

# Avant-propos

En 2012, le GIP CampusFrance fusionne avec Egide, premier opérateur français de la mobilité internationale, pour donner naissance à l'établissement public Campus France qui reprendra également les activités internationales du CNOUS.

Ce rapport d'activité 2011 vient donc conclure 14 ans d'activités d'Edufrance puis CampusFrance en tant qu'Agence nationale pour la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger. Sur cette période,

- le nombre d'étudiants en mobilité dans le monde est passé de 1 377 216 en 1998 à 3 700 000 en 2009 selon l'UNESCO ;
- le nombre d'étudiants internationaux en France est passé de 152 000 à 284 000 ;
- les 7 établissements d'enseignement supérieur adhérents à l'origine du projet sont désormais 266 ;
- 61 sites internet sont disponibles dans 29 langues ;
- de nombreux moteurs de recherche destinés à faciliter l'accès à l'information ont été développés : offre de formation, CampusBourse, catalogue des écoles doctorales, catalogue des formations en anglais, catalogue des programmes courts et séjours culturels... ;
- 925 fiches et documents permettent aux étudiants internationaux de mieux comprendre l'offre de formation ;
- les Espaces CampusFrance, implantés à l'origine dans 8 pays définis comme prioritaires, sont aujourd'hui au nombre de plus de 170 dans 108 pays et emploient plus de 300 personnes ;
- depuis la première participation en 1998 à un salon au Mexique, inauguré par le président de la République, Jacques Chirac, CampusFrance Paris a participé à 228 manifestations associant 4 678 établissements pour un total de 2 562 159 visiteurs ;
- enfin, plus de 30 publications institutionnelles ont été éditées en 2011.

Ce sont toutes les actions de promotion effectuées en 2011 qui sont ici détaillées et évaluées. Désormais, l'ensemble des actions de Campus France s'enrichira de l'accueil et du suivi de la mobilité internationale des étudiants et des chercheurs.

# Sommaire

<b>1</b>	<b>État des lieux de la mobilité étudiante étrangère en France : chiffres clés</b> ..... p. 3
	Les étudiants étrangers en France par nationalité en 2010-2011
<b>2</b>	<b>L'attractivité de la France</b> ..... p. 4 à 10
	Les activités de promotion dans le monde
	2.1 Afrique 2.3 Asie 2.5 Moyen-Orient
	2.2 Amériques 2.4 Europe
<b>3</b>	<b>Les sites internet de CampusFrance</b> ..... p. 11 et 12
	3.1 Les sites locaux et la formation des Espaces
	3.2 Le site national
	3.3 De nouveaux développements
<b>4</b>	<b>La présentation de l'offre de formation</b> ..... p. 13 et 14
	4.1 Les moteurs de recherche et les bases de données
	4.2 Les supports d'information pour les étudiants
<b>5</b>	<b>Les manifestations de promotion</b> ..... p. 15 et 16
	Les manifestations CampusFrance dans le monde :
	5.1 Les salons étudiants et les missions thématiques
	5.2 Les formats institutionnels
<b>6</b>	<b>Le réseau des Espaces CampusFrance</b> ..... p. 17 à 20
	6.1 Les Espaces CampusFrance
	6.2 Les activités des Espaces CampusFrance
	6.3 La coordination des Espaces CampusFrance
<b>7</b>	<b>Les adhérents de CampusFrance</b> ..... p. 21
	19 nouveaux adhérents en 2011
<b>8</b>	<b>Les programmes internationaux</b> ..... p. 22 et 23
	8.1 Les appels d'offre internationaux
	8.2 L'Office Méditerranéen de la Jeunesse (OMJ)
	8.3 Le programme Malaisie
	8.4 Le programme "Entrepreneurs en Afrique 2011"
<b>9</b>	<b>Les publications institutionnelles</b> ..... p. 24 et 25
	9.1 Les Courriers CampusFrance
	9.2 Les Notes, les Repères, les Dossiers
<b>10</b>	<b>Annexes</b> ..... p. 26 et 27
	Annexe 1 : organisation
	Annexe 2 : données budgétaires

## CHIFFRES CLÉS

Depuis 1998, date de création de l'Agence, le nombre d'étudiants étrangers dans l'enseignement supérieur français est passé de 151 969 à 283 621, progressant ainsi de 86,6 %. Au cours de cette période, la part des étrangers dans la population étudiante est passée de 7,1 % à 12,2 %\*. Selon l'Unesco, en 2009, la France est le 4<sup>e</sup> pays d'accueil des étudiants internationaux.

Le nombre d'étudiants étrangers a augmenté de 2,3 % en 2010 par rapport à 2009, alors que le nombre total d'étudiants en France n'a progressé que de 0,2 %.

L'Afrique reste le premier continent d'origine des étudiants étrangers avec 44,2 % en 2010, suivi par l'Europe qui devient en 2010 le deuxième continent d'origine, devançant l'Asie. Si les pays de l'union européenne continuent de peser environ 18 % du total des étudiants internationaux en France, ce sont les pays hors union européenne qui progressent le plus

(avec 17 914 étudiants hors UE, leur nombre augmente de plus 46,2 % par rapport à 2009). En baisse par rapport à 2010, l'Asie est en 2010 le troisième continent d'origine et représente 21,6 % du total des étudiants, tandis que les Amériques représentent 8,6 % du total. En forte baisse par rapport à 2010, le Moyen-Orient pèse désormais 4,5 %. Enfin, le continent océanien reste très peu représenté.

\* Source : MESR-DGESIP/DGRI-SIES

## Les étudiants étrangers en France par nationalité en 2010-2011

Zones géographiques	Nombre d'étudiants étrangers	Évolution 2009/2010	Part dans le total des étrangers
<b>Afrique</b>	<b>125 489</b>	<b>1,8 %</b>	<b>44,2 %</b>
<b>Maghreb</b>	<b>68 826</b>	<b>-0,8 %</b>	<b>24,1 %</b>
dont : Maroc	32 020	1,6 %	11,3 %
Algérie	22 818	4,8 %	8,0 %
Tunisie	13 645	-4,9 %	4,8 %
<b>Afrique hors Maghreb</b>	<b>56 663</b>	<b>5,2 %</b>	<b>20,1 %</b>
dont : Sénégal	9 842	-1,8 %	3,5 %
Cameroun	7 355	2,1 %	2,6 %
<b>Europe</b>	<b>70 260</b>	<b>12,5 %</b>	<b>24,8 %</b>
<b>Union européenne</b>	<b>52 346</b>	<b>4,2 %</b>	<b>18,5 %</b>
dont : Allemagne	8 463	1,5 %	3,0 %
Italie	7 412	5,2 %	2,6 %
<b>Europe hors Union européenne</b>	<b>17 914</b>	<b>46,2 %</b>	<b>6,3 %</b>
dont : Russie	4 758	5,8 %	1,7 %
Turquie	2 661	1,6 %	0,9 %
<b>Asie</b>	<b>48 332</b>	<b>-3,2 %</b>	<b>17,0 %</b>
dont : Chine	29 122	0,2 %	10,3 %
Vietnam	6 664	5,9 %	2,3 %
<b>Amériques</b>	<b>24 322</b>	<b>7,5 %</b>	<b>8,6 %</b>
dont : Amérique du Sud	12 628	5,8 %	4,5 %
Amérique du Nord	6 463	6,0 %	2,3 %
Amérique centrale – Caraïbes	5 231	13,8 %	1,8 %
<b>Moyen-Orient</b>	<b>12 889</b>	<b>-19,0 %</b>	<b>4,5 %</b>
dont : Liban	5 208	-6,0 %	1,8 %
Syrie	2 193	-6,9 %	0,8 %
<b>Océanie</b>	<b>541</b>	<b>2,1 %</b>	<b>0,2 %</b>
<b>Autres</b>	<b>1 788</b>	<b>-25,8 %</b>	<b>0,6 %</b>
<b>Total</b>	<b>283 621</b>	<b>2,3 %</b>	<b>100 %</b>

Sources : DEPP et MESR-DGESIP-DGRI-SIES

Hors formations paramédicales et sociales et établissements dépendant du ministère de l'Alimentation, de l'Agriculture et de la Pêche.

## LES ACTIVITÉS DE PROMOTION DANS LE MONDE

Avec plus de 283 000 étudiants internationaux en France représentant 12,2 % du total des étudiants, la France confirme l'attractivité des établissements d'enseignement supérieur français.

La progression constatée depuis 1998 de 86,6 % provient notamment de l'action de CampusFrance, établie en concertation avec les ministères de tutelle et les conférences d'établissements.

Pour faire connaître l'offre de formation française à l'étranger, les Coordonnateurs géographiques de l'Agence CampusFrance s'appuient sur le réseau des Espaces et organisent de nombreuses manifestations de promotion détaillées ci-dessous par zones.

### 2.1 Afrique

En 2010-2011, la France accueillait 125 489 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 globalement de 1,8 % depuis l'an dernier. Ce chiffre recouvre des disparités importantes : le nombre d'étudiants du Maghreb baisse de 0,8 % tandis que celui des étudiants d'origine sub-saharienne progresse de 5,2 %.



La France reste le premier pays d'accueil des étudiants maghrébins et africains. Cette tendance est confirmée par une hausse significative pour l'Algérie : plus de 4,8 % en 2010 par rapport à 2009. En revanche, après une croissance de 20 % entre 2008 et 2009, on observe un tassement du nombre d'étudiants tunisiens (-4,9 %). Cela peut aussi être expliqué par le printemps arabe qui a perturbé la campagne d'inscriptions notamment pour la procédure DAP (1<sup>ère</sup> et 2<sup>e</sup> année de Licence). Par ailleurs, la mobilité étudiante de l'Afrique subsaharienne vers la France reste forte. Par niveau d'étude, le niveau Master prévaut, suivi par le niveau Licence puis le Doctorat. Par disciplines, les sciences exactes attirent le plus grand nombre d'étudiants suivies par les sciences économiques et sociales, les lettres, les sciences humaines et les langues.

#### • Un printemps arabe qui a des conséquences sur la mobilité étudiante

Les révolutions courant 2011 en Tunisie ou en Libye ont eu des conséquences sur la campagne opérée par les postes diplomatiques et les Espaces CampusFrance. Les conséquences de ce printemps arabe devront être observées sur le long terme afin de voir si les flux d'étudiants auront été profondément modifiés ou si l'impact aura été ponctuel.

#### • Maroc et Afrique du Sud : un positionnement de pays d'accueil

**Maroc** : comme l'Afrique du Sud, le Maroc se positionne de plus en plus comme un pays d'accueil notamment pour les étudiants originaires d'Afrique sub-saharienne. Cela repose sur un développement du réseau des établissements privés ainsi que sur des accords de coopération universitaire toujours plus nombreux.

**Afrique du Sud** : ce pays devient un réel pôle régional en termes de rayonnement universitaire et occupe la 2<sup>e</sup> place derrière la France pour l'accueil des étudiants africains grâce à une croissance toujours très forte.

#### • Deux grandes opérations au Maghreb

**Sessions de formations** : afin de professionnaliser le réseau de ses agents, CampusFrance a mis en place des sessions de formation au dernier trimestre 2011 en Algérie et en Tunisie. Plus de 80 personnes ont participé à ces sessions : responsables, agents d'accueil, conseillers d'entretiens ou agents administratifs. Ces sessions ont permis de faire le bilan de la campagne qui venait d'être clôturée, d'actualiser les connaissances concernant le paysage universitaire français mais aussi de mettre l'accent sur la gestion du stress et d'évoquer les difficultés rencontrées lors de la conduite d'entretiens.

**Entretiens du Club France-Maroc** : les 2 et 3 décembre se sont tenus à Casablanca les Entretiens du Club France-Maroc et les Journées Logistique et Transports. Conférences et ateliers ont permis de mettre en relation acteurs académiques français et acteurs économiques marocains, et le public étudiant a pu découvrir à l'occasion d'un salon l'offre de formation des établissements français dans une thématique porteuse offrant de nombreux débouchés.

#### • Le réseau des Espaces

En 2011, le réseau des Espaces a continué sa croissance en Afrique sub-saharienne grâce à des labellisations au Kenya, au Ghana ou en Angola. De nouvelles ouvertures sont déjà prévues en 2012 sur ce continent (Tchad et Togo).

**Formation régionale pour l'Afrique à Paris** : dans le cadre d'un projet financé par le Ministère des Affaires étrangères et européennes, l'Agence CampusFrance a organisé à Paris en avril 2011 une session de formation destinée aux acteurs de la promotion de l'enseignement supérieur français sur le continent africain et permettant de mettre en place les échanges d'expériences entre les postes en Afrique francophone et anglophone.

## 2.2 Amériques

### • Amérique latine, Antilles et Amérique centrale



Selon l'UNESCO en 2009, sur les 3,05 millions d'étudiants en mobilité, 5,4 % proviennent d'Amérique latine (164 684). S'il reste modeste, ce nombre a progressé de 42,5 % depuis 2005. La bonne santé économique du continent avec une croissance qui reste très largement supérieure aux moyennes européennes et nord-américaine, la massification et l'internationalisation du système universitaire latino-américain ainsi que l'émergence ou le retour d'une classe moyenne en quête de qualité académique sont autant d'éléments qui expliquent l'accroissement de la mobilité étudiante ces deux dernières années. Pour la première fois, les autorités politiques locales manifestent la volonté d'attirer plus d'étudiants internationaux et de renforcer l'attractivité de leur propre système universitaire (Brésil, Colombie, Argentine et en moindre mesure Mexique et Pérou).

À la différence de l'Allemagne et du Royaume-Uni, ses plus proches concurrents, la France est le seul pays européen à afficher, depuis 2005, une croissance régulière et continue (plus 44,7 %), croissance qui devrait s'accroître très fortement dès 2012 avec les retombées attendues de certains programmes de bourses gouvernementaux ambitieux comme Science Sans Frontière (Brésil) ou bilatéraux (Mexique, Colombie, Équateur...).

Avec 17 859 étudiants latino-américains<sup>1</sup>, soit 12 628 pour l'Amérique du Sud et 5 231 pour l'Amérique Centrale et la Caraïbe, la proportion d'étudiants latinos en France représente 6,3 %, en augmentation par rapport à 2009 de 5,8 % pour l'Amérique du Sud et 13,8 % pour l'Amérique Centrale Caraïbe.

