



**HAL**  
open science

## Profilage des compétences de la diaspora. Une méthodologie étape par étape pilotée avec la diaspora malagasy en France et en Suisse.

Agathe Randrianarisoa, Mireille Razafindrakoto, François Roubaud,  
Jean-Michel Wachsberger

### ► To cite this version:

Agathe Randrianarisoa, Mireille Razafindrakoto, François Roubaud, Jean-Michel Wachsberger. Profilage des compétences de la diaspora. Une méthodologie étape par étape pilotée avec la diaspora malagasy en France et en Suisse.. ICMPD; EUDIF. 2023, pp.35. hal-04111262

**HAL Id: hal-04111262**

**<https://hal.science/hal-04111262v1>**

Submitted on 31 May 2023

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



**KATSAKA  
MANGA  
FRANCE**

**ANJARA**  
RESEARCH & CONSULTING



# PROFILAGE DES COMPÉTENCES DE LA DIASPORA

## UNE MÉTHODOLOGIE ÉTAPE PAR ÉTAPE PILOTÉE AVEC LA DIASPORA MALAGASY EN FRANCE ET EN SUISSE



European Union  
Global Diaspora Facility

Financé par  
l'Union européenne



Mis en œuvre par l'ICMPD



**ICMPD**

International Centre for  
Migration Policy Development

## AUTEURS

**Dr Agathe Randrianarisoa**, Directrice, Anjara Research & Consulting, Chercheure Associée, IRD-DIAL

**Dr Mireille Razafindrakoto**, Directrice de recherche, IRD-DIAL

**Dr François Roubaud**, Directeur de recherche, IRD-DIAL

**Dr Jean-Michel Wachsberger**, maître de conférences à l'université de Lille, chercheur au CeRIES et Chercheur associé, IRD-DIAL

## EQUIPE EUDiF

**Dr Fanny Tittel-Mosser**, Knowledge Management and Research Officer, ICMPD

**Hala Tarabay**, Project Officer, ICMPD

**Dr Aurélie Sgro**, Senior Project Manager, ICMPD

**Citation:** Randrianarisoa A. et al (2022). Profilage des compétences de la diaspora malagasy en France et en Suisse, Cas d'étude EUDiF, Bruxelles: ICMPD.

Pour toute question, veuillez contacter [EU-diaspora@icmpd.org](mailto:EU-diaspora@icmpd.org)

Ce rapport a été rédigé dans le cadre de la Facilité Mondiale de l'Union européenne pour la Diaspora (EUDiF), financée par l'Union européenne (UE), et mise en œuvre par l'ICMPD. Les opinions exprimées dans ce rapport relèvent de la seule responsabilité des auteurs et ne reflètent pas nécessairement le point de vue de l'UE, ni de l'ICMPD, du Ministère des Affaires Etrangères de Madagascar, du Katsaka Manga, de l'Anjara Research & Consulting ou du FACT.

Design par : Marc Rechdane

## ACRONYMES

<b>CSP</b>	Catégorie socio-professionnelle
<b>EUDiF</b>	European Global Diaspora Facility / la Facilité mondiale de l'UE pour la diaspora
<b>FACT</b>	Feder'Actions Madagascar
<b>FORIM</b>	Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations
<b>FPMA</b>	Église protestante malgache en France
<b>ICMPD</b>	International Centre for Migration Policy Development/ Centre International pour le développement des politiques migratoires
<b>INSEE</b>	Institut national de la statistique et des études économiques
<b>MAE</b>	Ministère des Affaires Etrangères (Madagascar)
<b>NTIC</b>	Nouvelles technologies de l'information et de la communication
<b>OIM</b>	Organisation Internationale pour les Migrations
<b>RPP</b>	Recensement de la population

# TABLE DES MATIÈRES

<b>ACRONYMES</b> .....	<b>2</b>
<b>RÉSUMÉ EXÉCUTIF</b> .....	<b>4</b>
<b>INTRODUCTION</b> .....	<b>7</b>
<b>CONTEXTE, ÉQUIPE ET OBJECTIFS</b> .....	<b>8</b>
<b>I/ CADRAGE DE L'EXERCICE DE PROFILAGE</b> .....	<b>11</b>
1. Définition des termes-clés	11
2. Cadrage des attentes vis-à-vis du projet	12
3. Recensement des données et des compétences existantes	12
4. Identification des besoins en formation	13
<b>II/ DÉFINITION ET CARACTÉRISTIQUES CLÉS DE L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE</b> .....	<b>15</b>
1. Une méthodologie mixte non représentative	15
2. Une administration de l'enquête bi-modale	15
3. Une approche d'analyse des données efficace et répliquable	16
<b>III/ Formation des acteurs impliqués</b> .....	<b>17</b>
<b>IV/ Collecte des données</b> .....	<b>18</b>
1. Une collecte multi-canaux	18
2. L'efficacité relative des canaux et sources d'information	19
3. Les limites rencontrées pendant la collecte	20
<b>V/ ANALYSE DE DONNÉES ET DISSÉMINATION</b> .....	<b>22</b>
<b>VI/ LEÇONS APPRISES ET BONNES PRATIQUES DU PILOTAGE DE L'EXERCICE DE PROFILAGE DE LA DIASPORA</b> .....	<b>25</b>
<b>RÉFÉRENCES</b> .....	<b>27</b>
<b>ANNEXES</b> .....	<b>28</b>

## LISTE DES TABLEAUX

<b>TABLEAU 1 : STRATÉGIE MULTICANAUX ET RÔLE DES ACTEURS-CLÉS</b> .....	<b>18</b>
<b>TABLEAU 2 : MODES DE SUIVI</b> .....	<b>23</b>
<b>TABLEAU 3 : RÉCAPITULATIF DES LEÇONS APPRISES ET BONNES PRATIQUES</b> .....	<b>25</b>

## LISTE DES GRAPHIQUES

<b>FIGURE 1 : LES PHASES ET ÉTAPES D'UNE ENQUÊTE</b> .....	<b>5</b>
<b>FIGURE 2 : SERVICES DE L'EUDIF</b> .....	<b>8</b>
<b>FIGURE 3 : RÔLES DES ACTEURS IMPLIQUÉS</b> .....	<b>9</b>
<b>FIGURE 4 : SÉQUENCE D'ACTIVITÉS DE L'ACTION DP4D AVEC MADAGASCAR</b> .....	<b>10</b>
<b>FIGURE 5 : IDENTIFICATION DES BESOINS EN FONCTION DES ATTENTES ET DES COMPÉTENCES EXISTANTES</b> .....	<b>13</b>
<b>FIGURE 6 : PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SELON L'ÂGE</b> .....	<b>20</b>

## RÉSUMÉ EXÉCUTIF

Cette méthodologie de profilage des compétences de la diaspora a été produite entre novembre 2021 et novembre 2022 dans le cadre d'une action combinée de recherche et de déploiement de professionnels de la diaspora de la Facilité mondiale de l'Union européenne pour la diaspora (EUDiF). L'EUDiF, financée par l'UE et mis en œuvre par le Centre International pour le Développement des Politiques Migratoires (ICMPD), s'emploie à consolider les efforts d'engagement de la diaspora pour le développement.

Le potentiel de la diaspora dans le développement d'un pays donné est considérable. Pour pouvoir mobiliser les compétences disponibles au sein d'une diaspora, il est tout d'abord nécessaire de mieux en connaître les caractéristiques. C'est dans cette optique que la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires a demandé du soutien auprès de l'EUDiF pour renforcer sa capacité à s'engager avec la diaspora et à identifier les compétences qui pourraient aider à répondre aux besoins structurels auxquels Madagascar est confronté. Il s'agit notamment du manque de main-d'œuvre qualifiée, en particulier dans le domaine des technologies de l'information et de la communication, ainsi que du manque d'enseignants, notamment dans le secteur de l'enseignement supérieur. Pour répondre à ces priorités, la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires a reconnu la nécessité de profiler la diaspora sur une base régulière et de développer les outils et les compétences nécessaires pour le faire. L'action de l'EUDiF « Profilage des compétences de la diaspora : une méthodologie étape par étape pilotée avec la diaspora malagasy en France et en Suisse » vise ainsi à faciliter le transfert de l'expertise de la diaspora et de leurs connaissances en la matière pour développer une méthodologie et des outils pratiques et piloter un premier profilage des compétences de la diaspora Malagasy en France et en Suisse.

La présente action propose une approche innovante, offrant une place centrale aux autorités dans la création et l'utilisation d'outils adaptés. Les ambassades et consulats inclus dans cette phase pilote ont également directement pris part à la dissémination du questionnaire et ont joué un rôle clé lors de la collecte de données. Les activités de développement des capacités proposées dans cette action visent à appuyer l'internalisation des compétences au sein des autorités et mettre en place un environnement propice à la réplication de cet exercice de profilage de compétences.

