

## Les sites internet des universités françaises : comment sont accueillis et informés les étudiants étrangers ?

**L**a Note CampusFrance n°21 a pour but d'évaluer comment les universités françaises, via leur site internet, accueillent et informent les étudiants étrangers et comment elles valorisent leur attractivité internationale. Cette étude fait suite à la première Note d'EduFrance, parue en 2005, qui s'intéressait aux procédures de candidature d'un étudiant étranger dans les universités françaises et qui concluait sur "un parcours parfois dissuasif". Cette nouvelle Note de CampusFrance montre que de réels progrès ont été accomplis dans ce domaine.

### Avant-propos

Selon l'UNESCO, en 2007, 2,5 millions d'étudiants étaient en mobilité. Pour l'immense majorité de ces étudiants internationaux (au moins 80% d'entre eux sont en mobilité individuelle), l'outil internet est le moyen idéal pour, à partir de leur pays, chercher des informations nécessaires à la poursuite d'études à l'étranger. Aussi est-il indispensable pour les universités de soigner tout particulièrement les pages destinées à cette cible.

Depuis plusieurs années, CampusFrance a veillé, de son côté, à mesurer et à conseiller les universités françaises sur l'accueil des étudiants étrangers via leur site internet, en réalisant des études globales, en 2000 puis en 2005 (voir Note d'EduFrance n°1, septembre 2005), ainsi qu'une expertise sur le site d'une université parisienne (Paris 11, 2009).

La présente étude, menée entre décembre 2009 et janvier 2010, sur les 85 universités de France métropolitaine (telles qu'elles sont répertoriées sur le site internet du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche<sup>1</sup>), porte sur trois grands domaines :

- le recueil des informations principales en matière de conditions d'admission, d'inscription et de formations ;
- la valorisation par l'université de ses atouts académiques ;
- les informations pratiques sur la ville, le campus, le logement, etc.

Au-delà du constat, cette Note propose des éléments de comparaison avec les sites de quelques grandes universités étrangères et avec quelques-uns des sites des Grandes écoles françaises.

## Sommaire

### Partie 1 (page 2)

L'internationalisation  
des sites internet

### Partie 2 (pages 3 et 4)

L'accueil et l'information  
de l'étudiant étranger

### Partie 3 (page 5)

L'autopromotion  
des universités

### Partie 4 (pages 6 et 7)

Les informations pratiques

### Partie 5 (pages 8 et 9)

Éléments de comparaison  
et extraits d'une étude

### Partie 6 (pages 10 et 11)

Tableau récapitulatif

1- Toutes les universités ayant fait l'objet de cette étude sont cliquables à partir du lien suivant :  
<http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid20269/liste-des-universites.html>

## L'internationalisation des sites internet

### La présence d'une rubrique *International* sur la page d'accueil

98% des sites présentent dès la page d'accueil une rubrique *International*. Cette rubrique contient en général dans son menu des informations destinées aux étudiants français souhaitant partir à l'étranger, des informations destinées aux étudiants étrangers souhaitant venir dans cette université puis, selon les cas, un sous-chapitre pour améliorer son français ou un sous-chapitre destiné spécifiquement aux chercheurs internationaux, comme à l'Université de Bourgogne. La rubrique se divise quelquefois en de nombreux sous-chapitres : l'Université Paris 1 donne par exemple accès à quinze sous-chapitres, allant de la mobilité étudiante, enseignante ou doctorale, en passant par les appels à projets ou les adresses et liens utiles.

Il arrive aussi que cette rubrique renvoie à un site dédié aux *Relations Internationales*. Ce site offre alors un peu plus d'informations, notamment sur la composition du service des Relations Internationales, mais le passage par un site dédié semble plutôt répondre à des préoccupations internes à l'université qu'au souhait de mieux s'adresser à l'étudiant étranger. Ainsi à l'université de Montpellier 3, le site dédié aux *Relations Internationales* contient de nombreuses informations sur le service, un mot du président, un organigramme détaillé, mais la rubrique n'arrive qu'en 9<sup>e</sup> position dans le menu de la page d'accueil de l'université sous l'intitulé *Relations Internationales*.

Un autre mode d'accès plus intéressant consiste à proposer cette catégorie en lecture directe dans le menu *Vous êtes* qui apparaît sur certains sites (Universités de Savoie, Nice-Sophia Antipolis, Paris 1, Paris 3, Paris-Nord 13, notamment).

### Une interface en anglais

Comparativement à l'étude menée en 2005, un plus grand nombre d'universités propose une version en anglais : 52% au lieu de 31%, sans compter les universités qui ne proposent pas l'anglais en page d'accueil mais qui traduisent quelques pages, en particulier dans le chapitre *International*.

Quelques sites se distinguent par leur volonté de mieux se faire comprendre par les étudiants étrangers, soit par des sites en anglais conçus pour cette cible soit en utilisant les deux langues anglais/français dès la page d'accueil de la version française du chapitre *International*. C'est le cas de l'Institut polytechnique de Lorraine, de l'Université de technologie de Belfort-Montbéliard, de l'Université Lyon 2, de l'Université de Cergy-Pontoise.

