NB : se munir de la liste des radios de chaque région	1_____		
		2_____		
		3_____		
Q3.05	Depuis quand écoutez-vous les émissions de ces radios?	__ __ An(s) __ __ Mois		

SECTION IV : ECOUTE DES PROGRAMMES DE LA RADIO

NUMER OS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REponses	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q4.01	A quelle fréquence écoutez-	__	1 =Tous les jours 2= Assez souvent	Si 3 aller à Q4.06

NUMER OS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REponses	CODE DES MODALITES	SAUTS
	vous la radio ?		3= Occasionnellement	
Q4.02	<p>Quels sont les jours d'écoute privilégiés de la radio ?</p> <p>Consigne : 1 = Oui ; 2 =Non</p>	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p> <p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p> <p>f. <input type="checkbox"/></p> <p>g. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) Lundi</p> <p>b) Mardi</p> <p>c) Mercredi</p> <p>d) Jeudi</p> <p>e) Vendredi</p> <p>f) Samedi</p> <p>g) Dimanche</p>	
Q4.03	<p>A quel moment de la journée, écoutez-vous généralement la radio ?</p> <p>Consigne : 1 = Oui ; 2 =Non</p>	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p> <p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p> <p>f. <input type="checkbox"/></p> <p>g. <input type="checkbox"/></p> <p>h. <input type="checkbox"/></p> <p>i. <input type="checkbox"/></p> <p>j. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) 06h-08h</p> <p>b) 08h-10h</p> <p>c) 10h-12h</p> <p>d) 12h-14h</p> <p>e) 14h-16h</p> <p>f) 16h-18h</p> <p>g) 18h-20h</p> <p>h) 18h-20h</p> <p>i) 22h-00h</p> <p>j) 00h-06h</p>	

NUMER OS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPOSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q4.04	Quel est votre temps moyens d'écoute de la radio par jour	__ __ Heures __ __ Minutes		
Q4.05	Quelle(s) émission(s) écoutez-vous le plus souvent à la radio? Consigne : 1= Oui ; 2 =Non Ne pas citer les modalités	l. __ m. __ n. __ o. __ p. __ q. __ r. __ s. __ t. __ j. __	a) information nationale b) sport c) information internationale d) reportage/documentaire e) communiqués f) jeux/divertissement g) débat/magazine h) théâtre radiophonique i) musique j) autre à préciser	
Q4.06	Pour quel motif écoutez-vous la radio? (1 Oui 2 Non) NB : Ne pas citer les modalités	a. __ b. __ c. __	a) Répond à mes besoins d'information b) Pour mon épanouissement	

NUMER OS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPOSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
		<p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p>	<p>c) Contribue à mon éducation</p> <p>d) Renforce mes connaissances</p> <p>e) Autre à préciser...</p>	
Q4.07	Quel est votre opinion sur les programmes offerts par la radio?	<input type="checkbox"/>	<p>1= Très satisfait</p> <p>2 =Satisfait</p> <p>3 =Peu satisfait</p> <p>4= Pas satisfait</p>	
Q4.08	<p>Par quel moyen écoutez-vous le plus souvent la radio?</p> <p>1 1=Oui ; 2 =Non</p>	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p> <p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p> <p>f. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) Poste radio personnel</p> <p>b) Internet</p> <p>c) Poste radio dans le ménage</p> <p>d) Cellulaire personnel</p> <p>e) Poste radio du voisin</p> <p>f) Autres à préciser...</p>	
Q4.09	Où écoutez-vous le plus souvent la radio?	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p>	a) Domicile	