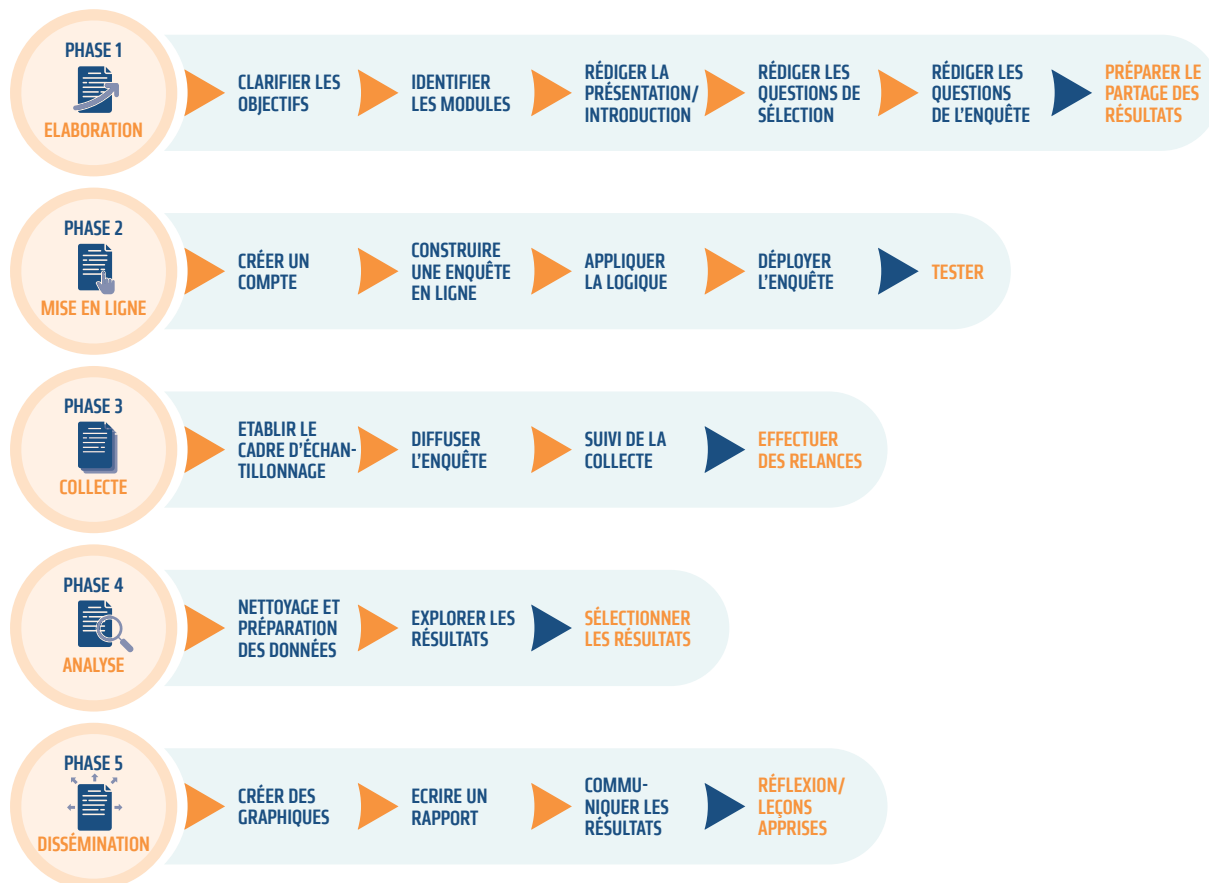
807 personnes ont répondu à l'enquête en ligne effectuée dans le cadre de cette action, 95 % résidant en France et 5 % en Suisse. Ce résultat correspond au double des réponses attendues. Le taux de réponses constitue un succès et représente aujourd'hui **la plus grande enquête auprès de la diaspora malagasy** jamais effectuée. Bien que cet échantillon ne peut être considéré comme représentatif de la diaspora, il permet néanmoins de dresser une cartographie de son segment le plus mobilisable pour le développement de Madagascar.

Compte tenu des ressources disponibles et afin que cet exercice de profilage puisse être reconduit par la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires, la méthode la plus adaptée est **une méthodologie mixte non représentative** combinant analyse de l'existant et une enquête auprès des membres de la diaspora. Une fois ce profilage réalisé, l'exercice pourra être répété afin de le mettre à jour.

La Figure ci-dessous présente les différentes phases et étapes de l'élaboration à la dissémination des résultats d'une enquête.

Cette première étude pilote a permis de tester l'approche méthodologique afin de profiler une diaspora donnée. Plusieurs enseignements en ont été tirés et sont présentés dans le tableau récapitulatif suivant.

FIGURE 1 : LES PHASES ET ÉTAPES D'UNE ENQUÊTE



### ETAPES

### LEÇONS APPRISSES ET BONNES PRATIQUES

#### ELABORATION

- Veiller à bien préciser les termes-clés de l'étude. Le terme diaspora peut être défini de diverses manières.
- Bien clarifier les objectifs, les rôles et responsabilités de chacune des parties prenantes, ainsi que le calendrier
- Travailler main dans la main avec les organisations de la diaspora et membres clés de la diaspora dès le départ

#### FORMATION

- Bien sélectionner les participants en s'assurant qu'ils soient ceux qui seront susceptibles de répéter l'exercice dans le futur
- Avoir à disposition le matériel pour les participants à distance
- Planifier des cycles de formations en cascade pour internaliser les connaissances de façon plus large

#### COLLECTE

- Offrir des options à travers une enquête en ligne et des formulaires papiers
- Veiller à avoir une personne dédiée à la collecte à la fois dans l'équipe de recherche et dans les ambassades/consulats
- Mettre en place une permanence téléphonique pour ceux qui préfèrent répondre au téléphone
- Dégager du budget pour les impressions de flyers et de posters
- Cibler et segmenter la communication sur l'exercice de collecte de données
- Mobiliser les organisations de la diaspora et membres clés de la diaspora pour appuyer la collecte de données

#### ANALYSE

- Allouer suffisamment de temps à l'analyse surtout du fait du reclassement des catégorie socio-professionnelle (CSP), industries et types de métier qui se fait manuellement pour chaque participant à l'enquête.

#### DISSÉMINATION

- Prévoir plusieurs types de restitution afin de présenter les résultats aux ministères concernés, au secteur privé, à la société civile, aux membres de la diaspora et aux ONGs et enfin aux universitaires afin de favoriser l'utilisation large des données.

# INTRODUCTION

A ce jour, il n'existe pas de statistique fiable sur la taille des diverses diasporas en Europe. En revanche, certaines estimations permettent de qualifier la diaspora malgache comme une des plus importantes des pays subsahariens en France. Ses effectifs sont estimés entre 145.000 et 200.000 et sont caractérisés par un haut niveau d'éducation (Razafindrakoto et al. 2018 ; MAE 2019). Il a longtemps été question de « la fuite des cerveaux » dans le contexte de l'étude des diasporas. Cette vision s'est transformée en une analyse plus positive, notamment en facilitant le retour de membres de la diaspora ayant acquis des compétences à l'étranger ou le partage de leurs compétences avec d'autres restés dans le pays d'origine par exemple.

Dans la Lettre de politique nationale pour l'engagement de la diaspora des « Malagasy Ampielezana » (MAE 2021), le gouvernement malgache identifie l'amélioration des connaissances de sa diaspora comme un des cinq axes stratégiques de sa politique. Plus précisément, il est spécifié qu'une cartographie<sup>1</sup> de « *la diaspora de manière régulière pour ne pas figer sa composition et mettre en place des mécanismes permettant d'approfondir la connaissance de cette diaspora et d'identifier les capacités mobilisables pour assurer la meilleure collaboration possible entre le gouvernement de Madagascar et les Malagasy Ampielezana* » est une étape essentielle afin de mobiliser la diaspora dans le but de « *contribuer à la réduction de la pauvreté et soutenir le développement durable de Madagascar* ».

C'est dans ce cadre que l'action de déploiement de professionnels de la diaspora (DP4D) pour le « Développement d'une méthodologie standard pour profiler les compétences de la diaspora Malagasy en France et en Suisse » mise en œuvre par la **Facilité mondiale de l'Union européenne pour la diaspora (EUDiF)** s'inscrit.

---

1 On trouve parfois dans la littérature le terme de « cartographie » comme synonyme de profilage. Pour éviter toute confusion avec une approche géographique, nous emploierons ici le terme « profilage ».



## CONTEXTE, ÉQUIPE ET OBJECTIFS

La **Facilité mondiale de l'Union européenne pour la diaspora (EUDiF)** est une Facilité pilote financée par l'Union européenne (UE) et mise en œuvre par le Centre international pour le développement des politiques migratoires (ICMPD), en cours depuis juin 2019 et dont la phase actuelle s'achèvera en décembre 2023. L'EUDiF s'emploie à consolider les efforts d'engagement de la diaspora pour le développement à travers quatre volets d'activités interconnectés sur les connaissances, le développement des capacités, le dialogue et l'expertise de la diaspora.

Pour mobiliser l'expertise de la diaspora, EUDiF a mis en place un mécanisme de déploiement de professionnels issus de la diaspora (DP4D suivant l'acronyme en anglais) qui fournit un soutien sur demande aux institutions publiques locales et nationales des pays partenaires de l'UE via des missions virtuelles et/ou sur place de courte durée.

