

## Etablissements d'enseignement supérieur et réseaux d'anciens étudiants étrangers : les résultats d'une enquête CampusFrance

**L**a Note CampusFrance n°31 a pour objet initial de réactualiser la Note n°20, parue en 2010, sur les réseaux d'alumni et, plus particulièrement, sur les Clubs France qui ont été créés partout dans le monde.

CampusFrance a souhaité offrir ici un éclairage plus large, en intégrant dans cette étude une analyse des résultats d'une enquête sur l'existence de ces réseaux d'anciens étudiants menée auprès des 248 établissements d'enseignement supérieur adhérents de l'Agence (voir résultats synthétiques en dernière page), ainsi qu'un tour d'horizon des pratiques en vigueur dans les autres organismes de promotion à l'étranger.

### Avant-propos

Dans son discours d'ouverture de la réunion sur l'attractivité de l'enseignement supérieur organisée à l'occasion de la présidence française du G20 et du G8<sup>1</sup>, le 10 mai 2011, Alain Juppé, ministre d'État, ministre des Affaires étrangères et européennes, soulignait que *"ces étudiants étrangers, après être passés sur notre sol, dans nos universités, sont le plus souvent des amis de la France pour la vie et des ambassadeurs inlassables de notre pays et de nos valeurs."* De même, dans la *Charte de qualité pour l'accueil des boursiers du gouvernement français*, publiée en 2006, le MAEE exprimait la nécessité pour la France de créer et d'animer des réseaux d'anciens étudiants, l'argument principal étant *"de valoriser l'investissement français et de constituer des réseaux d'influence actifs"*. Les Postes diplomatiques ont constitué ces réseaux sous le nom de Club France et ils commencent à acquérir importance et légitimité.

Parallèlement, dans la logique de cette démarche, CampusFrance<sup>2</sup> a désormais pour mission *"la valorisation et la promotion à l'étranger du système d'enseignement supérieur et de formation professionnelle français, y compris par le suivi régulier des ressortissants étrangers ayant accompli tout ou partie de leur cursus dans le système français d'enseignement ou le réseau d'enseignement français à l'étranger"*.

Afin d'évaluer le nombre d'établissements déjà engagés dans l'animation de réseaux d'anciens étudiants (en particulier d'étudiants étrangers) et afin de connaître de quelle nature est cette animation, CampusFrance a interrogé les services de Relations Internationales de ses adhérents, par le biais d'un questionnaire<sup>3</sup> diffusé en janvier 2011.

En complément, cette Note dresse un panorama de la façon dont les différents organismes de promotion de l'enseignement supérieur (*British Council, DAAD, Nuffic, Universidad.es, Institute of International Education et Study-in-Australia*) mettent en avant leur réseau d'anciens étudiants, en particulier sur leur site internet.

1- A l'occasion de la présidence française du G20 et du G8, Alain Juppé, ministre d'État, ministre des Affaires étrangères et européennes, et Valérie Pécresse, ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche, ont ouvert le mardi 10 mai la réunion consacrée à l'attractivité de l'enseignement supérieur.

Cette manifestation intitulée *"Accroître l'attractivité de l'enseignement supérieur dans le monde"*, organisée par CampusFrance, a réuni les représentants des huit premiers pays d'accueil des étudiants internationaux. L'Allemagne, l'Australie, le Canada, la Chine, les Etats-Unis, la France, le Japon et le Royaume-Uni étaient présents, ainsi que l'Inde.

2- Selon la loi n° 2010-873 du 27 juillet 2010 relative à l'action extérieure de l'Etat, publiée au Journal Officiel du 28 juillet 2010, portant création de l'EPIC CampusFrance.

3- Il est à noter que les réseaux d'anciens élèves peuvent être créés et animés par différents services à l'intérieur d'un même établissement y compris par les anciens élèves eux-mêmes. Les résultats de l'enquête présentés ici ne peuvent donc pas être exhaustifs mais permettent de connaître au moins une partie de l'existant.

## Des réseaux d'anciens étudiants, pour quoi faire ?

Les associations d'anciens élèves ou d'alumni existent depuis longtemps. Traditionnellement, en France les grandes écoles ont la réputation d'avoir pour grand avantage leur réseau d'anciens élèves qui facilitent les carrières des diplômés d'une même école. Aux Etats-Unis, les universités, conscientes que leurs étudiants vivent une expérience culturelle intense au moment de leurs études, prolongent le lien ainsi créé après les études en animant un réseau d'étudiants structuré par l'université elle-même. Parallèlement à ces associations d'anciens bien établies, il existe partout dans le monde des initiatives spontanées, nées du dynamisme des étudiants eux-mêmes qui créent leurs propres associations d'anciens.

### Nouer des contacts, constituer un réseau personnel et professionnel

- Pour l'ancien étudiant ou élève, il peut exister une double motivation à rester en contact avec son établissement d'enseignement supérieur :
  - il peut s'agir, d'une part, d'une motivation professionnelle. L'association d'anciens permet aux jeunes diplômés, comme aux anciens, de rester en contact les uns avec les autres et de faire jouer la solidarité. Dans un contexte de crise économique et de fort taux de chômage, "faire jouer le réseau" est une méthode reconnue pour trouver un emploi ;
  - d'autre part, il peut s'agir de motivations personnelles nées de la volonté de garder des liens et de faire vivre un sentiment d'appartenance à une communauté ayant reçu la même formation intellectuelle.
- De leur côté et pour plusieurs raisons, les établissements d'enseignement supérieur s'intéressent de plus en plus à leurs anciens étudiants.

Pour les grandes écoles comme pour les universités, il s'agit bien de permettre aux nouveaux diplômés, anciens élèves ou étudiants, d'instaurer ce contact, de faire jouer la solidarité pour favoriser l'insertion professionnelle ou pour accélérer les progressions de carrières. Cette préoccupation est relativement récente pour les universités. Aujourd'hui encore, les écoles de commerce ont une longueur d'avance dans la gestion des alumni. Il suffit pour s'en convaincre d'aller visiter leurs sites internet. Les anciens élèves disposent d'outils de mise en relation les plus actuels. Par exemple, HEC propose une application iPhone permettant de télécharger l'annuaire des anciens. Ils peuvent s'inscrire à toutes sortes de clubs, professionnels ou de loisirs. L'ESSEC gère de son côté l'ADGE (Associations des diplômés du Groupe ESSEC), soit 12 associations de diplômés, 22 clubs professionnels, 16 clubs loisirs et sports, 17 clubs régionaux... Ils peuvent aussi compter sur les réseaux internationaux qui faciliteront leur intégration personnelle et professionnelle dans les pays étrangers.

### Lever des fonds

Simultanément, la collecte de fonds est (ou est en train de devenir) une nécessité pour de nombreux établissements d'enseignement supérieur à travers le monde. Or, un moyen pour récolter ces fonds, dont l'efficacité a été prouvée aux Etats-Unis, consiste non à solliciter les entreprises mais à s'appuyer sur les anciens élèves : ils peuvent verser des fonds à titre personnel à leur établissement de formation contre certains avantages fiscaux. En France, les anciens étudiants peuvent en outre inciter les entreprises dans lesquelles ils travaillent ou qu'ils ont créées à verser la taxe d'apprentissage à leur ancien établissement plutôt qu'ailleurs.

#### Columbia University : les anciens élèves mis à contribution

La campagne lancée par l'université de Columbia aux Etats-Unis à l'automne 2006 avait un objectif initial de levée de fonds de quatre milliards de dollars et devait se finir à la fin de l'année 2011. Le succès de l'opération a conduit l'université à revoir son objectif à la hausse : ce sont maintenant cinq milliards de dollars que l'Université s'apprête à récolter avant fin 2013. Au moment de son annonce, cet objectif était le plus ambitieux de l'histoire de collecte de fonds aux Etats-Unis.

