

RAPPORT D'ACTIVITE 2005

GIP EDUFRANCE

SOMMAIRE

I – Les faits marquants de l'année 2005
Indicateurs EduFrance

II – La promotion à l'étranger
Salons et rencontres universitaires
Les lycées français de l'étranger

III – L'approche géographique

IV – Le réseau des Espaces

V – L'offre de formation
Le Très Grand Catalogue
Les programmes de candidatures en ligne

VI – Les programmes internationaux

VII – Les études et les notes EduFrance
Les notes EduFrance
Etude sur l'accueil des étudiants étrangers
Etude sur la « stratégie de promotion de l'enseignement supérieur français en Europe »

VIII – Communication, éditions, événements

Annexes

- Annexe 1 : la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger
Salons, rencontres, lycées français
- Annexe 2 : l'approche géographique
- Annexe 3 : le réseau des Espaces
- Annexe 4 : l'offre de formation, catalogues Edu et sites
- Annexe 5 : l'offre de formation : le programme « n + i »
- Annexe 6 : les programmes internationaux
- Annexe 7 : notes et études d'EduFrance
- Annexe 8 : communication, éditions, événements

RAPPORT D'ACTIVITE 2005 DE L'AGENCE EDUFRANCE

I - Les faits marquants de l'année 2005

L'année 2005 a été une année particulièrement active et innovatrice pour l'Agence.

Le domaine de la promotion à l'étranger a été marqué par :

- la participation, pour la première fois, d'une Région française (Ile de France) à un Salon EduFrance (Brésil), ainsi que :
- l'organisation de conférences scientifiques (C. Allègre, P. Mingual) au cours des manifestations.
- la demande du Ministère des Affaires étrangères d'élaborer une stratégie de promotion en Europe.

Le domaine de l'offre de formation a connu un développement innovant important avec le travail préparatoire pour la réalisation du « Très Grand Catalogue » en ligne (ouvert début 2006), la première promotion d'EduDroit et la création d'EduHumanités, EduArt et EduEcoGestion, tous trois ouverts en 2006. Le programme « n + i » continue son développement, notamment sur l'innovant secteur des bourses d'entreprises.

Le domaine des programmes internationaux fut sans doute le plus marquant en 2005, avec l'obtention par EduFrance, comme chef de file d'un consortium prestigieux (British Council, DAAD, Nuffic...), d'un important contrat de la Commission Européenne (2,4 M € sur trois ans), pour l'organisation de Salons en Asie.

Le lancement des notes EduFrance et la réalisation des premières études. Ces notes et ces études, décidées par EduFrance ou commandées à cette Agence (par la CPU, par le Ministère des Affaires étrangères...) ont pour but d'informer et d'alimenter la réflexion sur ce domaine en pleine évolution dans le monde ainsi que d'apporter une aide à la décision pour les établissements et ministères français.

Il convient enfin de signaler le changement de locaux, l'Agence ayant dû quitter le 173 Boulevard Saint-Germain pour des nouveaux locaux moins élégants mais plus fonctionnels.

INDICATEURS EDUFRANCE

INDICATEURS	2003	2004	2005
Nombre d'adhérents	169	179	180
Budget primitif (en millions d'euros)	16,46	8,80	8,02
dont subvention	2,97	3,07	3,12
dont recettes propres	13,49	5,73	4,90
Comptes de résultats(en millions d'euros)	8,78	8,33	7,74
part des frais de personnel en % sur comptes	13,74	14,05	16,38
<i>Concertation avec les établissements français:</i>			
Nombre de visites aux établissements		22	10
Nombre de réunions EduFrance-établissements		6	32
Nombre de participations d'établissements aux réunions EduFrance		450	880
Participations aux réunions d'adhérents(Assemblées générales)		199	191
Rappel participations réunion Espaces-Adhérents	77	83	79
Lettres EduFrance diffusée à 1500 exemplaires	3	5	5
Lettres hors-série EduFrance diffusée à 1500 exemplaires	0	2	3
Notes EduFrance (nombre) diffusées à 1500 exemplaires			2
I) Promotion			
<i>a) Manifestations à l'étranger</i>			
Nombre de manifestations majeures	12	15	15
Nombre de participations d'établissements	220	426	364
Nombre total de visiteurs	80 500	101 475	175390
<i>b) Espaces</i>			
Nombre d'Espaces	62	77	75
Dans un nombre de pays	40	46	45
Nombre d'agents formés	44	45	47
Nombre d'étudiants renseignés	65 000	190 110	215843
Nombre de conférences dans les universités	non connu	614	649
<i>Rencontres Espaces-adhérents:</i>			
Nombre d'adhérents participants	77	83	79
Nombre d'entretiens	845	1 044	1236
<i>c) Lycées français de l'étranger</i>			
Nombre de plaquettes diffusées	0	8 800	12 800
Nombre de conférences dans les lycées		15	15

INDICATEURS	2003	2004	2005
Nombre de visiteurs site dédié			7289
II) Offre de formation			
<i>a) Sites web</i>			
<i>1/EduFrance.fr</i>			
Nombre de visiteurs	858 000	952 000	1 416 000
Nombre de pages lues	4 700 000	4 956 000	5 971 000
<i>2/Sites web localisés</i>			
Nombre de sites	7	12	24
Nombre de visiteurs	116 000	247 000	593 195
Nombre de pages lues	556 000	1 035 000	3 012 141
<i>b) Brochures, Catalogues</i>			
<i>Catalogue EduFrance « formations à promouvoir »</i>			
Nombre de formations	450	1100	1900
<i>Catalogue formations en anglais</i>			
Nombre de formations		286	328
Diffusion		40 000	37 000
<i>Catalogue établissements</i>			
Nombre d'établissements présentés		293	320
Diffusion(5 langues)		23 000	155 500 ¹
<i>Brochure "Choisir la France"</i>			
Diffusion(6 langues)		93 000	33 000
<i>Guide d'accueil EduFrance</i>			
Diffusion(4 langues)	32 100	20 000	
<i>Brochure "Programme "n+i"</i>			
Diffusion(5 langues)		57 000	2 000
<i>Brochure « EduDroit »</i>			
Diffusion		8 000	43 500
<i>Monographie pays</i>			
Nombre pays	22	24	28
Diffusion	500	500	300/par pays
<i>Fiches filières</i>			
Nombre de filières traitées		30	42

¹ A la diffusion d'un catalogue, EduFrance a préféré celle de tirés à part, chaque établissement participant aux salons bénéficiant de sa fiche propre, mise à jour et diffusée à un nombre d'exemplaires choisi en fonction des salons.

INDICATEURS	2003	2004	2005
c) Programmes « intégrés »			
<i>Programmes n+i</i>			
Nombre d'étudiants candidats(en ligne)	2 800	4 025	2 550
Nombre d'étudiants inscrits	125	154	182
<i>Edu droit</i>			
Nombre d'étudiants candidats			202
Nombre d'étudiants inscrits			69
<i>Programme Chine</i>			
Nombre d'étudiants inscrits	327	275	176
<i>Programme optima hors chine</i>			
Nombre d'étudiants inscrits	27	35	38
III) Programmes « Internationaux »			
a) Contrats d'organismes internationaux			
<i>Contrats Commission européenne:</i>			
Nombre total de contrats en cours	1	3	2
dont ceux avec EduFrance chef de file	1	1	1
Montant des contrats en cours (en euros)	200 000	400 000	2 410 559
dont ceux avec EduFrance chef de file	200 000	200 000	2 394 400
Montant des contrats en consortium en cours		200 000	16 159
<i>Autres contrats, nombre de contrats, montant des contrats</i>			1 (Etude Mali) 20.452 Euros
b) Programmes de bourses sur financement étranger			
Nombre total des boursiers en France	66	88	98
dont : Malaisie	41	51	48
Venezuela (Fundayacucho)	25	37	50
Montant total des programmes	300 280	293 909	459 145
c) Programme d'aide aux établissements pour actions internationales sur financement étrangers			
Nombre total d'établissements concernés	1	7	6
Nombre de projets concernés ,hors implantation de filières		3	3
Nombre d'implantations de filières concernées	1	5	6
Montant des projets filières concernés	50 000	150 000	200 000

II – La promotion à l'étranger

A. Salons et rencontres universitaires (cf. annexe 1)




Cette activité qui demeure l'une des activités majeures d'EduFrance, semble avoir atteint en 2005 sa vitesse de croisière en nombre d'événements et de participants, tandis que le nombre d'étudiants touchés continue à croître. Après une période de lancement où ils ont connu et expérimenté ces outils de promotion, les établissements en font désormais un usage raisonné, choisissant le nombre et le lieu des salons et rencontres auxquels ils participent en fonction de leur stratégie de développement. De plus, les ressources humaines et financières n'ayant pas cru, limitent les possibilités d'action de l'Agence.

L'événement phare de l'année 2005 fut le salon du Brésil qui vit une très forte représentation des établissements (150) et une participation nouvelle, celle d'une région (Ile de France). Ce type de participation devrait connaître un développement dans les années à venir.

EduFrance a également organisé des conférences scientifiques durant ces salons et rencontres et a généralisé la mise en place de sites Internet dédiés aux manifestations de promotion. Ces sites permettent :

- le regroupement de toutes les informations utiles aux établissements participants : rubrique « participants » (informations pratiques mais aussi institutionnelles : panorama de l'enseignement supérieur du pays, état de la coopération,...) ;
- la pré-inscription des étudiants en amont du salon et l'établissement de bases de données statistiques fort utiles sur le profil des visiteurs : rubrique « visiteurs ».

En complément des opérations du programme propre EduFrance, la plupart des manifestations organisées par les services de coopération des postes diplomatiques (dans les zones d'intervention de l'agence) ont bénéficié d'un soutien d' EduFrance, notamment par l'envoi de kits documentaires, ou le choix et l'envoi d'experts (personnels de l'agence ou universitaires français).

Pays	Manifestation	Nbre d'établissements représentés	Nbre d'étudiants visiteurs
ASIE			
Singapour	Salon Career	12	436 000
Hong Kong 	EHEF 2005	15	4 890
Thaïlande	Salon international de l'enseignement supérieur	6	35 000
Taïwan  Taïpei	Salon Européen "European Higher Education Fair" Edition : 4 ^{ème}	9	6000
Corée Séoul	Korca French Higher Education Fair	18	2 300
Japon Tokyo, Kyoto	Salon dans le cadre du mois de l'enseignement supérieur au Japon	16	6 400
Philippines Manille	Salon européen de l'éducation	5	1 200
Chine	Salon CIEET février et octobre 2 sessions	40 (Pékin (20) et Shanghai(20))	80 000
AMERIQUE LATINE			
Mexique  Monterrey, México	Salon EuroPosgrados Edition : 2 ^{ème}	20	Monterrey : 950 Mexico D.F. : 7 000
Argentine - Bolivie	Salon EuroUniversitaria et Rencontres universitaires « Cône Sud »	15	4 500 29 universités argentines présentes aux rencontres
MANIFESTATION PHARE 2005 Brésil Sao Paulo - Rio - Belo Horizonte - Porto Alegre - Recife	Forum EduFrance & Rencontres universitaires	150	11 000 (Rio & SP) 154 rencontres bilatérales à BH 172 rencontres bilatérales à POA 250 rencontres bilatérales à Recife
Chili Santiago	Salon « Feria de universidades europeas – Europosgrado 2005 »	8	5 000
Colombie Bogota - Medellin - Cali	Salon EduFrancia Edition : 6 ^{ème}	10	Bogota : 1 600 Medellin : 650 Cali : 700
AMERIQUE DU NORD			
NAFSA Seattle - Washington - Vancouver	NAFSA - salon professionnel Edition : 6 ^{ème}	20	6 700
EUROPE			
Russie Moscou - Novossibirsk - St Petersburg	Mission thématique « n+i » Sciences de l'ingénieur	19	Rencontres universitaires : 48 universités russes visitées Rencontres étudiantes : 1 500 étudiants

B) Les lycées français de l'étranger (cf. annexe 1)

Une attention particulière a été portée aux lycées français pour lesquels le guide EduFrance a été mis à jour et envoyé à tous les élèves de terminale. Il est également téléchargeable.

III) L'approche géographique (cf. annexe 2)

L'Asie et l'Amérique latine sont demeurées les régions prioritaires de l'action d'EduFrance mais pour la première fois en 2005, le Ministère des Affaires étrangères a commandé à EduFrance l'élaboration d'une « stratégie de promotion de l'enseignement supérieur français en Europe ». Une étude appuyée sur un groupe de travail (cf. paragraphe VII – Etudes et notes) a été lancée en 2005.

L'annexe 2 donne une présentation détaillée des actions par zone géographique.

IV) Le réseau des Espaces (cf. annexe 3)

L'année 2005 a été marquée par :

- Une consolidation du réseau des espaces en Asie, Amérique latine et Proche-Orient, et une ouverture progressive sur l'Europe, en dialogue constant avec les postes diplomatiques ; le nombre total des Espaces était fin 2005 de 75 dans 45 pays.
- une professionnalisation continue du réseau par la formation de ses responsables à Paris et à l'étranger. Ce sont ainsi deux sessions de formation qui ont été organisées à Paris en juin et décembre pour 45 responsables d'Espaces auxquels se sont joints quelques attachés de certains services culturels concernés. *S'ajoute la formation à Paris de 5 responsables à titre individuel, et, à l'étranger, de 10 personnels d'Alliance française au Brésil et 14 au Mexique.*

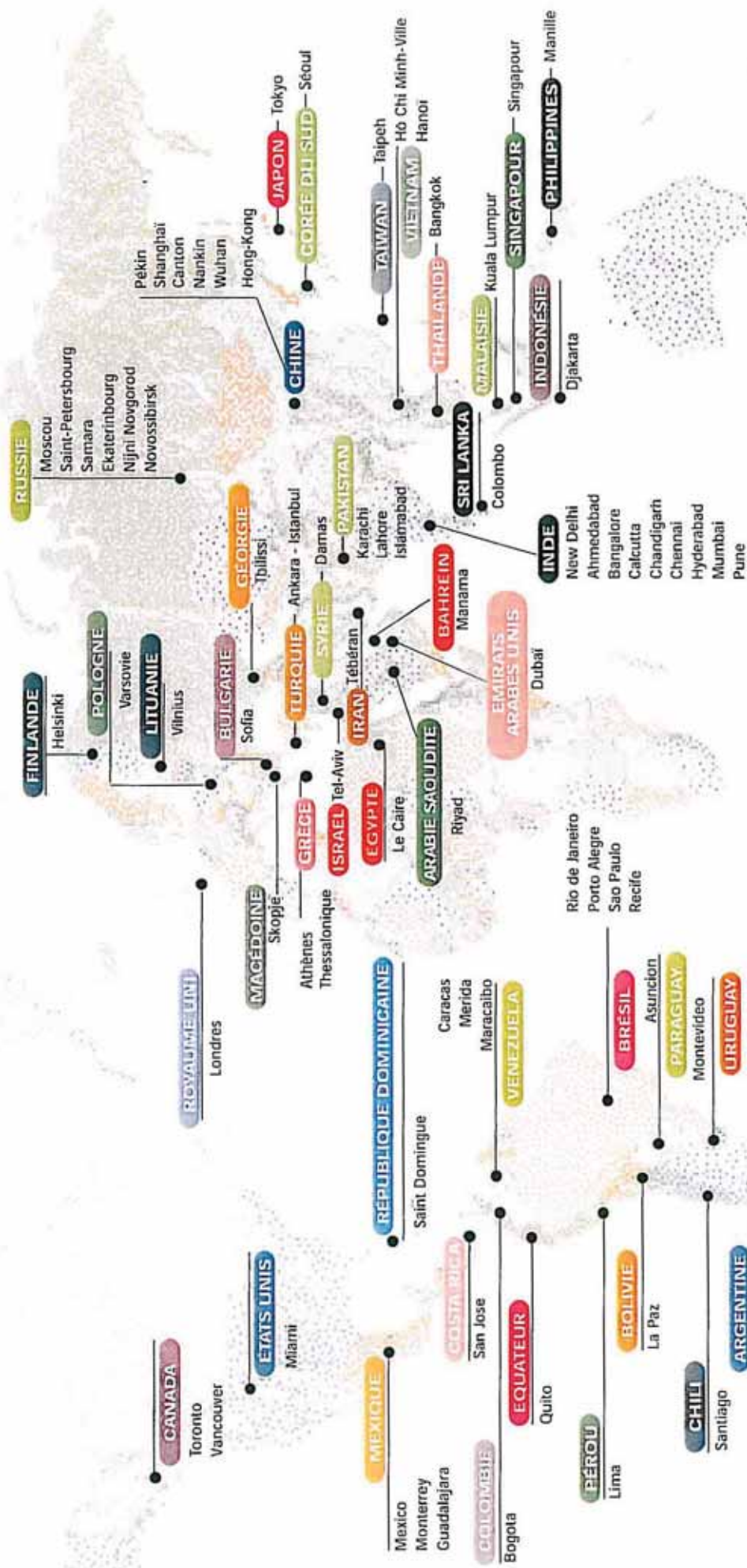
En plus des outils créés ou améliorés en 2004 :

- o le bulletin bimestriel « La lettre aux Espaces », regroupant des informations pratiques sur le système d'enseignement supérieur français et européen, l'offre des adhérents d'EduFrance, les activités de l'agence, l'actualité scientifique et technique ;
- o le site www.edufrance.net, regroupant les informations et des outils pratiques de promotion en plusieurs langues (français, anglais, espagnol, portugais, chinois, russe, arabe) ;
- o un système complet de gestion et de suivi des contacts étudiants, Educontacts, déployé à partir toute l'année 2005 dans le réseau des Espaces, avec le site de référence www.educontacts.net.
- o Edurapport, permettant d'enregistrer en ligne tous les semestres les rapports d'activité des espaces : https://extranet.edufrance.fr/edurapport,

de nouveaux outils en ligne sont venus renforcer les capacités des espaces :

- o le site portail spécifiquement dédié aux espaces, www.reseauedufrance.net
 - o Edubudget, système de gestion en ligne des dépenses, accessible depuis www.reseauedufrance.net
 - o Edustats, site de statistiques sur la mobilité étudiante étrangère et la France, www.edustats.net
- Un resserrement des liens entre le réseau et les établissements d'enseignement supérieur français par le succès amplifié des rencontres Espaces-adhérents, qui ont accentué en 2005 la présence de pays européens. Ces rencontres, organisées pour la troisième année consécutive, ont connu un très large succès, permettant à 129 représentants de 79 établissements de rencontrer, au cours de plus de 1200 entretiens, les responsables d'Espaces et les attachés de coopération conviés à Paris dans ce but.

EduFrance à travers le monde



RESUME DES ACTIVITES DES ESPACES EDUFRANCE EN 2004 et 2005

Informations / Orientation	2004	2005
Nombre d'étudiants informés dans les Espaces	53 460	53 413
Nombre d'appels téléphoniques reçus	82 880	91 200
Nombre d'e-mails reçus	49 681	65 722
Nombre de courriers reçus	4 429	5 508
Total des contacts	190 450	215 843

Type de contacts

Etudiants	60%	62%
Professionnels	20%	19%
Lycéens	15%	15%
Autres	5%	4%

Actions de promotion spécifiques

Journées portes ouvertes	56	82
Salons	236	247
Conférences dans des établissements	614	649
Autres	318	226
Total	1 224	1 204

V) L'offre de formation (cf. annexe 4)

C'est dans ce domaine que l'année 2005 a vu le plus d'étapes décisives franchies et d'innovations mises en place. Outre la publication des désormais classiques :

- catalogues des formations dont les établissements souhaitent une promotion spécifique (l'ex catalogue EduFrance),
- catalogue des formations enseignées en anglais,
- catalogue des MBA,
- fiches filières (très développées en 2005),

les nouveautés suivantes sont apparues en 2005 :

- le « très **Grand Catalogue en ligne** » : le système informatique disponible en ligne sur le site edufrance.fr permet, grâce à un moteur de recherche utilisant des critères simples, d'avoir accès à toute la base des formations supérieures répertoriées par l'ONISEP (plus

de 25.000). Il est également donné accès à la base des écoles doctorales du Ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche et aux catalogues cités précédemment. Cette réalisation qui doit être encore améliorée permet à notre pays de rattraper dans ce domaine une partie du retard sur ses concurrents (British Council, DAAD, NUFFIC, IDP Australia...).

- **Les programmes de candidatures en ligne**

- *le programme « n + i »* (cf. annexe 5) a connu un développement satisfaisant et la mise en œuvre des premières bourses d'entreprises.

- *le programme Edudroit*

L'année 2005 a vu arriver en France la première promotion de ce programme de candidature en ligne qui regroupe 211 Masters en droit de 22 Universités. 70 étudiants ont été recrutés pour 202 dossiers validés.

- *les autres réseaux Edu*

En 2005, un travail important de concertation avec les établissements français a été conduit pour préparer trois nouveaux programmes de candidatures en ligne :

EduArt :

Un réseau d'une cinquantaine d'établissements qui proposent 150 formations artistiques en Licence et Master.

EduEcoGestion :

Un réseau de 22 universités et Instituts d'Administration des Entreprises (IAE) qui proposent 260 formations en Economie et en Gestion au niveau Master2.

EduHumanites :

Un réseau de 16 universités de Lettres et Sciences humaines qui proposent 150 formations au niveau Master2.

Ces deux derniers programmes, ainsi que le Très Grand Catalogue sont inscrits dans le programme interministériel sur l'attractivité de la France et soutenus par la Direction des relations internationales et de la coopération du ministère de l'Education nationale dans le cadre du Programme d'innovation à la mobilité (PIM).

Ces nouveaux réseaux font l'objet d'une promotion spécifique.

VI) – **Les programmes internationaux** (cf. annexe 6)

A) La Commission Européenne

L'année 2005 a été exceptionnelle pour cette activité d'EduFrance.

EduFrance a en effet remporté un important appel d'offre de la Commission Européenne dans le domaine de l'enseignement supérieur pour l'organisation de sept salons et forums en Asie sur trois ans : en Chine, en Inde, en Indonésie, en Malaisie, aux Philippines, en Thaïlande et au Vietnam. EduFrance est chef de file d'un consortium constitué du DAAD allemand, du British Council et de son homologue néerlandais, le NUFFIC.

Cet appel d'offre, doté de 2,4 millions d'euros, et qui dépend du programme Asia-Link, est conçu pour encourager la coopération en matière d'enseignement supérieur entre l'Union Européenne et l'Asie du Sud, du Sud-Est et la Chine. Les objectifs du projet sont d'augmenter l'attractivité des formations européennes et de proposer la formation de ressources humaines hautement qualifiées en Europe et en Asie, par le développement de projets communs entre les établissements d'enseignement supérieur et l'encouragement à la mobilité des enseignants et des étudiants entre les deux continents.

La réalisation du projet a débuté au 1^{er} décembre 2005.

EduFrance a également participé à la réalisation d'une étude financée par la Commission Européenne sur la perception de l'enseignement supérieur européen dans les pays tiers. Ce projet, coordonné par l'Academic Cooperation Association (ACA) de Bruxelles, dont EduFrance est membre, a été conduit en Chine, en Inde, en Thaïlande, au Brésil, au Mexique et en Russie. Il a abouti à des propositions sur l'éventuelle création d'une marque européenne de l'enseignement supérieur.

B) Implantation de filières françaises à l'étranger sur financement extérieur

EduFrance a apporté son expertise à plusieurs établissements français pour l'implantation de 6 filières françaises, diplômantes, à l'étranger, principalement en Malaisie. L'Agence a contribué ainsi à l'action encore trop modeste des établissements français sur ce nouveau « marché » de l'enseignement supérieur mondial.

C) Gestion de programmes de bourses

En 2005, EduFrance a encore géré des programmes de bourses avec le gouvernement Vénézuélien (Fundayacucho) et avec le groupement malaisien. A la demande du Conseil d'Administration, l'Agence a entrepris en 2005 de se désengager de ces programmes. Ce sera chose faite en 2006 pour Fundayacucho.

D) Etudes sur l'organisation de l'enseignement supérieur au Mali

A la demande d'un ensemble de bailleurs de fonds dont le Ministère des Affaires étrangères, EduFrance (Pierre-Antoine Gioan) a réalisé une étude sur l'organisation de l'enseignement supérieur au Mali.

VII) Les études et les notes d'EduFrance (cf. annexe 7)

• Les notes d'EduFrance

Une grande nouveauté de l'année 2005 a été le lancement d'une série de « Notes d'EduFrance » dont le but est d'une part une information plus complète et réfléchie sur l'internationalisation de l'enseignement supérieur français et d'autre part, une aide à la

décision pour tous les partenaires français agissant dans ce secteur (Ministères, établissements, Agences...). Dans tous nos pays concurrents, ce type d'analyse est menée par les Agences analogues à EduFrance mais aussi dans les Universités où des sujets de recherche y sont consacrés. EduFrance espère que la diffusion de ces notes encouragera les centres de recherches français à s'engager dans ce domaine.

L'année 2005 a vu la publication de 2 notes (cf annexe 7) :

- les procédures de candidature d'un étudiant étranger dans les universités françaises : un parcours parfois difficile (septembre 2005) ;
- les Agences de promotion de l'enseignement supérieur : comparaison entre trois pays européens (novembre 2005).

- Etude sur l'accueil des étudiants étrangers

Afin de maintenir le contact avec les questions concrètes de l'accueil en France, EduFrance conduit actuellement par l'intermédiaire de l'un de ses agents en région PACA et en coopération avec le CROUS de l'Académie d'Aix-Marseille, une étude sur les conditions d'accueil. Cette étude porte notamment sur le dispositif mis en place d'aide au logement dans le parc privé.

- Etude sur la « stratégie de promotion de l'enseignement supérieur français en Europe »

Le Ministère des Affaires étrangères a demandé à EduFrance d'« élaborer une stratégie de promotion de l'enseignement supérieur français en Europe ». Afin de répondre à cette demande, EduFrance a proposé au Ministère des affaires étrangères, qui l'a accepté, de constituer un groupe de travail composé des représentants des établissements d'enseignement supérieur français (CPU, CDEFI, CGE) et de l'Agence Socrates-Leonardo. Le Ministère des Affaires étrangères et le Ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche y ont envoyé des observateurs. Le groupe de travail a débuté ses travaux en décembre 2005 (le rapport a été remis début avril 2006).

VIII) Communications, éditions, événements (cf. annexe 8)

L'année 2005 a vu une forte activité de communication institutionnelle d'EduFrance avec la large diffusion de la plaquette institutionnelle, la création de l'agenda EduFrance, les lettres, les 2 hors-séries et les notes EduFrance. L'annexe 8 détaille les éditions dans le cadre des manifestations et de l'offre de formation, qui ont vu de nombreuses créations (les Edu notamment). Enfin, EduFrance a organisé le forum franco-chinois sur l'enseignement du droit et a tenu le Secrétariat du Conseil national pour le développement de la mobilité étudiante.



ANNEXES

En 2005, les annexes qui regroupent les textes écrits par les équipes qui mènent ces actions, sont précédées de la composition de ces équipes.

Ces compositions témoignent du dispositif « par projet » qui caractérise EduFrance, ces équipes étant composées pour des projets en réunissant les compétences et les emplois du temps.

Ces compositions ne comprennent pas les agents qui relèvent des services généraux, étant impliquées dans l'ensemble des projets. Il s'agit des services et agents suivants :

- *Direction* : Gérard Binder, Thierry Audric, Béatrice Khaïat, Véronique Foucherot ;
- *Administration et Finances* : Séverine Golaz, Laurent Zitzmann, Claude Jacks, Carlos da Silva, Lydie Balleux ;
- *Informatique* : Stéphane Felut-Paris.

**Annexe 1 : la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger
Salons, rencontres, lycées français**

ANNEXE 1

La promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger Salons, rencontres, lycées français

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Salons et rencontres : Natacha Bénari, Etienne Cazin, Olivier Chiche-Portiche, Marie-Noëlle Cordoliani, Isabelle Germé, Juliette Linares, Mathilde Mallet, Amaëlle Mayer, Clarisse Zerbib

Lycées français : Marie-Noëlle Cordoliani, Catherine Vinay

1) Salons et rencontres universitaires :

Ces activités sont présentées dans le rapport lui-même. Cette annexe ne comprend que quelques illustrations.

2) Les lycées français :

Les établissements français à l'étranger sont un formidable vivier d'excellents élèves. EduFrance se doit d'assurer auprès d'eux et de leurs familles la meilleure information sur les possibilités offertes par l'enseignement supérieur français.

Edition du « Guide EduFrance pour les élèves des lycées français à l'étranger »

L'édition 2005 de ce Guide destiné aux élèves des classes terminales des lycées français de l'étranger a été tiré à 13 000 exemplaires et adressé, accompagné d'une lettre aux proviseurs, aux 200 établissements accueillant au total 10 000 élèves de terminale (contre 8800 en 2005).