Le premier pays latino-américain représenté en France est le Brésil (au 16<sup>e</sup> rang des pays d'origine, avec 4 489 étudiants en 2010), suivi à la 24<sup>e</sup> place par la Colombie (3 108 étudiants) et à la 28<sup>e</sup> place par le Mexique (2 400).

### Une mobilité dominée par le Brésil

6<sup>e</sup> puissance mondiale depuis l'année dernière, le Brésil accentue son leadership également en matière de mobilité étudiante vers la France. En effet avec 3 055 étudiants dans les universités françaises le Brésil devance largement le Mexique, son concurrent direct en taille, qualité universitaire et poids démographique. Le Brésil reste le pays qui a connu la plus forte progression depuis 2006 avec 41,2 % d'augmentation.

Le Brésil a été marqué par deux événements majeurs en 2011 :

Le premier a été la signature le 15 décembre à Brasilia, dans le cadre du voyage du Premier Ministre au Brésil, d'une convention entre les Présidents de la CAPES et du CNPq, Agences brésiliennes de mobilité universitaire et scientifique et le Président de l'Agence CampusFrance, Monsieur Gérard Binder, sous les auspices de Monsieur François Fillon et de Madame Dilma Rousseff, Présidente de la République fédérative du Brésil.



La CAPES et le CNPq proposent 10 000 bourses d'études vers la France de 2012 à 2015 dans le cadre du projet « Science sans

frontière ». Ces bourses couvriront essentiellement les études de premier cycle scientifique et technique général ou professionnel, de cycle ingénieur, les études doctorales et postdoctorales. CampusFrance a été choisie pour gérer ce programme pour la France, pour placer et suivre ces étudiants jusqu'en 2015.

Ce programme va doubler, voire tripler à moyen terme le nombre d'étudiants en France et changer durablement la dominante disciplinaire, passant d'une tradition Sciences humaines et sociales (SHS) à une mobilité plus scientifique et technologique.



Le deuxième événement a été le lancement en novembre du premier salon européen EuroPos, en partenariat avec le DAAD et le NUFFIC à l'instar des salons EuroPosgradados créés dans le reste de

l'Amérique latine. Avec une délégation française de 23 établissements, dont la moitié constituée par des PRES et des universités, la France a représenté le premier pavillon universitaire sur ce salon. La délégation s'est ensuite séparée pour des rencontres à Porto Alegre ou à Recife.

En dépit d'une année 2011 compliquée (annulation de l'année du Mexique en France et contexte sécuritaire difficile), la mobilité étudiante mexicaine vers la France est en nette augmentation et affiche une croissance de presque 21 % depuis 2006. Avec 2 526 visas étudiants en 2010, le Mexique reste un partenaire universitaire majeur de la France dont une des caractéristiques principales est le fruit d'une coopération universitaire soutenue et encadrée, d'une mobilité courte et, grâce aux efforts de l'Ambassade, un accent de plus en plus marqué vers les co-diplômes et les cotutelles de thèse. Organisé en novembre 2011, le premier séminaire franco-mexicain a permis à une cinquantaine d'universités mexicaines d'échanger avec l'Ambassade et les universités françaises sur les modalités d'application des doubles diplômes et de partager les bonnes pratiques entre établissements.

1- Sources : DEPP et MESR-DGESIP-DGRI-SIES

Autre spécificité mexicaine : le succès des missions de recrutement pour les grandes écoles. La mission de mars 2011 conduite avec une quinzaine d'écoles de management et d'ingénieur, à Mexico, Guadalajara et Merida, a été une vraie réussite. Ce format, plébiscité par les grandes écoles car privilégiant une relation directe et exclusive avec un étudiant potentiellement intéressé, n'avait pas rencontré le même succès au Brésil en 2010.

Avec 2 295 étudiants colombiens en France en 2010, la Colombie reste le deuxième pays de mobilité latino-américaine vers la France. La Colombie a par ailleurs entamé ces deux dernières années une mutation vers une mobilité encadrée plus forte. Le séminaire qui s'est tenu à Carthagène en novembre 2011 entre la CPU (Conférence des Présidents d'université) et l'ASCUN (Association des Recteurs des universités colombiennes) à l'initiative de l'Ambassade, a montré le désir croissant des universités françaises et colombiennes de privilégier des flux équilibrés d'étudiants et de professeurs tout en favorisant des projets de recherche mixte toujours plus nombreux. C'est ainsi qu'en 3 ans, le nombre de double diplômés est passé de 24 à près de 80. La Colombie, en accueillant le siège de la formation CampusFrance pour tous les Espaces d'Amérique latine en mars 2011, a présenté de nombreuses initiatives modélisables pour tout le continent.

### Des pays qui s'imposent progressivement

**Le Pérou** est le pays en Amérique Latine qui a connu la progression la plus importante entre 2006 et 2010 avec 56 % en nombre d'étudiants présents dans les établissements français et 33 % en nombre de visas. Avec une croissance économique qui frôle les 8 % depuis 3 ans et un environnement sécurisé, le Pérou apparaît comme une destination privilégiée pour des programmes d'échanges entre la France et l'Amérique latine.

**Le Chili** reste stable avec une sixième place en France et une progression constante depuis 2006 (24,2 % pour atteindre en 2010, 735 étudiants en France). Les perspectives prometteuses des bourses Becas Chile n'ont pas eu les effets attendus sur la mobilité vers la France. Le mécanisme d'octroi de ces bourses reste préjudiciable à la France, privilégiant encore les classements internationaux même si, grâce aux efforts de l'Ambassade comme de l'Allemagne (DAAD, en situation similaire), les accords de coopération pondèrent un peu ce système. Le salon EuroPosgrados en avril 2011 a connu des résultats mitigés, reflétant l'intérêt modéré des étudiants chiliens pour la France au profit des pays anglo-saxons. Malgré cela, la nature et la qualité des collaborations scientifiques entre la France et le Chili font que ce pays reste un partenaire incontournable des stratégies internationales des établissements français en Amérique latine.

**L'Argentine** connaît une situation inverse. Si le nombre d'étudiants argentins en France est en faible augmentation depuis 2006 (6,7 %), la forte progression du nombre de visas étudiants vers la France, dans la même période (+60 %), entrainera à court terme une présence argentine dans les établissements français plus importante, proche de celle des années 2000. Le pays bénéficiant d'une croissance

économique persistante, la mobilité s'intensifie à la faveur d'accords d'échanges ou de mécanismes de bourses plus que d'initiatives individuelles. À titre d'exemple, ARFITECH entraîne depuis 2011 un nombre important et croissant d'ingénieurs argentins en France alors que le salon EuroPosgrados en suivi de celui du Chili a connu un succès relatif.

### Une situation contrastée pour des mobilités étudiantes modestes

**Le Venezuela** poursuit une croissance forte depuis 2006 (plus 40 % et plus 33 % en nombre de visas), cependant le nombre d'étudiants vénézuéliens, 563 en 2010, n'est pas à la hauteur de l'importance de ce pays et des bonnes relations universitaires qui perdurent en dépit d'un environnement politique contraignant.

La communauté **étudiante équatorienne** en France est en net ralentissement avec 337 étudiants en 2010 (contre 402 en 2008). En revanche, le nombre de visas délivrés en 2010 est en augmentation (414). L'Espace CampusFrance de Quito devrait rejoindre en 2012-2013 le CEF andin composé de la Colombie et du Pérou.

Si la **Bolivie** stagne (autour de 200 étudiants en France depuis 2006) la situation de la **République Dominicaine** est plus préoccupante avec une décroissance depuis 2006 de plus de 20 % en nombre d'étudiants et en nombre de visas malgré des relations universitaires de qualité entre les deux pays et des fonds gouvernementaux destinés à des mobilités vers la France.

**L'Uruguay** et le **Paraguay** s'installent dans des mobilités négatives vers la France avec une réduction de 8 % pour le premier et moitié moins pour le second. Ces résultats ne reflètent ni les nombreux partenariats universitaires ni la coopération scientifique de haut niveau qui existent entre les deux pays. Cependant, la réouverture des Antennes CampusFrance dans les Alliances françaises de ces deux pays et la formation, dont ont bénéficié en 2011 leurs responsables, devraient relancer la promotion et pourraient inverser cette tendance.

### • L'Amérique Centrale

Dominé par trois pays (Costa Rica, Salvador et en moindre mesure le Guatemala), le nombre d'étudiants centro-américains en France est en moyenne largement en baisse (Nicaragua -62 %, le Honduras -13 %, le Panama -3 %) et d'autres conjoncturellement en augmentation comme le Salvador et le Guatemala, fruits de nouveaux programmes de bourses gouvernementaux pour pallier l'absence ou le nombre limité de doctorats.

CampusFrance a concentré ses efforts en 2011 autour de sessions de formation, la première en novembre au Salvador et la seconde en décembre au Costa Rica.

### • L'Amérique du Nord

Avec 6 463 étudiants en 2010-2011, le nombre d'étudiants originaires du continent nord-américain est en augmentation de 6 % par rapport à l'année dernière.

Pour le Canada, 2 314 visas ont été délivrés en 2011 (dont 1 640 dans le cadre de l'accord franco-canadien).

S'agissant des États-Unis et selon l'IIE (*Institute of International Education*), ce sont près de 17 000 étudiants en mobilité en France en 2010, dont 3 356 étudiants dans les universités françaises<sup>1</sup> et le reste en courts séjours notamment linguistiques.

Une journée pays États-Unis en mai 2011 avec une centaine d'établissements français participants et une mission d'une vingtaine de centres universitaires de FLE (Français Langue Étrangère) et écoles de langue lors du salon *World Language Expo* (ACTFL Denver) en novembre ont ponctué l'activité promotionnelle sur ce pays.

### NAFSA Vancouver

Rendez-vous **des échanges et de la coopération universitaire**, l'édition 2011 de NAFSA à Vancouver a permis à une importante délégation française (52 établissements représentés) de rencontrer leurs partenaires américains et canadiens et plus largement du monde entier.

À l'initiative des Services scientifiques et universitaires d'Ottawa et de Vancouver, un Atelier sur les cotutelles et doubles-diplômes s'est tenu en marge de la Conférence faisant suite à celui organisé en décembre 2010 à Vancouver et Toronto. Cet Atelier s'est poursuivi par des rencontres bilatérales entre universités canadiennes et françaises.

## 2.3 Asie

**Plus d'un million d'étudiants asiatiques poursuivent des études en dehors de leur pays, faisant de l'Asie le premier continent d'origine des étudiants en mobilité internationale. Ils représentent près de 40 % des étudiants internationaux, en augmentation de 30 % depuis 2005.**

**La France occupe la 7<sup>e</sup> place des pays d'accueil avec près de 50 000 étudiants asiatiques en 2010-2011.**



1- Sources : DEPP et MESR-DGESIP-DGRI-SIES

### Les priorités stratégiques

**La Chine** demeure le premier pays d'origine avec, pour l'année 2010-2011, près de 30 000 étudiants chinois représentant plus de 10 % du total des étudiants étrangers. Ce chiffre est en constante augmentation, le nombre de visas pour études délivrés à des étudiants chinois ayant augmenté de près de 40 % depuis 5 ans.

Cependant, la France enregistre depuis deux ans une baisse de son attractivité ; elle occupe aujourd'hui le 9<sup>e</sup> rang des pays d'accueil des étudiants chinois, dans un contexte toujours plus concurrentiel.

**L'Inde**, où la mobilité étudiante a plus que doublé depuis 2002 et où la population des 15-24 ans augmentera de 4 millions sur les 15 prochaines années, est le pays d'Asie où la France doit améliorer son attractivité. En 2010-2011, 1 900 étudiants indiens se répartissaient, pour 60 % d'entre eux, entre écoles d'ingénieurs et écoles de commerce. Pour mémoire, l'Allemagne en attire environ 3 500. La France, au 10<sup>e</sup> rang des pays d'accueil, a pour objectif de tripler le nombre d'étudiants indiens.

**Le Vietnam** est le 2<sup>e</sup> pays d'Asie le plus représenté en France avec, pour l'année 2010-2011, 6 660 étudiants dont 80 % en université qui se dirigent principalement vers des Masters en sciences économiques et en administration économique et sociale.

### Des actions de promotion ... en faveur de la mobilité individuelle

La mobilité étudiante asiatique est principalement le fait de décisions individuelles, prises par l'étudiant et sa famille, l'éducation étant le principal poste de dépense des familles en Asie. Pour convaincre les étudiants dans un contexte de très forte concurrence, CampusFrance a organisé des manifestations offrant des occasions de prise de rendez-vous entre étudiants et établissements tout au long de l'année.

Mars 2011 : la manifestation CIEET tenue en Chine dans 4 villes (Pékin, Shenyang, Wuhan et Shanghai) a permis à 20 établissements d'enseignement supérieur français de rencontrer individuellement plus de 1 100 étudiants. Plus de 30 000 visiteurs ont été comptés sur les salons à Pékin et à Shanghai.

Mai 2011 : la manifestation "*French Business Studies Fair 2011*" en Corée a réuni 13 établissements d'enseignement supérieur français et a permis rencontres institutionnelles, entretiens individuels avec les étudiants (plus de 200 entretiens effectués) et présentations des études en France.

Octobre 2011 :

- au cours de la deuxième manifestation CIEET en Chine, plus de 1 800 entretiens ont été réalisés par 29 établissements français (à Pékin, Xi'An, Canton, Chengdu, Wuhan et Shanghai). Les salons de Pékin et de Shanghai ont rassemblé près de 50 000 visiteurs.
- la 10<sup>e</sup> édition du Salon européen « *European Education Fair Taiwan* » a réuni 135 stands représentant 13 pays

européens pour un total de 26 000 visiteurs. Les 13 établissements français présents ont eu plus de 200 entretiens avec des étudiants taiwanais.

Décembre 2011 : au Vietnam, la 3<sup>e</sup> édition du salon franco-allemand de l'enseignement supérieur s'est tenue à Hanoi, Ho Chi Minh et Danang réunissant 21 établissements français pour 2 600 visiteurs et 400 rendez-vous individuels.

### ... en faveur de la mobilité encadrée

Deux manifestations phares ont été organisées à Paris :

- Une « Journée Inde » (septembre) où se sont retrouvés pour une matinée de conférences et une après-midi de rencontres 60 établissements français et 10 institutions indiennes.
- Une « Journée Japon » (décembre) rassemblant plus de 60 établissements français à la Maison de la Culture du Japon avec des représentants d'universités japonaises.