La meilleure source de financement s'est révélée être celle des anciens élèves, contactés au moyen d'internet, des clubs d'alumni et des réseaux. "La plus grande stratégie a été la création de la Columbia Alumni Association en 2005", déclare Jerry Kisslinger, Directeur exécutif pour la communication du Bureau des anciens et du développement, "auparavant, il n'existait pas une association d'anciens vraiment forte".<sup>1</sup>

Certes, récolter de l'argent et animer un réseau d'anciens étudiants demandent des moyens financiers et du temps. C'est ainsi qu'une grande université de la Côte est des Etats-Unis indique, de façon officieuse, que son activité de *fundraising* (levée de fonds) mobilise 600 personnes et dispose d'un budget total de 60 millions de dollars. Ce budget inclut le lien avec les alumni, la production et la diffusion gratuite de magazines, les mailings ou tout autre moyen nécessaire pour récolter ces fonds.

#### • La création de fondations

Cependant, *Le Figaro*<sup>2</sup> soulignait récemment que la création des fondations s'est accélérée en France depuis trois ans pour récupérer de l'argent auprès des entreprises, aussi bien dans les grandes écoles que dans les universités, qui peuvent désormais, grâce à la loi sur l'autonomie des universités, entrer dans la course. C'est ainsi qu'en 2010, HEC a pu lever 14 millions d'euros et l'Université de Strasbourg a récolté 7 millions d'euros.<sup>3</sup> Ces montants restent loin des 100 millions d'euros récoltés par an par l'Université de Manchester au Royaume-Uni. Et la concurrence devient de plus en plus dure pour drainer l'argent des entreprises.

Même si la professionnalisation des levées de fonds est assez récente en France, les grandes écoles affichent

1- Jerry Kisslinger, *Executive director for communications at the Office of Alumni and Development*. ([www.columbiaspectator.com/2010/10/18/cu-nears-4-billion-capital-campaign-goal](http://www.columbiaspectator.com/2010/10/18/cu-nears-4-billion-capital-campaign-goal)).

2- Source : *Le Figaro* 18/02/2011.

3- Le Figaro précise même, le 08/06/2011, que sur 83 universités, 39 fondations ont été créées, qui auraient levé pour l'instant 80 millions d'euros.

aujourd'hui des objectifs ambitieux (ESSEC : 150 millions d'ici 2015 ; HEC et Sciences Po : 100 millions chacune d'ici 2013)<sup>1</sup>. Pour atteindre ces objectifs, ces écoles lancent des campagnes internationales de *fundraising*. A titre d'exemple, à la suite de ses concurrents HEC et Sciences Po, l'ESSEC a organisé en septembre 2010 une soirée à New York auprès de ses anciens élèves, en invitant des chefs d'entreprise de haut niveau.

Il n'est donc pas surprenant que les grandes écoles et désormais les universités soient de plus en plus soucieuses de garder un lien avec leurs anciens étudiants. Pour les grandes écoles comme pour les universités, il s'agit certes avant tout de permettre aux anciens qui le souhaitent de rester en contact. Cependant, au-delà de cette réelle volonté de fournir d'abord et avant tout un service de mise en relation, les établissements d'enseignement supérieur peuvent aujourd'hui vouloir s'appuyer sur les anciens étudiants comme source possible de financement.

### Utiliser les sites internet pour informer

Les sites de collecte de fonds sont pour certaines grandes écoles très bien organisés, avec une explication détaillée de l'emploi des fonds récoltés, des bénéficiaires que l'entreprise peut retirer du versement de la taxe d'apprentissage et des grands enjeux à satisfaire.

#### • Le portail alumni du site de Sciences Po

Sciences Po se fixe trois axes de développement (*Recherche, Patrimoine, Elèves*) et explique comment le versement des dons peut aider à remplir ces objectifs.

La rubrique des anciens élèves apparaît dès la page d'accueil du site internet. Elle donne accès à un menu qui permet de choisir entre différents services : la possibilité de postuler pour devenir professeur à Sciences Po, une rubrique recrutement et une rubrique "*Faire un don*" accompagnée d'une liste d'une cinquantaine d'élèves prestigieux, allant de Jacques Attali à Simone Veil, en passant par Marcel Proust. A l'étranger, Sciences Po a créé une fondation aux Etats-Unis en 2009. Au Royaume-Uni, le réseau d'alumni qui existait à l'initiative d'une ancienne élève depuis les années cinquante,

s'est constitué en *Sciences Po Alumni UK Charity Trust* en 2008, afin que les donateurs puissent bénéficier d'avantages fiscaux. Ce réseau affiche un objectif de récolte de fonds de 6 millions d'euros d'ici à la fin 2013.

↳ Pour en savoir plus : [www.sciencespo.fr](http://www.sciencespo.fr)

#### • Les alumni sur le site de l'ESSEC

Un chapitre *Alumni* apparaît dès le menu de la page d'accueil du site de l'ESSEC. Avec 37 000 membres, l'Association des diplômés du Groupe ESSEC (ESSEC Alumni) se targue de constituer l'un des réseaux le plus fort des écoles et des universités mondiales. A travers son association dédiée à l'international, l'ESSEC se donne des missions consistant non seulement à trouver des stages pour les étudiants et des ouvertures de carrière pour les diplômés, mais s'engage aussi à mieux faire connaître le Groupe ESSEC aux autorités institutionnelles du pays (Ambassade, Chambre de commerce, Ministères concernés, universités, cabinets de recrutement locaux, etc.) et à relayer les campagnes de *fundraising*.

D'ailleurs, sur le même site, ces campagnes de collecte de fonds peuvent s'appuyer sur des pages entières qui détaillent de façon très didactique tous les avantages qu'une entreprise ou un particulier peuvent retirer de leurs dons, et l'utilisation de ces dons.

↳ Pour en savoir plus : [www.essec.fr](http://www.essec.fr)

#### • Le site de l'Université Pierre et Marie Curie (UPMC)

En trois ans, l'UPMC a retrouvé 60 000 anciens étudiants soit 30% de l'ensemble des étudiants diplômés de l'université. L'objectif affiché ici est de mettre en relation les diplômés et de savoir ce qu'ils deviennent, comme le souligne Véronique Raoult, Directrice de la communication. Ainsi, il est possible "*d'informer les lycéens sur les débouchés de nos formations, dans un contexte de désaffection pour les sciences*". L'objectif n'est pas "*d'organiser des levées de fonds auprès des anciens comme le font les universités américaines*".<sup>2</sup> Le site créé pour animer ce réseau d'anciens fait apparaître le référencement de plus de 1 000 entreprises et de près de 500 offres d'emplois et de stages.

↳ Pour en savoir plus : [www.pro.upmc.fr](http://www.pro.upmc.fr)

### Le réseau de l'AEFE : créer un trait d'union entre les anciens des lycées français

C'est le 10 avril 2010, au cours des premières Rencontres mondiales de l'association des élèves des lycées français, que s'est tenue l'assemblée générale constitutive des Anciens des lycées français du monde (ALFM). Cette association porteuse de grandes ambitions bénéficie du soutien de l'AEFE. Elle a ainsi organisé un 2<sup>e</sup> Forum des anciens élèves qui s'est tenu à Casablanca (Maroc), le 23 avril 2011.

