



EUROPEAN HIGHER EDUCATION FAIR
 歐洲高等教育展覽
 13 - 14 March, 2010
 二零一零年三月十三日至十四日

INTERNET AND MOBILE...
 Rong-Rong Central Library

FRANCE KANSAS CITY MISSOURI
 NAFSA 2010
 MAY 30th to JUNE 4th

CONGRESO INTERNACIONAL
CARRERAS PARA EL FUTURO E INTERNACIONALIZACION UNIVERSITARIA

FERIA UNIVERSITARIA CAMPUS FRANCE 2010
 Del 23 al 26 de marzo



NORDIC TOUR FRENCH HIGHER EDUCATION FORUM

SEMANA FRANCOBRASILEIRA DO ENSINO SUPERIOR
 DE 2 A 8 DE OUTUBRO
 WWW.ESTUDARNAFRANCA.COM.BR

您到法國攻讀碩士課程?
 法國政府資助您入學, 免收
 學費及住宿費嗎?

put french spice on your tongue
 Next session of French classes
 28th April - 8th July
 Admissions
 7th - 27th April

LEARN FRENCH... IN FRANCE!
 WWW.INDIA.CAMPUSFRANCE.ORG
 15th - 19th OF NOVEMBER 20
 DELHI - CHENNAI - MUM

Dakar Sénégal
 Salon de l'Enseignement Supérieur
 12-13 novembre
 4-10 avenue
 Française

Forum Franco-Chinois de l'Enseignement Supérieur
 中法高等教育论坛

Франция - Ваш ключ к успеху

higher education choose france



Rapport d'activité 2010

Agence CampusFrance



	1	Etat des lieux de la mobilité étudiante étrangère en France : chiffres clés	p. 03
		Les étudiants étrangers en France par nationalité en 2009-2010	
	2	L'attractivité de la France	p. 04 à 08
		Les activités de promotion dans le monde	
		2.1 Afrique 2.3 Asie 2.5 Moyen-Orient	
		2.2 Amériques 2.4 Europe	
	3	Les sites internet de CampusFrance	p. 09 et 10
		3.1 La refonte du site national www.campusfrance.org	
		3.2 De nouveaux développements	
		3.3 Les sites locaux	
		3.4 La formation des Espaces aux nouveaux sites	
	4	La présentation de l'offre de formation	p. 11 et 12
		4.1 Les moteurs de recherche et les bases de données	
		4.2 Les publications pour les étudiants	
	5	Les manifestations de promotion	p. 13 et 14
		5.1 La promotion des Etudes Doctorales	
		5.2 La promotion des formations de Français Langue Etrangère	
		5.3 D'autres formes de promotion	
	6	Le réseau des Espaces CampusFrance	p. 15 à 17
		6.1 Les Espaces CampusFrance	
		6.2 Les activités des Espaces CampusFrance	
		6.3 La coordination des Espaces	
	7	Les adhérents de CampusFrance	p. 18 et 19
		7.1 25 nouveaux adhérents en 2010	
		7.2 Des correspondants CampusFrance dans 18 PRES	
		7.3 Les Rencontres Espaces-adhérents	
	8	Les programmes internationaux	p. 20 et 21
		8.1 Les appels d'offre internationaux : <i>PromoDoc</i>	
		8.2 L'Office Méditerranéen de la Jeunesse	
		8.3 Le programme Malaisie	
		8.4 Le programme Entrepreneurs en Afrique	
	9	Les publications institutionnelles	p. 22 et 23
		9.1 Les <i>Courriers</i> CampusFrance	
		9.2 Les <i>Notes</i> , les <i>Repères</i> , les <i>Dossiers</i>	
	10	Annexes	
		Annexe 1 : organisation	
		Annexe 2 : données budgétaires	

Entre 1999 et 2009, le nombre d'étudiants étrangers dans l'enseignement supérieur français est passé de 161 000 à 278 000, progressant ainsi de 73%. Sur cette décennie, la part des étrangers dans la population étudiante est passée de 7,5% à 12%*. La France est le 3^e pays d'accueil des étudiants internationaux.

Le nombre d'étudiants étrangers a augmenté de 4,8% en 2009 par rapport à 2008. Il s'agit d'un taux de croissance élevé, le nombre total d'étudiants n'ayant progressé que de 3,7%.

Les jeunes Africains représentent près de la moitié des étudiants étrangers (44,5% en 2009), même si leur part a diminué de six points en sept ans. 23,8% des étudiants

étrangers sont originaires d'Asie et près d'un quart d'entre eux sont issus d'Europe (22,5%), dont 18,1% de l'Union européenne. Enfin, 8,2% des étudiants viennent du continent américain, alors que le continent océanien est peu représenté.

* Source : MESR-DGESIP/DGRI-SIES, l'Etat de l'enseignement supérieur et de la recherche en France, décembre 2010

Les étudiants étrangers en France par nationalité en 2009-2010

Zones géographiques	Nombre d'étudiants étrangers ¹	Evolution 2008/2009	Part dans le total des étrangers
Europe	62 476	4,4%	22,5%
Union européenne	50 221	4,4%	18,1%
dont :			
Allemagne	8 358	4,4%	3,0%
Italie	7 046	10,9%	2,5%
Europe hors Union européenne	12 255	4,5%	4,4%
Afrique²	123 247	5,6%	44,5%
Maghreb	69 387	6,0%	25,0%
dont :			
Maroc	31 522	4,1%	11,4%
Algérie	21 781	4,8%	7,9%
Tunisie	14 349	11,9%	5,2%
Afrique hors Maghreb	53 860	5,2%	19,4%
dont :			
Sénégal	10 023	4,2%	3,6%
Cameroun	7 201	8,4%	2,6%
Asie	65 835	4,2%	23,8%
Moyen-Orient	15 907	0,3%	5,7%
dont :			
Liban	5 543	-1,4%	2,0%
Asie hors Moyen-Orient	49 928	5,5%	18,0%
dont :			
Chine	29 053	7,2%	10,5%
Vietnam	6 295	0,7%	2,3%
Amériques	22 628	4,4%	8,2%
dont :			
Amérique du Nord	6 096	3,4%	2,2%
Amérique du Sud	11 936	5,7%	4,3%
Antilles-Amérique centrale	4 596	2,6%	1,7%
Océanie	530	17,8%	0,2%
Autres	2 411	-4,6%	0,9%
Total	277 127	4,8%	100%

Source : DEPP/MESR-DGESIP-DGRI-SIES

¹ Il s'agit du nombre d'étudiants hors formations paramédicales et sociales et hors établissements dépendant du ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche.

² L'Egypte est comptabilisée dans le Moyen-Orient, donc en Asie et non en Afrique.

LES ACTIVITÉS DE PROMOTION DANS LE MONDE

Avec une augmentation en un an de près de 5% du nombre d'étudiants étrangers en France, l'indicateur de l'attractivité des établissements d'enseignement supérieur français confirme sa vitalité.

CampusFrance, comme d'autres opérateurs et acteurs de la mobilité étudiante, a joué un rôle dans cette évolution positive.

Les Coordonnateurs géographiques de l'Agence CampusFrance, chacun pour sa zone d'activité, évaluent ici cette attractivité, s'appuyant sur de grandes manifestations organisées par CampusFrance et sur le réseau des Espaces dans la zone.

2.1 Afrique

En 2009-2010, la France accueillait 123 247 étudiants originaires du Maghreb et d'Afrique subsaharienne. Plus de 44% des étudiants étrangers en France sont issus de ce continent dont l'effectif étudiant a progressé de 5,6% depuis l'an dernier.



La France est le premier pays d'accueil des étudiants maghrébins et africains. Cette tendance est confirmée par une hausse significative pour la Tunisie : plus de 20% en 2009 par rapport à 2008. En revanche, le Maroc et l'Algérie, 1^{er} et 3^e pays d'origine des étudiants étrangers en France, marquent légèrement le pas en 2009 avec respectivement moins 9,5% et moins 1,8% par rapport à l'an dernier. Par ailleurs, la mobilité étudiante de l'Afrique subsaharienne vers la France reste forte.

Concernant la répartition par niveau d'étude, le niveau Master prévaut, suivi par le niveau Licence puis le Doctorat. En termes de répartition par disciplines, les sciences exactes 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

Maroc : en 2010, l'Ambassade a lancé le *Club France Maroc*, conçu comme un espace d'échanges, d'information et de services. L'activité du Club est structurée autour d'un site Internet dont l'accès est réservé aux membres (étudiants et diplômés marocains de l'enseignement supérieur français) et aux partenaires (entreprises, acteurs académiques et associations de diplômés). Le Club compte à ce jour 70 partenaires et plus de 1 300 membres. On constate par ailleurs une forte implantation de formations supérieures délocalisées au Maroc.

Tunisie : la Tunisie est un pays à fort flux migratoire vers la France. Toutefois, le système universitaire local favorise les études sur place jusqu'aux Masters 1 et 2. Avec près de 2 500 doctorants en 2009, la Tunisie fournit le premier contingent de doctorants étrangers en France. Dans ce cadre, l'Ambassade a en projet la création d'un réseau de Tunisiens titulaires d'un Doctorat obtenu en France.

Sénégal : la France et le Sénégal ont lancé le programme France Formation Professionnelle. Ce projet innovant, d'un montant annuel de 1,2 milliard de FCFA (1,8 million d'euros), a pour objectif de former en France des techniciens supérieurs dans des métiers recherchés par les entreprises installées sur place.

Six filières ont été retenues en concertation avec les autorités sénégalaises, proposant une variété de métiers dans les domaines des travaux publics, de l'agriculture et de l'agro-alimentaire, de l'hôtellerie-tourisme, de la mode, de l'automobile et de l'eau.

• Deux grandes opérations au Maghreb et en Afrique subsaharienne

CampusFrance a organisé la **première formation nationale** du personnel de l'Espace et des antennes CampusFrance au Sénégal, en novembre 2010, à la demande du ministère chargé de l'immigration.

Durant cette formation, l'accent a été mis sur les niveaux d'enseignement et sur les disciplines stratégiques pour le Sénégal, notamment l'agriculture, le BTP, les énergies renouvelables et le tourisme, dans les niveaux BTS, DUT et Licence Professionnelle. Cette formation était précédée d'un **salon de promotion des formations professionnalisantes**, bénéficiant de bonnes perspectives d'emploi (énergies renouvelables, agriculture, tourisme, BTP).

Le **séminaire de promotion des Ecoles Doctorales françaises** en Tunisie a marqué l'année 2010. Centrée sur les énergies renouvelables, cette action a connu un franc succès avec la participation de douze Ecoles Doctorales françaises et d'une trentaine d'Ecoles Doctorales tunisiennes. Plus de cent rendez-vous ont été organisés entre les futurs doctorants tunisiens et les Ecoles Doctorales françaises.

• Le réseau des Espaces

En 2010, le réseau des Espaces d'Afrique s'est étoffé avec l'ouverture de deux Espaces en Afrique anglophone (Afrique du Sud et Nigeria). Un nouvel Espace s'est ouvert également à Tripoli, en Libye.

2.2 Amériques

• Amérique latine, Antilles et Amérique centrale

En 2009-2010, la France accueillait 11 936 étudiants originaires d'Amérique latine et 4 596 étudiants originaires des Antilles et d'Amérique centrale. Au total, ce sont 6% des étudiants étrangers en France qui sont issus de ces zones dont les effectifs ont respectivement progressé de 5,7% et 2,6% depuis l'an dernier.

Certains pays affichent des taux exceptionnels de mobilité encadrée, comme le Brésil (64%) et le Mexique ou le Pérou (environ 50%).



Trois pays majeurs

Le Brésil maintient en 2010 sa position de leader de la mobilité latino-américaine vers la France avec 2 765 visas étudiants délivrés contre 2 600 en 2009. C'est notamment le résultat de la Semaine franco-brésilienne de l'enseignement supérieur qui avait rassemblé en 2009 plus de 120 établissements pour 12 000 visiteurs étudiants.

L'année 2010 aura été marquée par des missions aux formats variés : la semaine de recrutement pour les grandes écoles (mai) sur le modèle des MBA Tours, la semaine des SHS (octobre), ou la mission de Recteurs brésiliens en France (mai), réunissant 27 universités.