La promotion du Guide a été assurée auprès :

- des responsables des deux tutelles (Ministère de l'Education nationale, de l'Enseignement supérieur et de la recherche et Ministère des Affaires étrangères) ;
- de l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE) ;
- des sénateurs représentant les Français établis hors de France ;
- des 75 espaces EduFrance dans le monde (Lettre aux espaces et distribution du document lors des Rencontres d'EduFrance au mois de décembre 2005)
- des adhérents d'EduFrance.

Le Guide est également téléchargeable sur le site www.EduFrance.fr

En termes de presse, le guide a fait l'objet d'une dépêche AFP et d'une chronique Education sur France Info.

Réalisation d'un « PowerPoint » destiné aux élèves des lycées français de l'étranger

A partir des éléments contenus dans le Guide, a été également élaboré un « PowerPoint » destiné à faciliter la présentation de l'enseignement supérieur français aux élèves des lycées français de l'étranger. Il est en ligne sur www.EduFrance.net et www.EduFrance.fr depuis le 24 novembre 2005.

Constitution d'un réseau de proviseurs et proviseurs-adjoints

A partir du répertoire des établissements, se constitue un fichier nominatif des proviseurs et des proviseurs-adjoints. Ainsi personnalisé, ce fichier permettra de mieux répondre aux besoins de chacun en établissant un contact direct avec les intéressés. Au mois de décembre, un courrier électronique a été adressé aux établissements afin de vérifier si les Guides étaient bien parvenus à leurs destinataires, et en nombre suffisant pour chaque élève de terminale, puis la carte de vœux électronique d'EduFrance.

Pour exemple, près de la moitié des 40 établissements européens comportant au moins une classe de terminale ont envoyé un courrier électronique de réponse avant les vacances de Noël. Il leur est répondu personnellement : envoi du « PowerPoint » réalisé à leur intention et des documents édités par EduFrance tout au long de l'année, aide à l'organisation de journées d'information dans leur établissement... Pourra être ainsi préparée avec eux l'édition 2006 du Guide dès le mois d'avril prochain : pour anticiper la venue des étudiants, il faudra notamment être en mesure, en tenant compte des budgets, de diffuser le document, pour la première fois et à la demande, auprès des élèves des classes de première pour les sensibiliser un an à l'avance.

Une enquête a été lancée pour notamment connaître la proportion d'élèves français et étrangers dans ces établissements, pour déceler ce que sont pour eux les atouts mais aussi les points faibles de la France et à identifier les pays qui les courtisent le plus. Les données fournies et exploitées permettront de rédiger une des prochaines Note d'EduFrance en 2006.

Cf. La lettre d'EduFrance
Hors-série N° 4

(EduFrance dans le monde
2004-2005)

Annexe 2 : l'approche géographique

ANNEXE 2

L'approche géographique

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Etienne Cazin (Europe, Proche et Moyen-Orient), Olivier Chiche-Portiche (Amérique), Laurent Gillard (Asie hors Chine), Pierre-Antoine Gioan (Afrique), Mathilde Mallet (Russie), Amaëlle Mayer (Asie hors Chine), Philippe Racineux (Chine)

ASIE HORS CHINE

1- Le contexte international :

a) Un contexte difficile :

Malgré le fait que les étudiants asiatiques, qui poursuivent leurs études à l'étranger, se tournent traditionnellement vers le monde anglo-saxon, les étudiants venus d'Asie représentent plus de 11% de l'ensemble des étudiants étrangers qui poursuivent actuellement des études supérieures en France. Leur nombre a presque triplé au cours des cinq dernières années, passant de plus de 8 300 en 1998-1999 à près de 23 000 pour l'année académique 2003-2004, ce qui constitue le plus fort accroissement enregistré depuis 5 ans.

Depuis 2003, l'Asie est la région du monde où sont attribués le plus de visas. En 2004-2005, elle représente le plus fort taux de croissance. 18% des étudiants étrangers inscrits dans des matières scientifiques sont originaires d'Asie.

b) Un contexte plus favorable :

La crise financière de 97, puis les événements du 11 septembre ont fait prendre conscience aux pays d'Asie méridionale et orientale que le recours aux seules ressources de formations anglo-saxonnes pouvait avoir des effets pervers :

- accroissement de la dépendance face à l'extérieur pour les ressources d'éducation ;
- acculturation provoquée par l'usage d'une langue étrangère dans l'enseignement ;
- tendance à l'homogénéisation de la formation dispensée ;
- et, en dernier lieu, une certaine érosion de la souveraineté nationale.

En 2004-2005, les Etats-Unis ont d'ailleurs, pour la première fois depuis 1971, enregistré une baisse significative du nombre d'étudiants originaires d'Asie sur leur territoire.

2- Les Espaces EduFrance :

a) Des Espaces EduFrance intégrés :

Le réseau comprend 22 Espaces dans lesquels oeuvrent 32 personnes.

Ce réseau représente 32 % des Espaces de l'Agence. Ces Espaces sont placés en totalité au cœur du réseau culturel français : dans les Alliances françaises (60%), dans les Services de coopération et d'action culturelle (20%) ou dans les Instituts français (16%). A noter l'Espace d'Ho Chi Minh Ville au Vietnam qui est accueilli par un partenaire vietnamien lié au ministère des Affaires étrangères vietnamien.

A part l'Espace de Taipei et le Coordinateur national en Inde, les salaires des responsables des Espaces sont presque entièrement financés par les ambassades.

b) Une action d'information et d'orientation au quotidien :

Les Espaces d'Asie hors Chine ont informé dans leurs locaux plus de 11804 étudiants et ont répondu à plus de 51000 demandes par mél, téléphone ou courrier.

62% des demandes d'information et d'orientation sont effectuées par des étudiants, 12% par des lycéens et 18% par des professionnels ou des parents.

c) Un réseau au service des adhérents :

Les actions d'information et d'orientation ont débouché sur 2248 démarches d'inscription auprès des établissements français. 467 de ces démarches ont abouti à une inscription dans les établissements français.

Environ 60% des Espaces d'Asie hors Chine ont participé aux activités pré-consulaires afin de faciliter pour les étudiants l'obtention de visas étudiants. Ainsi près de 3000 visas ont été délivrés avec l'aide des Espaces EduFrance en Asie hors Chine.

Près de 90% des Espaces ont servi de relais lors de missions (en dehors des salons) de nos adhérents qui ont pour la plupart abouti à des accords de coopération avec les universités locales.

A noter également la collaboration entre l'université de la Rochelle, l'ambassade de France en Malaisie et l'agence EduFrance qui a permis à un professeur des universités de développer la délocalisation de filières françaises dans les universités des pays du monde malais. Sont ainsi capitalisés les efforts de l'Université de la Rochelle dans cette zone malaise et sont fédérées les initiatives. Cependant une évaluation des résultats liés à cette action devra être dressées conjointement avec le Poste et l'Université de la Rochelle

d) Un renforcement du travail en réseau :

Pour la première fois s'est tenue, en 2005, une réunion régionale des espaces Asie hors Chine.

Les responsables d'Espace EduFrance sont appelés à résoudre de nombreux défis au quotidien. Pour ce faire, ils doivent développer des expertises qui leur permettent des ajustements rapides et efficaces à tous les niveaux de leurs interventions. Ces expertises sont possibles à la condition d'avoir acquis, à l'intérieur même de notre Agence, des compétences nouvelles et de les maintenir à jour constamment. Cette session de travail a abouti à la création d'un site internet permettant aux responsables EduFrance de cette zone de mettre en commun et d'échanger leurs idées et leurs pratiques.

3- les actions de promotion, vers une synergie européenne

Au-delà des salons phares, plus de 300 actions de promotion locales ont eu lieu en 2005 soit dans des salons locaux, soit lors de journées portes ouvertes ou de conférences dans les universités et, quand ils existent, dans les lycées français.

Les salons phares ont permis de toucher plus de 160 000 étudiants auxquels s'ajoutent 15 000 étudiants qui ont été contactés lors des actions de promotion locales.

Hormis le salon du Vietnam, du Japon et de la Corée -1^{er} salon organisé dans ce pays en 2005, tous les salons organisés en Asie hors Chine ont été des salons avec un ou des partenaires européens. Cette orientation européenne est l'une des stratégies les plus efficaces pour lutter à armes égales contre la concurrence des Etats-Unis.

Pour la première fois en 2004, la Commission européenne a accordé au Consortium Peer, composé d'EduFrance, du Daad (Allemagne) et du Nuffic (Pays Bas), après appel d'offre, un financement pour la réalisation du salon européen de l'enseignement supérieur, qui s'est déroulé à Bangkok les 19, 20 et 21 novembre 2004.

4- et un renforcement des financements européens

EduFrance a remporté un important appel d'offre de la Commission européenne dans le domaine de l'enseignement supérieur pour l'organisation de sept salons et forums en Asie sur trois ans: en Chine, en Inde, en Indonésie, en Malaisie, aux Philippines, en Thaïlande et au Vietnam. EduFrance est chef de file d'un consortium constitué du DAAD allemand, du British Council et de son homologue néerlandais, le NUFFIC.

Cet appel d'offre, doté de 2,4 millions d'euros, et qui dépend du programme Asia-Link, est conçu pour encourager la coopération en matière d'enseignement supérieur entre l'Union européenne et l'Asie du Sud, du Sud-Est et la Chine. Les objectifs du projet sont d'augmenter l'attractivité des formations européennes et de proposer la formation de ressources humaines hautement qualifiées en Europe et en Asie, par le développement de projets communs entre les établissements d'enseignement supérieur et l'encouragement à la mobilité des enseignants et des étudiants entre les deux continents.

La réalisation du projet a débuté au 1^{er} décembre 2005.

EduFrance a également participé à la réalisation d'une étude financée par la Commission européenne sur la perception de l'enseignement supérieur européen dans les pays tiers. Ce projet, coordonné par l'Academic Cooperation Association (ACA) de Bruxelles, dont EduFrance est membre, a été conduit en Chine, en Inde, en Thaïlande, au Brésil, au Mexique et en Russie. Il a abouti à des propositions sur l'éventuelle création d'une marque européenne de l'enseignement supérieur.

	III) Programmes « Internationaux »	2005
	<i>a) Contrats d'organismes internationaux</i>	
	Contrats Commission européenne:	
P	Nombre total de contrats en cours	1
P	dont ceux avec EduFrance chef de file	1
P	Montant des contrats en cours (en euros)	2,4 m.
P	dont ceux avec EduFrance chef de file	2,4 m.
P	Montant des contrats en consortium en cours	0

4- Une politique de communication :

a) Les sites Internet :

L'objectif poursuivi à travers les sites en langue locale est de capter l'attention d'étudiants étrangers de bon niveau n'ayant jamais pensé spontanément à la France comme destination d'étude et qui doivent pouvoir trouver l'offre EduFrance alors qu'ils recherchent des informations sur les moteurs de recherche de leurs pays.

b) Les publications :

En parallèle, dans tous les Espaces EduFrance, une politique éditoriale en langue locale a été menée, en particulier pour les éditions événementielle et promotionnelle. Par ailleurs, un certain nombre de documents mis à la disposition des espaces par EduFrance ont été adaptés aux demandes du public local.

Plus de 220 000 documents de promotion ont été imprimés en 2005.

c) un outil web au service de nos adhérents :

Pour chaque salon, un site web est désormais dédié avec un module spécifique pour les exposants :

- *avant le salon*, les exposants trouvent sur le site dédié au salon toutes les informations pratiques dont ils ont besoin pour préparer le salon et ils peuvent s'inscrire en ligne aux différents salons ;
- *pendant le salon*, l'équipe d'accueil du salon saisit en temps réel les informations données par les étudiants visitant le salon ;
- *après le salon*, de retour en France, les adhérents peuvent consulter 30 000 fiches individuelles d'étudiants d'Asie hors Chine et assurer le suivi de tous les étudiants enregistrés lors du salon. Les adhérents peuvent également consulter des statistiques sur leur profil.

REPUBLIQUE POPULAIRE DE CHINE

1. Le contexte :

1. Stabilisation des départs vers la France et vers l'étranger

Après l'explosion des départs d'étudiants chinois vers l'étranger en 2002, nous assistons en France comme pour une majorité de pays européens à une baisse générale des départs d'étudiants chinois.

Le chiffre des flux d'étudiants chinois vers la France stagne depuis 2003 autour de 6000 étudiants par an en moyenne.

En 2005 ce sont 5814 visas qui ont été accordés aux étudiants chinois dont près de 40 % venant d'un établissement répertorié dans le programme 211 (classement des 100 meilleures universités chinoises pour le 21^{ème} siècle). Une majorité d'étudiants se destinent aux études d'économie gestion (42%) et de sciences (23%).

2. Les espaces :

a. Informations dans les espaces EduFrance

A partir des **demandes de renseignement** (courrier , Internet , téléphone, RV individuels) des étudiants

20 555 en 2004 – 34 205 en 2005.

	Total 2004	Pourcentages 2004	Total 2005	Pourcentages 2005
Nombre d'étudiants informés dans l'espace	2173	11 %	5 883	17 %
Nombre d'appels téléphoniques reçus pendant la période	9267	45 %	13 245	39 %
Nombre d'e-mails reçus pendant la période	8215	40 %	13 992	41%
Nombre de courriers reçus pendant la période	900	4 %	1085	3 %
Nombre de contacts	20 555	100%	34 205	100%

Une demande de renseignements en progression

Le nombre d'étudiants informés par nos espaces est en progression continue puisque le chiffre d'étudiants renseignés par les bureaux sur place est presque multiplié par 1.7 entre 2004 et 2005.

Ce résultat fait suite au travail des espaces qui, au-delà d'une première information générale donnée par mail ou par téléphone, offre à l'étudiant chinois un parcours balisé afin qu'il construise son projet d'étude. Le nombre d'outils Internet (EduNews, educontacts etc.), de documentation pratique (fiche filières traduites en chinois, flyer Edu, etc.) désormais à la disposition des espaces est aussi un facteur positif à prendre en compte.

Enfin l'installation de espaces EduFrance dans les nouveaux pôles intégrés réunissant Alliances françaises, CELA et EduFrance ont certainement joué un rôle non négligeable.

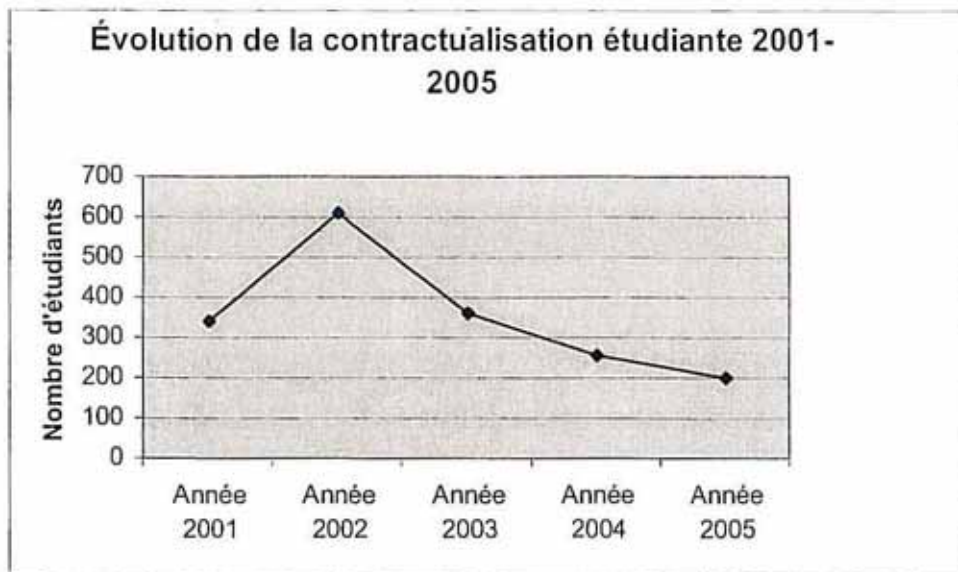
b. Accompagnement des établissements en Chine en 2005

	Pékin	Shanghai	Nankin	Wuhan	Canton
Université d'Artois	X				
Université de Cergy-Pontoise	X	X	X	X	
Université de Corsica	X	X			
Marseille Universités (I, II et III)	X	X	X	X	
Université du Maine	X	X	X	X	
Université de Grenoble 1				X	
Université Lyon I	X	X	X	X	X
Université de Lyon II	X	X	X	X	X
Université de Toulouse 1	X	X	X		
Université de Tours		X		X	
Université de Paris 1	X			X	
Université Paris 11				X	
Université PARIS 12		X	X		X
Université Versailles St Quentin				X	
IUT d'EVRY				X	
Université de Saint-Étienne		X	X		X
Universités de Strasbourg (1 2 et 3)			X		
Université de Toulon Var	X	X	X		X
IAE Aix en Provence	X				
IAE NANTES	X	X		X	X
IUT Le Creusot	X	X	X	X	X
IEP Bordeaux				X	
ISEP				X	
AUDENCIA	X				
CERAM		X			
EDHEC					
EFREI				X	X
ESCE	X				
ESSCA et ESEO	X	X	X	X	X
ESC GRENOBLE	X	X		X	X
ESCP EAP		X			
ESC ST ETIENNE				X	
ESC REIMS	X	X			
ESCIPI	X	X		X	
ESC LILLE	X	X			

EM LYON	X	X		X	
ESC PAU		X			
INSA			X		
POLYTECH				X	
ESSEC	X	X	X	X	X
ESC RENNES	X	X			
ESC CHAMBERY		X			
ESC DIJON	X	X	X	X	X
Groupe Centrale	X		X	X	X
Ecole supérieure du bois de Nantes	X				
Ecole des mines de Nancy				X	
GEM	X		X		
Ecole des mines de Douai	X				
INSA de Lyon				X	
ECAM		X			
EUROMED	X				
ESIGELEC	X	X		X	
SUPINFO				X	X
PARISTECH			X		
Réseau nplusi	X	X	X	X	X
Institut Vatel	X	X	X	X	X
ESEC			X		
MOD 'ART			X		
ANDEA (Association Nationale des Ecoles d' Art)	X	X	X		X
Alliance Française de Bordeaux				X	X
Programme CPGE			X	X	
Lycée Marie Curie d'Echirolles			X		
Rectorat de Strasbourg			X		
Réseau des IUT			X		
CUEJ de Strasbourg			X		
Conservatoire National de Région de Nancy			X		
Ecole Normale Supérieure			X		

Au total ce sont **près de 64 établissements** qui se sont déplacés en Chine en 2005, et ont bénéficié de l'appui des espaces Edufrance pour effectuer des missions de promotion, de sélection et pour certains, sous la tutelle des attachés de coopération, mettre en place des partenariats institutionnels avec des établissements chinois.

3. Contractualisations (2001 – 2005)



L'agence EduFrance, depuis 2001 a mis en place un catalogue « Chine » regroupant l'ensemble des établissements souhaitant mettre en place une offre de formation complète (comprenant l'accueil, le logement et une année de FLE). Cette activité payante d'EduFrance, instaurée à la demande des établissements français désireux d'accueillir des étudiants chinois atteint son seuil maximal en 2002, à une période où les départs d'étudiants chinois vers l'étranger s'accroissent fortement.

On constate une baisse régulière depuis lors, due notamment, à la baisse générale des départs vers l'étranger, aux relais naturels développés par les établissements français avec les officines intermédiaires chinoises ainsi qu'à la volonté de l'agence de développer de nouvelles pistes de travail avec les universités, incitant celles-ci à recentrer leur activité de recrutement à travers des accords de coopérations ou à travers des programmes mutualisés.

A ces chiffres de contractualisation 2005 il faut mentionner l'effort des espaces EduFrance pour permettre l'accueil d'étudiants dans les universités de Marseille I II III, Toulon, et l'IUT Le Creusot.

Ces établissements ont organisé la logistique d'accueil et de logement des étudiants chinois, sans l'aide d'aucun prestataire extérieur : 96 étudiants au total ont été recrutés.

173 étudiants ont été recrutés dans le cadre d'une contractualisation étudiante EduFrance.

a. La promotion de Marseille Universités : un exemple à suivre

Les universités marseillaises regroupées au sein d'un même consortium ont développé en Chine leurs activités de promotion très étroitement avec les espaces EduFrance .

En 2005, Marseille Universités prend désormais en charge la facturation de l'accueil et du logement étudiant à la différence de l'année universitaire 2004. Les espaces EduFrance peuvent donc se consacrer entièrement à la promotion d'un programme mutualisé rassemblant plus de 150 offres de formation.

C'est au total 70 d'étudiants qui ont été recrutés par les trois universités en 2005.

EduFrance ne se positionne plus, aux yeux des étudiants, comme une agence de recrutement, mais bien comme un opérateur public au service des établissements français. L'efficacité promotionnelle de l'agence, dans le contexte très particulier des agences de recrutement chinoises, s'en trouve alors renforcée.

b. Actions « dans » et « hors les murs » en chiffres

- 18 journées portes ouvertes organisées
- 13 participations à des salons éducatifs internationaux et régionaux
- 80 conférences d'information dans les universités chinoises
- 96 articles de presse publiés sur les études en France ou sur les actions de promotion locales des espaces

Chaque espace, en fonction de la demande locale et du partenariat développé avec le poste et l'alliance Française a su développer des initiatives originales de rencontres avec les étudiants.

Les principaux cadres d'intervention ont porté sur le système d'enseignement supérieur français, sur des thématiques particulières (économie, gestion, sciences, Beaux-Arts etc.) ainsi que sur les démarches à mener pour obtenir un visa. Certaines de ces interventions ont été menées conjointement avec les responsables locaux du CELA pour permettre aux étudiants de connaître la nouvelle procédure mis en place par l'Ambassade.

c. Les salons : mise en place des "workshop business schools"

Hormis la grande opération menée en 2004 par EduFrance, nous constatons depuis quelques années une relative faiblesse française (entre 10 et 15 stands) sur les deux grands salons internationaux organisés en octobre et en février de chaque année par le ministère de l'éducation chinois. En effet, le public étudiant, bien que nombreux (20 00 étudiants en moyenne sur deux jours pour les villes de Pékin et Shanghai), ne correspond pas toujours aux attentes des établissements.

Pour pallier à cet état de fait et permettre aux établissements français de recruter un public mieux ciblé, l'espace EduFrance de Shanghai a initié une opération inédite consistant à regrouper une dizaine d'écoles de commerce et à organiser un « workshop » dans un grand hôtel en marge du salon, réunissant quelques 150 étudiants pré-sélectionnés sur des critères de langue (test au GMAT et TOEFL requis) et de niveau académique (niveau bac+4 minimum).

Chaque école a pu ainsi recruter entre 2 et 12 étudiants en une journée de rencontres. La base de données étudiante constituée en amont de l'événement a permis aux établissements de re-contacter les étudiants et d'établir des statistiques fines du public rencontré.

Cette opération, plébiscitée par les écoles, sera renouvelée à Pékin et Shanghai en octobre 2006 pour les salons CIEET.

d. Développement des « journées françaises » sur les campus

L'année 2005 aura été marquée par la création de l'organisation de « journée française sur les campus » orchestrée par les bureaux EduFrance avec le soutien du poste.

Le concept d'« animation campus » initié à Shanghai permet de relier entre eux des événements culturels et éducatifs et de créer un « désir de France » vers un public étudiant non francophone.

Cette initiative originale permet de faire connaître le système d'enseignement supérieur français sur un terrain moins classique que les conférences d'information classiques délivrées dans les universités chinoises, ou les salons, et permet de « détourner » des actions culturelles ciblées vers des universités d'excellence chinoises.

Ainsi, en synergie avec les alliances françaises et le Service de Coopération et d'Action Culturelle, le campus de l'université de Shanghai, à l'occasion de la signature d'accords de coopération avec Aix-Marseille universités, le campus de l'université de Beihang à Pékin lors de l'inauguration de la création de l'école centrale et l'université de Qinghua ont été la cible d'opérations intégrant des volets éducatifs, festifs et protocolaires.

Ces actions, considérées comme prioritaires par l'Ambassade, seront renouvelées en 2006.

e. Les outils promotionnels

Le site Internet www.edufrance-china.com

Créé pour le salon China Education Expo 2004, le site Internet EduFrance Chine a pour ambition de rassembler l'ensemble des informations liées au système d'enseignement supérieur français susceptibles d'intéresser les étudiants chinois, il rassemble ainsi :

- 36 fiches présentant les grands filières d'orientation française,
- une présentation exhaustive des universités et grandes écoles françaises par fiche
- une présentation du système éducatif français, des démarches pour étudier en France, une description de la vie en France,
- un lien vers le site d'Edudroit, d'Nplusi, du CELA, vers les propositions de bourses d'études du SCAC, etc.
- un lien permettant aux étudiants de recevoir EduNews en s'inscrivant sur la base de données EduFrance.

Les chiffres de fréquentation :

- 260 000 visiteurs de janvier à octobre 2005

- 1 000 000 de pages lues de janvier à octobre 2005

La lettre électronique Edunews

La création d'EduNews en janvier 2005 doit être associée à l'augmentation considérable des moyens mis en oeuvre par EduFrance afin d'assurer ses missions de promotion et d'information en Chine, dans le contexte des grandes manifestations éducatives et culturelles de la fin 2004.

EduNews, la lettre électronique d'EduFrance en Chine, s'appuie sur des moyens informatiques importants, notamment la base de données « Educontacts » qui comprend une liste de diffusion de plusieurs milliers d'étudiants (plus de 6200 étudiants répertoriés pour l'année 2004-2005)

Fruit de la collaboration entre les différents espaces de Chine et le bureau Parisien, EduNews se développe comme un outil complémentaire du site Internet www.edufrance-china.com

Les colonnes de la lettre commencent également à s'ouvrir à nos partenaires naturels que sont les CELA, les Alliances Françaises, la Filière Francophone de Chine et les lecteurs de français. Une version bilingue a été créée pour que ces informations soit diffusées de façon la plus large possible.

- Nombre de parution en 2005 : 5 (en chinois uniquement dont une seule version bilingue).
- Cible : étudiants souhaitant faire leurs études à l'étranger.
- Contenu et objectifs : Information sur le système éducatif français et sur les actions locales des acteurs du dispositif français (CEF, Alliances françaises, EduFrance)

AMERIQUE LATINE : l'embellie se confirme

L'embellie initiée en 2004 s'est confirmée en 2005 avec des pays moteurs : le Mexique et surtout le Brésil, rejoints par le Chili et conforté par le redressement de l'Argentine. D'autres pays emboitent le pas : la Colombie et à la marge les petits pays du Cone Sud comme l'Uruguay, le Paraguay et la Bolivie. Certains pays maintiennent le cap : le Pérou, le Venezuela et l'Equateur bien qu'aucune action de promotion depuis la France ait été menée. D'autres sont peu actifs comme le Costa Rica ou la République Dominicaine mais devraient s'affirmer en 2006.

1. L'année de la France au Brésil

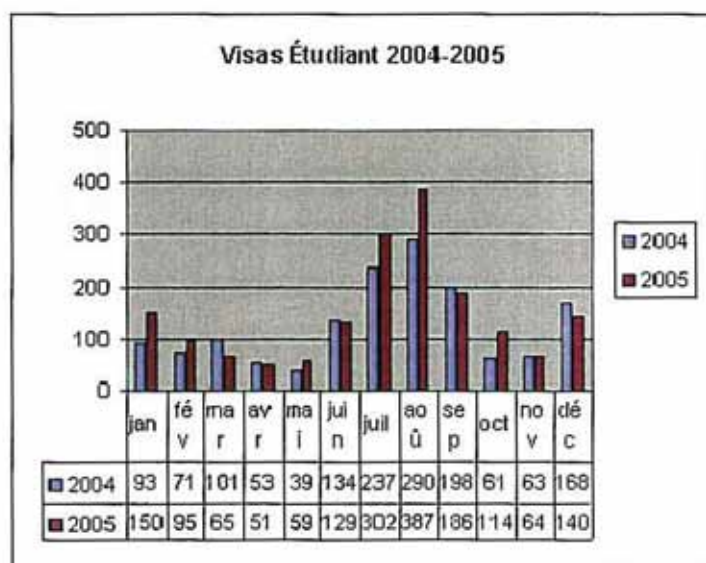
Avec moins de 2000 visas étudiants délivrés et malgré l'importance économique et stratégique de ce pays continent, le Brésil a longtemps fait pâle figure par rapport à certains de ses voisins latino américains (le Mexique et la Colombie). L'année 2005 marque très nettement un nouveau départ pour notre activité sur place, année caractérisée par un certain nombre d'actions et d'événements. On se souvient du succès public et médiatique de l'année du Brésil en France en 2005, force est de constater que cet engouement français s'est également traduit pour l'Agence comme pour ses adhérents par une mobilisation sans précédente sur ce pays et pour la première fois par des statistiques consulaires en hausse certaine.

