



LE RENDEZ-VOUS
CÔTE D'IVOIRE 2030
GROUPE CONSULTATIF
POUR LE FINANCEMENT DU PND 2026-2030



**MINISTÈRE DU PLAN
ET DU DÉVELOPPEMENT**

**GROUPE CONSULTATIF POUR
LE FINANCEMENT DU
PND 2026-2030**

08 - 09 JUILLET 2026

**FICHE D'OPPORTUNITÉ D'INVESTISSEMENT
COMMUNICATION ET MEDIAS**

Communication Publicitaire



DESCRIPTION DU SECTEUR

AMBITION DE LA CÔTE D'IVOIRE DANS LE SECTEUR/DOMAIN

Le secteur de la publicité et de la communication en Côte d'Ivoire regroupe les agences de communication, les régies publicitaires, les agences événementielles et les prestataires de communication institutionnelle. Abidjan constitue aujourd'hui le principal hub publicitaire de l'espace UEMOA, traduisant l'ambition du pays de devenir un pôle régional des services créatifs et numériques.

IMPORTANCE DU SECTEUR/DOMAIN DANS L'ÉCONOMIE IVOIRIENNE

Le secteur joue un rôle stratégique dans le développement économique, la promotion des marques et l'attractivité des investissements. Le marché est porté par les grands annonceurs des télécommunications, de la banque, des brasseries et de la grande distribution.

PERFORMANCES / PALMARÈS DE LA CÔTE D'IVOIRE DANS LE SECTEUR/DOMAIN AU NIVEAU ÉCONOMIQUE ET SOCIAL

ÉCONOMIQUE

La publicité télévisuelle demeure dominante, mais le numérique connaît une forte croissance grâce à l'essor des réseaux sociaux et à une population jeune et connectée, avec plus de 8,4 millions d'utilisateurs actifs en 2025. Cette dynamique favorise l'innovation, la création d'emplois et le développement de nouveaux métiers liés au marketing digital et aux contenus numériques.

RAPPEL DE DOCUMENTS STRATÉGIQUES SECTORIELS

- Plan National de Développement (PND) 2026-2030
- Politique Nationale de la Communication (PONACOM) 2026-2030
- Stratégie Nationale de développement du Numérique en Côte d'Ivoire

COMPARAISON DES STATISTIQUES AU NIVEAU MONDIAL, AFRICAIN OU RÉGIONAL

MONDIAL

Les dépenses publicitaires mondiales ont atteint environ 1 170 milliards de dollars en 2025, tirées principalement par le numérique (réseaux sociaux, search, retail media),

AFRICAIN

Les dépenses publicitaires sur le continent africain ont atteint environ 11,5 milliards de dollars en 2024, en hausse de plus de 20 % par rapport à 2019, avec l'Afrique du Sud en tête, suivie du Nigeria et du Maroc.

RÉGIONAL

La Côte d'Ivoire s'est imposée comme l'un des nouveaux relais de croissance du marché publicitaire en Afrique subsaharienne francophone, aux côtés du Sénégal et du Cameroun





LE POTENTIEL DU SECTEUR




DEMANDE

- Les investissements publicitaires télévisuels ont atteint **3,04 milliards FCFA au premier trimestre 2022**, ce qui projette un marché annuel estimé à **environ 12 milliards FCFA**, confirmant une demande soutenue en espaces publicitaires audiovisuels.
- Le marché national bénéficie d'une croissance continue de la consommation de contenus digitaux, soutenue par l'augmentation du taux de pénétration des smartphones, l'extension de la couverture 4G et l'essor du commerce électronique.

AVANTAGES COMPARATIFS

- La Côte d'Ivoire constitue une plateforme stratégique pour le marché publicitaire de l'Afrique de l'Ouest francophone, grâce à sa stabilité économique, son dynamisme entrepreneurial et sa position de hub régional.
- La croissance structurelle de la publicité digitale offre des opportunités de diversification des supports et d'innovation dans les formats publicitaires (programmatique, contenus sponsorisés, influence marketing).

