

Dépêche No. 1202 | 13 juillet 2026

La radio maintient sa domination malgré l'essor des réseaux sociaux et d'Internet dans le paysage médiatique au Bénin

Dépêche No. 1202 d'Afrobarometer | Joao Babadoudou

Résumé

Dans un contexte démocratique en constante évolution, l'accès à une information fiable et diversifiée constitue un pilier fondamental de la gouvernance participative et de l'engagement citoyen (Votmer & Sorensen, 2019). Alors que le paysage médiatique africain connaît une transformation rapide avec la multiplication des canaux d'information, comprendre comment les citoyens s'informent et quelles sources ils privilégient devient un enjeu stratégique majeur (Ojokrotu, 2023 ; Wasserman, 2010).

Pour les politiques, cette compréhension est essentielle à l'élaboration de campagnes électorales efficaces (Hniche & Amara, 2023). Les recherches récentes sur les campagnes politiques en Afrique subsaharienne montrent que savoir quels médias touchent réellement la population, lesquels jouissent de la plus grande crédibilité, et comment les préférences varient selon les profils démographiques permet d'adapter les messages et de maximiser leur portée auprès des différentes catégories de citoyens (Abboud, Ajwang, & Lugano, 2024).

Au-delà du contexte des élections, ces données revêtent une importance capitale pour la gouvernance quotidienne. Les gouvernements, les organisations de la société civile et les partenaires au développement ont besoin d'identifier les canaux les plus efficaces pour diffuser les informations sur les politiques publiques, les messages de santé publique, les réformes institutionnelles et promouvoir la redevabilité (Okoro, 2018). Une communication gouvernementale efficace pourrait reposer sur la connaissance précise des habitudes informationnelles des populations, comme le soulignent les travaux sur la transformation numérique de la gouvernance en Afrique d'Ojokrotu (2023).

Les données d'Afrobarometer offrent ainsi un aperçu unique et empirique des pratiques informationnelles des citoyens béninois, permettant aux décideurs d'élaborer des stratégies de communication fondées sur des données probantes plutôt que sur des présomptions.

Au Bénin, la radio demeure le média dominant, tant en matière d'équipement des ménages que de consommation de l'information, même si les réseaux sociaux et Internet connaissent une progression fulgurante.

Malgré cette diversification des canaux d'information, peu de citoyens participent activement au débat public en contactant les médias ou en publiant des opinions politiques en ligne.

Les Béninois réaffirment toutefois leur attachement au rôle de contre-pouvoir des médias et à la liberté de la presse. En revanche, moins de la moitié estiment que les médias exercent effectivement leurs activités à l'abri de la censure ou de l'ingérence gouvernementale, révélant un décalage entre les aspirations des citoyens et leurs perceptions de la réalité.

L'enquête Afrobarometer

Afrobarometer est un réseau panafricain et non-partisan de recherche par sondage qui produit des données fiables sur les expériences et appréciations des Africains relatives à la démocratie, à la gouvernance et à la qualité de vie. Dix rounds d'enquêtes ont été réalisés dans un maximum de 45 pays depuis 1999. Les enquêtes du Round 11 ont été lancées en mai 2026. Afrobarometer réalise des entretiens face-à-face dans la langue du répondant avec des échantillons représentatifs à l'échelle nationale.

Cette dépêche est basée sur les résultats de l'enquête du Round 10, pour lequel l'équipe d'Afrobarometer au Bénin, conduite par l'Innovante Recherche en Économie et Gouvernance (IREG), s'est entretenue avec 1.200 adultes béninois en janvier 2024. Un échantillon de cette taille produit des résultats nationaux avec des marges d'erreur de +/-3 points de pourcentage à un niveau de confiance de 95%. Des enquêtes ont été précédemment réalisées au Bénin en 2005, 2008, 2011, 2014, 2017, 2020 et 2022.