NUMER OS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPOSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
		c. <input type="checkbox"/> d. <input type="checkbox"/> e. <input type="checkbox"/> f. <input type="checkbox"/> g. <input type="checkbox"/>	b) En circulation c) Chez le voisin d) Lieu de travail e) Club d'écoute f) Au marché g) Autres à préciser...	
Q4.10	Appartenez-vous à un club d'écoute ?	<input type="checkbox"/>	1= Oui 2 = Non	Si auditeur occasionnel sauter ces deux questions
Q4.11	Si oui de quelle radio?	-----		
Q4.12	Faites deux (02) propositions majeures pour améliorer le programme de la radio ? 1 =Oui ; 2 = Non Ne pas citer les modalités, laisser l'enquête proposer.	a. <input type="checkbox"/> b. <input type="checkbox"/> c. <input type="checkbox"/> d. <input type="checkbox"/> e. <input type="checkbox"/> f. <input type="checkbox"/> g. <input type="checkbox"/> h. <input type="checkbox"/>	a) Identifier les besoins des auditeurs b) Diversifier des programmes c) Réaliser les émissions sur les thématiques intéressantes d) Initier les émissions interactives e) Susciter la participation des femmes et des jeunes f) Former les journalistes et animateurs de la radio g) Recruter le	

NUMER OS	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
			personnel h) Autre à préciser	

SECTION V : OPINION SUR LES PROGRAMMES DE LA RADIO

N°	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q5.01	Quelles sont les thématiques que vous appréciez le plus dans les programmes de la radio? (1 Oui 2 Non)	a. <input type="checkbox"/> b. <input type="checkbox"/> c. <input type="checkbox"/> d. <input type="checkbox"/> e. <input type="checkbox"/> f. <input type="checkbox"/> g. <input type="checkbox"/> h. <input type="checkbox"/> i. <input type="checkbox"/> j. <input type="checkbox"/>	a) Santé b) Agriculture c) Travail des enfants d) Droits des enfants e) Gouvernance f) Hygiène et assainissement g) Excision h) Scolarisation des filles i) Mariage des enfants j) Autre (préciser)	
	Pourquoi écoutez-	a. <input type="checkbox"/> b. <input type="checkbox"/> c. <input type="checkbox"/> d. <input type="checkbox"/> e. <input type="checkbox"/>	a) Répondent à mes besoins b) Renforcent les connaissances c) Contribuent à l'éducation de la communauté d) Consolident les liens communautaires	

N°	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q5.02	<p>vous ces émissions?</p> <p>Consigne : 1 =Oui ; 2 =Non</p> <p>NB : Ne pas citer les modalités</p>	<p>f. <input type="checkbox"/></p>	<p>e) Participent au développement f) Autre (préciser).</p>	
Q5.03	<p>Etes-vous satisfait des émissions diffusées par la radio?</p>	<p><input type="checkbox"/></p>	<p>1= Très satisfait 2 = Satisfait 3 = Peu satisfait 4 =Pas du tout satisfait</p>	<p>Si 1 ou 2 sauter Q5.04</p>
Q5.04	<p>Si 3 ou 4, Donnez les raisons de non satisfaction?</p> <p>Consigne :1= Oui ;2= Non</p> <p>NB : Ne pas citer les modalités</p>	<p>a. <input type="checkbox"/></p> <p>b. <input type="checkbox"/></p> <p>c. <input type="checkbox"/></p> <p>d. <input type="checkbox"/></p> <p>e. <input type="checkbox"/></p> <p>f. <input type="checkbox"/></p> <p>g. <input type="checkbox"/></p> <p>h. <input type="checkbox"/></p>	<p>a) Pas intéressant b) N'abordent pas les questions de l'enfance c) N'intègre pas les préoccupations locales. d) N'éduquent pas assez e) Ne sont pas attractives f) N'intègrent pas les thématiques souhaitées g) Ne sont pas interactives h) N'abordent pas les questions de la femme i) Autres (préciser)...</p>	

N°	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REponses	CODE DES MODALITES	SAUTS
		i. __		
Q5.05	<p>Citez deux (02) thématiques que vous souhaiteriez voir la radio aborder ?</p> <p>Consigne : 1= Oui ; 2 = Non</p>	<p>a. __ </p> <p>b. __ </p> <p>c. __ </p> <p>d. __ </p> <p>e. __ </p> <p>f. __ </p> <p>g. __ </p> <p>h. __ </p> <p>i. __ </p> <p>j. __ </p> <p>k. __ </p> <p>l. __ </p>	<p>a) Santé maternelle et infantile</p> <p>b) Hygiène et assainissement</p> <p>c) Agriculture</p> <p>d) Environnement</p> <p>e) Faits de société</p> <p>f) Culture</p> <p>g) Droits des enfants</p> <p>h) Scolarisation des filles</p> <p>i) Travail des enfants</p> <p>j) Mariage des enfants</p> <p>k) Gouvernance</p> <p>l) Autre (préciser)</p>	

