



**PROMOUVOIR  
DES MIGRATIONS  
SÛRES EN 2022**



La fresque de sensibilisation à Tripoli, Libye.  
Crédit photo : OIM/Rawand Alhares

# Promouvoir des Migrations sûres en 2022

Chère lectrice, cher lecteur,

Je me réjouis de vous présenter la troisième édition du rapport de l'OIM intitulé *Promouvoir des migrations sûres*. Elle met en lumière les apprentissages et les réalisations en matière de sensibilisation dans le cadre de l'initiative COMPASS (Coopération en matière de migration et partenariats pour des solutions durables, *Cooperation on Migration and Partnerships to Achieve Sustainable Solutions*) et des interventions connexes, telles que *Migrants comme messagers (Migrants as Messengers, MaM)* et OIM X.

Les actions de sensibilisation contribuent à améliorer la capacité des communautés cibles à forte mobilité à faciliter la protection des migrants, la réintégration durable des migrants de retour et à mettre en œuvre des initiatives qui permettent aux jeunes de prendre des décisions éclairées en matière de migration.

Grâce au travail de l'unité des médias, de la communication et de la sensibilisation à Dakar, nous avons constaté que les activités de sensibilisation qui cherchent à étayer des décisions éclairées sur la migration et les opportunités locales fonctionnent mieux lorsqu'elles intègrent le fait que les décisions prises par un individu quant à la migration sont affectées par les pressions familiales, les dynamiques communautaires et d'autres facteurs plus larges.

Ce numéro traite de l'approche socio-écologique de COMPASS en matière d'*interventions communautaires* (p. 13) et des enseignements tirés depuis le lancement de *Migrants comme Messagers* (p. 29), une campagne de messagerie

entre pairs dans le cadre de laquelle des migrants de retour témoignent à leur communauté et à leur famille de leurs expériences migratoires de manière authentique et honnête.

Vous découvrirez comment l'art mural a contribué à promouvoir une ligne d'assistance téléphonique pour les *migrants en Libye* (p. 22), comment les partenariats nationaux ont permis d'étendre la portée et l'impact d'une campagne de *lutte contre la traite des personnes en Égypte* (p. 14), et comment des espaces de dialogue sûrs ont permis d'aborder des sujets difficiles *par le biais de Conversations communautaires en Éthiopie* (p. 18). Nous sommes engagés dans l'apprentissage et le partage, comme en témoigne YENNA.org, notre plateforme d'apprentissage en ligne gratuite pour les acteurs de l'engagement communautaire et de la sensibilisation. Cette année, des modules d'apprentissage créatifs en ligne de *l'Académie C4D de COMPASS* (p. 38) ont été ajoutés à YENNA pour soutenir le développement des capacités en matière de communication efficace et de conception centrée sur l'humain (CCH).

Nous espérons que l'édition 2022 de *Promouvoir des migrations sûres* vous inspirera dans votre propre travail et vous fournira des outils et des ressources utiles pour transformer cette inspiration en action.

Mia Barrett,

Responsable de l'unité médias,  
communications et sensibilisation

*Bureau régional de l'OIM pour  
l'Afrique de l'Ouest et du Centre*



# Orienter les migrations sûres

L'approche COMPASS de la sensibilisation

p. 07



## La participation en pratique

Aperçu de la sensibilisation en Égypte, en Éthiopie et en Libye

p. 13



## Les Migrants comme Messagers

Retour sur 5 années de mobilisation des migrants de retour pour la sensibilisation en Afrique de l'Ouest

p. 29



## Éducation

L'Académie C4D de COMPASS

p. 37



## Les champions de la sensibilisation

Les personnes qui passent des idées à l'action

p. 43



# Orienter les migrations sûres

L'approche COMPASS  
de la sensibilisation





# L'approche COMPASS de la sensibilisation

L'initiative mondiale pour des migrations sûres de COMPASS est axée sur une approche sociétale globale qui, en plus d'assister les individus, couvre tous les niveaux ; les ménages, les communautés et la société en général.

La sensibilisation dans le cadre de COMPASS applique cette même approche socio-écologique. Dans le domaine de la communication pour le changement social et comportemental (Social and Behavior Change Communication, SBCC), le modèle socio-écologique consiste en un processus qui guide la stratégie de communication en tenant compte de tous les niveaux de la société qui influencent les individus. Ce modèle se démarque de la vision traditionnelle de la communication comme étant « ponctuelle et unilatérale », pour la percevoir comme un processus social itératif, qui se déroule dans le temps. En d'autres termes, il intègre l'interaction complexe entre les facteurs individuels, relationnels, communautaires et sociétaux.

Dans le cadre de COMPASS, la sensibilisation est axée sur les croyances, les valeurs, les attitudes, les comportements, les normes et les pratiques de la communauté qui contribuent à la migration irrégulière et dangereuse ou qui limitent le potentiel d'une réintégration réussie. Les interventions sont coordonnées à l'aide d'une méthodologie fondée sur des données probantes pour des initiatives communautaires qui favorisent une migration sûre et des interventions durables dans les communautés d'origine et de retour.

## LE MODÈLE DE SENSIBILISATION COMPASS

Ce modèle en cinq étapes s'inspire de la campagne d'information entre pairs « Migrants comme Messagers », de la campagne communautaire de lutte contre la traite des personnes « IOM X » et des méthodes de conception centrée sur l'humain (CCH).

Ce modèle est actuellement mis en œuvre au Nigeria et en Éthiopie.



## 1 ANALYSE ET DÉFINITION DU PROBLÈME

Identification des communautés cibles, des organisations de jeunesse communautaires, de migrants de retour et d'agents de changement potentiels. Des consultations avec les acteurs de la communauté, des enquêtes sur les connaissances, les attitudes

et les pratiques (CAP) et un examen des recherches pertinentes existantes permettent de définir le problème et les connaissances, les attitudes et les pratiques qui y sont liées, ainsi que le changement souhaité que les interventions cherchent à obtenir.

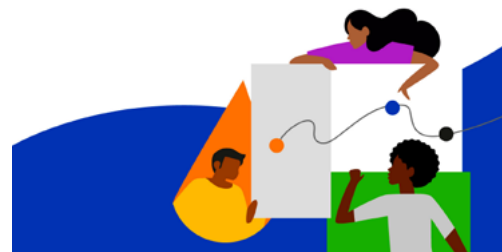


## 2 CONCEPTION DE LA STRATÉGIE

Sur la base des résultats de l'étape 1, l'OIM organise un atelier pour les membres de la communauté sélectionnés afin de les aider à définir l'orientation des activités proposées. Des partenaires du secteur créatif participent à l'élaboration et à la concrétisation des idées.

## 3 ÉLABORATION ET MISE À L'ESSAI

Les partenaires de mise en œuvre et les partenaires créatifs sélectionnés développent un concept initial qui comprend une série d'activités et d'outils d'information, puis le présentent à la communauté pour obtenir un retour et procéder à des modifications. Les migrants de retour sont impliqués dans le processus d'élaboration.



## 4 MISE EN ŒUVRE ET SUIVI

L'OIM et ses partenaires mettent en œuvre les activités tout en assurant un suivi étroit afin de rester sur la bonne voie et de garantir l'obtention des objectifs définis.

## 5 ÉVALUATION

L'évaluation est menée par le biais de l'enquête CAP et/ou d'autres outils qualitatifs et quantitatifs afin d'éclairer la planification d'interventions futures.