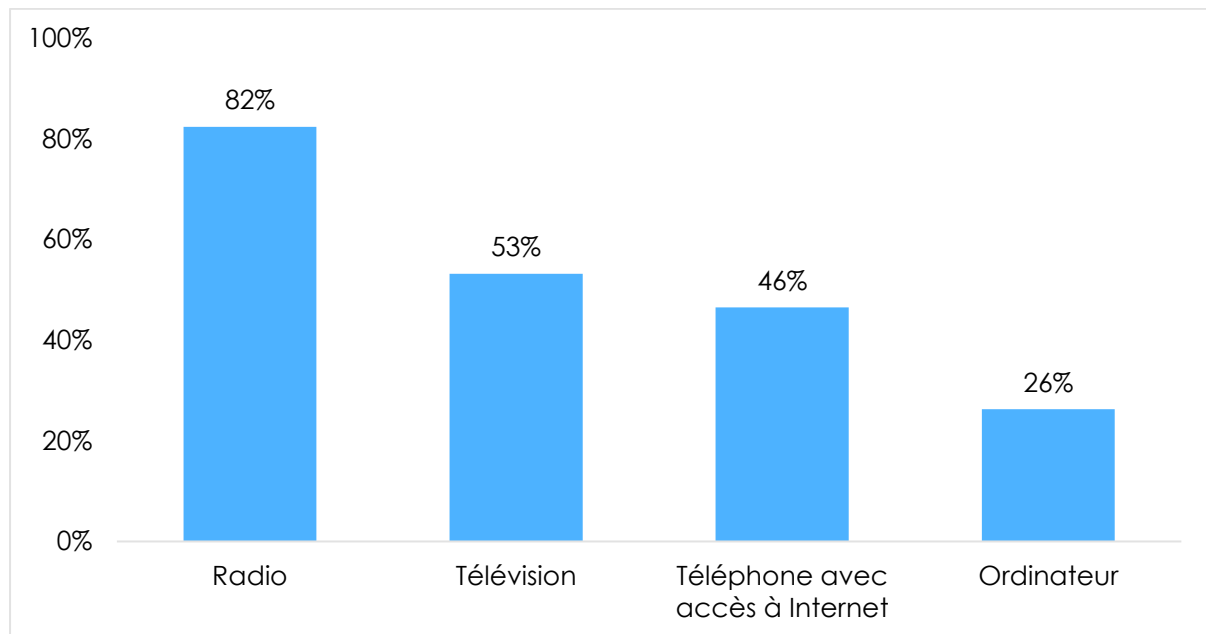
Résultats clés

- La majorité (82%) des ménages béninois possèdent une radio, alors qu'environ la moitié (53%) possèdent un poste téléviseur (53%) et/ou un téléphone portable avec accès à Internet (46%). Seuls 26% disent posséder un ordinateur.
- La radio constitue la principale source d'information au Bénin, près des trois quarts (72%) des citoyens déclarant s'y informer « quelques fois par semaine » ou « tous les jours ». En comparaison, 46% s'informent régulièrement via les réseaux sociaux, 36% par la télévision, 29% par Internet et 14% par la presse écrite.
 - Entre 2014 et 2024, l'utilisation régulière des réseaux sociaux et d'Internet s'est fortement accrue, étant multipliée par huit et par près de cinq respectivement.
- Seule une petite minorité de citoyens disent avoir contacté les médias (5%) ou publié des opinions sur la politique ou les affaires communautaires sur les réseaux sociaux (3%) au cours des 12 derniers mois.
- Près de sept Béninois sur 10 (68%) estiment que les médias devraient constamment enquêter et publier sur la corruption et les erreurs du gouvernement.
- La majorité (69%) des Béninois estiment que les médias devraient être libres de publier n'importe quelles opinions ou idées sans le contrôle du gouvernement.
- Cependant, en pratique, seuls 45% des Béninois déclarent que les médias sont « assez » ou « entièrement » libres de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement.

Possession d'outils d'accès à l'information

La radio est massivement présente dans les foyers béninois : 82% des ménages en possèdent une (Figure 1). Les autres moyens de communication restent, en revanche, beaucoup moins accessibles. Environ la moitié des ménages disposent d'une télévision (53%) et/ou d'un téléphone avec accès à Internet (46%), tandis que seulement 26% possèdent un ordinateur.

Figure 1 : Possession d'outils d'accès à l'information | Bénin | 2024



Questions posées aux répondants :

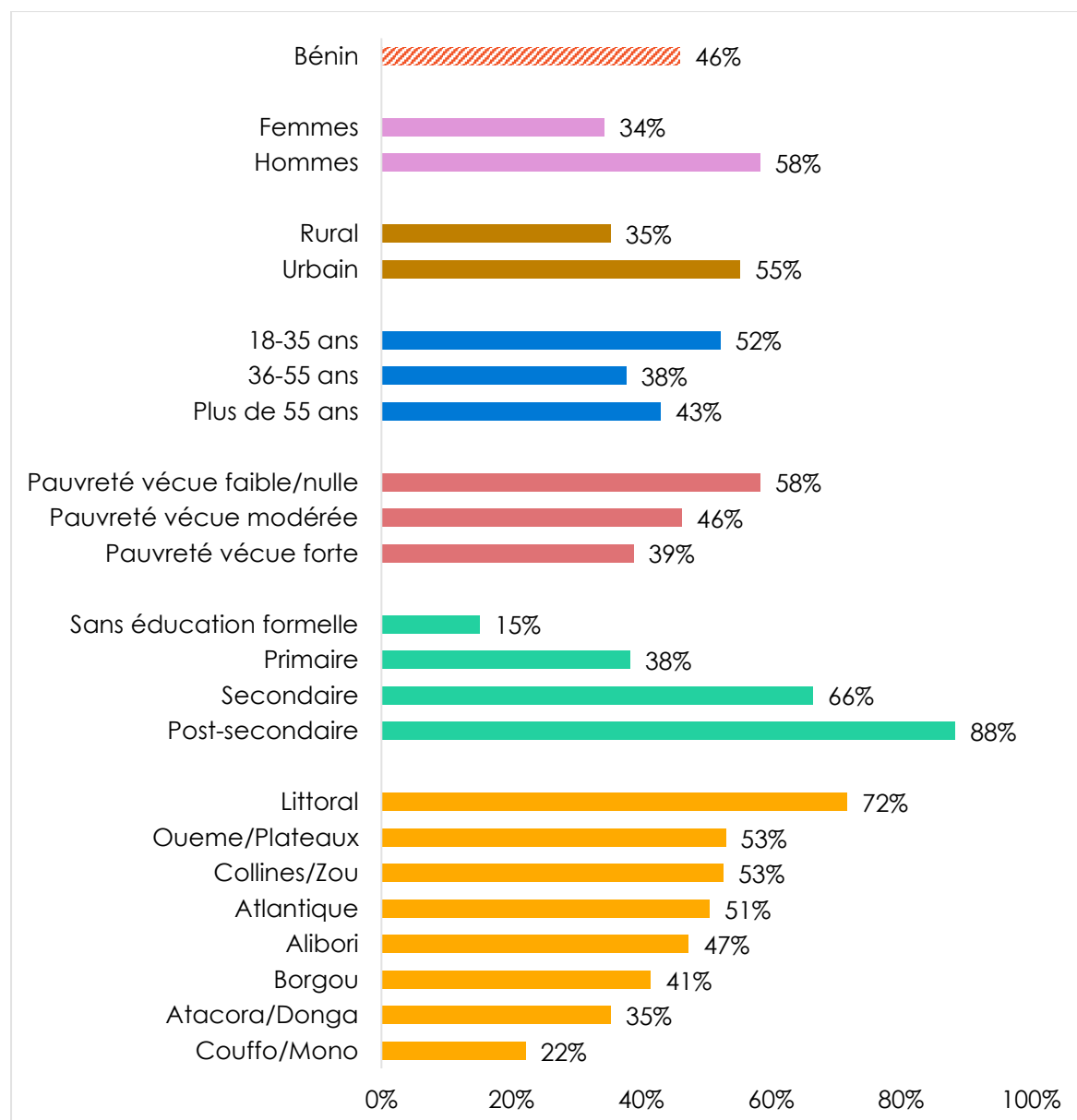
*Lesquels de ces biens possédez-vous personnellement : Téléphone portable ? Radio ? Télévision ? Ordinateur ? [Si non :] Un autre membre de votre ménage en possède-t-il ? (% qui disent « oui, personnellement » ou « oui, quelqu'un d'autre dans le ménage en possède »)
Votre téléphone a-t-il un accès à Internet ? (% qui disent « oui »)*