Le Mexique, avec 2 413 visas délivrés en 2010 (2 250 en 2009) devrait poursuivre cette croissance, grâce aux partenariats noués dans le cadre des pôles d'excellence franco-mexicains. Le salon EuroPosgrados Mexico (novembre) a accueilli 8 000 visiteurs (contre 12 000 en 2009). De l'avis des 21 établissements français présents, cette relative faiblesse était compensée par des demandes plus ciblées.

La Colombie, avec 1 289 visas délivrés en 2010 contre 1 518 en 2009, reste un pays à mobilité étudiante individuelle, tournée vers les études de FLE ou de sciences humaines et sociales. Depuis deux ans, on constate cependant une évolution vers une mobilité de qualité encadrée et de niveau Master, grâce au programme de soutien au double diplôme lancé par l'Ambassade de France en Colombie. EuroPosgrados Colombie (novembre) a rassemblé 22 établissements, faisant de ce salon un lieu important de partenariats et de recrutement.

Des pays qui s'installent

L'Argentine prend la 4^e place du classement de la mobilité latino-américaine vers la France avec 458 visas en 2010 (382 en 2009), signe d'une nette amélioration de sa situation

économique. Le programme Arfitec et la poursuite des actions de promotion sur les campus de province redynamisent un potentiel de coopération avec ce pays.

Le Venezuela et le Pérou occupent respectivement la 5^e (427 visas) et la 6^e place (425). Au Pérou, le nombre de visas a chuté par rapport à 2009 (553), malgré le salon CampusFrance Pérou (mars) qui a bénéficié d'une fréquentation record (8 000 visiteurs). Au Venezuela, la mobilité est portée par les programmes de bourses de l'Etat, aux niveaux Master et Licence Professionnelle.

Le Chili, avec 416 visas en 2010 contre 389 en 2009, s'installe dans la stratégie internationale des établissements français, favorisée par de nombreux accords de coopération et par le programme de bourses du gouvernement chilien (Becas Chile, recrutement de 1 000 boursiers en Master et Doctorat sur cinq ans).

D'autres, plus modestes mais encourageants

L'Equateur (392 visas) est en progression en 2010. Le maintien d'un bureau CampusFrance à Quito s'avère particulièrement nécessaire pour accompagner les établissements français localement.

Pour la Bolivie, la tendance est stable (112 visas contre 114 en 2009) mais l'organisation de la Caravane CampusFrance Bolivie devrait permettre une reprise.

L'Amérique Centrale reste en position modeste avec 171 visas délivrés en 2010 (dont 73 pour le Costa Rica). En 2010, 8 établissements ont profité du salon EuroPosgrados Colombie pour se rendre ensuite au Panama (novembre).

• Amérique du Nord

En 2009-2010, le nombre d'étudiants d'Amérique du Nord s'élève à plus de 6 000, ce qui représente une augmentation de 3,4% par rapport à l'an dernier.

En 2010, le nombre de visas est passé à 9 957 (9 676 en 2009). 3 300 étudiants suivent une formation dans un établissement français (plus 30% en six ans), les autres se répartissant en courts séjours (Summer programs ou cours de FLE). Les efforts de redéploiement des points d'information à Chicago et à Miami devraient permettre de renforcer l'action de CampusFrance.

Au Canada, qui affiche 2 049 visas, les récentes conventions signées avec des universités prestigieuses anglophones vont permettre d'accroître la qualité de la mobilité, en favorisant davantage de cotutelles de thèse.

Deux grands événements

Événement phare en 2010 de l'action de CampusFrance en Amérique du Nord, NAFSA Kansas City, rassemblant 26 établissements français, a été le rendez-vous des échanges et de la coopération universitaire au niveau mondial. NAFSA a confirmé sa position dominante, au moment où l'EAIE en Europe et le forum ANPEI en Asie (mars 2011) s'imposent géographiquement.

A l'initiative des services scientifiques et universitaires du réseau français au Canada, le premier séminaire franco-canadien sur les cotutelles de thèse s'est tenu à Toronto et à Vancouver.

2.3 Asie

Selon l'UNESCO, l'Asie est le premier continent d'origine des étudiants en mobilité internationale (42,3%). Entre 2003 et 2008, leur nombre a augmenté de 29,4%. Les étudiants asiatiques sont désormais environ 1 230 000 en mobilité, soit deux fois plus que les Européens qui occupent la deuxième position. La France occupe la 6^e place des pays d'accueil avec près de 50 000 étudiants asiatiques en 2009-2010.



• Extrême-Orient

La Chine reste le pays d'Asie le plus représenté en France avec, pour l'année 2009-2010, 29 000 étudiants chinois inscrits dans un établissement d'enseignement supérieur français, soit 10,5% de l'ensemble des étudiants étrangers en France.

La Corée et le Japon constituent toujours les 3^e et 4^e contingents d'étudiants asiatiques en France. Le nombre d'étudiants coréens en mobilité a augmenté de 10,3% entre 2008 et 2009, tandis que celui des étudiants japonais poursuivait une baisse notable dès 2006 (2 025 en 2009 contre 2 648 en 2006). Quant au nombre d'étudiants taiwanais, il continue sa progression (996 étudiants en 2009-2010).

Une année riche en événements et en "premières"

Chine : le *China International Education Expo Tour* (CIEET), en mars, a été couplé pour la première fois au salon EHEF de Hong Kong, permettant à 25 établissements français de choisir un parcours Nord ou Sud. Pour la première fois également, une journée d'information à Paris, réunissant plus de 140 établissements, a été organisée, en avril, sur le parcours de réussite des étudiants chinois en France.

Le 1^{er} **Forum Franco-chinois de l'enseignement supérieur** s'est tenu en octobre à Shanghai, dans le cadre du salon *China Education Expo* (CEE) et de l'exposition universelle. Cet événement, dont l'annonce officielle avait été faite lors de la visite d'Etat du Président de la République française en Chine en mai 2010, a été co-organisé par l'Agence CampusFrance et le *China Education Association for International Exchange* (CEAIE), en partenariat avec les ministères de tutelle et les conférences d'établissements (CPU, CGE, CDEFI). Il a permis de déterminer un certain nombre d'objectifs, dont l'amélioration du parcours de mobilité individuelle des étudiants grâce à la mise en place du catalogue Chine (voir page 11).

Ce Forum, couplé au salon de l'éducation, a rassemblé plus de 200 participants chinois et français, ce qui fait de cet événement le plus grand rassemblement d'établissements d'enseignement supérieur français et chinois jamais organisé en Chine.

Taiwan : le British Council s'est pour la première fois associé à la **manifestation européenne** organisée à Taiwan, en novembre, qui a rassemblé un nombre record de 26 900 visiteurs sur l'ensemble des trois étapes (Taipei, Taichung, Kaohsiung).

• Asie du sud et Asie du sud-est

Deux pays importants pour la France

Vietnam : au Vietnam, ce sont près de 6 300 étudiants en mobilité essentiellement individuelle, dirigée vers des formations diplômantes en sciences économiques et en administration économique et sociale, qui se sont inscrits principalement en niveau Licence et Master. En 2010, au total, plus de 550 étudiants ont pu bénéficier d'une bourse.

Inde : 1 708 étudiants indiens étaient inscrits dans les établissements d'enseignement supérieur français en 2009 (44,3% en université), dont la majorité en sciences et au niveau Master. La France vise l'objectif d'accueillir 4 000 étudiants indiens en 2012.

De petits pays en progression continue

Bangladesh : 88 étudiants bangladais sont venus étudier en France, grâce notamment au développement du programme *Erasmus Mundus*.

Singapour : on dénombrait 339 étudiants singapouriens en 2009 (contre 288 en 2008, soit une hausse de 17%), une hausse principalement due à l'attractivité des accords d'échanges d'étudiants.

Philippines : en 2009, plus de 180 étudiants philippins étudiaient en France dont 80% en Master ou Doctorat.

Principaux événements de l'année 2010

Vietnam : la 2^e édition du **Salon franco-allemand** de Hanoi et de Hô Chi Minh Ville, dédiée aux sciences-technologies et à l'économie-gestion (avec un volet pour les Doctorats), a associé 28 établissements et attiré 2 850 visiteurs.

Indonésie : le second **Salon EHEF à Jakarta**, qui a rencontré un franc succès, devient annuel. Les **Rencontres Institutionnelles** organisées à cette occasion ont permis à 15 établissements français de visiter les grandes universités du pays.

En complément de la **mission Écoles Doctorales françaises**, organisée par l'Ambassade et par l'Agence CampusFrance en avril 2010, un séminaire de travail s'est tenu en décembre. Il a réuni une délégation indonésienne et 30 directeurs ou représentants d'Écoles Doctorales des universités françaises.

Inde : la **Semaine franco-indienne de l'enseignement supérieur** s'est révélée moins prometteuse que prévue mais les **Rencontres universitaires** de Chennai et de Pune ont permis de conforter les relations avec certains établissements locaux.

■ 2.4 Europe

Après une période de baisse continue de la mobilité européenne en France, celle-ci prend fin avec une hausse de 4,4% des inscriptions à la rentrée 2009-2010. Cette croissance des inscriptions des étudiants européens en France permet de maintenir le poids de l'Europe dans la représentativité des étudiants étrangers. Avec plus de 62 000 étudiants, les Européens représentent 22,5% de la totalité des étudiants internationaux en mobilité en France.



• Union européenne (UE)

L'augmentation de 4,4% des inscriptions des étudiants issus de l'Union européenne constitue une progression remarquable qui couvre une réalité contrastée entre les pays anciens et les nouveaux membres. L'attractivité de la France et de son enseignement supérieur sont plus fortes dans les pays anciennement membres de l'UE.

Avec 8 328 étudiants, l'Allemagne reste en tête des pays européens. Sa progression de 4,4% est un signe fort d'amélioration de l'attractivité de la France dans ce pays. Le soutien financier apporté par l'UFA (Université franco-allemande) contribue à cette croissance.

L'Italie avec 7 046 étudiants se place au 2^e rang des pays européens les plus représentés dans la population étudiante internationale en France. Les étudiants italiens suivent principalement des études au niveau Master et Doctorat.

D'autres pays connaissent une hausse exceptionnelle par rapport à l'année 2008-2009 : la Finlande (plus 14%), le Portugal (plus 9,6%), l'Irlande (plus 9,6%), l'Espagne (plus 8,5%), l'Autriche (plus 8,3%) et le Royaume-Uni (plus 7,8%).

En revanche, les étudiants roumains et bulgares sont moins nombreux à venir étudier en France avec respectivement moins 3,5% et moins 5,4% par rapport à l'an dernier. La baisse des inscriptions marque une influence moins grande de la France : en Roumanie par exemple, la place de l'apprentissage du français comme 1^{ère} langue est en déclin, ce qui diminue la mobilité "naturelle" vers la France. La Bulgarie s'inscrit dans le même schéma.

Manifestation commune Roumanie-Bulgarie

Un effort de promotion supplémentaire a donc été réalisé en 2010, à travers une opération commune Roumanie-Bulgarie, au mois de mars.

Cette première manifestation de promotion conjointe Roumanie-Bulgarie, organisée en partenariat avec les Ambassades, a permis de renforcer la visibilité de l'offre de formation française. En Roumanie, 16 établissements français ont participé au salon RIUF (*Romanian International University Fair*), en mars 2010. En Bulgarie, les établissements français ont été invités à participer au salon CampusFrance. Ces manifestations ont attiré au total près de 14 000 étudiants roumains et bulgares.

• Hors Union européenne

On note une hausse globale de la mobilité étudiante des étudiants européens non ressortissants d'un pays de l'UE vers la France : plus 4,5% d'inscriptions enregistrées à la rentrée 2009-2010.

Des efforts de promotion en Ukraine

Les efforts continus de CampusFrance et de l'Ambassade dans la promotion des études en France se concrétisent par une croissance régulière des inscriptions d'étudiants ukrainiens en France (plus 4,9%).

Le Salon international Etudes et Carrières (Kiev, Donetsk et Dniepropetrovsk) : le Pavillon CampusFrance a accueilli en novembre 13 établissements français et a connu une affluence satisfaisante. En marge de ce salon, des visites d'établissements ukrainiens et des rendez-vous institutionnels ont été organisés.