N°	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q5.06	Quel est le genre d'émission que vous préférez?	_	1=Information 2= Communiqué 3= Débat/magazine 4 =Musique et divertissement 5 =Jeux radiophoniques 6 = Problèmes communautaires 7 =Théâtre radiophonique 8= Publicité 9 = Conte/légende 10 =Autres à préciser ...	
Q5.07	Participez-vous aux émissions radiophoniques?	_	1 =Oui ; 2 =Non	Si non, aller à Q5.09
Q5.08	Si Oui avez-vous déjà fait des propositions pour améliorer les programmes des radios?	_	1 =Oui ; 2 =Non	
Q5.09	Si non, pourquoi ?	a. _ b. _ c. _	a. Ne sont pas intéressantes b. N'a pas les moyens pour participer c. autre à préciser	

N°	LIBELLES DE QUESTIONS ET CONSIGNES	REPONSES	CODE DES MODALITES	SAUTS
Q5.10	<p>Quelles influences l'écoute de la radio a sur votre comportement par rapport aux sujets suivants ?</p>	<p>Nutrition... __ Sécurité routière... __ Hygiène. __ Fréquentation des centres de santé... __ Protection de l'environnement.. __ Scolarisation des filles..... __ Protection de l'enfant.. __ Abandon de l'excision __ Paix sociale... __ </p>	<p>1= Bonne 2 =Un peu bonne 3= Aucune</p>	
Q5.11	<p>Qu'attendez-vous d'une radio?</p> <p>1=oui ; 2=non</p>	<p>a. __ b. __ c. __ d. __ e. __ </p>	<p>a) Avoir des Informations justes b) Nous éduquer c) Exprimer nos opinions d) Se divertir e) Autre à préciser</p>	
Q5.12	<p>Avez-vous autres chose à ajouter ?</p>			

Annexe B : Résultats de l'enquête

Tableau n°1 : récapitulatif des individus enquêtés

Régions	Boucle du Mouhoun	Cascades	Centre	Centre Est	Centre Nord	Centre Ouest	Centre Sud	Est	Hauts Bassins	Nord	Plateau Central	Sahel	Sud-Ouest	Total
Individus sélectionnés	372	546	514	403	407	611	456	640	525	223	308	464	457	5 965
Individus enquêtés	327	492	468	355	363	526	433	590	399	198	297	384	443	5275
Taux de réponse (%)	88	90,1	91,1	88,1	89,2	86,1	94,9	92,2	76	88,8	96,4	82,8	96,9	89

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°2 : évolution du nombre des stations de radios selon la date d'accréditation

Régions	1959	1963	1984	1986	1988	1990	1991	1992	1993	1994	1995	1996
Boucle du Mouhoun	0	0	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0
Nord	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Plateau Central	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sahel	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0
Sud Ouest	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Cascades	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
Centre	1	0	0	0	0	1	1	1	2	0	1	1
Centre Est	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Centre Nord	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	0	0
Centre Ouest	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0
Centre Sud	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0
Est	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0
Hauts Bassins	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0
Total	1	1	1	3	1	2	2	2	5	3	4	2

Région	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008
Boucle du Mouhoun	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	3	3
Nord	2	0	1	0	0	0	1	0	0	0	2	0
Plateau Central	0	1	0	0	0	0	1	0	0	0	2	0
Sahel	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	3
Sud-Ouest	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0
Cascades	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Centre	0	0	2	0	1	0	1	2	0	1	3	2
Centre Est	2	0	2	0	0	0	0	0	1	0	1	0
Centre Nord	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	2	1