La possession d'un téléphone avec accès à Internet est plus répandue chez les personnes les plus instruites (88%), les résidents du Littoral (72%), les hommes (58%), les mieux nantis (58%)¹ et les citadins (55%) que chez les personnes sans instruction formelle (15%), les résidents des autres régions – notamment du Couffo/Mono (22%) –, les femmes (34%), les pauvres (39%) et les habitants des zones rurales (35%) (Figure 2).

Pour sonder vous-même ces données, veuillez
visiter notre outil d'analyse en ligne au
www.afrobarometer.org/online-data-analysis.

¹ L'Indice de la Pauvreté Vécue (IPV) d'Afrobarometer mesure les niveaux de privation matérielle des répondants en demandant à quelle fréquence eux-mêmes ou leurs familles ont dû vivre sans les nécessités de base (assez de nourriture pour manger à sa faim, assez d'eau pour les besoins domestiques, les soins médicaux, assez de combustible pour la cuisson des repas, et un revenu en espèces) au cours de l'année précédente. Voir Mattes et Lekalake (2025) pour plus d'informations sur la pauvreté vécue.

Figure 2 : Possession d'un téléphone portable avec accès à Internet | par groupe démographique | Bénin | 2024

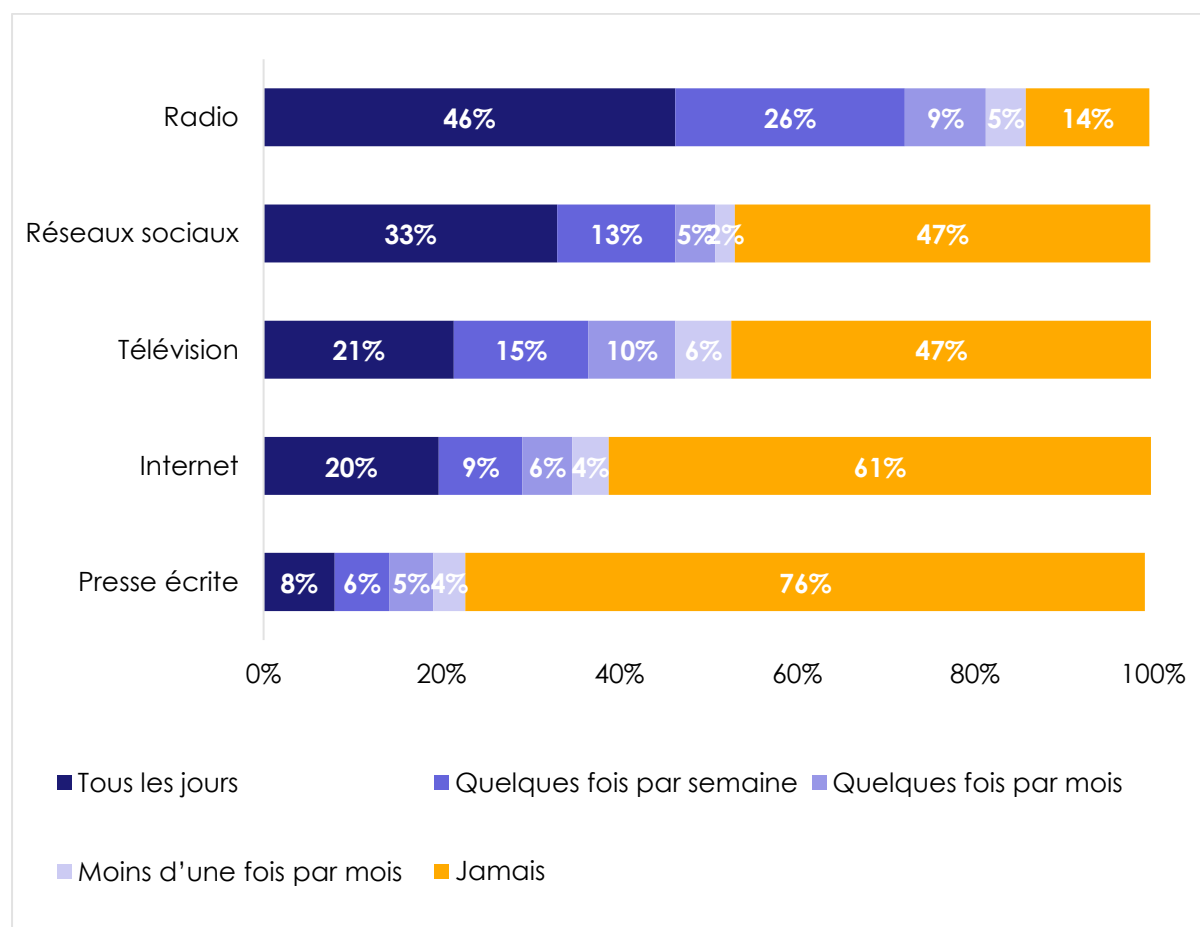


Question posée aux répondants : Lesquels de ces biens possédez-vous personnellement : Téléphone portable ? [Si oui :] Votre téléphone a-t-il un accès à Internet ? (% qui disent qu'ils possèdent un téléphone mobile avec accès à Internet)

Consommation de l'information et engagement médiatique

La radio demeure de loin la source d'information la plus consultée au Bénin, avec 72% des répondants déclarant s'informer via ce média « quelques fois par semaine » ou « tous les jours » (Figure 3). Les réseaux sociaux arrivent en deuxième position (46%), devant la télévision (36%) et Internet (29%). La presse écrite se positionne comme la source d'information la moins consultée, avec seulement 14% des Béninois déclarant s'y référer régulièrement. Cette hiérarchie reflète les différences d'accessibilité observées précédemment, la radio maintenant son statut de média dominant pour l'information au Bénin.