Les Rencontres universitaires franco-ukrainiennes : l'intérêt des établissements français à développer un partenariat avec l'Ukraine s'est trouvé renforcé par l'organisation d'un séminaire sur la coopération universitaire et scientifique à Paris. En décembre, une délégation ukrainienne de Recteurs et de Vice-recteurs de six grandes universités a ainsi pu rencontrer 24 établissements français, à Paris, et assister à des conférences sur l'évolution du paysage de l'enseignement supérieur français.

Une initiative originale en Serbie, en Macédoine et au Monténégro : le programme de bourses "développement solidaire"

Dans le cadre d'un accord relatif à la mobilité des jeunes signé entre la France, la Serbie, la Macédoine et le Monténégro, le ministère chargé de l'immigration a confié à CampusFrance la gestion d'un programme de bourses "développement solidaire" pour des étudiants de niveau Master.

• Les Espaces CampusFrance en Europe

En 2010, quatre nouveaux Espaces CampusFrance ont vu le jour à Berlin (labellisation du bureau *Studieren in Frankreich*), à Vienne (Autriche), à Tallin (Estonie) et à Rome (Italie).

2.5 Moyen-Orient

En 2009-2010, la France accueillait 15 907 étudiants venus des pays du Moyen-Orient, les étudiants libanais constituant à eux seuls un tiers du total.

Les étudiants du Moyen-Orient forment ainsi 5,7% de la population étudiante étrangère en France, soit une légère hausse (plus 0,3%) par rapport à l'an dernier.

Selon l'UNESCO, ce sont les Etats-Unis et le Royaume-Uni qui 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 Master et Doctorat, dans les sciences médicales, juridiques, politiques et économiques.



En 2010, l'Agence CampusFrance a choisi de centrer son action en organisant des opérations phares dans les pays du Golfe persique : Arabie Saoudite, Bahreïn, Emirats Arabes Unis, Qatar et Koweït.

Dans la région du Golfe, la France jouit d'une image traditionnellement positive auprès des milieux académiques locaux. Cependant, la réputation de l'enseignement supérieur français doit être confortée auprès de ces étudiants qui sont massivement attirés par les pays anglo-saxons et par l'Allemagne.

Les relations privilégiées qu'entretient la France avec cette région du monde, associées à une forte volonté politique locale de diversifier les partenariats, peuvent créer un environnement favorable à une meilleure coopération universitaire dans un contexte très concurrentiel.

Au titre de ces relations privilégiées, de nombreux établissements français ont délocalisé des formations au Moyen-Orient. Le paysage universitaire émirien est ainsi marqué par l'implantation de l'université d'Abou Dhabi-Sorbonne (2006). De même, l'Insead et HEC ont suivi ce mouvement, avec l'ouverture d'un campus et des programmes de formation de recherche pour l'un et avec la signature de programmes de formation des cadres et cadres supérieurs d'entreprises pour l'autre. A Dubaï, l'école française Esmod a créé son Université de la Mode. Au Liban, Bordeaux Ecole de Management ou l'ESCP Europe ont créé leurs formations.

Des spécificités selon les pays

Qatar : le Qatar a besoin de former des élites dans toutes les disciplines, plus particulièrement dans les filières de médecine, droit, sciences humaines, sciences de l'ingénieur et dans différents secteurs (BTP, sciences de l'environnement, gestion de l'eau, tourisme). Le gouvernement qatarien encourage la mobilité de ses étudiants avec des bourses d'apprentissage de la langue française en France, afin de former des cadres supérieurs francophones.

Koweït : l'Université nationale veut maintenir une sélection rigoureuse, mais elle fait face à une inflation d'étudiants. Ainsi, plus de 5 000 d'entre eux étudient actuellement aux Etats-Unis, en Jordanie, en Syrie et au Liban. La mobilité étudiante sortante est encadrée par l'octroi de bourses importantes.

Arabie Saoudite : la formation des étudiants saoudiens est l'un des axes de coopération bilatérale entre la France et l'Arabie Saoudite. La grande majorité des étudiants saoudiens partent en France pour une formation médicale. Ces échanges doivent désormais s'élargir à d'autres domaines, afin de répondre au souhait de la France d'accueillir 500 nouveaux étudiants saoudiens par an.

La 1^{ère} Tournée du Golfe persique

CampusFrance a organisé, pour la première fois, une **Tournée du Golfe persique** pour les établissements français souhaitant promouvoir leur offre de formation. Cette manifestation s'est déroulée en avril 2010 dans trois villes (Abou Dhabi, Doha et Koweït City).

Elle avait pour but de mieux comprendre les enjeux et la réalité de l'enseignement supérieur de ces pays, d'identifier les partenaires institutionnels, de rencontrer des homologues universitaires pour de futures coopérations et de mieux cerner les besoins en formation.

Cette manifestation n'a pas eu l'effet escompté, en raison des perturbations aériennes dues au nuage de cendres du volcan islandais.

Le réseau des Espaces

Le réseau des Espaces du Moyen-Orient a été consolidé en 2010 par l'ouverture d'un Espace CampusFrance à Abou Dhabi (Emirats Arabes Unis) et à Djeddah (Arabie Saoudite). Trois projets d'ouverture sont à l'étude, au Koweït, au Qatar et au Yémen.

Formation régionale pour le Moyen-Orient à Beyrouth : pour la première fois, l'Agence CampusFrance en partenariat avec l'Ambassade et en concertation avec les ministères de tutelle et les conférences d'établissements, a organisé un séminaire de formation régionale à Beyrouth, en juin 2010.

Ce séminaire, ouvert par le Ministre en charge de l'immigration, avait pour objectif de favoriser la promotion de l'enseignement supérieur français dans cette région et de mettre en place les échanges d'expériences.

Mis en ligne le 4 novembre, après un long travail de développement, le site www.campusfrance.org a été entièrement repensé tout au long de l'année 2010. Avec un nouveau design, un contenu enrichi et des fonctionnalités élaborées, le site internet de CampusFrance permet à l'étudiant étranger de s'informer et de préparer au mieux son séjour d'études en France.

Les 53 sites-pays de l'Agence font également l'objet d'une refonte et l'ensemble des 90 agents directement concernés a été formé aux nouveaux outils pour permettre un déploiement qui s'achèvera à la fin du mois de juillet 2011.

En 2010, ce sont près de 10 millions de visiteurs qui ont consulté le dispositif internet de CampusFrance pour un total d'environ 60 millions de pages vues, soit un quasi doublement du trafic.

• Sites internet	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
EduFrance.fr/CampusFrance.org :									
Nombre de visites	689 000	858 000	952 000	1,4 M	124 000	900 000 ¹	1,6 M	2,3 M	3,4 M
EduFrance.fr/CampusFrance.org :									
Nombre de pages vues	4,8 M	4,7 M	5 M	6 M	5,4 M	9,5 M	15,5 M	24 M	35 M
Sites CampusFrance locaux :									
Nombre de sites	-	7	12	24	27	45	46	52	53
Sites CampusFrance locaux :									
Nombre de visites	-	116 000	247 000	593 000	860 000	2,1 M	2 M	3,3 M	6 M
Catalogue des formations en ligne :									
Nombre de requêtes	-	-	-	-	200 000	500 000	1,1 M	3,5 M	4,4 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	9,4 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 La refonte du site national www.campusfrance.org

Outre un contenu entièrement révisé et une présentation plus attractive pour l'étudiant étranger, le nouveau site offre un ensemble de fonctionnalités permettant un meilleur accès à l'information disponible.

Dès la page d'accueil, le site permet désormais la consultation du catalogue des formations LMD et l'accès au moteur de recherche CampusBourses (bourses et financements). Des rubriques d'actualité, des témoignages d'étudiants et un agenda des manifestations sont également proposés, rendant le site plus vivant et convivial.

Les utilisateurs disposent maintenant d'un dossier personnel *Mon CampusFrance*, les autorisant à mémoriser n'importe quel contenu du site. Cet outil donne également à l'Agence ou aux Espaces la possibilité de diffuser des messages d'alerte ou d'information selon des critères prédéfinis (pays de résidence, niveau, discipline).

En 2010, l'audience de campusfrance.org a progressé de plus de 30% par rapport à 2009 (3,4 millions de visites contre 2,3). La répartition géographique des consultations montre toujours une nette prédominance des pays d'Afrique, du nord en particulier.

Les 10 premiers pays de provenance des consultations, hors France, sont dans l'ordre : l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, le Sénégal, les Etats-Unis, la Russie, le Cameroun, le Brésil, la Côte d'Ivoire et la Chine.

■ 3.2 De nouveaux développements

- **eMaths** est un nouveau répertoire spécifique dédié aux Masters de mathématiques.

Conçu et réalisé au cours de l'année 2010, avec le concours des trois principales sociétés savantes (Société Mathématique de France, Société de Mathématiques Appliquées et Industrielles et Société Française de Statistiques), il devrait être opérationnel au début de l'année 2011.

- **Programs Taught in English**, catalogue des formations en anglais directement renseigné par les établissements, a été mis en ligne en mars 2010 (voir page 11).

- **le catalogue destiné aux étudiants chinois** a été mis en place à la fin de l'année 2010 (voir page 11).

3.3 Les sites locaux

Il existait, au 31 décembre 2010, 53 sites locaux (soit un de plus que l'année précédente), déclinés en 27 langues. Une dizaine de nouveaux sites devraient être créés en 2011.

Le nouveau dispositif mis en place permettra d'obtenir, pour chaque site local de nouvelle génération, des statistiques précises, ce que ne permettait pas le précédent logiciel d'édition. Les chiffres communiqués ici sont donc pour la dernière fois des estimations.

On estime la fréquentation de l'ensemble des sites locaux à au moins 6 millions de visites ayant généré environ 25 millions de pages vues.

3.4 La formation des Espaces CampusFrance aux nouveaux sites

Suite au lancement du nouveau portail mondial www.campusfrance.org, l'Agence a mis en place un programme de formations régionales afin de permettre la mise en place des nouveaux sites web locaux.

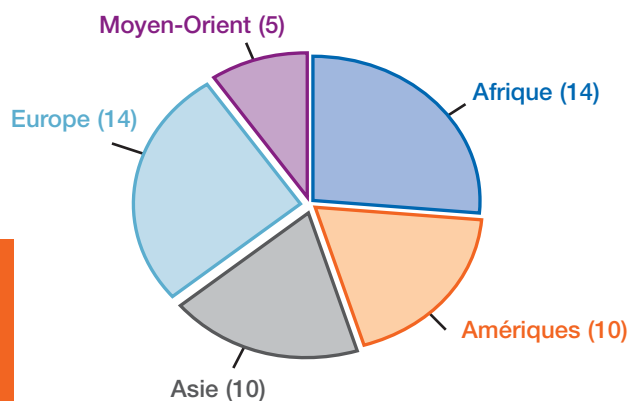
Ces formations s'adressent aux agents des Espaces en charge du suivi éditorial et technique de ces sites.

Les sessions sont effectuées par deux formateurs de l'Agence CampusFrance, durant trois jours, sous forme de travaux pratiques permettant :

- de mettre le nouvel outil à la disposition de chaque Espace ;
- d'expliquer l'ensemble des fonctionnalités disponibles *in situ* ;
- de commencer la localisation effective de chaque site ;
- d'apporter des précisions techniques (traitement d'image, référencement).

Plus de 90 agents sont concernés par ce plan de formation représentant une cinquantaine de pays où CampusFrance dispose d'Espaces. La première déclinaison nationale du portail mondial, lancée en décembre 2010, s'est appliquée à la Chine.

Répartition géographique de 53 sites locaux en 2010



CHOOSE YOUR PROGRAM TAUGHT IN ENGLISH
Online Catalogue
www.campusfrance.org > Programs Taught in English

La présentation de l'offre de formation supérieure française constitue l'un des pôles majeurs de l'action de CampusFrance en direction des étudiants étrangers.

Réalisés en partenariat avec les autorités de tutelle de l'Agence, avec les représentants des conférences d'établissements et les établissements eux-mêmes, tous les outils d'information adaptés aux étudiants étrangers s'articulent autour d'une présentation de l'offre de formation française avec les catalogues en ligne. Cette information est ciblée sur les besoins des étudiants, avec la réalisation de documents spécifiques.