Jusqu'à ces premières Rencontres mondiales, il n'existait en effet que des associations locales, proches d'un établissement scolaire. L'objectif a été de fédérer ces structures, de rassembler plus largement les anciens élèves et de favoriser un apport mutuel entre les anciens et le réseau des établissements.

Concrètement, il s'agit :

- d'établir et développer des relations amicales et des liens de solidarité

entre les anciens élèves des établissements d'enseignement français à l'étranger ;

- de soutenir, dans le monde entier, les associations locales d'anciens élèves de l'enseignement français ;
- d'apporter à ses membres un soutien dans leurs parcours universitaires et professionnels ;
- de faciliter le développement des relations professionnelles et d'affaires entre ses membres ;
- de mettre en valeur le dénominateur culturel commun et l'esprit de respect ; de soutenir les établissements d'enseignement français dans le monde.

↳ Pour en savoir plus :

[www.aefe.fr/tous-publics/anciens-eleves/lassociation-mondiale](http://www.aefe.fr/tous-publics/anciens-eleves/lassociation-mondiale)  
[www.alfm.fr/](http://www.alfm.fr/)

1- Source : *Les Echos*, 28/09/2010.

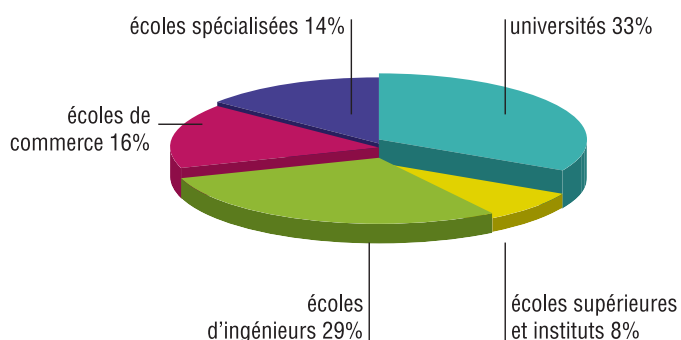
2- Source : *L'Usine Nouvelle* : "*Paris VI anime son réseau d'anciens élèves*", 09/09/2010.

## Quelles pratiques dans les établissements d'enseignement supérieur ?

Afin de prendre la mesure de ce qui existe en France en matière de réseaux d'anciens étudiants, CampusFrance a procédé à une enquête en ligne auprès des services des Relations Internationales de ses adhérents en janvier 2011. Cette enquête donne essentiellement une vision de ce qui existe dans les établissements qui ont déjà un réseau d'anciens étudiants. Elle permet aussi de mesurer le nombre d'établissements (des universités pour la plupart) qui songent à en créer un.

Au total, l'enquête a permis de recueillir 116 réponses sur les 248 adhérents de l'Agence.

### Répartition des 116 répondants



### 58% des établissements ont un réseau d'anciens étudiants, mais les trois quart des universités n'en ont pas encore.

Parmi les 116 réponses, 67 répondants, soit 58%, ont indiqué qu'il existe un réseau d'anciens étudiants et 49 d'entre eux (soit 42%) qu'il n'en existait pas encore mais que l'établissement songeait à en créer un.<sup>1</sup> Les trois quarts des établissements qui n'ont pas encore de réseau d'anciens étudiants sont des universités. Seules 6 universités annoncent avoir créé un réseau d'anciens étudiants.

### Un suivi des étudiants étrangers pour 80% des établissements

	oui	non	Seulement pour les étudiants étrangers
Votre fichier prend-il en compte les anciens étudiants étrangers ?	54	9	4

Pour les 67 répondants ayant déjà un réseau, le suivi des étudiants étrangers est une préoccupation. Quatre

établissements ont même un réseau uniquement dédié aux anciens étudiants étrangers. Ce sont logiquement deux établissements de langues mais aussi une université et un institut.

### Des réseaux qui ont plus de 10 ans

Date de création du réseau	Nombre	%
< 1 an	4	6%
entre 1 an et 3 ans	10	15%
entre 3 et 10 ans	9	13%
> 10 ans	44	66%

Une forte proportion d'établissements a créé son réseau d'anciens élèves depuis plus de 10 ans : 44 répondants, soit 66%.

Les quatre établissements ayant un suivi d'étudiants étrangers exclusif annoncent que leur réseau existe depuis au moins 1 an et souvent depuis plus de 2 ans (réponse "entre 3 et 10 ans").

En termes d'informations recueillies, 97% des établissements collectent l'adresse mail, 88% l'adresse postale. Les établissements sont nombreux à rechercher une information, soit sur le diplôme obtenu (84%), soit sur la date d'entrée ou de sortie de l'établissement (82%).

A noter que la discipline ou les filières suivies sont un peu moins souvent collectées (72%). Le métier ou la fonction occupée est renseignée par 87% des répondants. En revanche, le CV n'est demandé que par 34%.

La nationalité ne fait pas toujours l'objet d'une question (40% des répondants ne la demandent pas), un établissement soulignant que c'est pour respecter les contraintes de la CNIL<sup>2</sup>. Pour autant, ces mêmes établissements ont identifié les étudiants étrangers comme faisant bien partie de leurs réseaux d'anciens étudiants.

### Différentes informations collectées

Informations collectées	Oui	Non	% Oui	% Non
nom/prénom	67	0	100%	0%
adresse mail	65	2	97%	3%
adresse postale	59	8	88%	12%
métier/fonction occupée	58	9	87%	13%
diplôme obtenu	56	11	84%	16%
date d'entrée/date de sortie de l'établissement	55	12	82%	18%
discipline/filière	48	19	72%	28%
nationalité	40	27	60%	40%
CV	23	44	34%	66%

1- Les libres commentaires des établissements n'ayant pas de réseau d'alumni laissent apparaître que, pour certains, l'enjeu est d'avoir un réseau d'anciens étudiants étrangers. Dans ce cas, le répondant souligne qu'il peut exister des associations d'anciens étudiants au niveau de l'établissement ou au niveau des filières (Master, notamment) ou bien qu'il peut y avoir une difficulté pour le service des Relations Internationales ou le bureau d'accueil des étudiants internationaux à accéder aux informations sur les étudiants inscrits. D'autres répondants indiquent que le projet de constituer un réseau est soit en cours d'élaboration soit qu'il vient d'être créé et qu'il est encore trop tôt pour en tirer des conclusions.

2- La Commission Nationale Informatique et Liberté règlemente la mise en place des collectes d'informations de données de personne sur informatique. Il est à noter que si la CNIL interdit en effet la collecte de certaines informations dites discriminantes, la nationalité n'est pas considérée comme un élément "discriminant".

## Des objectifs clairs : mettre en relation et favoriser l'insertion professionnelle

La principale raison annoncée par les établissements pour constituer ce fichier est de pouvoir "mettre en relation les anciens et les nouveaux étudiants". Vient ensuite la volonté de "favoriser l'insertion professionnelle". A ces deux objectifs, s'ajoutent ceux de faire de ce réseau un "outil de promotion et de valorisation de l'établissement" et d'accroître "l'influence de l'établissement", en mettant en avant la "valeur de leurs témoignages auprès des nouvelles recrues".

La volonté de "répondre à la demande des anciens étudiants" vient en assez bonne position dans les réponses des établissements. En revanche, la volonté de "mesurer sur le long terme l'adéquation formation/emploi" et celle de "pouvoir lever des fonds" viennent loin après. Dans tous les cas, la possibilité de lever des fonds auprès d'une population d'anciens étudiants n'est pas majoritairement présentée comme un objectif prioritaire. Seule une université l'affiche comme son premier objectif, d'autres établissements (écoles de commerce et d'ingénieurs essentiellement) le placent en 7<sup>e</sup> ou 8<sup>e</sup> position.