FIGURE 2 : SERVICES DE L'EUDIF

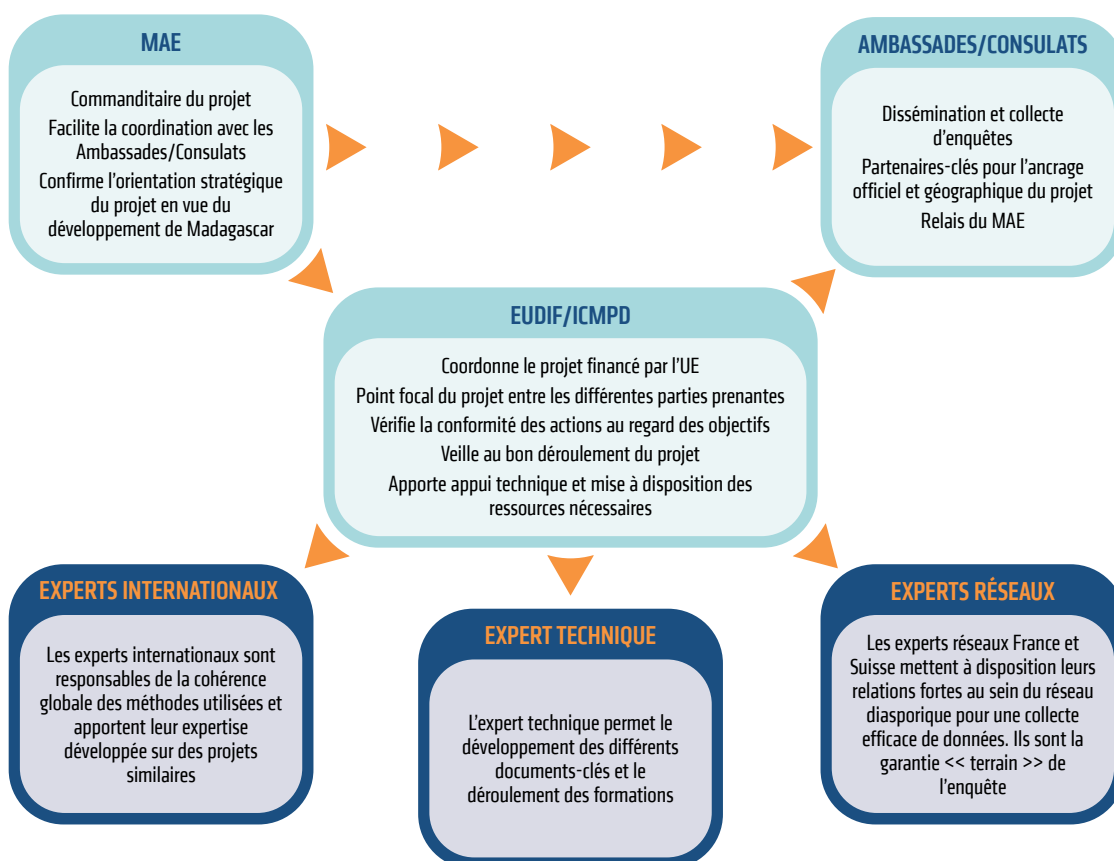


Un défi fréquemment cité concernant l'optimisation des politiques et des programmes d'engagement de la diaspora est le manque de connaissance de la diaspora, y compris concernant les compétences de cette dernière et son potentiel à contribuer au travail de développement. Ce manque crée des difficultés pour les pays partenaires en matière de communication et de collaboration avec la diaspora. Bien que des profils de la diaspora aient été établis, le fait que ces profils soient réalisés par des acteurs non-gouvernementaux internationaux ou des instituts de recherche, qu'ils ne soient pas appropriés et qu'ils ne donnent que peu de place durant leur production aux autorités nationales constitue un problème majeur pour leur durabilité.

Suite à la création en 2015 de la Direction de la Diaspora à Madagascar, aujourd'hui appelée la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires, le Ministère des Affaires étrangères a commandé une étude, en collaboration avec l'Organisation Internationale pour les Migrations (OIM) et le Forum des Organisations de Solidarité Internationale issues des Migrations (FORIM) sur la diaspora malgache en France. Conformément à sa récente Lettre de politique nationale pour l'engagement de la diaspora adoptée en février 2021, Madagascar a identifié le profilage des compétences de la diaspora pour soutenir le développement national comme une priorité clé. Fin 2020, la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires de Madagascar a soumis une demande de soutien à travers le mécanisme DP4D de l'EUDiF pour développer les capacités nationales de profilage de la diaspora, et ce en faisant appel notamment à l'expertise de la diaspora.

Dans ce contexte, **l'objectif principal de cette action DP4D est de tirer parti de l'expertise de la diaspora et de l'expertise internationale pour fournir à la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires les connaissances et les outils nécessaires à la réalisation du profilage des compétences de la diaspora malagasy et pour piloter une méthodologie de profilage des compétences de la diaspora malagasy en France et en Suisse.**

**FIGURE 3 : RÔLES DES ACTEURS IMPLIQUÉS**

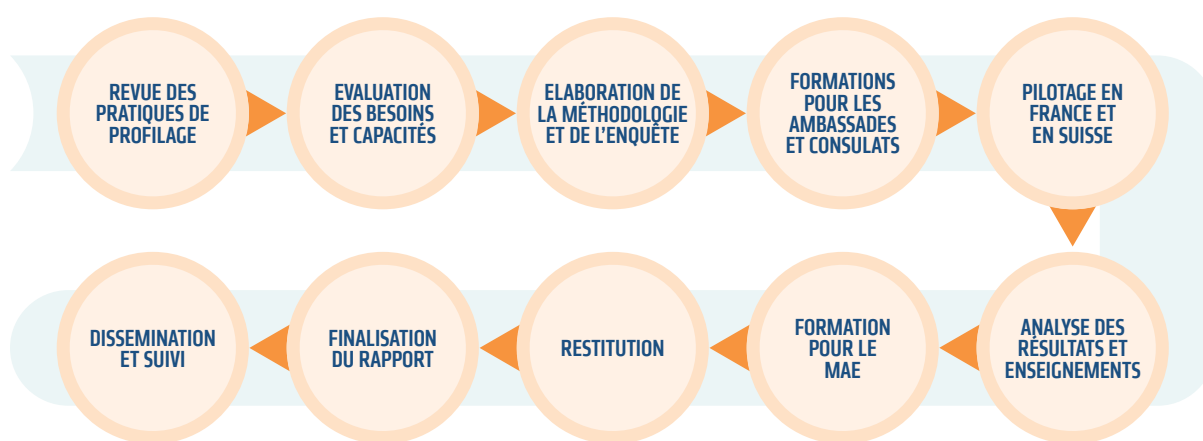


**Il s'agit d'une approche innovante, offrant une place centrale aux institutions nationales pertinentes, venant s'inscrire dans une dynamique de rapprochement des autorités de leur diaspora et d'internalisation des compétences.**

Lancée en novembre 2021, cette action DP4D a inclus :

- La présente étude méthodologique et son pilotage en France et en Suisse ;
- Des activités de formations à l'attention des ambassades et consulats malagasy en France et en Suisse et la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires, afin de développer leurs connaissances et aptitudes pour mener des exercices de profilage de la diaspora dans le futur.
- Des activités de restitution en faveur des bénéficiaires directs, autres parties intéressées et du grand public.

**FIGURE 4 : SÉQUENCE D'ACTIVITÉS DE L'ACTION DP4D AVEC MADAGASCAR**



La France et la Suisse ayant été choisis du fait d'être un des plus grands pays d'accueil de la diaspora (France) et dont la diaspora dispose de caractéristiques spécifiques ayant un attrait particulier pour le MAE, notamment le profil des fonctionnaires et membres d'organisations internationales basés à Genève.

Les conclusions issues de ce profilage des compétences viendront alimenter la mise en œuvre du projet **Tantsoroka ho an'ny Diaspora (TADY)**, piloté par le Ministère des Affaires étrangères de Madagascar et financé par l'Agence Française de Développement (Afd) à hauteur de 7 millions d'euros. D'une durée de quatre ans, le projet « TADY » appuiera la mise en œuvre de la Lettre de Politique Nationale d'Engagement de la Diaspora malagasy (LPNED). Il aura pour objectif principal de créer les conditions favorables à la mobilisation de la diaspora pour le développement socio-économique de Madagascar. Le projet s'articulera autour de trois objectifs spécifiques:

- Renforcer les capacités des acteurs institutionnels à piloter et rendre compte de la mise en œuvre de la LPNED (volet assistance technique);
- Valoriser le capital social, culturel, économique et financier de la diaspora (volet développement local);
- Informer les décisions opérationnelles du projet, le suivi de la LPNED et le dialogue de politique publique sur les enjeux Migrations, Diaspora, Développement par un dispositif de développement des connaissances (volet recherches et capitalisation).

**Au-delà, le but est de fournir un outil de base méthodologique pratique et testé pouvant aider et inspirer d'autres gouvernements pour conduire des exercices de profilage de leur diaspora.**

# I/ CADRAGE DE L'EXERCICE DE PROFILAGE

Avant d'appliquer la méthodologie la plus adaptée, il a été nécessaire de définir les termes-clés de l'étude, les attentes du Ministère vis-à-vis du projet, mais aussi d'identifier les besoins en termes de développement des compétences. Ceci a permis par la suite de clarifier le rôle de chacun des acteurs impliqués afin de tirer le meilleur parti des réseaux et compétences à disposition.

