



Le Griot du Jour

« Ce qui est dit ne meurt pas. »

KIT MÉDIA — SEPTEMBRE 2026

Un journal du Mali paru chaque matin à six heures depuis le 28 juillet 2026, et une collection de récits d'histoire, « Ce jour-là », que l'Afrique de l'Ouest francophone regarde. Voici à qui il parle, ce qu'il propose aux marques et aux chaînes, et ce que cela coûte.

1 117 306

vues sur Facebook en 28
jours

231 464

vues d'au moins une
minute

27 716

abonnés Facebook, dont
25 495 gagnés sur la
période

74 438

réactions, commentaires et
partages

Le relevé

CE QUE DISENT LES TABLEAUX DE BORD	RELEVÉ
Vues sur Facebook, du 28 août au 24 septembre	1 117 306
Vues de trois secondes et plus	620 079
Vues d'une minute et plus	231 464
Temps de visionnage cumulé	628 jours
Visites de la page	28 219
Part des vues venues de personnes non abonnées	92,6 %
TikTok — abonnés, et vues sur sept jours	8 400 · 301 700
YouTube — abonnés, vues et heures sur 28 jours	860 · 20 097 · 1 400 h

Relevé le 25 septembre 2026 dans les tableaux de bord Meta, TikTok et YouTube de la rédaction. La page Facebook a décollé le 21 septembre avec la collection « Ce jour-là » : l'essentiel de ces vues date des derniers jours de la période. Ce kit est remis à jour chaque mois, à l'adresse www.griotdujour.com/sponsor.

Qui regarde

Des hommes à 95 %, entre 25 et 44 ans pour sept sur dix, dans les capitales. Le Mali n'est que le deuxième pays : la Côte d'Ivoire regarde davantage, et le Burkina Faso, le Sénégal et la Guinée suivent. C'est un public régional — celui des banques, des opérateurs et des assureurs qui travaillent dans plusieurs pays de l'UEMOA.

Pays

Côte d'Ivoire		28,7 %
Mali		21,4 %
Burkina Faso		14,5 %
Sénégal		8,6 %
Guinée		8,1 %
France		5,4 %

Villes

Bamako		30,7 %
Abidjan		27,1 %
Ouagadougou		13,6 %
Conakry		9,1 %
Dakar		5 %
Niamey		3,9 %

Âges

25 à 34 ans		43,2 %
35 à 44 ans		27,4 %
45 à 54 ans		10,3 %
18 à 24 ans		10,3 %

Où la vidéo est vue

Les verticales d'une minute sont vues à 99,8 % dans le fil des reels Facebook. Sur YouTube, un tiers des spectateurs (33,5 %) regardent les films longs sur un téléviseur.

Ce qui se regarde : « Ce jour-là »

Des récits de l'histoire du Mali et de l'Afrique de l'Ouest, de 1960 à 2013, racontés par la voix du Griot sur de vraies archives : une nuit d'août 1960 à Dakar, une chaise vide devant Jacques Chirac, une guerre de Noël, quatre refus faits à Paris, deux frères du désert. Chaque récit existe en film de 9 à 14 minutes sur YouTube et en trois verticales d'une minute sur Facebook, TikTok et YouTube. Les films portent le filigrane du Griot et citent leurs sources à l'écran.

Cinq films : **La Fédération du Mali** (Dakar, 20 août 1960, 11 min) · **La chaise vide** (Konaré et Chirac, Dakar 1995, 9 min) · **La guerre de Noël** (Mali et Burkina, décembre 1985, 11 min, à paraître) · **Les quatre refus** (A.T.T. et Sarkozy, 2007-2012, 14 min, à paraître) · **Deux frères du désert** (Gamou et Iyad Ag Ghali, 1990-2013, 12 min, à paraître).

Les vues se vérifient sur place

VUES

QUOI, ET OÙ LE COMPTEUR EST PUBLIC

195 700

« Dakar, nuit du 19 août 1960 » — la Fédération du Mali
verticale Facebook, 34 200 réactions, 7 400 partages, relevé le 24 septembre — facebook.com/reel/2340921330055606/

152 000

« La chaise vide » — Konaré face à Chirac, Dakar 1995
verticale Facebook, 6 700 réactions, 803 partages — facebook.com/reel/4400699266852002/

49 000

« En 1995, un président africain a dit non à Jacques Chirac »
verticale Facebook, 2 500 réactions — facebook.com/reel/2869416876773721/

19 000

« Fédération du Mali : la nuit où tout s'est brisé » — le film, 11 min
YouTube, trois jours après la mise en ligne — youtube.com/watch?v=HGIs9W_NSRk

4 300

« Il a dit non à Jacques Chirac : la chaise vide du Mali » — le film, 9 min
YouTube, le lendemain de la mise en ligne — youtube.com/watch?v=TzBdj2LmkC8

Les offres, et leurs prix

L'épisode présenté

200 000 FCFA *l'épisode*

Une verticale « Ce jour-là » d'une minute, publiée sur Facebook, TikTok et YouTube.

- Un carton « présenté par » de deux secondes à l'ouverture, votre logo au carton de fin.
- La mention en légende sur les trois plateformes, avec l'étiquette de partenariat rémunéré quand la plateforme la propose.
- Le relevé des vues à sept jours, plateforme par plateforme, captures à l'appui.

Le mois « Ce jour-là »

1 200 000 FCFA *le mois*

Douze verticales, trois par semaine, et les films longs publiés dans le mois, avec le même habillage. Une seule marque sur la collection pendant la période.

- Tout ce que comprend l'épisode présenté, douze fois.
- Votre logo et votre lien dans la description des films YouTube du mois.
- Un relevé chaque lundi.

Le film à la télévision

150 000 FCFA *par film et par chaîne*

Pour une chaîne de télévision : la licence de diffusion d'un film « Ce jour-là », non exclusive, pour un an et un territoire.

- Cinq films de 9 à 14 minutes, en 1080p, sous-titrés.
- Livrés avec le dossier des sources et des archives, et la licence écrite.
- Un tiers de nos spectateurs YouTube regardent déjà sur un téléviseur.

La réclame dans le journal

5 000 FCFA *le jour, 25 000 FCFA la semaine*

Une annonce d'époque dans la Une du matin, réécrite dans le ton du journal et signalée comme réclame. Elle se commande et se règle en ligne, sans nous écrire.

- Deux réclames au plus par édition.
- Dans le PDF envoyé aux abonnés et sur le site.

www.griotdujour.com/reclame

Ce que nous ne faisons pas

Le parrain ne touche pas au récit : ni au choix du sujet, ni au texte, ni au montage. Son nom est visible d'un bout à l'autre, jamais glissé dans l'histoire. Les prix ci-dessus sont les prix : pas de frais de dossier, pas de « à partir de » qui grimpe au moment de payer.

Nous refusons les partis et les candidats, les paris d'argent, l'alcool, les produits qui promettent de guérir et tout message qui voudrait passer pour une information.

Pour réserver. Écrivez à contact@griotdujour.com avec le nom de la marque, l'offre choisie, votre logo (PNG ou SVG) et la période souhaitée. Vous recevez sous deux jours ouvrés la date de diffusion et les modalités de règlement — Orange Money, Wave, Moov Money ou virement — à régler avant la première diffusion. Rien à installer, aucun rendez-vous à prendre.

La même page, tenue à jour : www.griotdujour.com/sponsor. Le journal : www.griotdujour.com. La collection : youtube.com/@legriotdujour et facebook.com/profile.php?id=61593024667590.