## Une motivation attribuée aux étudiants : constituer son réseau professionnel

La principale motivation des étudiants à participer à un réseau d'anciens serait, selon les établissements, le souhait de "se constituer un réseau professionnel", pour 61% d'entre eux. La dimension "amicale" représente près de 20% des motivations attribuées aux étudiants et celle "d'accéder à des offres d'emploi ou de stages ciblées", 12%. Il est vrai que la formulation de la question, délibérément orientée pour connaître la principale raison, n'exclut pas que toutes ces réponses soient valides en même temps. Cependant, on constate une perception d'une motivation assez vaste ("se constituer un réseau professionnel"), par opposition à une recherche plus pointue ("offres d'emploi ou de stages ciblées").

## Une forte utilisation des réseaux sociaux pour constituer les fichiers

La constitution du fichier se fait logiquement par le recueil de données administratives. Il est frappant de constater que des "campagnes de recensement (via des réseaux sociaux par exemple)" sont organisées par 61% des répondants, y compris par des établissements ayant constitué leurs réseaux d' alumni depuis plus de 10 ans qui le réactualisent et l'élargissent de cette façon.

## De 1 000 à 10 000 inscrits pour 56% des établissements

55 répondants ont renseigné le nombre d'étudiants enregistrés dans leur réseau. En nombre total d'étudiants inscrits, un seul établissement affiche près de 80 000 noms. La plupart annoncent entre 1 000 et 5 000 étudiants (29%) et entre 5 000 et 10 000 étudiants (27%).

Parmi les répondants ayant renseigné le nombre d'étudiants enregistrés, 75% (soit 41) ont également indiqué la proportion de membres actifs.<sup>2</sup>

La majeure partie des établissements indique avoir plus de 50% de membres d'actifs. On peut relever que l'établissement qui affiche près de 80 000 noms recense 15% d'actifs, ce qui représente quand même 12 000 étudiants actifs.

### Différents services offerts

Quel(s) service(s) votre réseau d' alumni apporte-t-il ?	Oui	Non	% Oui	% Non
- information sur l'établissement	60	7	90%	10%
- offres d'emploi/de stage	56	11	84%	16%
- mise en relation	56	11	84%	16%
- séminaires et conférences	44	23	66%	34%
- activités ludiques/sportives/culturelles en France	35	32	52%	48%
- activités à l'étranger	34	33	51%	49%
- conseils d'orientation	28	39	42%	58%
- accès aux ressources documentaires/bibliothèque	17	50	25%	75%

Les services apportés par l'établissement au réseau sont d'abord et avant tout des "informations sur les actualités de l'établissement" (90%). Suivent les "offres d'emploi et de stages" et la "mise en relation" (84%), puis la participation à "des séminaires ou des conférences" (66%).

Plus de 50% proposent soit des "activités ludiques/sportives/culturelles" en France, soit des "activités à l'étranger", mais seulement 42% donnent accès à un "conseiller d'orientation" et 25% aux "ressources documentaires/bibliothèque".

## Des contacts mensuels : mails, internet, newsletters

En termes de moyen de contacts, la majeure partie des répondants utilise le mail (96%) et le site internet (81%). L'utilisation d'une *newsletter* ou des réseaux sociaux se fait à respectivement 67% et 62% (sachant que la périodicité des *newsletters* est très variable mais le plus souvent au minimum mensuelle).

## Des réseaux spécifiques aux anciens étudiants étrangers

Les établissements qui prennent en compte spécifiquement les étudiants étrangers cherchent d'abord, à plus de 80%, à "mettre en relation les alumni dans leur pays".

### Une mise en relation des alumni dans leur pays

Quel(s) service(s) apporte-t-il qui soit spécifique aux anciens étudiants étrangers ?	Oui	Non	% Oui	% Non
- mise en relation des alumni dans le pays	44	23	66%	34%
- activités ludiques/sportives/culturelles dans le pays	21	46	31%	69%
- séminaires et conférences dans le pays	18	49	27%	73%
- accès aux ressources documentaires/bibliothèque par internet	11	56	16%	84%

Pour 39% d'entre eux, il s'agit ensuite de communiquer sur "les activités ludiques/sportives/culturelles dans leur pays" ou sur les "séminaires et conférences dans leur pays", pour 33% d'entre eux.

1- On peut citer l'exemple de l'UPMC qui s'est servie des réseaux sociaux pour retrouver les coordonnées de plus de 4 700 anciens étudiants, grâce à un jeu organisé sur Facebook et Viadéo. Source : Manuel Canévet, Directeur associé de l'Agence Campus Communication in la Lettre de l'Étudiant n°1026, 09/05/2011.

2- En général, les membres sont dits actifs quand ils sont à jour de leur cotisations.

## Des cotisations entre 20 et 100 euros par an

Une cotisation est demandée par 67% des répondants. Parmi les 41 établissements ayant renseigné le montant de la cotisation demandée, ce montant est majoritairement compris entre 20 et 100 euros. Toutefois, 11 répondants annoncent demander une cotisation annuelle de plus de 100 euros.

## Des budgets de fonctionnement compris entre 0 et 4,5 millions d'euros

Le budget dont disposent les établissements qui ont bien voulu communiquer ce renseignement (soit 16 répondants) s'établit entre 0 et 4,5 millions d'euros.

Plus de la moitié fonctionnent avec un budget de moins de 6 000 euros. Cinq établissements annoncent en effet ne pas avoir de budget, quatre établissements ont un budget de moins de 6 000 euros, quatre établissements ont un budget allant de 20 000 à 500 000 euros, deux ont un budget compris entre 200 000 et 250 000 euros, un seul annonce un budget de 4,5 millions d'euros.

## Une personne en charge d'animer le réseau

Le nombre de personnes dédiées à l'animation de ce réseau est bien logiquement corrélé au budget disponible. C'est ainsi que les établissements ayant mentionné avoir un budget supérieur ou égal à 200 000 euros ont plus d'une personne Equivalent Temps Plein (ETP) en charge.

Au-delà de ces cas spécifiques, la majorité des établissements annonce avoir une personne ETP en charge du réseau (55%).

## Des fichiers utilisés par les services Communication et RI

Enfin, la dernière question posée aux établissements portait sur les utilisateurs des fichiers. Ce sont les services Communication et RI qui les utilisent, celui des RH ne l'utilisant qu'à hauteur de 30%, ce qui laisse penser que les établissements ne se sont pas encore complètement appropriés ces réseaux dans toutes leurs dimensions.

**Voir aussi, en dernière page, le tableau récapitulatif.**



## Les Clubs France ou comment réunir les "amis de la France" ?

Les réseaux d'anciens étudiants étrangers ayant effectué des études en France constituent un élément important de l'attractivité française, en termes de démultiplication et de pérennisation des relais d'influence. Aussi la France a-t-elle commencé, grâce à la création des Clubs France, une démarche soit de recensement, soit de création de réseaux d'anciens étudiants, avec la volonté de les fédérer et de les animer. Ces réseaux sont en effet animés par les Ambassades de France qui associent à leur projet des partenaires locaux (associations, entreprises, chambres de commerce et d'industrie...).

C'est ainsi qu'il existe dans certains pays des réseaux d'anciens très actifs :

- sous le nom de Club France en Chine et au Maroc notamment, avec plusieurs milliers d'anciens inscrits et actifs ;
- sous le nom d'associations existantes qui peuvent elles-mêmes fédérer d'autres associations par exemple *IFan* en Inde ou *Comunidade* au Brésil.