## 1. DÉFINITION DES TERMES-CLÉS

### *Qu'est-ce que la diaspora?*

Il n'existe pas de définition unique du terme « diaspora ». Si l'EUDiF privilégie la volonté de contribuer au développement du pays d'origine en définissant la diaspora comme « les émigrants et les descendants d'émigrants qui maintiennent activement des liens avec leur pays d'origine/d'ascendance et sont disposés à contribuer à son développement », la définition nationale malgache ne retient pas cette dimension. Dans le cadre de sa politique nationale, la diaspora malgasy est en effet constituée de toutes les personnes ayant la nationalité malgasy et les descendants de Malgasy résidant à l'étranger.

Pour les besoins de cette étude qui pourra être répétée dans d'autres pays, nous considérons donc comme faisant partie d'une diaspora toute personne s'identifiant à une origine, quelle que soit leur citoyenneté. De fait, la définition des « diasporas » n'inclut donc pas seulement les émigrants de première génération mais aussi leurs descendants, tant qu'ils maintiennent un lien avec le pays d'origine auquel ils s'identifient. D'après Migrationdataportal (2020), « *Ces liens, qu'ils soient culturels, linguistiques, historiques, religieux ou affectifs, sont ce qui distingue les groupes de la diaspora d'autres communautés* » et de « *manière générale, les diasporas présentent la plupart, sinon la totalité, des caractéristiques suivantes* :

- *Une migration, qui peut être forcée ou volontaire, depuis un pays d'origine pour travailler, commercer ou fuir un conflit ou des persécutions ;*
- *Une mémoire collective idéalisée et/ou un mythe de la terre ancestrale ;*
- *Un lien constant avec un pays d'origine ;*
- *Une forte conscience de groupe qui dure dans le temps ; et*
- *Un sentiment de parenté avec les membres de la diaspora dans d'autres pays (Cohen, 2008) ».*

### *Quelles compétences ?*

La notion de « compétences », mérite également d'être précisée. En théorie, le terme doit être compris dans son sens le plus large, prenant en compte le niveau d'éducation et la nature de la formation reçue, les professions exercées (type, secteur, ancienneté), et, plus généralement, le savoir-faire technique, entrepreneurial et organisationnel que les membres de la diaspora ont acquis. Les compétences résultent donc de la combinaison des savoirs, savoir-faire et savoir-être (comportements) des individus.

Une fois les concepts-clés de l'étude précisés, il est nécessaire d'identifier les attentes vis-à-vis du projet, les données et les compétences existantes.

## 2. CADRAGE DES ATTENTES VIS-À-VIS DU PROJET

Afin de définir les attentes vis-à-vis du projet, un atelier a été organisé avec la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires de Madagascar, et en présence de représentants de différents ministères. Une liste de contrôle pour l'évaluation des besoins avec des questions précises pour chaque étape du projet a été développée et peut être trouvée en Annexe 2.

Dans le cas de Madagascar, les attentes suivantes ont été identifiées :

- **Un profilage des compétences utiles au développement de Madagascar** à mobiliser (et non un recensement ni une liste de membres de la diaspora ; les données seront anonymes). Parmi les compétences déjà identifiées, celles liées à l'artisanat et à la santé.
- **L'appropriation d'une méthodologie de profilage** tout en développant les capacités de la Direction de la Diaspora et des Questions migratoires et des consulats afin de pérenniser le dispositif en proposant une méthodologie efficace avec des outils accessibles et des instructions claires.
- **La collecte de données de qualité permettant l'étude approfondie des caractéristiques de la diaspora.** Plus précisément, il est attendu d'obtenir des informations sur toutes les personnes possédant des compétences mobilisables ou transférables :
  - Sur leurs caractéristiques sociodémographiques (âge, statut matrimonial, nombre de dépendants etc.)
  - Sur leurs compétences et expérience professionnelles (niveau d'éducation, savoir-faire technique, entrepreneurial et organisationnel, compétences techniques, expérience professionnelle en général et dans les organisations internationales en particulier)
  - Sur le degré d'engagement et lien avec Madagascar (engagement associatif, sentiment d'appartenance, etc.)

## 3. RECENSEMENT DES DONNÉES ET DES COMPÉTENCES EXISTANTES

Un second atelier avec notamment des représentants des Ambassades et Consulats participants a été organisé afin de recenser les données existantes et leurs compétences en matière de développement d'enquête, de collecte de données et d'analyse.

Dans le cas de Madagascar, les sources d'informations existantes qui ont été identifiées sont :

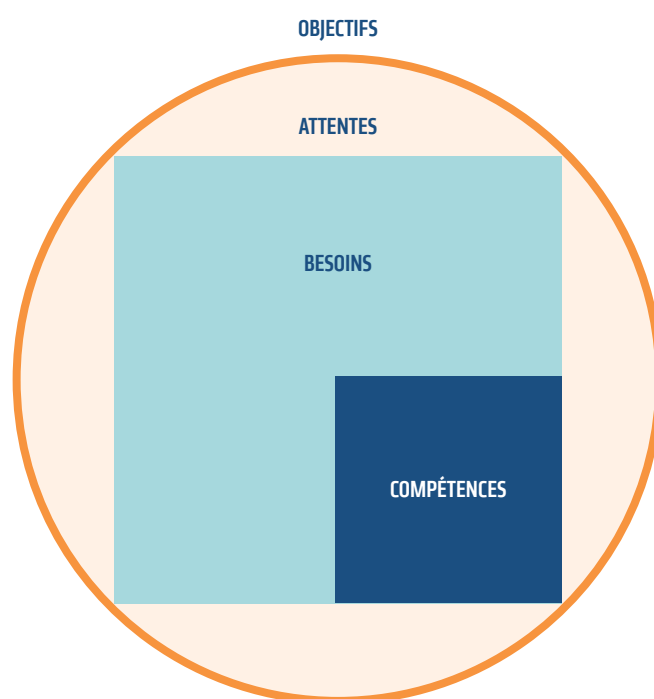
- Rapports et études existantes
- Données des ambassades et consulats

Quant aux compétences disponibles, il s'est avéré que les besoins en formation étaient nombreux afin de développer l'aptitude des employés des ambassades et consulats pour mener une telle étude. La section suivante détaille les besoins en formation identifiés.

### 4. IDENTIFICATION DES BESOINS EN FORMATION

L'analyse des attentes et des compétences dans le cadre des objectifs du projet permet de déterminer les besoins en termes de formation, comme présenté dans la Figure ci-dessous :

**FIGURE 5: IDENTIFICATION DES BESOINS EN FONCTION DES ATTENTES ET DES COMPÉTENCES EXISTANTES**



A ce titre, six modules de formation ont été identifiés afin d'équiper le MAE et les équipes des ambassades et des consulats pour mettre en œuvre la méthodologie et réaliser l'étude. Les buts de la formation sont d'uniformiser les méthodes de collecte, de gestion des données et d'analyse mais aussi de sensibiliser à l'utilité des données recueillies ; ce qui contribue à la pérennisation du système. Un partenariat pourrait également être créé avec des ingénieurs informatiques pour systématiser l'analyse.

Une boîte à outils méthodologiques a été créée pour capturer les différents modules de formation et forme le fondement du curriculum des formations en présentiels:

- Fiche pratique de référence- Principes d'éthique en recherche
- Fiche pratique #1- Elaborer une enquête
- Fiche pratique #2 - Mettre en ligne
- Fiche pratique #3 - Collecter

- Fiche pratique #4 – Analyser
- Fiche pratique #5 – Disséminer

### *Perspectives*

La possibilité de formation en cascade devra être considérée pour assurer la continuité en cas de départ du personnel. La formation pourrait être indispensable aux nouveaux employés. Il s'agirait aussi de développer un manuel qui pourra être utilisé dans le cadre de formations cascades. Il s'agira de développer un outil qui pourra être perfectionné au cours du temps.

## II/ DÉFINITION ET CARACTÉRISTIQUES CLÉS DE L'APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

Cette section détaille le choix de la méthodologie développée.

### 1. UNE MÉTHODOLOGIE MIXTE NON REPRÉSENTATIVE

Compte tenu des ressources disponibles et afin que cet exercice de profilage puisse être reconduit par la Direction de la Diaspora et des Questions Migratoires, la méthode la plus adaptée est **une méthodologie mixte non représentative** combinant analyse de l'existant et une enquête auprès des membres de la diaspora. Une fois ce profilage réalisé, l'exercice pourra être répété afin de le mettre à jour.

Le principal outil de collecte de données primaires est une enquête d'une trentaine de questions avec des questions quantitatives et qualitatives qui prend environ 10 minutes à remplir.

Cette enquête contient 5 parties principales :

- Les critères de sélection
- Les données démographiques
- Le métier et les compétences
- Le degré d'attachement et d'engagement
- Informations complémentaires sur l'accès à l'enquête et le suivi

### 2. UNE ADMINISTRATION DE L'ENQUÊTE BI-MODALE

L'enquête a été administrée :

- En ligne (principal canal de participation) : 807
- En format papier disponible dans les ambassades et consulats : 86 (soit presque 11% du total)

Une permanence téléphonique n'a pas pu être mise en place pour permettre à ceux qui auraient préféré répondre aux questions avec l'aide d'un enquêteur. Idéalement, un prochain projet devrait prévoir des ressources pour ce faire. Cela pourrait prendre la forme d'employés qui font 1h de permanence par semaine en roulement ou de bénévoles recrutés et formés par l'équipe de recherche ou les services consulaires.