Enfin, la Tournée des Écoles Doctorales en Chine et à Hong Kong en novembre 2011, a proposé à une quarantaine d'Écoles dans 5 villes (Pékin, Canton, Wuhan, Shanghai et Hong Kong), des entretiens avec les étudiants, des rencontres avec les partenaires institutionnels, des visites ciblées de laboratoires ainsi que des conférences de présentation des études doctorales en France.

### Les Espaces CampusFrance

Le réseau des Espaces CampusFrance a été consolidé en 2011 par l'ouverture d'un Espace en Birmanie (Rangoon), au Bangladesh (Dacca) et en Chine (Shenyang) complétant les 30 Espaces et 9 antennes CampusFrance en Asie. Deux projets sont à l'étude : en Australie et au Cambodge.

Une formation régionale a eu lieu en juin 2011 à Hanoi.

1<sup>ère</sup> participation de CampusFrance à la manifestation APAIE à Taiwan (*Asia Pacific Association for International Education*), créée il y a 5 ans, qui se positionne comme l'équivalent en Asie-Pacifique du NAFSA nord-américain.

Les 23 établissements français qui ont participé à l'édition 2011 de l'APAIE ont pu rencontrer leurs partenaires asiatiques et se tenir informés des actualités de la mobilité étudiante dans la zone.

## 2.4 Europe

**Depuis 2008, et après une période de baisse continue, la mobilité des étudiants européens vers la France ne cesse de progresser. Une hausse de 12,5 % des inscriptions a été enregistrée en 2010/2011. Les étudiants européens sont aujourd'hui 70 000 à suivre des études en France. Ils représentent près d'un quart des étudiants étrangers.**

**Les étudiants originaires de l'Union européenne (UE) sont les plus représentés : ils étaient 52 000, soit plus**

**des 3/4 des effectifs des étudiants européens. Toutefois, la mobilité des étudiants originaires des pays non communautaires connaît une croissance spectaculaire de 46 % en un an. Ils étaient 18 000 inscrits en France en 2010/2011. Notons que les étudiants venant en France dans le cadre du programme Erasmus étaient 22 000 cette année.**



### • Union Européenne et AELE

La progression constatée depuis 2008 des étudiants ressortissants de l'UE inscrits dans un établissement d'enseignement supérieur français se confirme avec 4,2 % d'augmentation par rapport à 2010. Ces étudiants représentent 18,5 % des étudiants étrangers en France.

Le Portugal (plus 8,17 %), l'Espagne (plus 8,34 %), le Royaume-Uni (plus 7 %) et l'Italie (plus 5,81 %) sont les pays qui envoient le plus d'étudiants en France. L'attractivité de la France s'est également améliorée dans les pays du nord (Danemark, Norvège, Pays-Bas) et des pays Baltes. L'Allemagne, avec 8 483 étudiants, vient en sixième position d'origine des étudiants étrangers en mobilité en France. C'est le premier pays européen. L'attractivité de la France pour les étudiants allemands est renforcée par les missions de l'Université franco-allemande (UFA) qui bénéficie du soutien politique franco-allemand et de financements importants.

À l'inverse les étudiants polonais et bulgares sont de moins en moins nombreux à partir étudier à l'étranger et en France en raison d'une baisse démographique et d'un contexte économique favorable à l'embauche localement.

Pour soutenir l'attractivité de la France en Europe, plusieurs opérations de promotion ont été organisées en fonction d'une thématique nationale ou régionale.

### Manifestation France-Allemagne en Pologne

CampusFrance et le DAAD se sont associés pour organiser un pavillon France-Allemagne à l'intérieur d'un salon international Perspektywy du 3 au 5 mars 2011 à Varsovie. Cette participation conjointe de la France et de l'Allemagne s'est inscrite dans le prolongement des accords de Weimar signés en 1991 pour relancer les coopérations universitaires et scientifiques entre ces 2 pays et la Pologne. L'image attractive de l'Allemagne (1<sup>er</sup> pays d'accueil des étudiants polonais) est l'atout majeur de cette opération. Invitée d'honneur, la délégation française était composée de 16 établissements et la délégation allemande de 12 établissements. Le public jeune, lycéen, n'a pas

convaincu la majorité des exposants français et allemands même si la fréquentation était soutenue. Toutefois, l'intérêt pour la France était au rendez-vous.

### Les Manifestations CampusFrance en Grèce et en Bulgarie

Ces opérations de promotion organisées conjointement avec les Ambassades de Grèce et de Bulgarie s'inscrivent dans une continuité pour présenter aux étudiants grecs et bulgares les différentes opportunités d'études en France.

En Grèce, 16 établissements d'enseignement supérieur français ont participé à ce rendez-vous des études en France à Athènes et 13 à Sofia en Bulgarie.

Elles visaient à mettre en valeur les formations conjointes, les filières francophones et les coopérations universitaires et scientifiques.

Le contexte de coupes budgétaires des universités grecques ne permet plus d'accueillir autant d'étudiants et ces derniers sont contraints à s'expatrier. Ils sont d'ailleurs de plus en plus nombreux en France (près de 2 200 en 2010/2011).

### La participation française exceptionnelle en Allemagne

À la suite de négociation avec les organisateurs du salon « *Studyworld* » les 20 et 21 mai 2011, près de 40 établissements français sont venus promouvoir l'enseignement supérieur de la France mis à l'honneur pour l'occasion. Nos partenaires de l'UFA et de l'Ambassade de France en Allemagne ont fait la promotion des cursus franco-allemands auprès du jeune public allemand. Le pavillon français a attiré un public jeune et surtout francophone.

#### • Hors Union Européenne

##### La tournée des Balkans

Du 23 au 31 octobre 2011, s'est déroulée la première tournée universitaire dans 4 pays des Balkans : Albanie, Macédoine, Serbie et Bulgarie. La Serbie et la Macédoine bénéficiant de programmes de bourses « développement solidaire », ont vu le nombre de leurs étudiants en France augmenter. En revanche, l'Albanie et la Bulgarie sont deux pays où l'influence de la France diminue.

Treize établissements français ont participé à cette manifestation itinérante et ont pu rencontrer les publics étudiants et universitaires de chacun de ces pays.

En marge de ces opérations phares, l'Agence CampusFrance a contribué à renforcer l'image de la France et de son enseignement supérieur en participant à des salons éducatifs dans plusieurs pays à la demande des Ambassades de France : salon des étudiants à Lausanne (30 et 31 mars 2011), *Studenska Arena* à Ljubljana (18 et 29 octobre 2011), Best 2011 à Vienne (3-6 mars 2011), *Gaudeamus* à Brno en République tchèque (2 au 5 novembre 2011).

##### Turquie

La France se place aujourd'hui au 5<sup>e</sup> rang des pays d'accueil des étudiants turcs, avec environ 2 500 inscriptions dans les universités et les grandes écoles françaises. Afin

d'encourager la mobilité étudiante entre les établissements d'enseignement supérieur français, l'Agence CampusFrance, l'Ambassade de France en Turquie et le YÖK (Conseil de l'enseignement supérieur turc, équivalent du Ministère de l'enseignement supérieur) ont organisé au mois d'avril la mission en France de quatorze recteurs d'universités turques, conduite par le Professeur Dr. Yusuf Ziya Özcan, Président du YÖK.

Lors de sa visite, ce dernier a signé une déclaration conjointe avec la Ministre française de l'Enseignement supérieur et de la Recherche visant le renforcement des échanges entre les établissements d'enseignement supérieur des deux pays et le développement de la mobilité des étudiants français et turcs (notamment par des formations conjointes, cotutelles de thèse et doubles diplômes).

### CampusFrance particulièrement active dans les pays de l'ex-URSS

#### Kazakhstan

Depuis 2006, le nombre d'étudiants kazakhstaniens inscrits en France a augmenté de 18 %. Ils sont aujourd'hui 277. Cette évolution est particulièrement marquée au niveau Master où le nombre d'étudiants a été multiplié par deux. Ce résultat encourageant est le fruit d'une politique française de plus en plus volontariste auprès du Kazakhstan comme en témoigne l'organisation, pour la deuxième année consécutive, du forum franco-kazakhstaniens de l'enseignement supérieur où se sont retrouvés, à Astana et Almaty, les représentants d'établissements français et kazakhstaniens.

Destiné à mieux faire connaître les outils d'échanges (systèmes de bourses, bureau CampusFrance, programmes européens...) et à valoriser le système universitaire français, l'événement a mobilisé 19 représentants français d'établissements d'enseignement supérieur et des représentants du ministère des Affaires étrangères et du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

#### Russie

La France est aujourd'hui le 4<sup>e</sup> pays d'accueil des étudiants russes. Ils étaient 4 496 à étudier dans un établissement français en 2009-2010, et leur nombre dans les universités françaises a augmenté de 15 % depuis 2006.

Après une mobilisation importante en 2010 à l'occasion de l'année croisée France-Russie, CampusFrance a souhaité poursuivre son effort en direction des étudiants russes. L'agence s'est associée à l'organisateur ICIEP (*Interuniversity Centre for International Educational Programmes*) pour proposer aux établissements français une participation aux salons de Kazan, Moscou et Saint-Petersbourg. Les représentants français ont également pu bénéficier d'une matinée de rencontres institutionnelles pour prendre contact avec leurs partenaires russes ou avancer sur leurs projets en cours.

#### Ukraine

Actuellement 6<sup>e</sup> pays d'accueil des étudiants ukrainiens, la France a accueilli 1 580 étudiants ukrainiens en 2009-2010.

Leur nombre a augmenté de 12 % depuis 2006. Ils sont plus de 85 % à choisir l'université. Consciente du potentiel des étudiants ukrainiens et de leur attrait pour le système français, l'agence CampusFrance a accompagné l'Ambassade de France à Kiev dans l'organisation de la 7<sup>e</sup> édition du salon Études et Carrières de Lviv et Kiev. La manifestation a connu une mobilisation similaire à 2010 : plus de 9 000 visiteurs et une délégation de 13 représentants d'établissements français présents sur le pavillon français.

### Nouveaux Espaces

En 2011, le réseau CampusFrance en Europe s'est encore étoffé avec l'ouverture des Espaces d'Astana (Kazakhstan) et de Zagreb (Croatie).

### Programme de bourses « développement solidaire »

Le ministère de l'Intérieur a chargé CampusFrance d'un programme de bourses « développement solidaire » dédié à la mobilité d'étudiants de niveau Master 2 de Serbie, Macédoine et Montenegro. En 2011, deuxième année du programme, la France a accueilli une dizaine d'étudiants.

## 2.5 Moyen-Orient

**En 2010-2011, la France accueillait 12 889 étudiants venus des pays du Moyen-Orient, les étudiants libanais constituant à eux seuls plus de 40 % du total. Les étudiants du Moyen-Orient forment ainsi 4,5 % de la population étudiante étrangère en France, chiffre en baisse de 19 % par rapport à l'année précédente. Selon l'UNESCO, ce sont les États-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.**



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. À Dubaï, l'école française Esmod a créé son Université de la Mode. Au Liban, Bordeaux École de Management ou l'ESCP Europe ont créé leurs formations.

### Quelques développements spécifiques

**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'études pour la 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 États-Unis, en Jordanie, en Syrie et au Liban. La mobilité étudiante sortante est encadrée par l'octroi de bourses importantes qui vont être orientées vers des formations professionnalisantes (DUT et Licences professionnelles notamment) et le niveau D.

**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 2<sup>e</sup> édition du salon IECHE de l'enseignement supérieur organisé à Riyadh du 19 au 22 avril 2011** a rassemblé près de 30 établissements sur le pavillon français. Cette manifestation, organisée par le ministère saoudien de l'enseignement supérieur, vise à faire connaître aux étudiants les possibilités pour parfaire leur formation dans un autre pays. Ce salon rassemble plus de 300 établissements du monde entier et reçoit plus de 250 000 visiteurs sur 4 jours.

### Le réseau des Espaces

Le réseau des Espaces du Moyen-Orient a été consolidé en 2011 par l'ouverture d'Espaces à Oman, au Yémen ainsi que 2 représentations en Irak : un Espace à Bagdad et une antenne à Erbil.

De nouvelles labellisations sont prévues en 2012 au Koweït et au Qatar.

Le site internet de CampusFrance permet à l'étudiant étranger de s'informer et de préparer au mieux son séjour d'études en France.

61 sites-pays ont été développés depuis la mise en place du nouveau site, fin 2010, et l'ensemble des agents CampusFrance directement concernés a été formé aux nouveaux outils.

### 3.1 Les sites locaux et la formation des Espaces

Il existait, au 31 décembre 2011, 61 sites locaux (soit huit de plus que l'année précédente), déclinés en 29 langues. Une dizaine de nouveaux sites devraient encore être créés en 2012.

La fréquentation de l'ensemble des sites locaux s'élève à 4 millions de visites ayant généré environ 14,5 millions de pages vues.

Pour déployer les sites locaux, l'Agence a organisé un programme de formations régionales afin de permettre la mise en place des nouveaux sites web locaux.

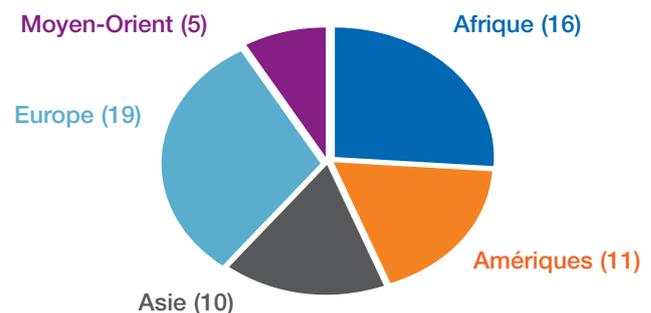
Ces formations ont été adressées aux agents des Espaces en charge du suivi éditorial et technique de ces sites.

Les sessions ont été 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 95 agents ont été concernés par ce plan de formation.

#### Répartition géographique des 61 sites locaux en 2011



### 3.2 Le site national

En 2011, le site campusfrance.org a enregistré environ 3,5 millions de visites, générant la consultation de 36 millions de "pages-vues."

Outre un contenu entièrement révisé et une présentation plus attractive pour l'étudiant étranger, le site développé fin 2010 offre un ensemble de fonctionnalités permettant un meilleur accès à l'information. Dès la page d'accueil, le site permet 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 complètent l'information disponible.