## TIRER PARTI DES PLATEFORMES EN LIGNE

Dans le cadre de COMPASS, l'OIM continue de développer et de promouvoir deux plateformes d'apprentissage en ligne gratuites pour soutenir la sensibilisation et la prise de décisions éclairées en matière de migration :

**WAKAWell.info** : WAKA Well fournit des informations fiables aux jeunes d'Afrique sur les procédures de migration et les opportunités locales.

**YENNA.org** : YENNA est la plateforme d'apprentissage en ligne de l'OIM pour les praticiens du domaine de la sensibilisation, de l'engagement communautaire et de la communication pour le développement (*Communication for Development, C4D*).

Afin de favoriser une évaluation efficace du modèle dans différents endroits, les communautés cibles sont sélectionnées sur la base d'une série de critères définis :

**La taille de la population** : Une population d'environ 10 000 habitants ; plus importante qu'un village, mais inférieure à une ville.

**Les partenariats** : Les organisations communautaires qui travaillent déjà avec les jeunes sur le terrain pour collaborer à la mise en œuvre.

**La mobilité** : Sur la base des données de la Matrice de suivi des déplacements (Displacement Tracking Matrix, DTM) de l'OIM, les communautés d'origine présentant un nombre élevé de départs. Les retours revêtent une importance secondaire.

**Les synergies** : Les activités en cours (par l'OIM ou ses partenaires) sur la protection et/ou la réintégration constituent un bon indicateur du succès des synergies.

**L'âge** : Les communautés avec une population plus jeune, en particulier une grande cohorte de 15 à 19 ans.

**L'emplacement** : La zone est-elle facilement accessible ? L'OIM y est-elle présente ? Y avons-nous déjà travaillé ?

## COMMENT LES COMMUNAUTÉS SONT SÉLECTIONNÉES

# La participation en pratique

Aperçu de la sensibilisation  
en Égypte, en Éthiopie et en Libye





# Sensibilisation à la traite des personnes (TDP) en Égypte

## LE CONTEXTE

La traite des personnes (TDP) affecte des hommes, des femmes et des enfants dans le monde entier. L'Égypte est un pays d'origine, une zone de transit et une destination pour les victimes de la traite. Les cinq formes les plus courantes de la traite des personnes y sont le mariage forcé, l'exploitation sexuelle, l'exploitation des enfants, le travail forcé et le prélèvement d'organes.

Afin d'améliorer la sensibilisation aux différentes formes de traite et de renforcer les mécanismes de prévention de la traite ainsi que le signalement et la gestion des cas de traite, l'OIM et le Comité de coordination nationale chargé de combattre et de prévenir la migration illégale et la traite des personnes (*National Coordinating Committee for Combating and Preventing Illegal Migration and Trafficking in Persons*, NCCPIM&TIP) ont décidé de lancer une campagne.

## LA CAMPAGNE

**Objectif :** Accroître la sensibilisation à la TDP et à ses formes courantes et encourager le signalement des cas de traite présumés aux lignes d'assistance téléphonique des trois Conseils nationaux.

**Public cible :** Hommes et femmes âgés de 18 à 60 ans dans tout le pays.

En 2020, l'OIM et le NCCPIM&TIP ont produit une série de vidéos et lancé la première phase de la campagne. Les vidéos ont été diffusées sur les chaînes de télévision nationales et des panneaux publicitaires ont été placés le long des principales avenues du Caire et autres centres urbains.

La deuxième phase de la campagne a été lancée en 2021 avec une diffusion plus large à la télévision, à la radio, sur des panneaux publicitaires extérieurs et dans les médias numériques.

Publicité extérieure dans le gouvernorat de Qena, qui compte 230 000 habitants. Photo : InHouse



Au cours du dernier trimestre de 2021, l'OIM Égypte a chargé une compagnie externe d'évaluer l'impact et l'efficacité des deux premières phases de la campagne afin de déterminer la voie à suivre. Les conclusions de l'évaluation ont souligné l'importance de :

- L'utilisation de différentes plateformes numériques pour atteindre un public plus large et plus diversifié ;
- La diffusion du contenu de la campagne à une période spécifique dans le but d'obtenir une visibilité maximale ;
- La création de campagnes publicitaires qui couvrent un seul sujet à la fois ;
- La collaboration avec des champions et/ou d'influenceurs afin de toucher un public cible plus large.

La troisième phase, qui s'est déroulée de mars à septembre 2022, avait pour public cible les zones rurales.

Les panneaux publicitaires ont été utilisés dans de nombreux gouvernorats, le long des routes menant aux zones rurales et dans les stations de métro et les gares (utilisées par les résidents des zones rurales pour se rendre dans les villes). Du contenu issu de cette campagne a également été affiché sur des bus et des minibus.

La troisième phase a coïncidé avec le mois du Ramadan, au cours duquel de nombreuses familles se réunissent autour de leur téléviseur chaque soir après avoir rompu le jeûne. Des informations ont été diffusées sur diverses chaînes de télévision, en veillant à ce que le contenu de la campagne apparaisse dans des programmes populaires auprès de différents segments du public cible.



La troisième phase de la campagne était également axée sur la diffusion sur les réseaux sociaux, à savoir Facebook, Instagram et TikTok, ainsi qu'au moyen d'annonces Google. TikTok s'est avéré être la plateforme en ligne la plus populaire pour la diffusion, près de 100 000 abonnés ayant suivi le compte TikTok pendant la campagne.

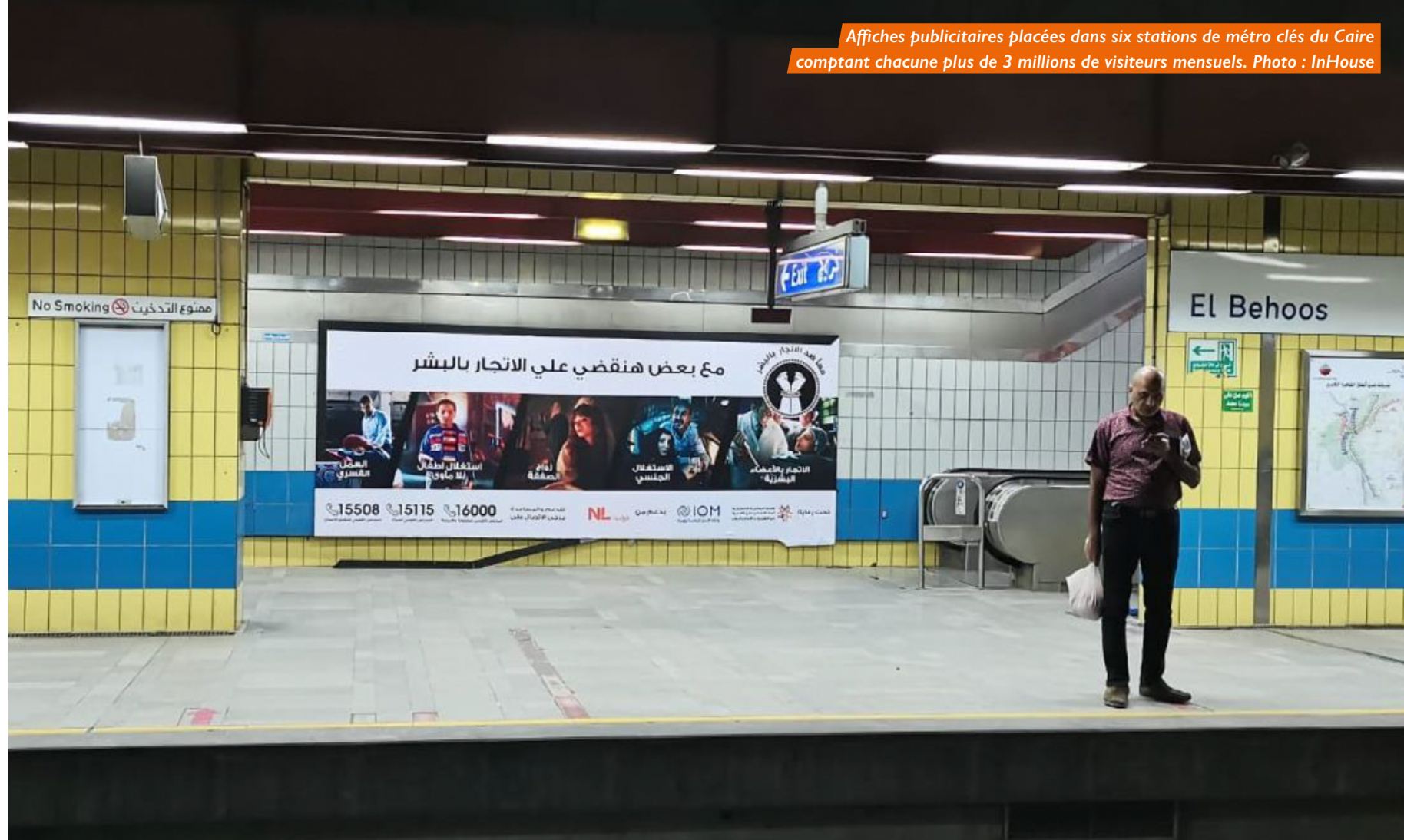
### CELA A-T-IL FONCTIONNÉ ?

