

## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR L'UTILISATION DES PRODUITS DE LA DTM

## INTRODUCTION

La Matrice de suivi des déplacements (*Displacement Tracking Matrix, DTM, en anglais*) est un outil de l'Organisation internationale pour les migrations (OIM) permettant de faire le suivi des déplacements et des mouvements de populations et d'avoir une meilleure compréhension de leurs besoins ainsi que de leurs profils, intentions et accès aux services. L'objectif de la DTM est de capturer et d'analyser, de manière régulière et à différents niveaux, les données relatives aux flux de populations et de disséminer ces données auprès des autorités et de la communauté humanitaire. Dans ce cadre, la DTM développe et partage divers produits d'information (rapports, analyses, tableaux de bord...) compilant et représentant les données recueillies, de manière à en faciliter la compréhension.

Dans le souci de maintenir ses produits d'information en accord avec les besoins de la communauté humanitaire en termes d'analyses, la DTM en République centrafricaine a mené une enquête, en ligne et auprès de l'Intercluster Group, sur l'utilisation et la qualité perçue de ses produits. **31** partenaires ont donné des réponses à cette enquête. Le présent « Dashboard » en résume l'essentiel.

Les résultats obtenus fournissent des indications pertinentes sur l'utilité, les faiblesses et l'utilisation des produits de la DTM en République centrafricaine. Ces informations sont cruciales pour continuer à améliorer et adapter les produits de la DTM aux besoins des acteurs humanitaires dans le pays.

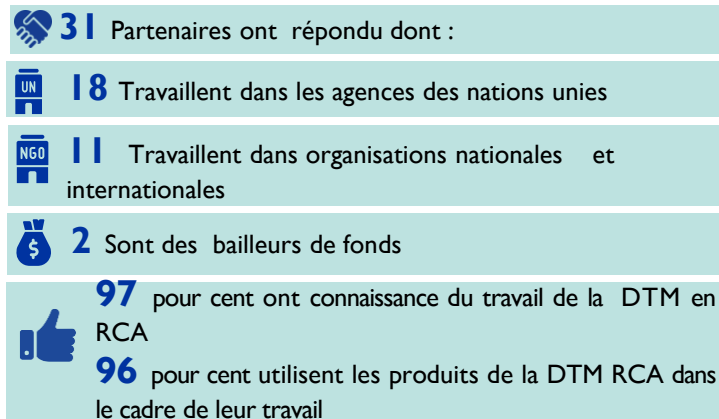
## PROFIL DES PARTENAIRES

Parmi les **31** partenaires enquêtés **97 pour cent** ont déclaré être conscients du travail de la DTM en Centrafrique. De ce nombre, **96 pour cent** utilisent régulièrement les produits de la DTM dans le cadre de leurs activités. Il convient de noter qu'une proportion importante des répondants (**58%**) travaillent pour le système des Nations Unies, **32 pour cent** sont affiliés à des organisations internationales, **3 pour cent** sont employés par des ONG nationales, tandis que 6 pour cent sont des bailleurs.

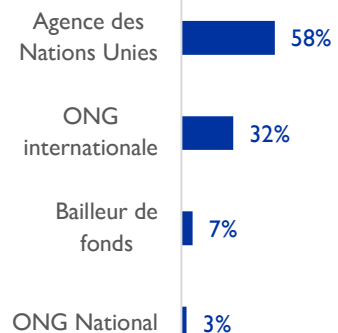
## SATISFACTION VIS-À-VIS DES PRODUITS DE LA DTM

La satisfaction globale des utilisateurs vis-à-vis des produits de la DTM varie selon le type de produits évalués. En effet, d'une manière générale **80 pour cent** des utilisateurs sont satisfaits des différents produits de la DTM. Toutefois, les produits qui ont pleinement satisfait le plus d'utilisateurs sont **le tableau de bord sur les déplacements** et **les rapports sur les déplacements respectivement (80%), les enquêtes sur les intentions futures (68%), le flash info (56%)** et **le suivi des urgences (52%)**.