• Sites internet	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
EduFrance.fr/CampusFrance.org :										
<b>Nombre de visites</b>	689 000	858 000	952 000	1,4 M	124 000	900 000 <sup>1</sup>	1,6 M	2,3 M	3,4 M	3,5 M
EduFrance.fr/CampusFrance.org :										
<b>Nombre de pages vues</b>	4,8 M	4,7 M	5 M	6 M	5,4 M	9,5 M	15,5 M	24 M	35 M	36 M
Sites CampusFrance locaux :										
<b>Nombre de sites</b>	-	7	12	24	27	45	46	52	53	61
Sites CampusFrance locaux :										
<b>Nombre de visites</b>	-	116 000	247 000	593 000	860 000	2,1 M	2 M	3,3 M	6 M	6,6 M
Catalogue des formations en ligne :										
<b>Nombre de requêtes</b>	-	-	-	-	200 000	500 000	1,1 M	3,5 M	4,4 M	4,4 M

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

Les utilisateurs disposent en outre d'un dossier personnel *Mon CampusFrance*, les autorisant à mémoriser n'importe quel contenu du site. Cet outil a permis à plus de 200 000 étudiants de créer leur profil à fin 2011. La répartition géographique des consultations montre toujours une nette prédominance des pays d'Afrique, 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 États-Unis, la Russie, la Côte d'Ivoire, le Mexique, le Brésil et la Colombie.

### 3.3 De nouveaux développements

• **eMaths** Les sociétés savantes de mathématiques (SMF, SMAI, SFdS) avec le soutien de l'Agence CampusFrance et de l'INSMI, ont pris l'initiative de mettre en place un site internet dédié aux masters de mathématiques <http://masters.emath.fr>.

Ce site est destiné aux étudiants français et étrangers (version française et anglaise). Cette initiative nationale vient compléter les affichages locaux que chaque université ou site a pu mettre en place, en donnant une information globale.

#### • Catalogue des Universités d'été et des cours de français

Le catalogue des programmes courts a été développé pour intégrer l'offre de formation en Français Langue Etrangère (FLE) des établissements adhérents à CampusFrance (plus d'informations en page suivante).

#### • site Club France Egypte

À la demande de l'Institut Français d'Égypte, l'Agence CampusFrance Paris a été mandatée pour accompagner la mise en place d'un site internet dédié aux anciens boursiers du gouvernement français et aux anciens du Pôle universitaire francophone d'Égypte.

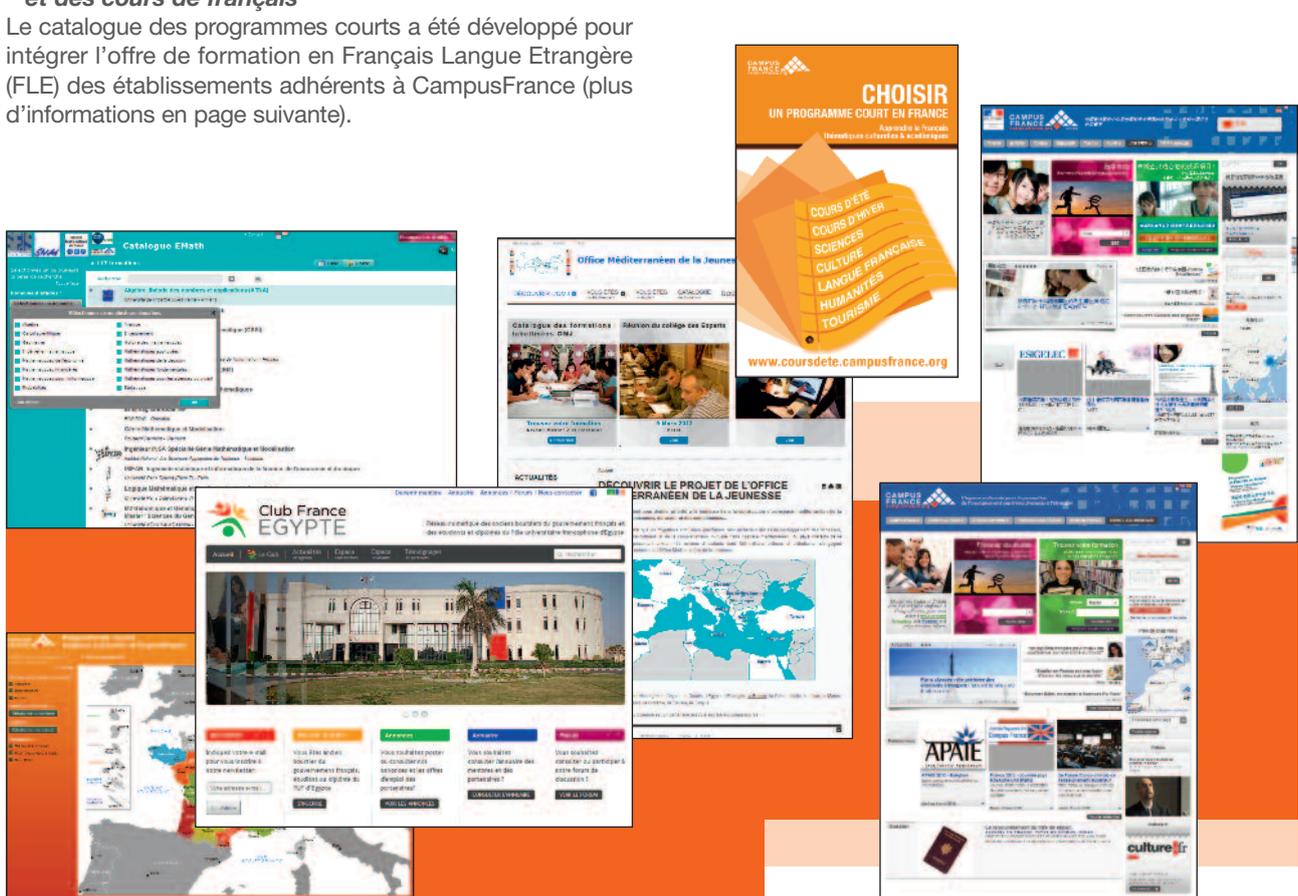
Dans ce projet, CampusFrance intervient à titre de conseil dans un premier temps en assistant l'Ambassade de France en Égypte dans la définition du projet (périmètre et architecture), dans l'élaboration d'un cahier des charges, dans le choix d'un prestataire technique et dans le suivi de mise en ligne du projet.

La mise en ligne s'effectuera en deux phases :

- mise en ligne de la partie publique ;
- puis mise en ligne des accès réservés et annuaires d'études.

Le site comportera en accès réservé :

- l'annuaire des *alumni* ;
- l'annuaire des partenaires ;
- un forum de discussion ;
- un service d'offres d'emploi ou de stages proposés par les partenaires ;
- la remontée automatique d'information pour les étudiants/*alumni* en fonction de leur profil (domaine d'études).



L'information sur l'offre de formation supérieure française constitue l'une des missions majeures de l'action de CampusFrance en direction des étudiants étrangers. L'accès à l'information est un des facteurs de réussite pour la mise en place d'un projet d'études, c'est pourquoi CampusFrance a placé les sites Internet au cœur de son dispositif d'information.

Tous les documents sont disponibles en téléchargement, à travers des liens pertinents, lors de la navigation sur le site ou le catalogue en ligne. À partir de [www.campusfrance.org](http://www.campusfrance.org), l'étudiant est ainsi en mesure de se constituer un dossier complet relatif à son projet d'études en France.

L'espace documentaire les recense et les propose également en téléchargement.

## CHOISIR UNE FORMATION

### 4.1 Les moteurs de recherche

CampusFrance offre à l'étudiant un dispositif complet en ligne pour le choix d'une formation.

- **Le catalogue des formations (L, M)**

Le catalogue des formations L et M est réalisé en partenariat avec l'ONISEP. En 2011, il propose 36 000 formations. Plus de 4 millions de consultations montrent l'intérêt croissant des étudiants étrangers pour ce catalogue en ligne.

- **Le catalogue des Écoles 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 Écoles Doctorales françaises. Pour chaque Unité de recherche et chaque École Doctorale, une description générale est accessible, complétée pour chaque ED par une fiche d'information renseignée par les directeurs d'Écoles Doctorales. À la différence des catalogues des niveaux L et M, cet outil est disponible en français et en anglais.

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

En référencant 286 formations enseignées en anglais en 2004<sup>1</sup>, 650 en 2011, CampusFrance enregistre une augmentation du nombre de ces formations de 7 % en un an et de près de 145 % en 8 ans.

Ce moteur de recherche permet à l'étudiant de trier les formations enseignées à 100 % en anglais, selon 9 grands regroupements disciplinaires et de les visualiser sur une carte de France. Renseigné par les établissements eux-mêmes, il assure à l'étudiant une information fiable et actualisée.

#### Bilan des visites de janvier 2011 à janvier 2012 :

108 700 visites, émanant, par ordre décroissant pour les dix premiers, de Chine, Inde, Russie, États-Unis, Royaume-Uni, Vietnam, Thaïlande, Turquie, Indonésie et Algérie.

#### Disciplines classées par nombre de visites :

1. Business 19 %
2. Sciences de l'ingénieur 14 %
3. Humanités 12 %
4. Droit/Économie 8 %
5. Sciences exactes 7 %
6. Arts et architecture 6 %
7. Tourisme 4 %
8. Mathématiques 1 %.

Ces moteurs de recherche ont bénéficié d'un soutien financier spécifique de la DREIC (Direction des relations européennes et internationales et de la coopération) du MESR.

- **Catalogue des Universités d'été et des cours de français : programmes courts et séjours culturels**  
[www.coursdete.campusfrance.org](http://www.coursdete.campusfrance.org)



Ce nouvel outil, réalisé en 2011, présente l'offre de formation courte en Français Langue Étrangère (FLE) ou dans des spécialités (sciences et techniques, sciences humaines et sociales,

économie et gestion). Il répond à la demande de promotion du Français Langue Étrangère des établissements adhérents. Près de 150 programmes, avec délivrance d'ECTS (*European Credits Transfer System*), d'une attestation, d'une certification ou d'un test, sont accessibles via une recherche multicritères (par domaine d'études, niveau de français, type d'activités). Plus de 150 activités sportives, culturelles, gastronomiques et une carte interactive des régions françaises, complètent cette recherche.

Le catalogue est disponible en trois langues (français, anglais et espagnol).



**Afin de promouvoir ces différents outils, une collection de cartes postales a été réalisée**

1- 328 en 2005, 392 en 2006, 481 en 2007 et 553 en 2008.

- **Le moteur de recherche *CampusBourses***

CampusBourses est un outil unique qui recense plus de 600 bourses provenant de différentes sources : établissements, collectivités locales, fondations, institutions gouvernementales françaises et internationales, Union européenne. Disponible dans quatre langues : français, anglais, espagnol, chinois, il permet d'effectuer une recherche de bourse selon plusieurs critères (nationalité, niveau d'études etc.).

En 2011, 470 000 visites ont été enregistrées sur la page web de CampusBourses -un chiffre multiplié par 3 depuis 2009. Ce catalogue est mis à jour directement par les établissements, les Espaces, les fondations et les entreprises qui peuvent enregistrer, actualiser, traduire, des informations sur les bourses qui les concernent.

## 4.2 Les supports d'information pour les étudiants



CampusFrance continue de développer une information sur l'offre de formation française la mieux adaptée aux étudiants étrangers. Les Fiches offrent à l'étudiant une information immédiate et précise au cours de sa navigation sur le site [campusfrance.org](http://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**

- **Les Fiches Recherche (7)**

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

En 2011, s'ajoutent aux fiches Mathématiques, Biologie, Agronomie, Sociologie, Information-Communication, la recherche en Physique et en Énergies renouvelables.<sup>1</sup>

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

Rédigées par les directeurs des Écoles Doctorales et en lien avec le catalogue en ligne niveau D, elles apportent des informations pratiques : modalités et contacts pour l'inscription en doctorat, cotutelles, financements, axes de recherche, thèse en anglais.<sup>2</sup>

- **Les Fiches Diplômes (8)**

Cette collection a pour but de présenter des diplômes spécifiques et des dispositifs particuliers. La fiche présentant le label « Mastères Spécialisés » est venue compléter la présentation des diplômes professionnels, des diplômes des

Instituts d'Administration des Entreprises (IAE), des tests et diplômes de Français Langue Étrangère et enfin du dispositif de cotutelle internationale de thèse.<sup>1</sup>

- **Les Fiches Domaines (60)**

Maintenant accessibles directement en lien avec les domaines du catalogue des formations en ligne, la collection se poursuit avec des thématiques transversales et des réactualisations : Design, Management, Médecine, Nucléaire civil, Techniques de l'eau, Transports et logistique...<sup>1</sup>

- **Les Fiches Établissements (450)**

Avec un total de 450 fiches, la collection couvre la majorité des établissements français : universités, Grandes Écoles, écoles d'ingénieur, écoles de commerce mais aussi écoles d'art, de langues, les réseaux et les groupements tels que les PRES.<sup>1</sup>

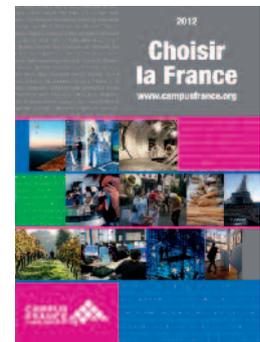
- **Les Fiches Accueil (200)**

En complément des Fiches Établissements, cette collection présente les prestations d'accueil offertes par les établissements adhérents aux étudiants étrangers.<sup>2</sup>

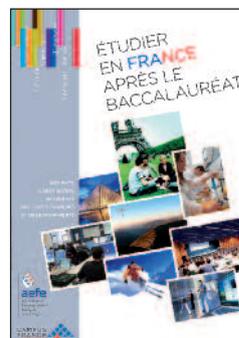
- **Les Guides**

- **Guide "Choisir la France"**

Le guide Choisir la France reste le document de base pour une première information, du choix de la formation à la procédure d'inscription, de la demande de visa au séjour en France. Son adaptation permet de compléter cette information générale par les données spécifiques au pays et les coordonnées et horaires d'accueil de l'Espace CampusFrance.