4.1 Les moteurs de recherche et les bases de données

En 2010, le catalogue en ligne, qui présente l'offre de formation française du niveau L au niveau D, s'est enrichi de la présentation en ligne des formations enseignées en anglais.

Associé au moteur de recherche sur les programmes de bourses, le catalogue en ligne sur le site de l'Agence CampusFrance donne ainsi accès à un dispositif complet qui permet à l'étudiant étranger de sélectionner sa formation et son financement éventuel.

• Le catalogue des formations

Destiné à présenter l'ensemble de l'offre de formation française, le catalogue des formations a été réalisé en partenariat avec l'ONISEP.

En 2010, le catalogue des formations propose 36 000 formations (du niveau L au niveau M et l'ensemble des Unités de Recherche habilitées pour le niveau D).

Le nombre de requêtes est ainsi élevé : plus de 4 millions de consultations montrent l'intérêt croissant des étudiants étrangers pour le catalogue des formations en ligne.

• Le catalogue des Ecoles Doctorales (ED)

Outil intégré au catalogue des formations de niveau L ou M, le catalogue des ED permet d'effectuer une recherche par mot-clé, par zone géographique ou par domaine scientifique à la fois sur les Unités de Recherche et sur les Ecoles Doctorales françaises. Pour chaque Unité de Recherche et pour chaque Ecole Doctorale, une description générale est alors accessible. Pour chaque ED sélectionnée, une fiche d'informations pratiques vient compléter cette description. A la différence des catalogues des niveaux L et M, cet outil est accessible en français et en anglais.

• Le catalogue des formations en anglais, *Programs Taught in English*

La version numérique du catalogue *Programs Taught in English* fait suite à l'édition de six catalogues papier des formations en anglais. Le moteur de recherche permet à l'étudiant de choisir les formations enseignées entièrement en anglais, selon neuf grands regroupements disciplinaires, et de les visualiser sur une carte de France.

En 2010, ce catalogue a recensé plus de 600 formations, dont 469 sont enseignées entièrement en anglais, soit 38 formations de niveau L, 432 de niveau M, 15 de niveau D et 124 programmes spécifiques (programmes courts et/ou cours d'été).

Mis à jour en ligne par les établissements eux-mêmes,

150 000 pages de ce catalogue ont été consultées en 2010 par plus de 43 000 visiteurs, soit plus de deux pages en moyenne par visiteur.

• Le catalogue Chine : apprentissage du français et formations diplômantes

Ce projet fait parti des priorités définies par les deux ministères de tutelle et par l'Ambassade de France en Chine, dans le cadre des actions de promotions CampusFrance menées dans ce pays. Le catalogue Chine a pour objectif de proposer aux étudiants chinois, en mobilité individuelle, un éventail de formations diplômantes intégrant un cursus préalable ou parallèle de français et un service d'accueil et de logement. Le catalogue propose une offre de formation spécifiquement mise en place pour les étudiants chinois et constituée par les établissements sur la base du volontariat.

Lancé en décembre 2010, ce catalogue propose aujourd'hui plus de 250 formations intégrant un enseignement de français et des services d'accueil et d'hébergement aussi bien dans des universités que dans des écoles d'ingénieurs, de commerce, d'art ou des instituts catholiques. 67 établissements français, dont plus de 20 universités, proposent aujourd'hui des formations à destination des étudiants chinois.

En janvier 2011, un mois après son lancement, le catalogue Chine enregistrait plus de 42 000 visites et plus de 17 000 visiteurs avec un total de près de 150 000 pages vues.

• Le moteur de recherche CampusBourses

CampusBourses offre des informations sur plus de 600 programmes de bourses pour étudiants et pour jeunes chercheurs étrangers, proposés par les institutions gouvernementales françaises, étrangères et internationales, par les collectivités locales, par les entreprises, par les fondations et par les établissements d'enseignement supérieur. Les informations fournies par ces organismes ainsi que par les Ambassades ont été mises à jour en 2010.

La notoriété et la popularité de ce moteur créé en 2009 ont fortement augmenté en 2010 : le nombre moyen de visites mensuelles est passé de 13 000 en 2009 à 24 400 en 2010, soit une augmentation de 88%.

4.2 Les publications pour les étudiants

CampusFrance développe également une information spécifique sur l'offre de formation française adaptée aux étudiants étrangers. Les collections de Fiches, mises en lien systématique au niveau des catalogues en ligne, permettent ainsi d'offrir à l'étudiant une information immédiate et précise au cours de sa navigation sur le site campusfrance.org.

Certains choix thématiques répondent aussi aux demandes des tutelles quant aux priorités qu'elles expriment pour la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger.

- **Les Fiches Recherche (5)**

Synthétiques, ces fiches présentent l'actualité de la recherche par grande discipline, en y intégrant les grands laboratoires de recherche, les Ecoles Doctorales impliquées, des liens et des contacts utiles au futur doctorant.

En 2010, après la recherche en Mathématiques et la recherche en Biologie, se sont ajoutées la recherche en Agronomie, la recherche en Sociologie et la recherche en Information-Communication.

Les thèmes sont définis en fonction des thématiques des missions de promotion des Ecoles Doctorales organisées à l'étranger. A terme, ces Fiches devraient couvrir l'ensemble des domaines scientifiques des Ecoles Doctorales. Ces Fiches sont disponibles en français, en anglais et en espagnol.

- **Les Fiches Écoles Doctorales (200)**

Rédigées par les directeurs des Ecoles Doctorales, en lien avec le catalogue en ligne niveau D, elles apportent pour chaque ED des informations pratiques : modalités et contacts pour l'inscription en doctorat, cotutelles, financements, axes de recherche, thèse en anglais. Ces documents sont disponibles en français et en anglais

- **Les Fiches Diplômes (7)**

Cette collection a pour but de présenter des diplômes spécifiques et des dispositifs particuliers. Après les diplômes professionnels en 2009, ce sont les Fiches traitant des diplômes des Instituts d'Administration des

Entreprises (IAE), des tests et des diplômes de Français Langue Étrangère et la Fiche sur le dispositif de cotutelle internationale de thèse qui ont été réalisées en 2010. Ces Fiches sont disponibles en français, en anglais et en espagnol.

- **Les Fiches Domaines (57)**

Maintenant accessibles en lien direct avec les domaines du catalogue des formations en ligne, les Fiches Domaines se sont développées en 2010.

Une vingtaine de Fiches, abordant des thématiques transversales ou présentant des réactualisations, ont été réalisées. Activités marines, Aéronautique, Anthropologie, Banque, Énergies renouvelables, Environnement, Management, Médecine, Transports... tels sont quelques uns des titres de ces Fiches, disponibles en français, en anglais et en espagnol.

- **Les Fiches Établissements (425)**

Avec un total de 425 Fiches, la collection a été augmentée en 2010, particulièrement en ce qui concerne les établissements d'art en intégrant tous les établissements faisant partie du réseau CampusArt (58 fiches). Disponibles sur le site, elles sont éditées en français, en anglais et en espagnol.

- **Les Fiches Accueil (200)**

En complément des Fiches Établissements, cette collection présente les prestations d'accueil offertes aux étudiants étrangers par les établissements adhérents. Commencée en 2009, cette collection compte 200 Fiches qui sont notamment publiées lors des Rencontres CampusFrance. Les informations recueillies via un questionnaire en ligne feront l'objet d'une étude statistique (Note n°29, février 2011).

Tous ces documents sont accessibles et téléchargeables sur l'Espace documentaire du site campusfrance.org.





Les manifestations de promotion de l'offre française d'enseignement supérieur 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.

Au-delà des salons étudiants, qui demeurent une priorité pour de nombreux établissements et qui permettent de valoriser 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 mieux mettre en lumière le paysage français d'enseignement supérieur et de répondre aux attentes de ses adhérents.

Plusieurs types de manifestations sont organisés par l'Agence :

- des Pavillons France, lors de salons étudiants nationaux ou internationaux ;
- des salons Etudier en France, créations originales 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 "pré-sélectionnés" ;
- la participation à des manifestations institutionnelles européennes et internationales ;
- des Journées pays, organisées en France, permettant une présentation de l'état des lieux de la coopération universitaire entre la France et un pays donné ;
- des missions, en France, de Recteurs étrangers.

Parmi les opérations menées en 2010, quelques formats nouveaux ont été inaugurés avec succès.

5.1 La promotion des Etudes Doctorales

Au Vietnam, en janvier 2010, le second Salon franco-allemand de l'enseignement supérieur, organisé en collaboration avec le DAAD, a particulièrement mis en avant les formations doctorales dans les domaines des sciences-technologies et économie-gestion, dans le but de répondre aux attentes du Ministère vietnamien de l'Education qui prévoit de former 2 000 docteurs en France d'ici 2020.

C'est à cette occasion qu'un outil informatique spécifique a été développé par CampusFrance permettant, sur un site internet dédié, une mise en relation entre les étudiants

candidats à un Doctorat (mise en ligne du CV et du projet d'études) et les Ecoles Doctorales françaises qui pouvaient y faire figurer des sujets de thèses.

En Tunisie, en octobre 2010, une mission thématique sur les énergies renouvelables a rassemblé une douzaine d'Ecoles Doctorales françaises, représentées par leurs directeurs. Des rencontres avec une vingtaine d'Ecoles Doctorales tunisiennes ont eu lieu, ainsi que des rendez-vous individuels (180 au total) avec de futurs doctorants tunisiens.

Au Canada anglophone, en décembre 2010, ce sont 14 établissements français qui ont participé au *France-Canada Seminar on joint PhD Programs*, manifestation destinée à promouvoir la pratique des cotutelles de thèses entre la France et le Canada anglophone ainsi qu'à identifier les partenariats scientifiques existants ou potentiels qui pourraient s'appuyer sur ce dispositif des cotutelles de thèses.

En 2011, l'Agence souhaite poursuivre ces expériences jugées très positives, tant par les Postes diplomatiques que par les établissements eux-mêmes. Des opérations similaires ont donc été programmées :

- en Tunisie, en octobre ;
- en Chine, en décembre.

5.2 La promotion des formations de Français Langue Etrangère (FLE)

Pour la première fois, une tournée d'une vingtaine d'établissements de FLE a été organisée en Inde, en novembre 2010, avec l'objectif de favoriser l'apprentissage du français en France.

Les établissements participants ont pu échanger avec des étudiants de l'Alliance française de Delhi, avec les collèges d'élite de Bombay et avec les Départements de Français des principales universités de Chennai. Ils se sont adressés directement aux étudiants et ont rencontré les autorités consulaires afin de construire, avec le Poste diplomatique, un parcours de réussite pour les apprenants de français.

Une expérience analogue devrait être menée aux Etats-Unis en 2011.

5.3 D'autres formes de promotion

• Les salons institutionnels

La 22^e édition de la manifestation internationale de l'*European Association for International Education* (EAIE), organisme qui a pour but de faciliter l'internationalisation de l'enseignement supérieur en Europe et dans le monde, s'est tenue à Nantes, en septembre 2010 (voir aussi page 20). C'est la première fois, depuis 1991, que cet événement était organisé en France.

A cette occasion, CampusFrance a réuni 24 établissements et organismes français au sein d'un pavillon national. Cette importante participation a permis de renforcer la visibilité de l'offre d'enseignement supérieur français auprès d'un public de 3 600 représentants de l'enseignement supérieur venus de 82 pays.

• Les Journées pays

Les Journées pays permettent d'apporter aux responsables des relations internationales des universités et des grandes écoles françaises un état des lieux sur l'évolution du système universitaire d'un pays donné ainsi que sur l'actualité de la coopération universitaire bilatérale.

Une première Journée Chine animée, à Paris, par le Poste diplomatique de Pékin en présence des ministères de tutelles a rassemblé en 2010 près d'une centaine d'établissements. A noter que ce format sera renouvelé en 2011 pour trois pays (Etats-Unis, Inde, Japon).

• L'accueil de délégations étrangères en France

L'accueil en France de délégations de Recteurs étrangers est aussi un moyen de favoriser le dialogue institutionnel entre les établissements français et leurs homologues internationaux.

