



Le choix d'un avenir meilleur.

LES RÉSULTATS DE LA RECHERCHE DE BASE À MATOTO, GUINÉE

WAKA de IOM X est la campagne de l'Organisation internationale pour les migrations (OIM) en Afrique de l'Ouest qui vise à prévenir l'exploitation en donnant aux jeunes les moyens de prendre des décisions éclairées en matière de migration.

WAKA de IOM X s'est associé à la société de recherche Infotrak pour mener une enquête de base pour aider à la conception des activités de la campagne à Matoto, une commune de Conakry, en Guinée. La recherche de base (pré-enquête) a été réalisée en septembre/octobre 2019. Une post-enquête est attendue en décembre 2019 pour évaluer l'impact des activités. Le public cible de la campagne est constitué de jeunes hommes et femmes, âgés de 14 à 35 ans, vivant à Matoto. Ces caractéristiques ont constitué les critères des répondants de cette enquête. Des enquêtes de référence ont été menées auprès de 434 répondants dans une communauté d'intervention (Matoto, n=280) et une communauté témoin (Bambeto, n=154). Les principales constatations du présent document portent principalement sur les résultats des répondants de Matoto (sauf indication contraire).

PROFIL DÉMOGRAPHIQUE ET ÉCONOMIQUE¹

- 70 % des répondants étaient célibataires.
- 55 % des répondants gagnent un revenu mensuel de 501 000 à 2 000 000 de francs guinéens, soit l'équivalent de 53 à 215 dollars.
- 53 % des répondants ont indiqué qu'ils avaient connu le chômage au cours des 12 derniers mois.
- 22 % des répondants ont dû emprunter de l'argent au cours des 12 derniers mois
- 16 % des répondants ont eu une maladie grave dans leur famille au cours des 12 derniers mois
- 12 % des répondants n'ont pas été en mesure de rembourser leurs dettes au cours des 12 derniers mois
- 38 % des répondants ont indiqué qu'ils n'avaient eu aucun problème au cours des 12 derniers mois

Profil	n=434 (%)
Sexe	
Hommes/femmes	50/50
Commune	
Bambeto (témoin)	35
Matoto (intervention)	65
Âge	
14-19	33
20-29	33
30-35	34
Éducation	
École primaire ou moins	20
Secondaire	37
Université (Baccalauréat)	8
Études supérieures	12
Formation professionnelle	18
L'éducation informelle	5

UTILISATION DES MÉDIAS DANS MATOTO

Les médias les plus utilisés pour l'information, le divertissement, l'éducation et les nouvelles : 47 % à la télévision, 15 % à la radio, 18 % à Internet et 11 % aux médias sociaux.

La station de radio la plus écoutée : Radio Espace FM

Les chaînes de télévision les plus regardées : Espace TV, RTG, Zee Magic, Canal+ Sport

Les journaux les plus lus: Le Lynx, L'indépendant, Horoya

Les médias sociaux les plus utilisés: 65% Facebook Messenger, 35% WhatsApp, 32% Facebook, 27% Imo, 16% Instagram.

EXPÉRIENCE DE MIGRATION DES RÉSIDENTS DE MATOTO

- **Migration à l'intérieur de la Guinée** : Près de la moitié des répondants avaient déjà migré à l'intérieur de la Guinée. Environ la moitié d'entre eux ont migré pour vivre plus près de leur famille ou de leurs amis.

¹ Résultats des répondants de Matoto et Bambeto (n=434)



Le choix d'un avenir meilleur.

- **Migration hors de la Guinée :** Seulement 14 % des répondants avaient déjà migré à l'étranger. Les deux principales raisons étaient de trouver du travail ou de vivre plus près de leur famille et de leurs amis. Les quatre principales destinations de ces répondants étaient : Sierra Leone (27%), Sénégal (24%), Côte d'Ivoire (17%) et Mali (19%).
- **Désir de migrer à l'avenir :** 70 % des répondants ont indiqué qu'ils souhaitaient migrer en Guinée et 82 % qu'ils souhaitaient migrer vers un autre pays pour y trouver du travail ou y suivre des études.
- Les deux personnes les plus influentes dans la prise de décision de migrer sont les répondants eux-mêmes et leurs amis.
- **Source de financement de la migration :** 65 % utiliseraient leurs propres économies et 47 % emprunteraient à des membres de leur famille ou à des amis.

LA CONNAISSANCE DES RISQUES LIÉS À LA MIGRATION IRRÉGULIÈRE

- 52 % des répondants connaissaient quelqu'un qui avait migré à l'étranger de manière irrégulière.
- Bien que 50 % des répondants aient déclaré qu'ils n'avaient pas vu ou entendu de messages sur les dangers de la migration irrégulière, la majorité (83 %) étaient conscients qu'il y avait des risques (tels que la mort, la déportation et l'arrestation).
- Un peu plus de la moitié des répondants ont indiqué qu'ils comprenaient la définition de la traite des personnes, tandis que 30 % n'étaient pas certains de la définition.

CONNAISSANCES, ATTITUDES ET PRATIQUES EN MATIÈRE DE MIGRATION

Les niveaux de connaissance étaient en moyenne assez élevés - plus de la moitié des répondants savaient quels types de documents étaient nécessaires pour migrer à l'étranger pour travailler ou étudier, mais un grand nombre de répondants (72 %) ne savaient pas comment obtenir un passeport.

Attitude négative : La majorité (plus de 64 %) des répondants ont fait preuve d'apathie, estimant que cela ne valait pas le coût et le temps nécessaires pour obtenir un passeport ou un visa approprié.

Attitude positive : La majorité des répondants ont manifesté une attitude non discriminatoire à l'égard des migrants de retour, ainsi qu'une attitude de prudence lorsqu'il s'agit de signer des contrats qu'ils ne comprennent pas.

Intention du comportement : Un grand nombre de répondants ont indiqué avoir des comportements positifs, comme 57 % ont déclaré qu'ils parleraient à leurs amis des risques associés à la migration irrégulière et 87 % ont dit qu'ils feraient un effort pour obtenir des informations sur les risques potentiels et la manière de les éviter.

L'ACCÈS À L'INFORMATION SUR LA MIGRATION :

- La majorité des répondants ont déclaré qu'ils recevaient de l'information sur la migration par leurs amis et leur famille (64 %), la radio (39 %), Internet et les médias sociaux (35 %), les nouvelles et les rapports médiatiques (30 %) et les émissions télévisées (29 %).
- 47 % ont dit qu'il était très difficile de trouver des informations fiables en ligne sur la façon de migrer régulièrement et 66 % ont dit qu'il était difficile de trouver ces informations chez une personne de confiance.

L'ACCÈS À L'INFORMATION SUR LES OPPORTUNITÉS LOCALES :

- Plus de 54 % des répondants ont déclaré qu'ils obtiennent de l'information sur les possibilités d'emploi par la bouche à oreille, et 18 % par Facebook. Quant aux possibilités d'éducation, 48 % obtiennent leur information par le bouche-à-oreille et 22 % par les journaux.
- 54 % ont dit qu'il était difficile de trouver de l'information sur les possibilités locales.

Pour plus d'informations sur la campagne WAKA, l'information sur la migration régulière et les opportunités locales, visitez WAKAWELL.info/Guinee.