

INTRODUCTION

La Matrice de suivi des déplacements (DTM) est mise en œuvre au Tchad pour recueillir des données sur les déplacements forcés et les flux migratoires, ainsi que sur les profils et besoins des populations mobiles. Dans ce cadre, la DTM développe des produits d'information (rapports, cartes, bases de données...) compilant les données recueillies, afin d'orienter les opérations et stratégies des partenaires et de fournir un aperçu des dynamiques de mouvements de populations dans le pays.

Afin d'améliorer les produits de la DTM Tchad et de répondre aux besoins des partenaires, une enquête sur l'utilisation des produits d'information a été menée du 30 octobre au 22 novembre 2019. Ce tableau de bord présente les principaux résultats de cette enquête, qui a recueilli les réponses de **98 partenaires**.

Bien que le nombre de participants ne constitue pas un échantillon représentatif de tous les partenaires utilisant les produits de la DTM Tchad, les résultats de cette enquête donnent des indications sur leurs besoins d'information, ainsi que des pistes de réflexion quant à l'amélioration et l'adaptation des produits d'information de la DTM Tchad.

PROFILS DES PARTICIPANTS

Parmi les 98 partenaires ayant répondu à l'enquête, 92 pour cent sont des **acteurs humanitaires** (48% exclusivement et 44% sont des acteurs à la fois humanitaires et de développement). Cinquante-deux pour cent d'entre eux travaillent dans une agence des Nations unies, 26 pour cent au sein d'une organisation non-gouvernementale (ONG) internationale et 9 pour cent au sein d'une ONG nationale. Par ailleurs, 87 pour cent sont basés au Tchad. Quatre-vingt-onze pour cent des participants ont affirmé avoir connaissance du travail de la DTM au Tchad, et ils avaient tous lu au moins un produit d'information de la DTM Tchad.

PRODUITS PHARES

Les résultats indiquent que parmi les produits les plus lus par les répondants figurent les [tableaux de bord \(ou dashboard\) sur les déplacements](#) (lus au moins une fois par 69% des partenaires interrogés), les [dashboard de suivi des urgences](#) [ETT, *Emergency Tracking Tool* en anglais] (56%), les [rapports sur la cartographie des mobilités au Tchad](#) [*Mobility Mapping* en anglais] (49%) et les [rapports sur les déplacements](#) (43%). Les deux premiers sont également ceux qui ont été les plus cités comme produits les plus pertinents dans le cadre du travail des partenaires (25% chacun).

SATISFACTION GÉNÉRALE

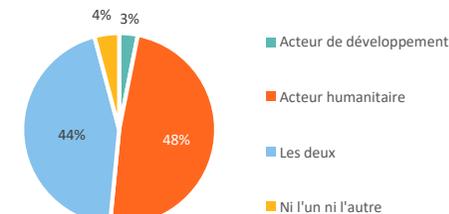
De manière générale, il ressort de cette enquête que **la grande majorité des participants est satisfaite** des produits de la DTM Tchad. En effet, à la question de savoir s'ils sont satisfaits des produits qui sont les plus pertinents pour leur travail, 97 pour cent ont répondu positivement pour le produit le plus pertinent (67% sont satisfaits et 30% très satisfaits), et 95 pour cent pour le deuxième produit le plus pertinent (63% sont satisfaits et 32% très satisfaits). Par ailleurs, 87 pour cent d'entre eux estiment que ces produits sont partagés dans des délais raisonnables. Enfin, 96 pour cent des partenaires sondés estiment que les produits d'information de la DTM Tchad leur ont permis d'améliorer leurs connaissances sur le contexte et les dynamiques de déplacement et de migration au Tchad.

PROFILS DES PARTICIPANTS

98 PARTICIPANTS, dont:

-  **87%** SONT BASÉS AU TCHAD
-  **91%** ONT CONNAISSANCE DU TRAVAIL DE LA DTM AU TCHAD
-  **92%** SONT DES ACTEURS HUMANITAIRES (dont 44% sont aussi des acteurs de développement)
-  **52%** TRAVAILLENT DANS UNE AGENCE DE L'ONU
-  **26%** TRAVAILLENT DANS UNE ONG INTERNATIONALE

Types d'acteurs



Organisation / Institution



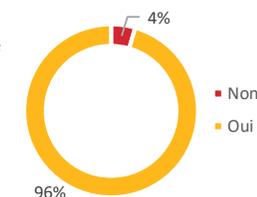
PRODUITS PHARES

Produit	Déjà lu	Produit le + pertinent	2 ^e produit le + pertinent
Dashboard sur les déplacements	69%	25%	19%
Suivi des urgences	56%	25%	13%
Rapport sur les mobilités	49%	10%	13%
Rapport sur les déplacements	43%	4%	9%
Suivi des flux Enquêtes individuelles	39%	6%	12%
Enquête sur les intentions de retour	36%	4%	19%

SATISFACTION

- 87%** ESTIMENT QUE LES PRODUITS SONT PARTAGÉS DANS DES DÉLAIS RAISONNABLES
- 97% et 95%** SONT SATISFAITS OU TRÈS SATISFAITS, RESPECTIVEMENT, DES 1^{er} ET 2^e PRODUITS LES + PERTINENTS POUR LEUR TRAVAIL

Nos produits vous ont-ils permis d'améliorer vos connaissances sur le contexte et les dynamiques de déplacement et de migration au Tchad ?