	<p>CAPITAL HUMAIN</p> <ul style="list-style-type: none"> • La Côte d'Ivoire dispose d'un vivier croissant de professionnels dans les métiers de la communication, du marketing digital, de la production audiovisuelle et de l'analyse de données, issus notamment des universités, écoles de commerce et instituts spécialisés. • L'essor des agences digitales locales contribue à la montée en compétences dans les domaines du community management, du référencement, de la création de contenus et de la publicité ciblée. • La jeunesse de la population ivoirienne, fortement connectée et familiarisée avec les outils numériques, constitue un levier important pour l'innovation dans les stratégies publicitaires. <p>DISPONIBILITÉ / ACCÈS AUX MATIÈRES PREMIÈRES</p> <p>Le secteur repose principalement sur des infrastructures technologiques et numériques : connectivité internet, équipements audiovisuels, plateformes digitales et solutions logicielles, dont l'accès s'améliore grâce aux investissements dans les télécommunications.</p> <p>NOMBRE D'EMPLOIS ATTENDUS</p> <p>Le développement du marché publicitaire pourrait générer des emplois directs dans les métiers de conception-rédaction, graphisme et motion design, production audiovisuelle, achat média, gestion de campagnes digitales et analyse de performance marketing.</p>
 <p>LES ATOUTS</p>	<p>CADRE RÉGLEMENTAIRE / INSTITUTIONS PUBLIQUES</p> <ul style="list-style-type: none"> • Loi n°2013-546 relative aux transactions électroniques cadre des contrats et opérations publicitaires numériques. • Loi n°2013-450, Protection des données à caractère personnel applicable à toutes les plateformes numériques collectant des données utilisateurs. • Loi n°2020-522 du 16 juin 2020 portant régime juridique de la communication publicitaire. • Conseil Supérieur de la Publicité. • Brigade de la Communication Publicitaire. <p>ÉLIGIBILITÉ AU CODE DES INVESTISSEMENTS</p> <p>Le secteur communication publicitaire est éligible au Code des Investissements ivoirien (Ordonnance n°2018-646).</p> <p>INCITATIONS FISCALES À L'INVESTISSEMENT</p> <ul style="list-style-type: none"> • Exonération partielle des droits de douane sur les équipements numériques et d'affichage. • Exonération et/ou suspension de TVA sur les investissements éligibles. • Exonération partielle ou totale de l'impôt synthétique (5 à 15 ans). • Exonération d'impôts et taxes divers. <p>DISPONIBILITÉ DE LA QUALITÉ DE MAIN D'ŒUVRE ET D'INFRASTRUCTURES DE SOUTIEN AU SECTEUR</p> <ul style="list-style-type: none"> • 5 206 km de fibre optique et connectivité de 220 Gbit/s base pour la diffusion numérique. • Taux de couverture électrique national de 88,7%, objectif couverture totale à horizon PND 2026-2030. • Zone Franche VITIB de Grand Bassam, infrastructure d'accueil des entreprises numériques.
 <p>LES OPPORTUNITÉS D'INVESTISSEMENTS</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'agences de communication intégrée (brand strategy, digital, événementiel, relations publiques) à vocation panafricaine. • Développement de régies publicitaires numériques spécialisées dans le marché ivoirien et sous-régional (achat programmatique, data marketing). • Plateformes d'influence marketing et de gestion de campagnes multicanaux adaptées aux marchés africains. • Agences spécialisées dans la communication institutionnelle et gouvernementale (relations presse, communication de crise, plaidoyer).

	<ul style="list-style-type: none"> • Création de sociétés d'affichage numérique (Digital Out-of-Home / DOOH) dans les zones urbaines d'Abidjan et des grandes villes. • Centres de formation en communication digitale, marketing de contenu et gestion des réseaux sociaux.
 <p>LES ACTEURS CLÉS DU SECTEUR</p>	<p>SECTEUR PUBLIC</p> <ul style="list-style-type: none"> • Ministère de la communication • Conseil Supérieur de la Publicité (CSP) • Agence de Régulation des Télécommunications de Côte d'Ivoire (ARTCI) • Agence Nationale de la Presse • Brigade de la Communication Publicitaire.
 <p>LES RÉGIONS CONCERNÉES</p>	<p>Sur toute l'étendue du territoire</p>
 <p>QUELQUES LIENS UTILES</p>	<ul style="list-style-type: none"> • https://communication.gouv.ci/ • https://rtiplay.ci/ • https://anp.ci/ • https://www.haca.ci/ • https://csp.communication.gouv.ci/