- **Guide "Étudier en France après le Baccalauréat"**



Réalisé en 2011, conjointement avec l'Agence pour l'Enseignement Français à l'Étranger (AEFE), ce guide à destination des lycéens des lycées français à l'étranger et de leurs parents permet de choisir son projet d'études en France.

Découpé en chapitres, chaque partie est accompagnée d'une fiche pratique, d'un détail des coûts et de nombreux sites utiles.

Ce guide est proposé en téléchargement sur le site CampusFrance et le site AEF. Il est imprimé et diffusé par les lycées français à l'étranger.

1- Ces fiches sont disponibles en français, anglais et espagnol.

2- Ces fiches sont disponibles en français et en anglais.

Les manifestations de promotion constituent une des principales activités de l'Agence CampusFrance destinées à faire connaître l'enseignement supérieur français, ses différentes composantes et son offre de formation auprès des établissements et étudiants à l'étranger.

Au cours de ces dernières années, grâce au travail mené conjointement par les responsables géographiques CampusFrance, les postes diplomatiques et les Espaces CampusFrance dans le monde, cette activité s'est considérablement développée, avec 35 manifestations organisées en 2011, contre 15 en 2004. Cet essor s'explique notamment par l'intérêt grandissant des établissements français qui se traduit par un chiffre record de participation, soit 817 participations d'établissement enregistrées sur l'année 2011, contre 426 en 2004.

Pour répondre à cet intérêt des établissements de l'enseignement supérieur français mais aussi aux priorités définies par les ministères de tutelles, notamment en termes de mobilité encadrée et de promotion des niveaux Master et Doctorat, les formats des manifestations de promotion proposées par l'Agence CampusFrance se sont diversifiés. Si, en 2011, les salons étudiants restent une priorité pour de nombreux établissements, des missions thématiques très ciblées ont été mises en place pour favoriser le recrutement d'étudiants ; en outre, l'accent a été mis sur des formats institutionnels, avec principalement l'organisation de Journées pays en France et la participation aux grands rendez-vous professionnels internationaux.

### ■ 5.1 Les salons étudiants et les missions thématiques

#### Les salons étudiants

Ils demeurent le cœur de la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger : en 2011 CampusFrance a participé à 18 salons étudiants à travers le monde, qui ont accueilli plus de 300 000 visiteurs. Ce nombre considérable de visiteurs s'explique notamment par la participation aux grands salons chinois et au Salon IECHÉ en Arabie Saoudite.

À ces salons se greffent systématiquement des rencontres institutionnelles favorisant en parallèle le développement de la coopération universitaire et à l'occasion, des entretiens sur rendez-vous avec des étudiants pré-sélectionnés.

#### Les principaux salons étudiants :

- China International Education Exhibition Tour, en Chine
- Romanian International University Fair – RIUF, en Roumanie
- International Exhibition and Conference on Higher Education, en Arabie Saoudite
- Salon Europosgrads, au Mexique
- Studyworld, en Allemagne
- China Education Expo, en Chine
- Salon Europós, au Brésil
- Salon franco-allemand de l'Enseignement Supérieur, au Vietnam

#### Les missions thématiques

Les missions de recrutement ont pour but de favoriser le recrutement direct d'étudiants. En mars, une mission organisée au Mexique a permis à 12 Grandes Écoles de réaliser plus de 260 entretiens avec des étudiants mexicains pré-sélectionnés. De même, la participation à la *French Business Studies Fair* en Corée en mai, a permis aux écoles de commerce françaises de s'adresser à un public très ciblé et de mener plus de 200 entretiens étudiants.

La promotion des études doctorales a donné lieu en 2011 à une mission en Chine et à Hong Kong du 26 novembre au 2 décembre, qui a permis la réalisation de 300 entretiens entre étudiants chinois et une dizaine d'établissements français. Une mission de ce type était aussi prévue en Tunisie au mois d'octobre, annulée en raison du contexte politique.

Une mission pour la promotion des **formations de Français Langue Étrangère** a été organisée en novembre aux États-Unis, à Washington et à Denver, à l'occasion du salon ACTLF, *Annual Convention and World Languages Expo*.

### ■ 5.2 Les formats institutionnels

#### Les Journées pays

Ce format a remporté un grand succès auprès des établissements français.

Ces Journées permettent aux représentants des universités et des grandes écoles françaises de mieux comprendre le panorama et les spécificités du système universitaire d'un pays donné ainsi que de connaître l'état des lieux de la coopération universitaire bilatérale.

C'est aussi l'occasion d'organiser des rencontres institutionnelles entre représentants des relations internationales des établissements français et leurs homologues du pays concerné.

#### En 2011, quatre Journées pays ont été organisées à Paris :

- la Journée Arabie Saoudite, en janvier, a rassemblé 28 établissements d'enseignement supérieur français ;
- la journée États-Unis, en mai, a accueilli une centaine de représentants de 76 établissements français ;
- la Journée Inde, en septembre, a permis d'organiser 140 rendez-vous entre 60 participants français et une dizaine de représentants indiens ;
- la Journée Japon, en décembre, a réuni plus de 60 établissements français et les représentants de 5 universités japonaises.

### Les salons professionnels internationaux

Comme les années précédentes, l'Agence CampusFrance était présente aux grands rendez-vous internationaux de l'enseignement supérieur, avec l'organisation de pavillons français, afin de renforcer la visibilité de l'offre française auprès d'un vaste public international.

Après Nantes en 2010, c'était au tour de Copenhague au Danemark d'accueillir la 23<sup>e</sup> édition de la manifestation EAIE (*European Association for International Education*) en 2011.

À cette occasion, CampusFrance a réuni une vingtaine d'établissements et organismes français au sein d'un pavillon national. Cette importante participation française a permis de renforcer la visibilité de l'offre d'enseignement supérieur français auprès d'un public de 4 200 représentants de l'enseignement supérieur venus de près de 90 pays et de profiter d'un moment privilégié de rencontres avec les acteurs institutionnels toujours plus actifs dans la coopération internationale et attentifs aux enjeux de la mobilité universitaire.

En 2011, CampusFrance a également participé

- au salon NAFSA, organisé à Vancouver en mai/juin ;
- à l'*Asian Pacific Association for International Education* – APAIE, à Taiwan en mars.

### L'accueil de délégations en France

L'accueil en France de délégations étrangères est aussi un moyen efficace d'assurer la promotion de l'enseignement supérieur français en favorisant le dialogue institutionnel entre établissements français d'enseignement supérieur et leurs homologues internationaux.

Après l'organisation en janvier d'un **séminaire franco-polonais** à Paris avec une délégation de 27 recteurs et personnalités de l'enseignement supérieur polonais ainsi que 40 établissements français, **une mission d'une vingtaine de recteurs turcs** a été accueillie à Paris et à Lyon les 27 et 28 avril. Cette mission a donné lieu à la signature entre le président du YÖK (Conseil de l'enseignement supérieur turc, équivalent du Ministère de l'enseignement supérieur) et la ministre de l'Enseignement supérieur, Valérie Pécresse, d'une déclaration conjointe visant le renforcement des échanges entre les établissements d'enseignement supérieur des deux pays ainsi que le développement de la mobilité des étudiants français et turcs.

### Évolution des manifestations CampusFrance depuis 2004

	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre de manifestations	15	15	14	21	20	15	27	35
Nombre de participations d'établissements	426	364	336	555	403	331	612	817
Nombre de visiteurs salons	101 475	155 390	150 880	292 936	164 193	177 650	205 832	307 229

#### • Entretiens

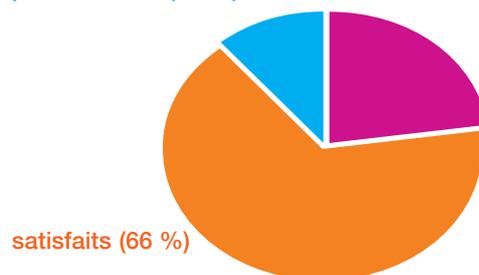
Nombre d'entretiens institutionnels	1 169
Nombre d'entretiens étudiants sur rendez-vous	4 022

#### • Type de participants

Universités	36 %
Écoles d'ingénieurs	19 %
Écoles supérieures et instituts	4 %
Écoles de commerce et de management	26 %
Écoles d'art, d'architecture et de mode	5 %
Autres	9 %

#### Taux de satisfaction des établissements participants

peu satisfaits (11 %)      très satisfaits (23 %)



Le nombre d'Espaces et Antennes CampusFrance a progressé de 10 % entre 2010 et 2011 pour atteindre 133 Espaces et 38 Antennes dans 108 pays dont 31 dotés de la procédure CEF au 31 décembre 2011. Ce réseau connaît une croissance régulière qui s'accroît depuis 2008 et qui devrait se poursuivre en 2012 suite au nombre de demandes de labellisations de nouveaux Espaces exprimées par les postes diplomatiques.

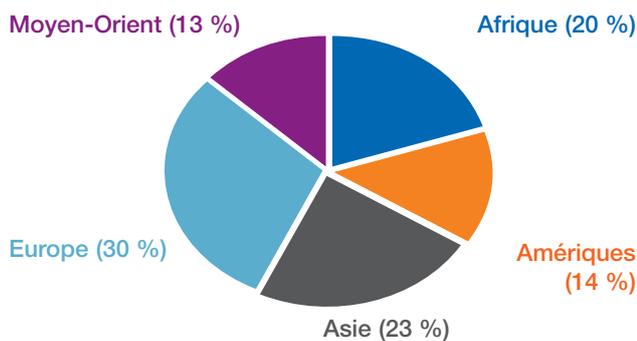
### 6.1 Les Espaces CampusFrance : 133 Espaces et 38 Antennes dans 108 pays

La procédure de labellisation mise en place en 2007 (grille complétée par les postes diplomatiques et validée par le Ministère des Affaires étrangères et européennes (MAEE) et l'Agence CampusFrance) permet de vérifier la pertinence des demandes et de faire prendre conscience, aux postes, des

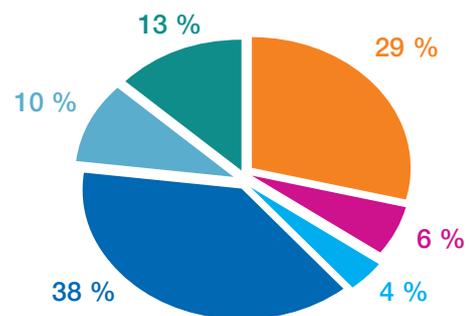
exigences liées à ces ouvertures d'Espaces. La labellisation est officialisée par la signature d'une convention entre les Services culturels et l'Agence CampusFrance après accord du MAEE.

Ce réseau représente 310 personnes travaillant sous l'autorité des postes diplomatiques et en particulier de celle des Conseillers de coopération et d'action culturelle. L'Agence est consultée pour le choix des personnels qui la représentent.

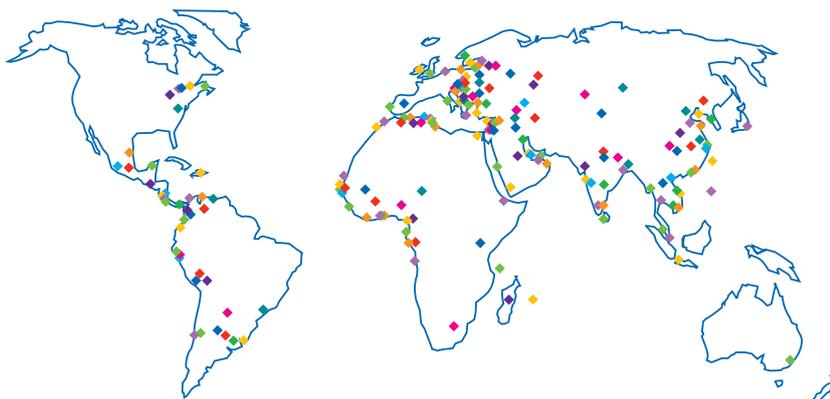
Nombre d'Espaces par zone  
au 31 décembre 2011



Établissements d'implantation  
des Espaces CampusFrance



Où sont implantés les Espaces CampusFrance ?



- Alliance française
- Consulat général
- Centre culturel français
- Institut français
- SCAC
- Autre

Évolution des Espaces CampusFrance depuis 2001

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
Nombre d'Espaces	75	83	62	77	75	82	101	108	116	128	133
Nombre de pays	28	37	40	46	45	51	74	78	88	97	107
Nombre de personnes formées	24	34	44	45	47	70	62	133	174	350	350
Nombre d'étudiants renseignés	-	-	65 000	190 000	215 000	248 000	447 000	590 000	910 000	1 300 000	1 400 000

### Profil type des agents CampusFrance\*

<b>74 %</b>	des agents sont de sexe féminin
<b>35 ans</b>	de moyenne d'âge
<b>60 %</b>	des agents sont de nationalité locale (nationalité du pays où ils travaillent) dont 5 % ayant une double nationalité française
<b>71 %</b>	des agents ont au moins le niveau Bac +4 (47 % ont même validé un Master 2 et 6 % un doctorat)
<b>69 %</b>	des agents ont suivi au moins un an de formation supérieure en France
<b>74 %</b>	des agents ont un contrat local
<b>71 %</b>	des agents ont un contrat à plein temps
<b>53 %</b>	des agents ont au moins trois ans d'ancienneté au sein d'un Espace CampusFrance
<b>78 %</b>	des agents ont au moins reçu une formation CampusFrance depuis le début de leur contrat, dont 92 % au cours des deux dernières années

\* Ces chiffres se basent sur un sondage réalisé en 2010 auprès des Espaces CampusFrance. Les quatre derniers chiffres ont été actualisés à partir des données issues des rapports 2011.

## 6.2 Les activités des Espaces CampusFrance

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

Ils ont une triple fonction :

- ils accueillent et guident les étudiants dans leur recherche, les aident dans le choix d'une formation, les accompagnent dans les formalités administratives (avec ou sans procédure CEF) et éventuellement consulaires préalables à leur arrivée en France. Ils informent l'étudiant sur le financement de ses études en France en veillant à lui indiquer les différentes bourses auxquelles il peut postuler. Ils identifient et recensent notamment les programmes de bourses du gouvernement du pays dans lequel se situe l'Espace, en font la promotion et peuvent être amenés à en assurer la gestion en collaboration avec les Services de coopération et d'action culturelle (SCAC) et l'Agence ;
- en liaison avec l'Agence à Paris, ils accompagnent l'organisation des grandes manifestations dans les pays-hôtes et assurent également la promotion de l'enseignement supérieur français dans les universités locales et dans les lycées français ;
- ils analysent la demande globale d'études à l'étranger ainsi que l'activité des agences étrangères concurrentes.