- « La Semaine de l'Enseignement Supérieur Français au Brésil » avec 150 établissements français, 11000 visiteurs ciblés Master et 700 RV entre la délégation française et leurs homologues brésilien a constitué le fer de lance de la relance académique française au Brésil. Le nombre de partenariats de coopération initié à cette occasion dépasse tous les pronostiques et la couverture médiatique engendrée a surpris par son ampleur jusqu'à nos concurrents les plus aguerris comme le British Council ou le DAAD. Cette opération, outre une image renforcée de l'enseignement supérieur français, a permis de renouer avec des partenaires institutionnels brésiliens comme la FAUBAI (Association des responsables des RI des universités brésiliennes) et BELTA (association des recruteurs brésiliens).
- Cette « Semaine » s'est appuyée également sur de nouveaux outils de coopération de l'Ambassade et du MAE comme le lancement du collège doctoral franco-brésilien, le programme BRAFAGRI, le renforcement de BRAFITEC et la relance de la CAPES SOFECUB.
- Le dispositif EduFrance est enfin enraciné dans le paysage brésilien avec une convention cadre – première du genre – entre l'Ambassade et l'Agence qui officialise les 4 « Espaces » EduFrance : Sao Paulo/Rio/Recife et Porto Alegre et leurs Antennes respectives de Campinas, Belo Horizonte, Salvador et Florianopolis. Une coordination nationale est confiée au CenDoTec animée par une personne dédiée en charge d'assurer la liaison entre les différentes structures et la diffusion de tous les outils et supports promotionnels de l'Agence.
- Refonte totale du site internet : www.edufrance.com.br, utilisation systématique des outils comme Educontacts et diffusion à la base de donnée générée lors de la « Semaine » d'une lettre d'information « Etudes en France » L'impression de tous nos supports promotionnels en portugais constitue un fond documentaire très riche, utilisable tout au

long de l'année par nos correspondants EduFrance et par les étudiants brésiliens eux même.

Evènement phare, dispositif opérationnel EduFrance en ordre de bataille et une cohésion sans faille entre les différents acteurs sur place : Ambassade, CenDoTec, le réseau des Alliances et EduFrance font du Brésil le pays majeur de l'activité EduFrance en 2005 et des statistiques en forte hausse pour 2005 :

TOTAL DE VISAS ÉTUDIANTS AU BRÉSIL EN 2004-2005



	jan	fév	mar	avr	mai	juin	juil	aoû	sep	oct	nov	déc	total	%
2003	79	76	34	48	32	103	235	339	177	74	70	103	1370	2,93%
2004	93	71	101	53	39	134	237	290	198	61	63	168	1508	10,07%
2005	150	95	65	51	59	129	302	387	186	114	64	140	1742 (*)	15,52%

(*) si on se réfère aux toutes dernières statistiques du MAE, ce chiffre s'élève en fait à 1837

2. EduFrance au Mexique

Le succès d'EduFrance au Mexique est maintenant bien ancré dans le panorama universitaire franco-mexicain. L'Agence est devenue depuis deux ans l'organisme français de référence de promotion des études supérieures au Mexique et tant nos partenaires français (Ambassade, Alliances Françaises et IFAL), européens (DAAD, NUFFIC et Délégation de la Commission européenne) que mexicains (Ministères, ANUIES, universités en général) reconnaissent à l'Espace EduFrance une vraie légitimité et le point de contact naturel pour les étudiants mexicains.

Un succès illustré par :

- Un réseau EduFrance qui fonctionne bien avec un espace de coordination (Mexico DF) et deux espaces régionaux à Monterrey et Guadalajara appuyés par un réseau d'Antennes qui s'est étoffé en 2005 avec l'entrée de 4 nouvelles Alliances : Puebla, Queretaro, Oaxaca et Tijuana.
- Des outils qui sont maintenant opérationnels : le site www.edufrance-mexico.com, l'impression et la diffusion massive de brochures en espagnol sur l'enseignement supérieur français et sur nos programmes intégrés (n+i ; EduDroit...).
- EduFrance Mexico a été choisi selon des critères économiques comme tête de pont d'impression et de diffusion sur tout le nord de l'Amérique Latine faisant de cette zone une des plus achalandées en matière documentaire et promotionnelle sur les études en France.
- Une mission EduDroit dans les Facultés de droit de Mexico DF et de Guadalajara avec une série de conférences du Professeur Lecuyer de Paris 2 Assas entraînant un nombre de candidats mexicains au portail parmi les plus importants d'Amérique Latine (3^{ème} rang).
- Pour la deuxième année consécutive, la participation en tant que co-organisateur au salon européen Europosgrados (+ DAAD et NUFFIC) accompagnée de la plus grosse délégation universitaire européenne (22 établissements français) en présence d'un public nombreux et de qualité. La marque « Europosgrados » s'installe au Mexique et devient le RV incontournable pour les étudiants mexicains qui souhaitent étudier en Europe.
- Comme chaque année, participation d'EduFrance sur tous les salons étudiants mexicains (Feria Conacyt itinérante, Feria Tec de Monterrey sur 3 campus, Expo Estudiante) et animation de conférences dans 16 universités sur tout le pays (Mexico DF, Puebla, Guadalajara, Monterrey, Xilotepec, Cd Victoria, Cd Obregon...).
- Outre des insertions presse achetées, une couverture presse en nette augmentation avec des cahiers spéciaux sur l'enseignement supérieur français : supplément universitaire du quotidien « Reforma » ou 4 pages sur le programme EduDroit dans la revue professionnelle juridique « Diario del Abogado ».

Des flux constants :

Si le nombre de visas connaît une très légère baisse en 2005, c'est surtout dû à un nouveau mode de calcul du Consulat Général de France à Mexico. Le nombre de visas étudiant devrait se stabiliser à 2060 en 2005 contre 2078 en 2004. Il n'empêche, après deux années de hausse régulière, on note cette année une diversification très nette des candidats vers les sciences de l'ingénieur et vers le management et un profil essentiellement orienté « Master ». Un dernier indicateur : le Mexique est le premier pays d'Amérique Latine à ouvrir un CEF en mai 2006 dans lequel le réseau EduFrance sera parti prenante et le bras marketing d'une nouvelle politique d'attractivité plus ciblée.

3. EduFrance en Argentine

L'Argentine reste une destination privilégiée pour les établissements français. Néanmoins les effets de la crise économique conjugués à l'absence de salons « posgrados » fiables en Argentine avaient conduit l'Agence à privilégier – avec le SCAC - les tournées dans les universités argentines plutôt que conduire des délégations d'établissements français dans un environnement moins propice.

Le salon Eurouniversitaria - dont la première édition en 2004 avait globalement convaincu l'Ambassade de France – nous a donné l'occasion de relancer notre action dans ce pays et d'accoler des Rencontres Universitaires sur le modèle de nos dernières actions de promotion en Amérique Latine.

Profil de la délégation française

Ce sont plus de 25 établissements qui ont participé à cette manifestation si on tient compte des regroupements régionaux (Bretagne et Montpellier) et des réseaux d'établissements (N+i et Maison des Pays du Cône Sud) La délégation était composée essentiellement d'universités (Université de Metz; de Valenciennes; Grenoble 2 et pôles universitaires) et d'écoles d'ingénieur (Polytechnique; ENISE; ISEP; UTBM) dont une majorité qui n'avait aucun accord avec des établissements argentins. Deux écoles de commerce (IESEG et Bordeaux Management School) et une école de mode (Mod'Art) ont fait également le déplacement mais davantage dans une optique de recrutement tandis que Sciences Po Lille cherchait à diversifier ses partenariats.

Organisé par le Club européen de Buenos Aires et sans la participation de la délégation de la commission européenne, ce salon regroupait tous les acteurs de la promotion européenne : DAAD, British Council ; NUFFIC ainsi que les représentations diplomatiques d'un certain nombre d'Etats européens (Portugal, Pologne, Lituanie...) et plusieurs universités en réseau (Italie et Espagne)

Avec 15 stands retenus, la France a dominé la participation européenne suivi de loin par le DAAD (5) et le British Council (4) Le profil du visitorat était parfaitement adapté puisque orienté essentiellement sur les « posgrados » et les stands EduFrance /Ambassade de France (abritant également à l'entrée du salon le programme N+i, la MPCs et l'AF de BsAs) n'ont pas désemploi. Selon les organisateurs, ce sont près de 4500 étudiants qui ont visité le salon

Des résultats :

Après deux années de stagnation, voire de régression, le nombre de visas étudiants repart à la hausse. La croissance économique retrouvée combinée à une activité promotionnelle soutenue de notre Espace ne sont pas étrangers à ce résultat et augure pour 2006 d'un net retour en grâce avec la tenue en octobre 2006 de la première Semaine de l'enseignement supérieur français en Argentine et la présence d'une très forte délégation universitaire française.

2006 devrait également voir la fusion des deux services « études en France » (EduFrance/SCAC) dans un même lieu (Alliance Française de BsAs) et sous la seule dénomination EduFrance. La refonte du site internet « estudiarenfrancia.org.ar » en « edufrance.com.ar » devrait faciliter et améliorer notre communication.

4. EduFrance au Chili

2005 marque incontestablement le retour d'EduFrance au Chili. En effet, si les déboires de notre Espace (départ inopiné de notre correspondante) ont obéré en début d'année nos efforts, le changement des équipes sur place et surtout la tenue du premier salon Europosgrados ont redonné un souffle à notre activité chilienne. En effet, ce pays reste une référence en terme d'outils de coopération (programmes de bourses ambitieux, campagne massive d'assistants d'espagnol, meilleurs résultats des bourses Alban et mise en place d'un collège doctorale franco-chilien) Une marge de progression importante nous est maintenant offerte (320 visas en 2005) et la tenue en octobre 2006 de la première Semaine de l'Enseignement Supérieur français au Chili devrait conforter notre position.

Europosgrados Chile 2005

Pour la première fois, un salon sur l'enseignement supérieur européen s'est tenu à Santiago sur le modèle de ce qui se fait au Mexique depuis trois ans. Ce salon avait comme pays organisateur le DAAD, le British Council, les services culturels de l'Ambassade d'Italie au Chili et EduFrance.

Une cinquantaine d'établissements européens était présente avec une délégation allemande légèrement dominante (mais rappelons que cette opération s'est substituée à leur salon annuel « nuevos horizontes »), suivi par le British Council (mais une délégation à forte dominante linguistique) et EduFrance.

EduFrance a convaincu 8 établissements, soit un nombre relativement restreint mais dont la qualité a été soulignée par tous. En effet, on comptait des établissements comme Sciences Po Paris, Polytechnique, Paris Tech, Telecom Paris, N+i, ESC Grenoble, EDHEC ou l'université Paris XII... Par ailleurs, de nombreux consortia : N+i, les programmes EduDroit, EduArt et N+i ; GET, Paris Tech et la Maison des Pays du Cône Sud (représentant 12 universités françaises de l'arc atlantique) ont permis de présenter une offre de formation très largement supérieure et diversifiée et un nombre d'établissements français démultiplié.

Ce salon a tenu ses objectifs. Pour une première et sans campagne de publicité massive, il a pourtant rencontré un public dense, curieux et surtout d'un niveau académique tout à fait pertinent. On pouvait en effet croiser de nombreux doctorants et des étudiants disposés à faire un troisième cycle en Europe. L'offre importante de bourses de l'Ambassade combinée à celle de l'Europe et du gouvernement chilien a sans nul doute levé certaines réserves traditionnelles en Amérique Latine sur la cherté des conditions de vie en Europe. On estimait à plus de 5000 le nombre de visiteurs pendant les deux jours du salon.

La satisfaction des établissements français comme européens est manifeste et elle augure d'une attente réelle des étudiants chiliens vers la France. C'est un signe encourageant qui atteste d'une marge de progression importante de notre pays en terme d'attractivité et confère au doublement de visas étudiants vers la France à court terme (de 400 à 800) un objectif tout à fait réalisable.

5. Les autres pays : panorama

L'activité d'EduFrance dans le reste de l'Amérique Latine reste soutenue : le Cône Sud, entraînée par la croissance retrouvée du Brésil et de l'Argentine, reprend des couleurs tandis que les pays andins et caribéens présentent des progrès contrastés.

- *Le Cône Sud : le Paraguay, l'Uruguay et la Bolivie (Membre associé)*

L'Uruguay connaît – dans des proportions relatives à sa taille – une envolée en 2005 passant de 23 visas en 2004 à plus de 40 en 2005. Notre Espace à Montevideo – aidée par un lycée français très dynamique et d'excellente réputation – a contribué à ce sursaut tant par une campagne d'information importante que par la venue – en suivi du salon Euro-Universitaria Argentina – d'une délégation universitaire française importante et d'un salon étudiant monté en parallèle. La reprise devrait se confirmer en 2006 d'autant que ce petit pays, qui recouvre progressivement une croissance économique, bénéficie toujours d'un excellent tissu universitaire local et d'une francophilie avérée. La tenue de la Semaine de l'Enseignement Supérieur Français à Buenos Aires et la participation de notre correspondante à l'événement consolidera son positionnement auprès des universitaires et écoles françaises.

Le Paraguay reste encore très marginal (31 visas) et largement écarté des routes de la coopération universitaire traditionnelle de nos établissements. Il faut néanmoins souligner que 2005 a connu un regain d'activité pour notre Espace d'Asunción. A l'instar de l'Uruguay, une petite délégation d'établissements français a poursuivi sa tournée argentine par ce pays donnant lieu à une série de conférences et surtout à la signature de plusieurs accords de coopération. La Maison des Pays du Cône Sud a été un acteur important de cette action et a généré de nombreux rapprochements entre ses établissements membres et les universités paraguayennes. Un bel exploit également : l'Espace d'Asunción est à l'origine de l'inscription de plusieurs étudiants du pays sur des bourses Erasmus Mundus et Alban.

La Bolivie poursuit une belle échappée et constitue – en dépit de son poids économique modeste et d'un contexte politique toujours aussi chaotique – le bon élève de la zone avec pour 2005 116 visas étudiants délivrés contre 85 en 2004. L'Espace de La Paz développe une politique de collaboration soutenue avec le Lycée français et les Alliances françaises du pays et de nombreuses campagnes de communication et d'information ont ponctué l'année 2005. Un petit nombre d'établissements français – participant ces dernières années aux « Caravanes EduFrance » ont développé des coopérations assidues avec leurs homologues boliviens et avec notre Espace dans la sélection des étudiants.

- La côte Andine et caribéenne

De tous les pays de cette région, c'est encore une fois la **Colombie** qui s'en sort le mieux avec une très légère augmentation du nombre de candidats aux études en France : 1080 en 2005 contre 1038 en 2004. Ceci est d'autant plus remarquable que l'Espace EduFrance de Bogota a été contraint de déménager et que son activité, dorénavant localisée à l'Alliance Française, s'en est trouvée perturbée. Comme chaque année, EduFrance a été partie prenante de l'organisation du salon Edufrancia mais celui-ci n'a malheureusement pas tenu toutes ses promesses cette année (coïncidence avec de nombreuses autres activités françaises et dates trop tardives) Il n'empêche, il convient de rappeler que la Colombie dispute avec le Brésil la première place du nombre d'étudiants latino-américains en France et que l'excellence académique de ses universités conquiert chaque année un peu plus nos établissements pour des coopérations fructueuses. Autre

élément à souligner : c'est également le premier pays pour le programme N+i et fer de lance du programme EduDroit.

Le Pérou poursuit également une hausse modérée mais certaine avec 250 visas étudiants en 2005 contre 203 en 2004. L'Espace EduFrance de Lima est très sollicité par les universités locales et par le lycée français. L'Alliance Française qui l'abrite sait parfaitement jouer de la synergie entre « apprendre le français » et « étudier en France » et organise de ce fait de nombreuses manifestations en son sein sur des disciplines ciblées. La non tenue du salon EduFrancia en 2005 - la manifestation au Brésil a sans doute siphonné les velléités latino-américaines de nos universités - n'a pas entraîné de baisse significative de notre activité mais il conviendra en 2006 de relancer une opération spécifique de promotion dans ce pays pour accompagner les efforts du Poste et de l'AF.

L'Equateur et son Espace de Quito – même s'il reste très discret dans ses relations avec l'Agence - prouve par un nombre de visas assez constant d'une année sur l'autre (autour de 150) qu'un intérêt existe de la part des étudiants de ce pays et qu'il faudra accroître notre soutien aux activités de promotion du Poste.

Le Venezuela – dont l'image est toujours assez controversée auprès de nos établissements français - confirme avec un nombre de visas quasi identique à l'Argentine qu'il est important d'y maintenir nos efforts. Le programme Fundayacucho dont EduFrance gère les bourses a maintenu le cap en nombre de doctorants envoyés en France (une quinzaine) et l'excellence du panorama universitaire local nous incite à renforcer notre Espace de Caracas, aidé des Antennes de Maracaibo et de Merida. Le DAAD – notre homologue allemand – ne s'y est pas trompé puisqu'il a organisé en 2005 un salon étudiant dans la plus grande université publique du pays.

Le Costa Rica et la République Dominicaine ont été un peu délaissés en 2005 mais devrait retrouver en 2006 un véritable essor. Le Costa Rica bénéficiera d'une formation régionale en mars 2006 pour toute l'Amérique Centrale (6 responsables d'AF et Attachés invités à connaître tous les outils EduFrance) tandis que notre Espace en République Dominicaine s'appuiera sur un nouvel attaché de coopération très désireux d'accroître la promotion des études en France dans ce pays.

AMERIQUE DU NORD

CANADA

L'activité d'EduFrance se concentre essentiellement sur le Canada anglophone. Avec deux bureaux, l'un à Toronto et l'autre à Vancouver, l'image d'EduFrance dans ce pays est devenue une référence, le point de passage non seulement des étudiants mais également des enseignants en quête d'information sur les études en France. C'est également l'interlocuteur de nos homologues canadiens.

L'ambassade de France et ses services culturels d'Ottawa s'impliquent largement à telle enseigne qu'un Espace à Ottawa a été officialisé en 2005 et qu'une formation EduFrance locale a été organisée à destination de tous les correspondants « Etudes en France » du pays qu'il s'agisse des Espaces comme des Directeurs d'Alliances (Calgary, Winnipeg, Edmonton)

2005 aura été marqué par une grande tournée du Professeur Yves Daudet (Paris 1) au Canada pour la promotion du programme EduDroit avec des étapes à Ottawa, Montréal, les Provinces Maritimes, Toronto et Vancouver. Une série de conférence a été dispensée auprès d'un public nombreux et des rencontres avec les plus grandes facultés de droit du pays ont conforté non seulement l'image d'EduFrance mais également la place des formations juridiques françaises dans ce pays.

1- Espace de Toronto

En dépit des départs simultanés de notre correspondante sur place et de l'attaché de coopération, des actions ont néanmoins pu être montées en 2005

- Traduction en français et mise en page du site dédié : www.edufrance-Canada.com jusqu'alors uniquement décliné en anglais.
- Adaptation et impression de la brochure « Choose France » à destination des étudiants anglophones.
- Participation aux journées portes ouvertes étudiantes des principales universités ontariennes : UofT, Western Ontario University, Queens University et London University. Plus d'un millier d'étudiants a pu s'entretenir avec notre correspondante sur les possibilités d'étude offertes en France.
- Accompagnement du professeur Daudet lors de sa mission EduDroit.

Le recrutement d'une nouvelle personne pour animer l'Espace et sa formation à Paris en mars 2006 permettront de renforcer l'action d'EduFrance dans le bassin universitaire le plus riche du Canada.

2- Espace de Vancouver

L'Espace EduFrance de Vancouver a pour spécificité d'être abrité dans les deux plus grandes universités de Colombie Britannique : 3 jours par semaine à Simon Fraser University (SFU) et deux jours à University of British Columbia (UBC).

Rencontres institutionnelles EduFrance – région ouest du Canada Vancouver, 6 & 7 juin, 2005

Les rencontres institutionnelles organisées cette année en Colombie Britannique se sont déroulées à la suite du salon international NAFSA qui a eu lieu à Seattle (USA), ville limitrophe de Vancouver.

Les rencontres EduFrance ont connu un réel succès. Plusieurs éléments y ont contribué : une délégation plus restreinte (huit établissements) et représentant des filières d'études susceptibles à susciter l'intérêt immédiat des partenaires canadiens ; une promotion ciblée des formations françaises adaptées à la demande des universités canadiennes ; une promotion universitaire élargie extra muros, visant également les collèges universitaires.

Le nouveau format de ces rencontres a, lui aussi, contribué aux résultats positifs.

Elles se sont déroulées autour de deux modules : une matinée de présentations et table ronde suivie d'une journée et demi de rendez-vous personnalisés. Les représentants des établissements français ont bien apprécié la présentation des programmes et le profil des établissements canadiens faite par la correspondante EduFrance Vancouver, tandis que le public anglophone a été amené à mieux comprendre la contribution d'EduFrance à l'élargissement des partenariats internationaux.

Les rencontres personnalisées dans les universités ou à l'extérieur ont eu le mérite de renforcer des accords de coopérations en place ou d'en créer des nouveaux. On pourrait citer par ex : l'accord initié entre l'EM Normandie, l'université Cergy Pontoise et Capilano College (Tourism Management et Liberal Arts) ainsi que celui entre Paris 10 et UBC (Droit) ; des échanges devraient être finalisés également entre l'université de Metz et SFU dans les Sciences appliquées ; Grenoble 1 Joseph Fourier va développer des partenariats avec SFU et UBC dans le domaine de la recherche.

La bonne collaboration entre le SCAC et l'espace de Vancouver est un facteur important dans les efforts d'élargissement de la coopération universitaire. Elle permet de mieux adapter l'offre française aux particularités du Canada de l'ouest.

Projets ciblés :

- réactualisation du « Guide des établissements d'enseignement supérieur en CB et Alberta ».
- Diffusion du site localisé EduFrance Canada, actuellement en ligne à l'adresse www.edufrance-canada.com à travers l'édition de nouveaux « flyers » et marques pages.

- diffusion massive, par la poste, de la documentation EduFrance vers d'autres établissements universitaires des deux provinces.

ETATS-UNIS

Les Etats-Unis ne sont pas un pays prioritaire pour EduFrance qui y mène cependant des actions significatives en concertation étroite avec l'ambassade.

NAFSA Seattle 2005

Avec 23 établissements français représentés, le pavillon français s'impose parmi les plus grands. C'est en effet le plus important en nombre depuis que l'Agence a pris en charge l'organisation de la délégation française et le plus grand en terme d'espace avec 120 m². La France se situe à égalité avec le pavillon du DAAD et deuxième ex æquo – derrière l'Espagne – au niveau de la superficie des pavillons nationaux et en quatrième position (GB ; Espagne et Allemagne) en nombre d'institutions présentes.

On note une forte participation des universités françaises (8) et une relative stabilité des écoles de commerce (6) néanmoins ce qu'il est important de souligner c'est le taux particulièrement élevé cette année des nouveaux participants puisque sur 23, on relevait 10 « first timers » et surtout le passage sur l'îlot EduFrance d'établissements jusqu'à présent « électrons libres » (ESC Dijon ou ISEP France)

NAFSA constitue plus que jamais le RV international unique du « Study abroad nord-américain » et une fois encore la plate-forme idéale pour rencontrer tous ses partenaires internationaux

Un succès unanimement reconnu

Seattle correspond probablement à l'édition où les contacts auront été les plus nombreux et les plus fructueux. Les établissements français rompus à l'exercice NAFSA s'accordent à dire que cette édition marque un nouveau départ dans les relations universitaires francoaméricaines avec une demande plus forte pour des accords de partenariats ou des programmes en study abroad. Après plusieurs années de ralentissement, les étudiants américains semblent vouloir repartir à l'étranger et forcent – en quelque sorte – leurs établissements de trouver des nouveaux partenaires européens et notamment français. C'est également une volonté manifeste de redynamiser des accords laissés un peu en jachère.

Les objectifs des établissements français largement remplis :

Pour les « first timer », cette édition faisait figure de test et a conduit certains (EM Normandie, CAVILAM ou Mod'Art) à envisager pour l'année prochaine des offres en « study abroad » spécifiques et répondre à cette forte demande des partenaires Nord américains. L'université de Cergy Pontoise a initié des contacts avec des universités mexicaines et a retrouvé tous ses partenaires chinois, présents en marge du salon.

Pour les habitués, c'est toujours le lieu de rencontre privilégié pour dialoguer avec l'ensemble de ses partenaires internationaux. Des agendas minutés ont permis au Pole de Lyon, à Sciences Po, à Dauphine, à ISEP France, au GET et à l'ESC Grenoble de concentrer en trois jours un nombre élevé de contacts universitaires du monde entier et constituer ainsi des pôles d'attraction pour

l'ensemble de la délégation française. Telecom Paris (GET) a pu renégocier son partenariat avec Urbana-Champaign, concrétiser un double diplôme avec Polytechnique Montréal ou la PUC Rio ; l'INSA Toulouse a relancé un partenariat avec l'Université d'Austin (Texas) notamment pour des stages de recherche ; l'ESC Dijon a signé un accord avec l'université d'Arkansas et Paris Dauphine poursuit ses contacts avec l'université Denver Colorado.

Pour les établissements « transférés volontaires » (ISEP France et ESC Dijon) elles ont tiré un avantage certain à s'inscrire dans le cadre officiel du Pavillon français, conférant ainsi à leur présence une sorte de légitimité naturelle et un élément de confiance vis à vis des établissements partenaires. Pour ISEP France, l'objectif était double car il permettait de susciter de nouveaux adhérents à leur consortium tout en relançant des programmes d'été sur mesure pour des groupes d'étudiants américains.

Pour le CAVILAM, centre d'apprentissage du français à Vichy, ce sont plus de 100 contacts intéressants répertoriés pendant ces trois jours avec un argument fort : formation des professeurs de français au sein du Cavilam. Un accord est à prévoir avec Boston U (contact initié grâce à Sylvain Ferrari lors des rencontres espace/adhérents 2003) et avec l'Université North Carolina.

EduFrance : vecteur de communication de l'Ambassade de France

EduFrance met en ligne sur son site www.edufrance.fr toute l'information disponible en français et en anglais sur l'appel à candidatures pour le projet FACE mené par l'Ambassade.

La présence du Conseiller Culturel adjoint aux « rencontres adhérents » de novembre 2005 atteste d'une volonté plus forte de l'Ambassade d'associer EduFrance à sa politique éducative. Le catalogue des formations en anglais ou bilingues de nos établissements a été diffusé dans tous les lieux de passage des étudiants américains (Centres pluridisciplinaires, principales Alliances Françaises...) et la promotion de notre site : www.edufrance.fr a été faite dans tous les Lycées français du pays.

L'Espace EduFrance de Miami continue son travail de promotion vers la communauté « latino » résidente en Floride et des actions de sensibilisations dans les deux plus grandes universités de Miami ont été menées par notre nouvelle correspondante sur place.

EUROPE HORS RUSSIE

Le Ministère des Affaires étrangères a demandé à EduFrance de considérer l'Europe comme un continent prioritaire à partir de 2005. Les actions, en dehors de celles entreprises en Russie, avaient jusque ici été ponctuelles, en appui à l'activité de promotion assurée avec volontarisme par certains postes.

Hors Russie, 9 espaces fonctionnaient en 2005 dans 8 pays, en liaison avec le réseau des SCAC, des instituts et des alliances françaises :

Grèce (2 espaces), Bulgarie, Finlande, Macédoine, Géorgie, Lituanie, Royaume Uni, Pologne.

Pays	Population	Etudiants dans le pays	Etudiants en France 2004-2005	Visas pour la France 2004	Visas pour la France 2005	Erasmus en France 2003-2004
Bulgarie	7 450 349	228 394	2 961	823	717	136
Finlande	5 223 442	283 805	334			413
Géorgie	4 677 401	149 142	310	117	128	
Grèce	10 668 354	527 959	2 034			420
Lituanie	3 596 617	148 788	237	50		77
Macédoine	2 045 262		99	49	56	
Pologne	38 635 144	1 906 270	3 352			855
Royaume-Uni	60 441 457	2 240 680	2 382			2303
TOTAL	132 738 026	5 485 038	11 709			

Les signes les plus tangibles des nouvelles orientations d'EduFrance se feront sentir en 2006, suite aux conclusions du groupe de travail sur l'Europe réuni par EduFrance à la demande du MAE (voir ci-dessous). Mais des actions nouvelles ont d'ores et déjà été entreprises à partir du mois d'avril 2005 :

- Ouverture d'un espace EduFrance à Varsovie et formation d'un réseau de correspondants en province (mars-avril 2005).

- Missions de préparation de l'opération n+i de mars 2006 en Hongrie, Slovaquie, République tchèque et Roumanie (septembre-octobre 2005), qui ont permis de nouer de premiers contacts avec les postes.

- Priorité « Europe » lors des troisièmes rencontres espaces-adhérents organisées dans les locaux de l'agence en novembre 2005.

Actions

Salons

Une trentaine de salons de promotion organisés à l'initiative des postes européens ont bénéficié de l'aide d'EduFrance, qui a fait parvenir des kits documentaires ou a envoyé des experts sur

place. Les principaux salons et forum ont lieu à Athènes, Bruxelles, Dublin, Genève, Luxembourg, Porto, Stockholm, Vienne, Sofia, Bratislava, Ljubljana, Prague, Vilnius.

