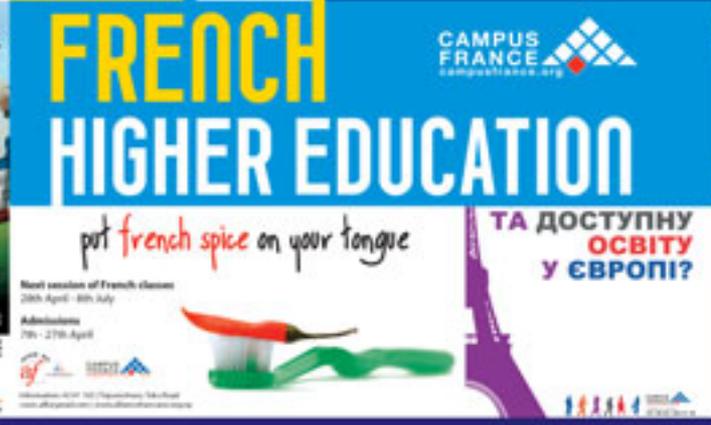
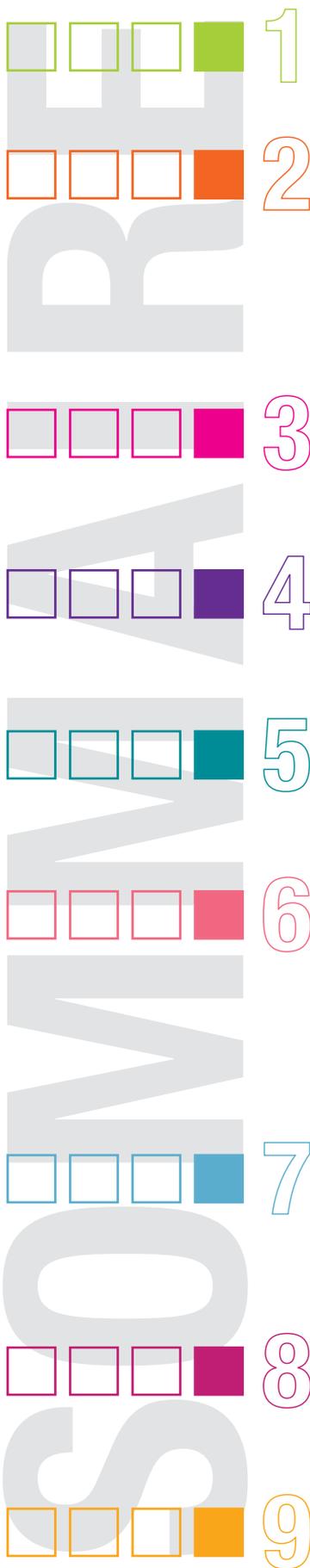




Rapport d'activité 2009





Etat des lieux de la mobilité étudiante vers la France p. 03

Chiffres clés

L'attractivité de la France p. 04 à 08

- 2.1 Afrique
- 2.2 Amériques
- 2.3 Asie
- 2.4 Europe
- 2.5 Moyen-Orient

Les sites internet de CampusFrance p. 09 et 10

- 3.1 Le site national www.campusfrance.org et son audience
- 3.2 Les sites locaux et leur fréquentation

L'offre de formation p. 11 et 12

- 4.1 Les moteurs de recherche et les bases de données
- 4.2 Les guides d'information pour les étudiants

Les manifestations de promotion p. 13 et 14

- 5.1 Les différentes formes de manifestations
- 5.2 Deux expériences originales menées en 2009

Les réseaux des Espaces et des adhérents de CampusFrance p. 15 à 18

- 6.1 Les Espaces CampusFrance
- 6.2 Les Espaces CampusFrance en France
- 6.3 Les adhérents de CampusFrance
- 6.4 Les Rencontres Espaces-adhérents

Les programmes internationaux p. 19

- 7.1 Les appels d'offre internationaux
- 7.2 Le programme Malaisie
- 7.3 Le programme Entrepreneurs en Afrique

L'analyse, l'expertise et l'information p. 20 et 21

- 8.1 Les publications institutionnelles
- 8.2 Les préconisations du Conseil d'orientation du GIP CampusFrance

Annexes p. 22 et 23

- Annexe 1 : organisation et fonctionnement
- Annexe 2 : données budgétaires

Après deux années de recul, le nombre d'étudiants étrangers en France s'est accru à nouveau en 2008-2009, pour atteindre le nombre de 264 352 étudiants étrangers inscrits dans un établissement d'enseignement supérieur, soit plus 1,3% par rapport à 2006.

Au total, aujourd'hui en France, 11,9% des étudiants sont étrangers (contre 7,1% en 1998).

Selon le Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche¹, qui analyse plus finement ces chiffres, "près

d'un étudiant étranger sur deux (44,1%) est issu du continent africain : un quart des étrangers vient du Maghreb et un cinquième du reste de l'Afrique. Moins d'un quart est issu d'Europe (22,6%), dont 18,2% de l'Union européenne. Enfin, 23,9% sont originaires d'Asie et 8,2% du continent américain, alors que le continent océanien est peu présent".

¹ Note d'information Enseignement supérieur et Recherche, 10.02, février 2010, MESR-DGESIP / DGRI-SIES.

Les étudiants étrangers en France par nationalité en 2008 - 2009

Zones géographiques	Nombre d'étudiants étrangers	Evolution 2006/2008	Poids dans le total des étrangers
Europe	59 845	-2,5%	22,6%
Union européenne	48 121	15,1%	18,2%
dont			
Allemagne	8 005	-4,2%	3,0%
Italie	6 352	9,7%	2,4%
Europe hors Union européenne	11 724	-40,1%	4,4%
Afrique*	116 677	-3%	44,1%
Maghreb	65 461	-3,4%	24,8%
dont :			
Maroc	30 284	5,7%	11,5%
Algérie	20 789	-7%	7,9%
Tunisie	12 821	7,9%	4,8%
Afrique hors Maghreb*	51 216	-2,4%	19,4%
dont :			
Sénégal	9 623	-5,4%	3,6%
Cameroun	6 641	4,4%	2,5%
Asie*	63 187	10,4%	23,9%
Moyen-Orient*	15 854	-0,6%	6,0%
dont :			
Liban	5 620	4,9%	2,1%
Asie hors Moyen-Orient	47 333	14,7%	17,9%
dont :			
Chine	27 112	20,8%	10,3%
Vietnam	6 254	10%	2,4%
Amériques	21 667	15%	8,2%
dont :			
Amérique du Nord	5 898	12%	2,2%
Amérique du Sud	11 289	20,6%	4,3%
Antilles-Amérique centrale	4 480	6%	1,7%
Océanie	450	4,4%	0,2%
Autres	2 526	-6,6%	1,0%
Total	264 352	1,3%	100%

Sources : MESR-DGESIP / DGRI-SIES

* L'Egypte est comptabilisée dans le Moyen-Orient, donc en Asie et non en Afrique.

Avec une augmentation de 1,3% du nombre d'étudiants étrangers en un an, l'indicateur d'attractivité de l'enseignement supérieur français renoue avec la croissance. CampusFrance, comme d'autres opérateurs et acteurs de la mobilité, a joué un rôle dans cette évolution positive.

Les coordonnateurs géographiques de l'Agence, chacun pour leur région, évaluent cette attractivité à partir des grandes manifestations CampusFrance et des actions des Espaces dans la zone.

2.1 Afrique

En 2008-2009, la France accueillait 116 677 étudiants originaires du continent africain (Maghreb et Afrique subsaharienne). Depuis 2006, on observe toutefois une baisse significative du nombre total de ces étudiants (moins 3%).



Malgré cette baisse générale, la France demeure le premier pays d'accueil des étudiants maghrébins et africains. Cet infléchissement du nombre total des étudiants africains en France profite aux pays européens voisins, tels que l'Allemagne et la Grande-Bretagne, mais aussi à d'autres pays, comme les Etats-Unis et le Canada. On constate par ailleurs une mobilité intra-africaine, notamment vers le Maroc et l'Afrique du Sud.

Les baisses les plus significatives sont constatées dans les pays du Maghreb : moins 5,7% pour le Maroc et moins 7% pour l'Algérie en deux ans. Concernant les pays d'Afrique subsaharienne, le recul le plus marqué concerne les étudiants djiboutiens (moins 62% entre 2005 et 2008). Le nombre des étudiants sénégalais, togolais, ivoiriens, congolais et béninois a connu également une baisse considérable durant les trois dernières années. A l'inverse, pour certains pays africains (Guinée, Comores et Gabon), la mobilité étudiante vers la France connaît un plein essor.

Concernant la répartition par niveau d'étude, le niveau Master prévaut, suivi par le niveau Licence puis le Doctorat. En matière de répartition par disciplines, les sciences "dures" attirent le plus grand nombre d'étudiants. Viennent ensuite les sciences économiques et sociales, les lettres, les sciences humaines et les langues.

• Des spécificités selon les pays

- **Gabon** : pays à flux d'étudiant modeste vers la France, le Gabon est important en termes de bourses gouvernementales pour la mobilité encadrée.
- **Mali** : le système éducatif malien a connu une profonde évolution durant ces dernières années, avec une

augmentation notable de la scolarisation. Cette tendance est soutenue par l'Ambassade et l'Espace CampusFrance qui essaient d'adapter l'offre française aux besoins de formation des étudiants du pays. Cependant, la situation économique difficile du Mali explique la baisse du nombre d'étudiants en mobilité.

- **Sénégal** : les secteurs intéressants pour la coopération universitaire entre la France et le Sénégal sont l'agriculture, l'informatique et les énergies renouvelables. Les niveaux d'études cibles sont les DUT et les BTS, ainsi que les licences professionnelles. L'Espace CampusFrance de Dakar a renforcé son équipe, afin de mieux gérer les flux de dossiers pendant les périodes d'activité intense et pour développer sa stratégie de coopération universitaire.

• Deux grandes opérations au Maghreb et en Afrique subsaharienne

- La première formation régionale CampusFrance, un événement qui a marqué l'année 2009, s'est tenue en octobre à Rabat (Maroc). Elle a concerné 25 responsables d'Espaces CampusFrance et les attachés de coopération de dix pays du Maghreb et d'Afrique subsaharienne. Durant cette formation, l'accent a été mis sur les niveaux d'enseignement et sur les disciplines stratégiques pour ces pays, notamment les sciences de l'ingénieur, les formations doctorales scientifiques et les formations professionnelles de courte durée (DUT et BTS).
- Le Salon international de l'étudiant de Bamako, en mars, a été la première manifestation internationale de promotion de la mobilité étudiante organisée en Afrique subsaharienne. Neuf établissements (dont sept universités), ainsi que la Région Ile-de-France, y ont participé. L'initiative de cette manifestation revient au service de coopération et d'action culturelle de l'Ambassade de France à Bamako qui a associé à cet événement les Ambassades des Etats-Unis, du Canada, d'Allemagne, de Belgique et d'Espagne.

• Le réseau des Espaces

En 2009, assez peu de changements sont notables dans les Espaces d'Afrique et du Maghreb : aucune ouverture ni fermeture ne sont à relever sur cette période. L'accent a été porté vers la professionnalisation des agents des Ambassades et des Espaces grâce à la formation régionale qui s'est tenue en octobre 2009 à Rabat. Cette stabilité du réseau devrait toutefois évoluer en 2010, avec des ouvertures annoncées au Maroc et au Sénégal ainsi qu'un accroissement de la présence de l'Agence en Afrique anglophone, grâce à des implantations à l'étude en Afrique du Sud et au Nigeria.