### Rapport d'activité des Espaces

Afin de mieux connaître les Espaces CampusFrance et mieux répondre à leurs besoins, l'Agence a travaillé, aux côtés du MAEE, à la mise en ligne d'un rapport interne d'activité. 78 pays ont renseigné ce rapport pour l'année 2011 (à la date de l'élaboration du présent rapport d'activité CampusFrance).

- 1 400 000 demandes d'informations ont été reçues par les Espaces CampusFrance ;
- 50 % des demandes concernent le niveau M, 44 % le niveau L et 7 % le niveau D ;
- les pays à procédure CEF consacrent, en moyenne, 64 % de leur temps à l'accompagnement individuel de l'étudiant à la mobilité contre 46 % pour les pays non CEF, 30 % aux actions de promotion, contre 48 % pour les pays non CEF et 6 % à l'activité d'analyse de la demande pour l'ensemble des pays ;
- plus de 1 500 événements de promotion sont organisés par les Espaces dont près de 50 % sont des conférences dans des établissements ;
- promotion électronique : 31 % des Espaces utilisent une lettre d'information en ligne, 56 % ont un outil d'e-mailing, 58 % utilisent les réseaux sociaux et 73 % ont un site Internet local ;
- les Espaces sont globalement satisfaits des outils fournis par l'Agence (sites, moteurs de recherche, outils promotionnels...) et de l'aide apportée par celle-ci ;
- les Espaces trouvent que les établissements français manquent encore parfois de réactivité ;
- les Espaces sont implantés en grande majorité dans les centres villes (90 % des Espaces). 30 % d'entre eux sont localisés au rez-de-chaussée de l'établissement qui les héberge. La surface moyenne d'un Espace CampusFrance est de 52m<sup>2</sup> et 4,7 ordinateurs sont utilisés en moyenne.

#### • Les contacts avec le public

Le nombre de contacts étudiants (face à face, téléphone, courriels) est resté stable par rapport à 2010 et s'établit à plus de 1 400 000 contacts. La part des courriels dans ces contacts représente environ 50 % de la totalité et augmente de 5 % par rapport à 2010, montrant l'importance de cet outil dans la communication des Espaces avec le public étudiant.

Les étudiants représentent toujours une majorité des demandes exprimées (59 %) ; suivies par les demandes émanant des lycéens (21 %), puis des professionnels (11 %) et des familles (6 %).

Les domaines les plus demandés restent : l'économie / gestion / management suivis des filières sciences de l'ingénieur et droit.

### • Les actions de promotion

En 2011 les Espaces ont organisé près de 1500 événements de promotion.

Ces événements sont constitués majoritairement de conférences dans les établissements (50 %), de participations à des salons locaux (14 %) puis de conférences dans des lycées français et événements spécifiques organisés pour les adhérents (8 % pour chacune de ces 2 actions).

L'Asie est la zone géographique où le plus d'événements de promotion sont organisés (53 % des activités de promotion), suivie de l'Europe et de l'Amérique du Sud (respectivement 21 % et 18 % des manifestations).

Il est intéressant de remarquer qu'une grande majorité des Espaces (85 %) organisent des séminaires avant le départ des étudiants vers la France. Ces séminaires s'inscrivent dans une logique de suivi global des étudiants et permettent de fournir des informations clefs sur les conditions de vie en France.

Les Espaces sont également nombreux à avoir intégré l'importance des réseaux d'anciens dans la promotion de la France auprès des futurs étudiants puisque 62 % d'entre eux mettent en place dans leur pays de tels réseaux, constitués de stagiaires, d'étudiants ou de boursiers ayant effectué une mobilité en France.

En 2011 la montée en puissance de l'utilisation des nouveaux outils de communication communautaires se confirme puisque près de 58 % des Espaces déclarent être présents sur les réseaux sociaux, 31 % d'entre eux utilisent une newsletter électronique pour communiquer sur les études en France. Enfin ce sont désormais 73 % des espaces qui disposent d'un site internet local CampusFrance.

## ■ La coordination des Espaces

### • La dotation documentaire

En appui à 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 2011, différentes références ont été envoyées : brochures « Choisir la France » (en français, anglais et espagnol), affiches, sacs et stylos. A cette dotation annuelle a pu s'ajouter, sur demande, un envoi complémentaire de matériel de promotion.

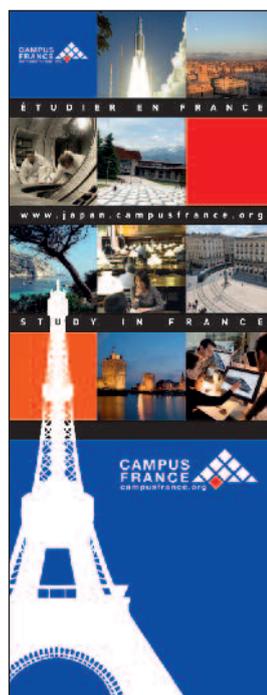
De la signalétique et du matériel promotionnel sont également produits puis envoyés dans les différents pays où CampusFrance est implanté, ainsi les Espaces ont reçu en 2011 des kakémonos, affiches et vitrophanies reprenant l'identité visuelle de CampusFrance.

### Les formations

Depuis l'année 2008 et 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 1 000 personnes ont été formées en 4 ans. En 2011, ce sont 11 sessions qui ont été organisées (2 formations à Paris et 9 à l'étranger) et qui ont rassemblé un total de 350 personnes, un chiffre équivalent à celui de 2010 mais en net augmentation par rapport à 2009 (174 formations) et 2008 (133 formation). Cette montée en puissance s'explique en partie par le programme de formations régionales que l'Agence a organisé à la demande du MAEE, projet initié en 2010, qui s'est prolongé en 2011 et a permis l'organisation de 7 formations régionales destinées aux acteurs de la promotion de l'enseignement supérieur et de la recherche français implantés à l'étranger.

En 2011, 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 Agence CampusFrance) auront ainsi pris la parole lors de ces sessions.

Les thématiques de ces formations, axées sur la promotion de l'enseignement supérieur français, ont quelque peu évolué à la demande des postes pour répondre aux besoins des personnels des Espaces CampusFrance. Un travail a notamment été mené, à deux reprises, sur la gestion du stress lors de l'accueil des étudiants dans les Espaces et la conduite de l'entretien d'information ou de l'entretien dit « CEF ». Ces ateliers seront poursuivis en 2012.



*Kakémono CampusFrance*

### Les formations en chiffres :

- une formation de 46 nouveaux responsables d'Espaces a eu lieu à Paris du 7 au 11 février ;
- 4 formations régionales ont eu pour mission la sensibilisation de l'ensemble des personnels en poste aux enjeux de la mobilité étudiante internationale, tout en apportant les outils et les informations nécessaires à la mise en place des activités de promotion (zone Amériques à Bogota du 28 février au 2 mars ; zone Afrique à Paris du 12 au 14 avril ; zone Asie à Hanoi du 20 au 22 juin ; zone Amérique centrale/Caràibes à San José du 12 au 14 décembre) ;
- 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 (Roumanie le 3 février, Allemagne le 3 mars, Royaume-Uni le 5 mai, Italie le 6 et le 7 octobre, Algérie du 28 au 30 novembre, Tunisie le 7 et 8 décembre) ;
- l'Agence a également formé de manière individuelle les personnes avant leur départ en poste ou lors d'une visite à Paris.



Entre septembre et novembre 2011, CampusFrance a signé des conventions avec l'Agence pour l'enseignement français à l'étranger (AEFE), la Fondation Alliance française et le Centre international d'études pédagogiques (CIEP). Celles-ci permettent de clarifier des partenariats déjà établis dans les faits et facilitent le travail des Espaces.



**Convention AEFE/CampusFrance :** cette convention a permis l'élaboration d'un guide commun à destination des élèves des lycées français et renforce la collaboration entre les 2 organismes pour la formation des personnels des Espaces CampusFrance au sujet de l'orientation des étudiants.



**Convention MAEE / Fondation Alliance française / CampusFrance :** cette convention précise les liens entre les Espaces CampusFrance abrités dans les Alliances françaises d'une part et le réseau de correspondants de l'Alliance française dont la promotion de l'enseignement supérieur français n'est pas l'activité principale, mais qui ont une compétence d'information et d'orientation des étudiants d'autre part. Elle renforce également l'échange d'informations et le partage de bonnes pratiques entre CampusFrance et l'Alliance française.



**Convention CIEP / CampusFrance :** cette convention rappelle aux Espaces les champs de compétences du CIEP (apprentissage du Français Langue Étrangère, la reconnaissance des diplômés étrangers en France). La convention recommande aux Espaces d'orienter les étudiants vers les centres de FLE adhérents de CampusFrance et labellisés « Qualité Français Langue Étrangère ».

### • La communication auprès des Espaces

En 2011, six *Lettres des Espaces (LDE)*, moyen de communication entre l'Agence et son réseau, ont été envoyées.

La LDE se divise en deux parties principales. La rubrique « Actualités » permet à l'Agence de souligner les actions prioritaires à développer. La rubrique « Initiatives » permet aux Espaces de partager directement entre eux leurs différentes expériences dans l'information et la promotion de l'enseignement supérieur français à l'étranger.

En dehors de la *Lettre des Espaces* des courriels sont fréquemment adressés à l'ensemble des Espaces. Ces messages complètent ceux adressés directement par les Responsables de zones géographiques. Ils concernent l'Agence, les établissements adhérents, l'actualité de l'enseignement supérieur français et permettent de transmettre régulièrement une sélection d'articles de presse...

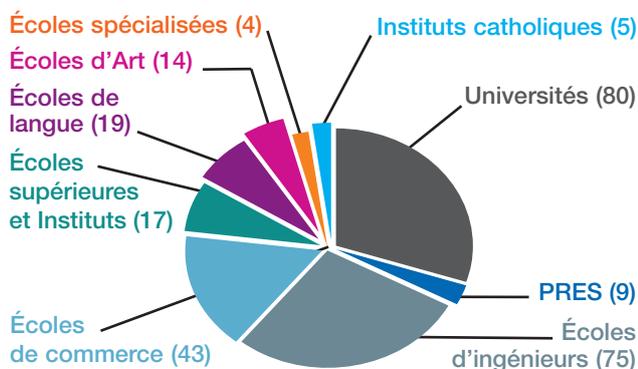
Pour accomplir ses missions, l'Agence travaille en partenariat avec tous les établissements d'enseignement supérieur et, plus particulièrement, avec ses établissements adhérents. Au 31 décembre 2011, l'Agence CampusFrance comptait 266 adhérents, dont 80 universités et 9 pôles de recherche.

## 19 nouveaux adhérents en 2011

En 2011, la candidature de 19 nouveaux établissements a été adoptée aux Assemblées générales d'adhérents CampusFrance qui se sont tenues le 21 mars 2011, le 11 octobre 2011 et le 25 novembre 2011. L'adhésion de ces nouveaux établissements porte à 266 le nombre d'adhérents au 31 décembre 2011. Grâce à leur présence assidue aux Assemblées générales, aux différentes réunions d'information ainsi qu'à l'ensemble des manifestations organisées par l'Agence, les adhérents de CampusFrance lui confèrent une légitimité toujours plus grande.

L'intérêt que portent à l'Agence les établissements d'enseignement supérieur, reconnaissant de la qualité des prestations qu'elle délivre, trouvera à s'exprimer dans le Forum Campus France qui se réunira à partir de mai 2012, suite à la dissolution du GIP, remplacé par l'EPIC Campus France.

### Les 266 adhérents de CampusFrance au 31 décembre 2011



### Évolution du nombre d'adhérents depuis la création d'EduFrance/CampusFrance

1998	7
1999	59
2000	59
2001	144
2002	167
2003	175
2004	179
2005	180
2006	187
2007	186
2008	190
2009	226
2010	248
2011	266

## Les Rencontres Espaces-adhérents

En novembre 2011, pour la 9<sup>e</sup> 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 2011 ont réuni à la Cité internationale universitaire de Paris (CIUP) 107 établissements dont 31 universités et 1 PRES, 25 écoles de commerce et de management, 21 écoles d'ingénieur, 13 écoles de langues, 7 écoles d'art et 9 autres écoles et instituts et 30 pays représentés par 35 personnels des Espaces CampusFrance et 24 Conseillers et attachés de coopération universitaires.

### Les Rencontres 2011 : en bref

- Maintien des rendez-vous sur 3 jours permettant d'organiser 1 433 rendez-vous au total.
- Présence de deux pays ne disposant pas, ou pas encore, d'Espace CampusFrance : Cuba, Kenya
- Nouvelle organisation du Salon Honorat permettant une meilleure circulation des participants et une économie conséquente.
- Représentation des postes diplomatiques toujours plus nombreuse.

### 30 Pays représentés aux Rencontres 2011

**Afrique/Maghreb** : Afrique du Sud, Algérie, Kenya, Maroc, Sénégal, Tunisie. **Amériques** : Bolivie, Chili, Colombie, Cuba, États-Unis, Mexique, Pérou. **Asie** : Chine, Corée, Inde, Japon, Malaisie, Singapour, Vietnam. **Europe** : Allemagne, Italie, Pologne, Portugal, Roumanie, Russie, Turquie, Ukraine. **Moyen-Orient** : Egypte, Liban.

### Rencontres CampusFrance 2011 : données comparatives

Année	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	113	1 428
2011	30	107	1 433
Nombre moyen	26	92	1 069

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



En mai 2011, à l'occasion de la présidence française du G20 et du G8, l'Agence CampusFrance a organisé une réunion sur l'attractivité de l'enseignement supérieur à destination des organismes chargés de la promotion de l'enseignement supérieur des huit plus grands pays d'accueil des étudiants internationaux : l'Allemagne, l'Australie, le Canada, la Chine, les États-Unis, la France, le Japon et le Royaume-Uni. Était également présente l'Inde, pays d'origine d'un nombre important d'étudiants en mobilité.

La réunion « Accroître l'attractivité de l'enseignement supérieur dans le monde » a été officiellement ouverte par Alain Juppé, ministre d'État, ministre des Affaires étrangères et européennes, et Valérie Pécresse, ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.