En 2010, ce sont trois délégations de Recteurs (brésiliens, ukrainiens et kazakhstanais) qui ont été accueillies par CampusFrance pendant plusieurs jours. Des rendez-vous individuels, des rencontres de haut niveau (ministères, conférences d'établissements) et des visites d'universités ou d'écoles étaient au programme de ces missions.

En 2011, c'est avec la Turquie et la Pologne que ce format de promotion devrait être reconduit.

Évolution des manifestations CampusFrance depuis 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nombre de manifestations	15	15	14	21	20	16	27
Nombre de participations d'établissements	426	364	336	555	402	331	612
Nombre de visiteurs présents	101 475	155 390	150 880	292 936	164 193	177 650	205 832

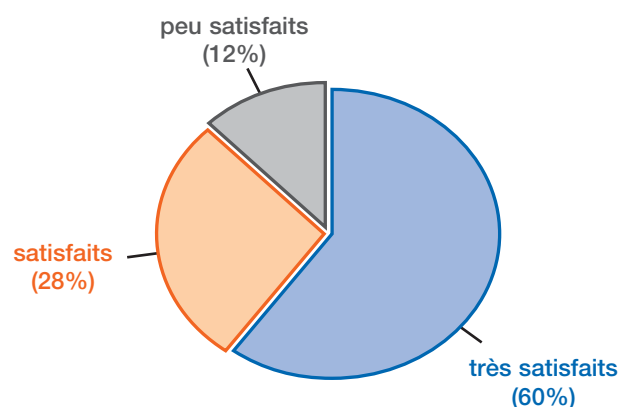
• Type de participants

Universités	35%
Ecoles d'ingénieurs	20%
Ecoles supérieures et instituts	3%
Ecoles de commerce et de management	28%
Ecoles d'art, d'architecture et de mode	6%
Autres	8%

• Entretiens et rendez-vous personnalisés

Nombre d'entretiens entre établissements français et homologues étrangers	489
Nombre d'entretiens entre établissements français et étudiants	2 789

Taux de satisfaction des établissements participants



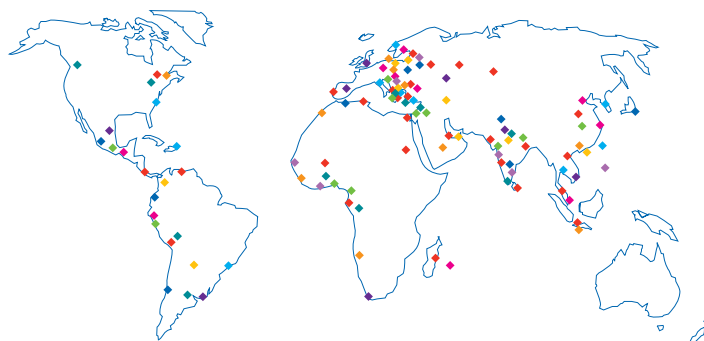
Le nombre d'Espaces et d'Antennes CampusFrance a continué de progresser en 2010 pour atteindre 128 Espaces et 27 Antennes dans 97 pays, 31 Espaces étant dotés de la procédure CampusFrance au 31 décembre 2010.

6.1 Les Espaces CampusFrance : 128 bureaux dans 97 pays

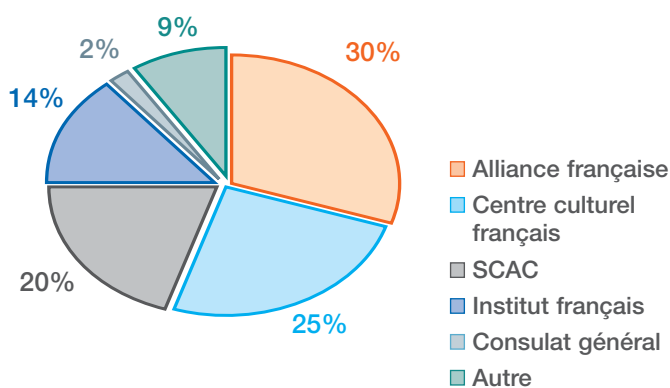
Le réseau des Espaces connaît une croissance régulière qui s'accroît depuis 2008 : pour mémoire, au 31 décembre 2009, CampusFrance disposait de 116 Espaces et de 14 Antennes dans 88 pays. Le nombre de demandes de labellisations de nouveaux Espaces exprimées par les Postes diplomatiques devraient contribuer à développer ce réseau en 2011.

Depuis 2008, la priorité est donnée à la professionnalisation des Espaces : compétence de personnels mieux formés et missions plus claires.

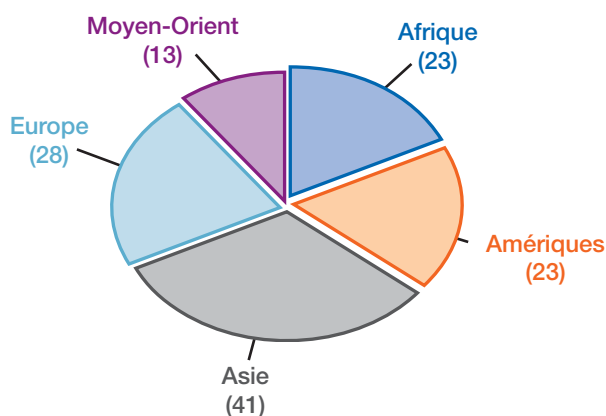
Le réseau CampusFrance à l'étranger est composé d'environ 300 personnes qui sont prises en charge par le Ministère des Affaires étrangères et européennes. Les Espaces CampusFrance relèvent en effet de l'autorité des Postes diplomatiques, l'Agence étant consultée pour le choix des personnels qui la représentent, pour la formation de ces personnels et pour les actions de promotion.



Où sont implantés les Espaces CampusFrance ?



Nombre d'Espaces par zone en 2010



Plus de 50 Espaces (notamment en Chine, en Inde, en Russie et dans plusieurs pays d'Amérique latine) sont implantés au sein des bureaux de l'Alliance française avec laquelle CampusFrance va signer une nouvelle convention de partenariat.



Évolution des Espaces CampusFrance depuis 2001

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Nombre d'Espaces	75	83	62	77	75	82	101	108	116	128
Nombre de pays	28	37	40	46	45	51	74	78	88	97
Nombre de personnes formées	24	34	44	45	47	70	62	133	174	350
Nombre d'étudiants renseignés	-	-	65 000	190 000	215 000	248 000	447 000	590 000	910 000	1 300 000

Dans le but de mieux connaître son réseau, CampusFrance a lancé en octobre 2010 une enquête sur le profil type d'un agent CampusFrance. Avec un taux de participation supérieur à 80%, ce sont en tout 215 personnes dans 95 Espaces qui ont répondu à cette enquête.

Profil type des agents CampusFrance
74% des agents sont de sexe féminin et ont 35 ans de moyenne d'âge
60% des agents sont de nationalité locale (nationalité du pays où ils travaillent) dont 5% ayant une double nationalité française
71% des agents ont au moins le niveau Bac + 4 (47% ont validé un Master 2 et 6% un Doctorat)
69% des agents ont suivi au moins un an de formation supérieure en France
84% des agents ont un contrat local
73% des agents ont un contrat à plein temps
3 ans d'ancienneté moyenne des personnels au sein de l'Espace CampusFrance
55% des agents ont au moins reçu une formation CampusFrance depuis le début de leur contrat

6.2 Les activités des Espaces CampusFrance

Élément essentiel de l'attractivité de la France et de son système d'enseignement supérieur, les Espaces deviennent de plus en plus, grâce à la reconnaissance de la marque CampusFrance, une vitrine de l'enseignement supérieur français dans le monde.

Animés par des personnels régulièrement formés en France ou à l'étranger, par l'Agence et en collaboration avec les ministères de tutelle et les conférences d'établissements, les Espaces CampusFrance ont une double fonction : accueil des étudiants et organisation de manifestations locales de promotion.

• Les contacts avec le public

Le nombre de contacts avec les étudiants (face à face, téléphone, courriels) ne cesse d'augmenter. L'année 2010 montre une nouvelle évolution : de 910 000 à plus de 1 300 000 contacts (plus 43%). La part des courriels dans ces contacts représente environ 45% de la totalité des échanges avec le public étudiant.

Cette nette augmentation (observée dès 2008) s'explique avant tout par la prise en compte des messages échangés via la messagerie incluse dans le dossier électronique des étudiants des 31 pays concernés par la procédure CampusFrance, certains pays recensant plus de 30 000 messages pour l'année 2010.

Les étudiants constituent toujours la majorité des demandes exprimées (63%) ; la part des lycéens, représentant 21% des contacts, est stable. Suivent les demandes de professionnels et des familles, en légère baisse, pour représenter respectivement 11% et 6% des contacts.

Cette année encore, les Espaces ont été interrogés par CampusFrance sur leur activité et sur la répartition de leur temps de travail entre les différentes activités qu'ils sont amenés à mener. On observe une grande disparité selon les régions du monde : les personnels des Espaces européens et sud-américains passent en moyenne plus de temps à l'accueil et à l'information des étudiants (55%), alors que les Espaces du Maghreb et d'Afrique consacrent une majorité de leur temps à traiter les dossiers en ligne, via la procédure CampusFrance (55%).

En moyenne, l'activité d'information vers le public étudiant reste stable, représentant 42% du temps des personnels des Espaces. Suit le temps de travail consacré à la procédure CampusFrance (25%) et à l'activité de promotion de l'enseignement supérieur français avec l'organisation d'événements, les éditions, le déplacement sur les campus universitaires (22%). Enfin, l'analyse de la demande d'études en France et la veille concurrentielle de l'activité des agences étrangères représente en moyenne 11% du temps de travail d'un agent CampusFrance.

• Les actions de promotion

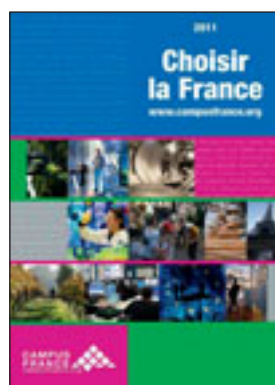
En 2010, les actions de promotion ont été beaucoup plus nombreuses, en raison du plus grand nombre d'Espaces. Après une croissance de 19% entre 2008 et 2009, on note une nouvelle augmentation de 70% entre 2009 et 2010.

Les conférences données dans les établissements d'enseignement supérieur étrangers ont été beaucoup plus nombreuses. A noter cependant que le nombre de salons étudiants auxquels ont participé les Espaces a baissé de près de 12%, passant de 344 en 2009 à 303 en 2010.

L'année 2010 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 (Pérou, Canada) ou encore Twitter (Indonésie, par exemple).

6.3 La coordination des Espaces

• La dotation documentaire



En appui de ces actions de promotion, l'Agence adresse à tous les Espaces une dotation documentaire annuelle adaptée aux besoins de chacun des pays et en fonction des manifestations prévues dans l'année. Ainsi, pour 2010, différentes références ont été envoyées : notamment les guides *Choisir la France* (français, anglais et espagnol et adaptables localement), mais aussi du matériel promotionnel (affiches, sacs, stylos). A cette dotation annuelle a pu s'ajouter, sur demande, un envoi complémentaire de matériel ou de supports de promotion spécifiques.



Des outils signalétiques et d'autres types de matériel promotionnel sont également produits puis envoyés dans les différents pays où CampusFrance est implanté : tous les Espaces ont reçu en 2010 un kakémono reprenant un visuel commun composé de photographies et l'adresse du site internet

ainsi qu'un jeu de vitrophanies permettant d'augmenter la visibilité des Espaces.

• Les formations

Depuis l'année 2008, afin de professionnaliser son réseau d'Espaces, l'Agence CampusFrance a renforcé son activité de formation des personnels en poste à l'étranger. Ainsi plus de 730 personnes ont été formées en trois ans.

En 2010, ce sont 12 sessions qui ont été organisées (trois à Paris et neuf à l'étranger). Elles ont rassemblé un total de 350 personnes (contre 174 en 2009). Cette montée en puissance s'explique en partie par le programme des cinq formations régionales que l'Agence organise à la demande du Ministère des Affaires étrangères et européennes (voir ci-contre).