Ces réseaux fonctionnent d'autant mieux que, comme le souligne l'Ambassade de France en Chine, la constitution du réseau répond aux attentes de ses membres. C'est tout d'abord un réseau "facilitateur de carrière", avec la mise en ligne d'offres d'emploi ciblées et d'un annuaire des anciens. C'est ensuite un réseau social qui permet à ses membres de maintenir un lien avec la France.

### 3.1 Les Clubs France et d'autres réseaux en Asie

#### • Le Club France CHINE (8 700 membres)

##### Origine et objectifs

Club France, le réseau des anciens étudiants et stagiaires chinois ayant effectué des études ou un stage en France, a été lancé le 18 octobre 2008 par l'Ambassade de France. Animé par les équipes de CampusFrance Chine, Club France a pour vocation de rassembler les anciens étudiants chinois diplômés en France et de maintenir le lien d'amitié établi avec la France.

Après deux ans d'existence, Club France compte déjà 8 700 inscrits sur le site internet communautaire ([www.clubfrancechine.org](http://www.clubfrancechine.org)), grâce au déploiement du réseau dans les principales métropoles de Chine, et 2 900 membres actifs. Ce développement rapide s'explique dans la mesure où le réseau répond aux attentes de ses membres, en jouant deux rôles essentiels. C'est d'abord un réseau "facilitateur de carrière", avec la mise en ligne sur le site communautaire, en partenariat avec la Chambre de Commerce et d'Industrie Française en Chine (CCIFC), d'offres d'emploi ciblées et d'un annuaire des anciens. En 2010, Club France a aidé les nouveaux diplômés chinois de France à trouver un emploi en Chine, en diffusant gratuitement sur son site plus de 300 offres d'emploi des entreprises françaises et de la CCIFC. Club France organise également des forums sur les carrières, des visites d'usines et des conférences thématiques.

C'est ensuite un réseau social qui permet à ses membres de maintenir un lien avec leur pays de formation, la France. Club France les invite ainsi à participer à des activités artistiques, intellectuelles ou scientifiques inscrites dans la culture française.

#### • Le Club France JAPON (1 750 membres)

Le suivi des anciens étudiants japonais en France repose sur deux réseaux principaux qui correspondent aux deux associations d'anciens boursiers du gouvernement français :

- l'ABC (Association des Anciens Boursiers Culturel du gouvernement français) ;
- l'ABSCIF (Association des Anciens Boursiers Scientifiques du gouvernement français).

Tous les deux ans, ces deux associations publient chacune, avec l'aide de l'Ambassade, un annuaire de leurs membres. L'ABC compte environ 750 membres actuellement (1 600 boursiers depuis 1933). De son côté, l'ABSCIF recense

environ 1 000 membres depuis sa création en 1979. Le suivi est assuré conjointement par ces associations et par les services culturels et scientifiques de l'Ambassade.

#### • Le Club France HONG KONG (2 000 participants)

Il s'agit de la *French Alumni Association* (FAA, [www.faa-hk.com](http://www.faa-hk.com)), fondée en 2004 par le Consulat général, qui a pour mission de développer et d'encourager les relations avec les jeunes hongkongais et macanais qui ont étudié en France. Les membres du bureau sont des anciens élèves ayant suivi une partie de leurs études supérieures en France.

Pour ses membres, la FAA est un lieu pour pratiquer ou pour améliorer leur connaissance de la langue et de la culture françaises, mais aussi un lieu de développement personnel et professionnel.

Ces dernières années, la FAA a organisé plus de 130 activités regroupant 2 000 participants. La FAA travaille en relation avec différents partenaires : le Poste diplomatique, CampusFrance, l'Alliance française de Hong Kong et de Macao, FMBA (France Macao Business Association), AtoutFrance (anciennement Maison de la France), ainsi que des relais d'opinion locaux.

Une mise à jour de la base de données en ligne des membres de l'association est actuellement en cours.

#### • Le Club France THAÏLANDE

L'Espace CampusFrance Thaïlande et l'Association des Anciens Etudiants thaïlandais de France (AAEF) ont décidé de mettre en place, en mai 2011, des activités permettant l'animation du réseau des anciens étudiants. L'Espace souhaite en effet fédérer les nombreuses petites associations d'anciens étudiants à Bangkok autour de l'AAEF, association qui lui paraît la plus active. Un Club France pourrait bientôt voir le jour.

Régulièrement dans l'année, des rencontres avec les anciens sont organisées à l'Ambassade ou à l'Alliance française. Par ailleurs, l'Espace CampusFrance à Bangkok et l'AAEF souhaitent organiser ensemble un Forum emploi, en collaboration avec la Chambre de commerce franco-thaïe qui a montré son intérêt pour ce projet.

La mise en place d'un site internet dédié aux anciens étudiants thaïlandais ayant obtenu un diplôme en France, avec un lien sur le site CampusFrance local, est également prévue, avec possibilité pour les étudiants d'actualiser leurs coordonnées. Un groupe Alumni sera également créé sur la page *Facebook* CampusFrance Thaïlande afin de mettre en relation les anciens étudiants et les étudiants actuels.

#### • Le Club France TAIWAN (700 membres)

Ouvert depuis l'été 2008, un site internet entièrement bilingue français/chinois ([www.fr-alumni.org.tw](http://www.fr-alumni.org.tw)) est dédié au réseau des anciens étudiants taiwanais en France. Il compte actuellement 694 inscrits.

En plus de la présentation d'actualités, d'événements artistiques et culturels liés à la France, ainsi que d'offres d'emplois, le réseau des anciens étudiants taiwanais en France propose régulièrement de gagner des billets gratuits pour des expositions, des films français, etc. Depuis l'été 2010, le site présente dans sa section *Témoignages* une série d'entretiens avec des anciens étudiants, ces films sont aussi disponibles sur *You Tube*.

#### • Le Club France COREE

En Corée du Sud, les anciens diplômés sont regroupés au sein de sociétés savantes qui maintiennent des relations étroites avec le Poste diplomatique. C'est ainsi que les professeurs de langue et de littérature françaises se réunissent au sein de six grandes associations.

Une réception a été organisée en l'honneur des anciens boursiers, en novembre 2010, dans le but de lancer l'animation d'un réseau. Grâce à cette initiative, l'annuaire des anciens boursiers est en cours de réactualisation.

Le projet de constitution d'un Club France Corée à Séoul est ainsi à l'étude. La démarche d'identification des diplômés, soutenue par la Chambre de Commerce française en Corée et par le Service économique de l'Ambassade, entre dans une perspective plus large de valorisation des cercles francophones dans les établissements avec lesquels le Poste diplomatique entretient des liens privilégiés.

#### • Le réseau des anciens étudiants en France au VIETNAM

Un réseau d'anciens étudiants vietnamiens en France est en train de se structurer grâce à l'Union des anciens étudiants vietnamiens en France (UAFV, [www.uafv.org](http://www.uafv.org)), association officiellement créée en 2010 au sein de l'Association d'amitié et de coopération Vietnam-France.

L'Ambassade de France et l'UAFV travaillent ensemble pour construire une démarche pérenne permettant au réseau de se développer et de se consolider.

#### • Le réseau des anciens étudiants en France en INDE (5 000 membres)

Lancé en février 2007 et inauguré officiellement par la Ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche lors de la visite présidentielle en Inde de janvier 2008, *!FAN* est un réseau d'alumni indien ayant en commun d'avoir étudié en France et d'alumni français ayant suivi une formation en Inde.