2.2 Amériques

Plus de 8% des étudiants étrangers en France sont issus du continent américain (2,2% d'Amérique du Nord et 6% d'Amérique latine). Les effectifs d'étudiants provenant du continent américain ont progressé de 15% en deux ans.



• Amérique latine

Selon l'OCDE, en 2007, sur les 2,8 millions d'étudiants internationaux en mobilité, 7% proviennent d'Amérique latine (180 000), soit une part modeste qui a cependant progressé de 2% en 5 ans. 57% des étudiants latino-américains se dirigent vers les Etats-Unis, l'Espagne, la France (8%), Cuba et l'Allemagne.

La mobilité latino-américaine est portée en 2009 par trois pays : le Brésil (2 500 étudiants en flux annuel), le Mexique (2 000) et la Colombie (1 300), le Brésil restant à la première place des communautés latino-américaines en France.

Cependant, le pays qui connaît la meilleure croissance en mobilité vers la France est le Pérou (1 000 étudiants). Autre pays qui s'installe durablement dans la stratégie internationale des établissements français : le Chili, dont le programme de bourses gouvernemental (*Becas Chile*) va permettre d'accroître le nombre d'étudiants en France (600).

L'Argentine, après plusieurs années de crise économique, retrouve sa place dans la politique internationale des universités françaises avec 800 étudiants actuellement inscrits.

La présence d'étudiants vénézuéliens en France (environ 400) n'est en revanche pas à la hauteur des enjeux économiques du pays. Ce chiffre reflète une législation de mobilité plus contraignante, hors accords d'échanges ou de bourses. Enfin, l'Equateur (380 étudiants) et la Bolivie (250), bien que d'enjeux plus modestes, affichent également une croissance réelle.

En Amérique latine, deux événements majeurs ont ponctué l'année 2009

La Semaine franco-brésilienne des formations supérieures, organisée conjointement par l'Agence CampusFrance, l'Ambassade de France et le CenDoTec, s'est tenue en octobre à Sao Paulo, Belo Horizonte et Rio de Janeiro. Cette *Semaine* s'inscrivait dans un agenda politique, culturel et scientifique fort, l'*Année de la France au Brésil*, dont elle a constitué l'événement académique.

Deuxième manifestation d'importance : Europosgrados Chili-Argentine. La marque *Europosgrados*, créée par le consortium CampusFrance/DAAD/NUFFIC en 2005, a depuis essaimé dans toute l'Amérique latine. Ce salon, label de qualité pour les étudiants de Master et Doctorat, connaît des records de fréquentation. En mai, la 3^e édition d'*Europosgrados* a réuni 8 000 visiteurs à Santiago et 7 000 visiteurs à Buenos Aires. Parallèlement, 100 professionnels ont pu débattre lors d'échanges sur l'internationalisation des relations universitaires entre l'Europe et le Cône Sud. Les représentants d'une centaine d'établissements universitaires européens, dont 40 établissements français (la première représentation européenne en nombre), ont pu également rencontrer leurs homologues locaux.

• Amérique du Nord (hors Mexique)

Le nombre de visas d'études délivrés en 2009 à des étudiants américains s'élève à 9 802. Il s'agit donc du deuxième flux étudiant vers la France, après la Chine. Néanmoins, seul un tiers d'entre eux suit une formation dans un établissement français, le reste se répartissant en courts ou très courts séjours à travers des *summer programs*, des *study abroad programs*, généralement implantés dans les locaux français de grandes universités américaines. De 2003 à 2009, l'augmentation du nombre d'étudiants américains inscrits dans l'enseignement supérieur français est en constante progression avec une augmentation de 30% : la moitié est inscrite en 1^{er} cycle, 45% au niveau M et 5% au niveau D.

S'agissant du Canada, le flux des visas étudiant n'excède pas 2 000. Plus de la moitié des étudiants proviennent du Québec et des Provinces maritimes (30% de Toronto et 15% de Vancouver). La marge de progression est importante, d'autant que de nombreux accords de coopération devraient conforter cette mobilité.

Un événement phare en 2009 en Amérique du Nord

NAFSA est le rendez-vous incontournable des échanges et de la coopération universitaire au niveau mondial. L'édition 2009 de NAFSA à Los Angeles (du 25 au 29 mai) a rempli ses objectifs en dépit de la crise mondiale. Pour la première fois cependant, après cinq années d'augmentation, le nombre de participants et de visiteurs est en baisse : 7 200 visiteurs contre 9 000 l'année passée, 324 stands contre 410 à Washington en 2008. Pour autant, l'édition de Los Angeles est une réussite pour la France : 42 établissements représentés, soit six de plus que l'année précédente.

Le réseau des Espaces CampusFrance en Amérique

Le réseau fait preuve, aussi bien en Amérique latine qu'en Amérique du Nord, d'une grande stabilité puisqu'à l'exception de Cusco (Pérou), aucun Espace n'a été créé en 2009 (mais aucun non plus n'a été fermé). Une réflexion stratégique doit être néanmoins menée pour relancer un réseau d'Antennes en Colombie et en Argentine, mais surtout dans les pays continents que sont les Etats-Unis et le Brésil.

2.3 Asie

Ce sont les étudiants originaires d'Asie qui, selon l'Unesco, constituent l'effectif le plus important d'étudiants en mobilité dans le monde (50%). En France, ils représentent 23,9% des étudiants étrangers, deuxième contingent après les étudiants africains.



• Extrême-Orient

Pour la première fois, en 2009, les étudiants chinois ont supplanté les étudiants algériens et constituent le deuxième contingent d'étudiants étrangers en France. Cependant, malgré ces données encourageantes, la France est passée, en 2009, à la 9^e place des pays d'accueil, après la Corée du Sud, le Japon, la Nouvelle-Zélande et Singapour. En 2000, la France accueillait 10% des étudiants chinois en mobilité, elle n'en accueille plus que 5% en 2009. De son côté, Hong Kong affiche une progression constante depuis 2005.

La mobilité asiatique vers la France concerne aussi la Corée du Sud et le Japon. Les étudiants coréens choisissent en priorité les Etats-Unis et la Chine, la France restant la première destination choisie en Europe (hors Royaume-Uni). Le flux d'étudiants japonais est en baisse régulière. Ce phénomène, général vis à vis des pays occidentaux, s'explique par la baisse démographique à laquelle est confronté le Japon, incitant les universités à "garder" leurs étudiants.

En revanche, le nombre d'étudiants taiwanais augmente, plaçant la France en bonne position, certes loin derrière les destinations anglo-saxonnes dont l'attractivité s'effrite.

En 2009, les événements majeurs ont eu lieu en Chine

Deux salons, le *China International Education Expo Tour* (CIEET) en février et le *China Education Expo* (CEE) en octobre ont été des moments importants de mobilisation. A l'occasion de ces deux événements, ce sont au total plus de 55 établissements (dont 20 universités) qui se sont déplacés en Chine avec plus de 2 000 entretiens étudiants ciblés et 120 rendez-vous institutionnels sur cinq villes. En Chine encore, une tournée de promotion des écoles doctorales françaises a été organisée, en décembre, permettant à une quinzaine d'écoles de rencontrer plus de 1 000 doctorants potentiels. Cette manifestation a également été l'occasion d'annoncer le lancement du nouveau programme de bourse *Cai Yuanpei*, mis en place par l'Ambassade de France.

Le réseau des Espaces CampusFrance en Extrême-Orient

En 2009, le réseau des Espaces a été marqué par une grande stabilité. Seul le Japon a connu un changement de fond, avec l'installation d'un Espace à procédure CEF qui a été accompagnée d'un déménagement des bureaux dans les locaux de l'Ambassade.

• Asie du Sud et du Sud-Est

Le nombre d'étudiants indiens en France, même s'il a doublé au cours des cinq dernières années, reste encore très modeste. Le nombre de visas étudiants est passé de 570 en 2005 à près de 2 000 en 2009. La France souhaiterait tripler le nombre d'étudiants indiens en deux ans, mais actuellement, ce sont les séjours de courte et de moyenne durée qui occupent une part importante de la mobilité étudiante. Les Espaces CampusFrance en Inde redoublent d'efforts pour assurer un rééquilibrage en faveur des mobilités de plus longue durée.

Les étudiants vietnamiens sont de plus en plus nombreux en France (6 254 en 2008, plus 10% en deux ans). L'Australie est cependant la troisième destination des étudiants vietnamiens, après les Etats-Unis et la France.

Les étudiants thaïlandais constituent le deuxième contingent d'étudiants de cette zone en France, malgré une baisse notable : 1 148 étudiants en France à la rentrée 2007 (contre 698 en 2008).

En 2008, 210 étudiants indonésiens avaient obtenu un visa pour la France, soit une augmentation de 47% par rapport à l'année 2007. En 2009, 250 étudiants pourraient être concernés. 86% de ces étudiants se sont rendus en France pour un long séjour (supérieur à 3 mois). Même si 57% des étudiants autofinanciaient leurs études en 2008, la part des étudiants bénéficiant d'une bourse reste très élevée.

Les principaux événements de l'année 2009 ont eu pour cadre quatre pays

- **Inde** : une mission thématique (énergie, transports, environnement) a réuni 11 établissements français, dans quatre villes, au mois de mars.
- **Vietnam** : une première manifestation organisée en partenariat avec le DAAD (du 29 mars au 1^{er} avril) a attiré 2 600 personnes sur deux villes.
- **Thaïlande** : un salon européen de l'enseignement supérieur (EHEF), qui s'est tenu en octobre, a enregistré plus de mille demandes sur le stand CampusFrance.
- **Indonésie** : une mission thématique *Management du tourisme et de l'hôtellerie* s'est déplacée au mois de mai dans trois villes différentes.

Le réseau des Espaces CampusFrance en Asie du Sud et du Sud-Est

Au Vietnam, le Poste diplomatique prévoit l'ouverture de deux Espaces dans le centre du pays (Hue et Danang). En Inde, avec neuf Espaces, le réseau CampusFrance est le plus dense au monde et affiche un réel dynamisme.

2.4 Europe

Malgré une baisse des inscriptions entre 2006 et 2008, la part des étudiants européens dans l'enseignement supérieur français représente un poids important avec 22,6% du total des étudiants étrangers, grâce au pourcentage d'étudiants issus de l'Union européenne qui a lui-même augmenté de 15%.



• Union européenne

Le programme Erasmus, visant à développer la mobilité intra-européenne, place la France au deuxième rang dans l'accueil des étudiants, après l'Allemagne. La mobilité européenne en France s'est cependant affaiblie, en raison notamment de la désaffection des Roumains et des Bulgares, allant à l'encontre des prévisions d'afflux de ressortissants de ces pays nouvellement adhérents à l'UE. Pour la Roumanie, cette baisse a pris fin en 2008 avec une augmentation de 4% des inscriptions. En revanche, les étudiants bulgares sont de moins en moins nombreux, alors que la France se plaçait au 3^e rang des pays d'accueil en 2007.