Un total de 93 cas de traite a été signalé au Conseil national de l'enfance et de la maternité (National Council for Childhood and Motherhood, NCCM) et au Conseil national pour les femmes (National Council for Women, NCW) entre octobre 2020 et avril 2021, au cours des deux premières phases de la campagne.

Les données relatives à la troisième phase sont encore en cours de collecte pour mieux en comprendre l'impact, mais la portée et le taux d'engagement ont été impressionnants !

À travers Facebook, Instagram et TikTok :

- Plus de 4 millions de visionnages de vidéos
- Plus de 7 millions d'engagements





# Discutons : Promouvoir des décisions éclairées en matière de migration par le biais des Conversations communautaires

## LE CONTEXTE

Avec une population de plus de 119 millions d'habitants, l'Éthiopie est le plus grand pays de départ des migrants dans la Corne de l'Afrique. Nombre de ses citoyens sont exposés à la traite et au trafic illicite des personnes lorsqu'ils cherchent des opportunités à l'étranger. Dans les zones rurales, les médias sont souvent inaccessibles et les informations sont transmises de bouche à oreille, les chefs religieux et communautaires jouant le rôle de leaders d'opinion et de gardiens. Une approche communautaire était nécessaire pour aider à atténuer les risques de la migration irrégulière. Une approche durable, menée par la communauté, qui pourrait contribuer à changer les normes sociales. C'est là qu'intervient le programme Conversations communautaires !

## QU'EST-CE QU'UNE CONVERSATION COMMUNAUTAIRE ?

Les Conversations communautaires consistent en un processus d'engagement des communautés dans des discussions interactives par le biais d'une série de dialogues animés, dans le but d'aboutir à une action collaborative. La conversation communautaire est un modèle qui est utilisé pour un large éventail de sujets dans différents contextes à travers le monde. L'OIM Éthiopie met en œuvre le programme Conversations communautaires depuis plus de dix ans, en collaboration avec le gouvernement éthiopien. Grâce aux Conversations communautaires, des forums ont été créés, permettant ainsi aux communautés de discuter des alternatives locales à la migration et des moyens de combattre la migration irrégulière. Ensemble, elles conçoivent des plans d'action qui comprennent des campagnes d'information, un soutien aux migrants de retour et des opportunités d'activité génératrice de revenus.

Conversation communautaire à Dessie-Kombulcha.  
Photo : OIM/Kaye Krizia Viray



L'OIM forme des animateurs volontaires de Conversations communautaires, notamment des chefs religieux et communautaires et des représentants de groupes vulnérables, tels que les personnes âgées et les femmes. Plus de 7 000 membres de la communauté et représentants du gouvernement ont été formés dans 3 600 kebeles, ou quartiers !

Une fois formés, les animateurs amènent leurs communautés à discuter des risques de la migration irrégulière et les encouragent à prendre des décisions éclairées en matière de migration. En outre, cette approche favorise la responsabilisation des parties prenantes grâce à des initiatives communautaires qui permettent de garantir que les informations parviennent aux décideurs politiques aux niveaux régional et fédéral.

## QUEL A ÉTÉ L'IMPACT DU PROGRAMME ?

Les conclusions d'une évaluation d'impact menée en 2022 dans les kebeles où les Conversations communautaires ont été mises en œuvre par rapport à ceux où elles ne l'ont pas été, ont révélé que :

- ▶ La participation de la communauté et la confiance envers les autorités ont été signalées comme étant plus élevées.
- ▶ Les gens ont déclaré se sentir plus informés sur les opportunités et les risques de la migration.
- ▶ L'obtention d'informations sur les voies de migration régulière est perçue comme plus facile.
- ▶ Un plus grand nombre de personnes estiment que les migrants de retour devraient bénéficier d'un soutien communautaire.



Les Conversations communautaires se sont avérées être un point de départ pertinent pour des discussions étayant un processus à long terme de changement des normes sociales et des comportements. Créer et mettre en œuvre un plan d'action ensemble est une partie essentielle de ce processus et 68 % des groupes ayant participé à une Conversation communautaire sont parvenus à élaborer et partager un plan d'action communautaire avec les autorités locales et la communauté au sens large.

## L'AVENIR DU PROGRAMME CONVERSATIONS COMMUNAUTAIRES : LEÇONS APPRIS

Sur la base des éléments recueillis lors de l'évaluation d'impact, es Conversations communautaires futures seront axées sur :

► **L'investissement dans l'identification et la formation de jeunes animateurs :**

Les jeunes sont les plus susceptibles de migrer et la campagne d'information entre pairs s'est avérée être une approche efficace. Une meilleure connaissance du programme Conversations communautaires parmi les membres de la communauté a permis d'associer des animateurs plus jeunes qui n'occupent pas de postes dans le gouvernement local et ont un niveau d'éducation secondaire.

► **Priorité aux messages simplifiés :**

Le guide actuel peut être rendu plus facile à comprendre et à utiliser.

► **Renforcement de l'appropriation par le gouvernement :**

L'appropriation par le gouvernement a permis de mieux faire connaître le programme, le rendre plus facile à comprendre et à utiliser. Dans le cadre de COMPASS, les Conversations communautaires demeurent une composante importante des activités de sensibilisation visant à prévenir la migration dangereuse et irrégulière.



Des participants lors d'une Conversation communautaire.  
Photo : OIM/Kaye Krizia Viray





# L'art de la sensibilisation par les fresques

## LE CONTEXTE

Les communautés de migrants en Libye sont très diverses, elles représentent plus de 40 nationalités différentes, avec des cultures et des langues variées, ainsi que différents groupes d'âge.

L'OIM Libye a recours à des activités en ligne et hors ligne pour promouvoir des messages de sensibilisation sur les risques de la migration irrégulière, notamment par le biais de messages et de vidéos sur les réseaux sociaux. Cependant, un besoin constant d'innover, d'évaluer et d'adapter persiste afin de garantir que les informations de sensibilisation soient claires et accessibles à tous les migrants.

Étant donné que les migrants ont un accès limité aux smartphones et à Internet, l'OIM met en œuvre une grande variété d'activités hors ligne, telles que des sessions de sensibilisation directe, des activités artistiques et culturelles, des ateliers et des expositions de photographie, des panneaux publicitaires et des fresques murales.