Le réseau compte aujourd'hui plus de 5 000 membres, ingénieurs, hommes d'affaires, administrateurs, journalistes, artistes. *!FAN* a l'ambition de jouer, pour les alumni, un rôle de fédérateur de réseaux d'anciens déjà existants. Aujourd'hui, *!FAN* dispose d'un site internet doté d'une rubrique spécialement dédiée aux annonces d'emploi ([www.ifan.in](http://www.ifan.in)).

Ce réseau a également pour vocation d'encourager les étudiants indiens à venir étudier en France, mais aussi d'encourager les étudiants français à se rendre en Inde pour des séjours d'études et de recherche. Par les liens qu'il entretient, il permet de renforcer les relations que ses membres conservent avec les grandes écoles et les universités.

Basé à Delhi, *!FAN* entend être mobilisée dans tous les lieux où ses membres se trouvent pour organiser des événements mettant en avant l'excellence des relations franco-indiennes. Le réseau d'alumni a aussi pour mission de favoriser les contacts entre les entreprises au sein desquelles ses membres travaillent et les étudiants nouvellement diplômés.

### • Le Club France INDONESIE (4 500 contacts)

Le suivi des étudiants indonésiens se fait à travers un annuaire des anciens étudiants (boursiers et non boursiers), mis à jour et réédité tous les deux ans (dernière mise à jour en 2009). Le nombre de personnes répertoriées, qui représentent des générations successives depuis les années 1970, s'élève aujourd'hui à 4 500 environ.

Parmi eux, environ 2 000 font partie d'associations d'anciens boursiers. Il en existe deux en Indonésie :

- l'IAPPU (500 membres), association créée en 2002 qui regroupe uniquement des anciens étudiants en travaux publics et en aménagement du territoire. La plupart travaillent aujourd'hui au Ministère des travaux publics Indonésien et ont des postes de haut niveau.
- l'IAPI (1 500 membres), association créée dans les années 1980 et qui regroupe des anciens boursiers du gouvernement français de tous horizons.

Ces deux associations ont des activités variées en lien avec l'Ambassade : réunions mensuelles, mise en place d'un centre de documentation française dans la bibliothèque du Ministère des travaux publics, séminaires et échanges d'expertise, stages de formation dans différents domaines. L'animation du réseau des anciens étudiants en France a pris aussi d'autres formes : conférences dans les principaux centres universitaires, soutien aux deux associations par le biais de subventions, invitation aux manifestations culturelles et scientifiques, organisation de séminaires, etc.

## 3.2 Les Clubs France en Amérique Latine

### • Le club France BRÉSIL (13 000 membres)

Le site internet de la *Comunidade França-Brasil* ([www.comunidadefb.com.br](http://www.comunidadefb.com.br)) a été créé par le CenDoTec et par l'Espace CampusFrance Brésil en 2007, à l'initiative de l'Ambassade de France.

La *Comunidade* est non seulement un portail d'informations et de ressources en ligne dans les domaines des sciences, de l'innovation et de l'enseignement supérieur, mais elle est aussi un réseau social dynamique dans lequel interagissent les membres ayant enregistré leur profil, ce dernier indiquant notamment le type de lien entretenu avec la France.

Trois ans après son lancement, la *Comunidade* compte plus de 13 000 membres, dont 10 300 anciens étudiants en France (plus de 20% de doctorants et de post-doctorants).

Sur les 310 communautés créées par les membres, plus de 130 concernent les études en France et permettent aux anciens étudiants brésiliens en France de se regrouper.

Les anciens étudiants se retrouvent aussi dans des communautés thématiques, pour des échanges sur des sujets aussi divers que le monde des affaires, le cinéma, la danse, la mode, la gastronomie ou les auteurs français.

Ce premier outil ayant fait ses preuves, une deuxième initiative sera lancée en 2011, sous forme d'un premier annuaire d'anciens boursiers BRAFITEC (élèves ingénieurs), qui servira de base à l'animation d'un réseau d'anciens.

### • Le Club France CHILI (1 300 membres)

L'Ambassade de France au Chili a créé le *Club Parisantiago* ([www.parisantiago.com](http://www.parisantiago.com)) qui s'adresse à différents publics : les chiliens ayant réalisé un séjour d'études

supérieures ou un stage en France ; les anciens élèves de lycée français au Chili ; les professeurs de français ou les anciens assistants d'espagnol. Ses principaux objectifs sont de favoriser les contacts et d'entretenir les liens professionnels et affectifs créés avec la France.

Ce site offre une série d'avantages et d'activités aux membres du Club, comme par exemple un annuaire en ligne, des réductions sur des produits et des services, des places pour des festivals de cinéma, une bourse emploi, un service d'entraide, des invitations à des conférences... *Parisantiago* permet également de suivre l'actualité des relations franco-chiliennes ou des événements politiques et culturels entre le Chili et la France.

### • Le Club France MEXIQUE

Depuis deux ans, le Service de coopération universitaire de l'Ambassade de France réfléchit à la constitution de ce type de réseau au Mexique. L'existence d'un réseau des anciens au Mexique, encadré par l'Ambassade, permettrait en effet :

- d'inciter les étudiants de retour d'échange ou de stage à poursuivre leurs études en France à un niveau académique plus élevé ;
- de créer un réseau d'influence pour la France ;
- de s'appuyer sur les anciens pour la mise en place de nouvelles bourses, des accords ou des partenariats académiques ou autres.

Plusieurs actions ont été menées, telles qu'une diffusion régulière d'information, grâce à l'annuaire des anciens de l'Espace CampusFrance, sur les événements culturels, sur les offres d'études en France, sur des propositions ou des demandes de stages.

En collaboration avec l'Alliance française, CampusFrance et le Service de coopération universitaire ont organisé, en novembre 2010, une réception d'anciens étudiants avec ceux d'entre eux qui étaient récemment de retour au pays. Cet événement a permis de renforcer le lien avec la France, mais aussi de créer une dynamique pour le développement d'un réseau social qui va s'appuyer sur des membres actifs. Par ailleurs, la mise en place d'un site internet est à l'étude. Aujourd'hui, il existe déjà plusieurs groupes sur *Facebook* reliant les Mexicains et les Français.

A noter qu'un groupe d'Amitié France-Mexique s'est constitué à la chambre des députés mexicaine, pouvant servir de relais pour des opérations de haut niveau.

### • Le Club France PEROU

Le projet de mettre en place un véritable suivi des alumni au Pérou est à l'étude. Pour l'instant, seul existe un groupe "*J'ai étudié en France*" sur un compte *Facebook*.

### • Le Club France BOLIVIE

L'Ambassade de France en Bolivie maintient une présence auprès des anciens étudiants boursiers à travers l'organisation annuelle d'une réception qui permet de réunir anciens et nouveaux boursiers, ainsi qu'à travers une page *Facebook*. De même, il existe une association d'anciens boursiers et d'étudiants en France, mais elle se révèle assez peu dynamique, les jeunes "recrues" ne se manifestant pas autant que les anciens.



### • Le Club France REPUBLIQUE DOMINICAINE

L'Ambassade de France en République Dominicaine se heurte au problème de temps que demande l'animation d'un réseau d'anciens étudiants. Malgré tout, dans une volonté de constituer un réseau, elle a pu collecter les coordonnées des anciens étudiants depuis 2001 et commence à réfléchir à la mise en place d'un Club France, conjointement avec l'Alliance française. Ce Club France, dont les actions restent à définir, souhaite créer un site ou un blog comme moyen de communication.