En outre, par rapport à la Note publiée en 2005, un plus grand nombre de rubriques a été traduit. C'est le cas de la rubrique *Etudiants étrangers* qui, lorsqu'elle existe, est souvent traduite intégralement. De manière générale, on peut désormais trouver en anglais des informations sur l'université, sur la formation, parfois sur la ville et sur les loisirs.

A signaler que quelques universités, comme celles de Lyon 2, Belfort-Montbéliard, l'Institut national polytechnique de Lorraine, Paris 10 ou Cergy-Pontoise ont développé une version en anglais claire et détaillée. Cergy-Pontoise traduit même en anglais, sur les pages françaises du chapitre *International*, quelques lignes qui expliquent le processus d'inscription (plus d'informations étant disponibles à travers un lien sur la version anglaise).

De son côté, l'Université de Belfort-Montbéliard ne se contente pas de traduire les pages du français vers l'anglais mais propose des informations adaptées à l'étudiant étranger. Lyon 2 ou l'Institut polytechnique de Lorraine proposent quant à eux des sites à part pour la version anglaise. Il arrive aussi (à Lyon 1 par exemple) que seules les pages destinées aux chercheurs soient traduites.

### Des sites disponibles en plusieurs langues

Plus de 30% des universités proposent désormais d'autres langues que l'anglais (12% en 2005). Plusieurs d'entre elles annoncent que l'accès dans d'autres langues est en cours de construction. Les langues les plus couramment proposées sont l'espagnol et l'allemand, parfois les deux, parfois l'une ou l'autre langue, puis le chinois et, plus rarement, l'italien ou l'arabe.

Les pages traduites sont, dans la moitié des cas, les mêmes que celles traduites en anglais. Dans l'autre moitié des cas, seul le guide destiné aux étudiants étrangers a été traduit, voire seulement quelques pages du site.

## L'accueil et l'information de l'étudiant étranger

### La mobilité encadrée et la mobilité individuelle

Les pages destinées aux étudiants étrangers se divisent la plupart du temps en deux, entre d'une part les étudiants en programme d'échange et, de l'autre, les étudiants en mobilité individuelle. Certaines universités (un quart d'entre elles environ) subdivisent aussi les informations selon la nationalité de l'étudiant et son appartenance ou non à un pays membre de l'Union européenne. Ces subdivisions peuvent être utiles car les démarches à effectuer pour une inscription ne sont pas les mêmes. Enfin, quelques universités ajoutent des informations destinées à d'autres catégories spécifiques : *Doctorants* ou *Venir en thèse* (Aix-Marseille 2, Université de Grenoble, site du PRES) *Chercheurs internationaux* (Université de Bourgogne), *Mobilité enseignante*, *Venir enseigner* ou *Professeurs étrangers* (Toulouse 1, Toulouse 3, Montpellier 1).

#### • S'inscrire

Si les pages destinées à expliquer les procédures d'inscription aux étudiants en programme d'échange sont assez claires, celles destinées aux étudiants en mobilité individuelle le sont moins.

Les informations fournies en effet par les universités françaises à l'attention d'un étudiant étranger hors programme d'échange, hors Union européenne et Espace économique européen, et désireux de s'inscrire sont souvent peu claires. A la décharge des universités, les procédures administratives françaises qui diffèrent selon la nationalité de l'étudiant, selon le type de formation qu'il recherche ou son niveau d'études rendent quelquefois les explications difficiles.

L'Université Lille 2 propose un schéma synthétique des procédures d'inscription des étudiants étrangers (hors UE et EEE) qui est très lisible, mais qui souligne la complexité des procédures. D'ailleurs Lille 2 parle très justement de "*postuler à une inscription*" plutôt que d' "*inscription*". On peut citer comme un autre exemple l'Université Bordeaux 2 qui explique quelles sont les démarches à effectuer dans chaque cas.

En revanche, les étudiants étrangers appartenant à des pays membres de l'UE ou de l'EEE sont clairement

renvoyés aux procédures d'inscription françaises et ceux dont l'université a conclu des accords d'échange sont également dirigés vers le service des relations internationales de leur université d'origine.

### Le calendrier des procédures et les dates de confirmation d'inscription

57 universités (soit 68%) donnent le calendrier des procédures soit de façon générale soit, plus rarement, de façon très précise pour les inscriptions 2010-2011. En revanche, très rares sont les universités qui précisent quand les étudiants peuvent espérer obtenir une réponse à leur candidature.

### Les procédures d'inscriptions en ligne et les formulaires d'inscription téléchargeables

#### - Procédures d'inscription pour les pays membres de la convention CEF

35 universités donnent une information précise sur la convention CEF, ce qui représente 42% du nombre total des universités. Pour les universités qui donnent des informations précises, plusieurs cas de figures peuvent se présenter :

- soit l'université renvoie à la page de CampusFrance qui donne les liens de chaque pays adhérent à la convention CEF (c'est le cas par exemple de l'Université d'Angers) ;
- soit l'université liste les pays adhérents à la convention CEF et donne elle-même les liens sur chaque pays (c'est le cas notamment de l'Université Aix-Marseille 2).

L'Université de Bretagne Occidentale détaille l'intérêt de cette convention en soulignant sa nouveauté, son utilité et son aspect pratique pour suivre ses demandes par internet. Elle souligne également son aspect qualitatif en indiquant que cette procédure donne lieu à des rendez-vous avec les conseillers CampusFrance à l'étranger qui expliqueront les démarches à suivre.

