

# Rapport d'activité 2000

## *1- ACTIONS DE PROMOTION*

EduFrance s'est attachée à promouvoir à l'étranger l'offre de formation et l'expertise française. Cette promotion a revêtu les actions plurielles suivantes :

- la conception et la réalisation de manifestations à l'étranger (Argentine, Brésil, Canada, Chili, Chine, Corée du Nord, Etats-Unis, Hong Kong, Inde, Mexique, Thaïlande) et en France (FIPF, salon de l'éducation);
- l'organisation, en liaison avec l'ensemble de ses partenaires – universités, écoles, centres de formation, entreprises et fondations – de conférences et de tables rondes, animées par des experts français, sur les systèmes d'enseignement supérieur, ses filières et ses diplômés dans différents pays cibles ;
- l'appui aux actions menées par les postes diplomatiques et par les Espaces EduFrance, relais de l'action d'EduFrance à l'étranger.

Le programme d'action d'EduFrance résulte de la convergence entre les souhaits des adhérents, les propositions des postes diplomatiques et les grands événements internationaux de l'éducation.

Les pays cibles pour EduFrance sont : en Amérique Latine, l'Argentine, le Brésil, la Colombie, le Mexique ; en Asie, la Chine, la Corée du Sud, l'Inde, le Japon, la Turquie ; en Afrique, l'Afrique du Sud, la Côte d'Ivoire, l'Egypte, le Maroc ; en Amérique du Nord, le Canada, les Etats-Unis.

Les actions de promotion d'EduFrance sont relayées à l'étranger par un réseau d'Espaces EduFrance localisés dans les Alliances Françaises, les centres culturels français, les médiathèques et les bureaux d'information universitaires.

Ces Espaces sont aujourd'hui au nombre de 71 dans 15 pays différents.

L'ensemble de ces actions a été mené par un personnel composé de 4 collaborateurs attachés à l'agence dans ses bureaux à Paris et relayés par l'action des responsables géographiques (3) voyageant dans les pays cités plus haut.

## *2- ACTIONS DE COMMUNICATION*

### *SITE INTERNET*

Dès avril 1999, EduFrance a ouvert un site Internet ([www.edufrance.fr](http://www.edufrance.fr)) en plusieurs langues (français, anglais, espagnol, portugais, chinois).

En un an, de juin 1999 à juin 2000, l'activité du site a été multipliée par 7 (et par 2 depuis janvier 2000). Cette augmentation du trafic résulte de deux facteurs :

- meilleurs information des internautes, avec notamment une présentation concrète des produits EduFrance ;
- meilleure promotion du site, avec un référencement mieux ciblé dans les principaux annuaires mondiaux (catégorie spécifique yahoo.com, Alta-vista, avec notamment la 1<sup>ère</sup> position en réponse aux requêtes « study in France » et « estudiar en francia » ...).

Depuis début 2000, la part des consultations « étrangères » du site est de l'ordre de 80 %.

Pour le second semestre, l'objectif a été de poursuivre ces deux chantiers en dotant le site d'outils dynamiques permettant d'offrir une information davantage ciblée sur les attentes individuelles du public : catalogue interactif (multicritère fin), place accrue du réseau d'Espaces, présentation de l'offre française par filière.

A la rentrée 2001, un site distinct, conçu et réalisé spécifiquement pour les étudiants d'EduFrance aura été développé : les premiers outils (magazine, city-guides) sont en cours de développement, d'autres sont en projet (forums, e-mail, listes de diffusion ciblées...).

Le développement du site Internet a été mené par un éditeur en ligne (contractuel de l'agence) et par un collaborateur saisonnier (janvier à juillet 2000).

#### *PLATE-FORME D'INFORMATION ET D'ORIENTATION*

Une plate-forme d'information et d'orientation pour informer les étudiants sur le système éducatif d'enseignement supérieur français et surtout pour orienter les étudiants en fonction de leur cursus scolaire afin d'aboutir à la définition précise de leur projet d'études a été mise en place.

Dans l'optique d'une offre personnalisée, hormis les formations du catalogue permanent EduFrance qu'elle propose prioritairement, la plate-forme recherche également d'autres filières de formations au moyen d'outils documentaires et informatiques (annuaire, guides, site Internet).

Elle reçoit par semaine en moyenne 300 demandes d'information par différents biais : messages électroniques, courriers, appels téléphoniques, visites.