## L'IDÉE

Dans le cadre du projet COMPASS, l'équipe chargée de l'engagement communautaire a travaillé à l'identification des points de rassemblement des migrants afin de mettre en œuvre des activités de sensibilisation dans Tripoli / à travers Tripoli. L'un des lieux ciblés était une zone de logement collectif, une propriété privée où environ 350 migrants partageaient un espace de vie. Certains migrants n'y séjournaient que quelques jours, tandis que d'autres y vivaient depuis des années.

L'OIM a proposé l'idée d'une fresque de sensibilisation sur l'un des murs du logement au propriétaire et aux points focaux des migrants qui vivaient là, et tout le monde a bien accueilli l'idée. L'équipe est entrée en contact avec deux artistes locales talentueuses qui ont pu interpréter le message à travers une peinture colorée et positive. L'esquisse a été partagée avec le propriétaire et les points focaux parmi les migrants pour approbation avant d'entamer la peinture de la fresque.

Migrants et artistes locaux peignant la fresque de sensibilisation en Libye. Photo : OIM/Rawand Alhares



## LA MISE EN ŒUVRE

Le jour de la création de la fresque, l'équipe du Mécanisme de réponse et de ressources pour les migrants (MRRM) de l'OIM a distribué des articles de première nécessité, notamment des articles non alimentaires et des kits d'hygiène, et a organisé une session de sensibilisation aux dangers de la migration irrégulière. L'équipe a également partagé des informations sur les services offerts par l'OIM aux migrants en Libye et a communiqué les numéros d'assistance téléphonique de l'OIM que les migrants peuvent contacter pour obtenir de l'aide. Les participants ont ensuite été invités à se joindre aux artistes pour peindre la fresque murale, sur laquelle figurait également le numéro de la ligne d'assistance de l'OIM.

## LES POINTS CLÉS

La peinture de la fresque a été un processus participatif : les migrants ont été consultés sur l'idée d'avoir une fresque dans leur espace de vie dès le début de la planification. Ils ont approuvé l'esquisse avant sa réalisation et ont participé à la peinture proprement dite.

Ce fut par ailleurs l'occasion de collaborer avec de brillants artistes locaux qui ont créé une œuvre d'art inspirante et positive qui égaye les murs gris du quartier d'habitation collectif.

Fait inattendu, cette rencontre s'est transformée en une petite opportunité d'emploi pour l'un des migrants qui a tellement impressionné les artistes par ses talents de peintre qu'elles ont commencé à faire appel à lui pour les aider à peindre d'autres fresques.



Il s'agissait en outre d'une activité écologique qui a permis de réduire la quantité de cartes d'assistance imprimées qui étaient distribuées aux migrants lors des séances de sensibilisation, car le numéro de la ligne d'assistance était indiqué sur la peinture murale.

## LE SUIVI

Six mois après la peinture de la fresque à Tripoli, l'équipe de suivi et d'évaluation de l'OIM a visité les logements des migrants et a mené des discussions de groupe pour évaluer l'impact de cette activité de sensibilisation.

Vingt-sept migrants ont participé à ces discussions, mais un seul d'entre eux avait participé à l'activité de la fresque, qu'il a décrite comme une expérience positive et inclusive. Les participants ont déclaré que la peinture murale était un ajout positif à leur espace de vie, mais quelques-uns ont dit qu'ils n'en avaient pas bien compris le principe. Cela peut être dû à la nature dynamique du logement collectif, vu que les migrants entrent et sortent continuellement. Bien que de nombreux migrants reconnaissent que l'information sur le numéro de la ligne d'assistance peinte sur le mur était utile, certains d'entre eux ont mentionné qu'ils ne seraient pas en mesure de contacter la ligne d'assistance, car ils n'ont pas accès à un téléphone.

Il s'agit d'un défi permanent que l'OIM Libye s'efforce de relever. Tous les participants ont recommandé à l'OIM de continuer à recourir aux fresques pour sensibiliser les migrants à la ligne d'assistance téléphonique de l'OIM et ont suggéré d'ajouter plus d'illustrations décrivant le type de services offerts par l'OIM aux migrants.

La fresque de sensibilisation a été une opportunité d'apprentissage précieuse pour l'OIM Libye afin d'étendre les outils et les activités utilisés pour sensibiliser aux dangers de la migration irrégulière. En 2021, l'équipe du MRRM a mené 149 sessions de sensibilisation, 4 événements culturels et 5 formations dans le cadre des activités d'engagement communautaire et de sensibilisation de COMPASS, qui ont été suivies par 2 057 migrants et locaux, dont 879 femmes et filles.

L'OIM Libye est consciente des défis auxquels les migrants sont confrontés pour accéder à des informations précises et fiables et s'efforce de trouver des activités innovantes et participatives qui intègrent des messages de sensibilisation et contribuent à une migration sûre.



Migrants à Tripoli après l'achèvement de la fresque de sensibilisation.

Photo: IOM/Rawand Alhares



Sundus Kushad, une artiste locale de Tripoli, peint la fresque de sensibilisation. Photo: IOM/Rawand Alhares



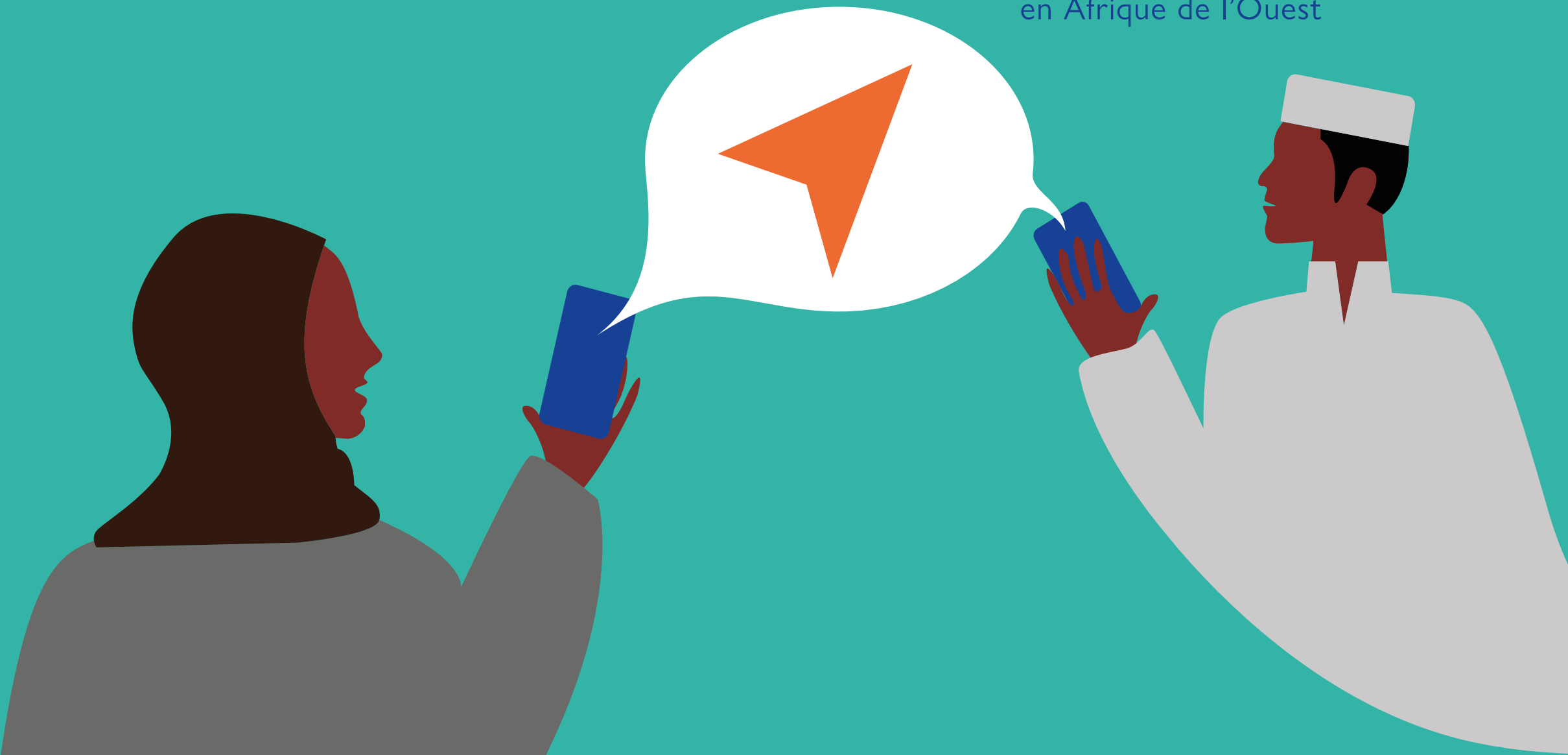
Des migrants, des artistes locaux et l'équipe MRRM de l'OIM pendant qu'ils peignent la fresque de sensibilisation en Libye. Photo : OIM/Rawand Alhares