A signaler que les 69 universités adhérentes à la Convention CEF (au 10 septembre 2009) ne sont pas forcément celles qui donnent le plus d'informations sur les modalités de cette procédure.

## - Autres procédures d'inscription en ligne

55% des universités permettent de télécharger un formulaire d'inscription soit en renvoyant au site de CampusFrance (c'est ce que fait par exemple l'Université de Bretagne Occidentale), soit à travers un formulaire propre à l'université. 42% des universités proposent de renvoyer ce formulaire par mail une fois signé par l'établissement où est inscrit l'étudiant à l'étranger. Cette procédure, compte tenu des contraintes administratives, est la plus proche possible d'une procédure d'inscription en ligne hors programme d'échange. Elle reste rarement proposée, notamment parce que la démarche électronique passe également par une procédure d'impression et de signature sur papier avant le renvoi électronique, dans le meilleur des cas.

Un très petit nombre d'universités propose d'accéder à un service d'inscription en ligne dédié, à travers le portail de candidature pour étudiants étrangers *moveonline* destiné aux étudiants en programme d'échange.

Ces chiffres indiquent cependant une réelle volonté des universités françaises de simplifier les démarches, par rapport au 42% d'universités qui proposaient un formulaire d'inscription à télécharger en 2005 ou au 14% qui proposaient un service d'inscription en ligne à la même époque.

## Les inscriptions en doctorat

### - Les thèses et les soutenances des thèses

Presque la moitié (44%) des universités donne un accès aux soutenances de thèses et environ un tiers d'entre elles aux thèses elles-mêmes. Parfois cet accès n'est autorisé qu'aux visiteurs ayant un accès intranet, parfois ce lien n'est possible que si le visiteur connaît le nom de l'auteur de la thèse. Enfin, certaines universités (Université Rennes 2, par exemple) proposent un moteur de recherche très élaboré pour retrouver les thèses, tandis que d'autres donnent un résumé de la thèse.

### - La mise en valeur de la recherche et les liens vers les écoles doctorales

Toutes les universités valorisent leurs activités de recherche, avec une rubrique visible dès le menu de la page d'accueil. Quasiment toutes (plus de 80%) font immédiatement apparaître en sous-chapitre des liens sur les écoles doctorales.

## • Choisir une formation

### Les formations

L'information sur les formations n'est quasiment jamais spécifique aux étudiants étrangers : c'est celle qui est destinée aux étudiants français. Elle n'est expliquée en anglais que par deux universités (l'Université de Cergy-Pontoise et celle d'Aix-Marseille 3) qui finissent par renvoyer sur les pages communes à tous les étudiants.

Cette offre de formation, certes avant tout destinée aux étudiants français, est très détaillée et donne des informations par niveau, par discipline, en indiquant les débouchés professionnels et quels sont les pré-requis académiques. Près de 40% des universités proposent un moteur de recherche pour guider les étudiants dans leurs choix.

Par ailleurs, 15% des universités ont une offre de formation de cours dispensés en anglais. Ces universités le mentionnent de façon explicite sur leur site en anglais.

### Le Français Langue Etrangère

68% des universités indiquent de façon claire la nécessité de parler français et proposent (et même très souvent sous la forme d'un sous-chapitre dans la rubrique *International*), des cours de perfectionnement. Que ce soit sous le sigle générique FLE ou sous toutes sortes de dénominations, les universités mettent en avant cette offre de formation.

En revanche, plus rares sont les universités qui indiquent comment s'initier ou se perfectionner avant le départ. Le texte d'explication et d'incitation pour apprendre le français que l'on peut trouver sur le site de l'Université de technologie de Troyes (également intégralement traduit en anglais) peut être considéré comme un bon exemple. Une université, celle de Lyon 2, propose même de façon ludique une vidéo pour tester son niveau de langue avant de venir en France. L'Université Lille 3 propose de son côté, dès le chapitre *International*, un renvoi sur un site dédié appelé *L'Auberge*, en référence explicite au film *L'Auberge espagnole*, qui a pour objet de préparer linguistiquement les étudiants étrangers à leur arrivée en France.

### Le système européen de transferts de crédits (ECTS)

Plus d'un tiers des universités donnent une explication sur le système ECTS. Plus nombreuses encore sont les universités qui permettent de visualiser le schéma LMD (certaines se servent même de ce schéma pour donner accès à l'offre de cours en proposant de cliquer sur la zone d'étude). Toutes ces universités ne donnent cependant pas une explication de ce système qui, à lui seul, pourrait donner des raisons supplémentaires de venir étudier en France.

## L'autopromotion des universités

### Les citations de rang au classement de Shanghai ou dans un autre classement

Trois universités françaises figurant dans le classement de Shanghai<sup>1</sup> citent leur rang. Sur ces trois universités, seule Paris 11 l'affiche de façon extrêmement visible en page d'accueil, alors que Strasbourg l'annonce par un bandeau défilant difficilement déchiffrable et que Paris 6 l'indique dans un texte de présentation de l'université qu'un visiteur pressé peut ne jamais avoir la curiosité de lire.