Centre Ouest	1	0	1	0	0	0	1	1	1	0	1	0
Centre Sud	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0
Est	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	4	0
Hauts Bassins	0	0	1	0	0	2	1	1	1	0	0	1
Total	6	3	9	2	3	4	5	6	3	3	20	11

Régions	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Total
Boucle du Mouhoun	0	0	1	1	0	0	0	1	0	15
Nord	2	0	0	2	0	0	0	0	0	12
Plateau Central	1	0	0	0	0	0	0	0	0	5
Sahel	1	0	0	1	0	0	0	1	0	9
Sud-Ouest	0	0	0	0	0	2	0	0	0	6
Cascades	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5
Centre	4	2	1	0	1	0	1	0	1	30
Centre Est	1	0	0	0	1	3	0	0	0	11
Centre Nord	1	1	0	0	0	0	0	0	0	9
Centre Ouest	1	1	1	0	0	1	1	0	0	14
Centre Sud	0	0	0	0	0	1	0	0	0	4
Est	1	2	1	0	0	0	1	0	0	13
Hauts Bassins	2	0	2	0	1	0	0	0	0	16
Total	14	6	6	4	3	7	3	2	2	149

Source : Donnée de l'enquête, Octobre 2017

NB : il manque la date de trois radios dans la répartition : Bassimyan de Tanghin Dassouri ; Radio Vénèg Buudu de Saponé et la radio Légende de Bobo.

Tableau n°3 : Puissance de l'émission en W

	[0 ; 249]	[250 ; 499]	[500 ; 749]	[750 ; 949]	[950 et Plus]	TOTAL
Boucle du Mouhoun	01	07	05	01	01	15
Cascades	02	02	01	00	00	05
Centre	04	10	08	02	01	25
Centre-Est	02	06	03	00	00	11
Centre-Nord	01	05	02	01	00	09
Centre-Ouest	03	09	01	00	00	13
Centre-Sud	02	03	00	00	00	05
Est	01	11	01	00	00	13
Hauts-Bassins	01	07	07	01	00	16
Nord	01	03	06	00	01	11
Plateau Central	00	02	03	00	00	05
Sahel	03	05	00	01	00	09
Sud-Ouest	01	01	03	00	01	06
TOTAL	22	71	40	06	04	143

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°4 : Répartition du personnel selon le statut par région

	Permanent			Non permanent			Total général
	Homme	Femme	Total	Homme	Femme	Total	
Boucle du Mouhoun	83	12	95	32	6	38	133
Nord	72	9	81	77	9	86	167
Plateau Central	31	3	34	13	2	15	49
Sahel	56	10	66	8	0	8	74
Sud-Ouest	74	17	91	33	7	40	131
Cascades	33	18	51	22	4	26	77
Centre	288	120	408	176	56	232	640
Centre Est	46	21	67	25	14	39	106
Centre Nord	32	12	44	32	6	38	82
Centre Ouest	64	9	73	62	7	69	142
Centre Sud	87	11	98	0	0	0	98
Est	96	21	117	11	7	18	135
Hauts Bassins	106	32	138	75	11	86	224
Total	1068	295	1363	566	129	695	2058

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°5 : Répartition des journalistes et animateurs par niveau de formation et selon le genre

Niveau de formation	Homme	Femme	Total
BAC+4 et plus	76	25	101
BAC+3	99	37	136
BAC+2	64	19	83
BAC	105	18	123
BEPC	333	71	404
CEP	219	62	281
Sans diplôme	76	12	88
Total	972	244	1216

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°6 : Répartition des journalistes et animateurs par nombre d'années d'expérience selon le genre

Année d'expérience	Sexe		Total
	Homme	Femme	
0 à 5 ans	411	128	539
5 à 10 ans	320	68	388
10 à 15 ans	151	26	177
15 à 20 ans	72	10	82
20 ans et plus	13	30	43
Total	967	262	1229

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°7 : Répartition des radios ayant besoin de formation par région