L'enquête a été lancée début juin 2022 et a clôt un mois plus tard, après les festivités de la fête nationale (26 juin).

Les critères d'évaluation de la réussite de cette étude de profilage étaient d'atteindre un taux de réponse de l'enquête supérieur à 400 participants tout en respectant l'anonymat de ces derniers.



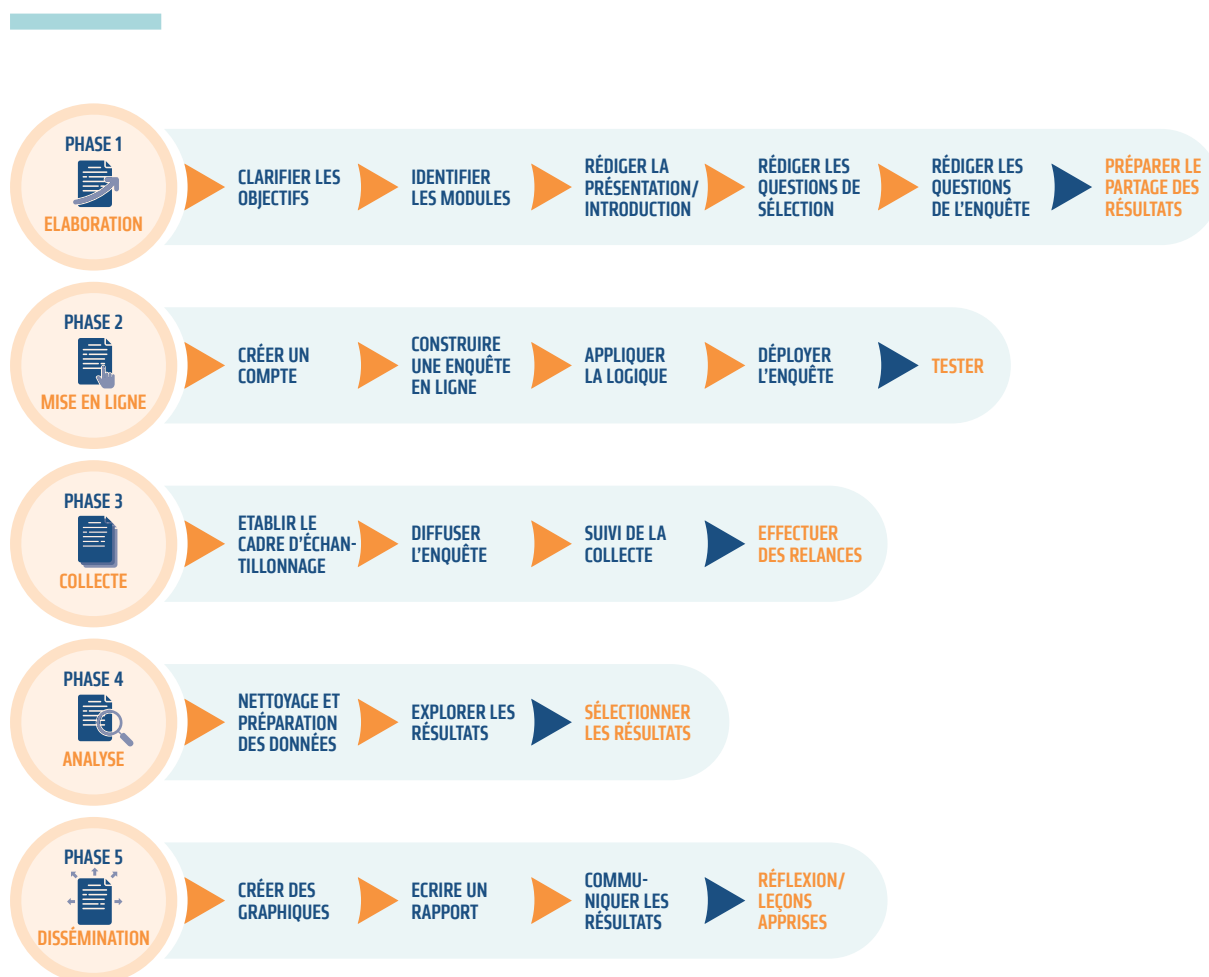
Il est essentiel de présenter l'étude comme aussi dissociée que possible des questions politiques (notamment de l'enregistrement consulaire) pour éviter que seuls les soutiens du gouvernement actuel acceptent de participer. Tout doit être mis en œuvre pour permettre d'établir une relation de confiance avec les potentiels participants de l'enquête (anonymat, confidentialité etc.), quel que soit le mode d'administration.

### 3. UNE APPROCHE D'ANALYSE DES DONNÉES EFFICACE ET RÉPLICABLE

Les données quantitatives ont été analysées de façon descriptive afin de favoriser l'utilisation des statistiques générées et leur répliquabilité, plutôt que d'appliquer des modèles d'analyse complexes.

Quant aux données qualitatives recueillies dans les boîtes à texte du questionnaire, elles ont fait l'objet d'une analyse thématique.

FIGURE 1 : LES PHASES ET ÉTAPES D'UNE ENQUÊTE



## III/ FORMATION DES ACTEURS IMPLIQUÉS

Avant d'entamer la collecte de données, trois groupes d'acteurs doivent être formés. Tout d'abord, ceux qui sont impliqués dans la collecte d'enquêtes, à savoir les experts réseaux (1) puis les ambassades et consulats (2) et le MAE (3) afin de pouvoir répliquer cette méthodologie ultérieurement. Ceci a permis à ces derniers de comprendre les tenants et aboutissants de cette action et d'en devenir des acteurs impliqués ; plutôt que des contributeurs passifs. Plus globalement, la structure de la formation pré-collecte a été structurée par des fiches pratiques. Les formations se sont déroulées sur deux jours.

Plus précisément, les deux formations menées avant la collecte des données et à la fin du projet ont permis aux participants d'acquérir des connaissances supplémentaires et même de développer des compétences comme par exemple :

- L'écriture d'un message à l'attention de la diaspora qui soit adapté au format et à la cible du message ;
- L'utilisation de la plateforme de collecte de données KoBotoolbox<sup>2</sup> ;
- Ou encore les possibilités d'analyse proposées par les tableaux croisés dynamiques d'Excel.

A la fin des deux formations, un questionnaire de satisfaction a été proposé aux participants. Le détail des questions est présenté en Annexe 3.

Pour cette activité, les points d'attention sont les suivants :

### **Avant la formation :**

- Sélection des participants : Proposer la formation aux personnes qui seront impliquées dans la répétition de l'étude.
- Mise à disposition des documents : Partager les fiches pratiques avant la formation.

### **Pendant la formation :**

- Pour les participants à distance prévoir un rétroprojecteur, un écran et un micro de table.
- S'assurer que tous les participants aient accès à un ordinateur pour faire les exercices.
- Adapter les exercices pratiques à la taille du groupe.

2 Kobotoolbox est une plateforme de collecte, de gestion et de visualisation de données utilisée dans le monde entier pour la recherche et les projets à impact social. Il est open-source et gratuit pour les chercheurs et acteur du secteur humanitaire, du développement, de la protection de l'environnement, de la consolidation de la paix et les droits de l'homme : <https://www.kobotoolbox.org/>


## IV/ COLLECTE DES DONNÉES

### 1. UNE COLLECTE MULTI-CANAUX

Afin de toucher un maximum de membres de la diaspora, il est essentiel d'utiliser tous les canaux de communication disponibles. L'idéal étant de s'appuyer à la fois sur les relations entretenues en continu avec les membres-clés de la diaspora mais aussi de toucher des personnes en dehors de ces cercles. Si besoin, mener des entretiens avec les personnes-clés de la diaspora Malagasy, y compris les associations afin de renforcer ou d'étendre le champ des relations nécessaire à la réussite d'une telle étude, en faisant d'eux des « champions » ou « ambassadeurs » de l'étude.

Cette stratégie de communication multicanaux en s'appuyant sur les acteurs-clés du projet peut être résumée comme telle :

TABLEAU 1 : STRATÉGIE MULTICANAUX ET RÔLE DES ACTEURS-CLÉS

	MAE	Ambassades et Consulats	ICMPD	Experts
 Site web	✓	✓	✓	
 LinkedIn (post et messages)			✓	✓
 Facebook (post et messages)	✓	✓	✓	✓
 Twitter				✓
 Emails		✓		✓
 SMS		✓		✓
 WhatsApp		✓		✓
 Poster/Flyer		✓	✓	✓

Le flyer A5 et le poster A4 développés sont présentés en Annexes 4 et 5. Ils ont servi de support pour la collecte. Ils ont été postés sur les réseaux, dans les messages, en pièce-jointe dans les emails envoyés ou encore distribués sous format papier dans les ambassades et consulats.