Deux universités citent leur rang à un autre classement international : SIR<sup>2</sup> et TIM<sup>3</sup> d'un côté, EQUIS<sup>4</sup> de l'autre pour respectivement Paris 6 et Dauphine, tandis que trois universités citent divers classements, dont le classement SMBG<sup>5</sup> instauré par le cabinet du même nom et qui s'affirme comme étant le premier cabinet en France spécialisé dans l'orientation pour les études supérieures.

### La mention des CV, des publications de professeurs ou d'autres publications

11% des universités donnent facilement accès au CV des professeurs, 8% mentionnent leurs publications, parfois par le biais de vignette illustrant la couverture des ouvrages. Il est possible qu'un plus grand nombre d'universités donne ces informations mais, étant insérées dans les différentes pages des sites, elles sont difficilement repérables.

Un exemple de visibilité peut être trouvé sur le site du Centre universitaire Jean-François Champollion de Toulouse. Celui-ci indique en effet de façon très lisible le CV des professeurs dans un sous-chapitre *Enseignements et enseignants* rattaché au descriptif de la formation.

En revanche, 35% des universités mentionnent très clairement leurs publications (sans parler des journaux internes qui n'ont pas été comptabilisés dans cette étude).

### Les récompenses obtenues par d'anciens étudiants ou par des professeurs

L'Université Paris Sud 11 cite les deux récompenses prestigieuses (Prix Nobel et médaille Field) attribuées à ses professeurs. Une dizaine d'universités met en valeur d'autres récompenses, tel le Prix Cristal du CNRS, voire des récompenses sportives, et quatre universités (Université de Pau et des Pays de l'Adour, l'Institut polytechnique de Lorraine, Bordeaux 3 et Bordeaux 4) notent l'attribution d'une distinction à une personnalité étrangère.

### L'appartenance à un réseau

56% des universités mentionnent leur appartenance à un réseau, de façon très explicite en sous-chapitre dans la rubrique *Présentation* de l'université ou bien même en encadré sur la page d'accueil, si c'est un réseau PRES. Plus rarement, elles peuvent souligner leur appartenance à un réseau RTRA, à l'Institut Carnot ou à d'autres types de groupements.

Enfin, des réseaux moins formels mais pouvant se révéler utiles sont parfois signalés. Ainsi l'Université de Savoie entend valoriser sa situation frontalière : des relations privilégiées sont mises en œuvre avec les Universités de Lausanne, de Genève, de Turin, de Val d'Aoste...

### Les liens vers CampusFrance

64% des universités proposent un lien vers CampusFrance, à différents emplacements dans les sites, selon les besoins. Ainsi le lien est fait parfois directement sur le moteur de recherche des bourses (CampusBourses), quand il s'agit d'expliquer le système des bourses et d'aides financières. Le plus souvent, le lien renvoie simplement sur la page d'accueil du site de CampusFrance comme une source d'aide générale. Seules deux universités ont mis le logo CampusFrance en page d'accueil de leur rubrique *International*.

- 1- **Classement de Shanghai** : le classement académique des universités mondiales ou classement de Shanghai (appellation commune du Academic Ranking of World Universities en anglais) est un classement des principales universités mondiales, établi par des chercheurs de l'université Jiao-Tong de Shanghai en Chine. Ces institutions sont classées selon six critères comme le nombre de publications dans deux revues scientifiques et le nombre de prix Nobel attribués aux élèves et aux équipes pédagogiques ([www.arwu.org](http://www.arwu.org)).
- 2- **SIR 2009 World Report** : le SCImago Institutions Rankings (SIR) 2009 World Report est un classement mondial de plus de 2000 institutions de recherche. Le classement se fait sur la base de plusieurs indicateurs de performances des établissements en matière de recherche, incluant application, visibilité, niveau de collaboration et impact ([www.scimagoir.com](http://www.scimagoir.com)).
- 3- **The Times Higher Education Supplement** (parfois dit The Times Higher ou The THES) est un journal mensuel londonien spécialisé dans le domaine des études supérieures. Ce journal est connu pour son palmarès annuel des universités, publié depuis novembre 2004 ([www.timeshighereducation.co.uk](http://www.timeshighereducation.co.uk)).
- 4- **European Quality Improvement System** (ou **EQUIS**) : système d'accréditation spécialisé dans les écoles de commerce ou de management. En juin 2009, EQUIS a accrédité 117 écoles de commerce dans 34 pays différents ([www.efmd.org](http://www.efmd.org)).
- 5- **SMBG** élabore chaque année un classement des Masters et MBA pour donner une vision des formations françaises performantes. Les formations auditées, qu'elles soient issues du secteur public ou du secteur privé, se retrouvent classées dans plus de 40 spécialités ([www.smbg.fr](http://www.smbg.fr)).



## Les informations pratiques

### Les pages d'accueil

Les pages d'accueil des sites des universités françaises sont dans l'ensemble en phase avec l'actualité. Elles affichent souvent le slogan gouvernemental "*L'université est une chance, saisissons-la*". Au moment de l'enquête, la grippe A étant une préoccupation, un espace dédié lui était dévolu.

Un espace ENT (Espace numérique de travail), intranet dédié aux étudiants, est quasiment systématiquement présent en encadré. Enfin, les réseaux sociaux sont nombreux et bien visibles (Facebook, Twitter, You Tube...).