# Les Migrants comme Messagers

Retour sur 5 années de mobilisation  
des migrants de retour pour la sensibilisation  
en Afrique de l'Ouest



# Cinq années de mobilisation des migrants de retour pour la sensibilisation en Afrique de l'Ouest

## QU'EST-CE QUE « MIGRANTS COMME MESSAGERS » ?

Migrants comme Messagers (MaM) est une campagne de sensibilisation entre pairs qui permet aux jeunes d'Afrique de l'Ouest de prendre des décisions éclairées sur la migration. Elle est menée par des migrants de retour (également connus sous le nom de « volontaires MaM ») qui partagent des récits honnêtes de leurs expériences migratoires par le biais de récits authentiques, d'interactions entre pairs, d'activités communautaires, d'engagement sur les réseaux sociaux et auprès des influenceurs, ainsi qu'à la radio et à la télévision. La démarche procédant sur plusieurs canaux rend ces récits accessibles à un public plus large, notamment aux décideurs locaux, aux responsables communautaires, aux chefs religieux et aux jeunes désireux de migrer. Outre le partage de ces expériences vécues, les volontaires MaM aident à guider les jeunes vers des ressources qui fournissent des informations sur la migration régulière et les opportunités locales. La campagne a démarré en 2017 en Guinée, au Nigeria et au Sénégal, puis s'est étendue à la Côte d'Ivoire, la Gambie, le Liberia et la Sierra Leone en 2019.

## L'IMPACT DES MAM

Une évaluation d'impact de MaM en 2019 a montré que les activités du projet au Sénégal ont eu un effet sur les perceptions et les intentions des jeunes en matière de migration, essentielles pour des décisions de migration sûres<sup>1</sup>.

Les résultats ont révélé que les participants aux activités de MaM étaient 25 % plus conscients des multiples risques associés à la migration irrégulière et 20 % moins susceptibles d'y recourir au cours des deux années suivantes<sup>2</sup>.

Une augmentation du niveau de confiance dans les migrants de retour en tant que source d'information sur la migration a également été constatée, avec une hausse de 9 % après l'exposition aux activités MaM<sup>3</sup>.

1 OIM, Migrants comme Messagers : L'impact de la communication entre pairs sur les migrants potentiels au Sénégal, 2019, p. 2.  
2 ibid. p. 2  
3 ibid. p. 60.



Disponible ici : [publications.iom.int/books/rapport-devaluation-dimpact-campagne-migrants-messagers-mam-limpact-de-la-communication](https://publications.iom.int/books/rapport-devaluation-dimpact-campagne-migrants-messagers-mam-limpact-de-la-communication)





# Les faits saillants

Au cours des cinq dernières années, le réseau des volontaires MaM est passé à 400 membres actifs dans les sept pays ouest-africains où l'initiative est mise en œuvre. Ces volontaires ont perfectionné l'art de la mobilisation, du plaidoyer numérique, de la narration et de la sensibilisation dans leurs communautés et au-delà sur le thème des risques et des alternatives sûres à la migration irrégulière. Ils ont ainsi élaboré du contenu et conçu des activités sur le terrain pour s'attaquer à la prévention de la COVID-19, et pour défendre les droits des femmes et mettre fin à la violence basée sur le genre.



Vidéo

## Création de contenu

Parmi les supports de narration les plus importants de MaM figurent la vidéo et la photographie. Des formations à la création de contenu ont été dispensées aux volontaires afin de les doter des outils nécessaires pour pouvoir partager leurs récits de manière créative, ainsi que leur vie personnelle et professionnelle.

« Mon expérience la plus mémorable a été mon stage à Africa Radio Côte d'Ivoire. J'ai maintenant beaucoup plus de compétences qui peuvent m'aider à entrer plus facilement dans le monde du travail. » Sako Charles, volontaire MaM, Côte d'Ivoire.

« MaM a approfondi mes connaissances et m'a permis de comprendre que le smartphone est un outil puissant qui peut transformer nos vies de bien des façons. » Mariama Bundu, volontaire MaM, Sierra Leone.



Danse

## L'acceptation du corps

Les femmes volontaire MaM en Côte d'Ivoire ont participé à des ateliers de danse sur « l'acceptation du corps » qui les ont guidées sur la façon d'exprimer leurs pensées et leurs sentiments relatifs à leurs expériences de migration par la danse.

« J'ai pris conscience du poids des émotions et de l'importance de les libérer. Je veux apprendre à me pardonner sincèrement et à libérer mon cœur de toute la rancœur, la colère et la tristesse que je garde encore suite aux difficultés que j'ai traversées en Tunisie et en Libye. » Aicha Konaté, volontaire MaM, Côte d'Ivoire.

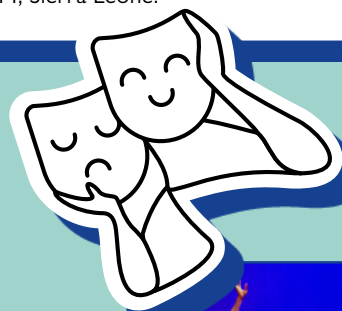


## Street Art Together

Art

Street Art Together (Art de la rue, ensemble) est une activité conçue pour renforcer l'engagement communautaire et la cohésion sociale par le biais d'ateliers créatifs organisés dans des espaces publics. Cette activité a été menée par des volontaires MaM dans six pays.

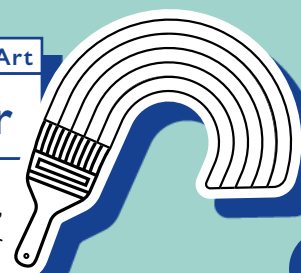
« C'était aussi l'occasion de parler de la migration irrégulière. Ce que j'ai le plus apprécié, c'est la participation avec les communautés, notamment les étudiants, et bien sûr les magnifiques dessins colorés que nous avons peints. » Abdulai, volontaire MaM, Sierra Leone.



## Speaking Through Art

Speaking Through Art (Parler au travers de l'art) était une plateforme permettant à des volontaires MaM au Nigeria de raconter leurs histoires à travers des représentations visuelles, quand il était difficile d'illustrer ce qu'ils avaient vécu par la parole.