Figure 3 : Fréquence d'accès à l'information | Bénin | 2024



Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes : Radio ? Télévision ? Presse écrite ? Les réseaux sociaux tels que Facebook, Twitter, WhatsApp, ou autres ? Autres sources d'information sur Internet ?

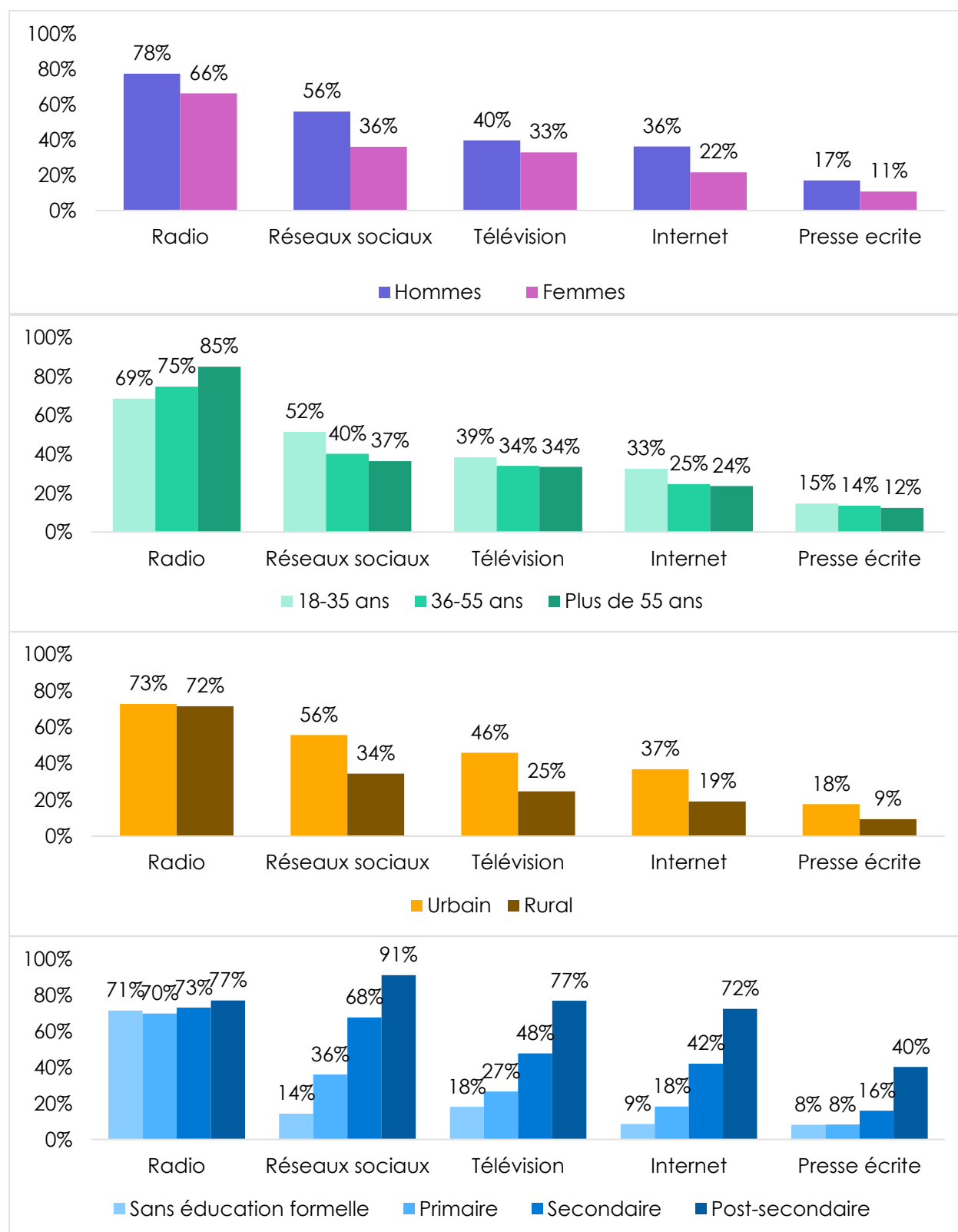
Quel que soit le média considéré, les hommes déclarent accéder plus régulièrement à l'information que les femmes, avec un écart pouvant atteindre 20 points de pourcentage pour les réseaux sociaux (Figure 4).

L'accès à l'information varie également selon l'âge. L'utilisation de la radio croît avec l'âge, passant de 84% chez les 18-35 ans à 91% chez les personnes de plus de 55 ans. A l'inverse, le recours aux réseaux sociaux, à la télévision et à Internet diminue avec l'âge, l'écart atteignant 15 points de pourcentage entre les jeunes et les plus de 55 ans pour les réseaux sociaux.

Le milieu de résidence influence également les habitudes d'information. Les habitants des zones urbaines utilisent plus fréquemment l'ensemble des médias que ceux des zones rurales, avec un écart particulièrement marqué pour les réseaux sociaux (22 points de pourcentage).

Enfin, les personnes ayant un niveau d'études post-secondaire accèdent plus régulièrement à l'information que les personnes sans instruction, quel que soit le média considéré. L'écart est particulièrement important pour les réseaux sociaux, où il atteint 77 points de pourcentage.