## 2. L'EFFICACITÉ RELATIVE DES CANAUX ET SOURCES D'INFORMATION

La stratégie multi-canaux a été une réussite et a permis d'atteindre 807 personnes. Néanmoins, pour pouvoir mener à bien ce type d'enquête et la reproduire à plus grande échelle, il est nécessaire d'évaluer l'efficacité relative des canaux de diffusion et d'identifier les sources d'information.

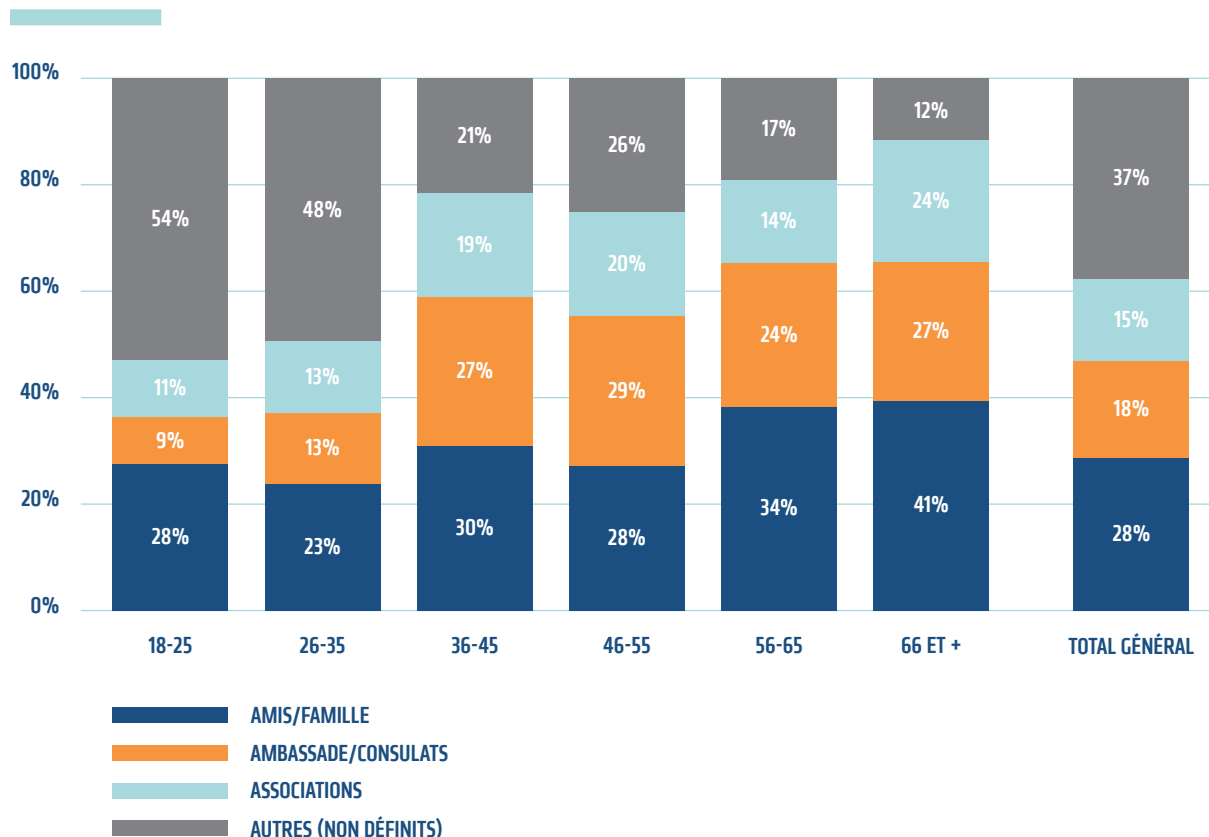
Dans l'ensemble, les principaux canaux de communication sur l'enquête sont les posts que des individus ou des associations ont choisi de mettre sur leurs comptes Facebook, LinkedIn, Instagram ou, de façon plus marginale, Twitter. 92 % des répondants disent en effet avoir eu connaissance de l'information, au moins partiellement (plusieurs sources d'informations étant possibles), par ce moyen. C'est dire l'importance qu'il y a, pour reproduire une telle enquête, d'identifier en amont ces relais principaux et de leur communiquer l'information sur l'enquête de façon spécifique et individualisée. A titre d'exemple, on peut citer ici quelques associations ou sites mentionnés (par respect pour la confidentialité, nous ne reporterons pas les quelques individus relais dont le nom a pu être évoqué) : FPMA (Église protestante malgache en France), Feder'Actions Madagascar (FACT), Igers Madagascar, Malagasy à Paris, Za Koa Hanorina, et ZAMA.

Par ailleurs, les messages envoyés de façon individuelle et ciblée par des acteurs de l'enquête (ambassades et consulats, promoteurs de l'enquête tels que FACT, Katsaka Manga, Anjara Research & Consulting...) ou des personnes qui se sont senties particulièrement concernées ont joué un rôle important. 52 % des personnes disent ainsi avoir reçu l'information par un message privé par email, sur Messenger, via LinkedIn, WhatsApp ou encore SMS.

Quant aux sources d'information, elles sont de trois ordres (mais non exclusives): les amis ou membres de la famille (28%), les ambassades et cde Madagascar (18%) et les associations malgaches (15%). Une dernière catégorie regroupe les individus qui n'ont pas mentionné précisément l'origine de l'information reçue (37%).

Plus spécifiquement, les ambassades et consulats de Madagascar représentent une proportion plus faible chez les plus jeunes (9 % chez les 18-25 ans ; 13 % chez les 26-35 ans) qui semblent donc être moins liées à ces institutions. Le rôle de la famille ou des amis est aussi assez dépendant de l'âge. Si en moyenne ils constituent 28 % des sources d'information, cette proportion est plutôt plus importante chez les plus âgés, notamment les plus de 65 ans (41 %). Enfin, on note que les moins de 36 ans ont, plus souvent que les autres, omis de répondre à cette question. Il apparaît en réalité qu'ils ont pour la plupart reçu l'information par le biais de réseaux sociaux qui n'entraient pas, à leurs yeux, dans les catégories de réponse proposées.

FIGURE 6 : PRINCIPALES SOURCES D'INFORMATION SELON L'ÂGE



Source : EUDIF-DIASP-MAD 2022<sup>3</sup>, Anjara RC, Fact, Katsaka Manga, calculs des auteurs. N.B. La somme des pourcentages peut excéder 100 % du fait de la possibilité de réponses multiples

### 3. LES LIMITES RENCONTRÉES PENDANT LA COLLECTE

- L'utilisation du mot diaspora : ce n'est pas un mot suffisamment commun et certaines personnes ne l'ont pas compris et se sont auto-exclues. Il aurait été préférable de dire « toute personne d'origine malagasy quelle que soit la génération avec ou sans la nationalité résidant en France ou en Suisse »
- Le manque de confiance de la diaspora malagasy envers les autorités malagasy a pu être un frein pour certains participants. Cependant, le fait que le projet soit porté par l'ICMPD, financé par l'Union européenne et mis en œuvre par des membres de la diaspora eux-mêmes a permis d'obtenir de bons résultats.
- Le recensement en vue de l'établissement des listes consulaires pour les élections présidentielles de 2023 quelques mois avant le début de cette enquête a perturbé la collecte. Certains participants potentiels ne comprenaient pas pourquoi ils étaient sollicités à nouveau. Veiller à éviter les projets similaires concomitants pour plus d'efficacité.

3 EUDIF-DIASP-MAD 2022 est le nom raccourci donné à l'analyse de données dans le cadre de la présente action « Profilage des compétences de la diaspora : une méthodologie étape par étape pilotée avec la diaspora malagasy en France et en Suisse ».

- Le timing du lancement de l'enquête, juste avant les grandes vacances n'était peut-être pas idéal bien que les festivités de la fête nationale aient permis de parler de l'étude. Il serait préférable de lancer l'étude en-dehors des périodes d'approche des vacances.
- La longueur de l'enquête : le nombre de questions a repoussé certains répondants (être sûrs de faire un questionnaire aussi court que possible)
- Le manque de ressources des ambassades et consulats :
  - Sachant qu'aucune des ambassades ou des consulats participants n'ont eu de ressources dédiées à ce projet, le personnel s'est vu contraint de participer en plus de leurs tâches habituelles
  - Prévoir du budget pour que les ambassades et consulats puissent imprimer et envoyer les questionnaires, posters et flyers papier
- Favoriser une compétition entre les différentes ambassades et consulats, par exemple, pour générer plus de réactivité, organiser des prix et rémunérer des influenceurs
- Avoir une personne dédiée au recrutement de participants du côté des associations partenaires plutôt que des bénévoles qui contribuent à l'enquête en plus de leurs activités habituelles
- Inclure plus de « champions » ou « ambassadeurs » du projet avec des relations au sein de la diaspora, comme par exemple des Président(e)s d'association et des leaders-clés de la diaspora
- Pour le recrutement de participants via LinkedIn, il s'est principalement fait sur les noms à consonances malagasy ce qui a exclu de fait ceux qui ont un nom moins facilement reconnaissable

## V/ ANALYSE DE DONNÉES ET DISSÉMINATION

Une fois les données collectées un premier travail de nettoyage et préparation des données est nécessaire. Cette étape peut prendre beaucoup de temps mais elle est essentielle.