### Les contacts internationaux, les services de Relations Internationales

86% des universités indiquent très distinctement un contact, généralement nominatif, destiné aux étudiants étrangers et 80% des universités détaillent l'organigramme du service des Relations Internationales. La plupart du temps ces contacts sont liés à un type de mobilité. Parfois, dans 17% des cas, un contact est désigné pour aider dans les démarches pour le logement, pour l'obtention d'un visa, etc.

### L'actualité de l'université

Toutes les universités mettent en valeur leur actualité, soit en page d'accueil, soit dans les pages *Vie du Campus* et cette actualité est généralement mise à jour. Les événements sont facilement identifiables, les dates et les lieux bien indiqués. Ces événements sont de tous genres, ils peuvent être sportifs, culturels, régionaux ou liés à l'université comme dans le cas de colloques ou d'accueil de personnalité.

### La préparation du séjour

Nombreuses sont les universités qui détaillent les formalités de visa (75%) et de titres de séjour (77%). Parfois, ces formalités sont décrites dans des guides destinés à l'étudiant étranger téléchargeables, disponibles sous format PDF. D'autres fois, ces informations sont données par le biais de liens vers la préfecture. A noter que la direction des Relations Internationales de l'Université de Poitiers offre la possibilité aux étudiants Erasmus ou

d'un programme d'échange de remplir un formulaire d'enregistrement et de demande de logement en ligne.

En ce qui concerne le logement, les universités donnent de manière générale beaucoup d'informations, notamment en renvoyant sur le CROUS ou, selon les cas, sur des sites dédiés. Plus rarement, les universités donnent accès par un lien à des sites de recherche de colocation (19%).

Enfin, 50% des universités donnent des informations détaillées pour l'obtention de bourses, information spécifiquement dédiée aux étudiants étrangers. Deux universités (l'Université de Clermont-Ferrand 2 et celle de Paris 2) renvoient directement à la page CampusFrance et au moteur de recherche CampusBourses, quelques autres incitent les étudiants à se renseigner auprès des Ambassades de France dans leurs pays d'origine ou sur le site internet d'Egide.

### L'accueil et les formalités à l'arrivée

L'accueil des étudiants étrangers par les universités à leur arrivée ne semble pas une préoccupation majeure. Près de 40% des universités mettent toutefois en valeur sur leur site un dispositif d'accueil et près de 30% d'entre elles y consacrent des pages dédiées et des liens.

Le nombre d'universités qui ont par exemple mis en place un service d'accueil à l'aéroport est négligeable, tandis que 15% proposent un système de parrainage par un étudiant ou par un professeur.

Il arrive que des universités proposent des journées d'intégration sans avoir développé de système de parrainage, mais la plupart du temps les universités dotées d'un système de parrainage proposent aussi des journées d'intégration avec un calendrier spécifique.

### D'autres informations pratiques

Un tiers des universités donne des informations détaillées sur la législation du travail en France, comprenant les droits et les procédures, selon les types de visa.

Une grande majorité indique comment ouvrir un compte en banque, quel sera le budget mensuel moyen à prévoir et de quelle couverture sociale peuvent bénéficier les étudiants étrangers.

## L'existence d'un guichet unique

18% des universités indiquent l'existence d'un *guichet unique* qui aide les étudiants étrangers dans leurs démarches administratives et les guident dans leur vie universitaire, sur le campus ou pour leur logement.

## La vie étudiante

49% des universités donnent à voir leur université grâce à des photos ou à des vidéos et 75% d'entre elles donnent des informations précises sur la ville et sur la région. A signaler une université qui donne sur son site en version anglaise des informations sur la région dès sa page d'accueil.

Les infrastructures (notamment les bibliothèques) ainsi que les modalités d'accueil des étudiants handicapés ont tous une belle visibilité sur la quasi totalité des sites.

De manière générale, les universités exploitent souvent les liens pour renvoyer sur le logement ou sur les associations d'étudiants pour les pratiques culturelles ou sportives.

## Les réseaux d'alumni

Seulement 11% des universités mettent en valeur les associations d'anciens étudiants (réseaux d'*alumni*), au contraire des Grandes écoles et des universités étrangères qui mettent en valeur ces associations d'anciens étudiants, dès la page d'accueil, comme une rubrique à part entière.

### Conclusion

**Si de grands progrès ont été incontestablement réalisés, depuis 2005, dans l'accueil et l'information des étudiants étrangers par les sites internet des universités françaises, des faiblesses subsistent, compte tenu de la concurrence offerte par les établissements étrangers, notamment dans l'autopromotion des établissements eux-mêmes qui semblent hésiter à se mettre en valeur.**

**La quasi-totalité des universités présentent une rubrique *International* sur la page d'accueil de leur site, mais seule la moitié d'entre elles propose un site en anglais et, parmi celles-ci, les efforts faits pour traduire le site français ou pour comprendre les besoins spécifiques d'un étudiant étranger sont souvent insuffisants.**

**Sans doute serait-il souhaitable que les universités françaises prennent mieux en compte le questionnement de l'étudiant étranger qui souhaite venir en France : les réponses à apporter pour le rassurer sont multiples et parfois lourdes à organiser mais indispensables pour séduire les candidats potentiels. Ainsi, par exemple, la mention d'une personne-contact sur le site lui-même, au moins pour les inscriptions, peut paraître nécessaire.**