La plate-forme d'information et d'orientation est gérée par une collaboratrice de l'agence et 3 personnels saisonniers durant la première partie de l'année 2000.

Son budget est inclus dans les frais de fonctionnement.

#### *LE CATALOGUE GENERAL*

Le catalogue général des formations EduFrance qui émanent des adhérents est aujourd'hui un catalogue en ligne sur le site Internet de l'agence, il est à la fois permanent et évolutif ; de

nouvelles formations sont en effet régulièrement introduites, notamment pour croiser au mieux l'offre et la demande : sur plus d'une centaine de formations proposées actuellement, 58 % d'entre elles sont bilingues ou en anglais et des parcours européens ont été mis en évidence. 64 % de ces formations sont de niveau master ; les disciplines les plus représentées sont le management (40 %) et les sciences de l'ingénieur (31 %).

Le catalogue général récapitule l'ensemble des offres de formations préparées pour des étudiants qui souhaitent suivre des cursus spécifiques dans un certain nombre de filières. Les offres de formation sont classées par établissement.

Des éditions spécifiques extraites du catalogue général (traduction dans la langue nationale en particulier) ont été également mises en place pour des publics ciblés (Suède, Finlande et Grèce pour la fin de l'année 2000).

### *LES PUBLICATIONS*

Les publications de l'agence EduFrance sont constituées de catalogues « papier » et d'éditions électroniques :

- ⇒ édition papier d'un catalogue des universités d'été, versions française, anglaise, espagnole et portugaise (novembre 99) ;
- ⇒ édition papier d'un catalogue des étudiants suédois et finlandais (mars 2000) ;
- ⇒ édition d'un catalogue par discipline à destination des pays d'Amérique du Sud (avril 2000) ;
- ⇒ édition du catalogue général sur CD Rom versions française et anglaise (juin 2000) ;
- ⇒ édition papier du sommaire du catalogue général versions française et anglaise (juin 2000) ;
- ⇒ édition papier du dépliant « EduFrance le Guide » versions anglaise, française et espagnole (juin 2000) ;
- ⇒ édition de la plaquette institutionnelle versions française, espagnole, anglaise et portugaise (juin 2000) ;
- ⇒ édition du catalogue général sur CD Rom version espagnole (juillet – septembre 2000) ;
- ⇒ édition papier du sommaire du catalogue général version espagnole (juillet – septembre 2000).

### **3- MISE EN PLACE DE SERVICES NOUVEAUX POUR L'AMELIORATION DE L'ACCUEIL DES ETUDIANTS ETRANGERS.**

#### *LES NOUVEAUX PRODUITS ET SERVICES EDUFRANCE*

Février 2000 :

- réalisation de la carte EduFrance-Pass, qui permet à ses détenteurs de bénéficier de nombreuses prestations, services et avantages en France, en partenariat avec des opérateurs ( Office du Tourisme Universitaire, CNOUS et réseau des CROUS, France-Télécom). Elle s'adresse à tous les étudiants étrangers qui viennent en France quels que soient leur âge, leur pays de provenance et la durée de leur séjour.
- mise en place d'un numéro vert 0800 014 015 qui permet aux étudiants étrangers d'obtenir gratuitement des informations sur l'Agence EduFrance ainsi que les services qu'elle propose.

Avril 2000 :

- réalisation du premier mode opératoire pour la promotion de l'offre EduFrance à l'usage des espaces EduFrance dans le monde. Un autre document « L'offre EduFrance : Vademecum à l'usage de ses adhérents » vient également d'être diffusé.
- un nouveau design pour l'offre de services EduFrance accompagnant la formation : deux nouvelles formules de services (OPTIMA et CLASSIQUES) sont désormais présentées aux étudiants.

Mai 2000 :

- mise en ligne du premier numéro du magazine culturel « désir de France »
- évolution du numéro vert, vers un centre d'appels ( Call Center) qui permet depuis le 16 mai à l'étudiant de converser avec un interlocuteur capable de répondre à la question posée en français, anglais ou espagnol, du lundi au samedi de 9h00 à 20h00.

Juin 2000 :

- Pour tous les détenteurs de la carte EduFrance-Pass, accès à une des stations de travail micro, de l'espace Internet/France-Telecom de Montparnasse (Internet, e-mail, graveur CD-ROM, cartouches ZIP et Jazz, logiciels bureautiques et PAO..). Bientôt ce service sera également disponible dans les stations Internet de Lyon, Montpellier, Grenoble et Valence.
- Accès gratuit, sur le site Internet de l'Agence <http://www.edufrance.fr>, au magazine culturel étudiant « Désirs de France » qui présente chaque mois l'actualité française du cinéma, des livres, de la musique ou d'Internet...