« Raconter mon histoire sous la forme d'une image a été thérapeutique et a contribué à guérir mon esprit de nombreuses blessures subies au cours de mon voyage et qui sont restées enfouies pendant des années. » Jerry Adelu, volontaire MaM, Nigeria.



Théâtre

## Théâtre communautaire

Au Sénégal, les volontaires MaM ont organisé une caravane au cours de laquelle ils ont visité 30 communautés de Thiès, où ils ont présenté un spectacle musical et théâtral, ont fait part de témoignages de migrants de retour, ont animé des discussions communautaires et ont projeté un film. Les volontaires MaM et la troupe de théâtre locale ont participé à une résidence créative d'un mois afin de concevoir une pièce sur la migration pour la caravane. Le théâtre social est une approche largement utilisée en Afrique de l'Ouest. Cette approche stimule les débats sur les questions sociales, développe la pensée critique et encourage la cohésion sociale.

« Participer en tant que volontaire MaM et artiste rappeur m'a permis de me rendre utile aux jeunes » Elhadj Aly, volontaire MaM, Sénégal.



## QUELLE EST LA VOIE À SUIVRE ?

MaM se distingue par son approche participative de la sensibilisation centrée sur les migrants, en appuyant la participation des migrants de retour dans la conception, la planification et la mise en œuvre du processus. Au cours de la phase 1, de nombreux volontaires se sont organisés en entités juridiques et ont commencé à collaborer de manière autonome avec les acteurs locaux de la société civile. Durant la phase 2, cette tendance s'est poursuivie et les volontaires se sont organisés en plus de 15 associations dirigées par des migrants de retour. Ces associations poursuivront leur travail de sensibilisation, de soutien entre pairs, etc.



Découvrez leurs associations : [www.migrantsasmessengers.org/fr/volunteers](http://www.migrantsasmessengers.org/fr/volunteers)

Le projet comportait également une forte composante de recherche, avec un essai contrôlé aléatoire dans quatre pays sur l'impact de la messagerie entre pairs et une étude exploratoire dans sept pays sur la santé mentale et le soutien psychosocial. Les résultats de ces études (à consulter sur le site) renforceront la base de données probantes sur la sensibilisation dans le domaine de la migration.

« MaM a aidé les volontaires à s'approprier ce qu'ils ont appris dans le cadre du projet et à le reproduire dans leurs associations et leurs entreprises. » Tobi Ayediran, volontaire MaM, Nigeria

## QUELLES SONT LES LEÇONS APPRISSES ?

- ▶ « C'est en forgeant qu'on devient forgeron », développer les capacités nécessaires du temps et un engagement régulier.
- ▶ L'intégration de la SMSPS et la création d'un espace de discussion sur la santé mentale. Le bien-être mental des volontaires est crucial. Ils ont traversé des épreuves difficiles et raconter ce qu'ils ont vécu nécessite du temps et du travail.
- ▶ Les partenariats et la mise en réseau sont essentiels pour la durabilité du Réseau de volontaires. Les opportunités de visibilité et de mise en réseau pour les volontaires et l'approche MaM contribuent à sa pérennité.
- ▶ La co-création et les activités participatives créent un espace de dialogue sur la migration. Pour qu'un message ait un impact sur une communauté, ses membres doivent faire partie de la solution.
- ▶ Optimisation des cultures et des traditions locales. Le recours aux langues et traditions garantit que les messages et les activités sont adaptés aux communautés cibles. Par exemple, les activités de dialogue communautaire s'appelaient différemment selon les pays : Bantabas en Gambie, Migrant Room au Nigeria et Causeries au Sénégal.
- ▶ Les gens ont besoin d'une action concrète à entreprendre. Des connaissances accrues sur les risques et les dangers doivent être associées à des informations sur les alternatives sûres à la migration irrégulière et à une action claire pour accéder à l'information.

# Chiffres clés

entre avril 2019 et juin 2022

381  
Bénévoles  
(dont 136 femmes)

3 250 614  
engagements en ligne

981  
événements de participation communautaire et de sensibilisation des jeunes

66  
partenaires médias

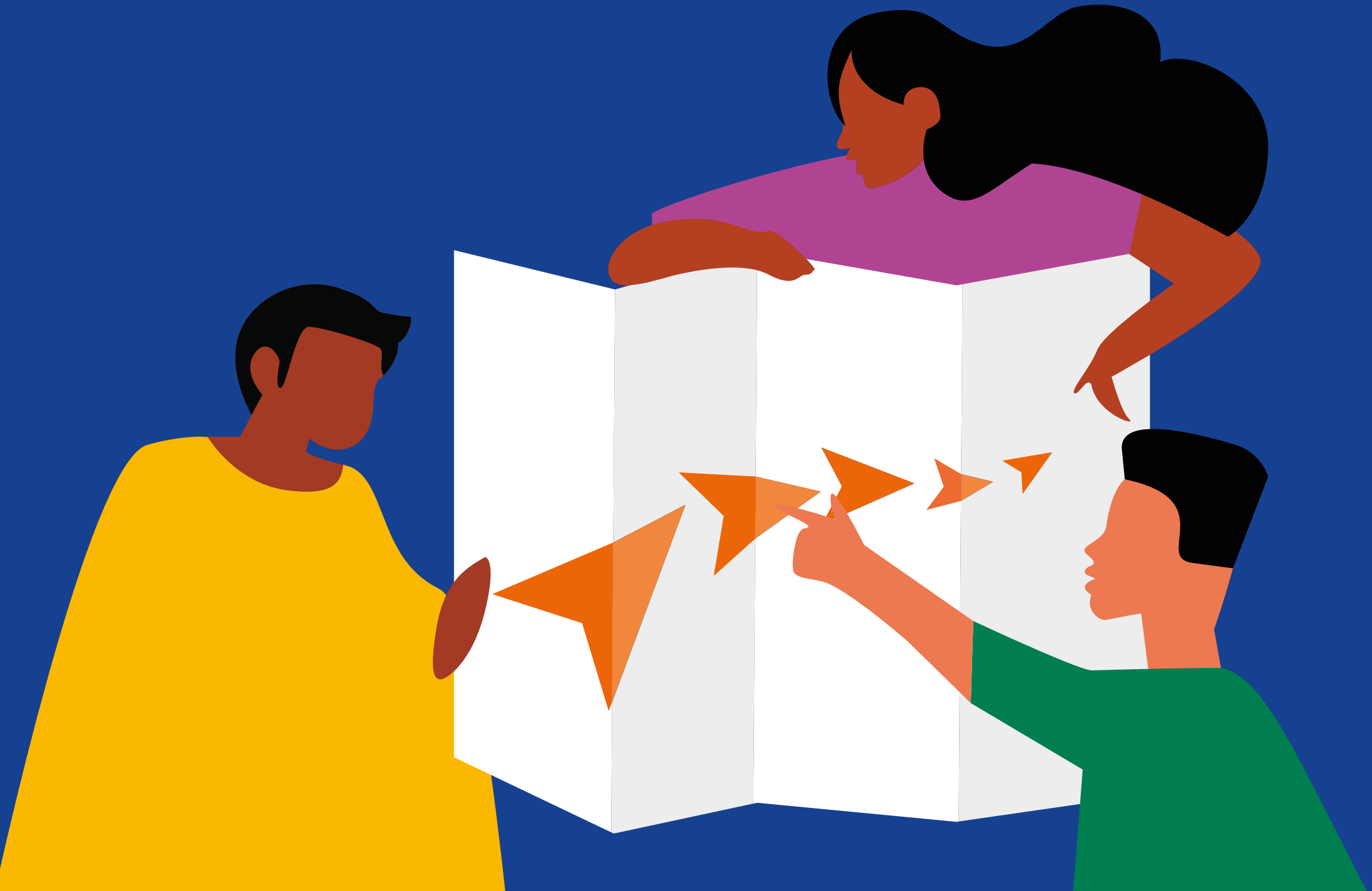
383 267  
personnes engagées  
(dont 80 223 femmes)

885  
mentions dans les médias  
(dont 573 mentions fournissant des informations supplémentaires sur les alternatives à la migration irrégulière)

1 099  
vidéos produites par les volontaires

# Éducation

L'Académie C4D de COMPASS



## UNE APPROCHE D'APPRENTISSAGE HYBRIDE

La Communication pour le Développement (C4D) met l'accent sur la nécessité de soutenir des systèmes de communication à double sens qui permettent le dialogue et offrent aux communautés la possibilité de s'exprimer, d'exprimer leurs aspirations et leurs préoccupations et de participer aux décisions relatives à leur développement.