Les étapes clés sont :

- Effacer les lignes vides ou celles qui n'ont pas été complétées jusqu'au bout
- Effacer les réponses données par une même personne mais avec des réponses différentes à plusieurs reprises (il est possible de vérifier cela en regardant les adresses IP)
- Lire les réponses pour pouvoir identifier des « anomalies ». Cela peut être fait en lisant les boîtes de texte
- Vérifier que les catégorisations (emplois/CSP) sont correctes. Cet exercice peut prendre du temps car il demande un travail manuel pour chaque entrée. C'est un travail crucial et nous avons identifié un réel besoin de re-catégorisation des données car les répondants ne sont pas toujours familiers avec le concept de CSP. Il est important d'avoir une personne au moins dédiée à cet exercice.

Une fois cet exercice de nettoyage effectué, il est temps d'explorer les données. L'étape suivante est de croiser les données nettoyées afin de trouver quelles sont les combinaisons les plus intéressantes à présenter. Pour faire cela nous avons créé des tableaux croisés dynamiques sur Excel.

La phase d'exploration permet généralement de trouver de nombreuses pistes. Il n'est cependant pas possible, ni souhaitable de toutes les exploiter. A ce stade il faut réfléchir à :

- Comment répondre à vos questions de départ
- Quelle histoire vous souhaitez raconter
- Comment vous voulez la raconter (descriptif vs opérationnel)

Une fois la décision prise, la phase de sélection des résultats permet de réduire le nombre de données et de se focaliser sur les plus intéressants dans le cadre de l'étude. Les résultats secondaires pourront toujours être utilisés pour informer d'autres projets.

Il est important de créer des graphiques qui illustrent l'histoire. Le rapport final doit être mélange de texte explicatif et de visuels. Il est important de choisir le bon type de graphique par rapport au message à présenter afin que visuellement le lecteur puisse avoir une idée claire du message.







- Les graphiques apparaissant souvent plus lisibles que les tableaux
- Le titre du tableau ou graphique doit être clair et indiquer de façon synthétique le contenu de la représentation
- Les couleurs doivent être choisies de façon à faciliter la lecture. Si le rapport doit être imprimé en noir et blanc, il sera préférable de choisir des couleurs contrastées ou de faire directement le graphique en nuances de gris ou en noir et blanc.

Il ne faut pas oublier de conclure l'analyse en insistant sur l'utilité des résultats en montrant leur pertinence et en les mettant en perspective avec d'autres exercices de collecte passés ou à venir.

Finalement, la dissémination permet de partager les résultats avec ceux qui ont participé à l'étude et ceux susceptibles d'être intéressés. Les moyens pour disséminer des résultats d'enquêtes sont nombreux, comme un rapport, un résumé exécutif, un policy brief, une présentation lors de conférences, un flyer, un article dans la presse, une infographie, une vidéo etc.

La première étape peut être de recontacter les personnes contactées durant la phase de collecte de données et leur envoyer un message de remerciement ainsi que les résultats de l'enquête.

**TABLEAU 2 : MODES DE SUIVI**

	<b>MESSAGE DE REMERCIEMENT + RÉSUMÉ EXÉCUTIF/RAPPORT EN PIÈCE-JOINTE ET/OU LIEN VERS CES DOCUMENTS</b>					
						
	Personnalisé	Groupé		Groupé		
<b>Personnes-clés</b>	✓		✓			✓
<b>Associations/organisations</b>	✓		✓			✓
<b>Membres de la diaspora</b>		✓	✓	✓	✓	✓

La dissémination peut prendre plusieurs formes en parallèle. Dans le cadre du profilage des compétences à Madagascar nous avons :

- Préparé un rapport final envoyé par mail aux personnes qui ont participé à la dissémination du questionnaire et aidé à la collecte de données ainsi qu'aux répondants qui ont indiqué leur adresse mail
- Posté les résultats sur les réseaux sociaux (pages Facebook sur lesquelles l'enquête a été publiée et sur LinkedIn)
- Posté le rapport sur le site web de l'ICMPD et celui du MAE et des ambassades/consulats (quand cela a été possible)
- Organisé un webinar de dissémination des résultats, ouvert à tous, et adressé aux membres de la diaspora en particulier

Finalement, il est important de capitaliser sur l'expérience qu'a été le processus de profilage des compétences afin d'apprendre des erreurs passées et mieux planifier les exercices à venir.



Apprendre de cette expérience et préparer la suivante

Réflexion sur :

- Le contenu du rapport/les résultats (les points positifs/négatifs)
- Le déroulement de l'étude (timelines, personnes impliquées, étapes, outils, etc.)

Organisé lors d'un atelier avec les parties prenantes de l'étude



**Penser à écrire les conclusions de cette réflexion et les leçons apprises en cas de changement d'équipe**

## VI/ LEÇONS APPRISSES ET BONNES PRATIQUES DU PILOTAGE DE L'EXERCICE DE PROFILAGE DE LA DIASPORA

Cette étude pilote a permis de tester l'approche méthodologique afin de profiler une diaspora donnée. Plusieurs enseignements en ont été tirés. Une « foire aux questions » a aussi été compilée et est partagée en Annexe 1.

TABLEAU 3 : RÉCAPITULATIF DES LEÇONS APPRISSES ET BONNES PRATIQUES

ETAPES	LEÇONS APPRISSES ET BONNES PRATIQUES
<b>Elaboration</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Veiller à bien préciser les termes-clés de l'étude. Le terme diaspora peut être défini de diverses manières</li> <li>• Bien clarifier les objectifs, les rôles et responsabilités de chacune des parties prenantes, ainsi que le calendrier</li> <li>• Travailler main dans la main avec les organisations de la diaspora et les membres clés de la diaspora dès le départ</li> </ul>
<b>Formation</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bien sélectionner les participants en s'assurant qu'ils soient ceux qui seront susceptibles de répéter l'exercice dans le futur</li> <li>• Avoir à disposition le matériel pour les participants à distance</li> <li>• Planifier des cycles de formations en cascade pour internaliser les connaissances de façon plus large</li> </ul>
<b>Collecte</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offrir des options à travers une enquête en ligne et des formulaires papiers</li> <li>• Veiller à avoir une personne dédiée à la collecte à la fois dans l'équipe de recherche et dans les ambassades/c</li> <li>• Mettre en place une permanence téléphonique pour ceux qui préfèrent répondre au téléphone</li> <li>• Dégager du budget pour les impressions de flyers et de posters</li> <li>• Cibler et segmenter la communication sur l'exercice de collecte de données</li> <li>• Mobiliser les organisations de la diaspora et membres clés de la diaspora pour appuyer la collecte de données</li> <li>• Régulièrement vérifier les profils des personnes qui ont participé pour réduire le biais de l'échantillon et ajuster les communications ciblées lors des relances pour rééquilibrer l'échantillon si nécessaire</li> <li>• Conduire un maximum de 2 relances</li> </ul>

<b>Analyse</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Allouer suffisamment de temps à l'analyse surtout du fait du reclassement des catégories socio-professionnelle (CSP), industries et types de métier qui se fait manuellement pour chaque participant à l'enquête</li></ul>
<b>Dissémination</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Prévoir plusieurs types de restitution afin de présenter les résultats aux ministères concernés, au secteur privé, à la société civile, aux membres de la diaspora et aux ONGs et enfin aux universitaires afin de favoriser l'utilisation large des données</li></ul>

Une fois que les données ont été collectées, elles peuvent désormais être utilisées pour des campagnes de mobilisation ciblées. Un exemple est présenté dans l'encart ci-dessous.

**Exemple d'utilisation : Campagne de mobilisation de médecins généralistes pour un programme de formation d'un mois à Madagascar**

*Etapes :*

1. Déterminer le profil des médecins généralistes ayant répondu au questionnaire : âge, année d'expérience, lieu d'habitation, volonté de participer à un tel programme de transfert de compétences, sources d'informations, appartenance à certaines organisations de la diaspora ;
2. Produire des supports de communication (ex : flyer) à diffuser sur les réseaux les plus utilisés par la population cible avec un point de contact s'ils sont intéressés ou un lien vers un questionnaire simple à remplir (par exemple : nom, coordonnées, disponibilités etc.) ;
3. Diffusion des supports de communication et recrutement de participants potentiels.

**Exemple d'utilisation : Campagne de mobilisation de volontaires pour la construction d'une école pendant l'été 2023 à Madagascar**

*Etapes :*

1. Déterminer le profil des artisans ayant répondu au questionnaire : âge, année d'expérience, lieu d'habitation, volonté de participer à un tel programme de transfert de compétences, sources d'informations, appartenance à certaines organisations de la diaspora ;
2. Produire des supports de communication (ex : flyer) à diffuser sur les canaux les plus utilisés par cette population et organiser des événements d'information et de sensibilisation au sein d'organisations de la diaspora choisies ;
3. Possibilité également de disséminer l'information lors d'événements sectoriels comme le salon de l'habitat dans des agglomérations à forte concentration d'artisans malagasy ;
4. Recrutement de participants potentiels.