UTILISATION DES PRODUITS

Quatre-vingt-dix pour cent des partenaires sondés ont déjà utilisé des produits de la DTM Tchad dans le cadre du travail. Parmi eux, 56 pour cent l'ont fait dans le cadre de la réponse humanitaire, 49 pour cent ont cité l'élaboration de projets ou de stratégies de programmes ainsi que le plaidoyer, et 48 pour cent ont mentionné en tirer des informations générales.

Un grand nombre de participants (28%) ont indiqué consulter les produits de la DTM Tchad hebdomadairement, 24 pour cent le font ponctuellement et 22 pour cent toutes les deux semaines. Par ailleurs, 16 pour cent des partenaires interrogés lisent les produits une fois par mois.

La grande majorité (76%) des individus ayant répondu à l'enquête a indiqué recevoir les produits de la DTM Tchad par e-mail (dtmtchad@iom.int). Quinze pour cent les consultent sur les sites internet dédiés (portails displacement.iom.int et migration.iom.int) et 7 pour cent à travers des sources indirectes ou d'autres partenaires.

Soixante-seize pour cent des participants ont indiqué que les produits de la DTM Tchad ont déjà été référencés lors de réunions ou d'ateliers auxquels ils ont assisté, et principalement lors de réunions internes à leur organisation (53%), des réunions de cluster (49%) ou des réunions de coordination inter-cluster (37%).

DIFFICULTÉS

Trente-quatre pour cent des participants ont signalé rencontrer des défis lorsqu'ils consultent les produits de la DTM Tchad. Parmi les défis cités figurent le fait que les méthodologies ne sont pas claires (35%), que les produits ne fournissent pas suffisamment d'information (30%), que les produits fournissent au contraire trop d'informations (26%), que les informations ne sont pas assez accessibles (26%) ou qu'ils ont des difficultés pour trouver des informations pertinentes pour leur travail (17%). Certains partenaires ont indiqué que le trop grand nombre de produits disponibles nuisait à la clarté et la priorisation de l'information. D'autres, quant à eux, estiment que la fréquence de mise à jour des informations est trop faible.

SUGGESTIONS D'AMÉLIORATION

Parmi les participants, 44 pour cent estiment qu'il y a des produits de la DTM Tchad qu'ils souhaiteraient voir s'améliorer. Les produits les plus lus (dashboard de déplacement et suivi des urgences) sont aussi ceux que les partenaires voudraient améliorer le plus: 41 pour cent ont mentionné vouloir une amélioration des [dashboard sur les déplacements](#), 38 pour cent des [ETT](#) et 24 pour cent des [données brutes sur les déplacements](#) et des dashboard sur le [suivi des mouvements de transhumance](#).

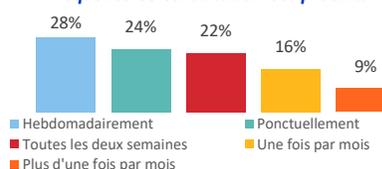
Dans ces produits informatifs, les partenaires aimeraient principalement voir s'améliorer le narratif, la structure (34% chacun) et les cartes (31%). Certains ont également spécifié souhaiter une meilleure désagrégation des données ou un accès aux bases de données sur lesquelles se fondent le dashboard de suivi des urgences. Plus généralement, les partenaires proposeraient aussi de clarifier et mieux expliquer les méthodologies. Quelques personnes souhaiteraient également que les produits de la DTM Tchad se concentrent davantage sur les conditions de retour et les solutions durables.

UTILISATION DES PRODUITS

90% ONT DÉJÀ UTILISÉ DES PRODUITS DTM TCHAD DANS LE CADRE DU TRAVAIL



Fréquence de consultation des produits



76% ONT INDICÉ QUE LES PRODUITS DTM ONT DÉJÀ ÉTÉ RÉFÉRENCÉS LORS DE RÉUNIONS / ATELIERS

Quelles réunions / ateliers ?

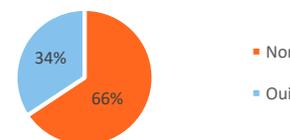


Canaux de réception des produits



DIFFICULTÉS & SUGGESTIONS D'AMÉLIORATION

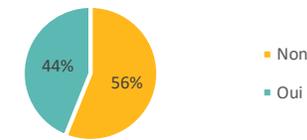
Rencontrez-vous des défis quand vous consultez les produits ?



Si oui, lesquels ?



Y a-t-il des produits que vous voudriez que nous améliorions ?



Si oui, quelles composantes ?