Plusieurs actions de promotion pour relancer l'attractivité de la France

- **En Roumanie**, troisième pays d'origine des étudiants européens en France (après l'Allemagne et l'Italie), un événement universitaire a été organisé au printemps. Il s'agissait du salon RIUF (*Romanian International University Fair*), dans lequel l'Ambassade de France et l'Agence CampusFrance ont implanté un pavillon français regroupant 25 établissements qui ont présenté leur offre de formation aux 13 500 visiteurs.
- **Au Danemark, en Norvège, en Suède et en Finlande**, en novembre, la *Tournée nordique* a constitué une promotion ciblée des études en France. Cette première manifestation, organisée par l'Agence CampusFrance et les Ambassades de France, avait pour objectif le renforcement de l'attractivité dans ces États nordiques où la mobilité vers la France est en baisse. Dans ce contexte, la *Tournée nordique* a bénéficié d'un accueil favorable de la part des partenaires locaux, tant académiques qu'institutionnels, traduisant une volonté de renforcer le dialogue avec la France. Une délégation de 23 établissements français a participé à des forums étudiants ainsi qu'à des conférences institutionnelles

et des rencontres interuniversitaires dans les quatre capitales.

- **En Grèce**, la volonté de proposer un nouveau format de salon étudiant a répondu à la nécessité de s'adapter à un contexte en pleine évolution. Malgré une baisse, les étudiants grecs placent la France au 4^e rang des pays d'accueil, surtout pour des formations au niveau M et D. L'Institut français d'Athènes a accueilli pour la première fois, en décembre, un salon CampusFrance regroupant une douzaine d'établissements français. Une importante campagne de communication et l'utilisation de réseaux sociaux ont fait de ce salon un succès. Le nombre de visiteurs (1 000 étudiants) permet d'envisager des actions de promotion récurrentes en Grèce.

• Hors Union européenne

Les étudiants issus de pays hors de l'Union européenne, en forte baisse, représentent 4,4% des inscriptions en France.

Deux principales manifestations dans la partie orientale de l'Europe

- **En Russie**, la part des étudiants en mobilité en France a augmenté de plus de 6% par rapport à l'année précédente. Les efforts de promotion en Russie ont ainsi été soutenus pendant toute l'année et dans toutes les régions. A l'initiative de CampusFrance et de l'Ambassade, deux importantes manifestations de promotion se sont tenues à Ekaterinbourg et à Saint-Petersbourg (février). Un pavillon français composé de 13 établissements a été implanté au sein des salons étudiants. En marge de ces salons, ont été mis en place des ateliers avec des entreprises françaises et russes de la région de l'Oural ainsi que des rencontres universitaires bilatérales.
- **En Ukraine**, la France se place au 6^e rang des destinations d'accueil et le nombre d'étudiants ukrainiens inscrits en France ne cesse de croître : 1 349 en 2008, soit une augmentation de 4,6% par rapport à l'année précédente. La politique de coopération académique et institutionnelle du Poste diplomatique a encouragé cette mobilité avec la participation française au salon *Etudes et carrières* (décembre). Le pavillon CampusFrance, qui a accueilli une délégation de 17 établissements, a montré l'intérêt des établissements français pour ce pays.

• Les Espaces CampusFrance en Europe

La création d'Espaces CampusFrance en Europe est en progression. Un bureau à Amsterdam (Pays-Bas) a été créé en septembre 2009. En Allemagne, le bureau *Studieren in Frankreich*, dont la labellisation CampusFrance est en cours, devrait voir le jour en 2010. Les étudiants ressortissants de ces pays représentent une part importante de la mobilité européenne : les étudiants allemands sont même les premiers Européens à poursuivre leurs études en France.

2.5 Moyen-Orient

En 2008-2009, la France accueillait 15 854 étudiants venus des pays du Moyen-Orient, dont les Libanais constituaient à eux seuls un tiers du total. Après le Liban, ce sont la Syrie, l'Iran et l'Égypte qui apparaissent comme les pays de la zone les plus représentés en France. Les étudiants du Moyen-Orient forment ainsi 6% de la population étudiante étrangère en France. Ce nombre enregistre toutefois une baisse de 0,6% en deux ans. Les États-Unis et le Royaume-Uni accueillent la majorité des étudiants de cette région du monde.



La stratégie de promotion de l'enseignement supérieur français dans les pays du Moyen-Orient est axée sur les niveaux M et D, dans les sciences médicales, juridiques, politiques et économiques.

En 2009, des actions de promotion de l'enseignement supérieur français ont été initiées par les Espaces CampusFrance dans quelques pays cibles

- **Égypte** : la mobilité étudiante égyptienne vers la France est relativement stable et l'effectif global des étudiants bénéficiant d'un enseignement supérieur francophone en Égypte est en nette augmentation. L'offre universitaire française en Égypte se distingue par quatre filières francophones spécialisées, proposées par les universités publiques et par l'Université Française d'Égypte (UFE). Présentée comme une priorité politique franco-égyptienne, l'UFE est la seule université privée qui offre des doubles diplômes et des diplômes d'Etat français. Les actions de l'Espace CampusFrance du Caire se traduisent par des manifestations de promotion tout au long de l'année, avec l'adaptation de supports promotionnels traduits en arabe pour tous les pays du Moyen-Orient. La participation au salon étudiant *Academia Egypt* au Caire et à Alexandrie, en octobre, a constitué un rendez-vous annuel universitaire important en Égypte : le stand de l'Espace CampusFrance a connu une fréquentation de plus de 10 000 visiteurs.
- **Jordanie** : la France est le 17^e pays de destination des étudiants jordaniens. La priorité de l'Espace CampusFrance, ouvert en 2009, consiste à faire connaître le système de formation en France et, surtout, l'importance des grandes écoles dans le paysage universitaire français. La stratégie de coopération univer-

sitaire franco-jordanienne est centrée sur les secteurs retenus comme prioritaires par le gouvernement jordanien, notamment l'informatique, l'ingénierie, le droit, la gestion, les sciences politiques, mais aussi l'archéologie et la muséologie. Afin d'atteindre ces objectifs, deux opérations ont été menées par l'Agence CampusFrance à l'initiative de l'Ambassade : l'organisation de portes ouvertes dans les universités jordaniennes pour présenter l'enseignement supérieur français et la participation au salon international *JETE* (présentation des filières de droit, de médecine et d'études dans le domaine nucléaire).

- **Liban** : même si les jeunes libanais sont les étudiants du Moyen-Orient les plus nombreux à suivre des études en France, leur flux a connu une baisse en deux ans (moins 4,9%). La stratégie de l'Ambassade, axée sur la promotion de la langue française, se traduit par un soutien aux universités francophones. A noter que le réseau culturel français sur le territoire libanais a bénéficié d'une formation nationale (mars 2009) lui permettant de renforcer le soutien à la francophonie dans ce pays et de mieux faire connaître l'enseignement supérieur français. Etant donnée par ailleurs la pénurie d'enseignants chercheurs dans les universités libanaises, les étudiants doivent s'expatrier pour poursuivre leurs études au niveau M et D. Le salon international *Rafiq El Hariri*, auquel a participé l'Espace CampusFrance, a répondu à ce besoin précis de promotion des formations à ces niveaux d'études.
- **Israël** : la mobilité des étudiants israéliens en France est très faible, comparée à celle des pays voisins. Cette situation est due à plusieurs facteurs, notamment la concurrence anglo-saxonne. Les actions de promotion menées en Israël se traduisent par l'organisation de journées portes ouvertes dans les institutions locales, à l'Université Ben Gurion de Beer-Sheva et à l'Université Hébraïque de Jérusalem.
- **Syrie** : malgré la baisse de la mobilité des étudiants syriens, la France demeure la première destination d'étude. Les Syriens viennent en France essentiellement pour suivre les filières scientifiques et médicales au niveau M et D. La mobilité étudiante de ce pays est encadrée par un système boursier financé par le gouvernement. Afin de stabiliser ce flux et pour faire face à une concurrence accrue des pays voisins et européens, l'Espace CampusFrance a développé plusieurs actions : un salon européen pour la promotion du processus de Bologne, à Damas, et un salon de promotion d'enseignement supérieur français à Alep, ainsi que des journées portes ouvertes dans des universités (Damas et Alep).
- **Bahreïn et Arabie Saoudite** : avec deux Espaces dans ces pays, les actions de promotion de l'enseignement supérieur français se sont limitées à des présentations dans les lycées français et dans les universités locales.

Le site www.campusfrance.org, dont la refonte complète sera terminée à l'été 2010, constitue la vitrine des activités de l'Agence, sa marque de référence, et la porte d'entrée de l'étudiant étranger en France.

Dédié prioritairement aux étudiants étrangers, le site est consultable en plusieurs langues. Il permet d'accéder à toute l'information liée à la préparation d'un séjour d'études en France, du choix du cursus, grâce au catalogue des formations, à la mise en œuvre du projet.

Afin de mieux répondre à la demande locale, plus de cinquante pays disposent aujourd'hui d'un site CampusFrance spécifique, développé à partir d'un modèle défini par l'Agence. Ces sites seront à leur tour refondus progressivement en 2010.

En 2009, ce sont 5,6 millions de visites cumulées que le site national [campusfrance.org](http://www.campusfrance.org) et les sites locaux ont enregistrées, soit en tout près de 50 millions de pages vues.

• Sites internet	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
EduFrance.fr/CampusFrance.org :									
Nombre de visites	275 000	689 000	858 000	952 000	1,4 M	124 000	900 000 ¹	1,6 M	2,3 M
EduFrance.fr/CampusFrance.org :									
Nombre de pages vues	3 M	4,8 M	4,7 M	5 M	6 M	5,4 M	9,5 M	15,5 M	24 M
Sites CampusFrance locaux :									
Nombre de sites	-	-	7	12	24	27	45	46	52
Sites CampusFrance locaux :									
Nombre de visites	-	-	116 000	247 000	593 000	860 000	2,1 M	2 M	3,3 M
Catalogue des formations en ligne :									
Nombre de requêtes	-	-	-	-	-	200 000	500 000	1,1 M	3,5 M
Nombre total de visiteurs (tous sites, national et locaux)	-	-	974 000	1,19 M	1,99 M	984 000	3 M	3,6 M	5,6 M

¹ Le creux de fréquentation, notable entre 2006 et 2007, peut être expliqué par le changement de marque : le passage d'EduFrance à CampusFrance.

3.1 Le site national www.campusfrance.org et son audience

Créé en 1999, le site internet de l'Agence a connu différentes versions. L'année 2009, dernière séquence du site dans sa configuration actuelle, a constitué une année charnière permettant de redéfinir entièrement les principes de la refonte.

L'année 2009 est à nouveau marquée par une très forte progression de l'audience du site. Par rapport à 2008, le nombre de visites augmente de 44% et de 55% concernant le nombre de pages vues.

Trafic enregistré sur le site internet de l'Agence en 2009

- **Visites : 2 293 402**
- **Pages vues : 24 064 552**
- **Soit plus de 10 pages vues en moyenne par visite.**

La répartition géographique des visites montre toujours une fréquentation élevée des pays d'Afrique, du nord en particulier, qui représentent environ 50% de l'audience totale (il en est de même concernant les sites locaux). En termes de répartition, l'Afrique est suivie des Etats-Unis,

du Royaume-Uni, de la Russie, du Brésil, de l'Inde, de la Colombie, du Mexique, du Vietnam et de la Chine.

L'audience globale du site semble toujours progresser sensiblement dans l'ensemble des zones géographiques et vis à vis de ses principaux concurrents (en particulier le site www.educationuk.org).