Figure 4 : Accès fréquent à l'information | par groupe démographique | Bénin
| 2024



Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes ? (% qui disent « quelques fois par semaine » ou « tous les jours »)

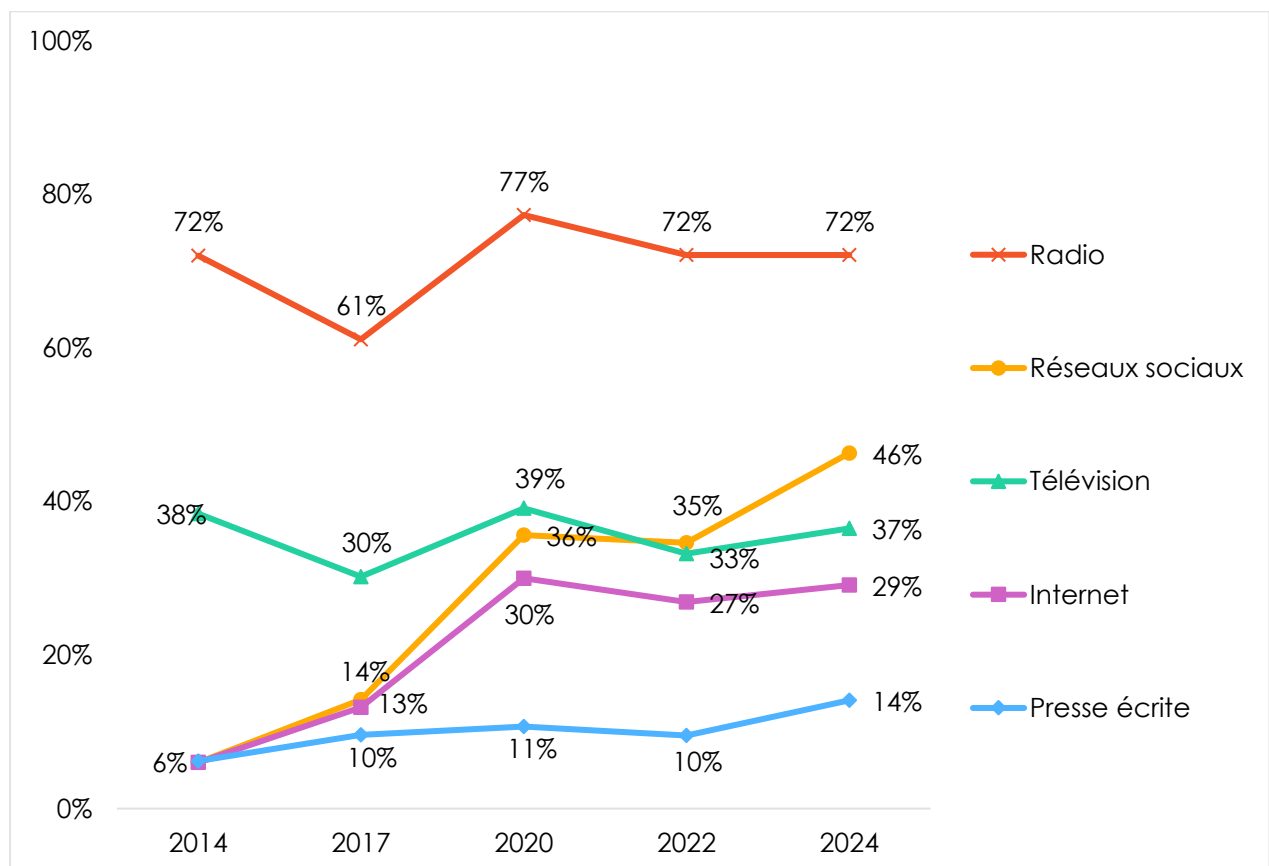
Depuis 2014, la radio demeure de loin la source d'information principale des Béninois. Après une hausse significative entre 2017 (61%) et 2020 (77%), son audience s'est stabilisée autour de 72% depuis 2022 (Figure 5). Elle continue ainsi de devancer largement les autres médias, confirmant son statut de principal canal d'information du pays.

Le changement le plus visible concerne les réseaux sociaux et Internet. Entre 2014 et 2024, la proportion de Béninois qui s'informent régulièrement par les réseaux sociaux a été multipliée par huit, passant de 6% à 46%, tandis que celle des utilisateurs réguliers d'Internet a presque quintuplé, de 6% à 29%.

En revanche, le recours à la télévision est resté globalement stable par rapport à 2014, alors que la fréquentation régulière de la presse écrite a plus que doublé, passant de 6% à 14%.

Ces évolutions témoignent de la progression rapide des technologies numériques et de l'intégration croissante des réseaux sociaux dans les habitudes d'information des Béninois, sans remettre en cause la prédominance de la radio.

Figure 5 : Accès fréquent à l'information | Bénin | 2014-2024

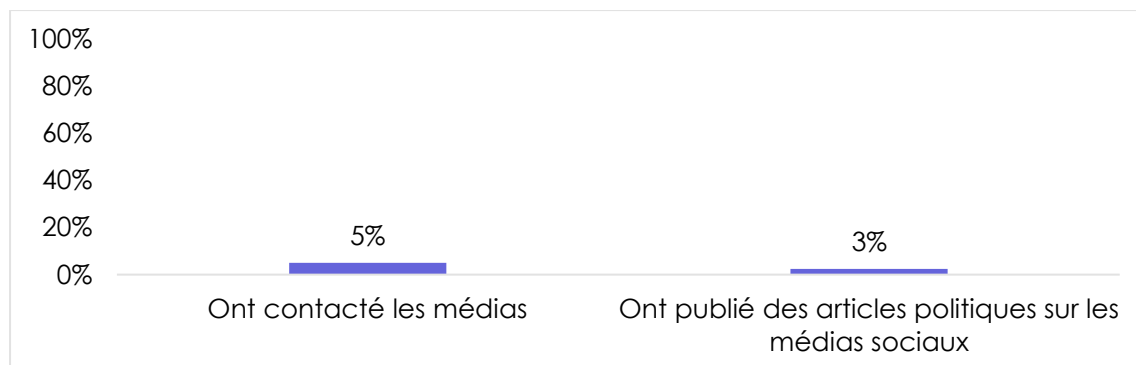


Questions posées aux répondants : Combien de fois recevez-vous des informations provenant des sources suivantes ? (% qui disent « quelques fois par semaine » ou « tous les jours »)

Au-delà de l'accès aux différents médias, il importe également d'examiner la manière dont les Béninois interagissent avec l'information, notamment à travers leur engagement avec les médias et les réseaux sociaux.