Elle a été l'occasion pour les ministres d'évoquer la politique de la France en matière de mobilité étudiante et d'attractivité scientifique devant des hauts responsables internationaux de l'accueil d'étudiants et des étudiants en mobilité. La manifestation, qui a constitué l'un des moments forts de l'année 2011, a permis aux participants d'échanger sur les politiques nationales d'internationalisation et d'attractivité et de renforcer la coopération universitaire. En 2012, l'*Institute of International Education* (IIE), qui a participé à l'organisation de la réunion pilote à Paris, sera chargé de l'organisation de l'événement aux États-Unis.

Tout au long de l'année 2011, le service des programmes internationaux a poursuivi et renforcé son travail sur les projets financés par la Commission européenne.



En tant que chef de file du consortium constitué par le DAAD (Allemagne), le Nuffic (Pays-Bas), le *British Council* (Royaume-Uni), le

Conseil européen des doctorants et jeunes docteurs - Eurodoc (Belgique) et l'*Institute of International Education* (États-Unis), l'Agence CampusFrance a mis en œuvre le projet **PromoDoc** pour la promotion des études doctorales dans les pays tiers industrialisés.



Ce projet *Erasmus Mundus Action 3* a pour objectifs d'augmenter l'attractivité des études 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 du Sud, États-Unis, Hong Kong, Japon, Singapour et Taiwan.

Dans le cadre du projet **PromoDoc**, une série d'outils de promotion a été développée au cours de l'année : tract,

brochure, site Internet ([www.promodoc.eu](http://www.promodoc.eu)) et clip vidéo. Des actions d'information ont également été menées auprès des étudiants dans les pays cibles et des acteurs institutionnels en Europe.



En 2011, CampusFrance a continué sa participation à d'autres projets européens.

L'Agence a notamment contribué à l'animation de trois ateliers internationaux 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, EACOVIORE*, mené par l'Université de Bourgogne, pour la promotion des études de robotique et de vision artificielle en Asie.



En dehors de ses activités liées aux appels d'offres, le service des programmes internationaux a continué à renforcer la présence de l'Agence dans les manifestations institutionnelles. Lors de la conférence EAIE à Copenhague au Danemark, on compte deux interventions de CampusFrance, sur les thèmes de la mobilité doctorale et les politiques nationales.

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

CampusFrance assure un triple rôle pour l'Office Méditerranéen de la Jeunesse qui est un partenariat entre 16 pays du pourtour méditerranéen :

- assistance à la préfiguration de l'OMJ ;
- opérateur national du programme pour la France (promotion du programme auprès des établissements français) ;
- Secrétariat Général de l'OMJ dans le cadre des appels à projets annuels. Ces appels à projets sont lancés à l'automne auprès des établissements d'enseignement supérieur méditerranéens pour la labellisation des formations d'excellence de Masters et de Doctorats dans les filières qui offrent des débouchés professionnels aux étudiants (13 filières dites « d'intérêt méditerranéen »). Un appel à candidature est ensuite organisé courant avril pour les étudiants. CampusFrance assure la coordination de ces appels à projets (production des documents de candidature, création et maintenance des outils d'évaluation en ligne, communication, coordination de l'instruction des dossiers, organisation des réunions d'experts, recherche de financements, partenariats...).

L'organisation de l'OMJ comprend :

- Un Secrétariat Général (mandat renouvelé à CampusFrance à l'automne 2011), composé de deux personnes (chef de projet et chargée de projet) ;
- Un réseau de 16 opérateurs nationaux avec une ou plusieurs personnes désignées dans chaque pays participant pour promouvoir l'OMJ. Ce réseau a été réuni à deux reprises et est coordonné par CampusFrance ;
- Un comité d'experts internationaux, universitaires de haut niveau, désignés par les pays participants pour procéder à l'évaluation des formations et des boursiers.

Le plus important réseau universitaire méditerranéen après un an d'existence

- 41 formations de près de **100 établissements d'enseignement supérieur** d'excellence du pourtour méditerranéen ont reçu le label OMJ au titre du premier appel à projets.

Les 11 experts de l'OMJ, désignés par les pays partenaires du programme, ont reconnu l'excellence des formations labellisées et des candidats boursiers inscrits dans des formations en adéquation avec les besoins du marché de l'emploi. Ainsi les premiers retours en termes d'insertion professionnelle des étudiants inscrits dans les formations OMJ indiquent des taux de 80 % d'insertion après le stage.

- 107 étudiants ont bénéficié de bourses de mobilité dont 93 en Master et 14 en Doctorat pour un total de 172 semestres de bourses.

#### ■ Répartition par nationalité des étudiants sélectionnés :

31 tunisiens, 8 turcs, 21 marocains, 6 espagnols, 10 français, 6 grecs, 10 italiens, 5 libanais, 8 égyptiens, 2 monténégrins

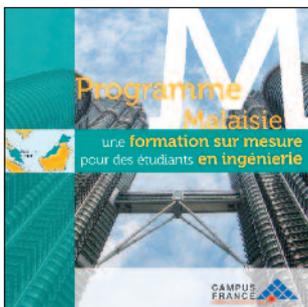
#### ■ Répartition par pays d'accueil des étudiants sélectionnés :

France : 69, Maroc : 3, Espagne : 21, Croatie : 2, Italie : 17, Turquie : 1, Grèce : 4

### ■ 8.3 Le programme Malaisie

En 2011, l'Agence CampusFrance a poursuivi le développement d'un programme « sur mesure » de formations d'étudiants en ingénierie. Cette année, 174 étudiants ont bénéficié d'un accompagnement pédagogique et d'un suivi personnalisé.

Depuis plus de 10 ans, CampusFrance coordonne, pour le compte du gouvernement malaisien, des formations dans les filières scientifiques et techniques avec les établissements d'enseignement supérieur.



Les boursiers d'excellence sélectionnés par le gouvernement malaisien suivent une formation préalable (programme Pré-France) en Malaisie, à l'Université de Kuala Lumpur. Ils intègrent ensuite un Institut Universitaire de Technologie en France (Aix en Provence, Nice, Toulon,

Toulouse). Ces étudiants ont ensuite la possibilité de suivre leurs études, à l'université ou dans une école d'ingénieurs (par exemple, l'Ecole des Mines de Metz, l'Ecole Nationale des Arts et Métiers de Cluny, Polytech' Sophia...).

Depuis 2000, 300 étudiants-boursiers, ont été confiés à CampusFrance pour un parcours de réussite en France.

### ■ 8.4 Programme « Entrepreneurs en Afrique » 2011

Financé dans le cadre de la politique française de développement solidaire par le Ministère de l'Intérieur, de l'Outre-Mer, des Collectivités territoriales, et de l'Immigration, le programme « Entrepreneurs en Afrique » (EEA), initié par le Réseau « n-i », est piloté par CampusFrance depuis février 2009. Le programme, d'une durée initiale de trois ans, a été prolongé par un avenant jusqu'au 30 juin 2013.

Ce programme appuie l'émergence des PME/PMI technologiques en Afrique portées essentiellement par les diplômés et cadres africains résidant en France ou en Afrique. L'originalité du programme réside dans l'appui scientifique, technologique et technico-économique apporté aux promoteurs d'entreprises africains par des écoles d'ingénieurs françaises.

EEA s'inscrit en complémentarité des dispositifs d'appui à la création d'entreprise existants et a noué des partenariats en France et dans chacun des 9 pays d'intervention du programme. Un dispositif de prêt d'honneur qui facilite la levée des fonds auprès des organismes financiers a été mis en place et complète les services offerts par EEA.

Les résultats du programme en 2011 :

- 200 demandes d'assistance reçues de la part des porteurs de projets ;
- 42 écoles d'ingénieurs participantes ;
- 13 structures d'accompagnement partenaires dans les 9 pays cibles du programme (ACEA)
- 12 nouveaux projets sélectionnés, portant à 25 le nombre de projets bénéficiaires de l'accompagnement des écoles d'ingénieurs françaises ;
- 4 entreprises financées à travers le dispositif de prêt d'honneur du programme ;
- 4 entreprises créées, 2 entreprises développées et 3 entreprises en cours de création ;
- réalisation d'un film institutionnel de 13 minutes et de 7 mini-reportages sur le programme ;
- participation à 3 émissions de radio ;
- organisation de 6 rencontres avec les porteurs de projets dans plusieurs villes de France ;
- participation à des événements en lien avec les thématiques du programme.

Un séminaire organisé en novembre 2011 à Ouagadougou (Burkina Faso) a réuni près de 70 participants venus de 9 pays différents pour faire un bilan à mi-parcours de la mise en œuvre du programme et identifier des pistes de consolidation et de pérennisation.

En 2011, l'Agence CampusFrance a édité 31 publications (13 en 2009, 21 en 2010), 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* ont permis de présenter l'actualité de l'Agence et de rendre compte des manifestations de promotion en France et dans le monde.

## 9.2 Les Notes, les Repères, les Dossiers

La politique d'édition de l'Agence, développée depuis plusieurs années et 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 2011, 8 Notes CampusFrance ont été publiées.

- La Note n°28 porte sur la promotion des études doctorales en France.
- La Note n°29 détaille l'accueil des étudiants étrangers par les établissements adhérents.
- La Note n°30 fait le point sur les classements internationaux et leur impact, à relativiser selon les pays, sur les étudiants.
- La Note n°31 réactualise les actions entreprises par les pays en matière de suivi des anciens étudiants et donne un premier état des lieux en matière de suivi de ces étudiants par les établissements eux-mêmes.
- La Note n°32 fait le point sur la mobilité des étudiants d'Asie et d'Océanie.
- La Note n°33 met à l'honneur les formations d'ingénieurs à travers l'exemple du Réseau n+i.
- La Note n°34 présente les résultats de l'enquête exclusive CampusFrance – TNS Sofres sur l'image et l'attractivité de la France menée auprès de plus de 20 000 étudiants étrangers.
- La Note n°35 quant à elle réactualise les procédures à respecter pour l'obtention d'un visa étudiant.

Par ailleurs 3 numéros Hors Série ont été publiés.

- Le HS n°1 donne les chiffres de la mobilité des étudiants de la zone géographique Russie - Caucase - Europe orientale.
- Le HS n°2 détaille la mobilité des étudiants du Maghreb, de l'Égypte et du Levant.

- Le HS n°3 porte sur la mobilité des étudiants d'Amérique latine.

### • Les Chiffres clés

Dans la collection statistique des *Chiffres clés*, sont parus en octobre les *Chiffres clés* n°6 : "**Les étudiants internationaux**".

Cette édition 2011, qui constitue la réactualisation annuelle du premier numéro de la série, présente des commentaires mettant en évidence "*ce qu'il faut retenir*" de la mobilité étudiante internationale.

En complément des *Chiffres clés*, ont été publiées en novembre 2011, à l'occasion des Rencontres CampusFrance, des *Fiches* détaillées sur les statistiques de la mobilité étudiante pour chacun des pays invités.

### • Les Repères

Dans un contexte où la mobilité au-delà des frontières est devenue un thème d'une importance croissante dans les débats, la nouvelle série de publications les *Repères*, initiée fin 2010, a permis de donner la parole à de nombreux auteurs français ou étrangers, spécialiste de la mobilité des populations et plus particulièrement, de la mobilité étudiante.

Neuf personnalités ainsi été invitées à s'exprimer en 2011 :

- Catherine Withol de Wenden, directrice de recherche au CNRS, sur la circulation des personnes dans un monde global ;
- Ulrich Teichler, professeur à l'*International Centre for Higher Education Research*, sur les succès et échecs du Processus de Bologne ;
- Jamil Salmi, coordonnateur pour l'enseignement supérieur à la Banque mondiale, sur la course à l'excellence et les dix erreurs à éviter lors de la création d'universités de rang mondial ;
- Ben Wildavsky, auteur de *The Great Brain Race*, sur la course mondiale aux talents et la menace que celle-ci pourrait faire peser sur les États-Unis ;
- Gilles Breton, vice-recteur associé et Professeur à l'École supérieure d'affaires publiques et internationales à l'université d'Ottawa, sur la mondialisation de l'enseignement supérieur et les stratégies internationales ;
- Philippe Vidal et Ghislaine Filliatreau, respectivement Chargé de mission et Directrice de l'Observatoire des Sciences et des Techniques, sur l'attractivité de la France dans le domaine de l'enseignement supérieur, ses points forts et ses points faibles ;
- Jandhyala B.G. Tilak, professeur à l'Université nationale de planification et d'administration de l'éducation à New Dehli, sur l'enseignement supérieur indien ;

- Sylvie Didou Aupetit, Directrice de recherche au Département de Recherches Éducatives du Centre de Recherches et d'Études Avancées à Mexico, sur la mobilité étudiante entre le Mexique et la France ;
  - Naoyuki Agawa, Vice-président de l'Université Keio, sur les enjeux et évolutions de l'internationalisation de l'enseignement supérieur au Japon.
- **Les Dossiers**