MOIS	VISITES	PAGES
Janvier	235 402	2 376 069
Février	214 762	2 257 120
Mars	272 000	3 195 377
Avril	247 439	3 151 945
Mai	209 014	2 201 126
Juin	197 449	1 505 896
Juillet	189 602	1 608 297
Août	110 476	1 321 819
Septembre	99 870	887 916
Octobre	167 741	1 812 237
Novembre	158 471	1 640 483
Décembre	191 176	2 106 267
TOTAL	2 293 402	24 064 552

3 LES SITES INTERNET DE CAMPUSFRANCE

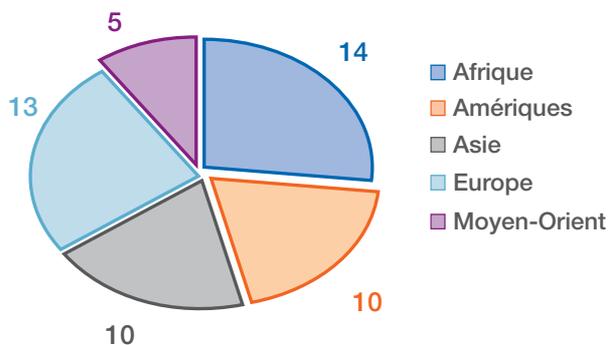
3.2 Les sites locaux et leur fréquentation

En 2009, on dénombrait 52 sites locaux (contre 46 en 2008). Pour ce qui concerne l'analyse de la fréquentation, l'outil de gestion des sites retenu ne permet de disposer d'un module statistique réellement exploitable.

En fonction des outils disponibles, on peut cependant estimer pour l'ensemble des 52 sites locaux, actifs au 31 décembre 2009, une fréquentation annuelle de l'ordre de 3,3 millions de visites pour 25 millions de pages vues.

Selon les mêmes estimations, en observant le détail de cette fréquentation, on constate la nette prépondérance (50% des consultations) de quatre sites d'Afrique (Algérie, Maroc, Tunisie, Sénégal), suivis de très loin par le site des Etats-Unis et le reste se répartissant entre les autres sites.

Répartition géographique des 52 sites locaux en 2009





4

L'OFFRE DE FORMATION

L'information sur l'offre de formation supérieure française constitue l'un des pôles majeurs de l'action de CampusFrance en direction des étudiants étrangers. Ce travail d'édition, réalisé en partenariat avec les autorités de tutelle de l'Agence, les représentants des conférences d'établissements et les établissements eux-mêmes, prend des formes de plus en plus diversifiées.

4.1 Les moteurs de recherche et les bases de données : le catalogue des formations et l'annuaire des programmes de bourses

• Que ce soit en version électronique (pour le catalogue des formations qui propose environ 36 000 formations du niveau L au niveau M et l'ensemble des unités de recherche habilitées pour le niveau D) ou dans les éditions papier (comme le catalogue des formations enseignées en anglais dans les établissements d'enseignement supérieur français), les supports CampusFrance destinés à présenter l'offre de formation française sont réalisés en partenariat et en accord avec les autorités de tutelle.

Pour ce qui concerne le catalogue électronique des formations, le nombre de requêtes est élevé : 3,5 millions de consultations montrent l'intérêt croissant des étudiants étrangers pour cet outil.

• Le moteur de recherche *CampusBourses*, qui permet aujourd'hui de faire une recherche personnalisée dans une base de données de plus de 550 programmes de bourses aux niveaux Licence, Master, Doctorat et post-doctorat, offertes par les institutions gouvernementales françaises, étrangères et internationales, les collectivités locales, les entreprises, les fondations et les établissements d'enseignement supérieur, a été lancé en mars 2009.

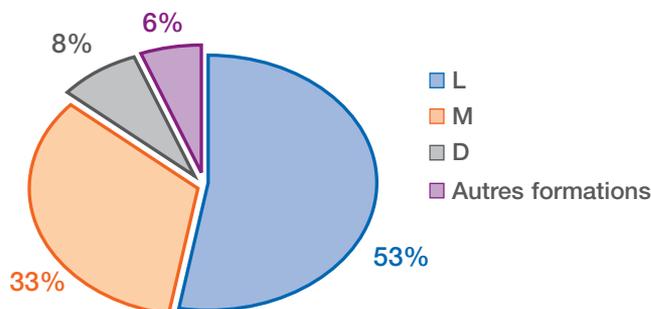
Une partie des informations est fournie par les SCAC et les Espaces CampusFrance de plus de 120 pays. En décembre, une deuxième version du moteur avec des fonctionnalités supplémentaires a été mise en ligne.

Les chiffres indiquant les visites des pages internet *CampusBourses* démontrent le succès du moteur de recherche : le nombre de visites mensuelles a varié entre 10 000 et 16 000, en 2009.

4.2 Les supports d'information pour les étudiants

Ces supports d'information envoyés à tous les Espaces, dans le cadre de la dotation de l'Agence CampusFrance à ses relais dans le monde, sont traduits et adaptés localement pour accompagner toutes les actions de promotion et d'information initiées par ces bureaux. Ils sont tous téléchargeables à partir de la rubrique documentaire du site www.campusfrance.org.

Le catalogue électronique des formations en 2009



Le catalogue des formations supérieures françaises reprend les données de l'Onisep et celles du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche pour le niveau D.

En 2009, ce catalogue présente environ 36 000 formations, dont :
- 19 000 de niveau L,
- 12 000 de niveau M,
- 2 600 de niveau D (unités de recherche rattachées aux écoles doctorales),
- 2 000 autres formations (hors LMD).

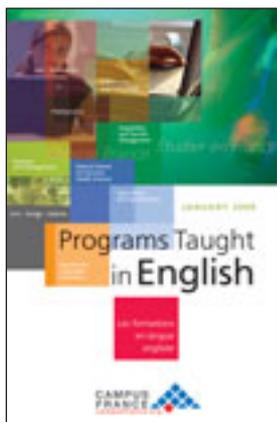


• Un nouveau dépliant pour la promotion des études en France

Ce mini-guide a pour vocation d'être adapté par chaque Espace. Compte-tenu de son format, il permet une impression en grand nombre pour les salons. Il est conçu en trois volets présentant :

- l'organisation des études et des diplômes en France (dans lequel on peut inclure le schéma des études du pays émetteur) ;
- le site CampusFrance local ;
- l'Espace CampusFrance lui-même (contacts, horaires, etc.).

- **Le catalogue des formations en anglais**



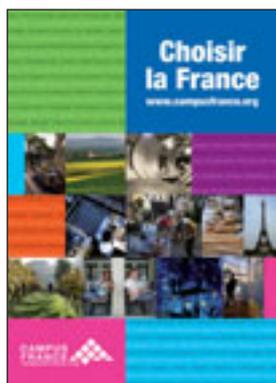
La sixième édition du catalogue des formations enseignées en anglais dans les établissements français répond aux demandes des Espaces CampusFrance, en intégrant pour chaque formation de nouvelles rubriques : le pourcentage d'enseignement en anglais (au moins 50% pour figurer dans le catalogue) ; le niveau de français requis, s'il est demandé par l'établissement pour l'inscription ; le coût des frais d'inscription.

De plus en plus d'établissements français proposant des cursus en anglais, ce catalogue recense, en 2009, 568 formations proposées par 156 établissements (54 universités et grandes écoles, 47 écoles d'ingénieurs, 42 écoles de commerce, 10 écoles d'art et 3 écoles spécialisées). Sur ces 568 formations, 476 sont intégralement enseignées en anglais, soit près de quatre sur cinq.

A signaler que le catalogue des programmes et des formations en anglais sera, en 2010, accessible via un moteur de recherche spécifique sur le site de l'Agence.

- **Le guide Choisir la France**

Actualisé chaque année, cette brochure apporte la première information pour un étudiant désirant préparer son projet d'études en France. Le guide est structuré en trois parties : *Choisir la France* (études et diplômes de l'enseignement supérieur français) ; *Venir étudier en France* (choix de la formation, démarches d'inscription et de visa) ; *Vivre en France* (vie quotidienne, spécificités pratiques pour les étudiants).



L'envoi aux Espaces de ce document s'accompagne des maquettes à adapter d'une carte postale, d'un marque-page et d'un document de présentation de la procédure CEF, afin de permettre aux Espaces concernés de communiquer sous la même image.

- **Les fiches d'information CampusFrance**

En 2009, CampusFrance a souhaité renouveler l'ensemble de son dispositif de communication à destination des étudiants étrangers, en éditant de nouveaux supports pour une meilleure information, à la fois sur le système d'enseignement supérieur français, sur les établissements eux-mêmes, mais aussi sur les conditions de l'accueil.

- **Les Fiches Recherche** s'inscrivent dans une collection destinée à présenter l'actualité de la recherche par grande discipline. Synthétiques, ces fiches s'attachent à délivrer une information générale, mais aussi plus pratique avec des liens et des contacts utiles au futur doctorant.

En 2009, ont été éditées : la recherche en Mathématiques, la recherche en Biologie. Devraient suivre prochainement : la recherche en Chimie et la recherche en Physique. Ces fiches seront également traduites en anglais et en espagnol.

- **Les Fiches Diplômes** sont destinées à présenter les diplômes spécifiques à la France qui peuvent néanmoins être attractifs pour les étudiants étrangers. Ainsi, en 2009, ont été éditées deux fiches portant sur les BTS et sur les DUT. Devraient suivre d'autres supports consacrés aux Licences professionnelles, aux IUP et aux IEP.

- **Les Fiches Domaines** ont été réactualisées au cours de l'année. Elles sont maintenant accessibles directement en lien avec les domaines du catalogue des formations en ligne, sur le site www.campusfrance.org. La collection se poursuit avec des thématiques plus "pointues" : le nucléaire civil, la grande distribution ou le traitement de l'eau.

- **Les Fiches Etablissements**, disponibles sur le site et sur les stands lors des salons de promotion, bénéficient désormais d'une nouvelle présentation.

- **Les Fiches Accueil**, qui seront progressivement mises en ligne (en français, anglais et espagnol) en 2010, présentent de manière synthétique les prestations d'accueil des étudiants étrangers dans un établissement. Ces fiches sont découpées en rubriques : avant le départ, à l'arrivée et pendant le séjour.

Les informations ont été recueillies via un questionnaire en ligne qui a été lancé fin 2009 auprès de tous les adhérents de CampusFrance. A la fin de l'année, une centaine de questionnaires avaient été retournés (soit 50%).



5

LES MANIFESTATIONS DE PROMOTION



Les manifestations de promotion sont l'une des principales activités de communication menées par l'Agence CampusFrance à l'étranger. Elles permettent de renforcer la notoriété de l'enseignement supérieur français auprès des étudiants internationaux et sont l'occasion de rencontres ciblées entre les établissements français et leurs homologues étrangers.

Évolution des manifestations CampusFrance depuis 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre de manifestations	15	15	14	21	20	16
Nombre de participations d'établissements	426	364	336	555	402	331
Nombre de visiteurs présents	101 475	155 390	150 880	292 936	164 193	177 650

Les manifestations CampusFrance en 2009

• Les manifestations organisées par CampusFrance

Nombre de manifestations	16
Nombre de participations d'établissements	331
Nombre de représentants d'établissements présents	590

• Profil des participations

Universités	34%
Ecoles d'ingénieurs	21%
Ecoles supérieures et instituts	4%
Ecoles de commerce et de management	32%
Ecoles d'art, d'architecture et de mode	5%
Autres établissements	4%

• Visiteurs

Nombre de visiteurs	177 650
Inscrits sur une base d'enregistrement	20 578
Profil Licence	29%
Profil Master	61%
Profil Doctorat	10%

• Entretiens et rendez-vous personnalisés

Nombre d'entretiens des établissements français avec leurs homologues étrangers	1 132
Nombre d'entretiens sur rendez-vous des établissements avec des étudiants	1 943

5.1 Les différentes formes de manifestations

Au-delà des grands salons étudiants, qui demeurent une priorité pour de nombreux établissements et qui permettent d'asseoir l'image de l'offre française, l'Agence a le souci de diversifier ses activités de promotion et développe chaque année de nouveaux formats permettant de répondre aux attentes très diverses de la part de ses adhérents.