Seule une faible minorité de Béninois déclarent avoir contacté les médias (5%) ou publié des articles ou des contenus sur la politique ou les affaires communautaires sur les réseaux sociaux (3%) au cours des 12 derniers mois (Figure 6).

Figure 6 : Engagement avec les médias | Bénin | 2024



Questions posées aux répondants : Voici une liste d'actions que les gens entreprennent parfois en tant que citoyens. Pour chacune d'entre elles, veuillez me dire si vous avez personnellement fait l'une de ces choses au cours des 12 derniers mois :

Contacter les médias, par exemple en appelant une émission de radio ou en écrivant une lettre à un journal ?

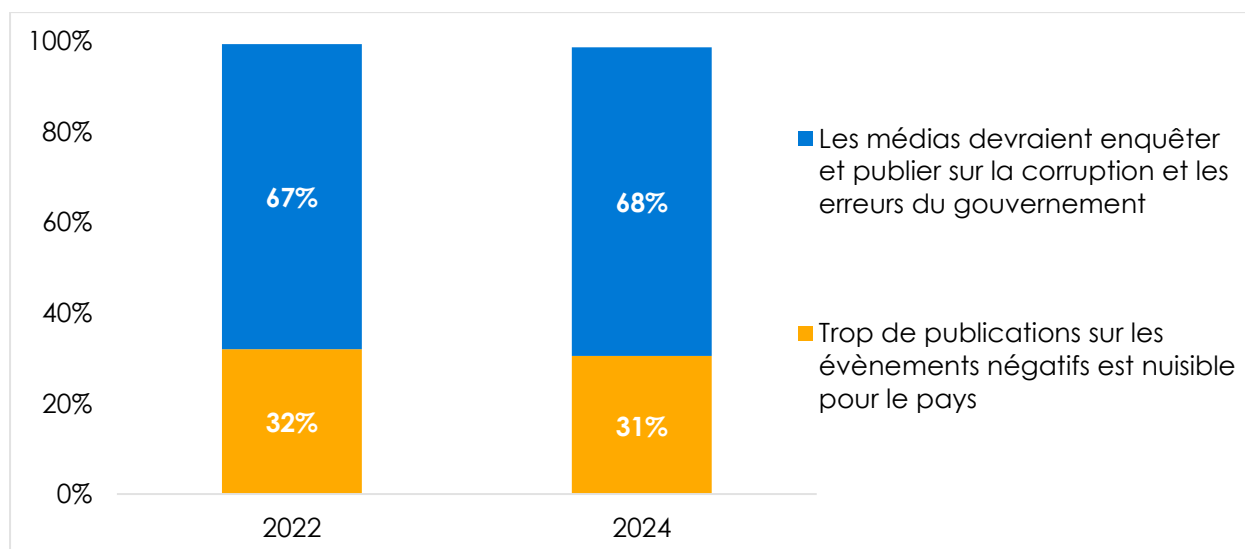
Publier des articles sur la politique ou les affaires communautaires sur les médias sociaux ?

(% qui disent « une ou deux fois », « quelques fois » ou « souvent »)

Rôle et liberté des médias

L'enquête examine également les perceptions des citoyens concernant le rôle des médias et la liberté dont ils disposent pour exercer leurs activités. La majorité (68%) des Béninois estiment que les médias devraient constamment enquêter et publier des informations sur la corruption et les erreurs du gouvernement (Figure 7). Ce soutien au rôle de veille des médias est resté globalement stable depuis 2022 (67%).

Figure 7 : Médias contrôlent le gouvernement vs. évitent les rapports négatifs | Bénin | 2022-2024



Question posée aux répondants : Laquelle des affirmations suivantes est la plus proche de votre opinion ?

Affirmation 1 : Les médias devraient constamment enquêter et publier sur la corruption et les erreurs du gouvernement.

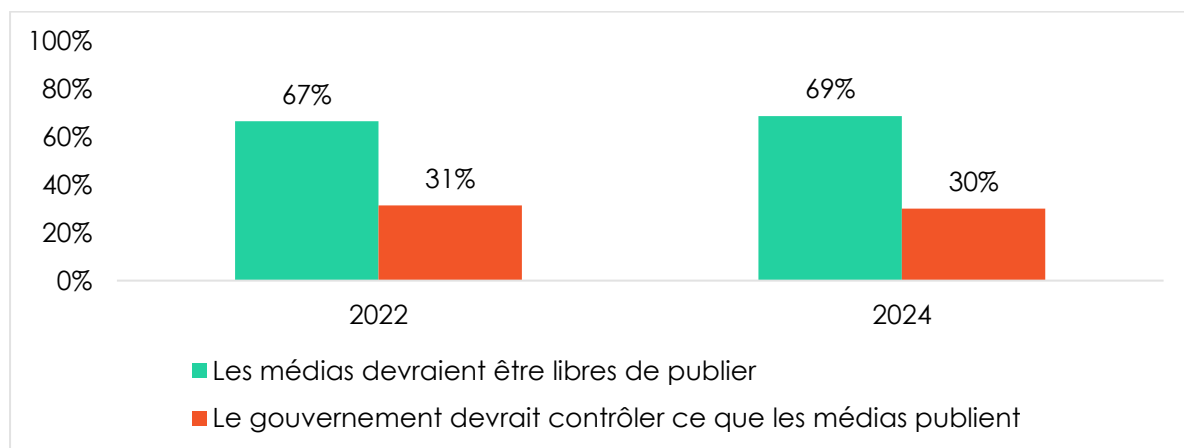
Affirmation 2 : Trop de publications sur les événements négatifs comme la corruption et les erreurs du gouvernement sont nuisibles au pays.