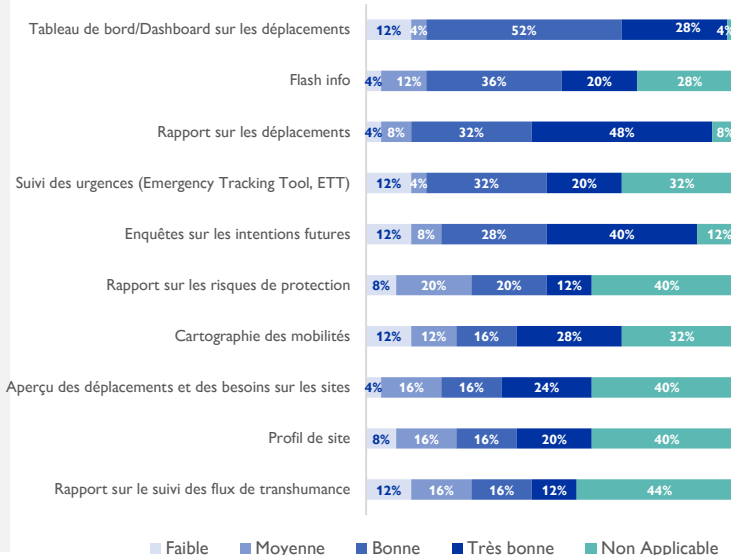
## PROFIL DES RÉPONDANTS



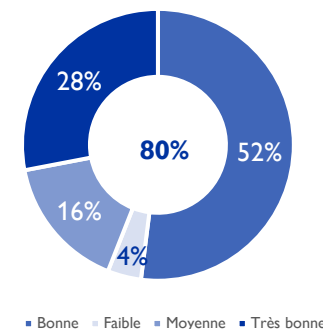
## Organisation/Institution



## SATISFACTION VIS-A-VIS DES PRODUITS



## SATISFACTION GENERALE DES PRODUITS DE LA DTM UTILISES



## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR L'UTILISATION DES PRODUITS DE LA DTM

**FRÉQUENCE DE RÉCEPTION SOUHAITÉE**

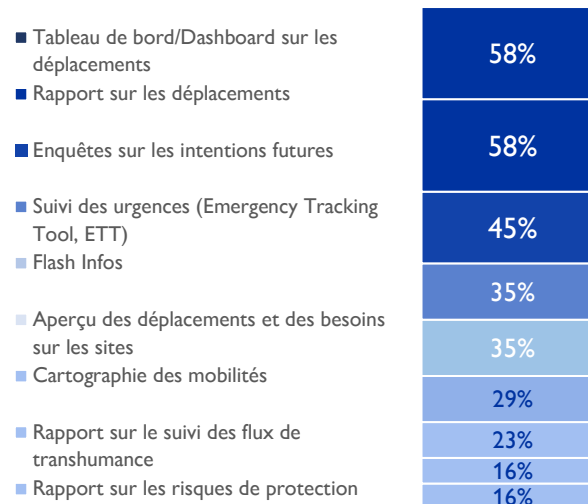
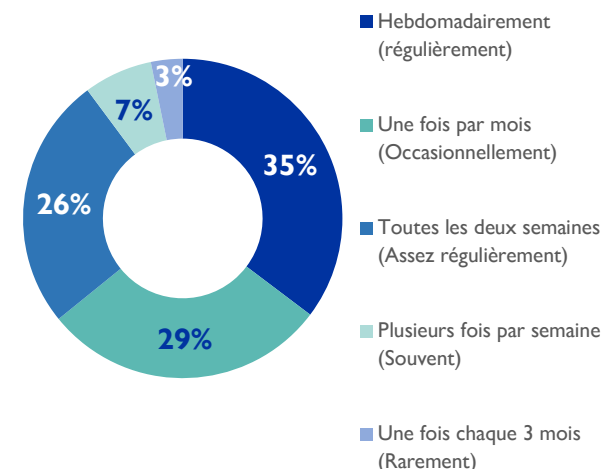
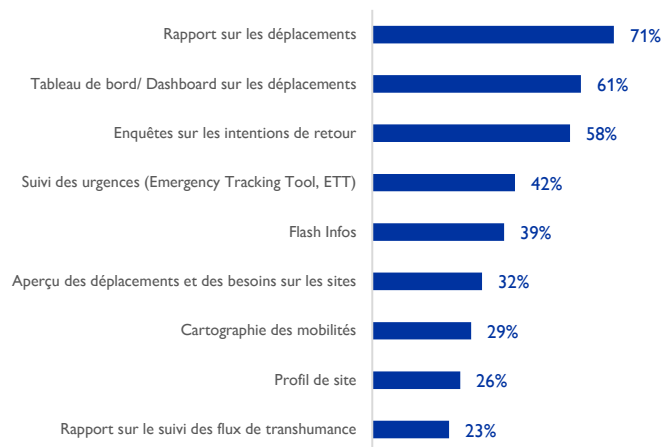
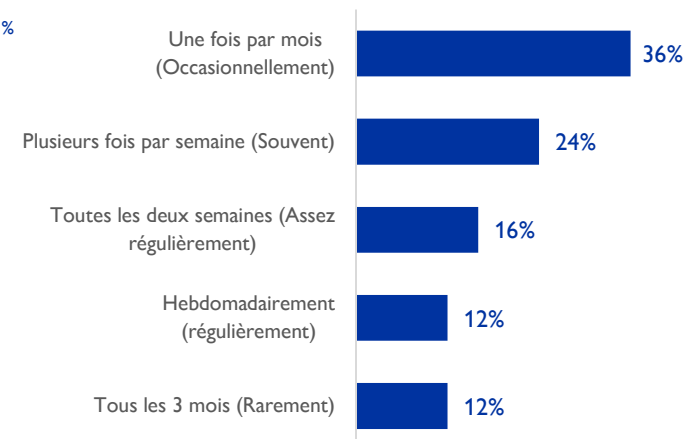
Une grande proportion des utilisateurs (**35%**) des produits de la DTM souhaitent recevoir des publications au moins une fois par semaine. **29 pour cent** des utilisateurs souhaitent d'autre part recevoir des publications au moins une fois par mois et **26 pour cent** des répondants souhaitent recevoir toutes les deux semaines.