### 3.3 Les Clubs France en Afrique

#### • Le Club France MAROC (1 300 membres)

Le Club France Maroc qui s'est lancé, à l'image du Club France Chine, au début de l'année 2010, a pour objectif de créer un lien entre les diplômés et les acteurs économiques au Maroc, dans le cadre du plan *Emergence* lancé par le gouvernement marocain.

Le Club France Maroc est conçu comme un espace d'échanges, d'information et de services. Ses acteurs et bénéficiaires sont : les entreprises, les institutions, les partenaires académiques, les étudiants, les diplômés, les associations, etc. A titre d'exemple, les entreprises partenaires à ce jour vont de Maroc Telecom à la Société Générale, en passant par Renault Maroc, L'Oréal, Total, Veolia, Alstom ou EADS Maroc Aviation.

L'activité du Club est tout d'abord structurée autour d'un site internet dont l'accès est réservé aux membres (étudiants et diplômés marocains de l'enseignement supérieur français) et aux partenaires (entreprises, acteurs académiques et associations de diplômés). Le site propose, outre la diffusion d'informations sur les secteurs économiques clés du Maroc, des services (annuaire, annonces, agenda) et des forums de discussions.

Un programme événementiel vient compléter ces activités : le Club est présent sur des salons et des forums spécialisés tels que le *Forum Horizons* à Paris ou *France Expo* à Casablanca. Par ailleurs, les *Entretiens du Club France Maroc*, inaugurés en février 2011, sont des manifestations s'intéressant à la mobilisation des compétences marocaines formées en France et aux besoins en termes de recrutement des entreprises du Maroc. Les *Entretiens* rassemblent des membres du Club, des institutions et des entreprises autour de ces thèmes au rythme de deux fois par an.

Le Club compte à ce jour 70 partenaires et plus de 1 300 membres.

#### • Le Club France TUNISIE

En Tunisie, le Poste diplomatique, qui a choisi en 2010 d'axer sa politique de promotion sur les études doctorales, a en projet la création d'un réseau de Tunisiens titulaires d'un Doctorat obtenu en France, construit autour d'une base de données accessible en ligne.

#### • Le Club France CONGO

L'Ambassade de France au Congo est dans la logique de création d'un Club France Congo, mais pour l'instant cela se traduit surtout par la création d'un groupe *Facebook* à partir des coordonnées collectées depuis 2007. Cette page permet de recueillir un certain nombre de témoignages mais le taux de "perte" est assez important.

A noter que l'Ambassade a pour objectif de se rapprocher de la vingtaine de doctorants et de post-doctorants, via la fondation Kastler.

### EGYPTE :

#### CampusFrance sollicité par l'Ambassade de France pour développer un site internet dédié aux alumni

Le projet de création d'un site internet pour le réseau des anciens boursiers du gouvernement français et des anciens diplômés du Pôle Universitaire Francophone (PUF) d'Egypte repose sur la volonté de rendre accessible toute l'information relative aux anciens et de faciliter leur mise en réseau.

Concrètement, le site a pour vocation :

- de développer une base de données, sur le principe d'adhésion volontaire, d'anciens étudiants égyptiens du Pôle universitaire francophone, d'étudiants actuels et d'anciens boursiers ;
- de les accompagner dans la constitution de réseaux personnels et professionnels ;
- de diffuser une information aux candidats potentiels contribuant au renforcement de l'attractivité des formations universitaires francophones en Egypte et des études en France.

Le site développera des services adaptés aux besoins d'un public ciblé (anciens étudiants et étudiants actuels égyptiens du PUF, anciens boursiers, candidats potentiels).

Il proposera :

- des informations spécifiques et régulières dans les domaines économiques, académiques et institutionnels de la coopération franco-égyptienne ;
- des espaces interactifs entre les membres et les partenaires du site ;
- des services réservés aux membres : annuaire, forums de discussion thématiques, offres d'emploi ciblées.

### 3.4 Les Clubs France et les autres réseaux en Europe

#### • Association des anciens boursiers du gouvernement français en HONGRIE (1 000 membres)

Créé en 1997, à l'initiative du Poste et des anciens boursiers eux-mêmes, AABGF (Association des anciens boursiers du gouvernement français, [www.aabgf.net](http://www.aabgf.net)) comprend 1 000 membres dont 200 actifs (versant de façon facultative leur cotisation annuelle d'environ 20€).

L'association est gérée par des anciens boursiers et est en partie subventionnée par l'Ambassade de France.

Les services offerts par l'AABGF sont :

- l'organisation de débats d'idées, liant la Hongrie et la France. Ces débats réunissent anciens boursiers, universitaires français (invités) et hongrois et se déroulent dans des établissements d'enseignement supérieur hongrois ou à l'Institut français en Hongrie ;
- l'organisation d'événements festifs ou culturels : bal des anciens et excursion "découvertes".

Par ailleurs, l'Ambassade assure son propre suivi des anciens boursiers et met en relation anciens et futurs boursiers. Elle dispose d'un annuaire qu'elle transmet à la Chambre de Commerce hongroise pour faciliter l'insertion professionnelle des boursiers.

### • Le Club France RUSSIE (700 étudiants inscrits)

Le Service de coopération universitaire de l'Ambassade de France en Russie a lancé, en octobre 2010, le premier réseau social des formations franco-russes ([www.unifr.org](http://www.unifr.org)).

Ce site met en relation les établissements de formation français et russes, les étudiants et anciens étudiants des cursus franco-russes, ainsi que les entreprises françaises présentes en Russie.

Un moteur de recherche permet de retrouver des camarades de promotion par lieu de résidence ou par entreprise. Les entreprises partenaires peuvent également y proposer des stages, des emplois et consulter des profils et CV. Des informations sur les formations franco-russes, ainsi que sur l'activité culturelle et scientifique française en Russie y sont également affichées.

Le site [www.unifr.org](http://www.unifr.org) est bilingue français-russe. Plus de 680 étudiants, 90 universités et une dizaine de grandes entreprises y sont actuellement inscrits.

### • Le Club France POLOGNE (1 000 membres)

Le Club France Pologne, lancé officiellement le 21 mai 2011, s'appuie sur l'Association France Pologne, association des diplômés francophones de Pologne créée en 1995 sur la base du double diplôme Master exécutif liant HEC et SGH<sup>1</sup>.

Le Club recense plus de 1 000 membres, mais il a vocation à attirer tous les étudiants polonais ayant suivi un parcours d'études supérieur en France : alumni de l'enseignement supérieur français, boursiers du gouvernement français et alumni des formations universitaires francophones en Pologne.

Il offre différents services à ses membres :

- un annuaire électronique, qui permet d'accéder aux coordonnées de l'ensemble des membres inscrits ;
- une lettre d'information électronique, destinée à offrir une information sur l'actualité universitaire franco-polonaise et sur la vie culturelle française en Pologne, à promouvoir les carrières franco-polonaises, à valoriser les formations universitaires francophones en Pologne.
- des avantages pratiques pour les membres du Club, tels que réductions sur le prix des cours de français ou gratuité dans les médiathèques des instituts français de Varsovie et de Cracovie.

### Un réseau de plus de 100 000 étudiants étrangers en contact avec la France

Au total, ce sont plus de 40 000 anciens étudiants qui se sont identifiés et qui restent en contact avec la France par l'intermédiaire des associations locales et des Clubs France.

Les 60 000 étudiants qui se sont par ailleurs inscrits sur le site de CampusFrance et qui s'apprêtent à venir étudier en France devraient aussi constituer à terme un réseau d'alumni auquel pourrait s'ajouter le réseau des anciens boursiers du gouvernement français.