Dans le même esprit, près de sept Béninois sur 10 (69%) estiment que les médias devraient pouvoir publier librement sans contrôle gouvernemental (Figure 8). Ce soutien à la liberté de la presse n'a pas non plus évolué de manière significative depuis 2022 (67%).

Cependant, moins de la moitié (45%) considèrent que les médias au Bénin sont « assez libres » ou « entièrement libres » de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement (Figure 9)².

La perception selon laquelle les médias sont libres est plus répandue parmi les habitants de l'Atacora/Donga (55%), les répondants sans instruction formelle (53%), les résidents des zones rurales (49%), les pauvres (48%) et les femmes (47%) que parmi les habitants des autres régions – notamment du Borgou (25%) – ainsi que les répondants les plus instruits (23%), les citadins (42%), les nantis (43%) et les hommes (43%) (Figure 10).

Figure 8 : Soutien à la liberté des médias de publier vs. au contrôle gouvernemental
| Bénin | 2022-2024

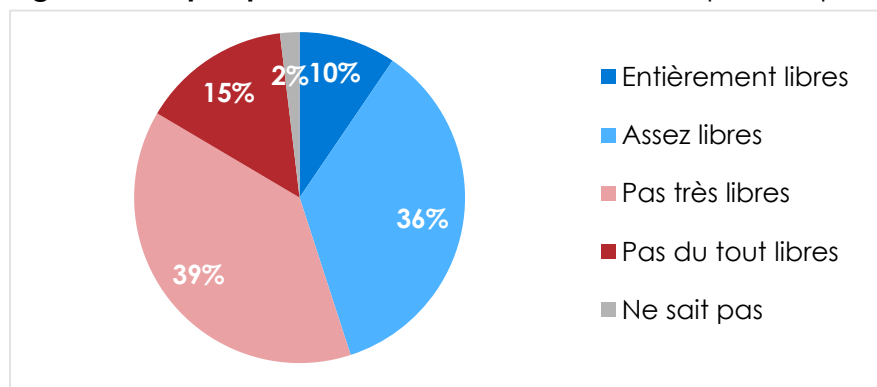


Question posée aux répondants : Laquelle des affirmations suivantes est la plus proche de votre opinion ?

Affirmation 1 : Les médias devraient être libres de publier n'importe quelles opinions ou idées sans le contrôle du gouvernement.

Affirmation 2 : Le gouvernement devrait pouvoir interdire aux médias de publier des choses qu'il désapprouve.

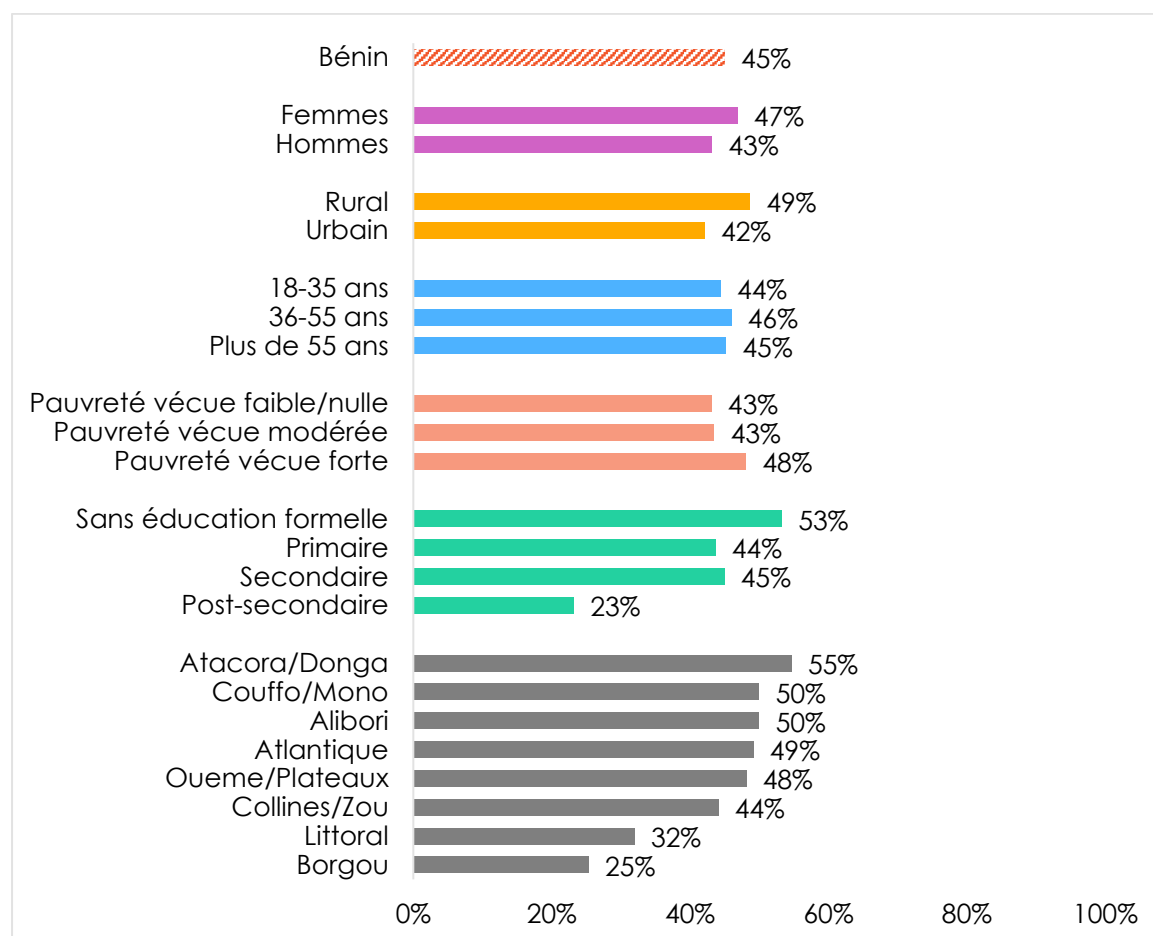
Figure 9 : A quel point les médias sont-ils libres ? | Bénin | 2024



Question posée aux répondants : A votre avis, à quel point les médias sont-ils libres dans ce pays de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement ?