Dans les espaces

Pays	Nb d'étudiants renseignés
Bulgarie (Sofia)	9202
Finlande (Helsinki)	315
Géorgie (Tbilissi)	723
Grèce (Athènes et Thessalonique)	3848
Lituanie (Vilnius)	381
Macédoine (Skopje)	320
Royaume-Uni (Londres)	2855

Liste des pays auxquels a été apporté un appui documentaire en 2005

Europe Centrale & Orientale		
Albanie	1 envoi de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
BULGARIE	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Croatie	1 envoi de kit promotion salon	
Estonie*	1 envoi de kit promotion salon	
Géorgie	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
HONGRIE	3 envois de kit promotion salon	
Lituanie	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Macédoine	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
POLOGNE	3 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
ROUMANIE	2 envois de kit promotion salon	
RUSSIE	12 envois de kit promotion salon	6 envois du kit espace
Serbie Monténégro	1 envoi de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Slovaquie	2 envois de kit promotion salon	
Slovénie	1 envoi de kit promotion salon	
Rép Tchèque	3 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Ukraine	1 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Europe Occidentale		
Chypre	1 envoi de kit promotion salon	
Danemark		1 envoi du kit espace
Espagne	4 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Finlande	3 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Grande Bretagne	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Grèce	5 envois de kit promotion salon	2 envois du kit espace
Malte	1 envoi de kit promotion salon	
Norvège	1 envoi de kit promotion salon	
Pays Bas	1 envoi de kit promotion salon	
Portugal	1 envoi de kit promotion salon	
Suède	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Turquie	4 envois de kit promotion salon	2 envois du kit espace

Le groupe de travail sur l'Europe

Afin de relancer la promotion de l'enseignement supérieur français en Europe, le Ministère des Affaires étrangères a passé commande à EduFrance, en juillet 2005, d'un rapport pour le mois de mars 2006. EduFrance a proposé au Ministère, qui l'a accepté, de constituer un groupe de travail composé des représentants des établissements d'enseignement supérieur français (CPU, CEDEFI, CGE) et de l'Agence Socrates-Leonardo. Le MAE et le MEN ont accepté d'y envoyer des observateurs.

EduFrance souhaitait en effet que la réflexion sur la stratégie européenne s'articule au mieux avec les stratégies des établissements et de ses partenaires, poursuivant ainsi une orientation majeure de sa politique de promotion.

Le groupe de travail s'est réuni une première fois le 20 décembre 2005, puis tous les mois jusqu'à la fin du mois de mars. Ont assisté aux réunions : MM. Lévy (CGE), Mudry (CEDEFI), Finance, Audéoud (CPU), Manière, Franjou, Delumeau, Treutenaere (MAE), Mme Skawinski (Agence Socrates), Mmes Khaiat, Vinay, MM. Audric, Binder, Cazin, Stanek (Agence EduFrance).

1^{ère} réunion : exposé des statistiques des flux étudiants en Europe ; rang de la France ; profil des étudiants étrangers inscrits en France.

2^{ème} réunion : exposé de l'action européenne des agences concurrentes (British Council, DAAD) ; étendue du réseau français.

3^{ème} réunion : analyse des télégrammes diplomatiques reçus ; statistiques des lycées français à l'étranger ; les bourses.

A l'issue de chaque réunion, un compte rendu des travaux a été adressé aux membres du groupe, ainsi qu'un exemplaire des exposés réalisés.

Le rapport

Le présent rapport synthétise les analyses présentées lors des séances de travail du groupe, les contributions des postes diplomatiques et les propositions qui ont émergé à cette occasion.

Il se compose de deux grandes parties.

La première partie constitue un « état des lieux » : on y trouvera

- les statistiques d'inscriptions d'étudiants européens en France,
- une analyse de l'action en Europe de nos concurrents, le British Council et le DAAD
- l'analyse des réponses des postes diplomatiques européens à l'enquête lancée par EduFrance ; elle met particulièrement en lumière les facteurs d'attractivité de la France, ses déficiences et les pistes d'action possibles ;
- un « état des lieux » du dispositif français en Europe.

La dernière partie détaille pour finir les propositions avancées par le groupe de travail en vue de la stratégie européenne.

RUSSIE

De 1999 à 2004, le nombre d'étudiants russes inscrits dans les établissements français a augmenté de façon constante et régulière.

Une importante étude statistique menée par l'agence et le poste en janvier 2005 donne les informations suivantes :

- nombre d'étudiants russes en France (2003-2004) : 2876, soit 300 de plus que l'année précédente (2561)

- augmentation de ce nombre depuis 6 ans : + 75 %.

1- L'implantation d'EduFrance en Russie

A - Les Espaces

6 Espaces EduFrance sont actifs en Russie :

Moscou (installé dans les locaux du Centre Culturel Français)

St Petersburg (à l'Institut Français de St Petersburg)

Samara

Ekaterinbourg

Novossibirsk

Nijni Novgorod

dans les Alliances Françaises de ces 4 villes.

Depuis septembre 2005, un poste de VI (Volontaire International) a été affecté à la coordination des espaces EduFrance de Russie. Ce poste est situé au SCAC de Moscou, sous la responsabilité du conseiller de coopération et d'action culturelle, également attaché universitaire.

B- Le Réseau d'universités partenaires

EduFrance est également associée au « réseau » des universités russes (71 à ce jour, dont 35 qui disposent d'un « point d'information EduFrance ») créé à l'initiative du poste.

Le « réseau » est constitué de personnes ressources (une par établissement), francophones, ayant une fonction administrative ou académique dans son université.

Dotées d'outils documentaires par EduFrance, ces personnes servent de relais d'information et de diffusion de l'information sur les études supérieures en France.

Une lettre d'information « Je vais étudier en France » - versions électronique et papier - paraissant tous les deux mois permet de toucher un vaste public étudiant et universitaire.

C- Le site www.edufrance.ru

Mise en ligne en mars 2004, la version locale du site edufrance.fr a reçu 70 600 visites en 2005 (statistique enregistrées de mai 2005 à avril 2006), soit 30 000 de plus que sur la période précédente.

2- Les actions de promotion

Après plusieurs années consécutives marquées par l'organisation de grands « Forums EduFrance » multidisciplinaires, associant à chaque édition une quarantaine d'établissements, l'agence EduFrance, à partir de 2004, a privilégié l'approche thématique.

En 2005, ont été organisées :

- **janvier 2005 : mission de promotion du réseau EduDroit (Moscou et Novossibirsk)**
- **février/mars 2005, manifestation thématique « N+i, Sciences de l'ingénieur » à Moscou, St Petersburg et Novossibirsk associant 19 établissements**

3- L'étude ACA

L'Espace EduFrance de Moscou a été choisi pour participer à une expertise menée par l'ACA (Academic Cooperation Association), à la demande de la Commission européenne, sur la perception de l'enseignement supérieur européen en Russie.

Cette étude sera prochainement publiée par la Commission européenne.

4- Les projets 2005

- février 2006 : mission EduArt à Moscou et St Petersburg
- avril 2006 : mission EduDroit à Moscou, Tomsk et Irkoutsk

PROCHE ET MOYEN-ORIENT

Le nombre d'étudiants en provenance de cette zone, fixée comme non prioritaire par les autorités de tutelle d'EduFrance, en nette augmentation depuis 2002, a légèrement baissé en 2005 (1961 visas délivrés contre 1992 en 2004).

Pays	Population	Etudiants (approx.)	Etudiants en France 2004-2005	Visas pour la France 2004	Visas pour la France 2005	Evolution
A. Saoudite	26 417 599	450 000	134	64	114	+78,13%
Bahreïn	688 345	15 000	14	6	8	+33,33%
Egypte	77 505 756	2 700 000	903	197	180	-8,63%
Emirats	2 563 212	25 000	39	223	138	-38,12%
Israël	6 276 883	300 000	294	144	135	-6,25%
Liban	4 000 000	150 000	4 801	1 386	1 297	-6,42%
Syrie	18 448 752	150 000	2 527	653	490	-24,96%
Turquie	69 660 559	1 800 000	2 147	705	896	+27,09%
TOTAL	201 561 106	2 850 000	6 058	1 992	1 961	-1,56%

Pays	Nb d'étudiants renseignés dans les espaces
Arabie saoudite (Riyad)	2000
Bahreïn (Manama)	121
Egypte (Le Caire)	5470
Emirats (Doubaï)	346
Israël (Tel Aviv)	1720
Syrie (Damas)	5780
Turquie (Istanbul et Ankara)	5053

EduFrance agit, au travers de ses espaces, dans deux groupes de pays distincts :

- les pays d'influence française ancienne (Turquie, Syrie, Egypte, Israël), où nos capacités d'attraction reposent surtout sur l'offre de programmes en français et une bonne articulation entre les lycées français ou filières francophones locales et la promotion des troisièmes cycles universitaires en France. Les contacts noués en 2004 pour ouvrir un espace EduFrance à Beyrouth (formation par EduFrance d'une personne chargée de renseigner les étudiants et participation de l'attachée pour le français aux rencontres espaces-adhérents) n'ont pas abouti.
- les pays du Golfe, où les circonstances politiques liées aux attentats du 11 septembre 2001 ont favorisé la réorientation vers la France d'étudiants traditionnellement attirés vers les Etats-Unis. Des Espaces EduFrance sont présents aux Emirats (Doubaï), en Arabie Saoudite (Riyad), et à Bahreïn (Manama). La stratégie de l'Agence consiste à diffuser une information spécifique vers les importants lycées français de la région, et à se rapprocher, avec le concours des postes, des entreprises et ministères disposant de budgets importants pour la formation de jeunes professionnels ou d'étudiants de troisième cycle à l'étranger.

L'espace EduFrance du Caire joue un rôle de coordination pour les pays arabophones : traduction, impression et diffusion de documents en arabe dans toute la région, participation de la responsable à des manifestations de promotion dans la région du Golfe.

Activité 2005 par pays :

Arabie Saoudite (Riyad)

Les contacts suivis avec le poste et le ministère de l'enseignement supérieur saoudien depuis une mission n+i/EduFrance en janvier 2004, a débouché sur un accord de principe portant sur la formation de 20 jeunes boursiers du gouvernement saoudien en 2006-2007. Par ailleurs, la société ARAMCO, première compagnie pétrolière mondiale, a tenu à s'informer auprès d'EduFrance des formations disponibles en France pour ses employés ou futurs employés à plusieurs niveaux et dans plusieurs domaines d'études.

L'espace et le poste ont participé au grand salon MEETES de Djeddah du 6 au 10 mars 2005.

Bahreïn (Manama)

EduFrance Paris a reçu pendant leurs visites en France organisées par le poste :

- Mme Safiya Al Baharna, responsable de l'enseignement des Langues étrangères au Département des Curricula du Ministère de l'Education (26 septembre).
- M. Samir Chammaa, M. Chammaa, directeur du Lycée privé Ibn Khuldoon du Bahreïn (12 décembre).

Egypte (Le Caire)

Les activités d'EduFrance, depuis longtemps inscrites dans la politique de coopération du poste, ont permis la mise en place depuis plusieurs années de nombreuses bourses pour des étudiants intéressés par n+i. L'Espace EduFrance fait partie du Bureau Commun des Etudes Supérieures qui comprend trois personnes chargées, au sein du SCAC, de l'information des étudiants, de la gestion des bourses de l'ambassade et du suivi des anciens étudiants en France. Le site web localisé, créé en décembre 2005, servira de matrice pour d'autres sites en langue arabe installés au cours de l'année 2006 : <http://www.edufrance-egypt.com/>.

L'organisation d'un nouveau forum étudiant français par le poste en février 2005 au Caire et à Alexandrie a déçu par le faible nombre de visiteurs et le choix a été fait de s'associer désormais, au Caire, à un salon international connu et bénéficiant d'une communication professionnelle, Academia. Ce choix s'est avéré fructueux, puisque le salon Academia de décembre 2005 a accueilli 8000 visiteurs.

Autres actions de promotion :

- Réalisation et diffusion de matériel promotionnel français-arabe ou anglais-arabe pour les espaces EduFrance de la région.

Emirats Arabes Unis (Doubaï)

Le grand salon international GETEX, plus importante manifestation du Golfe, a accueilli du 5 au 8 avril un stand « européen » coordonné par le DAAD et regroupant le DAAD, EduFrance et

l'Ambassade d'Italie aux Emirats arabes unis, avec 10 établissements français. Ceux-ci sont de plus en plus intéressés par ce pays, comme le montre la délocalisation réalisée par l'Université de Paris IV-Sorbonne à Abou Dhabi en février 2006.

Israël (Tel Aviv)

L'espace a connu une restructuration au cours de l'année 2005, avec un changement de responsable. EduFrance a été représenté à deux manifestations.

- Salon "Limoudim", Tel Aviv (Parc des Expositions), janvier 2006.
- Salon sur les Etudes en Europe (23 nov 2005) Université Ben Gurion, Beer Sheva.

Syrie (Damas)

Le nombre de Syriens en partance pour la France a connu une baisse sensible en 2005, peut-être dû à des raisons de contexte politique. L'espace EduFrance de Damas a parti aux salons internationaux ETEX (1^{er} au 5 mars) et Academia Syria (12 au 15 avril 2005).

Turquie

L'activité d'EduFrance se structure peu à peu en Turquie, suite à la création de l'espace d'Ankara en 2004, s'ajoutant à celui d'Istanbul déjà existant. Le pays, dont le nombre d'étudiants partant en France croît très fortement, ne bénéficie pas d'un appui prioritaire d'EduFrance, mais cela pourrait évoluer avec le processus d'adhésion à l'Union européenne.

- Salon IEFT, Hôtel Sheraton, Ankara, 16 octobre 2005.
- Salon de l'enseignement supérieur, Hôtel Hilton Ankara, 17 novembre 2005.
- Salon IEFT, Hôtel Hilton, Istanbul, 22 et 23 octobre 2005.
- Salon de l'enseignement supérieur, Hôtel Ceylan Intercontinental, 19 et 20 novembre 2005.

Liste des pays auxquels a été apporté un appui documentaire en 2005

Arabie Saoudite	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Bahrein	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Egypte	3 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Emirats arabes unis	3 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Iran	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Israël	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Koweït	1 envoi de kit promotion salon	
Syrie	2 envois de kit promotion salon	1 envoi du kit espace
Turquie	4 envois de kit promotion salon	2 envois du kit espace

AFRIQUE

La seule activité réalisée par EduFrance en Afrique est une étude sur l'enseignement supérieur au Mali (cf. Annexe 6).

Annexe 3 : le réseau des Espaces

ANNEXE 3

Le réseau des Espaces

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Etienne Cazin, Marie-Noëlle Cordoliani, Isabelle Germé, Juliette Linares, Amaëlle Mayer, Michel Oudjari

♦ FORMATIONS A L'AGENCE EDUFRANCE

Formation d'espaces du 24 au 28 janvier 2005

Espaces concernés:

1. Mexique -Monterrey : Laureline SAINTE MARIE
2. Rép. Dominicaine - St Domingue : Mirtha Lopez
3. Colombie - Bogota : Paola Torres
4. Venezuela - Mérida : Virginie Lemasson
5. Chine - Pékin : Mathieu Baratier
6. Chine - Pékin : Zhu Hua
7. Chine - Canton : Mireille Liu
8. Chine - Shanghai : Yilan Xia
9. Chine - Nankin : Catherine Jiang
10. Chine - Wuhan : Maxime Chatellier
11. Thaïlande - Bangkok : Soranee Pongpitak
12. Malaisie - Kuala Lumpur : Jean Chuen
13. Chine - Hong Kong: Sophie Xie
14. Inde - Chandigarh : Amandeep Kahlon

Formation d'espaces du 21 au 31 mars 2005

Espaces concernés:

1. Japon -Tokyo: Franck MICHELIN

Formation d'espaces du 25 au 28 avril 2005

Espaces concernés:

1. Russie - Université d'Etat de Belgorod - SEMEIKINA Irina
2. Russie - Université pédagogique de Iaroslavl - -MEDVEDEV Iouri

3. Russie - Université d'Etat de Kirov - SITNIKOVA Vera
4. Russie - Université pédagogique de Smolensk - MIRIOUK Anatole
5. Russie - Université d'Etat de Togliatti - ZAKHAROVA Inna
6. Russie - Université technique de Vladivostok - VAÏTCHAIÏTES Elena
7. Russie - Université d'Etat de Volgograd - POPOVA Olga
8. Russie - Université d'Etat de Voronej - Svetlana BAZOVA
9. Russie - Université d'Etat de Yakouti - Isabella BORISSOVA
10. Russie - Alliance française de Rostov-sur-le-Don - Tamara KHOUAJEVA
11. Russie - Alliance française de Saratov - Anna KABANOVA
12. Russie - Alliance française d'Irkoutsk - Natalia BOUSLOVA

Formation d'espaces du 06 au 10 juin 2005

Espaces concernés:

1. Canada – Toronto : Séverine BIDERMAN
2. USA – Miami : Corinne TIMON
3. Brésil – Récife : Lara SAMPAIO
4. Pologne – Varsovie : Maria KORALEWSKA
5. Singapour – Singapour : Tze Yun MEAH
6. Costa Rica – San José : Graciela MACAYA
7. Géorgie – Tbilissi : Nana LALIACHVILI
8. Chine – Wuhan : Jing Jing JIAO
9. Corée du Sud – Séoul : M. KIM
10. Russie – Moscou : Nolwen CARDINAL
11. Nouvelle – Zélande : Wellington : Marleen VAN ROOSMALEN
12. Croatie – Zagreb : Jasna BAS
13. Serbie et Monténégro – Belgrade : Sandra KRSTIC
14. Sainte-Lucie – Castrie : Lucienne LARIVE

Formation d'espaces du 5 au 6 septembre 2005

Espaces concernés:

1. Pérou -Lima: Nathalie CAMSON

Formation d'espaces du 22 au 24 novembre 2005

Espaces concernés:

1. Brésil – Sao Paolo : Ligia FARIAS
2. Mexique – Mexico : Marie-Aude LABROSSE
3. Russie – Moscou : Nolwen CARDINAL
4. Singapour – Singapour : Vanessa BRAESCH
5. Grèce – Athènes : Patricia SAVARY

♦ RENCONTRES ESPACE-ADHÉRENTS

Rencontres espaces adhérents du 28 novembre au 2 décembre 2005

Total : 30 pays, 27 espaces, 12 attachés de coopération.

Espaces	Noms des représentants	e-mails
Amériques (8 pays, 9 espaces, 9 bureaux)		
Argentine (Buenos Aires)	Laura Castillo et Natalia Sabatini	buenosaires@edufrance.fr
Bolivie (La Paz)	Maurice Manço	lapaz@edufrance.fr
Brésil (Sao Paulo)	Ligia Farias	Ligia.farias@edufrance.fr
Chili (Santiago)	Safia Tahri	s.tahri@icf.cl
Colombie (Bogota)	Magali Dulau	magalidulau@ciam.org.co
Costa Rica	Graciela Macaya	coopfr@amnet.co.cr
Mexique (Coordinatrice)	Marie-Aude Labrosse	mabrosse@francia.org.mx
Mexique (Monterrey)	Lauréline Saintemarie	edufrance@alianzafrancesamty.com
Venezuela (Caracas)	Stéphane Freychet	cinus@francia.org.ve
Asie (10 pays, 12 espaces, 12 bureaux)		
Chine (Hong-Kong)	Ricky Young	ricky.young@consulfrance-hongkong.org
Chine (Wuhan)	Maxime Chatellier	espace.wuhan@edufrance.cn
Chine (Pékin)	Pierre Yang	espace.pekin@edufrance.cn
Corée (Séoul)	Hyun Mo Kim	edufrance@ambafrance-kr.org
Inde (coordonnateur)	Vidya Surech	edufrance.afbangalore@afindia.org
Indonésie (Djakarta)	Fida Larue	edufrance@ccfjakarta.or.id
Japon (Tokyo)	Franck Michelin	edufrance@ifjtokyo.or.jp
Philippines (Manille)	César Regino	louis.thevenin@diplomatie.gouv.fr
Singapour	Vanessa Braesch	study@france.org.sg
Taïwan (Taïpeh)	Hsin-Hong Tseng	edufr@ms72.hinet.net
Thaïlande (Bangkok)	Olivier Ribault	Olivier.RIBAULT@diplomatie.gouv.fr
Vietnam (Ho Chi Minh Ville)	Juliette Carrasco	edufrance@hcm.fpt.vn
Europe (4 pays, 5 espaces, 5 bureaux)		
Bulgarie (Sofia)	Bissera Kolarova	medped@ambafrance-bg.org
Pologne (Varsovie)	Maria Koralewska	espace.varsovie@edufrance.fr
Lituanie (Vilnius)	Giedre Bernotaite-Salfati	Giedre.BERNOTAITE@diplomatie.gouv.fr
Russie (coordonnateur)	Nolwenn Cardinal	nolwenn.cardinal@diplomatie.gouv.fr
Russie (St Pétersbourg)	Marina Schelkounova	marinach@instiftr.sp.ru
Proche et Moyen-Orient (1 pays, 1 espace, 1 bureau)		
Egypte (Le Caire)	Sally Nosseir et Nazly Farid	educaire@cfcc-eg.org

I.1 Attachés de coopération invités à participer (12 pays, 12 personnes)

Pays	Nom des attachés	e-mails
Amérique (3 pays – 3 personnes) – 2 bureaux supplémentaires occupés		
Etats-Unis – Conseiller culturel adjoint	Robby Judes	Robby.Judes@diplomatie.gouv.fr
Brésil	Pierre Fayard (Dir. CENDOTEC)	pmfayard@cendotec.org.br
Mexique	Jean Franco	Jean.Franco@diplomatie.gouv.fr
Asie (1 pays, 1 personne) – 0 bureau supplémentaire occupé		
Corée	Pascal Dayez-Burgeon	Pascal.DAYEZ-BURGEON@diplomatie.gouv.fr
Inde	Philippe Martineau	philippe.martineau@diplomatie.gouv.fr
Europe (7 pays, 7 personnes) – 6 bureaux supplémentaires occupés		
Estonie	Jean-Louis Pelletan (COCAC)	Jean-louis.PELLETAN@diplomatie.gouv.fr
Bulgarie	Bernard Esmein	coopuniv@ambafrance-bg.org
Grèce	Alexis Michel	amichel@ifa.gr
République tchèque	Dominique le Masne	dominique.lemasne@diplomatie.gouv.fr
Roumanie	Morgane Cadalen	morgane.cadalen@diplomatie.gouv.fr
Slovaquie	Miroslav Pernis (médiathèque)	miroslav.pernis@france.sk
Ukraine	Guillaume Kasperski	cfucus@uninet.kiev.ua

♦ **FORMATIONS DÉLOCALISÉES**

Formation régionale des espaces d'Asie hors Chine du 5 au 9 septembre 2005 à Bangkok.

Espaces concernés:

1. Corée du Sud: Hyun Mo Kim
2. Hong-Kong : Ricky Young
3. Inde Archana Chaudhary (excusée mais avait envoyé sa contribution)
4. Japon : Franck Michelin
5. Singapour : Tze Yun Meah
6. Taiwan : Hsin Hong-Tseng
7. Thaïlande: Olivier Ribault
8. Vietnam (espace de Hanoi) : Viet Ahn Ha

Formation des espaces de Pologne du 14 au 16 mars 2005 à Varsovie.

Espaces et points d'information concernés:

1. Responsable de l'espace EduFrance : Maria Koralewska.
2. Magdalena Tys, Alliance française de Lublin
3. Joanna Bart, Alliance française de Gdansk
4. Anna Baginska, Alliance française de Katowice
5. Anna Krzemien, de l'Institut Français de Cracovie
6. Elwira Wrobel, de l'antenne du SCAC de Poznan.
7. Responsable de la bibliothèque-médiathèque de Varso

Formation des espaces de Russie du 17 au 18 janvier 2005 à Moscou.

Espaces concernés:

1. Ekateringbourg : Lilia Seleznova
2. Nijni Novgorod : Andrei Nikolaev
3. St Petersburg : Marina Schelkounova
4. Moscou : Igor Signiatkine
5. Samara : Pavel Frelick
6. Novossibirsk : Svetlana Shkarina

Activité détaillée des Espaces en 2005

Informations / Orientation

	TOTAL 2004	TOTAL 2005
Nombre d'étudiants informés dans les Espaces	53 460	53 413
Nombre d'appels téléphoniques reçus	82 880	91 239
Nombre d'e-mails reçus	49 681	65 722
Nombre de courriers reçus	4 429	5 508
Total des contacts	190 450	215 882

Type de contacts

Etudiants	60 %	62 %
Professionnels	20 %	18 %
Lycéens	15 %	15 %
Autres	5 %	5 %

Filières demandées - Niveau Undergraduate (Licence)

	TOTAL 2004	TOTAL 2005
Commerce, finance et gestion	2 113	1718
Sciences de l'ingénieur et technologies	855	1092
Sciences fondamentales	231	471
Tourisme et hôtellerie	464	503
Agriculture	53	119
Architecture, urbanisme	257	450
Art	868	1132
Cinéma, audiovisuel, média	282	391
Communication et sciences de l'information	434	482
Droit	790	675
FLE, langue et lettres	2 809	3226
Sciences de l'éducation	143	158
Santé et sciences médicales	495	667
Sciences humaines et sociales	769	692
Sciences politiques	517	336
Cuisine	388	277
Mode	271	261
Autres	307	384
TOTAL	12 046	13034

Filières demandées - Niveau Graduate (Master)

	TOTAL 2004	TOTAL 2005
Commerce, finance et gestion	3940	4148
Sciences de l'ingénieur et technologies	2964	3998
Sciences fondamentales	728	945
Tourisme et hôtellerie	950	810
Agriculture	213	337
Architecture, urbanisme	644	1097
Art	1107	1313
Cinéma, audiovisuel, média	429	573
Communication et sciences de l'information	788	1032
Droit	1465	2112
FLE, langue et lettres	1560	1993
Sciences de l'éducation	262	416
Santé et sciences médicales	861	2538
Sciences humaines et sociales	1252	1731
Sciences politiques	1152	1214
Cuisine	175	126
Mode	177	305
Autres	289	505
TOTAL	18956	25193

Filières demandées - Niveau Doctoral

	TOTAL 2004	TOTAL 2005
Commerce, finance et gestion	760	216
Sciences de l'ingénieur et technologies	312	327
Sciences fondamentales	235	166
Tourisme et hôtellerie	109	41
Agriculture	24	70
Architecture, urbanisme	47	118
Art	46	65
Cinéma, audiovisuel, média	10	53
Communication et sciences de l'information	87	46
Droit	285	192
FLE, langue et lettres	296	155
Sciences de l'éducation	28	41
Santé et sciences médicales	508	512
Sciences humaines et sociales	370	273
Sciences politiques	265	84
Cuisine	3	10
Mode	44	0
Autres	57	46
	3486	2415

Actions de promotion spécifiques

	TOTAL 2004	TOTAL 2005
Journées portes ouvertes	56	82
Salons	236	247
Conférences dans des établissements	614	649
Autres (Visites, tables rondes, campagnes d'affichage, promotions presse, etc.)	318	226
	1224	1204

Annexe 4 : l'offre de formation
Catalogues, Edu et sites

ANNEXE 4

- L'offre de formation « Catalogues, Edu et sites »

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Marie-Noëlle Cordoliani, Jean Esselinck, Odile Goutet, Frédéric Goux, Inna Krasnoslobodseva, Prashanth Palanimalai, Jean-Kely Paulhan, Anne Plaine, Philippe Racineux, Catherine Vinay

Remarque : beaucoup de tâches décrites ici sont transversales et requièrent la coopération d'autres services de l'agence.

1. Publications – Les catalogues – fiches filières

- Catalogue « Programs Taught in English », février 2005 : très augmenté – de 14 % – par rapport à la précédente édition, avec de nouveaux domaines (2006 : 392 formations, 20 % de plus qu'en 2005)

Cette nouvelle édition compte 328 formations, soit 14% de plus que dans le catalogue précédent, y compris des MBA, des Masters Erasmus Mundus en anglais, des Mastères spécialisés de la Conférence des Grandes Ecoles. De nouveaux domaines de formation sont apparus : mathématiques, sciences naturelles et sciences de la santé, langues... La collecte des informations se fait plus aisément, certains établissements prenant même l'initiative de nous joindre.

- Rédaction de fiches-filières

11 nouvelles fiches ont été préparées, dont « Biotechnologie », « Développement durable », « Les nouveaux matériaux », « Arts de la scène », « Tests et examens de français »... Vont sortir en avril « La recherche mathématique en France », « Les études vétérinaires », « Les relations internationales ». 41 fiches sont disponibles actuellement, dont plusieurs doivent aussi être actualisées.

2. Le « Très grand Catalogue en ligne »

- Adaptation de la base de l'ONISEP

L'équipe Offre de formation a assuré, sous la direction technique de l'informaticien, le délicat travail de réindexation des formations qui allaient être versées par l'ONISEP dans la base d'EduFrance. Ce nouveau système devra être constamment surveillé et amélioré dans l'année à venir.