C'est une approche qui peut être appliquée à nombre de projets, mais comme pour toute nouvelle compétence, les conseils et les outils appropriés font toute la différence. Ainsi, en 2022, l'OIM a réuni le personnel travaillant sur COMPASS dans les domaines de la protection, de la réintégration, de la sensibilisation et de la communication pour la première Académie C4D, en partenariat avec le CIF-OIT.

Le cours a été conçu selon une approche hybride, avec des composantes en ligne et en présentiel. La composante en ligne, hébergée sur [www.yenna.org](http://www.yenna.org), avait pour but de donner aux participants un aperçu des tendances en matière de communication pour le développement et de partager des ressources importantes dans le domaine de la sensibilisation et de la communication. Quant à la composante en présentiel, elle a pris la forme d'un laboratoire de conception. Les participants ont été accompagnés tout au long du processus de Communication pour le Développement. Durant ce parcours, les participants ont été coachés afin de développer des compétences pour influencer le changement et créer des projets inspirants et réalisables grâce à des activités de design thinking.



Des participants issus de différents bureaux de l'OIM à travers le monde échangent des idées.



Massimiliano Leone, animateur de la formation (CIF-OIT), donne un aperçu du pouvoir de la narration.

## LE DESIGN THINKING

Le design thinking a permis aux participants d'adopter un processus non linéaire et itératif pour comprendre les utilisateurs, remettre en question les présomptions, redéfinir les problèmes et créer des solutions innovantes à développer et à tester. Ce processus comprend cinq phases : définir, compatir, concevoir, élaborer et tester. Les participants ont appris à appliquer les concepts, les méthodes et les outils de design thinking dont ils avaient besoin pour aborder leurs propres défis de communication.

Grâce à la C4D Academy, les participants ont appris à :

- Comprendre les principes de campagne et les outils de communication numérique de pointe ;
- Appliquer la stratégie de communication COMPASS dans leurs propres activités ; et
- Comprendre comment identifier les attitudes, les valeurs et les comportements qui ont un impact sur la prise de décision en matière de migration afin de mieux concevoir les activités et d'engager les partenaires locaux pour accroître la durabilité.

L'ensemble du cours de formation a été intégré et développé en synergie avec les éléments fondateurs et les principes clés de COMPASS, en gardant à l'esprit que les interventions de programmation et de communication de sensibilisation au niveau communautaire doivent être :

- fondées sur des données probantes
- mises en contexte, inclusives et flexibles
- liées à la dynamique de la communauté détenues par la communauté, participatives et durables.

Si vous n'avez pas pu vous joindre à nous pour la C4D Academy, ne vous inquiétez pas ! Nous mettons à votre disposition du contenu de la C4D Academy sur la plateforme d'apprentissage en ligne gratuite de l'OIM pour l'engagement communautaire et la sensibilisation, [yenna.org/fr](http://yenna.org/fr).



Les employés de l'OIM de Tunisie et du Nigeria élaborent ensemble une campagne prototype.



Les participants ont découvert les techniques de communication traditionnelles, notamment la calligraphie.



Participants de la première Académie C4D.

## 1. LES 5 PRINCIPAUX OUTILS POUR DÉVELOPPER VOTRE PROJET



Il existe des outils numériques clés qui peuvent vous aider dans la création et la gestion de votre contenu. Dans ce module, vous découvrirez : Canva, Google Trends, Hootsuite, MailChimp et WordPress.

## 2. LES 5 PRINCIPES CLÉS DU DESIGN



Vous êtes-vous déjà demandé quels principes se cachent derrière de superbes diapositives de présentation ? Dans ce module, vous découvrirez cinq principes que vous pourrez utiliser dans votre propre travail : Contraste, proximité, équilibre, hiérarchie et proportion, et espace blanc.

## 3. CONCEPTION CENTRÉE SUR L'HUMAIN



Quelle démarche consiste à concevoir un projet en partant des personnes pour lesquelles vous travaillez pour aboutir à de nouvelles solutions adaptées à leurs besoins ? Vous l'avez deviné, il s'agit de la conception centrée sur l'humain (CCH) ! Vous apprendrez comment elle fonctionne en trois phases : l'inspiration, l'idéation et la mise en œuvre.

## 4. UNE JOURNÉE DANS LA PEAU DE VOTRE UTILISATEUR



Ce module a pour but d'identifier et de comprendre pour qui vous concevez. Vous apprendrez comment créer une cartographie des parties prenantes pour identifier tous les acteurs, une carte d'empathie pour réduire le nombre de parties prenantes et un user persona, pour créer un archétype de cette partie prenante.

# Les champions de la sensibilisation

Les personnes qui passent  
des idées à l'action



# Elijah Elaigwu

## Assistant de projet, Sensibilisation OIM Nigeria



### Nourriture préférée : Riz et haricots

Se décrivant comme un « multitâche suprême », Elijah a rejoint l'OIM en 2019 dans le but d'appliquer des approches innovantes aux défis de la migration, dans le but de créer un impact positif. Depuis, il n'a pas arrêté, ce qui n'est pas surprenant vu que ses collègues disent qu'il est un bourreau de travail ! L'une des initiatives dont il est le plus fier est [Speaking Through Art](#). « Speaking Through Art a été créé pour aborder les risques associés à la migration à travers une représentation visuelle des expériences des migrants de retour », explique Elijah. « Elle met en évidence les difficultés de la migration irrégulière et expose les stratégies utilisées par les trafiquants pour leurrer des victimes vulnérables. » Speaking Through Art suscite également des conversations stimulantes sur les expériences et les traumatismes des jeunes migrants nigériens qui, dans leur tentative de rejoindre l'Europe, se sont retrouvés piégés en Libye et dans d'autres pays de transit. Elijah est fier de concevoir et de mettre en œuvre des activités de sensibilisation centrées sur les personnes.

C'est l'un des principaux enseignements qu'il a tirés de sa mission à l'OIM. « Toute activité de sensibilisation se doit d'être centrée sur les personnes. Il peut parfois être difficile de trouver un équilibre entre les traditions culturelles locales et une approche de sensibilisation particulière, mais j'ai appris à m'adapter et à garantir l'adéquation et la pertinence de cette approche. » Par exemple, afin de faciliter l'acceptation des messages dans les villages reculés de l'État d'Edo lors d'une campagne de cinéma mobile, Elijah a décidé d'inclure des représentations musicales locales de Bini véhiculant des messages de migration sûre. Cette adaptation a renforcé la pertinence locale et a permis une acceptation accrue. Dans le seul État d'Edo, plus de 11 000 personnes dans 10 communautés ont été touchées. Elijah a récemment accepté un nouveau poste au sein de l'OIM Nigeria, en tant qu'assistant de communication principal, où il pourra aider à documenter et à amplifier la prochaine série d'activités de sensibilisation novatrices !