CampusFrance a souhaité impliquer toujours plus d'intervenants extérieurs favorisant ainsi la transmission d'une réelle expertise. Plus de 100 personnes (ministères, conférences d'établissements, établissements d'enseignement supérieur et CampusFrance) auront ainsi animé ces sessions.

• La Lettre des Espaces

En 2010, le nombre de *Lettre des Espaces* est passé de deux à cinq numéros. La *Lettre des Espaces* a en effet été repensée pour être plus concise, plus informative et plus régulière. Mensualisée dès l'automne 2010, la nouvelle *Lettre* se présente dans un format plus court et dans une mise en forme plus didactique des données et des projets en cours. Elle se divise en deux parties principales : la rubrique *Actualités* qui souligne les actions prioritaires à développer et la rubrique *Initiatives* qui permet aux Espaces de partager directement entre eux leurs expériences.

Un supplément vient régulièrement compléter la *Lettre*, portant tour à tour sur les outils d'information développés par le service des éditions de l'offre de formation de l'Agence. Il s'agit de diplômes ou de formations, mis en avant pour leur nouveauté ou leur originalité, susceptibles d'intéresser les étudiants étrangers.



Les formations en chiffres

- Une formation de 32 nouveaux responsables d'Espaces a eu lieu à Paris du 1^{er} au 5 février 2010, permettant aux personnels de rencontrer l'ensemble des acteurs de l'enseignement supérieur français.
- 2 formations régionales ont eu pour mission la sensibilisation de l'ensemble des personnels en poste aux enjeux de la mobilité internationale : zone Moyen-Orient, à Beyrouth du 19 au 23 juin ; zone Europe, à Paris du 24 au 26 novembre.
- 6 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 : Colombie, du 16 au 18 février ; Chine, du 18 au 20 mai ; Etats-Unis, du 6 au 8 octobre ; Russie, du 12 au 15 octobre ; Inde, du 8 au 10 novembre ; Sénégal, les 15 et 16 novembre.
- CampusFrance a, pour la première fois, accueilli pendant deux jours 25 tuteurs de français en partance pour les universités indiennes, afin de les sensibiliser aux enjeux de la promotion de l'enseignement supérieur français.

CampusFrance chargée par le MAEE d'organiser une série de formations

A la demande du Ministère des Affaires étrangères et européennes, l'Agence CampusFrance a été chargée d'organiser une série de formations destinées aux acteurs de la promotion de l'enseignement supérieur et de la recherche français implantés à l'étranger (Attachés de coopération universitaire, Attachés scientifiques, Directeurs d'Instituts Français de Recherche à l'Etranger, Responsables d'Espace CampusFrance et recrutés locaux en contact avec les étudiants).



Cette demande répond à une volonté du ministère de sensibiliser l'ensemble de son personnel en poste aux enjeux de la mobilité internationale.

L'Agence, avec l'accord du MAEE, a prévu cinq sessions de formation sur une période allant de juin 2010 à juin 2011. Ces formations s'adressent à l'ensemble des personnels de cinq zones géographiques : Afrique, Amérique, Asie, Moyen-Orient et Europe. Ces séminaires se déroulent à Paris ou à l'étranger.

La première de ces formations s'est tenue à Beyrouth, du 23 au 25 juin 2010, la deuxième session a eu lieu à Paris, du 24 au 26 novembre 2010, et a concerné les pays d'Europe.

Pour accomplir ses missions, l'Agence travaille en partenariat avec tous les établissements d'enseignement supérieur et, plus particulièrement, avec ses établissements adhérents.

Au 31 décembre 2010, l'Agence CampusFrance comptait 248 adhérents, dont 78 universités et 5 pôles de recherche.

7.1 25 nouveaux adhérents en 2010

En 2010, l'adhésion de 25 nouveaux établissements a été proposée aux Assemblées générales d'adhérents CampusFrance qui se sont tenues les 3 février et le 8 septembre 2010. Ces candidatures ont été adoptées : 9 établissements ont fait l'objet d'une publication au Journal Officiel le 28 septembre 2010, 16 autres étaient en attente de parution en décembre 2010.

L'adhésion de ces nouveaux établissements porte à 248 le nombre d'adhérents au 31 décembre 2010.

L'acceptation en 2010 par l'Assemblée générale de CampusFrance de 25 nouveaux adhérents témoigne donc de l'intérêt que portent à l'Agence les établissements d'enseignement supérieur, reconnaissants de la qualité des prestations qu'elle délivre.

Grâce à leur présence assidue aux Assemblées générales, aux différentes réunions d'information ainsi qu'à l'ensemble des manifestations organisées par l'Agence, ses 248 adhérents confèrent à CampusFrance une légitimité toujours plus grande.

7.2 Des correspondants CampusFrance dans 18 PRES

Dans un paysage universitaire en pleine évolution, les PRES semblent être un point d'ancrage essentiel des dispositifs destinés à améliorer l'accueil des étudiants et des jeunes chercheurs étrangers en France.

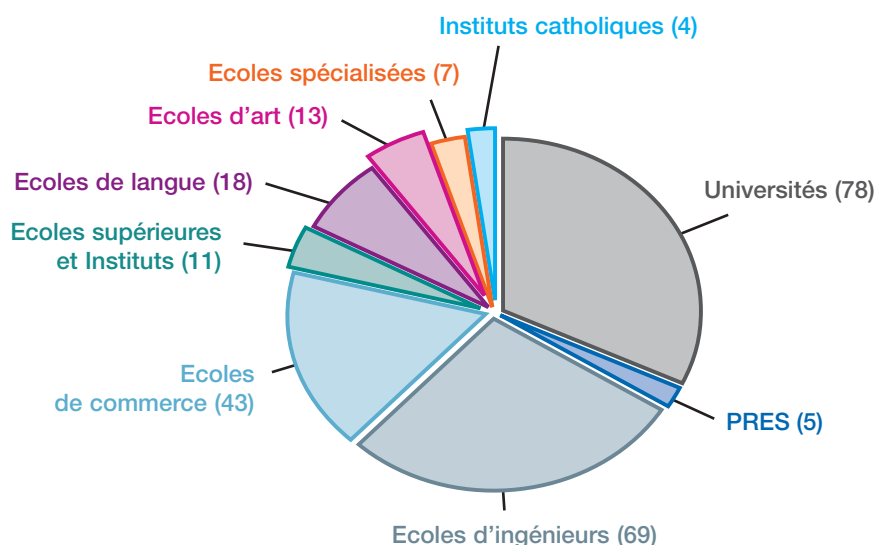
Grâce à ses correspondants dans les PRES, ne se substituant pas aux Espaces CampusFrance qui demeurent un objectif, l'Agence est présente depuis 2010 au sein de chaque Pôle de recherche et d'enseignement supérieur, avec l'objectif de favoriser le dialogue et la concertation entre les établissements et les Espaces. CampusFrance soutient ainsi les efforts des Pôles pour améliorer l'accueil des étudiants et des chercheurs étrangers, en favorisant la collaboration avec son réseau à l'étranger.

Dans les PRES, le soutien de l'Agence se concrétise par des coéditions de documents, par la mise en place de signalétique et par des formations.

En 2010, six PRES ont signé une convention avec l'Agence CampusFrance pour formaliser ce partenariat :

- Université de Lyon,
- Centre Val de Loire,
- Université de Lorraine,
- ParisTech,
- Université Lille Nord de France,
- Aix-Marseille (en voie de finalisation).

Les 248 adhérents de CampusFrance au 31 décembre 2010



7.3 Les Rencontres Espaces-adhérents

En novembre 2010, pour la 8^e année consécutive, se sont déroulées les Rencontres CampusFrance. Avec pour objectif principal d'organiser des entretiens entre les établissements d'enseignement supérieur français adhérents de l'Agence et les représentants des Services culturels des Ambassades de France et des Espaces CampusFrance, cette manifestation a été, cette année encore, un franc succès.

Les Rencontres CampusFrance 2010 ont réuni à la Cité internationale universitaire de Paris (CIUP) 113 établissements dont 38 universités et 3 PRES (contre 87 établissements en 2009 dont 33 universités et 1 PRES, soit une évolution de plus de 29%) et 31 pays représentés par 27 Responsables d'Espaces CampusFrance et 14 Attachés de coopération universitaire.

Cette édition 2010, prolongée d'une journée, a permis d'élargir le nombre d'entretiens bilatéraux entre les établissements et les Espaces : 1 428 rendez-vous ont été organisés (contre 1 078 en 2009, soit une augmentation de 36%).

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 et sur la création de la future agence de la mobilité.

Rencontres CampusFrance 2010 : données comparatives

	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
2010	30	115	1 428
Nombre moyen	26	90	1 023

Nouveautés des Rencontres 2010

- Les Rencontres CampusFrance ont été augmentées d'une journée afin de pouvoir consacrer trois jours complets aux entretiens bilatéraux entre les établissements et les Espaces.
- Plus d'entretiens ont été programmés : 1 428 rendez-vous au total (contre 1 078 en 2009, soit une augmentation de 36%).
- Présence de 4 pays ne disposant pas, ou pas encore, d'Espace CampusFrance : Afrique du Sud, Australie, Libye et Nigeria.
- Pour la première fois cette année, un catalogue regroupant toutes les prestations d'accueil proposées par les établissements pour les étudiants étrangers a été distribué à l'ensemble des participants.

31 Pays représentés aux Rencontres 2010

Afrique : Afrique du Sud, Algérie, Cameroun, Libye, Maroc, Nigeria, Tunisie

Amériques : Argentine, Brésil, Canada, Colombie, Equateur, Mexique

Asie : Chine, Inde, Indonésie, Japon, Malaisie, Thaïlande, Vietnam

Europe : Allemagne, Bulgarie, Grèce, Pologne, Roumanie, Russie, Serbie, Turquie

Océanie : Australie

Moyen-Orient : Liban, Syrie



L'Agence CampusFrance répond à des appels d'offres internationaux, en consortium avec les établissements et les grandes agences européennes de promotion avec lesquelles elle travaille en étroite collaboration. CampusFrance participe à de nombreux projets financés par la Commission européenne, notamment dans les domaines de la promotion de l'enseignement supérieur européen, du transfert d'expertise, de la coopération universitaire, etc.

■ 8.1 Les appels d'offre internationaux



• Le projet PromoDoc

Dans le cadre du programme *Erasmus Mundus Action 3* pour la promotion de l'enseignement supérieur européen, l'Agence CampusFrance a remporté en 2010 un nouvel appel à propositions concernant la promotion des études doctorales dans les pays tiers industrialisés.

Le projet *PromoDoc*, financé par la Commission européenne, a pour objectifs d'augmenter l'attractivité des Etudes Doctorales en Europe, d'améliorer l'information sur les programmes doctoraux et de faciliter l'accès aux études de niveau doctoral auprès des étudiants de pays tiers, en particulier dans plusieurs pays et territoires industrialisés : Canada, Corée, Etats-Unis, Hong Kong, Japon, Singapour et Taiwan.

PromoDoc est mis en œuvre par un consortium international piloté par CampusFrance et constitué du DAAD (Allemagne), du Nuffic néerlandais, du *British Council*,

de l'*European Council of Doctoral Candidates and Junior Researchers* (Eurodoc) et de l'*Institute of International Education* (Etats-Unis).

Dans le cadre du projet, qui se poursuivra de 2010 à 2013, une série d'outils de promotion sera développée (site internet, brochure, clip vidéo).

Des actions d'information, de recrutement et de promotion seront également menées dans les pays cibles (journées d'information et d'entretiens de recrutement, création d'un réseau de points-contact d'information, participation à des salons européens...).

• D'autres actions

En 2010, CampusFrance a poursuivi sa participation à d'autres projets financés par la Commission européenne.

L'Agence a notamment contribué à *Eurodata II*, une importante étude sur la mobilité étudiante dans 32 pays européens, en analysant les flux de mobilité depuis et vers trois pays clés : la France, l'Espagne et le Royaume-Uni.

Elle a également organisé un atelier international à destination des représentants des établissements d'enseignement supérieur dans le cadre du *projet IMPI* (*Indicators for Mapping and Profiling Internationalisation*). Ce projet, coordonné par le CHE Consult (*Centre for Higher Education Development*), a pour objectif de développer un outil d'indicateurs qui permettra aux établissements d'évaluer leur degré d'internationalisation.