Plusieurs types de manifestations sont ainsi organisés par l'Agence :

- des *Pavillons France*, implantés lors de manifestations éducatives nationales ou internationales ;
- des salons *Etudier en France*, montés de toute pièce, en dehors de salons préexistants ;
- des rencontres institutionnelles, systématiquement organisées en marge des salons ;
- des missions thématiques favorisant la coopération universitaire dans des domaines précis ;
- des missions de recrutement d'étudiants présélectionnés ;
- la participation à des manifestations européennes.

5.2 Deux expériences originales menées en 2009

• La *Semaine franco-brésilienne des formations supérieures*, organisée conjointement par l'Agence CampusFrance, par l'Ambassade de France et par le CenDoTec, s'est tenue du 2 au 8 octobre 2009 à Sao Paulo, à Belo Horizonte et à Rio de Janeiro.

Cette *Semaine* s'est inscrite dans un agenda politique, culturel et scientifique fort, l'Année de la France au Brésil, dont elle a constitué l'événement académique majeur. Elle s'est notamment appuyée sur les derniers accords stratégiques signés, fin 2008, entre la France et le Brésil portant sur l'environnement, l'énergie (dont nucléaire), le transport et l'aérospatial ou la formation professionnelle, chaque thème trouvant écho dans tout ou partie de cette manifestation.

La *Semaine franco-brésilienne des formations supérieures* a développé plusieurs formats : colloque, salon étudiant, rencontres et ateliers et s'est adressée à différents publics : universités françaises, brésiliennes, entreprises et étudiants.

Elle a réuni 110 institutions françaises et brésiliennes et 7 500 visiteurs lors des salons (enregistrés et profilés Master et Doctorat). Elle a également favorisé 700 entretiens étudiants ciblés (après sélection des CV) et permis 150 rencontres interuniversitaires visant des accords de coopération. Des chiffres qui attestent d'une réelle performance, reconnue par tous, établissements, partenaires et relais médiatiques.

La principale originalité de cette manifestation résidait dans la présence de 17 universités brésiliennes, exposant aux côtés des participants français lors du salon de Sao Paulo.

• La *Tournée nordique CampusFrance*, première expérience de manifestation itinérante dans quatre pays d'une même zone, a été organisée du 16 au 20 novembre 2009 par l'Agence CampusFrance et les Postes diplomatiques de Suède, du Danemark, de Norvège et de Finlande.

Elle avait pour objectif principal de renforcer l'attractivité de l'offre française d'enseignement supérieur dans ces quatre Etats nordiques dont les populations étudiantes sont de moins en moins mobiles et dans lesquels existe une forte dissymétrie d'échanges d'étudiants avec la France.

Très fortement soutenue par les autorités locales (les ministres suédois et norvégiens de l'Education étaient présents lors des étapes de Stockholm et d'Oslo), la première opération de promotion de l'enseignement supérieur français dans cette zone a rassemblé 24 établissements français, représentant un large éventail de filières de formation.

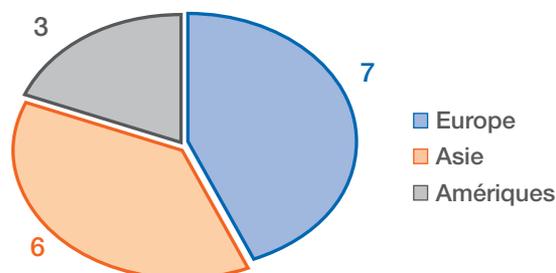
• En dehors de ces deux événements, l'année 2009 a été l'occasion de poursuivre et de développer certaines initiatives jugées très positives par les adhérents en 2008, notamment les entretiens ciblés entre établissements et étudiants. Grâce à la création d'un outil de prise de rendez-vous en ligne, les établissements sont en mesure d'étudier les profils d'éventuels candidats et de les rencontrer lors d'entretiens de présélection organisés en marge des salons.

Ce système a été utilisé avec succès au Brésil lors de la manifestation d'octobre, en Chine lors du salon *China Education Expo* en octobre également et au Vietnam lors du salon franco-allemand de mars.

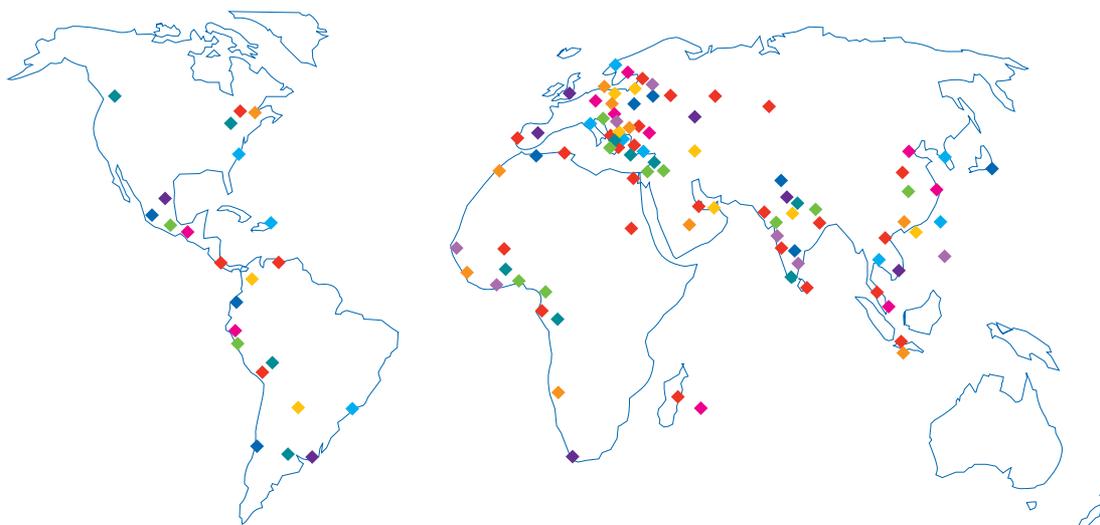
Il permet aussi de générer des bases de données précises d'étudiants qui pourront être utilisées par les établissements mais aussi par les Espaces CampusFrance locaux.

• Des missions thématiques, associant un nombre limité d'établissements sur une filière d'enseignement spécifique, correspondant à des domaines jugés prioritaires par les pays partenaires, ont enfin été reconduites en 2009. C'est notamment le cas en Inde, avec les *Indo-French academic meetings*, dans les domaines de l'énergie, des transports et de l'environnement (mars) ; en Indonésie, avec une Mission tourisme et hôtellerie, organisée en mai, et à Taiwan où des rencontres institutionnelles ont eu lieu, en novembre, sur les formations d'ingénieur.

Manifestations CampusFrance par grandes zones géographiques en 2009



NB : Pas de manifestation inscrite au programme 2009 au Moyen-Orient. En Afrique, en revanche, pour la première fois dans cette zone géographique, l'Agence CampusFrance a participé au premier Salon international de l'étudiant, organisé à l'initiative de l'Ambassade de France et des représentations diplomatiques d'autres pays, qui s'est tenu à Bamako (Mali) en février 2009.



6.1 Les Espaces CampusFrance

Si le nombre d'Espaces et d'Antennes CampusFrance a continué de progresser en 2009 (116 Espaces et 14 Antennes dans 88 pays dont 30 Espaces dotés de la procédure CEF), le réseau se professionnalise toujours davantage. Depuis 2007 et surtout 2008, ce réseau repose sur des personnels mieux formés et sur des missions plus claires.

Une procédure systématique a été mise en place pour l'ouverture des Espaces CampusFrance impliquant l'ensemble des acteurs dans la décision d'ouverture. La "grille de labellisation" des Espaces CampusFrance a été généralisée, les demandes d'ouverture ainsi que les réponses s'effectuant par télégramme diplomatique.

L'Agence a également élaboré la mise en place d'une cartographie des Espaces CampusFrance faisant ressortir l'implication de plus de 250 personnes travaillant dans les Espaces. Ces agents sont pour la plupart pris en charge par le Ministère des Affaires étrangères et européennes. Les Espaces CampusFrance relèvent en effet de l'autorité des postes diplomatiques et en particulier de celle des Conseillers de coopération et d'action culturelle. L'Agence est cependant consultée pour le choix des personnels qui la représentent.

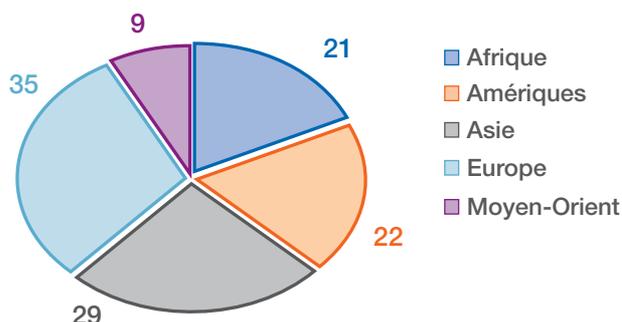
• Les activités des Espaces CampusFrance

Éléments essentiels de l'attractivité de la France et de promotion de son système d'enseignement supérieur, les Espaces se placent de plus en plus, notamment grâce à la reconnaissance accrue de la marque CampusFrance à l'étranger, comme la vitrine de l'enseignement supérieur français dans le monde.

Les Espaces CampusFrance sont devenus un élément central dans l'amélioration de la qualité de la chaîne d'accueil des étudiants étrangers en mobilité vers la France.

Animés par des personnels régulièrement formés par l'Agence, en collaboration avec les ministères de tutelle et les conférences d'établissements, les Espaces CampusFrance ont une double fonction : ils accueillent et guident les étudiants dans leur recherche de formation et accompagnent l'organisation de toutes les manifestations de promotion.

Nombre d'Espaces par zone en 2009



• Les Espaces CampusFrance

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre d'Espaces	75	83	62	77	75	82	101	108	116
Nombre de pays	28	37	40	46	45	51	74	78	88
Nombre d'agents formés	24	34	44	45	47	70	62	133	174
Nombre d'étudiants renseignés	-	-	65 000	190 000	215 000	248 000	447 000	590 000	910 000

• Les contacts avec le public

Le nombre de contacts étudiants (en face à face, par téléphone, par courriel) ne cesse d'augmenter chaque année. L'année 2009 montre une nette évolution passant de 590 000 à plus de 910 000 contacts (plus 54%). La part de courriels dans ces contacts représente 50% de la totalité des échanges.

Les étudiants représentent toujours la majorité des demandes exprimées (66%) ; la part des lycéens, en croissance régulière, représente 22% des contacts (plus 7 points depuis 2005). Suivent les demandes des professionnels et des familles, en légère baisse, pour représenter respectivement 12% et 6% des contacts.

En moyenne, l'activité d'information des étudiants constitue 41% du temps des personnels des Espaces ; suivent le temps consacré à la procédure CEF (24%) et l'activité de promotion de l'enseignement supérieur français avec l'organisation d'événements, les éditions, la création d'outils promotionnels, les déplacements sur les campus universitaires (22%).