- Gestion du catalogue : inscription de nouvelles formations, gestion de fiches établissements

Parallèlement, le service a continué à enregistrer des formations, pour lesquelles le texte descriptif servira plus tard d'information de base, avant que l'étudiant se rende sur le site de l'adhérent EduFrance, ou des formations qui n'entraient pas dans les catégories de l'ONISEP (quand, par exemple, elles étaient destinées aux seuls étrangers), à répondre à toutes les demandes d'informations des étudiants, des espaces, ou des établissements.

3. Les programmes de candidatures en ligne

A. Campagnes « Edudroit »

- **2004-2005** : 211 Masters 2 en droit, 22 universités partenaires 202 dossiers validés, ressortissants de 51 pays, 70 étudiants recrutés (rapports détaillés disponibles sous la forme des comptes rendus des diverses réunions EduDroit).

Un colloque scientifique à la Sorbonne a été organisé par l'agence EduFrance le 15 juin 2005 sur les perspectives croisées des droits chinois et français, au cours duquel EduDroit a été présenté, le bilan de la campagne de 2004-2005 ayant lieu à l'issue de la journée d'échanges.

- **2005-2006** : calendrier avancé, ouverture de la candidature en novembre 2005, 286 Masters 2, 26 universités partenaires. 92 dossiers validés, 1 dossier rejeté, recrutement en cours, réunion avec un échantillon d'étudiants recrutés par EduDroit pour mieux percevoir leurs attentes.

L'équipe a travaillé avec les informaticiens et le maître du site à l'amélioration ou à la transformation de la présentation des formations, des dossiers, en fonction des retours d'expérience de 2004-2005. Le nombre d'universités adhérentes est passé à 26, avec un retrait, celui de Nantes, quatre nouveaux adhérents (Amiens, La Réunion, Lyon 3, Pau). Le nombre de Masters 2 proposés a considérablement augmenté. Le calendrier avait été avancé pour essayer de coller au plus près aux calendriers des bourses, entre autres, et de donner des réponses plus précoces. Le nombre de candidatures a diminué, sans qu'il soit possible de savoir si la crise des banlieues, le procès d'Outreau, ou encore d'autres raisons, l'expliquent (plusieurs messages de candidats EduDroit s'inquiètent en ce moment de la crise universitaire en France). Il n'est pas impossible que le nombre de candidats recrutés soit équivalent ou supérieur à celui de l'an dernier, toutefois, compte tenu de la bonne qualité des dossiers présentés et d'une meilleure information dans les universités sur le programme EduDroit, de la décision de les laisser recruter après la fermeture officielle du recrutement EduDroit si des désistements rendent disponibles des places. Un bilan de l'opération sera présenté le 16 mai 2006 aux universités membres du réseau.

Enfin, une réunion, ouverte par la directrice déléguée de l'agence, a été organisée le 9 mars dernier entre l'équipe EduDroit et quelques étudiants recrutés en 2004-2005, avec la présence de Mme Fatou Esteoule (Relations internationales de Paris 10). Un compte rendu de cette réunion, destinée à mieux cerner leurs attentes, sera rédigé et transmis aux membres du Réseau.

B. Ouverture des réseaux EduHumanités, EduEcoGestion, EduArt

Depuis le mois de janvier 2006, trois nouveaux réseaux EDUS ont été ouverts : comme leurs prédécesseurs n+i et EduDroit, tous trois sont également destinés à :

- promouvoir l'enseignement supérieur français dans le monde ;
- faciliter l'orientation et la candidature en ligne des étudiants étrangers ;
- faire bénéficier écoles et universités françaises d'une mise en commun de leurs formations, organisées par domaines.

- **EduHumanités :**

Les premières rencontres ont réuni une vingtaine de professeurs les 10 octobre, 7 novembre 2005 et le 9 janvier 2006. Ces réunions ont permis de définir le réseau, de choisir des mots-clés et des noms de domaines permettant aux responsables de Masters2 de proposer une offre commune à la candidature en ligne.

La tenue de ce calendrier a permis l'ouverture de l'orientation en ligne en janvier et celle de la candidature en ligne en février 2006.

Ce réseau est à ce jour constitué de 16 universités de Lettres et Sciences humaines, qui proposent 150 formations au niveau Master2.

EDUHUMANITES
1. Ecole Pratique des Hautes Etudes
2. Université Catholique de l'Ouest - Angers
3. Université d'Artois - Arras
4. Université d'Avignon et des pays du Vaucluse
5. Université Cergy Pontoise
6. Université de Haute Alsace – Mulhouse
7. Université de Picardie Jules Verne
8. Université Lyon 3 (Jean Moulin)
9. Université de Paris 1 (Panthéon-Sorbonne)
10. Université de Paris 10 (Nanterre)
11. Université de Paris 12 (Val de Marne)
12. Université de Paris-Sorbonne
13. Université Paul Verlaine de Metz
14. Université de Poitiers
15. Université Rennes 2 (Haute-Bretagne)
16. Université Rouen

Ce programme est inscrit, en partenariat avec l'université Paris-Sorbonne (Paris IV), dans le programme interministériel sur l'attractivité de la France et soutenu par la Direction des relations internationales et de la coopération du ministère de l'Education nationale.

Ce nouveau réseau fait l'objet d'une promotion spécifique :

- édition et diffusion d'affiches et de dépliants en différentes langues,
- création de PowerPoints traduits dans plusieurs langues étrangères,
- rencontres universitaires et présence sur différents salons (Grèce, Espagne, Brésil, Roumanie/Pologne...).

- **EduEcoGestion**

Ce programme, inscrit en partenariat avec l'université de Rennes 1 dans le programme interministériel sur l'attractivité de la France et soutenu par la DRIC réunit aujourd'hui 23 universités et propose 262 formations de niveau Master 2 aux étudiants du monde entier.

4 réunions de travail avec les établissements partenaires du réseau ont permis de dégager les mots clés pertinents pour la constitution du moteur de recherche et de constituer un groupe de travail formé de professeurs en sciences de gestion et de professeurs en économie à part égale.

Le projet, lancé en mai 2005, a vu se dérouler une première grande opération de promotion en Chine en février 2006. La délégation emmenée par le Président G Binder et le professeur Jean-Jacques Durand, Vice-président aux relations internationales de l'université de Rennes 1 et responsable du réseau EEG (EduEcoGestion), était constituée de 7 professeurs représentant les établissements suivants : Paris Dauphine, Paris 10 Nanterre, Paris 11, Rennes 1 (faculté d'économie et de gestion et IAE), St-Etienne (ISEAG).

Le choix de la Chine comme pays de lancement s'explique par le fait que près de 42 % des étudiants chinois qui souhaitent partir étudier en France choisissent les sciences économiques ou les sciences de gestion. Cette mission a permis de rendre plus lisibles et plus visibles les formations françaises d'économie et de gestion, de présenter ce nouveau programme au ministère de l'Éducation chinois, de tenir quatre conférences de presse dans quatre grandes villes de Chine et de permettre à la délégation de visiter 14 universités pour le développement d'accords de partenariat.

D'autres actions de promotion, à travers des conférences d'information par des professeurs membres du réseau, ont été menées lors de salons éducatifs comme au Vietnam en décembre 2005 (Jean-Jacques Durand, professeur d'économie et Vice-président aux relations internationales de Rennes 1) ou en Grèce pour le salon « Atout France » organisé par l'agence en février 2005 (Fatou Esteoule, directrice des relations internationales de Paris 10 Nanterre). Une conférence d'information de Jean-Jacques Durand est prévue pour le salon Post-gradus, au Mexique en avril 2005.

Au 21 mars 2006, 96 dossiers d'étudiants sont arrivés par voie postale à l'agence EduFrance. Une trentaine de dossiers sont encore en attente de réception. La procédure sera finalisée au 3 mai prochain, date à laquelle le nombre d'étudiants recrutés sera communiqué.

Etablissements membres du réseau

EDUECOGESTION
1. UNIVERSITE ANGERS
2. UNIVERSITE DE BRETAGNE OCCIDENTALE
3. UNIVERSITE D'ARTOIS
4. UNIVERSITE CAEN Institut d'administration des entreprises + UFR des sciences économiques et de gestion
5. UNIVERSITE CLERMONT – FERRAND 1
6. UNIVERSITE FRANCHE COMTE
7. UNIVERSITE GRENOBLE 2 UFR d'économie et stratégie d'entreprise + Institut d'administration des entreprises
8. UNIVERSITE DE LIMOGES
9. UNIVERSITE LYON 2
10. UNIVERSITE DU MAINE
11. UNIVERSITE MARSEILLE 3 Faculté d'économie appliquée + Institut d'administration des entreprises
12. UNIVERSITE DE NANTES Institut d'administration des entreprises
13. UNIVERSITE DE PAU
14. UNIVERSITE DAUPHINE
15. UNIVERSITE PARIS 10 NANTERRE
16. UNIVERSITE PARIS 11 SUD
17. UNIVERSITE PARIS 12 VAL DE MARNE
18. UNIVERSITE DE RENNES 1 Faculté des sciences économiques + Institut d'administration des entreprises
19. UNIVERSITE SAINT – ETIENNE Institut d'administration des entreprises ISEAG
20. Université Toulon et Var Institut d'administration des entreprises
21. UNIVERSITE DE TOULOUSE 1
22. UNIVERSITE DE TOURS Institut d'administration des entreprises
23. UNIVERSITE VALENCIENNES Institut d'administration des entreprises

- EduArt

Le site internet www.eduart.fr a été ouvert à l'information des étudiants étrangers en octobre 2005 et ouvert pour les candidatures en ligne des étudiants étrangers dès le début de l'année 2006.

La première réunion avec les écoles d'art avait été organisée à l'automne 2004. La complexité de la création d'un site d'information et de candidature en ligne consacré aux enseignements artistiques était apparue alors, en raison des nombreux paramètres à prendre en compte tant du côté de la demande (ambiguïté de l'aspiration artistique pour les jeunes candidats, image d'Epinal d'une « France mère des Arts ») que de l'offre de formation d'autre part (Universités / écoles, public / privé, multiplicité des champs de l'art, arts plastiques, arts appliqués, cinéma, arts de la scène, nouvelles technologies). Les réunions d'établissements organisées durant le premier semestre et l'organisation d'un groupe de travail ont permis d'aboutir l'adoption d'un système

d'information, d'orientation et de sélection des candidatures grâce à trois niveaux de choix possibles, guidés par des séries de mots clés.

Les problématiques que EduArt doit prendre en compte sont quelquefois contradictoires, entre les exigences d'une école supérieure d'art destinée à former des artistes (200 élèves en moyenne, un enseignant pour une dizaine d'élèves) et une UFR universitaire formant plutôt des chercheurs, des critiques, des gestionnaires ou des théoriciens de l'art (plusieurs milliers d'étudiants à Paris 8 ou à Paris 1 dans les disciplines artistiques) ; entre les exigences d'une sélection des candidats très forte au niveau du public en général (peu de places et peu de moyens) et une ouverture plus grande, plus aisée, au niveau du privé ; entre des formations pratiques, débouchant directement sur une insertion professionnelle et des formations plus théoriques, plus conceptuelles où l'implication des entreprises est moins présente.

A la différence des autres « Edus », EduArt ne s'est pas consacré uniquement à des Masters 2 : l'offre de formation y est beaucoup plus différenciée, le panel d'établissements représenté étant beaucoup plus large :

- 20 écoles supérieures d'art sous tutelle de la Culture,
- 21 écoles privées ou consulaires,
- 4 écoles supérieures d'arts appliqués sous tutelle de l'Education Nationale,
- 11 universités.

Ces établissements constituent un éventail de plus 150 formations de différents niveaux et de différentes disciplines.

La seconde caractéristique du système mis en place est que, pour les candidatures à des formations artistiques appartenant au domaine de la création (futurs designers, futurs artistes, futurs « créatifs » d'agence de communication, futurs architectes d'intérieur etc...), il paraissait nécessaire aux sélectionneurs des établissements concernés d'avoir une vision claire de ce que le candidat avait pu déjà réaliser comme œuvre personnelle : la solution élaborée a été celle de la création par les candidats de leur propre site internet leur permettant de montrer leurs travaux personnels et d'élaborer un musée imaginaire des œuvres d'art qui les ont marqués. Ainsi le groupe entier des établissements du réseau EduArt a la possibilité de voir simultanément le dossier en ligne et le site personnel de tous les candidats.

Enfin, parallèlement à la constitution du réseau EduArt, 3 fiches filières décrivant les formations possibles dans les domaines des arts de la scène, du cinéma/audiovisuel et des nouvelles technologies (jeux vidéo, numérique, animation etc...) ont été ajoutées aux six déjà réalisées l'année précédente à propos des différentes disciplines artistiques.

L'ensemble de ce travail a été rendu possible par l'aide apportée par une stagiaire, Mathilde Fromageau en Master 1 de Gestion à l'Université Paris Dauphine.

4. Missions

- Promotion EduDroit

Des missions d'universitaires, dont certaines du Conseiller du Directeur général de l'agence EduFrance et chef du projet EduDroit, le professeur Daudet, sont programmées au Canada et en Russie, en Chine (grande mission retour), prévues en Amérique Latine

(Brésil, Mexique, Pérou, Colombie). Le service a été présent dans différents salons étudiants au Brésil en septembre 2005 pour assurer la promotion des Réseaux EduDroit et EduArt. Plusieurs déplacements ont eu lieu dans les universités membres du Réseau EduDroit, afin de présenter le système aux enseignants (Rouen, Besançon, Amiens, Pau, Perpignan, Paris 12, entre autres).

- Promotion de l'offre de formation EduFrance : déplacements en France et à l'étranger

Le service a été présent au Salon Best 3 de Vienne (mars 2006), au Salon des études de Kiev (mars 2005), s'est rendu à différents forums, colloques, pour y représenter l'agence et pour y recevoir des informations : colloque du CIUTI (Conférence Internationale Permanente d'Instituts Universitaires de Traducteurs) à l'UNESCO, en mai 2005, conférence de Presse du Polytechnicum de Normandie à la Maison de la Chimie, réunions de l'année 2005 sur la labellisation des centres FLE en France à la Sorbonne, colloque des centres FLE.FR au CAVILAM de Vichy en mars 2006.

5. Les outils informatiques

LES SITES

Les sites développés par EduFrance sont de trois types :

2 sites d'information générale :

www.edufrance.fr : destiné aux étudiants internationaux, auxquels il apporte une information générale et pratique sur les possibilités d'études en France, edufrance.fr joue également le rôle de portail d'entrée vers les autres sites de l'Agence.

www.edufrance.net : site institutionnel destiné à la diffusion de l'ensemble des publications de l'Agence vers ses partenaires en France et à l'étranger.

23 sites localisés

Mis en œuvre par les Espaces EduFrance, ces sites apportent aux étudiants une information de proximité, adaptée au contexte local et dans leur propre langue. Pour l'essentiel, ces sites sont produits grâce à un outil spécifique développé par l'Agence, permettant de réaliser puis d'actualiser un site complet sans connaissance technique ni logiciel particuliers.

5 sites "réseau" pour l'orientation et la candidature en ligne

Ces sites récents résultent de la constitution de réseaux "thématiques" d'établissements – universités le plus souvent – qui mutualisent leurs formations dans les domaines des sciences de l'ingénieur, du droit, de l'art, de l'économie, de la gestion, des lettres et des sciences humaines. Ces 5 sites proposent un module d'orientation et de candidature en ligne permettant pour chacun d'eux le recrutement d'étudiants pour la rentrée 2006-2007.

L'ACTIVITE

L'activité d'EduFrance pour la communication en ligne s'est articulée en 2005 autour des temps forts suivants :

Mise en œuvre et suivi d'EduDroit : mis en ligne le 17 janvier 2005, edudroit.net a permis le recrutement d'une centaine d'étudiants d'excellent niveau. Le suivi du processus a permis de valider les options ergonomiques et techniques retenues lors du développement de cet outil fin 2004, qui sert désormais de modèle pour les autres sites "réseaux".

Réalisations des sites eduart.fr, educogestion.net, eduhumanites.net et de la seconde version du site edudroit.net, avec la constitution et l'administration des bases de données correspondantes et le développement des modules de candidatures spécifiques à chacun.

Développement du "Très Grand Catalogue" publié sur edufrance.fr. Réalisé à partir des données de l'ONISEP, ce nouvel outil regroupe la presque totalité de l'offre française d'enseignement supérieur (plus de 25.000 formations). L'interface utilisateur (moteur de recherche), conçu par EduFrance, est un outil novateur, performant et particulièrement simple d'utilisation.

Refonte intégrale du site edufrance.fr, : nouveau design, ergonomie renforcée et actualisation des informations destinées aux étudiants internationaux sont les caractéristiques de cette édition. La quatrième version du site (après les réalisations de 1999, 2001 et 2003), intégrant le nouveau catalogue, a été mise en ligne le 2 mars dernier.

LA FREQUENTATION

En 2005, le dispositif de communication en ligne – tous sites confondus - de l'Agence a enregistré 1.940.000 visites correspondant à un total de 10.200.000 pages vues.

La consultation du site "edufrance.fr", qui demeure le plus important vecteur de communication de l'Agence a connu une très forte progression en 2005, qui se poursuivait encore au cours des premiers mois de 2006 (En 2005 : 1.416.000 visites soit une hausse de 48,73% par rapport à 2004 et 5.917.000 pages vues soit +20,48% par rapport à 2004).

Suivi des e-mails envoyés directement sur le site www.edufrance.fr

Le site d'EduFrance offre la possibilité aux visiteurs d'envoyer un courrier électronique à l'agence pour obtenir plus d'informations (adresse de réception edufrance@edufrance.fr). Le total des messages reçus de janvier à décembre 2005 s'élève à 12.000.

Ces e-mails reçoivent des traitements différents suivant l'origine géographique des demandeurs et les questions posées :

- réponse automatique (renvoi sur les services de coopération et d'action culturelle des ambassades de France) ;
- transfert dans certains cas aux Espaces EduFrance des pays concernés ;
- pour l'Amérique latine, réponses personnalisées par un collaborateur du service d'appui aux Espaces (Michel Oudjari) ;
- réponses à partir d'un jeu de 23 réponses types par un prestataire extérieur.

Les réponses aux e-mails faites par le prestataire extérieur (Phone City, filiale de l'IFOP) peuvent sortir du cadre des 23 réponses types, ou susciter une demande de prestation de service de la part des étudiants concernés.

Ces messages sont alors renvoyés à l'adresse contact@edufrance.fr, et traités par le service d'appui aux Espaces.

**Traitement des e-mails envoyés
à l'adresse edufrance@edufrance.fr en 2005**

Réponses automatiques	4.600	38,3%
Renvoi sur les Espaces	1.700	14,2%
E-mails latino-américains	1.500	12,5%
Traitements personnalisés par prestataire	4.200	35%
TOTAL	12.000	

**Origine géographique des e-mails
(10 premiers pays)**

Pays	Nombre d'e-mails	Pourcentage du total
Maroc	1756	15,3%
Algérie	1650	14,3%
Tunisie	615	5,4%
France	604	5,3%
Inde	454	3,9%
Sénégal	337	2,9%
Brésil	255	2,2%
Colombie	222	1,9%
Cameroun	220	1,9%
Etats-Unis	186	1,6%

Questions les plus souvent posées

Généralités sur la France	18,4 %
Services EduFrance	16,1 %
Bourses	12,8 %
Informations sur les SCAC	10 %

**Annexe 5 : l'offre de formation
le programme « n + i »**

ANNEXE 5

L'offre de formation Le programme « n + i »

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Laurence Achimsky, Stéphanie Hartmann, Aude Luce, Marie-Pierre Nicollet, Prashanth Palanimalai, Guillaume Picard, Jean-Pierre Trotignon

Les réalisations de 2000 à 2005

Le Réseau « n+i », créé en 1997 (sous le nom de programme « n+1 ») avec la CDEFI dans les locaux de l'ENSAM, a réellement été porté à l'échelle internationale en 2000. Ce bilan 2005 est donc l'occasion de faire un point sur les 5 années passées plutôt que de faire un bilan classiquement annuel. Ceci permettra de mettre en lumière les réussites et les axes de développements pour les années à venir.

En 2000, tout a débuté par l'action volontariste d'un groupe de personnes, ce qui explique que le programme n'avait pas vraiment d'organisation structurée. Le Réseau a dû mener de front deux importantes mutations :

1. son intégration au sein de l'agence EduFrance, ce qui n'a pas été sans problèmes liés aux hésitations des ministères quant aux missions exactes d'EduFrance (contractualisation ou promotion seule) et donc de la pertinence de l'accueil de « n+i » en son sein, mais aussi au fait que beaucoup d'écoles du Réseau « n+i » ne faisaient pas partie des membres d'EduFrance (problème d'adhésion).
2. la structuration et la pérennisation de la gestion du Réseau « n+i ». Le nombre de membres du Réseau mais aussi les discussions liées au premier point nous ont conduit à structurer le Réseau « n+i » en association à but non lucratif (loi 1901). L'association Réseau « n+i » a été officiellement créée en janvier 2004.

On peut affirmer aujourd'hui que ces deux objectifs sont non seulement atteints, mais qu'on peut en mesurer le bénéfice

1. Le partenariat privilégié avec EduFrance se montre, réciproquement, très productif. **L'action d'EduFrance**, en promotion, par les salons, les actions de communication (brochures, film,... spécifiques à « n+i »), ses espaces à l'étranger, etc.. mais aussi en logistique (locaux, financement d'actions de promotion, mise à disposition de personnel, etc.) **s'est montrée déterminante dans le succès et la croissance de « n+i »**. Réciproquement le « **modèle n+i** » a été, par EduFrance, appliqué, au moins en partie, à d'autres domaines comme le Droit (EduDroit), les sciences économiques et les formations artistiques.

2. La structuration a conduit l'Association à se doter d'un Conseil d'Administration de 12 membres (directeurs) et d'un bureau constitué d'un Président, d'une vice-Présidente, d'un Secrétaire et d'un Trésorier (cf. composition annexe 1). Le Conseil d'Administration décide, à partir de travaux en assemblée générale, de la politique du Réseau « n+i » et notamment du soutien au programme « n+i » d'EduFrance.

Quelques chiffres pour 2005 :

- 24 % de croissance par rapport à 2004
- 182 étudiants recrutés soit 349 étudiants actuellement en France dans le cadre d'un recrutement « n+i », et près de 700 élèves ingénieurs accueillis depuis le début du programme,
- 2550 débuts de dossiers,
- 656 dossiers électroniques,
- 586 dossiers validés,
- 464 étudiants pré recrutés et 182 étudiants accueillis.

En résumé, la figure 1 montre que le recrutement (flux annuel) a été **multiplié par 10 en 5 ans** passant d'un peu plus de 20 (23 en 2000) à près de 200 (194 en 2005) alors que le nombre d'établissements participants était multiplié par 6 et celui des établissements réellement recruteurs était multiplié par 3 (de 12 à 40).

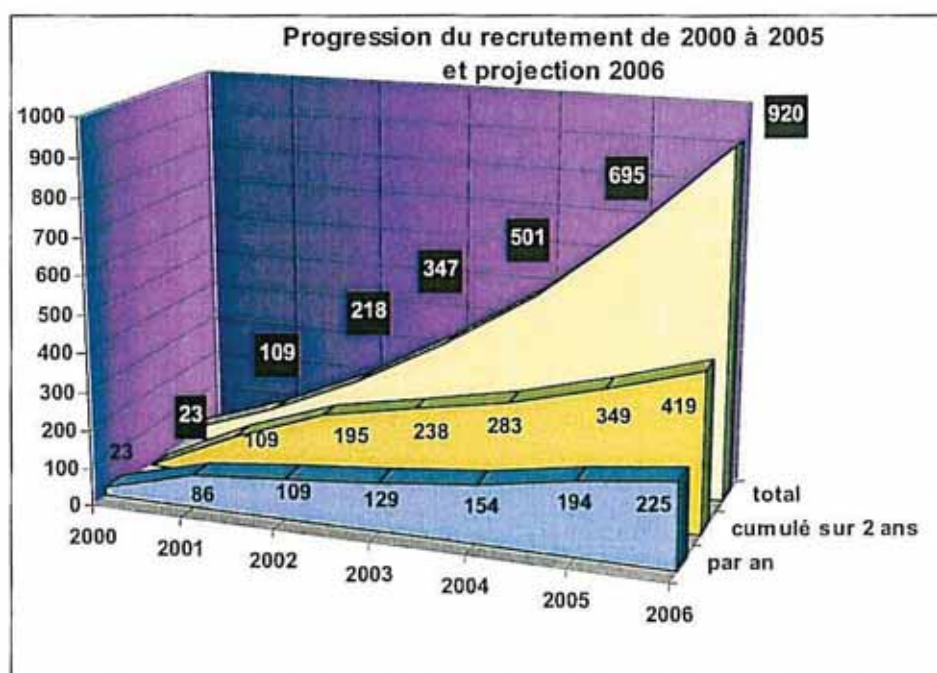


Figure 1 : Progression du recrutement sur les 5 dernières années et prévision 2006

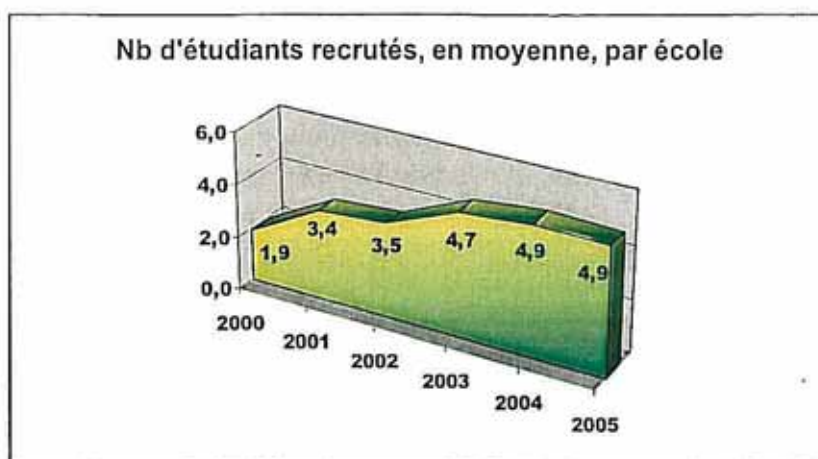


Figure 3 : Nombre moyen d'étudiants recrutés et accueillis par établissement

Ce chiffre de 5 % est à rapprocher des 10% en moyenne d'étudiants étrangers dans le même cursus. En d'autres termes, et toujours en se basant sur des moyennes nationales, le **recrutement via « n+i »** des membres du Réseau **représente environ 50% de leur effectif en étudiants étrangers** y compris les étudiants de l'Union Européenne. Il faudrait affiner et ne regarder que les étudiants hors UE (zones privilégiées de « n+i »), et l'on pourrait alors s'attendre à un **pourcentage de recrutement via « n+i » largement au dessus des 50%**.

1. Le recrutement

On pourrait commencer par cette question : le recrutement est-il satisfaisant en nombre et en qualité et faut-il augmenter le recrutement (flux annuel) et si oui, comment ?

Une réponse d'ordre « mécanique »

Avec **464 étudiants pré-recrutés**, dont 265 qui ont payé les arrhes pour confirmer leur venue, l'augmentation rapide est possible mais reste (voir § 1.1.4) conditionnée au financement des étudiants (auto financement, bourses, etc.).

Une réponse d'ordre « stratégique »

Depuis sa création le Réseau « n+i » souhaite former des ingénieurs « internationaux » pour répondre aux besoins du monde socio-économique qui s'internationalise. Il faut donc se poser la question de savoir quel est le besoin réel en ingénieurs « internationaux » ?

Rappelons à ce stade que ces ingénieurs sont pour le Réseau « n+i » des étrangers formés en France ou des français formés à l'étranger et que le Réseau « n+i » s'intéresse aussi à la formation des élèves ingénieurs français en leur proposant des formations à l'étranger.

L'accueil très favorable que le Réseau « n+i » rencontre auprès des entreprises qui, notamment, s'impliquent en finançant des bourses d'études, nous laisse penser que la demande est forte et ira en croissant. Ceci impose que nous adaptions nos recrutements aux besoins clairement exprimés par les entreprises ou les administrations (françaises ou étrangères) en matière de domaine d'activités (environnement, télécommunications, logistique,...), donc de domaine de formation dans chaque pays. On ne peut donc pas envisager une croissance des effectifs basés sur la simple analyse des flux de demandeurs potentiels (par exemple, la Chine) mais bien, et surtout, sur la connaissance des besoins réels du monde socio-économique.

Nous avons donc l'impérieuse nécessité de **mettre en place un observatoire « n+i »** des besoins en ingénieurs internationaux qui devra travailler avec tous les acteurs du domaine (chambre de commerce, MAE, postes diplomatiques et missions économiques, MEN, DRIC, AFII agence française d'investissements internationaux, UBiFrance, DGTPE, ...). On peut, à titre d'exemple, regretter que la coopération avec les missions économiques (ME dans les Ambassades) ne soit pas plus systématique et plus efficace et que la continuité entre le monde de la formation et le monde économique ne soit pas encore tout à fait une réalité. Ainsi, quand une délégation de professeurs ou de directeurs d'écoles d'ingénieurs se rend à l'étranger pour une mission de coopération universitaire celle-ci devrait automatiquement être reçue par la Mission économique de façon à faire un bilan des besoins en matière de formation d'ingénieurs pour les entreprises et les administrations françaises mais aussi locales.