**La grande difficulté pour les candidats potentiels tient en effet dans la complexité des démarches administratives à effectuer. Certes, les universités ne contrôlent pas ces procédures, en revanche des explications claires peuvent être données systématiquement. A ce titre, les dates de réponse aux candidatures devraient être précisées de façon lisible par chaque université pour permettre à l'étudiant étranger de s'organiser à l'avance.**

**Plus généralement, les sites des universités paraissent trop tournés vers l'étudiant français. Même s'ils donnent une multitude de renseignements pratiques (notamment sur la vie étudiante), les sites ne semblent pas bien mettre en valeur ce qui, pour un étudiant étranger, peut aussi rendre la France plus attractive. La qualité de la vie en France, son cadre géographique, historique et culturel, ainsi que son environnement sont des atouts indéniables<sup>1</sup>.**

**Enfin, CampusFrance souhaite encourager toutes les universités à proposer des liens vers son site qui propose des informations utiles pour les étudiants étrangers, mais aussi des bases de données, comme CampusBourses (moteur de recherche des bourses et des financements) ou le catalogue des formations françaises et des écoles doctorales.**

**Telles sont quelques unes des conclusions, non exhaustives, tirées à l'issue de cette enquête menée par l'Agence CampusFrance en 2010 auprès de 85 universités.**

1- Selon une enquête réalisée pour l'OVE (Observatoire de la vie étudiante) par deux chercheurs en 2005, "l'intérêt culturel" est la deuxième motivation du choix de la France chez 50% des étudiants étrangers sondés. *Les étudiants étrangers en France, enquête sur les projets, les parcours et les conditions de vie*, La Documentation française, Paris 2008.

## Éléments de comparaison

### Quelques sites de Grandes écoles

A titre d'exemple, ont été examinés les sites des Grandes écoles suivantes : HEC, ESSEC, ENS, Polytechnique, Ecole des Mines de Paris, Ecole Centrale de Lyon, ENSAM.

Les sites des Grandes écoles peuvent se révéler parfois décevants, par rapport à la réputation de niveau d'excellence de ces écoles. En effet, ces sites sont très chargés et le visiteur néophyte aura du mal à comprendre l'offre, à moins de connaître par avance cette offre et la formation recherchée.

On peut cependant relever quelques exemples de bonnes pratiques :

- ces écoles ont en général un site en anglais au moins identique à la version française. Souvent, la version anglaise est même meilleure car elle ne se contente pas de traduire la version française mais elle ne garde que les informations pertinentes pour un étudiant étranger ;
- sur le moteur de recherche Google (utilisé depuis la France), il arrive que les versions anglaises des écoles HEC ou ESSEC à terminaison .edu arrivent avant les sites en français .fr ;
- les classements internationaux tels le *Financial Times business schools ranking* ou EQUIS sont fortement mis en valeur soit par du texte soit par des logos, soit les deux à la fois, notamment sur les sites d'HEC et de l'ESSEC. Les réseaux, comme celui de l'Institut Carnot, apparaissent sur le site des Mines ou le réseau TIME, réseau des *Top Industrial Managers for Europe*, sur celui de Centrale ;
- les pages dédiées aux étudiants étrangers à l'ESSEC donnent clairement les procédures pour s'inscrire et également de façon lisible le calendrier d'inscription et les dates de réponse aux candidatures ;
- à signaler tout particulièrement le site de l'ENSAM qui semble bien construit pour répondre aux questions que peut se poser un étudiant étranger : une page d'accueil très claire, une mise en valeur rassurante sur le statut de l'école dans le réseau PRES ParisTech, une bonne explication des programmes n+i destinés aux étudiants étrangers ne parlant pas (ou peu) la langue française et quelques informations pratiques dotées de liens utiles.

### Quelques sites d'universités étrangères

Les universités étrangères semblent généralement prendre en compte les questions que peuvent se poser les étudiants avant de choisir un séjour d'études dans un autre pays, d'autant qu'ils s'acquittent souvent de droits d'inscription élevés. En conséquence, tout est mis en œuvre pour les séduire ou pour les rassurer :

- des services d'accueil sont mis en place à l'aéroport (Nouvelle Zélande : Victoria University of Wellington [www.victoria.ac.nz](http://www.victoria.ac.nz)) ;
- des journées d'information sont organisées dans les pays d'origine et le site indique bien les jours et lieux de ces sessions dites *Pre Departure briefings* (Australie : University of Melbourne [www.unimelb.edu.au](http://www.unimelb.edu.au)) ;
- l'inquiétude de l'étudiant (ou celle de sa famille) sont prises en compte dans des chapitres adressés aux parents *Information for Parents* (University of Wellington), *Parents* (Royaume-Uni : University of Manchester [www.manchester.ac.uk](http://www.manchester.ac.uk)) ou *Support for International students* (Pays-Bas : University of Groningen [www.rug.nl](http://www.rug.nl)) où quelques mots indiquent à l'étudiant que des soutiens psychologiques sont prévus pour assister l'étudiant qui développerait le mal du pays ;
- par ailleurs, les systèmes de parrainage ou de tutorat paraissent plus développés qu'en France. Ils s'affichent en tout cas dans la rubrique *International* ([www.manchester.ac.uk](http://www.manchester.ac.uk) et en Allemagne : Ludwig-Maximilians-Universität München [www.en.uni-muenchen.de](http://www.en.uni-muenchen.de)) ;
- des rendez-vous téléphoniques avec le service des Relations Internationales peuvent être pris par mail et ce service se trouve très facilement sur le site (Italie : Università Bocconi [www.unibocconi.eu](http://www.unibocconi.eu)).