Régions													
	Centre Sud	Est	Cascades	P. Central	Sud-Ouest	Sahel	Centre Nord	Centre Est	Nord	Centre Ouest	B. Mouhoun	H. Bassins	Centre
Besoin en formation	80	92,9	80	100	83,3	100	100	100	100	92,9	100	93,8	93,5

Tableau n°8 : Relation entre la langue parlée dans la localité et la langue de diffusion des émissions des radios

PREMIERE LANGUE DE DIFFUSION DE LA RADIO													
PREMIERE LANGUE DE LA LOCALITE		Dioula	Mooré	Fulfuldé	Bôbô	Bissa	Bwamu	gourounsi	Dagara	Gulmancema	autre langue nationale	Français	Total
	Dioula	8	1	0	0	0	0	0	0	0	1	20	30
	Mooré	1	44	0	0	0	0	0	0	0	0	18	63
	Fulfuldé	0	0	7	0	0	0	1	0	0	0	2	10
	Bôbô	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
	Bissa	0	1	0	0	2	0	0	0	0	0	0	3
	Bwamu	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
	gourounsi	0	1	0	0	0	0	4	0	0	0	1	6
	Dagara	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	3
	Gulmancema	0	0	0	0	0	0	0	0	14	0	1	15
	Autre langue nationale	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	3	4
	Français	0	2	0	0	0	0	0	0	0	0	16	18
Total	10	49	7	0	2	0	5	1	14	2	64	154	

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n° 9 : Répartition du temps d'antenne en minutes

Emissions produites et diffusées	Effectif	Pourcentage
Information	134	14,4
Microprogramme	69	7,4
Théâtre radiophonique	43	4,6
Magazine	87	9,3
Jeux radiophoniques	85	9,1
Reportage	63	6,8
Jeux publics	38	4,1
Causerie-débat	108	11,6
Divertissement	132	14,2
Emission interactive	110	11,8
Autre	63	6,8
Total	932	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°10 : Répartition du volume horaire mensuel moyen consacré aux thématiques abordées en minutes par station dans la région

	Sante	Agriculture	Travail des	Droit des enfants	Gouvernance	Hygiène et	Excision	Scolarisation des	Mariage des	Autres thèmes
Boucle du Mouhoun	696	1515	981	778	37	1099	1038	1258	1107	1898
Nord	1095	519	477	480	450	412	214	237	205	2640
Plateau Central	865	173	300	495	115	350	.	313	.	1368
Sahel	1186	295	321	369	398	229	386	353	353	246
Sud-Ouest	410	312	324	365	460	325	120	195	.	388
Cascades	380	360	165	158	210	480	150	456	548	570
Centre	849	1152	624	600	1728	838	480	1423	800	3700
Centre Est	597	214	240	.	140	240	240	223	240	240
Centre Nord	533	300	420	489	1410	345	581	288	560	540
Centre Ouest	554	704	528	590	570	568	95	580	570	343
Centre Sud	758	247	300	380	350	255	175	210	280	2520
Est	630	274	130	194	135	447	180	180	180	228
Hauts Bassins	491	407	354	353	770	876	236	501	274	2453

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n°11 : Répartition des radios selon le réaménagement des programmes, la fréquence de réaménagement et les raisons de non réaménagement.

		Effectif	Pourcentage
Révision des programmes	Oui	139	91,4
	Non	13	8,6
	Total	151	100
Fréquence de révision	Une fois par mois	20	14,5
	Deux fois par mois	7	5,1
	Une fois par trimestre	19	13,8
	Une fois chaque semaine	3	2,2
	Une fois chaque semestre	49	35,5
	Un an et plus	40	29
	Total	138	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n° 12 : Répartition des radios qui ont une émission enfantine.