Pour rester dans ce domaine, le Réseau « n+i » peut aujourd'hui apporter une aide bien formatée aux entreprises qui signent des contrats comportant des **clauses de compensation (type « offset »)** pour des montants importants. La formation et l'éducation bénéficient, dans ce cas, de coefficients multiplicateurs parfois très avantageux (7 à 10).

La mise en place de Volontaires Internationaux (VIA dans les ME voire VIE en entreprises) à temps partagé serait, de notre point de vue, un bon moyen de développer la promotion de ces partenariats entre le Réseau « n+i » et les entreprises ou administrations.

Il n'est donc pas irréaliste de penser que les écoles devront augmenter leur recrutement « international ». Bien qu'il soit très difficile d'être précis en la matière, on peut cependant estimer que **le nombre d'étudiants étrangers** recrutés par les établissements en s'appuyant sur la logistique « n+i » se situera entre **500 à 800 étudiants par an d'ici les 5 prochaines années.**

Les conditions préalables à un accroissement

A ce stade, il convient de mentionner que nous parlons d'asymptote et que cet objectif suppose quelques années et quelques conditions qui méritent d'être discutées.

Parmi les conditions, qui doivent être satisfaites de façon concomitante, listons :

1. **Le maintien de la qualité du recrutement** et ses corollaires (évaluation, motivation, promotion, orientation, développement des accords de coopération...),
2. **Le maintien de la qualité de l'accueil** et de l'insertion des étudiant étrangers (accueil en France, suivi, assistance, encadrement, MNF, ST, etc...), c'est-à-dire le développement des moyens (création du poste budgétaire de Directeur),
3. **La demande réelle du monde économique (entreprises, administrations,...)** en matière d'ingénieurs internationaux,
4. **La volonté des établissements de formation** de développer l'accueil des étudiants étrangers et notamment par la structuration de leur service RI,
5. **La volonté des ministères et de l'administration** d'augmenter l'attractivité de la France notamment en clarifiant la réglementation fiscale sur les bourse privées, le permis de séjour, le permis de travail et le logement étudiant (caution, parc de logement).

1.1 Le maintien de la qualité du recrutement

Maintenir la qualité du recrutement impose que nous gardions notre capacité à **Inform**, **Conseiller**, **Orienter**, **Evaluer**, les meilleurs étudiants du monde entier.

Mais avant de détailler ces points, il est important de comparer les chiffres des recrutements des campagnes 2004 et 2005. En 2005, nous avons enregistré moins de début de candidatures (2550 contre 4025) mais plus de dossiers électroniques complets (844 contre 546). Ceci est dû à la nouvelle procédure qui impose aux candidats (conditions « informatiques » d'ouverture d'un dossier) la lecture des documents d'information sur le programme. Rappelons que les dossiers sont tous examinés avant leur validation pour vérifier leur qualité et leur pertinence, ce qui explique un taux élevé d'offres par les écoles (464 étudiants retenus sur 586 dossiers validés). On peut donc dire que **le processus de validation des dossiers est à lui seul un des éléments de la sélection**. Cette sélection est **naturelle**, c'est-à-dire opérée par les étudiants eux-mêmes, car on ne retrouve que des candidats motivés (tendance confirmée par le nombre d'étudiants payant les arrhes voir § 1.1.4) et **structurelle** opérée par l'équipe de validation du Réseau « n+i ».

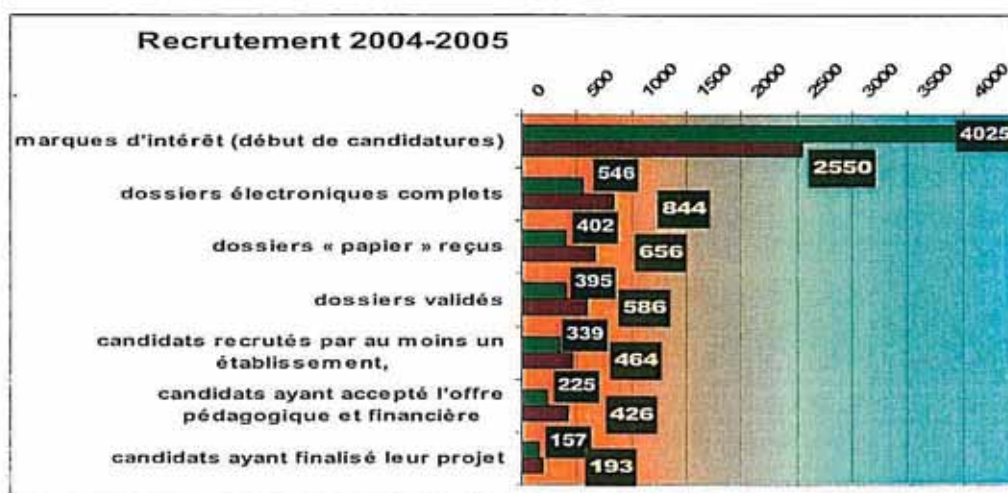


Figure 4 : Chiffres du processus de recrutement comparé 2004 et 2005.

En vert le recrutement 2004 et en rose le recrutement 2005

1.1.1 Informer

Nous l'avons dit, le partenariat avec EduFrance d'une part, et les postes diplomatiques d'autre part, se révèle très performant et prend sa vitesse de croisière. Il est important par contre de maintenir les contacts et donc de revenir dans les pays et les universités de façon systématique pour éviter d'apparaître comme des opportunistes. Ceci sous-entend, bien sûr, des moyens en missions mais surtout des disponibilités humaines.

Pour répondre aux nombreuses demandes de mission qui sont adressées au Réseau « n+i » nous devons développer notre groupe de représentants du réseau, c'est-à-dire de correspondants du Réseau « n+i » qui connaissent bien la logistique et notre fonctionnement et qui peuvent parler au nom de toutes les écoles. Ce groupe s'est déjà constitué de façon informelle (3 ou 4 correspondants « n+i »), il faudrait le structurer et dispenser à ses membres une formation qui assure un discours cohérent au nom du Réseau, notamment lorsqu'il s'agit de proposer des accords de coopération. On peut, dans l'avenir, imaginer que des correspondants se

« spécialisent » sur un pays, pour des raisons d'affinité, de disponibilités locales (année sabbatique sur place), de compétences linguistiques, etc...

En matière d'information, le site Internet a été totalement refait (nouveau design et nouvelles pages) avec la mise en place d'un site interactif qui permet toujours des inscriptions « en ligne » mais qui intègre la possibilité d'interviews et d'évaluation. Ce site offre une consultation transparente et une gestion simplifiée des dossiers par tous les partenaires « n+i », notamment par les entreprises et les universités étrangères.

Le site Internet est donc réellement au centre de notre dispositif de communication (avec une moyenne de 15 000 visites par mois).

Les figures 5 et 6 illustrent la stabilité des visites du site mais avec un déplacement du pic de fréquentation de **décembre** en 2003 (campagne 2003-2004) à **mars** en 2005 (campagne 2004-2005). Ceci est lié à des opérations importantes de promotion plus tardives cette année ce qui pose un problème de recrutement. Les candidatures tardives sont en effet difficiles à gérer : manque de temps de préparation au voyage pour les étudiants (étude du français, visas), problème d'évaluation pour les écoles et d'organisation pour « n+i » (dispense de MNF ou de ST).

Nous avons donc cette année (pour 2006), innové en incitant les étudiants à s'inscrire avant le mois de février 2006 même si la campagne de recrutement ne se termine officiellement que début mai pour les étudiants dispensés de MNF ou de ST. Les premiers étudiants recrutés auront des réductions sur leurs frais d'inscription.

1.1.2 Conseiller et Orienter

Il est primordial de s'assurer que l'étudiant a bien choisi la filière correspondant à sa compétence (sa formation) et son attente. Ceci est d'autant plus important dans un Réseau comme « n+i » où plusieurs établissements proposent des formations thématiquement proches.

La procédure d'offres par les établissements, répercutées au niveau de l'étudiant, est aujourd'hui bien en place. L'étudiant est informé très précisément de la nature exacte des études proposées par les établissements qui lui font une offre pédagogique, du lieu des études et du coût.

Les rencontres avec les représentants EduFrance à l'étranger et leur information sur le Réseau « n+i » lors de séminaires organisés à Paris contribuent à l'amélioration de la qualité de l'information et de l'orientation.

1.1.3 Evaluer

Le recrutement d'un étudiant pour une formation d'ingénieur à la française doit prendre en compte les résultats académiques, bien sûr, mais aussi les qualités humaines de la personne et notamment sa capacité à bénéficier de la découverte d'une autre culture.

Quand on parle d'évaluation, on pense très souvent à **l'évaluation scientifique et technique** et on organise des missions d'experts (professeurs pour des interviews). Ce type d'évaluation est dans de nombreux cas, coûteux en temps et argent et reste ponctuel. Il se révèle de plus inutile si on sait recruter dans les meilleures Universités et faire confiance à nos collègues étrangers dans leurs appréciations (voir accords de coopération). Enfin, il se montre inadapté car une mission d'évaluation est forcément limitée dans le temps, ne peut prétendre entendre tous les

candidats (problème de dates, de durées, de villes mais aussi de nombre pénalisant les « petits » pays).

Par contre, il nous paraît **très important d'évaluer les qualités humaines** (curiosité, ouverture d'esprit, mobilité, autonomie, aptitude à l'adaptation au changement autant de qualités exigées de futurs ingénieurs à la française) et **les motivations** des candidats. Ceci peut se faire par des personnes qui ne sont pas forcément des professeurs d'écoles d'ingénieurs. De plus, en utilisant un réseau de personnes sur place (exemple : les bureaux EduFrance, les Alliances françaises) on peut espérer organiser des interviews tout au long de la période de recrutement et dans de nombreux endroits (quand les lieux sont éloignés on envisage des interviews par téléphone ou vidéoconférences).

Cette évaluation, face à face, est actuellement testée avec grand succès avec plusieurs personnes (de bureaux EduFrance ou de poste diplomatique).

En 2005-2006, nous lançons un grand programme **d'interviews « en ligne » d'un étudiant dans son pays par un professeur d'une école en France**. Toutes ces interviews seront automatiquement ajoutées au dossier de l'étudiant et seront donc disponibles au moment du recrutement.

Dans l'évaluation des candidats, **les Alliances françaises** peuvent être nos partenaires naturels en nous permettant de disposer d'évaluateurs dans de nombreuses villes qui pourraient de plus conseiller les étudiants sur les cours de français qui leur seraient nécessaires. Toutes les Alliances françaises candidates à cette expérimentation sont les bienvenues.

1.2 Le maintien de la qualité de l'accueil et de l'insertion

Accueillir des étudiants dans un cycle diplômant comme le cursus d'ingénieur enseigné en français, suppose de la part de l'étudiant une très bonne préparation linguistique, méthodologique et culturelle.

Le Réseau « n+i », dès le début, s'est attaché à proposer des solutions **réellement novatrices** pour aider l'insertion des étudiants étrangers parmi les français. C'est d'ailleurs une des grandes originalités du Réseau « n+i » par rapport à d'autres programmes.

1.2.1 Le semestre de transition

Jusqu'à aujourd'hui, l'essentiel de cette aide passait par des cours de français pendant l'été (MNF) précédant le début de la formation d'ingénieur, puis par un semestre de transition (ST) inclus à la formation d'ingénieur.

Le semestre de transition est **une originalité du Réseau « n+i »** et demeure un temps fort de l'accueil et de la préparation des étudiants à leur cursus d'ingénieur.

1.3 La demande du monde économique (entreprises et administrations)

Cette demande du monde économique doit impérativement se traduire par leur participation beaucoup plus active à des fonds de bourses pour aider et recruter les meilleurs des étudiants pas forcément solvables. Ce point est essentiel et distingue la politique française de

coopération universitaire, et donc la nôtre, de celle de pays plus motivés par l'aspect strictement « marchand » et donc « rentable » de l'action.

On constate, en effet, que l'offre du Réseau « n+i » est bien perçue et que de nombreux excellents étudiants se montrent motivés pour des études d'ingénieurs en France. On constate aussi (figure 8) que, depuis que nous faisons payer des arrhes pour confirmer l'inscription après avoir eu connaissance des conditions et des coûts du recrutement, le nombre d'étudiants, motivés pour payer ces arrhes mais ne venant pas, augmente (36 en 2003 et 72 en 2005) faute de moyens pour régler le reste de la facture. Ceci est à rapprocher de ce qui a été dit sur le recrutement et la plus grande motivation des candidats (§ 1.1).

Il est, toutefois, dommage de perdre des étudiants motivés qui ont reçu une offre d'une école, l'ont acceptée et ont débuté leur inscription en ayant payé 300 € d'arrhes.

On peut envisager deux types d'actions pour remédier à cela :

- a) laisser plus de temps à l'étudiant pour réunir la somme nécessaire au financement de ces études et l'accueillir lors d'une session en avril (voir § 1.2 pour 2006),
- b) **renforcer le nombre de bourses**

Bien sûr, les étudiants peuvent postuler aux bourses proposées par le gouvernement français (Eiffel, bourses d'Ambassades, ...) mais leur nombre sera toujours insuffisant. Ajoutons que dans le contexte international les meilleurs étudiants sont très sollicités (USA, Australie, Allemagne) et le critère de financement (bourses) devient alors déterminant dans leur choix.

Le nombre de bourses Eiffel (Figures 9 et 10) reste à un **niveau très faible pour le Réseau « n+i »** alors que le nombre de bourses d'ambassade (totales ou partielles) s'est développé depuis 3 ans figure 11). Le soutien des postes diplomatiques est encourageant et traduit la confiance dans notre programme de formation.

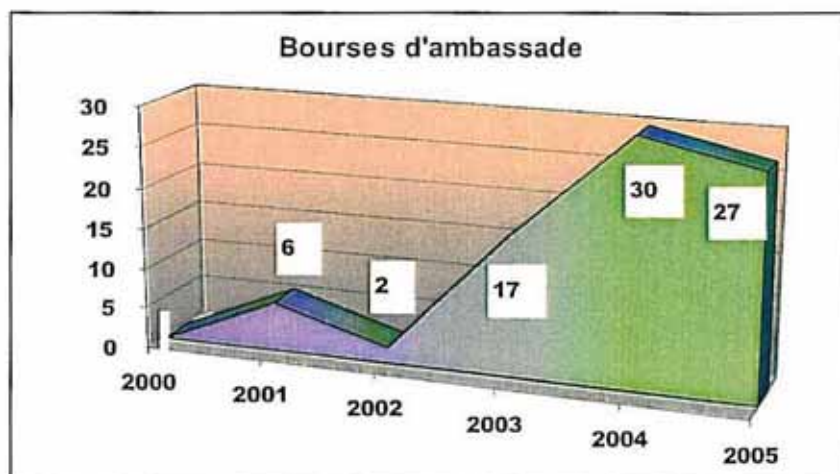


Figure 11 : Evolution du nombre de bourses d'ambassade sur 5 ans

Nous avons donc cherché à développer (depuis 2000), pour les meilleurs candidats, des **financements d'origine privée** (entreprises) qui peuvent, sous certaines conditions, venir en complément des bourses publiques. Nous avons été, en la matière, les premiers, suivis depuis par

de nombreux autres programmes ! A ce sujet, on peut regretter la multiplication des actions plutôt que la mutualisation plus facile à gérer pour tous et qui éviterait « les guerres de chapelle » typiquement françaises. Cette mutualisation est d'ailleurs fortement souhaitée par les entreprises qui ne veulent pas voir le nombre de programmes « clonés » concurrents se multiplier !

Dans le Partenariat Interactif « n+i », l'entreprise finance tout ou partie de la formation (entre 13 000 € et 27 000 €) de l'étudiant(e) qui s'engage, en retour, à compléter ses stages et/ou son projet de fin d'études dans l'entreprise et, après son diplôme (dans le cas d'un programme diplômant), à étudier l'offre d'emploi qui pourrait être faite par l'entreprise.

Le partenariat est donc un contrat qui engage un(e) étudiant(e) et une entreprise sur un projet commun. L'entreprise sélectionne l'étudiant ou propose un de ses employés.

C'est, pour l'entreprise, une démarche *volontariste* de mieux former, préparer et évaluer les ingénieurs qu'elle souhaite recruter.

Le Réseau « n+i » rédige et gère les aspects contractuels et financiers entre l'étudiant, l'entreprise, l'école et le Réseau.

Le type de contrat (cf. § 1.5.2) dépend de la relation que l'entreprise souhaite avoir avec l'étudiant qui est financé. Les contrats portent, exclusivement, sur la relation contractuelle entre les signataires pendant la durée de la formation. Ils détaillent l'utilisation des fonds versés par l'entreprise (frais académiques, frais de gestion, bourse de vie, etc...).

On peut, selon la politique de l'entreprise, présenter les contrats en deux grandes catégories :

1. L'entreprise ne lie pas son soutien à un recrutement post-diplôme, il n'y a pas de subordination. L'entreprise peut cependant recevoir l'étudiant comme stagiaire puisque le stage est obligatoire dans la formation d'ingénieur. Ce soutien relève plus d'une opération de communication qui montre que l'entreprise participe à la formation des « élites » de tel pays.
2. L'entreprise cherche à recruter un ingénieur post diplôme après la formation, il y a un lien de subordination. L'entreprise prévoit de faire une offre d'embauche à l'étudiant dès la fin de sa formation. L'entreprise peut, ou non, exiger de l'étudiant une garantie en cas de refus de l'offre d'emploi.

Le lieu de travail peut, au choix des deux parties, être à l'étranger ou en France. A ce sujet, les dispositions légales autorisant le séjour post diplôme des diplômés en France sont en retard sur les déclarations politiques (voir § 4).

Une quinzaine d'entreprises se sont impliquées dans le financement complet d'étudiants, **soit plus de 1 million d'euros pour 2004-2005** : Rhodia et Thomson Multimédia (2000-2001-2002), Rhodia et PSA (2003), Total, EdF, France Télécom, Lafarge, Macao Water, Dassault systems, Peugeot, Rockwell Collins, S2M, Saint Gobain (18 bourses en 2004) et Elyo, Total, Dassault systems, Rockwell Collins, Danone, Macao Water, France Telecom, Lafarge, ITT Canon (16 bourses en 2005) et sont devenues membres de l'association « n+i ».

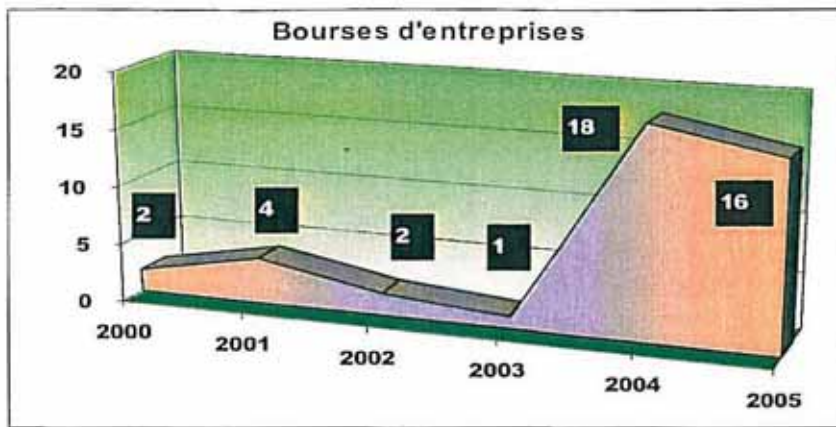


Figure 12 : Evolution du nombre de bourses d'entreprises sur 5 ans

Ajoutons que, le Réseau « n+i » peut aujourd'hui apporter une aide bien formatée aux entreprises qui signent des contrats comportant des **clause de compensation (type « offset »)** pour des montants importants. La formation et l'éducation bénéficient, dans ce cas, de coefficients multiplicateurs parfois très avantageux (7 à 10). Ainsi une clause de compensation, pour l'entreprise, de 10 millions d'euros (par exemple, pour l'achat par le pays d'un satellite de 100 millions €) peut se traduire en un engagement de financement de bourses pour la formation d'ingénieurs d'1 million d'euros seulement.

1.4 La volonté des établissements

Un des fondements du Réseau « n+i » repose sur la volonté des établissements à vouloir se mutualiser et proposer ce qui se fait de mieux en matière de formations d'ingénieurs et d'accueil en France. Les cinq années passées ont démontré qu'il était possible pour les écoles de travailler en bonne intelligence et de coopérer dans un esprit d'ouverture.

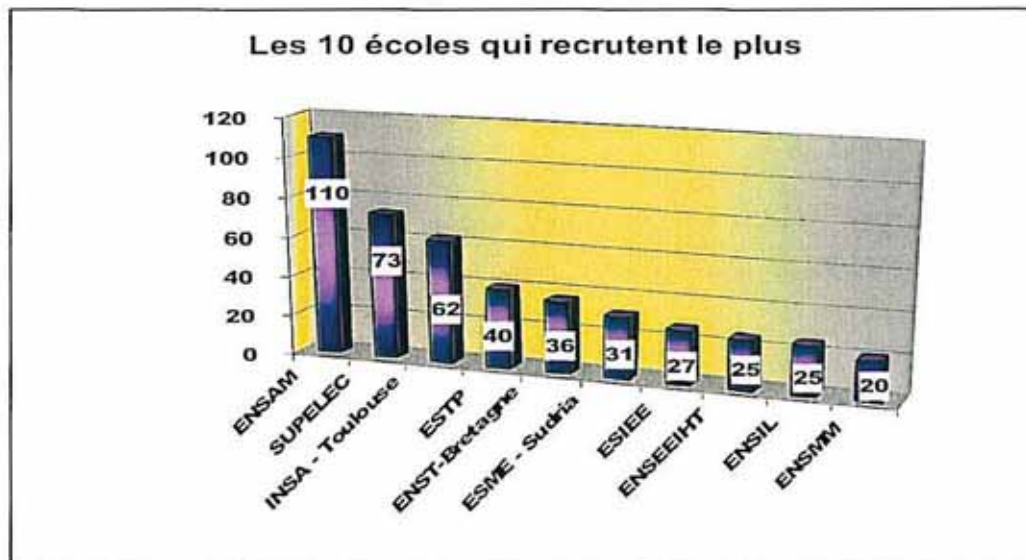


Figure 13 : le bilan sur 5 ans des écoles qui recrutent le plus

Dans certains pays, la participation des universités à la promotion de « n+i » auprès des étudiants étrangers est subordonnée à la mise en place d'un **réel échange**, c'est-à-dire à l'envoi d'étudiants français en formation chez elles. Les écoles françaises doivent donc se mobiliser pour

motiver leurs étudiants à utiliser le site Internet « n+i » pour trouver des formations à l'étranger de 6 mois à 2 ans (voir proposition § 4 Conclusions).

La volonté des établissements de développer l'accueil des étudiants étrangers passe, notamment, par la structuration et la formation de leur service « Relations Internationales » et le développement des moyens mis à leur disposition.

1.5 La volonté des ministères et de l'administration

Le Premier Ministre a présenté, dans la suite du colloque de la Baule en juillet 2003, un plan d'action sur l'attractivité comprenant des mesures sur la recherche et l'accueil des étudiants étrangers qu'il "veut inscrire dans la durée". On retient que les dispositions nouvelles concernent notamment :

- La recherche ou la simplification des règles d'accueil en France,
- Ainsi qu'un volet enseignement et notamment une refonte des bourses pour attirer les étudiants étrangers.

Malgré ces déclarations politiques, il reste des blocages sérieux sur au moins 4 points :

1. La délivrance du permis de séjour pendant les études,
2. Le traitement fiscal des bourses d'origine privée (entreprise) et notamment la fiscalisation de ces bourses,
3. La délivrance du permis de travail post-diplôme,
4. Les aspects de caution solidaire lors de la location de logements étudiants.

Il est urgent que la volonté politique exprimée au plus haut niveau se traduise dans des textes qui clarifient et assainissent la situation.

1.5.1 La délivrance du permis de séjour pendant les études

Les étudiants qui arrivent en France doivent obtenir leur permis de séjour. A l'expérience, ceci peut prendre entre 8 jours à 8 mois selon l'endroit et la bonne volonté de l'administration où la demande est faite. Les formalités sont alors compliquées par la convocation à une visite médicale qui est, parfois, tellement tardive que l'étudiant a déjà déménagé de la ville de MNF à celle de l'école du ST

Une seule convocation groupée des étudiants « n+i » à la préfecture, accompagnés de tuteurs français pour les aider dans leur démarche permettrait de simplifier la délivrance et donnerait de notre pays une meilleure image dès l'accueil.

1.5.2 Le traitement fiscal des bourses d'origine privée

Depuis plus de 2 ans le Réseau « n+i » a lancé, auprès des entreprises françaises, une vaste campagne de financement des étudiants les plus brillants. La question se pose de savoir quelle fiscalité appliquer à ces bourses (assimilées à des prêts sans intérêt) du côté entreprise (sont-elles, sous certaines conditions, assimilables à un mécénat ? sont-elles assujetties aux charges sociales ?) du côté étudiant (sont-elles imposables ?) du côté du Réseau « n+i » (qui peut gérer ces bourses : EduFrance –en tant que GIP ou le Réseau « n+i » – association).

1.5.3 Le problème des permis de travail

A l'occasion de la participation du Réseau « n+i » au deuxième salon du recrutement international à Paris, plusieurs diplômés ont fait part de leurs difficultés à trouver un travail en France en raison des contraintes réglementaires qui pèsent sur les entreprises françaises lorsqu'elles envisagent d'embaucher un salarié d'une nationalité étrangère à l'Espace Economique Européen².

Il serait souhaitable que la décision concernant la délivrance d'un permis de travail soit rapide et à ces fins puisse être anticipée par l'entreprise ou l'école quelques mois avant la fin des études. Nous devons être capables d'assurer la continuité instantanée entre la formation d'ingénieur (statut étudiant) et l'embauche par l'entreprise (statut salarié).

Dans la mesure où la capacité de la France, et des entreprises françaises en général, à proposer des (premiers) emplois aux diplômés « n+i » ne manquera pas d'avoir des conséquences sur ce que nos étudiants pourront faire savoir dans leur pays, le Réseau « n+i », doit pouvoir compter sur une clarification rapide de la législation pour faciliter l'accès au monde du travail aux ingénieurs formés.

Cette démarche apparaît au surplus un élément important dans la promotion du principe de partenariat avec les entreprises

2. La politique géographique de promotion du Réseau "n+i"

Une importante activité de promotion a été menée depuis 5 ans. En se servant du site Internet, puis des moyens classiques de promotions (brochures, articles, conférences, film...). Nous avons participé à des salons organisés par EduFrance ou des postes diplomatiques, créé des événements spécifiques comme en Chine (2003) ou en Russie (2005) et dans 5 PECO en 2006, ou fait notre promotion à l'occasion des « Forum n+i » organisés à Paris ou dans des colloques internationaux (Brest, Paris, Bruxelles, Australie...), dont plus de 20 missions financées pour des représentants des membres du réseau « n+i » par les ambassades

C'est, à chaque fois, l'occasion d'expliquer les objectifs du Réseau "n+i" aux personnes en postes dans les Ambassades, Consulats, Alliances Françaises, bureaux EduFrance, entreprises, mais aussi de visiter les Universités, pour leur présenter les accords de coopération que nous leur proposons de signer.

Nous mettons à profit ces missions pour rencontrer les représentants des entreprises françaises dans le pays afin de leur présenter les « Partenariats ».

2.1 Le recrutement 2000-2005 par zone géographique

Depuis donc 5 ans nous avons accueilli près de 700 élèves ingénieurs venant de près de 45 pays différents (figures 14 et 15). La tendance observée nous permet de prévoir un recrutement de l'ordre de 225 étudiants en 2006.

² Cette situation les conduit à s'inscrire, par complaisance, dans des formations universitaires afin de conserver un visa d'étudiant qui leur permet de poursuivre leur recherche d'emploi.

Il convient de regarder en détail les évolutions par pays ou par zone géographique car on constate sur le moyen terme des développements constants (Chine), des récessions (Egypte, Inde, Taiwan, Thaïlande) et des croissances (Iran, Mexique, Pérou, Russie).

Nous reviendrons en détail sur le particularisme de chacun de ces cas mais on peut d'ores et déjà chercher à interpréter les raisons générales et communes à ces fluctuations. On peut aisément les associer à l'existence ou non de mission ou de soutien dans le pays. Ainsi les missions en Russie, Iran (organisées avec l'aide du poste) et la participation aux tournées universitaires du Pérou et du Mexique se sont révélées très fructueuses alors que le recrutement d'Inde et de Thaïlande, faute de pérennisation des actions passées, diminue fortement. L'organisation de « n+i » en Chine reste un exemple, voire un modèle, puisque nous avons depuis plus de 4 ans, un représentant permanent à Pékin et un chargé de mission qui assure la promotion du Réseau « n+i » sur place.