#### *LES TRAVAUX EN COURS*

- Ouverture prochaine du premier espace d'accueil des étudiants étrangers au sein de la gare SNCF de l'aéroport de Roissy CDG. L'espace sera conçu comme un véritable lieu d'accueil de l'ensemble des étudiants étrangers, au sein duquel ils pourront bénéficier de multiples services.

- En partenariat avec la Chambre syndicale des Banques Populaires : ouverture de comptes bancaires pour le compte des étudiants EduFrance, avant leur arrivée effective en France.
- Un CD-ROM de présentation de l'Agence EduFrance et des services qu'elle offre aux étudiants étrangers.

#### **4- ACCUEIL DES ETUDIANTS EDUFRAANCE DEPUIS JUIN 2000**

En étroite coopération avec les opérateurs EGIDE et le CNOUS, EduFrance gère actuellement un mouvement d'accueil de 395 étudiants étrangers. Cette première vague devrait grossir rapidement, comme on le verra plus loin dans les perspectives.

A cet égard, la politique de l'agence s'est orientée vers des partenariats systématiques avec les acteurs du monde de l'éducation (accords avec EGIDE, CNOUS, CIEP, SFERE, FNEGE, MICEFA, Fondation Nationale Alfred Kastler, AEFÉ).

#### **5- INGENIERIE PEDAGOGIQUE ET INDUSTRIES DE LA CONNAISSANCE**

L'Agence EduFrance a mis en place, en septembre 1999, un département d'ingénierie pédagogique qui s'est progressivement orienté vers une spécialisation « Industrie de la connaissance ». Pour l'année 2000, les réalisations de ce département ont été de trois ordres :

- action de promotion de l'expertise française auprès de bailleurs de fonds internationaux de manière à pouvoir répondre de façon optimum aux appels d'offres à partir de 2001 : participation d'EduFrance à la semaine du développement humain (HD Week) de la Banque Mondiale (déplacement d'une délégation EduFrance et de six spécialistes de l'enseignement à distance (EAD) dans le but de renforcer la visibilité de l'expertise française).
- projets bilatéraux d'ingénierie pédagogique dans des pays demandeurs, - afin de susciter par la suite des demandes d'expertise française plus nombreuses -, en Egypte (Université Française d'Egypte), en Côte d'Ivoire (étude sur la possibilité d'utiliser le téléenseignement dans les universités) et au Mexique (création d'un centre de formation aux métiers de la plasturgie).
- développement d'une expertise spécifique en enseignement à distance afin de pouvoir répondre au mieux à la demande étrangère (grâce à la promotion d'un catalogue de produits pédagogiques EAD). EduFrance a mis récemment en chantier ce catalogue avec un certain nombre de ses adhérents et souhaite la coopération de tous les acteurs intéressés : établissements d'enseignement supérieur, CNED, CNAM, et la Direction des technologies éducatives et des technologies de l'information et de la communication du ministère de la Recherche.

EduFrance a co-organisé en septembre un colloque à la Sorbonne, sur le thème : « Faut-il câbler la tour d'ivoire ? ».

Avec l'UNESCO, EduFrance monte également une réponse, dans le domaine de l'éducation, à l'appel d'offres EUMEDIS de la Commission Européenne. Cet appel d'offres vise à renforcer la Société de l'Information, et à accélérer les échanges technologiques entre les pays européens développés et leurs partenaires de la rive sud de la Méditerranée. Le consortium conduit par EduFrance et réunissant l'UNESCO, onze pays méditerranéens et des opérateurs de quatre pays européens, ( Open University - Grande Bretagne, UNED – Espagne, NETUNO – Italie – CNED – France) a pour objectif de créer un Campus virtuel.. Il s'agit donc pour EduFrance à la fois de monter un projet cohérent, économiquement viable mais sans but lucratif, répondant aux demandes des pays du sud, tout en valorisant la qualité de l'enseignement à distance français. EduFrance joue là un rôle logistique d'ensemblier pour aider le consortium à gagner l'appel d'offre, tandis que les établissements et les opérateurs apportent leur savoir-faire dans les domaines scientifiques et technologiques. Le montant du projet qui sera proposé à la Commission Européenne s'élèvera à 3,5 millions d'Euros.