• Les actions de promotion

En 2009, les actions de promotion ont été plus nombreuses. Après une hausse de 14% entre 2007 et 2008, on observe une nouvelle augmentation de 19% entre 2008 et 2009. Celle-ci peut s'expliquer par l'accroissement du nombre d'Espaces en 2009 ainsi que par les actions multipliées sur le continent africain. Les conférences données dans les établissements d'enseignement supérieur étrangers sont également plus nombreuses. En effet, après une stagnation entre 2007 et 2008, le nombre de salons étudiants auxquels participent les Espaces est en hausse (plus 30%).

L'année 2009 a aussi été marquée par la montée en puissance de l'utilisation des nouveaux outils de communication communautaires plébiscités par une très grande part du public étudiant à travers le monde. Ainsi, de plus en plus d'Espaces créent des groupes sur des sites tels que *Facebook* (Brésil, Hong-Kong, Venezuela...), *Twitter* (Suède, Japon, Pérou...) ou encore *MySpace* (Brésil). Ces réseaux sociaux offrent une visibilité accrue des actions des Espaces CampusFrance et ont l'avantage d'avoir un coût très réduit, de fidéliser le public en l'informant régulièrement et d'offrir de nouveaux supports de communication (newsletter, animation d'un réseau de contacts, mise en ligne de contenus, etc.).

• La documentation

En appui de ces actions de promotion, l'Agence adresse à tous les Espaces une dotation documentaire annuelle, adaptée aux besoins de chacun et en fonction des manifestations prévues dans l'année. Ainsi, pour 2009, différentes références ont été envoyées : brochures *Choisir la France* (en français, anglais, espagnol et portugais), catalogues *Programs taught in English*, affiches et kakémonos, stands mobiles, petit matériel promotionnel (sacs, stylos). A cette dotation annuelle a pu s'ajouter, sur demande, un envoi complémentaire de matériel de promotion.

• Les formations

Afin de continuer à proposer des formations complètes qui répondent à la fois aux exigences exprimées par les tutelles de l'Agence, aux souhaits des conférences d'établissements et aux besoins des Espaces, le comité de pilotage pour ces formations s'est réuni trois fois au cours de l'année 2009. Celui-ci a élaboré un programme de formations et travaillé sur leurs contenus.

Sept formations ont été organisées pendant l'année. Elles ont permis de former une part importante des personnels des Espaces (174 personnes contre 133 en 2008) qui, en raison de leurs statuts professionnels, connaissent un fort taux de rotation.

En 2009, l'Agence a souhaité impliquer toujours plus d'intervenants extérieurs favorisant ainsi la transmission d'une réelle expertise. Plus de 80 personnes (ministères, conférences d'établissements, établissements, CampusFrance) ont pris la parole lors de ces formations.

Pour poursuivre le travail commencé lors des formations et pour faciliter le travail des Espaces au quotidien, l'Agence élabore, en collaboration avec des experts, de nouvelles présentations *PowerPoint* (dans les domaines du droit, de la médecine, des formations d'ingénieurs, des études doctorales et du nucléaire civil).

L'Agence développe également un site internet dédié aux formations et permettant aux personnels des Espaces de retrouver l'ensemble des présentations utilisées au cours des sessions.

Les formations d'Espaces : chiffres clés 2009

- une formation de 26 nouveaux responsables d'Espaces a eu lieu à Paris, du 2 au 6 février, permettant aux personnels de rencontrer l'ensemble des acteurs de l'enseignement supérieur français. Une formation a également été organisée au lendemain des *Rencontres CampusFrance* (décembre) favorisant l'échange d'expériences entre les personnels de différents continents ayant des problématiques très variées ;
- 2 formations délocalisées régionales ont eu pour mission de former l'ensemble des personnels des Espaces d'une zone géographique et d'approfondir des notions déjà mises en pratique (Bangkok, 15 au 19 juin ; Rabat, 19 au 23 octobre) ;
- 3 formations délocalisées nationales, répondant aux attentes des postes diplomatiques, ont eu pour but de former l'ensemble des personnes d'un pays concernées par la promotion de l'enseignement supérieur français (Syrie, 28 et 29 janvier ; Liban, 1^{er} au 3 avril ; Ukraine, 17 au 19 juin) ;
- l'Agence a également formé de manière individuelle les personnes avant leur départ en poste ou lors d'une visite à Paris.

• La communication auprès des Espaces

Dans l'attente de la création du nouveau site internet et faute de moyens humains, le nombre de Lettres des Espaces a été très largement réduit en 2009 passant de 6 à 2 numéros. Cette diminution du nombre de Lettres des Espaces s'est accompagnée d'une augmentation du nombre de courriels adressés directement aux bureaux CampusFrance par le Service de la coordination des Espaces.

■ 6.2 Les Espaces CampusFrance en France

La convention constitutive de l'Agence a notamment donné pour objet à CampusFrance de "contribuer avec les établissements français d'enseignement supérieur et les CROUS, à la mise en place dans les sites universitaires, d'espaces d'accueil et d'assistance pour les étudiants étrangers ; ces espaces prendront le nom de CampusFrance".

C'est dans cette perspective que l'Agence a mené une enquête, au quatrième trimestre 2009, auprès des Pôles de Recherche et d'Enseignement Supérieur (*in Note CampusFrance n°19, janvier 2010*). Cette enquête a permis, dans un paysage universitaire en pleine évolution, de faire apparaître que les PRES constituent aujourd'hui un point d'ancrage essentiel pour tout dispositif destiné à améliorer l'accueil des étudiants et des jeunes chercheurs étrangers.

L'Agence CampusFrance souhaite ainsi soutenir les efforts des PRES et leur action, en apportant son expérience et la mettre à profit avec la création d'un réseau de correspondants CampusFrance au sein de chacun d'entre eux. Ce réseau aura notamment pour objectif de favoriser le dialogue et la concertation entre les établissements et les Espaces CampusFrance à l'étranger. La mise en place de ce dispositif est une étape dans la définition d'Espaces CampusFrance en région.

■ 6.3 Les adhérents de CampusFrance

En 2009, l'adhésion de 43 nouveaux établissements a été proposée aux Assemblées générales du 4 février et du 10 juin. Ces candidatures ont été adoptées et 29 établissements ont fait l'objet d'une publication

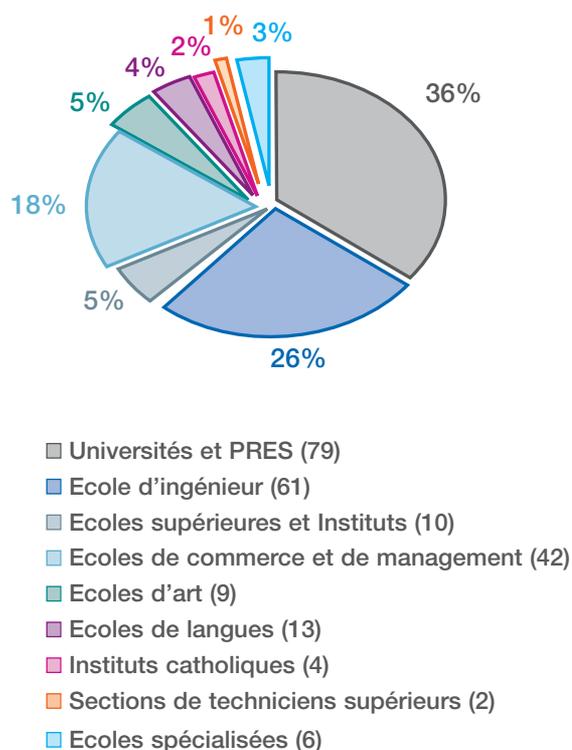
au Journal Officiel le 18 août 2009, 14 autres étant toujours en attente de parution en décembre 2009.

L'adhésion de ces nouveaux établissements porte à 226 le nombre d'adhérents au 31 décembre 2009¹.

L'acceptation, en 2009, par l'Assemblée générale de CampusFrance de 43 nouveaux adhérents témoigne de l'intérêt que portent à l'Agence les établissements d'enseignement, reconnaissants de la qualité des prestations qu'elle délivre.

Grâce à leur présence assidue aux Assemblées générales ainsi qu'à l'ensemble des manifestations organisées par l'Agence, les 226 adhérents confèrent à CampusFrance une légitimité toujours plus grande.

Les 226 adhérents de CampusFrance au 31 décembre 2009



Les adhérents d'Edufrance/CampusFrance depuis 1998

	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Nombre d'adhérents au 31 décembre de l'année	7	59	59	144	167	175	179	180	187	186	190	226

¹ En 2009, on enregistre également deux fusions et cinq sorties, ce qui porte effectivement le nombre d'adhérents au GIP CampusFrance à 226 (en comptant les 14 établissements n'ayant pas encore fait l'objet d'une parution au JO), contre 190 en 2008.

6.4 Les Rencontres CampusFrance



En novembre 2009, pour la 7^e année consécutive, se sont tenues les Rencontres CampusFrance. Avec pour objectif principal d'organiser des rencontres entre les établissements d'enseignement supérieur français adhérents de l'Agence et les représentants des Services culturels et des Espaces CampusFrance, cette manifestation a été, cette année encore, un franc succès.

Les Rencontres CampusFrance 2009 ont réuni, à la Cité internationale universitaire de Paris, 87 établissements (dont 33 universités) et 45 responsables d'Espaces et représentants des Postes diplomatiques venus de 30 pays différents.

Cette édition 2009, recentrée sur les entretiens bilatéraux entre les établissements et les Espaces, a permis la mise en place d'environ 1 100 rendez-vous (contre 900 en 2008, soit une augmentation de plus de 20%). Les ministères de tutelle de l'Agence ont bénéficié de cette tribune pour intervenir devant les établissements et les représentants des Espaces sur l'actualité de l'enseignement supérieur ou sur la création de la future agence de la mobilité.

Les rencontres CampusFrance en 2009

	Nombre de pays invités	Nombre d'établissements participants	Nombre d'entretiens bilatéraux
2003	23	77	845
2004	23	83	1 150
2005	30	79	1 240
2006	19	83	703
2007	29	103	841
2008	22	94	901
2009	30	87	1 078
Nombre moyen	25	87	965

Nouveautés de l'édition 2009

- Synchronisation des Rencontres CampusFrance 2009 avec l'Assemblée générale des établissements adhérents à la convention CEF, initiée par le ministère des Affaires étrangères et européennes.
- Augmentation du nombre de pays invités (de 22 à 30).
- Plus d'entretiens bilatéraux sur une même journée.
- Participation accrue des représentants des Postes diplomatiques (Conseillers culturels, Attachés universitaires) aux côtés des responsables d'Espaces, passant de 12 en 2008 à 16 en 2009.

30 pays représentés
aux Rencontres CampusFrance 2009

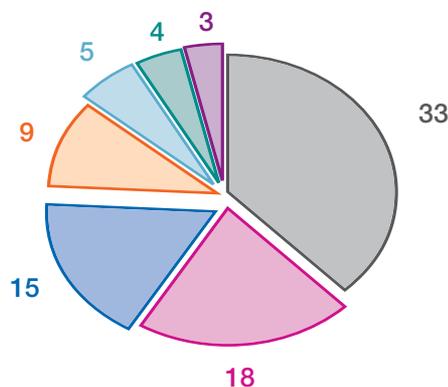
Afrique : Cameroun, Maroc, Sénégal, Tunisie

Amériques : Chili, Colombie, Costa Rica, Etats-Unis, Mexique, Pérou, Venezuela

Asie : Chine, Corée du Sud, Hong Kong, Inde, Indonésie, Malaisie, Taiwan, Vietnam

Europe : Grèce, Pologne, Roumanie, Russie, Turquie, Ukraine

Moyen-Orient : Arabie Saoudite, Egypte, Emirats Arabes Unis, Liban, Syrie

Répartition des établissements inscrits
aux Rencontres CampusFrance 2009

- Universités
- Ecoles de commerce
- Ecoles d'ingénieurs
- Ecoles de langue
- Instituts spécialisés
- Ecoles d'art
- Regroupement d'établissements

7 LES PROGRAMMES INTERNATIONAUX

7.1 Les appels d'offres internationaux



En 2009, le service des programmes internationaux a poursuivi son activité de réponses aux appels d'offres et aux appels à propositions et a remporté, en consortium, deux nouveaux projets financés par la Commission européenne.