	Ont une émission enfantine		N'ont pas d'émission enfantine		Total
	Nombre de radio	%	Nombre de radio	%	
Boucle du Mouhoun Nord	13	86,7	2	13,3	15
Plateau Central	3	60	2	40	5
Sahel	2	22,2	7	77,8	9
Sud-Ouest	5	83,3	1	16,7	6
Cascades	4	80	1	20	5
Centre	19	63,3	11	36,7	30
Centre Est	9	81,8	2	18,2	11
Centre Nord	9	100	0	0	9
Centre Ouest	11	78,6	3	21,4	14
Centre Sud	4	80	1	20	5
Est	11	78,6	3	21,4	14
Hauts Bassins	14	87,5	2	12,5	16
Total	115	76,2	36	23,8	151

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n° 13 : répartition par région des enquêtés selon l'écoute de la radio

	Ecoute radio		Nombre moyen de chaînes de radio écoutées
	Oui	Non	
Boucle du Mouhoun	54,7	45,3	2
Cascades	47	53	2
Centre	68,3	31,7	2
Centre-Est	70,1	29,9	2
Centre-Nord	76,2	23,8	3

Centre-Ouest	52,1	47,9	3
Centre-Sud	61,4	38,6	2
Est	62	38	3
Hauts-Bassins	65,6	34,4	2
Nord	81,1	18,9	2
Plateau-Central	75,2	24,8	2
Sahel	40,4	59,6	2
Sud-Ouest	52,6	47,4	2
Total	62,9	37,1	2

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau n° 14 : répartition par région des auditeurs selon les principales raisons de non écoute de la radio

Région	Manque de poste récepteur (radio)	Manque de temps	Ne comprend pas les langues	Non réception des programmes de la radio	Absence d'électricité	Autre à préciser
Boucle du Mouhoun	51,8	26	10,1	3,3	0	8,7
Cascades	53,2	23,1	10,3	2	0,8	10,7
Centre	15,9	43,9	3,8	0	0	36,4
Centre-Est	27,2	48,6	0,9	1,7	0	21,6
Centre-Nord	56,1	22,7	0	0	1,6	19,6
Centre-Ouest	54	34,1	0,9	0,7	1,3	9
Centre-Sud	44,1	35,7	0	0,6	0	19,6
Est	80,3	7,3	2,6	0,4	1,3	8,1
Hauts-Bassins	17,6	23,3	1,6	39,8	4,4	13,3
Nord	53,4	19,9	9,4	0	0	17,4
Plateau-Central	52,7	36,7	2,7	0	0,9	7
Sahel	80,9	6,1	1,4	0,2	0	11,4
Sud-Ouest	75,5	13,8	1,7	0	0	9
Total	52,1	25	3,2	3,9	0,8	15

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017

Tableau 15 : Suggestions relatives aux plages horaires

	Identifier les besoins des auditeurs	Diversifier des programmes	Réaliser les émissions sur les thématiques intéressantes	Initier les émissions interactives	Susciter la participation des femmes et des jeunes	Former les journalistes et animateurs de la radio	Recruter le personnel	Autre	Total
Boucle du Mouhoun	30,5	22,8	25,9	3,5	6,2	0,4	0	10,7	100
Cascades	29,7	25,2	16	3	10,9	3,7	0,9	10,9	100
Centre	14,6	17,8	15,3	2,1	4,7	6,3	1,9	37,4	100
Centre-Est	24,9	20,3	11,6	3,7	11,4	1,4	1	25,7	100
Centre-Nord	32,4	23,3	20,5	5,5	6,2	0,9	1	10,2	100
Centre-Ouest	32,4	21,4	14,2	10,4	8,3	1,1	1,5	10,8	100
Centre-Sud	26,7	24,7	16,8	5,8	4,9	6,1	2	13	100
Est	25	25	36,2	4,9	5,6	0,7	0,1	2,4	100
Hauts-Bassins	26,5	25,3	25,8	6,6	8,3	1,9	0,3	5,2	100
Nord	36	21,6	14,4	5,9	8,4	1,6	2,5	9,5	100
Plateau-Central	31,6	22,3	18,7	11,9	6,1	4,6	2,4	2,5	100
Sahel	31,7	15,4	15,1	4,6	10,7	3,1	3,5	15,9	100
Sud-Ouest	37,4	31,1	22,9	0,7	3,2	0,5	0,9	3,4	100
Total	28	22,2	19,8	5,2	7,1	2,5	1,3	13,9	100

Source : Données de l'enquête, Octobre 2017