	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Algérie				1		
Arabie Saoudite						1
Argentine			1	1		
Australie				1		
Bolivie					1	
Bulgarie			2	2	1	2
Chili				1		
Chine	10	59	68	68	102	127
Chine (Hong Kong)			1	1	3	
Chine (Macao)					1	
Colombie			2	2		3
Corée			2			
Egypte			4	14	6	5
Equateur						1
Espagne	1					
Etats-Unis				1	1	1
Hongrie	3	1	2		1	3
Inde	4	9	7	13	14	6
Indonésie				1	2	1
Iran			1			9
Irlande	1					
Israël					1	
Italie					1	
Japon					2	1
Koweït		1				
Mexique		1	2	2	1	9
Myanmar				1		
Pakistan		1				
Pérou				2	1	5
Philippines						1
Pologne	1					
Roumanie		1				
Royaume-Uni	2					
Russie					5	13
Salvador			1			
Singapour			1			
Slovaquie					3	
Syrie				1		1
Taiwan				3	5	2
Thaïlande		11	13	8	5	1
Tunisie						2
Turquie			2	1	1	
Vénézuéla	1		1			
Vietnam				1	1	

Figure 15 : Evolution du recrutement par pays depuis 5 ans.

en vert les progressions, **en jaune** la Chine, **en rouge** les récessions.

3. Conclusions

Nous ne devons pas perdre de vue que l'objectif de notre Réseau « n+i » est la formation, en France, d'ingénieurs à vocation internationale tant français qu'étrangers. Dès lors, il convient de gérer la croissance des effectifs en respectant un certain nombre de conditions et en étant soutenu par les ministères de tutelle et les administrations.

Les conditions du développement

Parmi les conditions, qui doivent être satisfaites, listons :

1. **Le maintien de la qualité du recrutement** et ses corollaires (évaluation, motivation, promotion, orientation, développement des accords de coopération...). Nous avons entamé une très grosse opération relative à la mise en place d'une logistique permettant l'évaluation systématique des étudiants. Son développement est, nous semble-t-il, un aspect prioritaire de l'action des années à venir.
2. **Le maintien de la qualité de l'accueil** et de l'insertion des étudiant étrangers (accueil en France, suivi, assistance, encadrement, MNF, ST, etc...), c'est-à-dire le développement des moyens. L'accueil et l'aide à l'insertion des étudiants étrangers reste un élément essentiel du dispositif « n+i ». Nous avons fait une analyse critique des moyens mis en place, depuis 5 ans, ce qui va nous permettre d'améliorer les offres (MNF et ST) mais aussi de proposer d'autres programmes complémentaires (accueil décalé en avril et préparation délocalisée).
3. **L'analyse de la demande réelle du monde économique (entreprises et administrations)**. Cette demande du monde économique doit impérativement se traduire par leur participation beaucoup plus active à des fonds de bourses pour aider et recruter les meilleurs des étudiants pas forcément solvables. Le Réseau « n+i » fera prochainement une proposition de création d'un fond de bourse cofinancé par le public et le privé.
4. **La volonté des établissements** de développer l'accueil des étudiants étrangers et notamment par la structuration de leur service Relations Internationales. Les établissements, à l'exception de quelques uns déjà très impliqués, doivent beaucoup plus se mobiliser pour participer à la promotion du Réseau, à l'évaluation des candidats, pour augmenter leur capacité d'accueil et pour rechercher des financements (bourses d'entreprises ou de régions).
5. **La volonté des ministères et de l'administration** d'aider, en clarifiant, notamment la réglementation fiscale sur les bourses privées, le permis de séjour, le permis de travail et le logement étudiant (caution, parc de logement). Nous attendons des ministères et des administrations, qui nous invitent souvent à augmenter nos capacités d'accueil une aide plus tangible en matière de réglementation mais aussi en moyens. La création, par exemple, d'un poste spécifique de Directeur du Réseau (statut de Professeur des Universités) rattaché à un établissement (ex : ENSAM) aiderait à la pérennisation recherchée de la structure dirigeante.

Le « modèle n+i »

Depuis 5 ans, « n+i » s'est petit à petit imposé comme un modèle d'organisation pour la coopération universitaire.

1. Nous avons donc très volontiers participé à son « clonage », même partiel, pour d'autres thèmes comme les études de Droit (EduDroit), de Sciences, d'Arts, ou de Sciences Economiques. Nous avons transféré notre savoir faire en matière d'information, d'inscription et de recrutement « en ligne ».
2. Dans cette logique de clonage du Réseau « n+i » on peut étudier son application au niveau L qui proposeraient des licences professionnelles et/ou des formations délocalisées « offshore » de premier cycle (Licence ou Bachelor) qui seraient prolongées par des études au niveau M en France, via la Réseau « n+i » actuel.
3. Nous souhaitons, dans les années à venir, proposer à nos partenaires étrangers de les aider à créer un Réseau « n+i » chez eux. Cette organisation fédératrice, symétrique de la notre, permettrait l'accueil d'étudiants français (mais aussi étrangers étudiants des autres universités étrangères du Réseau « n+i ») avec cours de langue pendant l'été, puis période d'adaptation linguistique et culturelle.

Annexe 1

Conseil d'administration du Réseau « n+i »

Président

Mr Alain BRAVO **SUPELEC**
Directeur Général de l'Ecole Supérieure d'Electricité, Gif sur Yvette

Vice-Présidente

Mme Marie REYNIER, **ENSAM**
Directrice Générale de l'Ecole Nationale Supérieure d'Arts et Métiers, Paris

Secrétaire

Mr Jacques LACOSTE, **ENSCCF**
Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie de Clermont-Ferrand

Trésorier

Mr Jean-Claude GELIN, **ENSMM**
Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure de Mécanique et des Microtechniques, Besançon

Administrateurs

Mr Alain AYACHE, **ENSEEIH**
Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure d'Electrotechnique, d'Electronique, d'Informatique,
d'Hydraulique et des Télécommunications de Toulouse

Mr Louis CASTEX, **INSA Toulouse**
Directeur de l'Institut National des Sciences Appliquées, Toulouse,

Mr André CHOMETTE, **ENST Bretagne**
Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure des Télécommunications de Bretagne, Brest

Mr Claude FRAY, **ENSIL**
Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure d'Ingénieurs de Limoges

Mr Didier GABIN, **ST Microelectronics**
Group Vice President. Organization and Human Resources Development,

Mr Hervé LABORNE, **ESME-Sudria**
Directeur de l'Ecole Spéciale de Mécanique et d'Electricité Sudria, Paris

Mr Jean-Jacques MAILLARD, **SUPMECA**
Directeur de l'Institut Supérieur de Mécanique de Paris (SUPMECA)

Mr Gérard PIGNAULT **CPE Lyon**
Directeur de l'Ecole Nationale Supérieure de Chimie Physique Electronique de Lyon

Membre invité

Mr Gérard BINDER **Président d'EduFrance**

Annexe 6 : les programmes internationaux

ANNEXE 6

Les programmes internationaux

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Françoise Champion, Laurent Gillard, Pierre-Antoine Gioan, Mathilde Mallet Amaëlle Mayer, Bun-Tieng Ung, Louise Watts

Hormis les contrats de la Commission Européenne déjà signalés précédemment dans ce rapport, EduFrance a mené plusieurs actions sur financements internationaux par les agents du bureau d'EduFrance à Sophia Antipolis dont le rapport est ci-joint.

I. Principales activités réalisées au cours de l'année 2005

Au cours de l'année 2005, les activités principales suivantes ont été réalisées dans le cadre du bureau EduFrance Nice/Sophia Antipolis :

- suivi et développement de l'accueil de groupes spécifiques d'étudiants ;
- conception et suivi de projets d'implantation de filières de formation à l'étranger;
- études
- activités diverses.

1.1 Suivi et développement de l'accueil de groupes spécifiques d'étudiants

Dans le prolongement des actions engagées précédemment, l'accueil de groupes d'étudiants malaisiens a été poursuivi et amplifié. A cet effet, des accords ont été conclus avec deux institutions malaisiennes : le MARA (Majlis Amanah Rakyat) et JPA (Public Service Department of Malaysia).

i) *Les formations financées par le MARA*

Telle que définie initialement, la formation des groupes d'étudiants malaisiens prévoyait une intégration progressive dans les cursus normaux d'étudiants au fur et à mesure de l'avancement de la formation. Il était notamment prévu :

- une première année (DUT 1) avec un enseignement 100% spécifique ;
- une deuxième année (DUT 2) avec un enseignement 50% spécifique ;
- une troisième année (Licence) intégrée dans les groupes normaux.
- une quatrième et une cinquième année (Master) en fonction des possibilités de chaque étudiant.

Les résultats obtenus par les premières promotions étudiants ayant atteint la troisième année et intégrés à 100% dans les groupes normaux, ont révélé de réelles difficultés liées essentiellement à une maîtrise médiocre de la langue française.

Afin d'améliorer les résultats, deux types de mesures ont été prises :

- pour les étudiants actuellement en première et deuxième année, il a été envisagé la prolongation jusqu'en troisième année d'un traitement pédagogique spécifique (accompagnement, renforcement en français, tutorat, certains cours spécifiques, etc.). De ce traitement pédagogique spécifique résulte un meilleur taux de réussite au niveau de la licence professionnelle.

- pour les nouvelles promotions d'étudiants il a été mis en place un cycle préparatoire de 18 mois à l'Institut Franco-Malaisien (MFI) situé au sein de l'Université de Kuala-Lumpur. Cette formation permet une meilleure maîtrise de la langue française à l'arrivée des étudiants et des compétences accrues dans les disciplines scientifiques.

Prenant en compte ces nouvelles dispositions :

- une convention a été signée entre EduFrance et l'Université de Nice pour la réalisation de l'année de Licence GPI (Gestion de la Production Industrielle) pour un groupe de 13 étudiants, cette formation qui s'est achevée en juin 2005 a permis d'atteindre un taux de réussite de 100%.

- une convention cadre a été signée avec MARA, qui porte sur les 10 prochaines années. Cette convention cadre a été signée à l'occasion de la visite en France du Ministre malaisien du développement de l'entrepreneuriat. Elle fixe les principes d'organisation de l'accueil et de la formation des étudiants boursiers malaisiens envoyés par MARA en France.

Dans le cadre de cette convention, une promotion de 16 étudiants est arrivée en Avril 2005,, et après une période de 5 mois de formation en FLE a démarré en première année d'IUT (en partie en GTR à l'IUT de Nice et en partie en GMP à l'IUT d'Aix en Provence)

La programmation des futures promotions a été arrêtée comme suit :

- année 2006 (arrivée en avril 2006) : deux promotions de 11 étudiants (en GE II à l'IUT de Nice et en GMP à l'IUT d'Aix en Provence).
- Année 2007 (arrivée en avril 2007) une promotion de 15 étudiants (spécialité à définir)

ii) *Les formations financées par JPA*

Outre le MARA qui a financé les 5 premières promotions d'étudiants malaisiens, le JPA (Ministère de la Fonction Publique de Malaisie) nous a confié l'accueil de deux promotions d'étudiants. Ces étudiants suivent également le cycle préparatoire de 18 mois (pré-France) au MFI en Malaisie avant d'arriver en France. La programmation que nous avons arrêtée avec JPA est la suivante. La deuxième promotion de 11 étudiants JPA est arrivée en France en Avril 2005 et après une période de 5 mois de formation en FLE a démarré en première année d'IUT (en partie en GTR à l'IUT de Nice et en partie en GMP à l'IUT d'Aix en Provence).

1.2 L'implantation de filières de formations à l'étranger

L'expérimentation de différentes formules d'implantation de filières de formation à l'étranger, essentiellement en Malaisie a été poursuivie et amplifiée au cours de l'année 2005.

1.2.1 Les projets réalisés au cours de l'année 2005

i) *Le transfert de la filière IART (Informatique, Automatismes, Réseaux et Télécommunication) de l'Université de Nice de Nice à l'Université de Kuala-Lumpur.*

Le transfert de la filière IART de l'Université de Nice à l'Université de Kuala Lumpur s'est poursuivi au cours de l'année (mise en place de la 3^{ème} année de formation). Trois promotions d'étudiants malaisiens se sont engagées dans cette filière. Des missions d'audit régulier ont été réalisées pour évaluer le processus de transfert et apporter les correctifs nécessaires. Des aménagements à la convention initiale ont été réalisés portant sur les conditions de poursuite des études à l'Université de Nice (précision du niveau de langue française exigé). La première promotion a été diplômée en août 2005 et est titulaire d'un diplôme de l'Université de Nice (DU IART). Une délégation de l'Université de Nice et d'EduFrance a assisté à la remise des diplômes de cette première promotion à Kuala Lumpur en août 2005.

ii) *Le transfert de la filière Licence GMP de l'IUT d'Aix à UNIKL-MFI*

La partie malaisienne a souhaité revoir la méthodologie de transfert par rapport à celle mise en place avec l'IUT de Nice. Différents scénarios ont été étudiés avec l'équipe de l'IUT d'Aix prenant en compte les constats réalisés pour le transfert de la filière IART de l'IUT de Nice. La co-diplomation ne constitue plus une priorité du MFI depuis son intégration dans UNIKL, ce qui modifie profondément la nature de ce transfert. Différents scénarios ont été élaborés avec les équipes pédagogiques de l'IUT d'Aix et présentés à la partie malaisienne. La réponse est attendue.

iii) *L'implantation d'un master en informatique (traitement du signal et de l'image) à l'Université de Kuala-Lumpur (UNIKL)*

Un projet d'implantation d'un Master Recherche (spécialisation en traitement du signal et de l'image) à l'Université de Kuala Lumpur été préparé avec l'Université de La Rochelle. Une convention a été élaborée qui a été signée au cours du premier trimestre 2005.

iv) *L'implantation du Master spécialité « information élaborée : veille technologique et intelligence compétitive » (niveau BAC+5) au sein de l'Université Widyatama en Indonésie.*

Une convention pour l'implantation de ce Master de l'Université Paul Cézanne de Marseille a été élaborée en mai 2005 et transmis pour signature à l'Université de Widyatama en Indonésie. Le démarrage de cette formation devrait avoir lieu à partir de la rentrée 2005-2006.

Un certain nombre de projets sont en cours de discussion pour une réalisation au cours de l'année 2006. Il s'agit notamment :

i) de l'implantation en Malaisie de plusieurs filières (Bachelor et Master) dans le domaine de la construction navale. Le projet a été défini avec comme partenaire français l'EGIM de Marseille (qui fait partie du réseau des Ecoles Centrales) et l'Université de Kuala Lumpur comme partenaire

Malaisien. Une convention a été rédigée en collaboration avec les responsables de l'EGIM et signée au cours de la visite du Ministre Malaisien du développement de l'entrepreneuriat en janvier 2006.

1.2.3 Le dispositif mis en place pour une extension des projets d'implantation en Asie du Sud Est.

A partir de l'expérience menée par le Bureau de Nice Sophia Antipolis essentiellement en Malaisie, il a été décidé d'élargir l'expérience à d'autres pays en vue d'apporter un soutien aux établissements d'enseignement supérieur qui désirent implanter des filières de formation dans cette région. Les pays ciblés sont les suivants :

- Malaisie
- Thaïlande
- Indonésie
- Singapour
- Philippines
- Corée

A cet effet nous avons conclu une convention avec l'Université de la Rochelle qui dispose d'un enseignant détaché dans la région. Par cette convention, EduFrance et l'Université de la Rochelle s'accordent pour conjuguer leurs efforts et valoriser l'expérience acquise en commun en vue d'apporter une assistance aux structures d'enseignement supérieur françaises intéressées par l'implantation de filières de formation dans les pays de l'Asie du Sud Est.

Le dispositif mis ainsi en place à partir de mai 2005, devra notamment permettre de réaliser les missions suivantes :

- prospection auprès des universités des pays concernés ;
- identification des partenaires français potentiels ;
- évaluation de la faisabilité de la demande et de l'offre sur les plans techniques ; pédagogiques, humains et financiers aide à la formulation du projet ;
- aide à la rédaction de la convention pour la mise en œuvre du projet (sur les plans techniques, juridique et financier) ;
- promotion de la formation ;
- suivi de la réalisation de la convention.

Une évaluation de cette expérience devra toutefois être réalisée avant de décider de sa prolongation.

1.3 Etudes

1.3.1 Formulation d'une politique de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche pour le Mali

A la demande de la communauté des PTF (Partenaires Techniques et Financiers) du Mali nous avons réalisé au cours du premier trimestre de l'année 2005-2006 une étude sur la définition d'une politique à moyen terme de l'enseignement supérieur et de la recherche scientifique pour le Mali. Cette étude a donné lieu à un séminaire de restitution présidé par le Ministre de l'Education Nationale du Mali. Le rapport final a permis d'élaborer la lettre de politique du secteur, constituant l'engagement du Mali auprès de la communauté des bailleurs de fonds dans le cadre d'un nouveau programme d'investissement du secteur de l'éducation pour la période 2006-2009.

Suite à cette étude, nous avons réalisé un modèle de programmation permettant de simuler les évolutions du dispositif d'enseignement supérieur et de programmer, en fonction des réformes introduites, les moyens nécessaires (budget d'investissement et de fonctionnement, enseignants, aides sociales aux étudiants, etc...). Les principaux cadres de l'administration malienne ont été formés à l'utilisation de ce modèle de programmation.

1.4 Convention et projets de convention rédigés au cours de l'année 2005

1- Accueil d'étudiants

- Convention cadre EDUFRANCE/MARA portant sur l'accueil d'étudiants Malaisiens en France pour la période 2005-2015 (signée en décembre 2004)
- Avenant n° 1 pour l'accueil d'un groupe de 16 étudiants dans le cadre de cette convention (mars 2005) ;
- Proposition n° 2 EDUFRANCE /JPA pour l'accueil d'un groupe de 11 étudiants (mars 2005)
- Convention cadre EDUFRANCE/ Université de Nice Sophia Antipolis pour l'accueil de groupes d'étudiants Malaisiens pour la période 2005 –2010
- Avenant n° 1 pour l'accueil d'un groupe de 14 étudiants à l'IUT de Nice (GTR) à partir de septembre 2005 ;
- Convention EDUFRANCE / Alliance française de Nice pour la formation en FLE d'un groupe de 14 étudiants Malaisiens d'Avril 2005 à Septembre 2005 ;
- Convention EDUFRANCE/ Université de la Méditerranée pour l'accueil de groupes d'étudiants Malaisiens pour la période 2005 –2010
- Avenant n° 1 pour l'accueil d'un groupe de 13 étudiants à l'IUT d'Aix en Provence à partir de septembre 2005 ;
- Convention EDUFRANCE/ Université Paul Cézane pour la formation en FLE d'un groupe de 13 étudiants malaisiens d'Avril 2005 à Septembre 2005 ;
- Convention EDUFRANCE/ADREU (Université Paul Cézane) pour l'encadrement/hébergement de 13 étudiants malaisiens (Avril-Septembre 2005)
- Convention EDUFRANCE /CROUS de Nice-Toulon pour l'hébergement de 30 étudiants malaisiens.

2- Implantation de filières

- Convention Open University de Malaisie (OUM)/ Université Aix Marseille III / EduFrance, pour l'implantation du Master Veille technologique et intelligence compétitive au sein de OUM ;
- Convention Open University de Malaisie (OUM)/ Université de la Rochelle / EduFrance, pour l'implantation du Master Compétence complémentaires en Informatique au sein de OUM ;
- Convention Université de Kuala Lumpur (UNIKL)/ Université de la Rochelle / EduFrance, pour l'implantation du Master Recherche Informatique (traitement du signal et de l'image) au sein de UNIKL ;
- Convention EduFrance/ Université de la Rochelle pour la mise à disposition d'un enseignant dans le cadre du développement des activités d'implantation de filières dans la région d'Asie du Sud Est ;

- Convention Université Widyatama (Indonésie)/ Université Aix Marseille III / EduFrance, pour l'implantation du Master spécialité Information Elaborée , veille technologique et intelligence compétitive ;
- Projet de Convention entre l'Université de Kuala Lumpur/Université d'Aix Marseille III/ EduFrance pour l'implantation d'une filière Licence Professionnelle en Génie Mécanique ;
- Projet d'accord (MOU) entre l'Université de Kuala Lumpur/ EGIM de Marseille et EduFrance pour l'implantation de plusieurs filières de niveau Bachelor et Master dans le domaine de la construction navale.

Annexe 7 : les études et notes EduFrance

ANNEXE 7

Les études et les notes EduFrance

Composition de l'équipe EduFrance concernée :

Etienne Cazin, Vincent Stanek, Muriel Thébaud, Claude Torrecilla

Etudes et notes EduFrance

I. Les notes EduFrance

Depuis septembre 2005, l'Agence fait paraître une nouvelle série : les « Notes d'EduFrance ». Il s'agit d'études de fond portant sur des sujets intéressant directement l'Agence. Cette série matérialise, à intervalle régulier, l'activité de veille désormais assurée par l'Agence sur les sujets de l'enseignement supérieur et de la compétition académique internationale. Il s'agit ainsi de mieux cerner les enjeux globaux constituant le contexte international où évolue l'Agence, mais aussi de réaliser des études de « benchmarking », précisant l'activité de nos principaux concurrents.

Note 1 : *Les procédures de candidature d'un étudiant étranger dans les universités françaises : un parcours parfois difficile* (septembre 2005).

Note 2 : *Les Agence de promotion de l'enseignement supérieur : comparaison entre trois pays européens* (novembre 2005).

En 2006, a déjà été réalisée, au titre des Notes, une « Enquête sur les services des relations internationales » des universités françaises (mars 2006). Ce travail a été rendu possible grâce à un questionnaire, transmis par la CPU aux universités, et dont les résultats ont été dépouillés et traités par EduFrance.

En avril 2006 paraîtra une enquête sur la perception de l'offre académique de la France par la postes diplomatiques européens (enquête lancée par l'intermédiaire du MAE).

Suivront une note sur les délocalisations des diplômés, et sur les doctorants étrangers.

II. Etude sur le dispositif d'accueil des étudiants étrangers

Projet pilote en région PACA

Rappel Année universitaire 2004/2005 :

Avec le soutien de la Région Provence-Alpes-Côte d'Azur, le CROUS d'Aix-Marseille et EduFrance se sont engagés à coopérer afin de mener une étude sur l'amélioration de l'accueil des

étudiants internationaux de l'académie d'Aix-Marseille et des mesures d'accompagnement de ces étudiants dans leur vie universitaire. Cette étude a été réalisée avec la collaboration des trois universités de l'académie et du Rectorat.

L'étude fait le point sur les données statistiques issues de l'enquête Sise du ministère avant de se recentrer sur la problématique spécifique d'Aix-Marseille. Elle met en avant quelques actions menées en France dans le domaine de la vie étudiante afin d'en dégager des perspectives de solutions et d'amélioration applicables sur l'académie.

Pour ce faire, des renseignements ont été pris dans plusieurs académies, sur les campus universitaires, auprès des services de Relations Internationales ou de la Vie Etudiante, dans les CROUS, les Pôles Universitaires Européens, auprès des associations d'étudiants étrangers, les collectivités territoriales, etc...

Année universitaire 2005/2006 :

Le CROUS d'Aix-Marseille et EduFrance (Muriel Thébaud) poursuivent leur collaboration pour le développement du dispositif d'accueil des étudiants étrangers de l'académie en liaison avec tous les organismes concernés et notamment ceux oeuvrant déjà sur le dossier de l'accueil des étudiants étrangers.

ACTIONS MENEES

- Coordination des dispositifs destinés aux étudiants étrangers

- Suivi des étudiants relais : accompagnement, conseil, rapports
- Suivi des cellules accueil logement étudiants étrangers (visites de soutien, conseils et bilan)
- Mise en place et suivi de l'opération « inviter un étudiant étranger à déjeuner »
- Montages financiers des actions financées par le Conseil Régional

- Etudes et analyses statistiques

- Toutes statistiques sur les étudiants étrangers logés au CROUS (en lien avec les bureaux d'Aix, d'Avignon et Marseille) : nationalité, niveau d'études, établissement...
- Recensement des étudiants étrangers inscrits dans l'académie.
- Toutes missions d'études sur les étudiants étrangers à la demande du directeur du CROUS

- Développement des dispositifs existants

- Propositions et perspectives de développement
- Mise en réseau, à titre expérimental, du service logement du CROUS avec les espaces EduFrance à l'étranger pour une information en amont
- Etude sur la mise en place d'un guichet unique à Avignon

III. Le rapport du groupe de travail Europe

Dans une note au Secrétaire Général du Ministère des Affaires étrangères, en date du 15 juillet 2005, la Direction de la coopération internationale et du développement a défini un certain nombre d'actions contribuant à la stratégie d'influence française dans l'Union européenne.

Le premier point de cette contribution recommande le « renforcement en Europe de l'attractivité de l'enseignement supérieur français ».

Afin d'élaborer cette stratégie, EduFrance a proposé au MAE qui l'a accepté de constituer un groupe de travail composé des représentants des établissements d'enseignement supérieur français (CPU, CEDEFI, CGE) et de l'Agence Socrates-Leonardo. Le MAE et le MEN ont accepté d'y envoyer des observateurs.

EduFrance souhaitait en effet que la réflexion sur la stratégie européenne s'articule au mieux avec les stratégies des établissements et de ses partenaires, poursuivant ainsi une orientation majeure de sa politique de promotion.

Le groupe de travail s'est réuni une première fois le 20 décembre 2005, puis tous les mois jusqu'à la fin du mois de mars, sous la présidence de Gérard Binder, Président d'EduFrance.

Pour chaque réunion, un certains nombres de thèmes de réflexion ont été définis, et les discussions ont pu se développer sur la base de documents de synthèses réalisés par EduFrance.

1^{ère} réunion : exposé des statistiques des flux étudiants en Europe ; rang de la France ; profil des étudiants étrangers inscrits en France.

Pour 2006 :

2^{ème} réunion : exposé de l'action européenne des agences concurrentes (British Council, DAAD) ; étendue du réseau français.

3^{ème} réunion : analyse des télégrammes diplomatiques reçus ; statistiques des lycées français à l'étranger ; les bourses.

A l'issue de chaque réunion, un compte rendu des travaux a été adressé aux membres du groupe, ainsi qu'un exemplaire des exposés réalisés.

Ce rapport se nourrit de l'activité d'étude et d'analyse développée par EduFrance. Sa date de remise définitive est prévue pour le début du mois d'avril.

Il se compose de deux grandes parties.

La première partie constitue un « état des lieux » : on y trouvera

- les statistiques d'inscriptions d'étudiants européens en France,
- une analyse de l'action en Europe de nos concurrents, le British Council et le DAAD ;
- l'analyse des réponses des postes diplomatiques européens à l'enquête lancée par EduFrance ; elle met particulièrement en lumière les facteurs d'attractivité de la France, ses déficiences et les pistes d'action possibles ;
- un « état des lieux » du dispositif français en Europe.

La dernière partie détaille pour finir les propositions avancées par le groupe de travail en vue de la stratégie européenne.

Pour la constitution du rapport, l'activité d'étude et d'analyse d'EduFrance s'est révélée essentielle, puisqu'elle a permis de poser les jalons de la réflexion, de dresser des bilans, et d'orienter de façon décisive l'analyse.

Les procédures de candidature d'un étudiant étranger dans les universités françaises : un parcours parfois difficile

L'Agence EduFrance, comme ses homologues (britannique du British Council ou allemand du DAAD), a étudié la demande des étudiants étrangers et leur processus de choix de l'établissement d'enseignement supérieur dans lequel ils vont étudier.

Après avoir choisi un pays, l'étudiant recherche la formation qui lui convient puis fait acte de candidature. Des difficultés, à ce stade d'accès à l'information sur les formations ou dans l'acte de procédure de candidature, peuvent être dissuasives et engager l'étudiant à rechercher un autre établissement ou un autre pays.

Pour apprécier cette phase du parcours de l'étudiant étranger qui souhaite candidater en France, EduFrance a réalisé une analyse de ce parcours grâce aux informations données par ses Espaces et une revue des sites internet des universités sous l'angle de la candidature d'un étudiant étranger.

partie 1

Le parcours de candidature d'un étudiant étranger dans une université française : parcours du combattant ?

Les bureaux de l'Agence EduFrance à l'étranger (les Espaces EduFrance) aident chaque année des milliers d'étudiants à s'informer et à faire acte de candidature dans les établissements d'enseignement supérieur français. Ils sont en mesure d'apprécier au quotidien les difficultés rencontrées par ces étudiants.

Les responsables de 30 de ces Espaces (sur 76) ont répondu à un questionnaire sur les principales difficultés rencontrées par les étudiants dans leur démarche d'accès à l'université.

Cette note est une brève analyse des réponses à ce questionnaire. On y

constate que les difficultés sont encore très nombreuses et le parcours peu attractif par rapport à ceux proposés par les universités étrangères.