- Le premier, *IMPI*, d'une durée de trois ans, a pour objectif de développer un outil d'indicateurs qui permettra aux établissements d'enseignement supérieur européens d'évaluer leur degré d'internationalisation. A terme, cette action, coordonnée par le *Centre for Higher Education Development* (CHE) allemand, devrait contribuer à améliorer l'attractivité de l'enseignement supérieur français et européen et à augmenter la compétitivité des établissements.

- Le second projet qui a démarré en 2009, *Eurodata II*, constitue une étude sur la mobilité étudiante dans 32 pays européens. Cette publication comprendra une analyse de la mobilité entrante et sortante, une étude approfondie de la mobilité dans une dizaine de pays clés, dont la France, ainsi que l'élaboration de recommandations sur les moyens à mettre en place pour augmenter la mobilité universitaire.

Au cours de l'année, l'Agence a également mené des actions pour le compte de projets européens déjà en cours. Elle a notamment participé au projet *Erasmus Mundus action 4 EACOVIROE*, qui vise à promouvoir les études de robotique et de vision artificielle en Asie, ainsi qu'à l'évaluation d'un projet de formation des représentants de bureaux d'information de huit pays des Balkans. CampusFrance a aussi contribué à la conférence finale du projet *Building Capacities* pour le transfert d'expertise vers les jeunes agences de promotion hongroise, slovaque et tchèque.

En dehors de ses activités liées aux appels d'offres, le service des programmes internationaux a continué à renforcer la présence de l'Agence lors de manifestations institutionnelles. On compte de nombreuses interventions de CampusFrance tout au long de l'année : conférence EAIE (*European Association for International Education*) à Madrid, réunion des recteurs polonais, séminaires sur la mobilité et les programmes européens, etc. L'Agence a aussi participé au comité scientifique pour le colloque sur la mobilité doctorale organisé par les experts de Bologne et l'Université Paris-Est.

7.2 Le programme Malaisie

En 2009, l'Agence CampusFrance a poursuivi le développement du programme d'accueil des étudiants malaisiens qu'elle coordonne pour le compte du gouvernement malaisien.

Dans le cadre de ce programme, la France forme tous les ans de nouvelles promotions de jeunes Malaisiens dans les filières scientifiques et techniques. A la suite d'une formation préalable en Malaisie à l'Université de Kuala Lumpur, les étudiants intègrent un Institut universitaire de technologie (IUT) en France et ont ensuite la possibilité de poursuivre leurs études à l'université ou dans une école d'ingénieurs.

Entre 2008 et 2009, le nombre d'étudiants malaisiens accueillis en première année de DUT a plus que doublé, passant de 24 à 56.

7.3 Le programme *Entrepreneurs en Afrique*

Le programme *Entrepreneurs en Afrique*, cofinancé par le Ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Développement solidaire et porté par CampusFrance, soutient des projets de création et de développement de PME/PMI à vocation technologique dans les pays d'Afrique francophone. Au cours des trois années sur lesquelles se déclinera le programme, 75 projets de création ou de développement d'entreprises seront soutenus pour un budget total de 5 000 000 d'euros.



Entrepreneurs en Afrique : chiffres clés 2009

- 100 demandes d'assistance reçues de la part de porteurs de projets ;
- 31 écoles d'ingénieurs partenaires dans plusieurs domaines (agronomie, chimie, informatique, énergétique, environnement, microbiologie et sécurité alimentaire, céramique industrielle, télécommunications, etc.) ;
- 1 comité scientifique constitué par le Réseau n+i pour l'instruction de l'offre d'assistance scientifique et technique des écoles d'ingénieurs aux demandes des porteurs de projets ;
- 2 comités de sélection de projets organisés ;
- 7 projets sélectionnés actuellement en cours d'assistance ;
- 12 structures partenaires d'appui à la création d'entreprise dans 8 pays africains ;
- 3 outils de communication élaborés (site internet, plaquettes d'information, affiches) ;
- 2 conférences d'information et de sensibilisation des étudiants africains à l'entreprénariat organisées dans deux grandes villes françaises (Montpellier, Toulouse).

8.1 Les publications institutionnelles

L'Agence privilégie de plus en plus l'expertise et l'analyse dans le contenu de la plupart de ses publications. En dehors d'une communication formelle, à partir de l'édition d'un *Courrier* d'information sur les activités de l'Agence en France et dans le monde, ce sont des éditions institutionnelles plus ambitieuses, au service de ses adhérents, qui continuent de se développer.

L'information : *Courriers CampusFrance*

Au rythme bimestriel, ces *Courriers* s'enrichissent chaque année d'un numéro hors-série (novembre 2009) qui présente les statistiques de la mobilité étudiante pour chacun des pays invités aux Rencontres CampusFrance.

L'enquête et l'analyse : *Notes, Chiffres clés, Dossiers*

Une nouvelle politique d'édition institutionnelle a été rendue possible par le travail d'une cellule de veille et d'un comité éditorial informel au sein de l'Agence, en lien avec le service statistique des ministères chargés de l'éducation nationale et de l'enseignement supérieur (DEPP).

• Les *Notes de CampusFrance*

Les *Notes de CampusFrance* ont pour vocation d'analyser, d'évaluer et de comparer des éléments statistiques ou documentaires relevant de domaines qui entrent dans le champ de compétence de l'Agence.

En 2009, quatre *Notes* ont été produites :

- la *Note* n°15 (mars) portait sur "la localisation par académie des étudiants étrangers en mobilité en France". Pour la première fois, une monographie était consacrée à l'implantation géographique des étudiants étrangers venant suivre des études en France ;
- dans une version bilingue français-anglais, la *Note* n°16 (mai), une étude rédigée par André Siganos, Directeur général de l'Agence, envisageait "quelques aspects d'une géopolitique de la formation doctorale" ;
- la *Note* n°17 (octobre) offrait un focus sur "la mobilité des étudiants du Maghreb et d'Afrique subsaharienne", à l'occasion d'une formation d'Espaces programmée à Rabat (Maroc) au mois d'octobre 2009 ;
- parue à l'occasion des *Rencontres CampusFrance 2009* (novembre), la *Note* n°18, premier volume d'une enquête sur "l'accueil des étudiants étrangers", avait un double objectif : fournir un point comparatif sur l'accueil des étudiants étrangers dans d'autres grands pays d'accueil et rendre compte d'une enquête interne auprès des Espaces CampusFrance évaluant leurs actions pour favoriser et préparer l'accueil de ces étudiants.

• Les *Chiffres clés*

Dans la collection statistique des *Chiffres clés*, trois numéros sont parus en 2009 :

- un numéro spécial, *Chiffres clés* n°2, "Indicateurs d'activité" et de notoriété de l'Agence CampusFrance (depuis sa création), réalisé à la fin de l'année 2008 et paru en janvier 2009 ;
- "Attractivité du doctorat et mobilité internationale vers la France", *Chiffres clés* n°3, fruit d'une concertation avec la DEPP, les experts de Bologne et l'Agence Europe Education Formation France, édité à l'occasion d'une conférence sur ce thème qui a eu lieu à Paris en mai 2009 ;
- *Chiffres clés* n°4, "Les étudiants internationaux 2009", paru en décembre, réactualisation du premier numéro de la série.

• Les *Dossiers CampusFrance*

La nouvelle collection des *Dossiers CampusFrance*, consacrés à un pays ou à une région, a pour but :

- d'offrir un panorama local en matière d'enseignement supérieur, d'économie, d'évolution sociodémographique...
- de décrire le dispositif français de promotion de l'enseignement supérieur dans le pays ou la zone et de montrer dans quel contexte concurrentiel ce dispositif se déploie ;
- d'esquisser de nouvelles pistes d'action.



Le premier volume de la nouvelle collection *Dossiers* (daté janvier 2010) est dédié à la Turquie. Ce dossier reprend l'importante étude qui avait été réalisée par CampusFrance à la demande de l'Ambassade de France en Turquie, au mois d'avril 2009 ("*CampusFrance en Turquie : comment améliorer l'attractivité de l'enseignement supérieur français*").

8.2 Les préconisations du Conseil d'orientation du GIP CampusFrance

Créé par l'article 19 de la convention constitutive du GIP CampusFrance, le Conseil d'orientation est un espace de réflexion où tous les acteurs de la mobilité sont réunis pour débattre de questions liées à l'internationalisation de l'enseignement supérieur. Les universités, les écoles et leurs conférences, les étudiants, les entreprises, les représentants des régions et des assemblées, les institutions en charge de l'accueil des étudiants étrangers et les administrations y sont représentés.

Le Conseil d'orientation a tenu deux réunions au cours de l'année 2009.

- **La séance du 18 mars** avait pour thème l'accueil des étudiants étrangers en France. Le Conseil a rappelé que la majorité des étudiants de nationalité étrangère arrivant sur le territoire français sont des étudiants engagés dans une démarche individuelle et que celle-ci constitue la catégorie la plus exposée aux difficultés. Le Conseil a présenté le rôle de chacun des acteurs dans la chaîne de l'accueil et a rappelé toutes les actions mises en place pour améliorer la qualité de cet accueil, en précisant les rôles respectifs de chacun des opérateurs. Le Conseil s'est prononcé pour une approche globale de la chaîne de l'accueil et une démarche qualité qu'il convient de développer au sein de guichets uniques en régions, au-delà de la simplification des démarches administratives.

- **Le Conseil d'orientation du 18 novembre** avait pour thème "*Formations et employabilité internationale*". Selon le Conseil, dans une économie largement mondialisée, les entreprises françaises s'internationalisent par le développement de leurs activités hors des frontières. Elles doivent désormais disposer de cadres ayant intégré toutes les contraintes de l'internationalisation de leurs activités pour promouvoir leurs produits à l'exportation et saisir les opportunités de rapprochement avec les entreprises et marchés étrangers.

L'insertion professionnelle est maintenant une nouvelle mission du service public de l'enseignement supérieur. Entreprises et établissements d'enseignement supérieur doivent construire des partenariats inscrits dans la durée à travers des dispositifs existants ou à construire : fondations, conventions cadre avec des branches professionnelles, etc. Les formations universitaires, les diplômes, doivent être repensés pour pouvoir intégrer une approche compétences.

Selon le Conseil, lier formations et employabilité internationale, c'est permettre à de plus en plus de diplômés, étudiants français et étrangers en mobilité dans notre pays, de trouver un emploi dans lequel :

- ils pourront aisément naviguer dans le contexte internationalisé de leur entreprise ;
- et/ou trouver un emploi à l'étranger ou dans leur pays d'origine.

