

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

"YOU ARE HOME", Campagne de sensibilisation contre la migration irrégulière auprès des jeunes sénégalais : la radio est le meilleur messager

Sauver des vies et fournir des informations précises aux migrants sénégalais potentiels, tel était l'objectif de la campagne YOU ARE HOME qui vient de s'achever après quatre mois d'intenses activités sur les réseaux sociaux et sur le terrain.

Ce n'est un secret pour personne que les trafiquants mènent la danse en matière de communication sur la réalité de la traversée illégale vers l'Europe. Ils ne disent pas que plus de 4000 migrants ont péri dans les eaux de la méditerranée seulement pour l'année 2021. Ils mentent aussi sur les vraies conditions de vie de la minorité de migrants qui réussissent à passer les difficiles étapes dans le désert. Mais surtout, ils se gardent de raconter la vie incertaine en Europe et les conditions de vie misérable qui sont souvent le lot des immigrés clandestins.

Beaucoup a été dit et fait sur la réalité de la vie en Europe pour les sans-papiers, pourtant il semble que le message ne passe pas, et toujours plus de jeunes risquent leurs précieuses vies pour des chimères.

La campagne YOU ARE HOME a voulu donner la voix aux diasporas afin qu'elles cessent d'être un miroir aux alouettes et racontent la réalité en Europe ou tout est loin d'être un nid de roses.

Les quatre messages de la campagne

Ciblant d'abord la jeunesse sénégalaise de Touba, Rufisque et Dakar, les messages promotionnels ont mis en exergue les cruautés du désert; entre soif, déshydratation et spectacle macabre de morts abandonnés dans les dunes de sable. Ils ont montré le désespoir d'une jeune fille enfermée dans une prison pourrie en Libye, la lutte désespérée d'un jeune mourant par noyade.

La campagne a mis un point d'honneur à décrire les conditions de vie des sans-papier en Europe, entre une jeune mère dépourvue de soins pour elle et son bébé, un jeune homme qui se retrouve à mendier dans la rue, sans compter ceux qui versent dans le commerce de drogue et finissent leurs vies en prison

La campagne a relevé certaines opportunités pour la migration légale, telles que les permis de travail, les études et le regroupement familial, ou cela est possible.

Le point fort de la campagne au Sénégal a consisté à insister sur les opportunités de travail qui existent sur place. Des influenceurs basés en Afrique ont été mis à contribution afin de faire passer un message qui insiste sur l'entrepreneuriat local, sur la construction d'un Sénégal fort avec tous ses fils.

Follow us :  www.facebook.com/IdealMigration  twitter.com/IdealM3 [#Idealmigration](https://www.instagram.com/IdealMigration)

Des organisations non gouvernementales basées au Sénégal ont activement participé à la campagne en conduisant des actions de communication sur le terrain, dans des plages et dans des radios communautaires, avec des témoignages de personnes étant rentrées au pays après des séjours infructueux en Europe.

Souvent critiqués pour leur narrative qualifiée de mensongère par plus d'un, les diasporas ont fait l'objet de messages ciblés les appelant à donner une image réelle de la vie en Europe.

Afin de rendre ces messages effectifs, 12 panneaux d'affichages géants ont été placés dans des carrefours fréquentés de Dakar, Touba et Rufisque, plus de 69 émissions de radio ont été diffusées, 80 messages en Français, en Wolof et en Anglais ont été diffusés sur les réseaux sociaux, notamment, Facebook, Instagram et Twitter. Les influenceurs ont organisé des shows en direct sur leurs plateformes et des focus groups ont été organisés avec des jeunes au Sénégal.

Debats et recommandations

La campagne YOU ARE HOME a suscité beaucoup de débats sur les médias traditionnels et les réseaux sociaux au Sénégal. Il en est ressorti que les jeunes sont conscients du danger qui les guette lorsqu'ils font le choix de migrer clandestinement, mais l'appel des sirènes des passeurs est fort, les messages biaisés des membres de la diaspora ayant "réussi" est très attractif, et la sécurité sociale n'est pas très développée au Sénégal.

Le consortium ayant organisé cette campagne a noté que les radio communautaires étaient plus efficaces pour faire passer les messages aux migrants prospectifs et à leurs familles, il recommande que les panneaux d'affichage soient plus nombreux et plus étendus sur le territoire national. Il recommande aussi que le gouvernement Sénégalais soit plus près de sa jeune population pour le développement de plus d'opportunités d'emploi.

Sur un plan positif, et d'après l'évaluation faite à la fin de la campagne, le consortium reporte que de nombreux jeunes ciblés ont déclaré avoir renoncé à leurs projets d'immigration clandestine.

Ideal-M était un projet financé par l'Union Européenne, managé par sept partenaires.

Pour en savoir plus, visitez le site web: www.ideal-migration.com

cet article est publié [ici](#)

###

CONTACT: Regine Nguini Psaila
africanmediamalta@gmail.com
00356 99069363