L'Agence a aussi participé au *projet Erasmus Mundus action 4 EACOVIOE*, piloté par l'Université de Bourgogne, dans le but de promouvoir des études de robotique et de vision artificielle en Asie.

En dehors des activités liées aux appels d'offres, le service des programmes internationaux a renforcé la présence de l'Agence dans les manifestations institutionnelles, en particulier : lors de la *conférence EAIE* à Nantes (septembre 2010).



• Des partenariats

L'Agence a également été invitée à intervenir sur les actions européennes de promotion à l'occasion de la réunion annuelle du réseau des représentants des bureaux du *British Council*.

Les liens avec les partenaires étrangers ont ainsi été renforcés à travers différentes actions. Un échange de personnels entre CampusFrance et le DAAD allemand a notamment permis de concrétiser des activités conjointes en cours et d'identifier de nouvelles pistes de collaboration.

■ 8.2 L'Office Méditerranéen de la Jeunesse (OMJ)

L'Office Méditerranéen de la Jeunesse (OMJ), au service de la mobilité des étudiants et des jeunes professionnels dans l'espace méditerranéen, réunit 16 pays : Albanie, Bosnie-Herzégovine, Chypre, Croatie, Egypte, Espagne, France, Grèce, Italie, Liban, Maroc, Malte, Monténégro, Slovénie, Tunisie et Turquie.



L'Agence CampusFrance assure un triple rôle :

- assistance à la préfiguration de l'Office Méditerranéen de la Jeunesse ;
- opérateur national français ;
- coordonnateur du premier appel à projets.

Initié par le ministère chargé de l'immigration et mis en œuvre par CampusFrance, l'appel à projets pour la mobilité des étudiants et des jeunes professionnels s'est ouvert le 1^{er} octobre 2010 et s'est clôturé le 12 décembre 2010, période au cours de laquelle ont été reçues 53 candidatures de programmes de Master ou de Doctorat, proposant des périodes de mobilité d'un à deux semestres entre au moins deux établissements d'enseignement supérieur de deux pays différents.

Près de 120 établissements d'enseignement supérieur de 12 pays différents ont ainsi répondu à ce premier appel à projets. Après un premier examen relatif à la recevabilité et à l'éligibilité des dossiers reçus, les opérateurs nationaux désignés dans chaque pays participant ont retenu 47 candidatures, 35 Masters et 12 Doctorats.

Ces candidatures ont ensuite été évaluées qualitativement par un panel d'experts afin d'arrêter une liste définitive de formations labellisées, dans l'objectif de lancer l'appel à candidatures auprès des étudiants méditerranéens et de financer les premières mobilités d'étudiants en 2011.

8.3 Le programme Malaisie

En 2010, l'Agence CampusFrance a poursuivi le développement d'un programme d'accueil des étudiants malaisiens qu'elle coordonne pour le compte du gouvernement de la Malaisie.

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 (programme Pré France) en Malaisie, à l'Université de Kuala Lumpur, les étudiants boursiers des Agences gouvernementales MARA et JPA intègrent un Institut Universitaire de Technologie en France (Aix-en-Provence, Nice, Toulon, Toulouse). Ils ont ensuite la possibilité de poursuivre leurs études à l'université ou dans une école d'ingénieurs.

Une centaine d'anciens étudiants du programme sont aujourd'hui repartis en Malaisie titulaires d'une Licence Professionnelle ou, pour près de la moitié d'entre eux, d'un Master et d'un titre d'ingénieur.

8.4 Le programme Entrepreneurs en Afrique (EeA)

Le programme Entrepreneurs en Afrique, piloté par CampusFrance, a pour but de favoriser l'émergence de PME/PMI technologiques en Afrique.

Dans ce but, il accompagne des diplômés et des cadres africains en France et en Afrique porteurs de projet de création ou de développement d'entreprises, à travers une assistance technique et scientifique des écoles d'ingénieurs françaises, une assistance managériale des structures d'appui locales et un soutien financier à travers un dispositif de prêt d'honneur.



L'année 2010 a été marquée par différentes actions :

- la consolidation du partenariat avec les structures partenaires en Afrique et en France ;
- l'organisation de deux comités de sélection ;
- la mise en place du dispositif de prêt d'honneur pour l'expertise financière et l'appui financier aux projets accompagnés par EeA.

Entrepreneurs en Afrique en chiffres

- 200 demandes d'assistance reçues de la part des porteurs de projets ;
- 37 écoles d'ingénieurs participantes ;
- 6 nouveaux projets sélectionnés actuellement en cours d'assistance ;
- 3 séances d'information et de sensibilisation des étudiants africains en France à la création d'entreprise.

L'année 2011 devrait être l'année de la création des premières entreprises accompagnées dans le cadre du programme.

En 2010, l'Agence CampusFrance a édité 21 publications (13 en 2009), mettant en valeur ses qualités d'expertise et d'analyse de plus en plus reconnues par les partenaires de l'Agence.

En dehors d'une communication formelle, à partir de l'édition d'une lettre d'information sur les activités de l'Agence en France et dans le monde, ce sont donc des éditions institutionnelles plus ambitieuses, au service de ses adhérents, que CampusFrance a choisi de développer.

9.1 Les Courriers CampusFrance

Au rythme bimestriel, les *Courriers* présentent l'actualité de l'Agence et rendent compte des manifestations de promotion en France et dans le monde.

Chaque année, à l'occasion des Rencontres CampusFrance, les *Courriers* s'enrichissent d'un *numéro hors-série* (novembre) qui détaille les statistiques de la mobilité étudiante pour chacun des pays invités aux Rencontres.



9.2 Les Notes, les Repères, les Dossiers

La nouvelle politique d'édition de l'Agence, rendue possible par le travail d'une cellule de veille et d'un comité éditorial informel, a donné lieu à différentes productions, échelonnées sur l'année.

Certaines de ces parutions sont éditées 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 2010, 9 *Notes* ont été réalisées :

- la *Note* n°19 (janvier) rend compte d'une **enquête quantitative et qualitative menée dans les PRES** en matière de stratégie internationale et plus particulièrement d'accueil des étudiants ou des jeunes chercheurs étrangers ;
- publiée à l'initiative des Coordonnateurs géographiques de l'Agence, la *Note* n°20 (février) recense "**les Clubs France, réseaux francophiles et francophones**", animés par les Ambassades de France qui associent à leur projet des partenaires locaux (associations, entreprises, Chambres de Commerce et d'Industrie...);

- la *Note* n°21 (avril) est une **enquête sur les sites internet des universités françaises**. Concrètement, cette *Note* évalue comment les universités françaises, via leur site internet, accueillent et informent les étudiants étrangers et comment elles valorisent leur attractivité internationale ;
- éditée à l'occasion de la première Tournée du Golfe, la *Note* n°22 (avril) est une publication commentée des **statistiques de la mobilité des étudiants du Moyen-Orient** ;
- en accord avec le ministère chargé de l'immigration, la *Note* n°23 (juin) fait le point sur la **législation en matière de visas** pour courts et longs séjours destinés aux étudiants et aux chercheurs étrangers.
- la *Note* n°24 (juillet), éditée au moment des Journées du réseau diplomatique, présente des éléments de comparaison en Europe et dans le monde sur les **organismes de promotion de l'enseignement supérieur** (DAAD, Nuffic, British Council, CampusFrance).
- dans une version bilingue français-anglais, la *Note* n°25 (septembre), commente les résultats d'une enquête menée en partenariat CampusFrance/Agence 2e2F sur la **qualité du séjour en France des étudiants et des alumni Erasmus Mundus** ;
- la *Note* n°26 (octobre) offre un focus sur la **mobilité internationale des étudiants d'Amérique latine**, à l'occasion de la conférence à Rio de Janeiro des Ambassadeurs de la zone Amérique latine ;
- enfin, parue à l'occasion de la formation Europe CampusFrance/MAEE, la *Note* n°27 (novembre) fait le point sur la **mobilité des étudiants d'Europe**.

• Les Chiffres clés

Dans la collection statistique des *Chiffres clés*, sont parus en septembre les *Chiffres clés* n°5 : "**Les étudiants internationaux**". Cette édition 2010, qui constitue la réactualisation annuelle du premier numéro de la série, présentait pour la première fois cette année des commentaires mettant en évidence "*ce qu'il faut retenir*" de la mobilité étudiante internationale.

• Une nouvelle publication : les Repères

A l'occasion des Rencontres CampusFrance 2010, dans un contexte où la mobilité au-delà des frontières est devenue un thème d'une importance croissante dans les débats, l'Agence a souhaité inaugurer une nouvelle série de publications, toutes consacrées à un auteur français ou étranger, spécialiste de la mobilité des populations et plus particulièrement, de la mobilité étudiante.

C'est **Dominique Wolton**, Directeur de l'Institut des sciences de la communication du CNRS, qui a inauguré cette série des *Repères* (en novembre), en donnant à CampusFrance un texte original sur "**la mobilité, seconde condition du progrès technique**".

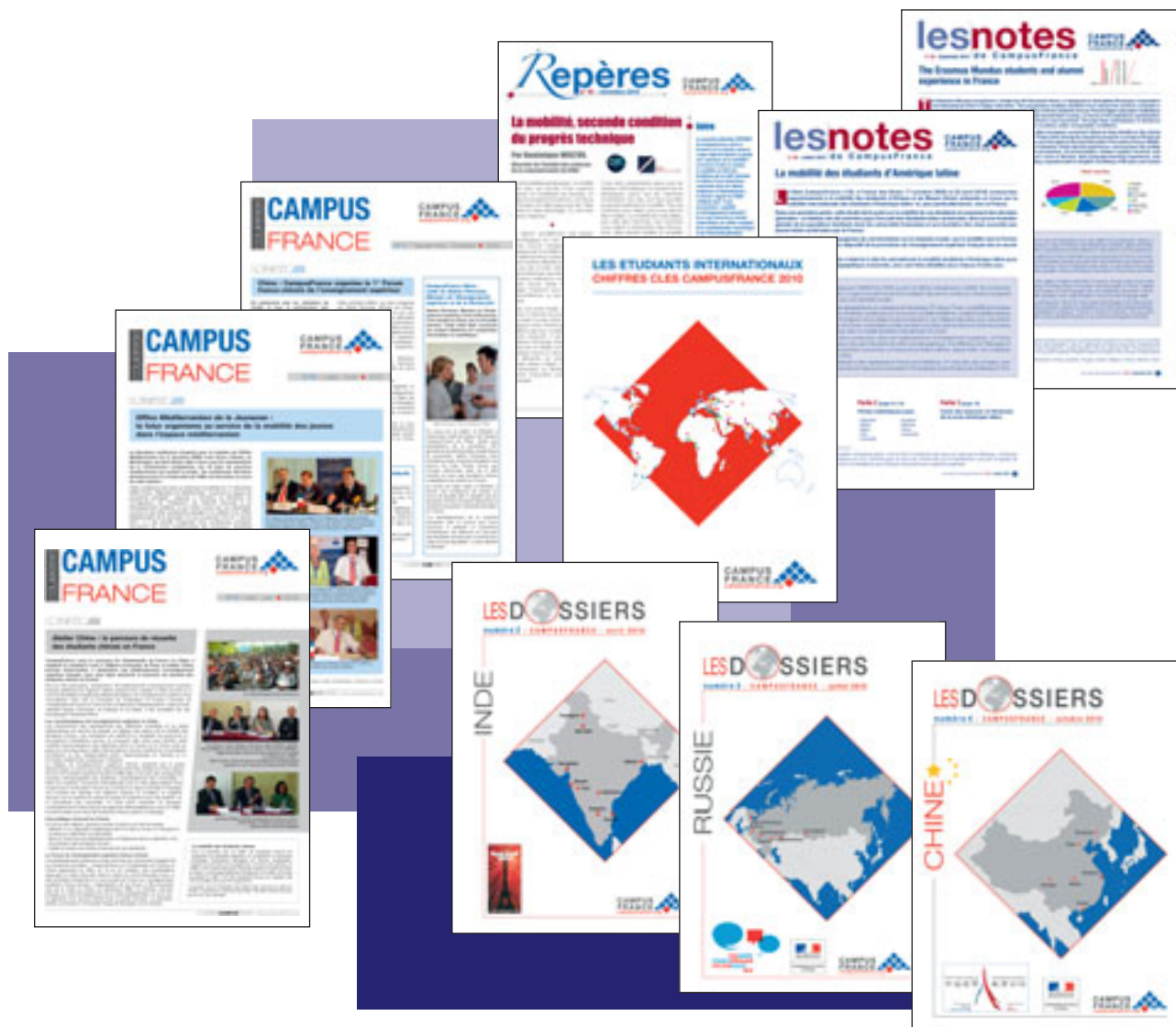
• Les *Dossiers CampusFrance*

La collection trimestrielle 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 et d'esquisser de nouvelles pistes d'action.