Cinq directions pour améliorer la qualité de l'accueil

- 1- simplifier la réglementation des visas et titres de séjour ;
- 2- accroître l'offre de logements ;
- 3- labelliser des sites en régions, guichets uniques regroupant les établissements, le CROUS et la Région, qui garantissent une qualité de l'accueil, rentrer dans une logique de site ;
- 4- assurer une bonne orientation des étudiants au moment de leur demande d'inscription, clé de la réussite de la mobilité individuelle, qui représente les trois quart de la mobilité, par une meilleure fluidité entre les Espaces CampusFrance et les établissements ;
- 5- pour l'intégration des étudiants étrangers, faire appel aux étudiants, aux associations étudiantes et aux anciens en mettant en place un suivi des anciens.

**Annexe 1 :
organisation et fonctionnement**

L'Agence CampusFrance est un GIP (Groupement d'Intérêt Public) créé pour trois ans le 29 avril 2007, succédant à EduFrance. Il a été prorogé d'une année jusqu'au 29 avril 2011, avec l'assentiment de l'ensemble des adhérents.

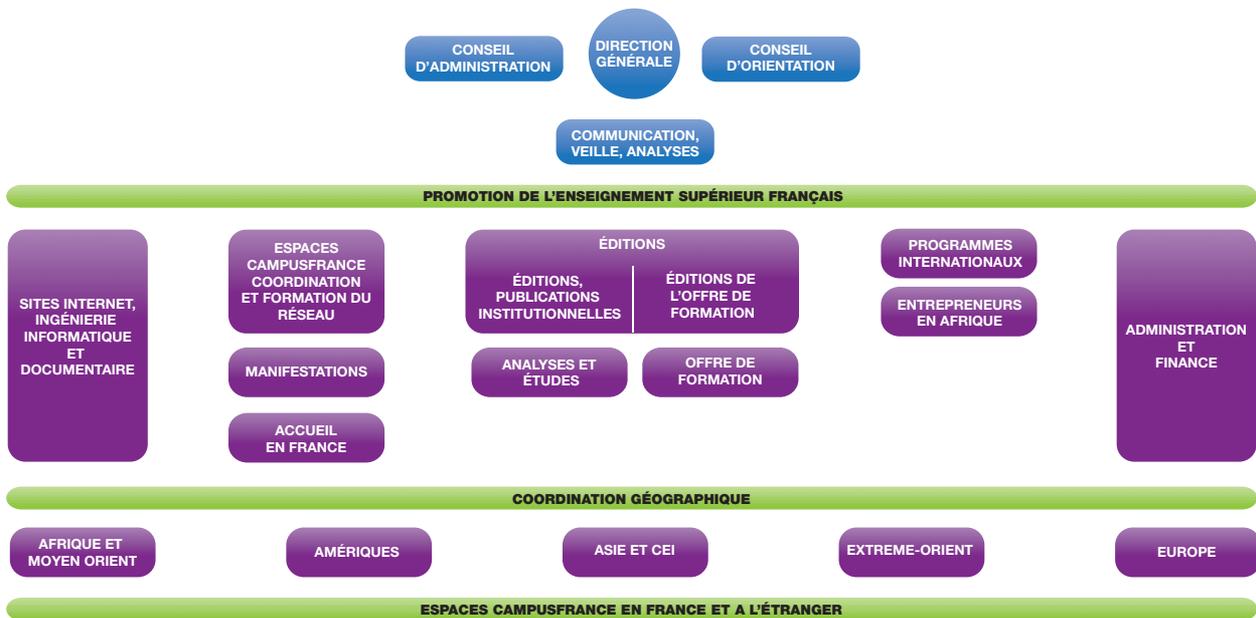
Sa convention constitutive a prévu une Assemblée générale composée de l'ensemble des établissements et des opérateurs membres de l'Agence, ainsi que des représentants de l'Etat chargés des affaires étrangères, de

l'enseignement supérieur, de l'immigration, de l'éducation, de la culture, du commerce extérieur.

Le Conseil d'administration est notamment composé, outre des représentants de l'Etat, de représentants des trois principales conférences d'établissements (CPU, CGE, CDEFI). Enfin, selon les termes de la convention constitutive, a été mis en place un Conseil d'orientation.

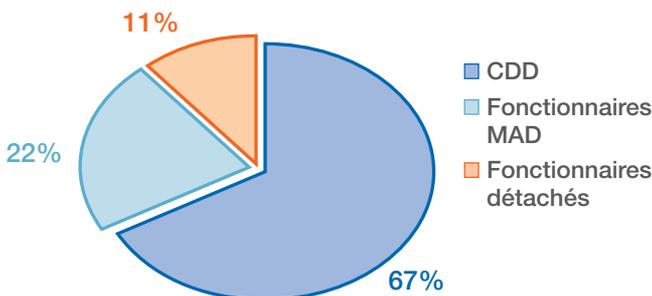
Le Directeur général nommé par le Conseil d'administration sur proposition de son Président, assure la gestion de l'Agence. Depuis le 29 juillet 2009, date du départ de son Directeur général appelé à d'autres fonctions, la direction du GIP est assurée par le Président du Conseil d'administration et par la Directrice déléguée.

Organigramme fonctionnel CampusFrance Paris

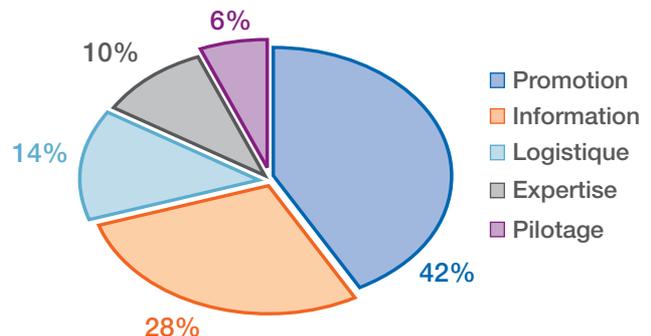


**Répartition des personnels de l'Agence
(au nombre de 36 en 2009)**

Répartition par catégories en 2009



Répartition par grandes fonctions en 2009



Annexe 2 : données budgétaires

Évolution des données budgétaires

	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Exécuté recettes (M€)	1,8	6,8	10,5	13,3	8,8	8,3	7,7	7,6	7,5	5,9	6
- dont subvention de fonctionnement	1,5	2,6	2,8	3	3	3,1	3,2	3,2	3,2	3,5	3,3
- dont autres recettes	0,3	4,2	7,7	10,3	5,8	5,2	4,5	4,4	4,3	2,4	2,7
Contribution totale des établissements (milliers d'euros)	184	300	403	485	451	550	455	556	796	968	1 091

L'Agence CampusFrance finance ses activités à hauteur de 55% grâce aux subventions de fonctionnement versées par les ministères de tutelle. Leur répartition en 2009 a sensiblement changé par rapport à 2008 : 56% proviennent du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche (la part de ce ministère s'élevait à 54% en 2008), 36% du Ministère des Affaires étrangères et européennes (45% en 2008), 7% du Ministère de l'Immigration, de l'Intégration, de l'Identité nationale et du Développement solidaire (non contributeur

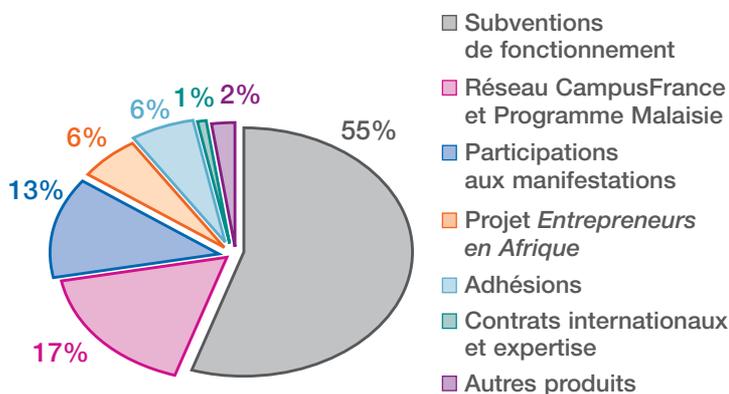
en 2008) et 1% d'autres ministères.

Les ressources propres de l'Agence (45% de ses recettes) sont constituées principalement de l'apport des établissements, de plus en plus important, ainsi que de fonds pour des programmes spécifiques (fondations malaisiennes pour l'accueil d'étudiants en France, ministère chargé de l'immigration pour le projet *Entrepreneurs en Afrique...*).

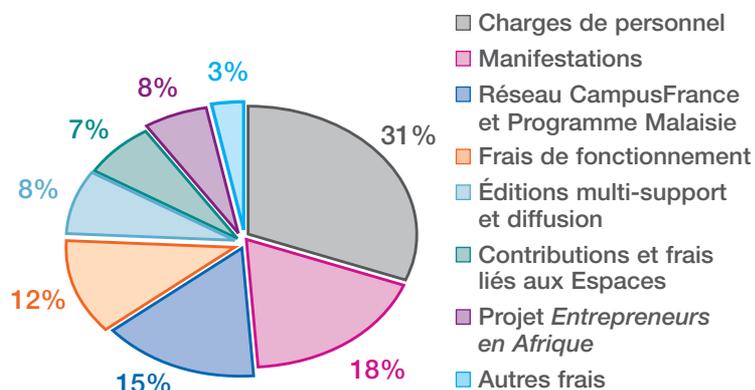
Données budgétaires 2009

Exécuté recettes (M€)	6
- dont subvention de fonctionnement	3,3
- dont autres recettes	2,7
Dans le chapitre "autres recettes" figurent notamment (milliers d'euros) :	
- contribution totale des établissements	1 091
- programme d'accueil d'étudiants malaisiens	1 013
- projet <i>Entrepreneurs en Afrique</i> (financement MIIINDS)	375

Répartition des recettes en 2009



Répartition des dépenses en 2009



Avec 264 352 étudiants étrangers accueillis en France en 2009, la marque CampusFrance, c'est :

- **Les sites internet :**
 - 53 sites dans 27 langues
 - 5,5 millions de visiteurs
 - 50 millions de pages vues
- **La diffusion de l'offre de formation française :**
 - 36 000 formations accessibles à partir d'un moteur de recherche
 - 550 programmes de bourses en ligne
 - 770 publications pour les étudiants, du BTS au Doctorat
- **Les manifestations de promotion :**
 - 16 grandes manifestations dans le monde
 - 177 000 visiteurs
 - 331 établissements participants
- **Les réseaux :**
 - 116 Espaces CampusFrance et 14 Antennes dans 88 pays
 - 174 responsables d'Espaces formés par l'Agence
 - 226 établissements d'enseignement supérieur adhérents de l'Agence
- **L'information :**
 - 13 publications dans l'année à l'attention des adhérents
- **Le budget :**
 - 6 millions d'euros de budget en 2009, dont 3,3 millions de subventions gouvernementales
 - 36 personnes à CampusFrance Paris et 250 dans le monde

Agence CampusFrance
Agence nationale pour la promotion
de l'enseignement supérieur français à l'étranger

Directeur de la publication :
Gérard Binder, Président du Conseil d'administration

Comité éditorial :
Béatrice Khaïat, Directrice déléguée
Claude Torrecilla, Responsable communication

L'ensemble des personnels de CampusFrance
a collaboré à la réalisation de ce rapport d'activité.

Edition :
Claude Torrecilla, claudetorrecilla@campusfrance.org

CampusFrance
79 avenue Denfert-Rochereau
75014 Paris – France
Tél. : 33 (1) 53 63 35 00
www.campusfrance.org

Mai 2010