**PRODUITS LES PLUS PERTINENTS POUR LES UTILISATEURS**

En ce qui concerne la pertinence des produits d'information de la DTM, les « Rapports sur les déplacements » et les « Tableaux de bord sur les déplacements » sont jugés pertinents par **58 pour cent** des utilisateurs. Les « Enquêtes sur les intentions futures » sont considérées comme pertinentes par **45 pour cent** des répondants. Les « flash infos » et les « Rapports de suivi des urgences » obtiennent chacun une pertinence de **35 pour cent**. « L'aperçu des déplacements et des besoins sur les sites » est jugé pertinent par **29 pour cent** des utilisateurs, tandis que la « cartographie de mobilité » recueille une pertinence de **23 pour cent**. Les « rapports sur le suivi des flux de transhumance » et les « rapports sur les risques de protection » sont tous deux évalués à **16 pour cent** de pertinence par les utilisateurs.

**PRODUITS DTM LES PLUS CONNUS DES PARTENAIRES**

En se basant sur les réponses des partenaires, les produits d'information de la DTM les plus connus sont les « Rapports sur les déplacements » soit (**71%**), les « Tableau de bord/Dashboard sur les déplacements » (**61%**), ensuite **58 pour cent** pour les enquêtes sur les intentions de retour, de plus, **42 pour cent** pour le suivi des urgences, **39 pour cent** pour les flash infos, **32 pour cent** pour les aperçus des déplacements et des besoins sur les sites, **29 pour cent** pour la cartographie de mobilités, **26 pour cent** pour le profil des sites et **23 pour cent** pour les rapports sur le suivi des flux de la transhumance.