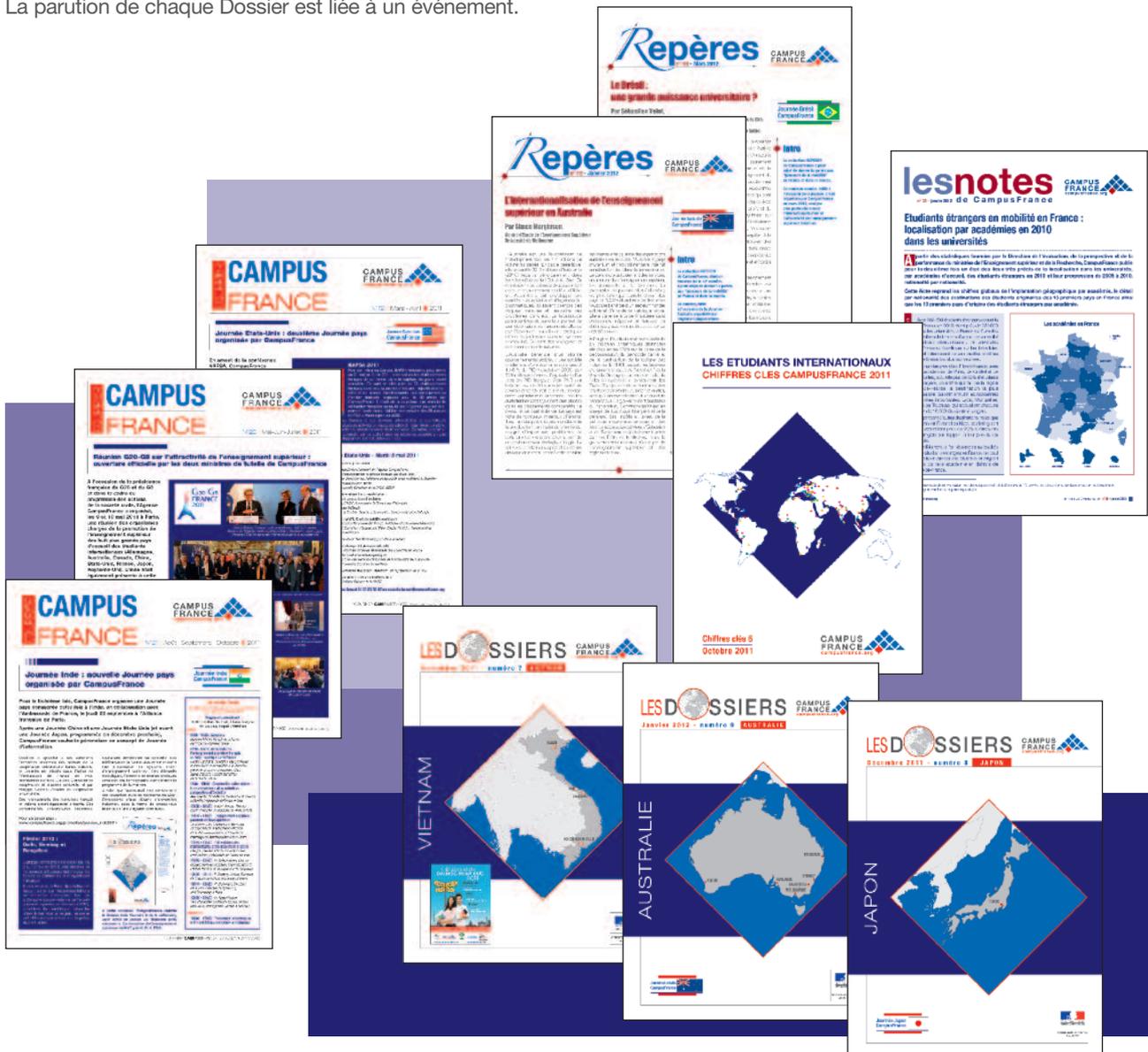
La collection trimestrielle des *Dossiers CampusFrance*, consacrés à un pays ou à une région, a pour but :

- 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 de 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 2011 :

- le premier, consacré à la Pologne, a été publié dans le cadre du séminaire franco-polonais sur l'enseignement supérieur qui s'est tenu à Paris le 27 janvier ;
- le deuxième, sur les États-Unis, faisait partie des outils d'information distribués aux participants de la Journée pays organisée à l'Alliance française à Paris le 3 mai ;
- le troisième numéro des Dossiers, sur le Vietnam, a été édité à l'occasion du salon franco-allemand de l'enseignement supérieur ;
- enfin, le quatrième volume paru en 2011, sur le Japon venait en complément de la Journée pays organisée à la Maison du Japon en décembre.



## 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 première année jusqu'au 29 avril 2011, puis d'une année jusqu'au 29 avril 2012.

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'État 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, trois Assemblées générales ont été organisées, le 21 mars 2011, le 11 octobre 2011 et le 25 novembre 2011.

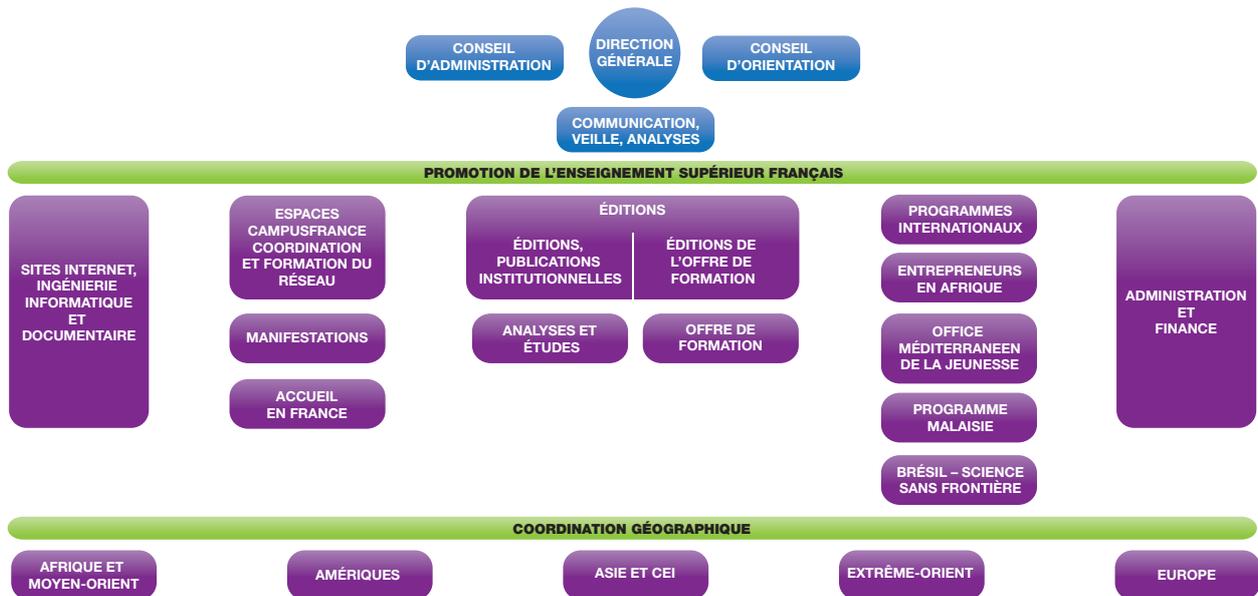
Le Conseil d'administration est notamment composé, outre des représentants de l'État, de représentants des trois principales conférences d'établissements (CPU, CGE,

CDEFI). En 2011, le Conseil d'administration s'est réuni trois fois, les 26 avril, 25 novembre et 19 décembre.

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.

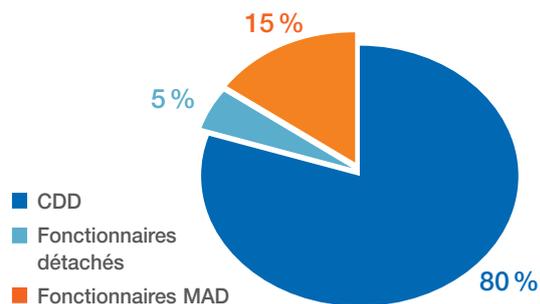
La loi n° 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'État a créé un Établissement Public à caractère Industriel et Commercial (EPIC), dénommé Campus France, placé sous la tutelle conjointe du Ministre des Affaires étrangères et européennes et du Ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche. Le décret d'application de la loi est intervenu le 30 décembre 2011. L'année 2012 verra donc la dissolution du GIP et la constitution de l'EPIC Campus France.

### Organigramme fonctionnel CampusFrance Paris



En 2011, les personnels de l'Agence étaient au nombre de 41 (dont 5 agents recrutés sur projets), répartis comme suit :

### Répartition par catégorie des personnels de l'Agence



## Annexe 2 : données budgétaires

### Évolution des données budgétaires

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>Exécuté recettes (M€)</b>	6,8	10,5	13,3	8,8	8,3	7,7	7,6	7,5	5,9	6	6,8	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	3,1
- 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	3,7
<b>Contribution totale des établissements (milliers d'euros)</b>	300	403	485	451	550	455	556	796	968	1 091	1 293	1 202

#### Données budgétaires 2011

<b>Exécuté recettes (M€)</b>	6,8
- dont subvention de fonctionnement	3,1
- dont autres recettes	3,7

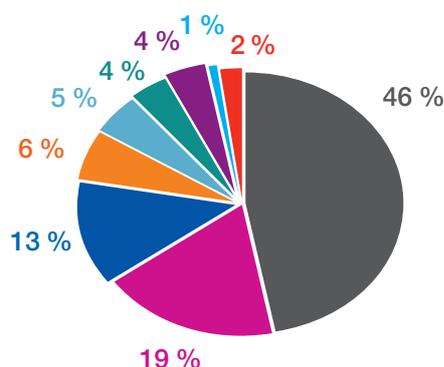
#### Dans le chapitre "autres recettes" figurent notamment (milliers d'euros) :

- contribution totale des établissements	1 202
- programme d'accueil d'étudiants malaisiens	1 196
- projet Entrepreneurs en Afrique (financement ministère chargé de l'immigration)	386
- OMJ	257
- bourses développement solidaire	111
- formation réseau MAEE	240

L'Agence CampusFrance finance ses activités à hauteur de 46 %, 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.

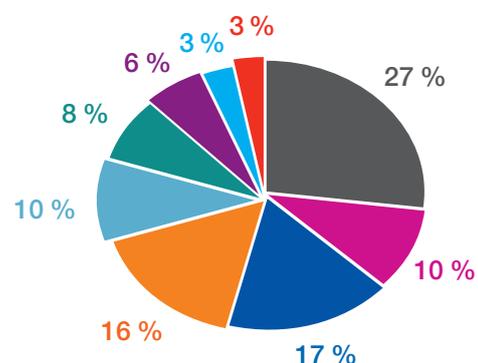
Les autres recettes de l'Agence (54 %) sont restées stables par rapport à 2010. En complément de l'apport des établissements qui représente 18 %, les participations de sponsors d'étudiants boursiers que ce soient les fondations malaisiennes ou les nouvelles bourses "développement solidaire" se sont poursuivies ainsi que 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).

#### Répartition des recettes en 2011



■ Subventions de fonctionnement (46 %)	■ Adhésions (5 %)
■ Programmes de promotion et d'accueil étudiants (19 %)	■ Projet OMJ (4 %)
■ Participations aux manifestations (13 %)	■ Autres subventions fléchées (4 %)
■ Projet EeA (6 %)	■ Programmes internationaux (1 %)
	■ Autres produits (2 %)

#### Répartition des dépenses en 2011



■ Charges de personnel (27 %)	■ Contributions et frais liés aux Espaces (8 %)
■ Frais de fonctionnement (10 %)	■ Projet EeA (6 %)
■ Manifestations (17 %)	■ Projet OMJ (3 %)
■ Programmes de promotion et d'accueil d'étudiants (16 %)	■ Autres frais (3 %)
■ Éditions et diffusions (10 %)	

# Avec 283 600 étudiants étrangers accueillis en France en 2010-2011, CampusFrance est la marque de l'enseignement supérieur français à l'étranger

## • Les sites internet

- 61 sites dans 29 langues
- Plus de 10 millions de visiteurs

## • 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
- 650 formations en anglais en ligne
- 630 programmes de bourses en ligne
- 925 supports d'information pour les étudiants, du BTS au Doctorat
- un catalogue des universités d'été et des cours de français

## • Les manifestations de promotion

- 35 grandes manifestations dans le monde
- 307 000 visiteurs
- 817 participations d'établissements

## • Les programmes internationaux

- 5 programmes consolidés en 2011 dont Promodoc, l'Office Méditerranéen de la Jeunesse, les Bourses de développement solidaire
- 1 nouveau programme brésilien amorcé fin 2011, Science sans frontière

## • Les réseaux

- 133 Espaces et 38 Antennes dans 108 pays
- 350 responsables d'Espaces formés par l'Agence
- 266 établissements d'enseignement supérieur adhérents de l'Agence

## • L'information

- 31 publications à l'attention des adhérents
- 1 grande enquête CampusFrance – TNS Sofrès sur l'image et l'attractivité de la France auprès de 20 000 étudiants étrangers

## • Le budget

- 6,8 millions d'euros de budget en 2011, dont 3,2 millions de subventions gouvernementales
- 41 personnes à CampusFrance Paris et plus de 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  
Anne Benoit, Responsable des études

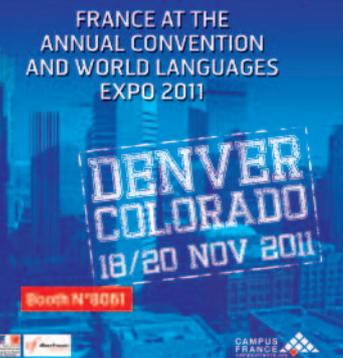
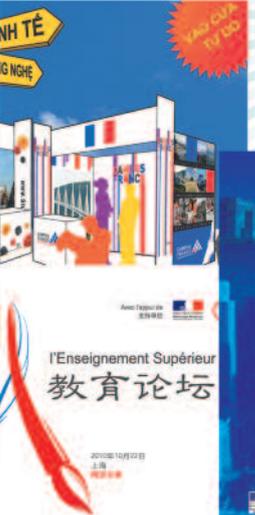
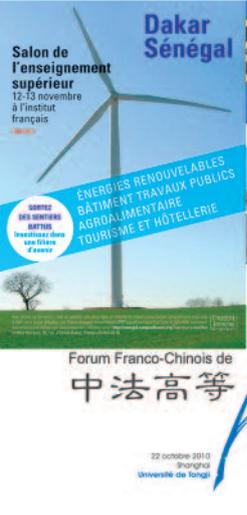
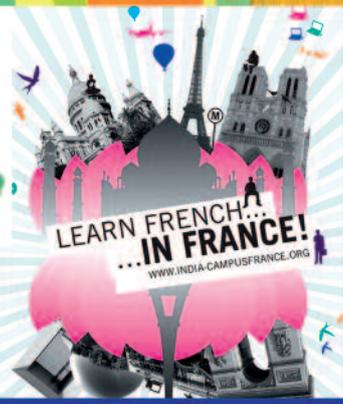
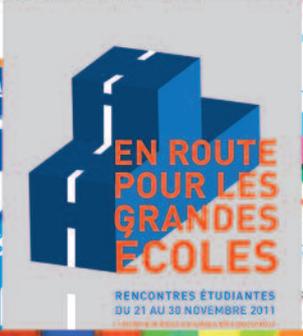
**L'ensemble des personnels de CampusFrance**  
**a collaboré à la réalisation et à la rédaction de ce rapport d'activité.**

**Édition :**  
Anne Benoit, anne.benoit@campusfrance.org

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

**Avril 2012**





# Rapport d'activité 2011

Agence CampusFrance