La recherche d'information depuis l'étranger

Si la procédure de pré-inscription en 1^{er} cycle semble satisfaisante (données uniques, disponibles dans les ambassades), il en va autrement pour une candidature en 2^e et 3^e cycles. En effet, se porter candidat en 2^e et 3^e cycles semble relever du « parcours du combattant » et les multiples procédures peuvent être de nature à décourager l'étudiant étranger le plus motivé.

La complexité du dispositif d'information est indéniable au sein des universités : plusieurs interlocuteurs différents étant appelés à intervenir sans réelle coordination.

Le caractère tardif des réponses faites aux étudiants, voire l'absence totale de

réponse, est souvent évoqué (par les Espaces du Brésil, Turquie, Mexique, Chili, Bulgarie, Chine, Equateur, Chili).

Certains Espaces soulignent la difficulté de se procurer les dossiers de candidatures et d'obtenir des réponses sur les pré-requis d'admission, les équivalences, le niveau des contenus des cours, les tarifs de formation (Vietnam, Chili).

L'information disponible sur les sites internet des établissements (voir aussi partie 2)

Les sites internet des universités sont parfois peu actualisés dans leurs programmes, leurs contenus académiques, etc. (Argentine, Bulgarie, Mexique, Pérou, Hong Kong).

Ils sont, dans la plupart des cas, trop peu adaptés à un public étranger et aux standards internationaux :

- ◆ version anglaise encore rare et version espagnole quasi inexistante (Pérou) ;
- ◆ peu ou pas de dossiers d'inscriptions téléchargeables. Lorsqu'ils sont télé-

chargeables, ils ne sont pas adaptés au public étranger : manque de place pour le nom de famille, pour l'adresse, format de n° de téléphone à 10 chiffres rare à l'étranger (*Thaïlande, Mexique, Chine, Inde*) ;

- ◆ échec trop courant de la saisie en ligne : champ « code postal » impossible à renseigner dans certains pays (*Equateur, Inde*) ;
- ◆ trop de sigles (U.F.R. par exemple) incompréhensibles pour l'étudiant étranger et pas d'explication sur la définition des grades (*Mexique, Inde*). Certains regrettent que les sites internet des établissements français ne soient pas conçus à la manière anglo-saxonne, souvent citée comme référence ;
- ◆ difficulté à s'orienter dans les sites pour trouver la liste des formations et programmes d'études (*Mexique, Pérou, Hong Kong*) ;
- ◆ pas d'information relative aux dates d'examens.

La constitution du dossier

Plusieurs étapes de la procédure ont un caractère dissuasif pour nombre d'étudiants étrangers :

- ◆ les enveloppes réponses autocollantes n'existent pas dans bon nombre de pays. La nécessité de timbrer ces enveloppes (timbres français) est inadaptée (*Turquie, Pérou, Vietnam, Mexique*) ;
- ◆ l'envoi d'argent ou le paiement par chèque en euros peut s'avérer compliqué pour certains étudiants (*Brésil*) ;
- ◆ le transfert d'argent n'est pas accepté par la plupart des établissements (*Mexique*) ;
- ◆ les universités ne fournissent pas d'accusé de réception et n'indiquent que très rarement la date limite pour la réponse.

Entretiens préalables

Nombre d'Espaces soulignent la difficulté à faire venir les étudiants pour des entretiens en France (*Brésil, Chili*).

Certains évoquent d'ailleurs la nécessité de développer un système de rendez-vous téléphoniques destinés à l'admission des candidats (*Argentine*).

D'autres souhaiteraient plus de flexibilité de la part des établissements dans le cadre des entretiens de

3^e cycle et suggèrent également la mise en place d'entretiens téléphoniques en présence d'un représentant d'EduFrance ou du Consulat (*Vietnam*).

Reconnaissance des diplômes

L'absence d'équivalence réglementaire entre les diplômes étrangers et les diplômes français est mal ressentie notamment sur deux points :

- ◆ admission à un niveau inférieur à celui auquel l'étudiant a postulé (*Brésil, Corée*) ;
- ◆ reconnaissance difficile des acquis académiques et professionnels pour les étudiants souhaitant s'inscrire en thèse (*Vietnam*).

Les délais de réponse

Les délais de réponse et le suivi de la candidature sont jugés beaucoup trop longs et sont de nature à affecter la procédure de demande de visa ainsi que la recherche d'un logement. Les étudiants n'ont bien souvent qu'à peine un mois pour préparer leur départ.

Certains regrettent la difficulté à trouver des interlocuteurs disponibles dans les universités pour un suivi de dossier optimal. Ils regrettent de ne pouvoir disposer d'une adresse e-mail ou d'un numéro de téléphone de la personne ressource au sein de l'établissement. À noter que le suivi est plus facile dans les grandes écoles (*Turquie*).

L'attribution des bourses

Il existe dans certains pays d'Amérique du Sud une inadéquation entre les dates de candidature aux bourses des ambassades et le calendrier universitaire français :

- ◆ difficulté liée à l'obtention d'une lettre de pré-acceptation de l'université pour postuler aux programmes de bourses (*Brésil - Sao Paulo*) ;
- ◆ l'absence de réponses des établissements aux candidats est une des causes de la non-augmentation du nombre de bourses, notamment du Programme Alban (*Argentine*) ;
- ◆ dates de postulation aux bourses d'ambassade (novembre) : difficulté d'obtenir des pré-acceptations à cette date-là (*Chili*).



L'accès à l'information et à la candidature via les sites internet des universités

Une orientation nationale « en ligne » est une première étape indispensable. Nos concurrents l'ont mise en œuvre et EduFrance, qui a mené des projets sectoriels de ce type (sciences de l'ingénieur avec n+i, EduDroit), s'y est lancé en 2005. Cette orientation conduit toujours sur les sites des universités qui sont souveraines pour l'examen des candidatures.

La présente analyse a consisté à rechercher à travers 89 sites internet d'universités la présence ou l'absence des fonctionnalités les plus attractives pour un étudiant étranger.

Un agent EduFrance, familier de l'aide aux étudiants étrangers pour ces parcours, a ainsi examiné ces sites ; les résultats de cet examen sont précisés ci-dessous.

Ce même agent avait adopté en 2000 une démarche analogue sans cependant la concrétiser par un document chiffré. Il a pu ainsi constater que la situation des sites avait bien évolué depuis quatre ans dans le sens d'une ouverture à l'international.

C'est ainsi que la plupart des sites étudiés disposent désormais d'une « entrée internationale ». Pour autant, la possibilité d'obtenir une interface en langue anglaise (ou dans une autre langue) pour tout ou partie du site, reste rare.

Présence d'une rubrique « relations internationales » ou « étudiants étrangers » sur la page d'accueil

C'est le cas dans 80 universités (soit 90% des cas). On trouve généralement dans la rubrique « relations internationales » une présentation du service, les programmes d'échanges et les accords avec les universités étrangères, plus rarement un guide traduit en plusieurs langues à destination des étudiants étrangers hors échange et, exceptionnellement, des informations sur la procédure de demande d'inscription préalable.

Interface en anglais

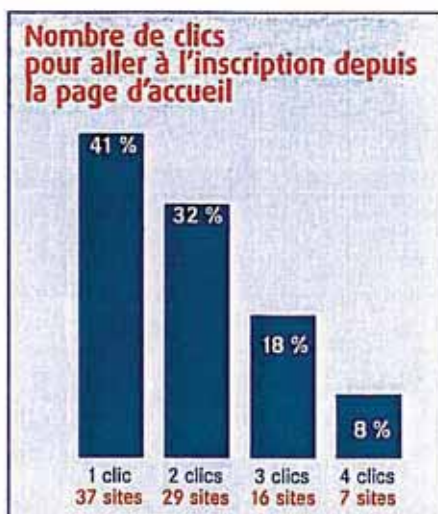
Sur les 89 sites internet visités, 28 disposent d'une version partiellement traduite en anglais (soit 31%).

Mais, le plus souvent, seule la page d'accueil est traduite en anglais. Si d'autres rubriques sont également en anglais, la description des formations n'est que très rarement disponible dans cette langue.

Parmi les progrès réalisés par les serveurs d'universités, il convient de souligner la présence de plus en plus courante d'un « guide de l'étudiant » qui fait l'objet d'une traduction multilingue anglais-allemand-espagnol.

Site disponible en 3 langues

Sur les 89 sites étudiés, 11 disposent d'un site internet partiellement traduit en 3 langues, le plus souvent en espagnol mais également en allemand et plus rarement en italien et en chinois (soit 12% des sites visités).



Formulaire d'inscription téléchargeable

37 sites disposent d'un formulaire d'inscription téléchargeable, soit 42%. 51 sites ne disposent pas de cette fonctionnalité, soit 58%.

Pour 8 d'entre eux, le dossier est téléchargeable pour certaines filières seulement.

Pour 9 autres sites où cette fonctionnalité existe, le téléchargement est impossible en dehors de la période d'inscription.

Si l'on tient compte du fait qu'il faut une année à l'étudiant étranger pour préparer son séjour d'études en France, il serait souhaitable que ces derniers puissent consulter le formulaire d'inscription à titre purement informatif.

Enfin, si le formulaire d'inscription est téléchargeable sur certains sites (16 sites relevés), les étudiants étrangers restent des cas isolés pour lesquels les demandes doivent se faire par écrit, auprès des différents services des universités.

Inscription en ligne pour les étudiants étrangers

12 sites sur 89 disposent d'un service d'inscription en ligne accessible aux étudiants étrangers, soit près de 14%. On note cependant une inadéquation entre le formulaire d'inscription et les standards internationaux (ex : saisie du code postal obligatoire pour la prise en compte du formulaire).

Les informations spécifiques dédiées aux étudiants étrangers

Les étudiants étrangers se répartissent en trois grandes catégories :

◆ les étudiants étrangers relevant de la coopération internationale de l'Etat ;

◆ les étudiants étrangers relevant de la coopération internationale des universités (étudiants en mobilité dans le cadre du programme Erasmus ou de conventions conclues entre universités) ;

◆ les étudiants étrangers « individuels ». On constate en visitant les sites internet des universités que c'est cette dernière catégorie d'étudiants à laquelle on semble accorder le moins d'attention, si l'on en juge par l'information disponible. C'est pourtant cette catégorie qui représente plus de 80 % des étudiants en mobilité internationale.

Description des formations

◆ Seuls 2 sites ne disposent pas d'une description de leur formation ;

◆ 18 sites ne proposent pas de description détaillée des enseignements mais d'une énumération des diplômes proposés ;

◆ 10 sites ne proposent de description détaillée que pour certaines formations.

En anglais

Seuls 8 sites sur 89 (soit 9%) décrivent leur offre de formation en anglais.

Impression globale

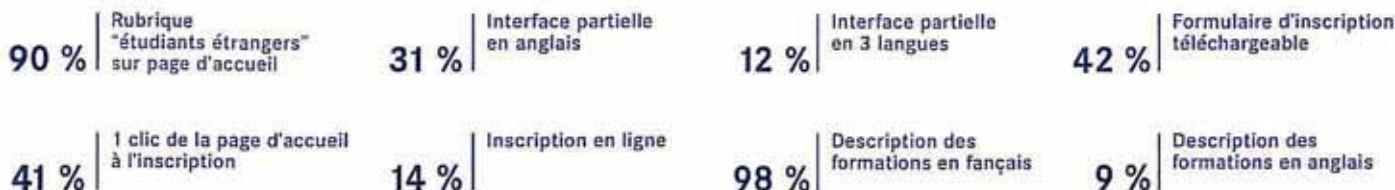
◆ 4 sites se distinguent par leur clarté et leur volonté visible de s'ouvrir aux étudiants étrangers :

- l'université d'Avignon
- l'université de Montpellier 3
- l'université de Strasbourg 1
- l'université de Strasbourg 2

◆ 44 sites donnent une bonne impression globale (soit près de 50% des sites visités).

chiffres clés

Analyse de 89 sites internet d'universités françaises



focus**Un exemple d'aide au marketing: le CEMIS (China Education Market Intelligence Service)**

<http://cemis.britishcouncil.org/cemis/cemismain.asp>

Cet organisme, dépendant du British Council, offre à ses clients un outil d'analyse du marché chinois, affiné selon les différentes régions. Les analyses proposées aux membres détaillent la structure du système éducatif chinois, le classement des universités, les statistiques des visas, le profil des consommateurs, etc. Le site, outre les services payants, propose un ensemble de dépêches ciblées.

partout dans le monde. Pour les trois premiers mois de 2006, 11 grands salons sont prévus : Kenya, Ouganda, Thaïlande, Corée, Mexique, Chine, etc. La participation à ces salons coûte cher : environ 2000£ (soit 2959 euros) par ville pour les établissements membres, et le double pour les autres. C'est environ quatre fois plus que ce que demande l'Agence EduFrance pour les salons qu'elle organise.

Aide au marketing

Le British Council, outre sa fonction de prestataire de services aux universités pour l'organisation des salons, assure aussi celle d'organisme de conseil stratégique. L'offre d'aide au marketing est déclinée selon les pays. Aux universités souhaitant s'implanter dans un pays ou se positionner sur un marché, il propose un ensemble de services d'analyse sociologique, politique, démographique, leur permettant d'affiner leurs stratégies d'implantations à l'étranger, de calibrer l'offre au marché d'un pays, etc. Autant d'outils qui s'inspirent de ceux des cabinets de conseil d'entreprise.

Suivant la démarche britannique, l'Allemagne s'est elle aussi lancée dans les services de conseil au marketing universitaire. Sur le site de Gate-Germany, on trouve ainsi, outre une newsletter consacrée à la promotion, une offre de services marketing payants, qui vont de la mise à disposition d'espace publicitaire à la communication de documents ciblés,

en passant par l'audition des candidats potentiels.

De son côté, EduFrance s'efforce d'apporter son expertise aux universités, par des "fiches pays" exposant les spécificités des systèmes académiques étrangers (www.edufrance.net/adm/xadm-pays.htm) et par des réunions préparatoires aux salons permettant aux établissements d'affiner leurs présentations. En outre, le réseau mondial des correspondants d'EduFrance constitue une source d'information précieuse sur les demandes de formation dans les différents pays, sur la perception de la France, etc. Grâce à ce réseau, EduFrance dispose actuellement d'un programme centralisé de collecte de l'information sur les profils des étudiants qui permet d'avoir une meilleure idée des opportunités que peuvent saisir les établissements d'enseignement supérieur français (<https://extranet.edufrance.fr/edurapports/public/>).

Vincent Stanek

Chargé d'Etudes - Agence EduFrance - Novembre 2005

Glossaire

AFAA	Association française pour l'action artistique
AFD	Agence française de développement
CCF	Centres culturels français
CIEP	Centre international d'études pédagogiques
CNOUS	Centre national des œuvres universitaires et scolaires
DAAD	Deutscher Akademischer Austausch Dienst (Office allemand d'échanges universitaires)
Egide	Centre français pour l'accueil et les échanges internationaux
GTZ	Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (Etablissement allemand pour la coopération technique)
SFERE	Société française d'exportation des ressources éducatives

En bref

Malgré un contexte économique très différent, le Royaume-Uni et l'Allemagne ont choisi une stratégie de regroupement des activités en matière de promotion de l'enseignement supérieur, adossée à des budgets importants. Ainsi, ils se sont dotés vis-à-vis des étudiants étrangers d'une image cohérente et ont créé un interlocuteur unique pour les candidats aux études supérieures. Ces éléments d'analyse de la "concurrence étrangère" n'ont pas pour but de désigner un modèle pour la France, qui a dans ce domaine une histoire et une culture spécifiques. Mais ils peuvent néanmoins alimenter la réflexion en cours sur les synergies possibles entre les institutions françaises concernées.

Directeur de la publication : Thierry Audric
Responsable de la rédaction : Claude Torrecilla (claudio.torrecilla@edufrance.fr)
 Cette note, rédigée par Vincent Stanek, a bénéficié des contributions de :
 Thierry Audric, Etienne Cazin, Laurent Gillard, Béatrice Khaïat,
 Jean-Kely Paulhan, Philippe Racineux et Louise Watts.
Réalisation, impression : Agence Algoma
Diffusion : Agence Huitième Jour

Agence EduFrance - Groupement d'intérêt public
 approuvé par avis publié au JO du 20/10/2002
 79, avenue Denfert-Rochereau - 75014 Paris
 Tél. : 01 53 63 35 00

lesnotes
 n° 2 - novembre 2005 | d'EDUFRANCE



Les agences de promotion de l'enseignement supérieur : comparaison entre trois pays européens

L'Allemagne, le Royaume-Uni et la France sont des acteurs majeurs dans la compétition académique mondiale. Ils sont dotés chacun d'une structure chargée de la promotion de l'enseignement supérieur : le DAAD (*Deutscher Akademischer Austausch Dienst*), le British Council, EduFrance (créés respectivement en 1925, 1934 et 1998). Ces trois pays, les plus peuplés d'Europe, sont aussi ceux où s'inscrivent le plus d'étudiants étrangers, derrière les Etats-Unis.

Le Royaume-Uni comptait, dans l'année universitaire 2003-2004, 300 055 étudiants étrangers non résidents (c'est-à-dire venus dans le pays pour poursuivre leurs études). Arrivant assez loin derrière le Royaume-Uni, l'Allemagne et la France affichent des effectifs assez similaires. Le tableau ci-contre reprend les chiffres donnés dans les Hors-Série n°3 et n°5 de la Lettre d'EduFrance.

chiffres clés

TOTAL ÉTUDIANTS ÉTRANGERS DONT NON RÉSIDENTS	FRANCE	ALLEMAGNE	ROYAUME-UNI
2002/2003	221 567	227 026	NC
dont non résidents	(est.) 152 881	163 213	275 270
2003/2004	245 268	246 136	NC
dont non résidents	(est.) 176 838	180 306	300 055

partie 7

Des structures très différentes

La lecture du tableau ci-dessous permet de constater que le British Council couvre un très large spec-

tre d'activités. Outre la promotion de l'enseignement supérieur proprement dit, il gère les activités artistiques (concerts, expositions), linguistiques (des cours de langue fort rentables), la promotion de la coopération relative aux droits de

l'homme et à la bonne gouvernance, les programmes de bourses.

Le DAAD regroupe également de nombreuses fonctions, dont la gestion de l'important réseau des lecteurs, qui ont une fonction académique au sein des universités

	Projets de développement	Cours de langue	Action artistique	Mobilité Union Européenne	Assistants et/ou lecteurs	Bourses	Promotion du supérieur	Information et orientation en ligne	Candidature en ligne
ROYAUME-UNI	BRITISH COUNCIL								Universités
ALLEMAGNE	GTZ				DAAD		avec universités		
FRANCE	AFD	Alliances françaises, Instituts	AFAA CCF Alliances françaises	Agence Socrates-Leonardo	CIEP	Egide CNOUS SFERE	EDUFRANCE		avec universités

étrangères, mais peuvent aussi être mobilisés pour des activités de promotion des études.

Comparé au modèle anglais, le dispositif français apparaît donc morcelé, ce qui ne facilite pas sa visibilité depuis l'étranger. Le British Council est, à l'inverse, l'interlocuteur unique pour quiconque veut s'informer sur la culture ou les études au Royaume-Uni. C'est donc lui qui gère l'ensemble des opérations que l'étudiant étranger doit effectuer quand il veut s'inscrire : l'information sur le pays et sa culture, sur les études possibles, sur les procédures d'admission, l'obtention d'une bourse, les cours de langue, etc.

Autre différence notable, le British Council et le DAAD gèrent la mobilité entrante et sortante des étudiants, alors que l'Agence EduFrance ne s'occupe que de la mobilité entrante.

Ressources humaines et financières

Le DAAD et le British Council disposent de ressources humaines importantes.

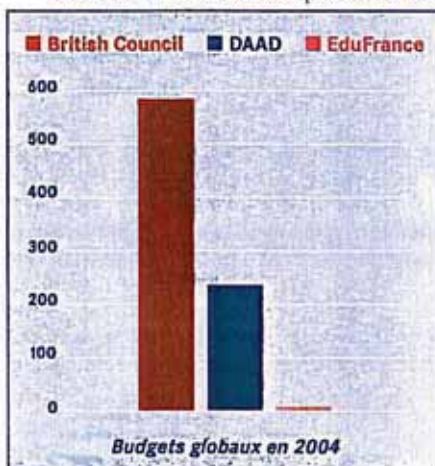
Le British Council emploie plus de 1325 personnes (permanents et temporaires), un peu plus que le DAAD (1207), dont les effectifs comprennent plus de 410 lecteurs à l'étranger. Ces chiffres sont à comparer avec les 125 personnes qui, en France et à l'étranger, relèvent d'EduFrance.

Le British Council est aujourd'hui présent dans 110 pays, et possède d'importants bureaux dans les pays qu'il considère comme stratégiques. Le DAAD possède une quinzaine de

sièges à l'étranger et 46 centres d'information, et peut étendre ses actions grâce au réseau des lecteurs. Quant à l'Agence EduFrance, elle est présente dans 45 pays, avec 75 espaces, où travaille en général une seule personne par implantation.

Budgets globaux et spécifiques

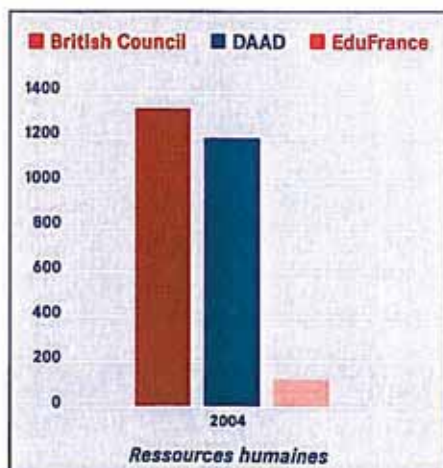
Le tableau ci-dessus représente les



budgets globaux des trois Agences, soit 584,6 millions d'euros pour le British Council en 2004, 237,5 pour le DAAD, et 8,54 pour EduFrance.

En raison de la différence des spectres d'action des agences, seule vaut une comparaison plus fine en fonction des budgets alloués pour des actions similaires. A titre d'exemple, notons que le British Council peut mobiliser un budget de 22 millions d'euros sur 3 ans, affectés à la seule organisation de salons en Asie.

De même, le programme du DAAD intitulé "Internationaliser les universités" est doté de 50 millions d'euros. Dans ce programme, la seule ligne "marketing" comprend 5 millions d'euros (ce qui est déjà supérieur à la subvention reçue par EduFrance pour l'ensemble de ses activités), sachant par ailleurs qu'il ne s'agit que de la part du DAAD à un programme mutualisé auquel contribuent aussi les Länder et les universités.



Le Royaume-Uni : un contexte économique spécifique

Les comparaisons quantitatives doivent cependant être affinées par un examen attentif des spécificités de chaque pays. Il ne faut pas oublier, en comparant les trois pays, qu'à la différence de la France et de l'Allemagne, les universités britanniques doivent s'autofinancer, à l'aide notamment des droits d'inscriptions. Ceux des étudiants britanniques s'élèveront en 2006 à 3000 livres (soit 4439 euros) par an en licence, tandis que ceux demandés aux étudiants étrangers (hors Union Européenne) sont deux à trois fois supérieurs. L'inscription d'étudiants, si possible étrangers, est donc devenue une question de survie financière.

D'où une "démarche marketing" énergique sur ce "marché" où les étudiants sont considérés comme des clients qui investissent dans leur éducation et veulent en avoir pour leur argent (voir encadré ci-dessous). Les universités, se trouvant dans l'obligation de recruter des étudiants étrangers, sont elles aussi des clients exigeants pour le British Council, qui leur facture ses services, notamment les stands mis à leur disposition dans ses salons à l'étranger, les études de marché par pays, etc.

Le classement des universités « identifiera les établissements et les formations qui ne sont pas au niveau et les obligera à changer ou à fermer. Les étudiants voudront savoir si l'investissement qu'ils font représente le meilleur rapport qualité-prix pour eux ».

Bill Rammel, ministre britannique délégué à l'enseignement supérieur, septembre 2005.

Dans ce système qu'inspire l'esprit "marketing", le nom même du pays devient une marque commerciale, comme le montre sans complexe le programme Education UK, la "marque Royaume-Uni". Les agents du British Council, formés par ses soins aux méthodes commerciales de promotion, sont les relais efficaces de cette politique. La situation est

naturellement très différente en France ou en Allemagne: en France, les droits d'inscription sont encore faibles, et en Allemagne, les études sont encore gratuites dans la plupart des Länder (mais certains ont récemment instauré des droits d'inscription). Cela suppose que l'Etat, dans ces deux pays, finance largement les universités. Le recrutement d'étudiants étrangers n'y est donc pas une question de survie économique pour les établissements. Tout autant que le choix politique, le poids de la nécessité explique ainsi la position du Royaume-Uni dans le domaine du recrutement d'étudiants étrangers.

partie 3

Les méthodes d'information et de promotion

chaîne allemande *Deutsche Welle*, la chambre de commerce et d'industrie, l'Etat fédéral, les Länder, etc.

On trouve actuellement sur le site d'EduFrance (www.edufrance.fr) des fiches détaillant par filière l'offre de formation, et des listes de formations spécifiques (formations avec mise à niveau en français, formations en anglais, programmes spécifiques pour les étudiants chinois). L'offre française sera grandement améliorée grâce à un partenariat entre EduFrance, Paris 10 et l'ONISEP, qui permettra d'ici à la fin 2005 de disposer d'une base de 22 000 formations supérieures avec un moteur de recherche adapté à la demande des étudiants étrangers.

Candidature en ligne

La candidature en ligne est naturellement un élément majeur de la

étrangers de bénéficier d'un ensemble de prestations, comprenant précisément la candidature en ligne. Cette initiative a inspiré une démarche similaire, réalisée avec le concours des universités dans le domaine du droit (www.edudroit.net). Le même principe a présidé à la création d'un site pour les disciplines artistiques (www.eduart.fr). D'autres sont en construction: pour les lettres et sciences humaines (programme "EduHumanités"), pour l'économie (programme "EduEcoGestion"), etc.

Le système est profitable pour les étudiants comme pour les établissements: les premiers parviennent ainsi à faire plus facilement et plus largement connaître leur candidature, en évitant les dossiers multiples; les seconds accèdent à un vivier plus important de candidats, dont les dossiers sont vérifiés, et parmi lesquels ils peuvent choisir les profils qui les intéressent.

	Candidature en ligne	Information et orientation en ligne	Salons et brochures	Aide au marketing
BRITISH COUNCIL	Universités	Education UK	Education UK marketing service	Education UK marketing service
DAAD	Uni-assist	Campus-Germany	Gate-Germany	Gate-Germany
EDUFRANCE	EduDroit, EduArt, etc.	EduFrance.fr	EduFrance	

En Allemagne, un principe similaire a inspiré la création du site uni-assist.de. Il a été créé grâce à l'action concertée du DAAD et de la conférence des recteurs d'universités. La démarche est ici d'emblée globale: ce sont tous les étudiants étrangers candidats aux 63 universités membres qui peuvent passer par le filtre unique d'Uni-Assist, soit un flux potentiel de 100 000 candidats.

Information et orientation en ligne

Dans leur stratégie de promotion, France, Allemagne et Royaume-Uni utilisent de plus en plus les ressources électroniques. Le site educationuk.org possède un moteur de recherche qui permet, pour toutes les disciplines et tous les niveaux, de trouver la formation souhaitée. De même, le site campus-germany.de permet d'atteindre rapidement toutes les formations. On remarquera que le site allemand renvoie, avec quelques réserves, au classement des universités établis par le CHE (Centre pour le développement universitaire) et le journal *Die Zeit*. Le site de Campus-Germany est le résultat d'une importante action concertée, fédérée par le DAAD, qui regroupe la

politique de simplification des procédures et donc d'attractivité d'un pays. Au Royaume-Uni, les universités la pratiquent largement. Le British Council se contente de renvoyer au site de l'UCAS (Universities and Colleges Admissions Service) pour les candidatures en ligne au niveau "undergraduate", et aux sites des universités elles-mêmes pour le "postgraduate".

EduFrance a développé, en partenariat avec les établissements d'enseignement supérieur, un système original de candidature en ligne, domaine par domaine, en s'adaptant ainsi à la demande des étudiants étrangers. Le programme "n+i" (www.nplusi.com) dépendant d'EduFrance, appuyé sur un réseau de 60 écoles d'ingénieurs, a ainsi permis à d'excellents étudiants

Organisation des salons

Depuis avril 2005, l'"Education UK marketing service" (section du British Council) a succédé à l'"Education Counselling Service". Il regroupe l'ensemble des services de promotion proposés aux universités: brochures, newsletter, organisation de salons, études de marché, etc. Tous ces services sont payants, une réduction étant offerte aux établissements membres du programme. Les frais d'inscription de base sont modulés en fonction du nombre d'étudiants étrangers (hors UE) des universités: une université comprenant plus de 1400 étudiants étrangers devra payer un peu moins de 18 000£ (soit 26 634 euros) par an.

L'activité des salons est particulièrement intense: le British Council organise plus de soixante salons et missions de promotion par an