## RÉFÉRENCES

FORIM & OIM, 2016, Étude du profil de la diaspora malagasy en France

OIM 2018, Etat de la migration dans le monde. Disponible à : [https://publications.iom.int/fr/system/files/pdf/wmr\\_2018\\_fr.pdf](https://publications.iom.int/fr/system/files/pdf/wmr_2018_fr.pdf)

Ministère des Affaires Etrangères, *Lettre de politique nationale pour l'engagement de la diaspora*, [https://www.diplomatie.gov.mg/images/lpned\\_version\\_OFFICIELLE\\_2022.pdf](https://www.diplomatie.gov.mg/images/lpned_version_OFFICIELLE_2022.pdf)

Migrationdataportal 2020, Diasporas, Migration et Développement. Disponible à : <https://www.migrationdataportal.org/fr/themes/diasporas>

Razafindrakoto, Mireille, Razafindratsima, Nicolas, Razakamanana, Nirintsoa, Roubaud, François 2017, Document de travail UMR DIAL DT/2017-18, 'La diaspora malagasy en France et dans le monde : une communauté invisible ?', pp. 1-36. Disponible à : [https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins\\_textes/divers18-03/010072515.pdf](https://horizon.documentation.ird.fr/exl-doc/pleins_textes/divers18-03/010072515.pdf)

# ANNEXES

## ANNEXE 1 - FOIRE AUX QUESTIONS

### LA PARTICIPATION AU SONDAGE EST FAIBLE. QUE FAIRE ?

1. Prendre contact avec vos personnes relais clés dans la diaspora pour échanger sur les raisons de cette faible participation et analyser les options ensemble.
2. Prévoir une relance par email.
3. Ajuster au besoin vos messages de communication pour stimuler la participation.
4. Etendre l'échéance pour collecter les données et ajuster les supports de communication si besoin.

### A QUELLE FRÉQUENCE METTRE À JOURS LES DONNÉES RECUEILLIES?

Un exercice de mise à jour des données devrait être répété tous les 5 ans au minimum.

### QUELS TYPES DE COÛTS BUDGÉTAIRES SONT À PRÉVOIR ET QUAND?

Cette méthodologie se veut low cost. Peu de coûts sont nécessaires. Les principaux coûts à prévoir sont :

- Impression de questionnaires au format papier à avoir à disposition dans les ambassades et consulats et à distribuer lors d'évènements ;
- Impression de posters A4 à accrocher au mur dans les ambassades et consulats ;
- Impression du matériel de formation lors de la réplique de l'exercice ;
- Accès à internet durant la durée de l'exercice (nécessaire pour les formations, la collecte de données et la communication) ;
- Potentiels frais d'une ligne téléphonique si vous souhaitez installer une permanence téléphonique. Cela pourrait également être fait via WhatsApp gratuitement ;
- Coût du temps de travail dédié à l'exercice. Idéalement une personne sera dédiée pendant 2-3 heures par jour pendant toute la période de collecte de données.

### QUELS ÉQUIPEMENTS SONT NÉCESSAIRES?

- Une connexion internet ;
- Un ordinateur avec Excel pour le suivi de collecte et l'analyse de données ;
- Une imprimante.

### COMBIEN DE PERSONNES DOIVENT ÊTRE MOBILISÉES ET QUAND?

La période de mobilisation la plus importante est la période de collecte de données car un effort de communication et de sensibilisation est nécessaire afin d'attirer le plus de répondants possibles. Plus vos activités de collectes sont diverses et soutenues, plus vous aurez de chances de récolter des résultats mais cela nécessitera également de mobiliser plus de personnes.

Pour les phases de préparation et d'analyse des résultats un groupe plus restreint à partir d'une ou deux personnes est suffisant (dépendant de leurs qualifications).

### **QUI PEUT FOURNIR LES FORMATIONS?**

Les formations peuvent être données dans un premier temps par un partenaire technique et/ou un chercheur externe spécialisé, de préférence de la diaspora, ayant une bonne connaissance en terme de mise en œuvre de questionnaires et d'analyses quantitatives. L'idée étant au fur et à mesure de former des formateurs au sein du MAE qui pourront ensuite fournir les formations à leurs collègues lors d'exercices ultérieurs.

### **COMMENT MAINTENIR L'ANONYMAT?**

Les données collectées sont anonymes et doivent le rester impérativement. Il n'est pas demandé aux répondants de donner leur nom, email ou autres données personnelles permettant de les identifier. Si vous présentez l'exercice de collecte de données, il est fondamental d'assurer cet anonymat. Par exemple, si vous demandez une adresse email pour pouvoir envoyer les résultats de l'enquête, vous ne pourrez utiliser cette adresse que pour cette fin et non pour contacter la personne dans un autre but. Si vous ne respectez pas cette règle vous risquez de perdre la confiance de la diaspora et de ne plus réussir à la mobiliser par la suite.

### **COMMENT UTILISER LES RÉSULTATS ?**

Les résultats permettent d'approfondir la connaissance de la diaspora en termes de caractéristiques démographiques, de compétences et leur degré d'attachement au pays d'origine. Une fois que les données ont été collectées, elles peuvent désormais être utilisées pour des campagnes de mobilisation ciblées.

### **COMBIEN FAUT-IL DE RÉPONSES MINIMUM ?**

Cela dépend de la population dans un pays choisi. De manière générale, nous suggérons d'avoir au moins 450 réponses afin d'atteindre une taille d'échantillon statistiquement viable.

**ANNEXE 2 – LISTE DE VÉRIFICATION POUR L'ÉVALUATION DES BESOINS**

THÈMES	RÉPONSES	ÉVALUATION DES BESOINS/ COMMENTAIRES
<b>1. CIRCONSCRIRE LE THÈME</b>		
<i>Sens donné à la diaspora</i>		
<i>Etat des connaissances actuelles sur la diaspora Nombre, structure, compétence, localisation, ancienneté, historique</i>		
<i>Identification des sources d'information disponibles</i>		
<b>2. RÉVÉLER ET ORIENTER LES ATTENTES</b>		
<i>Attentes en termes de mobilisation de la diaspora Travail ; Partenariat ; Réseaux scientifiques, techniques ou d'affaires ; investissements, ...</i>		
<i>Attentes en termes de données Degré de précision, ampleur du dispositif Nature des compétences attendues (niveau d'éducation ; savoir-faire technique, entrepreneurial et organisation- nel, ...)</i>		
<i>Identification des acteurs impliqués et à impliquer Ministères, organismes, associations, consulats, ..</i>		
<i>Pérennisation du dispositif Attentes, moyens</i>		
<b>3. IDENTIFICATION DES CAPACITÉS DE COLLECTE</b>		
<i>Expériences passées Type d'étude (thème, promoteur) ; Type de données, d'outils Rôle précis ; Enseignements retenus Services dédiés Etat des lieux</i>		

## PROFILAGE DES COMPÉTENCES DE LA DIASPORA

*Moyens pour la collecte*

*Type d'enquête ; Type d'outil ; Type d'incitations ; compétences*

*Besoins en formation*

### 4. IDENTIFICATION DES CAPACITÉS D'ANALYSE

*Expérience dans l'analyse*

*Type d'étude (thème, promoteur) ; Type de données, d'outils  
Rôle précis ; Enseignements retenus*

*Services dédiés*

*Etat des lieux*

*Moyens pour l'analyse*

*Outils ; Compétences ; Acteurs*

*Besoins de formation*

### 5. REFORMULATION ET PRIORISATION DES BESOINS

*En termes de données*

*En termes de moyens techniques et humains*

*En termes de compétences et de formation*



## ANNEXE 3 - QUESTIONNAIRE DE SATISFACTION

Dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les déclarations suivantes?

**Q1 Les objectifs des sessions de formation étaient clairement définis :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q2 La formation a atteint les objectifs fixés :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q3 Les instructions des exercices étaient claires :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q4 Les sessions ont amélioré mes compétences/connaissances :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q5 L'échange de connaissances avec les experts a été avantageux :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q6 Je serai capable d'appliquer les compétences et les connaissances acquises au cours de cette activité dans mon emploi/organisation :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q7 Je suis capable de partager les connaissances acquises aujourd'hui avec mes collègues :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q8 Je recommanderais cette formation à mes collègues :**

- Tout à fait d'accord
- D'accord
- Neutre
- Pas d'accord
- Fortement en désaccord

**Q9 Le choix des sujets abordés a été :**

- Excellent
- Bon
- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

**Le contenu des sujets abordés était :**

- Excellent
- Bon
- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

**La durée des sessions de formation était :**

- Excellent
- Bon
- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

**Les informations reçues avant la formation étaient :**

- Excellent
- Bon
- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

**Connaissance par l'expert des sujets abordés dans l'activité :**

- Excellent
- Bon

- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

**Compétences de l'expert en communication, présentation et facilitation :**

- Excellent
- Bon
- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

**Évaluation générale de cette formation:**

- Excellent
- Bon
- Satisfaisant
- Juste
- Insatisfaisant

Veuillez indiquer votre opinion sur l'utilité des Fiches Pratiques : 0-10

Comment améliorer les fiches pratiques :

Quelles sont les trois choses importantes que vous avez appris pendant la formation?

Avez-vous des suggestions sur comment nous pourrions améliorer la conduite de nos sessions de formation?

Autres commentaires ou réactions :