# May Mazen

## Assistant de programme OIM Égypte



### Nourriture préférée : Chocolat

Depuis qu'elle a rejoint l'OIM en 2019, May s'est forgée une réputation parmi ses collègues en tant que leader et défenseur de la santé mentale dévouée, qui travaille dur et apporte créativité et sens de l'organisation à chaque activité qu'elle entreprend. « Je suis une personne très motivée et très enthousiaste qui n'a pas peur de prendre des risques ! » explique May. « Je me plais toujours à essayer de nouvelles choses et à associer le plaisir à l'apprentissage. » May apporte cette approche positive à la sensibilisation, avec une forte dose de réflexion stratégique. Elle prend le temps de comprendre les questions sur lesquelles elle travaille et d'établir des partenariats pour assurer une plus grande portée et un plus grand impact. « La sensibilisation consiste à interagir avec les gens. Grâce aux activités que nous menons, nous nous rapprochons des gens en parlant avec eux, en écoutant leurs besoins et en les aidant à améliorer leur quotidien. »

À mesure qu'elle en a appris davantage sur la sensibilisation efficace, May s'est rendu compte qu'il ne s'agit pas d'une activité ponctuelle qui se termine à la fin d'un événement mais d'une approche à long terme qui vise à avoir un impact durable. « La sensibilisation est très puissante, car elle éduque les gens sur des sujets qui peuvent leur être inconnus, ou qu'ils ne savent pas comment aborder, et elle les incite à contribuer au changement. » Une activité récente dont May est particulièrement fière est la [Journée mondiale de l'enfance](#). May a dirigé la conception et la mise en œuvre de l'événement, notamment en choisissant une ferme biologique locale comme cadre de l'événement. Plus de 100 enfants y ont participé et ont appris comment préserver la santé de la planète, ainsi que le bien-être physique et mental. Ils ont également découvert les droits et les vulnérabilités des enfants migrants.



# Salwa Abdel Wahed

## Chargée de l'engagement communautaire OIM Libye



**Nourriture préférée : Tout ce qui est méditerranéen**

Salwa a intégré l'OIM en 2018 en Irak avant de rejoindre l'OIM Libye. C'est l'opportunité d'interagir directement avec diverses parties prenantes qui l'a attirée à l'OIM. Ces expériences ont façonné ses perceptions et ont fait d'elle quelqu'un qui « se soucie de comprendre les défis sur le terrain et de trouver des solutions créatives », selon ses collègues.

« En Libye, nous travaillons avec des migrants de plus de 40 nationalités, parlant principalement six langues et appartenant à des groupes d'âge différents. Nous devons concevoir des activités qui leur parlent, mais qui sont aussi engageantes », explique Salwa. « Nous devons constamment faire preuve d'adaptation. Par exemple, il est arrivé que des femmes ne puissent pas participer à un événement, car elles ne savaient pas où laisser leurs enfants. Nous avons donc planifié des activités pour les enfants dans la pièce attenante. »

Afin de diffuser les messages de la campagne sur les réseaux sociaux, l'équipe de Salwa a commencé à travailler avec les chefs d'équipe et les points focaux parmi les migrants, notamment les femmes et les jeunes, et les

a formés à devenir des ambassadeurs de la campagne. Ces ambassadeurs partagent désormais des messages par le biais de groupes fermés sur WhatsApp et Facebook que suivent les migrants en Libye.

L'apprentissage de la **Communication pour le développement (C4D)** a changé la façon dont Salwa aborde la sensibilisation. « J'ai toujours été intéressée par les approches communautaires et civiques, mais le fait de travailler sur des campagnes de sensibilisation et d'appliquer le cadre de la C4D m'a amenée à me concentrer sur un résultat général plus large, conduisant à un changement social et comportemental. »

En ce qui concerne les conseils pour une sensibilisation efficace, Salwa insiste sur l'importance des consultations communautaires. Ces consultations permettent de rendre les interventions claires, appropriées et pertinentes. « Quelle que soit l'expérience ou la connaissance culturelle que nous possédons, certaines choses peuvent toujours nous échapper, et ce sont nos bénéficiaires qui peuvent nous guider. »

# Liyunet Demsis

## Chargée de programme national OIM Éthiopie



**Nourriture préférée : Spaghettis**

Avec plus de 15 ans d'expérience au sein de l'OIM, Liyunet est réputée pour sa passion pour son travail et son pays. La migration irrégulière est un défi majeur en Éthiopie et Liyunet est heureuse d'avoir l'opportunité de travailler pour l'OIM afin de contribuer à la résolution de ce problème. Elle a axé son travail sur la communication en mettant l'accent sur les approches participatives et elle est fière de travailler en collaboration avec les membres de son équipe pour concevoir des outils qui atteignent les communautés cibles en fonction de leurs besoins spécifiques. « Mieux comprendre les communautés et leur donner l'occasion de diriger et de structurer les activités de sensibilisation contribue à l'appropriation locale et à la durabilité de nos efforts de sensibilisation », explique-t-elle.

Une initiative dont Liyunet est particulièrement fière est le **programme Conversations communautaires**, qu'elle dirige depuis plus de 12 ans.

« Le programme Conversations communautaires mobilise les membres de la communauté au niveau de la base pour discuter des questions de migration irrégulière d'une manière ouverte et inclusive. Je suis fière de voir les membres de la communauté s'engager dans des actions qui contribuent à atténuer les défis de la migration irrégulière. Notamment en dénonçant les trafiquants de personnes et les passeurs, en instaurant une collaboration entre le gouvernement et la communauté sur les activités génératrices de revenus, et en partageant des informations sur les autres moyens de subsistance possibles, notamment les emplois à l'étranger. » Quel que soit le type de méthodes et de matériel utilisé pour la sensibilisation, Liyunet a appris à toujours considérer l'approche ascendante et à bien appréhender les besoins des membres de la communauté cible avant de concevoir des outils de campagne d'information.





Un migrant participant à la peinture de la fresque de sensibilisation en Libye. Photo : OIM/Rawand Alhares

L'OIM s'engage à respecter le principe selon lequel une migration humaine et ordonnée profite aux migrants et à la société. En tant qu'organisation intergouvernementale, l'OIM agit avec ses partenaires de la communauté internationale pour : aider à relever les défis opérationnels de la migration ; faire progresser la compréhension des enjeux de la migration ; encourager le développement social et économique par la migration ; et défendre la dignité humaine et le bien-être des migrants.

Toutes les activités présentées dans cette publication ont été financées par le [gouvernement des Pays-Bas](#).

**Éditeur :** Organisation internationale pour les migrations Bureau régional pour l'Afrique de l'Ouest et du Centre  
Dakar, Sénégal  
Tél : +221 33 869 62 00  
Courriel : [rodakar@iom.int](mailto:rodakar@iom.int)  
Site Internet : [www.rodakar.iom.int](http://www.rodakar.iom.int)

**Rédaction :** Lindsey, Higgs, Luca Putteman,  
Marianne Anne Dioh, Mia Barrett

**Graphisme :** Simon Meienberg

Cette publication a été publiée sans avoir été éditée officiellement par l'OIM. Cette publication a été publiée sans l'approbation de l'Unité des publications de l'OIM (PUB).

Tous droits réservés. Aucune partie de cette publication ne peut être reproduite, stockée dans un système d'extraction ou transmise sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, électronique, mécanique, photocopie, enregistrement ou autre, sans l'autorisation écrite préalable de l'éditeur.





**COMPASS**

*Orienter les migrations sûres*