² En raison des arrondis, les pourcentages des catégories combinées indiqués dans le texte pourraient légèrement différer de la somme des sous-catégories indiquées dans les figures (par exemple, 10% « entièrement libres » et 36% « assez libres » donnent une somme de 45%).

Figure 10 : Les médias sont libres | par groupe démographique | Bénin | 2024



Question posée aux répondants : A votre avis, à quel point les médias sont-ils libres dans ce pays de diffuser et de commenter l'actualité sans censure ni ingérence du gouvernement ? (% qui disent « assez libres » ou « entièrement libres »)

Conclusion

Cette analyse des données d'Afrobarometer révèle un paysage médiatique béninois caractérisé par la persistance de la radio comme média dominant et accessible à tous, contrastant avec l'accès encore limité et inégal à la télévision et aux technologies numériques.

L'essor remarquable des réseaux sociaux au cours de la dernière décennie illustre une transformation des habitudes informationnelles, particulièrement marquée chez les populations éduquées et urbanisées. Les disparités observées selon les groupes démographiques soulignent l'importance pour les acteurs politiques et gouvernementaux d'adapter leurs stratégies de communication aux réalités plurielles du terrain.

Enfin, alors que le principe de liberté des médias bénéficie d'un large soutien populaire, les perceptions quant à son application effective demeurent partagées, offrant ainsi un tableau nuancé de l'environnement médiatique tel que perçu par les citoyens béninois.

Références

- Abboud, E., Ajwang, F., & Lugano, G. (2024). Social media and politics as usual? Exploring the role of social media in the 2022 Kenyan presidential election. *Journal of Eastern African Studies*, 18(2), 321-343.
- Hniche, O., & Amara, A. (2023). Le marketing politique : L'art de convaincre les électeurs, étude de benchmark entre la France et le Maroc. *European Scientific Journal*, 23, 168.
- Mattes, R., & Lekalake, R. (2025). Décennie de misère ? La pauvreté vécue sévère explose dans de nombreux pays africains. Dépêche No. 943 d'Afrobarometer.
- Ojakorotu, V. (2023). Digitalization, politics, and governance in Africa. *E-Journal of Humanities, Arts and Social Sciences*, 1-2.
- Okoro, E. (2018). Development communication and politics in sub-Saharan Africa: Analyzing media's impact on governance and political participation. *International Journal of Language & Literature*, 6(2).
- Voltmer, K., & Sorensen, L. (2019). Media, power, citizenship: The mediatization of democratic change. In K. Voltmer, C. Christensen, I. Neverla, N. Stremlau, B. Thomass, N. Vladislavljević, & H. Wasserman (Éds.), *Media, communication and the struggle for democratic change* (pp. 35-58).
- Wasserman, H. (2010). Popular media, democracy and development in Africa. Routledge.

Joao Babadoudou est chargé de la qualité des données d'Afrobarometer pour l'Afrique francophone basé à l'Innovante Recherche Economie et Gouvernance (IREG). Email : joababadoudou@gmail.com

Afrobarometer, une organisation à but non-lucratif dont le siège se trouve au Ghana, est un réseau panafricain et indépendant de recherches. La coordination régionale de 40 partenaires nationaux est assurée par le Ghana Center for Democratic Development (CDD-Ghana), l'Institute for Justice and Reconciliation (IJR) en Afrique du Sud, l'Institute for Development Studies (IDS) de l'University of Nairobi au Kenya et l'Innovante Recherche en Economie et Gouvernance (IREG) au Bénin. Michigan State University et l'University of Malawi apportent un appui technique au réseau.

Afrobarometer bénéficie du soutien financier de la Suède à travers l'Agence Suédoise de Coopération pour le Développement International, de l'Agence Norvégienne de Coopération pour le Développement via le projet Think Africa de la Banque Mondiale, de la Fondation Mo Ibrahim, des Open Society Foundations - Africa, de Luminata, de la Fondation Ford, de la Fondation William et Flora Hewlett, de la Fondation Mastercard, de la Fondation David et Lucile Packard, de la Fondation Obama, de la Fondation Rockefeller, de la Commission de l'Union Européenne, du Groupe de la Banque Mondiale, du Population Institute, du Centre for International Governance Innovation, du Centre de Recherches pour le Développement International (CRDI), de l'Ambassade Royale du Danemark en Ouganda/Danida, de l'Ambassade du Royaume des Pays-Bas en Ouganda et du Ministère Fédéral Allemand de la Coopération Economique et du Développement (BMZ) soutenu par la Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Les dons permettent à Afrobarometer de donner la parole aux citoyens africains. Veuillez envisager de faire un don à Afrobarometer. Pour faire un don en ligne, veuillez suivre ce [lien](#) ou ce [lien](#). Pour discuter du financement institutionnel, contactez Felix Biga (felixbiga@afrobarometer.org) ou Runyararo Munetsi (runyararo@afrobarometer.org).

Pour plus d'informations, veuillez visiter le www.afrobarometer.org.

Suivez nos publications à #VoicesAfrica.



Dépêche No. 1202 d'Afrobarometer | 13 juillet 2026