**\*\* PRODUITS LES PLUS PERTINENTS POUR LES UTILISATEURS**

**FREQUENCE SOUHAITABLE POUR LA RECEPTION DES PRODUITS DE LA DTM**

**\*\* PRODUITS LES PLUS CONNUS DES PARTENAIRES**

**FRÉQUENCE DE CONSULTATION DES PRODUITS DE LA DTM**


## RÉSULTATS DE L'ENQUÊTE SUR L'UTILISATION DES PRODUITS DE LA DTM

**DOMAINES D'UTILISATION DES PRODUITS DE LA DTM**

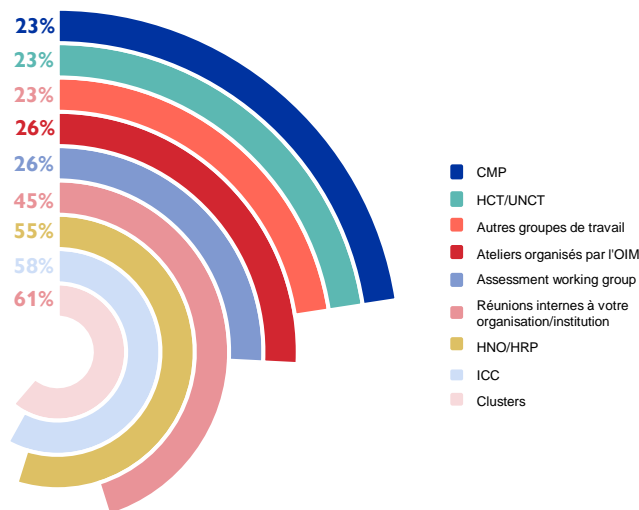
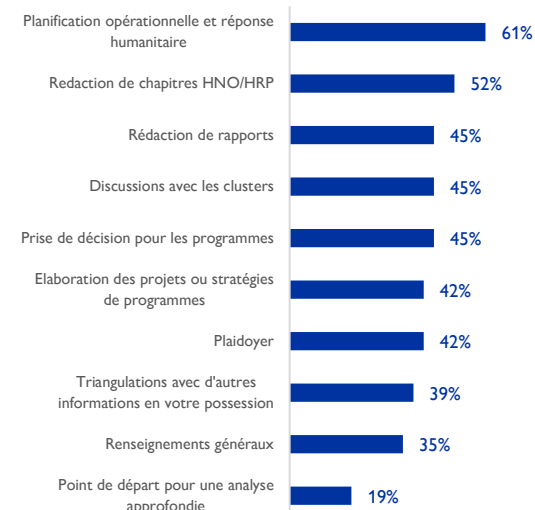
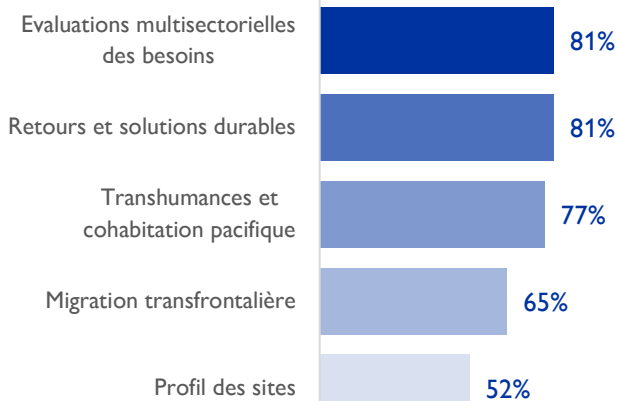
En se basant sur les réponses des partenaires, les produits d'information de la DTM sont utilisés dans divers domaines. La planification opérationnelle et la réponse humanitaire dominent avec une utilisation de **61 pour cent**. Ils servent également dans la rédaction de chapitres HNO/HRP (**52%**) et dans la prise de décision pour les programmes, les discussions avec les clusters et la rédaction de rapports, chacun à **45 pour cent**. Le plaidoyer et l'élaboration de projets ou de stratégies de programme totalisent également **42 pour cent** d'utilisation. La triangulation avec d'autres sources est citée à **39 pour cent**, suivie de près par les renseignements généraux à **35 pour cent**, et enfin, le point de départ pour une analyse approfondie est évoqué à **19 pour cent**.

**DOMAINE D'UTILISATION DES PRODUITS DE LA DTM**

L'analyse des références des produits d'information de la DTM lors des forums et ateliers révèle que la majorité des références (**61%**) sont effectuées au sein des clusters. Ensuite, **58 pour cent** des références sont faites lors des ICC, et **55 pour cent** dans le cadre du HRP. On note également que **45 pour cent** des mentions se produisent lors de réunions internes au sein des organisations ou institutions des utilisateurs. Les ateliers organisés par l'OIM et les groupes de travail d'évaluation enregistrent chacun **26 pour cent** de références. Enfin, les HCT/UNCT, CMP et autres groupes de travail sont mentionnés respectivement à hauteur de **23 pour cent**.

**THEMATIQUES RECOMMANDEES A LA DTM PAR LES UTILISATEURS DE SES PRODUITS EN REPUBLIQUE CENTRAFRICAINE**

Lors de cette enquête, les utilisateurs des produits d'information de la DTM ont exprimé leurs recommandations sur les domaines dans lesquels ils souhaiteraient voir la DTM se positionner ou renforcer son engagement actuel. Les thématiques les plus souvent citées sont les évaluations multisectorielles des besoins et les retours ainsi que les solutions durables, avec **81 pour cent** des utilisateurs les mentionnant respectivement. Ensuite, la transhumance et la cohabitation pacifique ont été évoquées par **77 pour cent** des participants, suivies de la migration transfrontalière à **65 pour cent**, et des profils des sites à **52 pour cent**.

**UTILISATION DES PRODUITS DTM**
**\*\* Réunions/ateliers dans lesquel(le)s les produits ont été référencés**

**\*\* Domaines d'utilisation des produits de la DTM**

**\*\* THEMATIQUES RECOMMANDEE PAR LES PARTENAIRES**

**\*\*CANAUX DE RECEPTION DES PRODUITS DE LA DTM RCA**