La parution de chaque *Dossier* est liée à un événement. Quatre volumes ont été publiés en 2010 :

- le premier, consacré à l'**Inde**, s'est inscrit dans le cadre des manifestations internationales *Bonjour India* ;
- le deuxième, sur la **Russie**, faisait partie des actions labellisées des Années croisées France-Russie ;
- le troisième numéro des *Dossiers*, sur la **Chine**, a été édité à l'occasion du 1^{er} Forum franco-chinois de l'enseignement supérieur ;
- enfin, le quatrième volume paru en 2010, qui concernait la **Pologne**, venait en appui d'importantes manifestations de promotion (Séminaire franco-polonais et salons étudiants).



Annexe 1 : organisation

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

Sa convention constitutive prévoit 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 et de la communication, du commerce extérieur. En 2010, deux Assemblées générales ont été organisées, les 3 février et 8 septembre.

Le Conseil d'administration est notamment composé, outre des représentants de l'Etat, de représentants des trois principales conférences d'établissements (CPU, CGE, CDEFI). En 2010, le Conseil d'administration s'est réuni trois fois, les 28 avril, 8 septembre et 29 novembre.

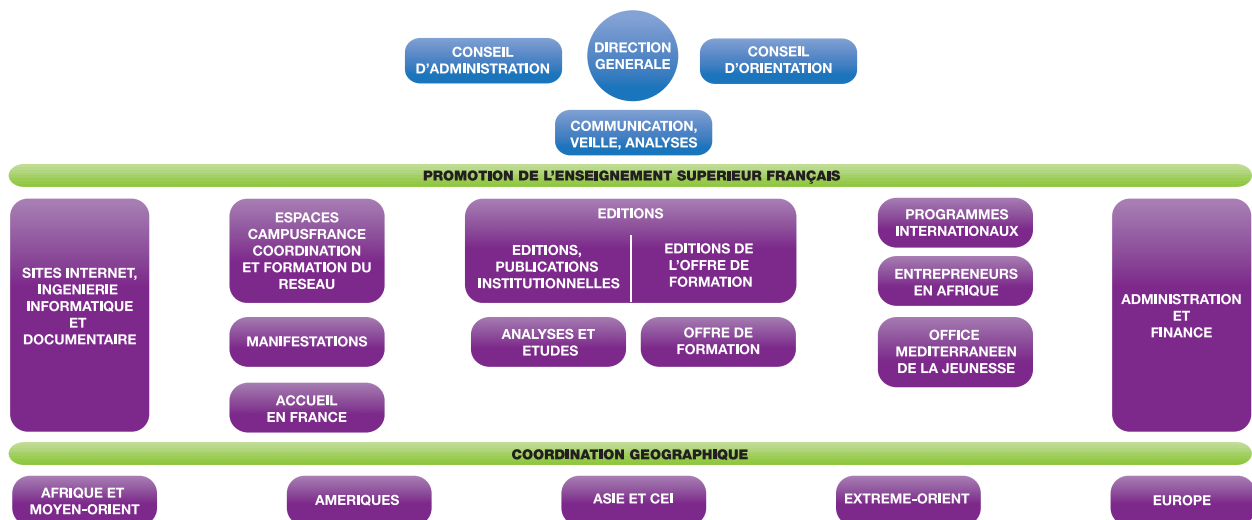
Enfin, selon les termes de la convention constitutive, a été mis en place un Conseil d'orientation, instance consultative qui s'est réunie le 15 mars 2010 et qui a porté sur les formations doctorales.

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, nommée ordonnatrice au titre des recettes et des dépenses.

La loi n° 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'Etat a créé un Etablissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC), dénommé Campus France, placé sous la tutelle conjointe du Ministre des Affaires étrangères et européennes et du Ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

Le décret d'application de la loi n'étant pas intervenu avant le 31 décembre 2010, le Conseil d'administration a donc demandé la prorogation du GIP jusqu'au 29 avril 2012.

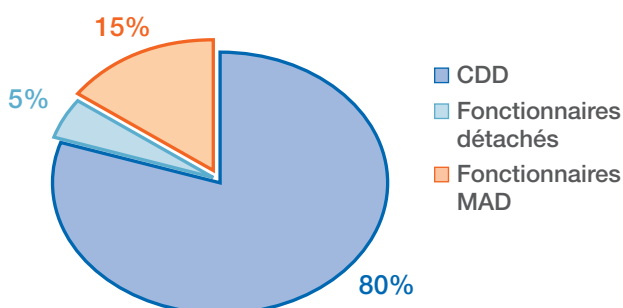
Organigramme fonctionnel CampusFrance Paris



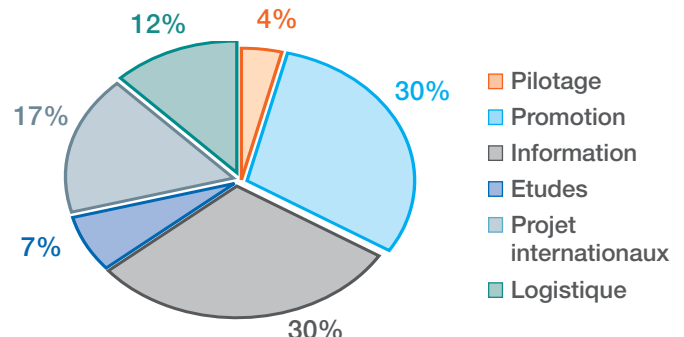
Répartition des personnels de l'Agence

En 2010, les personnels de l'Agence étaient au nombre de 41 (dont 5 agents recrutés sur projets), répartis comme suit :

Répartition par catégories



Répartition par grandes fonctions



Annexe 2 : données budgétaires

Évolution des données budgétaires

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Exécuté recettes (M€)	6,8	10,5	13,3	8,8	8,3	7,7	7,6	7,5	5,9	6	6,8
- dont subvention de fonctionnement	2,6	2,8	3	3	3,1	3,2	3,2	3,2	3,5	3,3	3,2
- dont autres recettes	4,2	7,7	10,3	5,8	5,2	4,5	4,4	4,3	2,4	2,7	3,6
Contribution totale des établissements (milliers d'euros)	300	403	485	451	550	455	556	796	968	1 091	1 293

L'Agence CampusFrance finance ses activités à hauteur de 47%, grâce aux subventions de fonctionnement versées par les ministères. 58% de ce financement provient du Ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, 35% du Ministère des Affaires étrangères et européennes, 6% du Ministère chargé de l'immigration et 1% d'autres Ministères.

Les autres recettes de l'Agence (53%) ont augmenté en 2010 dans leurs composantes majeures : l'apport des établissements, qui a notablement plus que doublé ces

quatre dernières années ; les participations de sponsors d'étudiants boursiers que ce soit les fondations malaisiennes ou les nouvelles bourses "développement solidaire" ; les financements des ministères pour des actions ou séries d'actions spécifiques (formation du réseau, améliorations des catalogues de formations en ligne) et des projets d'envergure (ministère chargé de l'immigration pour le projet Entrepreneurs en Afrique et l'accompagnement de la création de l'Office Méditerranéen de la Jeunesse).

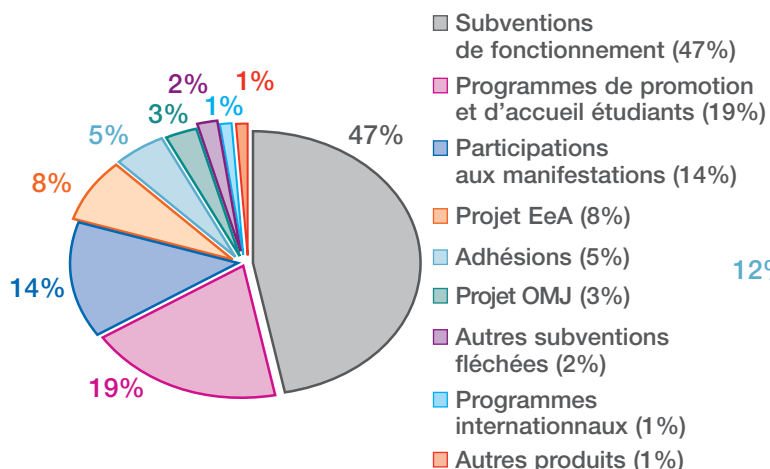
Données budgétaires 2010

Exécuté recettes (M€)	6,8
- dont subvention de fonctionnement	3,2
- dont autres recettes	3,6

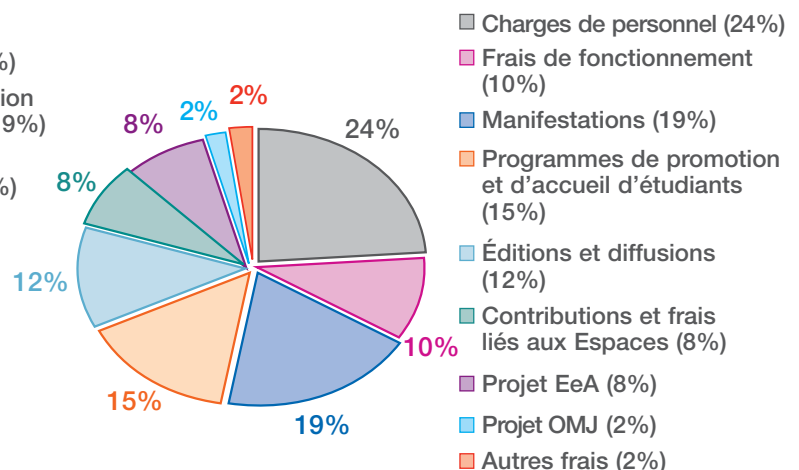
Dans le chapitre "autres recettes" figurent notamment (milliers d'euros) :

- contribution totale des établissements	1 293
- programme d'accueil d'étudiants malaisiens	1 147
- projet Entrepreneurs en Afrique (financement ministère chargé de l'immigration)	563
- bourses développement solidaire	117
- formation réseau MAEE	113

Répartition des recettes en 2010



Répartition des dépenses en 2010



Avec 278 000 étudiants étrangers accueillis en France en 2010, CampusFrance impose sa marque.

- **Les sites internet**

- 53 sites dans 27 langues
- 10 millions de visiteurs
- 60 millions de pages vues

- **La diffusion de l'offre de formation française**

- 36 000 formations accessibles à partir d'un moteur de recherche, dont le catalogue des écoles doctorales en français et en anglais
- 600 formations en anglais en ligne
- 600 programmes de bourses en ligne
- 250 formations dédiées aux étudiants chinois dans le catalogue Chine
- 900 fiches d'information pour les étudiants, du BTS au Doctorat

- **Les manifestations de promotion**

- 27 grandes manifestations dans le monde
- 205 000 visiteurs
- 612 établissements participants

- **Les programmes internationaux**

- 5 programmes, dont 3 nouveaux : PromoDoc, Office Méditerranéen de la Jeunesse, Bourses développement solidaire

- **Les réseaux**

- 128 Espaces et 27 Antennes dans 97 pays
- 350 responsables d'Espaces formés par l'Agence
- 248 établissements d'enseignement supérieur adhérents de l'Agence

- **L'information**

- 21 publications à l'attention des adhérents
- 1 nouvelle collection, les *Repères*, dédiée aux penseurs de la mobilité

- **Le budget**

- 6,8 millions d'euros de budget en 2010, dont 3,2 millions de subventions gouvernementales
- 41 personnes à CampusFrance Paris et 300 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 et à la rédaction 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

Mai 2011