Les sites indiqués ici se distinguent également pour leur convivialité et une large utilisation de la vidéo (Université Bocconi, University of Wellington, University of Groningen) ou leur engagement à trouver un logement. C'est le cas en particulier de l'Université de Manchester qui clame une promesse d'*Accommodation Guarantee* et propose en plus un moteur de recherche dédié à la recherche de logement.

Enfin, tous ces sites étrangers indiquent en page d'accueil par un chapitre ou une vignette le réseau *alumni* des anciens élèves.



## Extraits d'une étude réalisée par CampusFrance

L'Agence CampusFrance a réalisé, au cours de l'année 2009, une étude approfondie du site internet de l'Université Paris 11, à sa demande<sup>1</sup>. Ses conclusions, dont n'est citée ici qu'une petite partie, peuvent s'adapter à l'ensemble des universités françaises et servir de base de réflexion pour les universités souhaitant, à la lecture de cette Note, revoir leurs pages dédiées aux étudiants étrangers.

Le site internet d'un établissement d'enseignement supérieur est un instrument essentiel de sa politique d'attractivité. En effet, il est à la fois :

- un support d'information et de communication, relevant à ce titre d'une démarche de qualité de l'accueil des étudiants, français aussi bien qu'étrangers ;
- un outil de marketing ou d'autopromotion permettant de projeter une image attractive de l'établissement, de le "vendre" aux différents publics qu'il souhaite toucher, notamment les étudiants étrangers, mais aussi les partenaires institutionnels, les entreprises, etc.

Le site internet est particulièrement crucial dans la relation avec les publics étrangers, pour qui il est souvent le seul moyen d'entrer en contact avec l'institution et d'obtenir des informations à son sujet.

Pour les étudiants internationaux, il est le plus souvent le premier contact avec l'établissement dans lequel ils envisagent d'étudier. Quelques minutes de navigation leur suffisent pour se forger une opinion définitive sur la qualité des formations offertes ou du séjour d'études en général.

Ainsi, l'impression reçue par la consultation du site internet d'une université est souvent déterminante dans le choix d'y étudier ou non. Cela vaut non seulement pour les étudiants en mobilité individuelle, mais également pour les étudiants participant à des programmes d'échanges, qui ont en général le choix d'étudier dans un certain nombre d'établissements partenaires.

## Critères de contenu

Le site doit répondre aux besoins d'information d'un étudiant étranger envisageant un séjour d'études en France. Ces besoins peuvent être schématiquement définis de la manière suivante :

- les formations offertes par l'université, et parmi celles-ci, celles qui correspondent au projet d'études de l'étudiant (niveau, discipline, débouchés) ;
- les conditions d'accès à cette formation (pré-requis académiques, niveau de langue) ;
- les procédures de candidature/admission et le calendrier de ces procédures (ainsi que les dates de réponse) ;
- des informations pratiques pour préparer le séjour d'études (formalités de visa, de titre de séjour, logement...);
- les bourses ou les aides financières auxquelles l'étudiant peut avoir accès ;
- des informations générales sur l'université, ses équipements académiques/scientifiques et de vie étudiante, sa réputation internationale ;
- des informations sur la ville, la région où est située l'université.

## Critères formels et fonctionnels

Le site doit en outre :

- s'adresser aux étudiants internationaux dans un discours approprié à ce public et dans une langue qu'ils comprennent ;
- structurer l'information de manière à la rendre facilement accessible et lisible ;
- projeter une image attractive de l'université.

---

1- *Evaluation du site internet de l'Université Paris-Sud 11, dans la perspective de son attractivité internationale*. Etude réalisée par Frédéric Goux, Stéphane Felut-Paris, Jean-Kely Paulhan, Patrick Coustance, Xi Shen, Agence CampusFrance, Paris, 2009.

## Tableau récapitulatif

Informations générales	2010	2005
<b>Langues du site</b>		
Interface partiellement ou totalement en anglais	52 %	31 %
Interface partielle en 3 langues (ou plus)	35 %	12 %
<b>Présence d'une rubrique <i>International</i> sur page d'accueil de l'université</b>	<b>98 %</b>	<b>90 %</b>
<b>Inscription</b>		
Descriptif des procédures de candidature / admission	81 %	
Calendrier de ces procédures	68 %	
Formulaires d'inscription téléchargeables	55 %	42 %
Possibilité d'inscription en ligne	42 %	14 %
Formations :		
Description des formations en français	93 %	
Description des formations en anglais	2 %	
Description des formations dispensées en anglais	15 %	
Conditions d'accès à cette formation :		
Pré-requis académiques	77 %	
Niveau de langue	10 %	
Moteur de recherche sur les formations proposées	39 %	
Langue française :		
Informations disponibles sur les cours de français pour se préparer avant le départ	14 %	
Perfectionnement à l'arrivée et pendant le séjour	68 %	

Mise en valeur académique et scientifique	2010
Citation du rang de l'université au classement de Shanghai	4 %
Citation du rang de l'université à un autre classement international	2 %
Citation du rang de l'université à un autre type de classement	4 %
Mise en valeur de l'appartenance à un réseau (PRES notamment)	56 %
CV des professeurs	11 %
Nombre de publications des professeurs	8 %
Citation des récompenses obtenues par d'anciens étudiants ou des professeurs :	
Prix Nobel - Médaille Fields	1 %
Autres	14 %

Mise en valeur académique et scientifique - suite	2010
Mise en valeur des activités de recherche :	75 %
Lien vers les écoles doctorales	83 %
Lien vers les réseaux d'écoles doctorales	21 %
Lien vers les thèses en ligne	33 %
Lien vers les soutenances de thèses en cours	44 %

Informations pratiques	2010
Contacts internationaux	86 %
Contacts au sein des services des Relations Internationales clairement indiqués	80 %
Préparation du séjour d'études :	
Formalités de visa	75 %
Logement	77 %
Bourses ou aides financières	50 %
Accueil et formalités à l'arrivée	38 %
Titre de séjour	69 %
Couverture sociale	65 %
Logement	68 %
Aide au logement	48 %
Système de parrainage par un étudiant ou professeur français	15 %
Information sur la législation du travail en France (droits et procédures selon les types de visas)	37 %
Dispositifs d'intégration (événements, excursions, journées spécifiques avec calendrier)	14 %
Existence d'un guichet unique :	18 %
Prestations prises en charge par le guichet	12 %
Contact dédié	14 %
Informations sur la procédure CEF	42 %
Lien vers le site de CampusFrance	64 %

# En bref

**D**e grands progrès ont été incontestablement réalisés, depuis 2005, dans l'accueil et l'information des étudiants étrangers par les sites internet des universités françaises : 98% des établissements disposent aujourd'hui d'une rubrique **International** sur la page d'accueil de leur site. Plus de la moitié des universités proposent maintenant une interface partiellement ou totalement traduite en anglais (contre 31% en 2005) et plus de 30% d'entre elles d'un site accessible en trois langues. Dans 81% des cas, les universités décrivent, plus ou moins clairement, les procédures de candidature et d'admission. Au niveau des informations pratiques également, les efforts sont notables : plus de trois-quarts des universités donnent des indications utiles sur les formalités de visa, sur le logement...

Des faiblesses subsistent cependant, si l'on considère la concurrence offerte par les établissements étrangers, notamment dans l'autopromotion des établissements eux-mêmes qui semblent, en France, hésiter à se mettre en valeur.

Comprendre les besoins d'un étudiant étranger est encore un écueil. Car, dans la majorité des cas, les renseignements donnés le sont pour tous les étudiants, sans spécificités. Sans doute serait-il souhaitable que les universités françaises prennent mieux en compte le questionnement de l'étudiant étranger qui désire venir en France : les réponses à apporter pour le rassurer sont multiples et parfois lourdes à organiser mais indispensables pour séduire les candidats potentiels.

La grande difficulté pour les candidats potentiels tient en effet dans la complexité des démarches administratives à effectuer. Certes, les universités ne contrôlent pas ces procédures, en revanche des explications claires peuvent être données systématiquement.

CampusFrance souhaite encore plus encourager les universités (qui sont néanmoins plus de 60% à le faire) à proposer des liens vers son site : [www.campusfrance.org](http://www.campusfrance.org) propose en effet, dans plusieurs langues, des informations génériques utiles pour les étudiants étrangers, mais aussi des bases de données, comme CampusBourses (moteur de recherche des bourses et des financements) ou le catalogue des formations françaises et des écoles doctorales.

Tels sont quelques uns des enseignements, non exhaustifs, tirés à l'issue de cette nouvelle enquête menée par l'Agence CampusFrance auprès de 85 universités.

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

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

**Ont participé à la conception et à la rédaction de cette Note :** Marie-Noëlle Cordoliani-Garcia, Xavier Fresquet, Nina Volz, Juliette Linares, Yoann Le Bonhomme, Solange Pisz, Louise Watts, Frédéric Goux, Clarisse Zerbib

**Réalisation de l'enquête :** Anne Benoit, Agence Algoma - Paris, pour CampusFrance

**Edition :** Claude Torrecilla  
[claudet.torrecilla@campusfrance.org](mailto:claudet.torrecilla@campusfrance.org)  
Tél. : 01 53 63 35 39

**Réalisation :** Agence Signature Graphique - Paris

**Impression, diffusion :** Imprimerie Graphoprint - Paris

**Agence CampusFrance**  
Groupement d'intérêt public  
approuvé par avis publié au JO du 29 avril 2007  
79 avenue Denfert-Rochereau  
75014 Paris  
Tél. : 01 53 63 35 00  
[www.campusfrance.org](http://www.campusfrance.org)

*Les Notes CampusFrance sont imprimées sur papier PEFC-FSC issu de forêts gérées durablement.*

**lesnotes**  
n° 21 - avril 2010 | de CampusFrance