## partie 4

## Quelles approches dans les autres organismes nationaux de promotion de l'enseignement supérieur ?

### 4.1 L'exemple de la gestion des alumni par le DAAD

## DAAD

Le DAAD dispose d'une base de données d'environ 260 000 contacts d'anciens boursiers étrangers et allemands. L'offre du DAAD auprès des anciens est ainsi d'une grande richesse et se déploie sur de nombreux supports.

#### • Portails internet

Un portail alumni est accessible à tous à partir du site internet du DAAD. Ce portail donne des informations sur les activités des alumni, sur les nouveautés du DAAD, propose des offres d'emploi, etc. En outre, un forum spécifique est réservé aux anciens boursiers.

Il existe aussi l'*Alumni-Portal Deutschland* qui est un site dédié à tous ceux qui ont vécu en Allemagne où les entreprises sont invitées à mettre en ligne des offres d'emploi.

#### • Editions

Une *newsletter* centrale et d'autres *newsletters* destinées aux boursiers seulement, sont accessibles en ligne. La revue *DAAD-Letter*, en allemand, est également envoyée trois fois par an à 28 500 anciens boursiers du DAAD. Elle contient des informations sur les nouveautés dans l'enseignement supérieur et la recherche en Allemagne et sur les activités du DAAD.

#### • Conférences

Environ 300 conférences thématiques sont organisées par an (entre 10 et 100 personnes, des non-boursiers pouvant y participer).

Une douzaine de grandes conférences thématiques régionales par an sont par ailleurs gérées par le DAAD, en collaboration avec les représentations à l'étranger.

#### • Soutiens financiers et aides matérielles

Les anciens boursiers sont incités à créer des clubs d'alumni à l'étranger : actuellement environ 130 clubs existent. Il est possible de bénéficier d'un soutien financier pour la création de clubs d'alumni.

Les alumni des pays en voie de développement employés par un établissement d'enseignement supérieur peuvent aussi bénéficier de matériel.

#### • Propositions ciblées de prolongations d'études pour certains anciens boursiers

Le DAAD peut inviter d'anciens boursiers, qui occupent un poste dans un établissement, dans une administration, dans un ministère ou dans une entreprise de leur pays d'origine, à venir en Allemagne pour faire des recherches ou des études pendant trois mois supplémentaires.

1- SGH, Szkoła Główna Handlowa Warszawy, Ecole supérieure de commerce de Varsovie.

## 4.2 La mise en valeur des réseaux d'alumni sur les sites internet d'autres organismes de promotion d'enseignement supérieur

La promotion des anciens étudiants sur les sites des organismes d'enseignement supérieur varie selon les pays.

### • Espagne



Le pays où les anciens étudiants sont le plus fortement incités à s'inscrire est l'Espagne.

Sur le site d'*universidad.es*, un cartouche apparaît dès la page d'accueil. Cet encadré met en valeur le fait que l'inscription donne la possibilité de recevoir une *newsletter*, d'obtenir des tarifs attractifs pour des activités culturelles ou d'apprentissage de la langue, des invitations pour des événements organisés en Espagne, la possibilité d'être informé de bourses pour des compléments d'études ou de recherches, etc.

La rubrique souligne également l'intérêt de pouvoir être en contact avec des étudiants ou des chercheurs ayant suivi des cours en Espagne.

### • Pays-Bas



Comme le DAAD, les Pays-Bas ont un site dédié aux alumni. Ce site est composé de trois services : l'un pour les étudiants, l'autre pour les associations et le dernier pour les institutions, la plupart des pages étant en accès réservé.

Les menus permettent cependant de voir que le site propose notamment un répertoire, des informations sur les événements, l'accès à des offres d'emploi et un service d'aide à la création d'une association d'anciens.

### • Royaume-Uni



Le British Council ne propose pas de site exclusivement dédié aux alumni, il s'appuie sur les réseaux des établissements et institutions britanniques et sur le site général du British Council. Celui-ci est mis en avant comme moyen de rester en contact avec le Royaume-Uni, par le biais de l'apprentissage de la langue, d'une *newsletter* ou grâce aux réseaux sociaux existants (*Twitter* ou *Facebook*).

La radio *The selector* est également fortement mise en valeur comme moyen de rester en contact avec le Royaume Uni ([www.selector-radio.com](http://www.selector-radio.com)).

L'intervention du British Council auprès des anciens étudiants se concrétise par l'organisation d'événements locaux prestigieux, tels que *Keeping in touch with the UK* en France, dans les locaux de l'Ambassade du Royaume-Uni à Paris, ou encore *Going global* à Hong Kong.

C'est ainsi qu'en France, le British Council s'appuie sur les réseaux d'alumni existants des établissements et des institutions britanniques tels que ceux de l'Université d'Oxford, de la London School of Economy (LSE) ou celui des Boursiers de l'Entente cordiale pour organiser des événements.

A cette occasion, sont présentés les derniers outils interactifs permettant de "rester en contact", notamment la présentation d'un blog dédié aux événements liés au Royaume Uni se déroulant en France. Le lien avec le monde du travail est assuré par la présence d'entreprises à ces manifestations.

### • Australie



L'Australie, avec son site *Study-in-Australia*, met essentiellement en valeur quelques témoignages d'anciens. On peut aussi trouver une liste de sites locaux dont la vigueur dépend de l'implication des anciens localement.

Dans un texte d'introduction, le site énonce clairement que ce réseau permet de garder le contact avec les amis que l'on a pu se faire en Australie. Il représente aussi une source d'opportunité d'emploi, localement et à travers le monde.

### • Etats-Unis



Aux Etats-Unis, le site de l'*Institute of International Education* (IIE) propose de manière visible sur la page d'accueil un sous-chapitre *Alumni* qui renvoie à une liste d'associations d'anciens, notamment les boursiers de la commission *Fulbright*<sup>1</sup>.

Il dresse parallèlement quelques portraits d'anciens et liste des événements passés et à venir. En complément, le site *EducationUSA*<sup>2</sup> permet d'accéder à quelques réseaux d'anciens étudiants locaux.

Il est à noter que les sites des associations comme celui de la commission *Fulbright* propose une rubrique "*Join Today*", dès la page d'accueil.

1- Financé en partie par le gouvernement fédéral américain, le programme *Fulbright* propose des bourses pour étudiants ou pour chercheurs. Les anciens boursiers sont très fidèles : 75% d'entre eux gardent des liens avec la commission *Fulbright*, rapporte Arnaud Roujou de Boubée, Directeur de la commission franco-américaine *Fulbright*.

2- Le réseau Education USA gère des centres de conseils pour les étudiants du monde entier qui souhaitent étudier aux Etats-Unis. Pour en savoir plus : <http://educationusa.state.gov/>

# Table

## Partie 1 (pages 2 et 3)

Des réseaux d'anciens étudiants, pour quoi faire ?

## Partie 2 (page 4 à 6)

Quelles pratiques dans les établissements d'enseignement supérieur ?

(Résultats d'une enquête CampusFrance auprès des établissements adhérents)

## Partie 3 (page 6 à 10)

Les Clubs France ou comment réunir les "amis de la France" ?

## Partie 4 (pages 10 et 11)

Quelles approches dans les autres organismes nationaux de promotion de l'enseignement supérieur ?

### En bref

## Les réseaux d'anciens étudiants étrangers : résultats de l'enquête CampusFrance auprès des établissements adhérents

- 58% des établissements ont un réseau d'anciens étudiants, mais les trois quart des universités n'en ont pas encore.
- 42% ne possèdent pas ce type de réseau, mais songent à en créer un.
- 80% des établissements ayant un réseau d'anciens s'adressent également aux étudiants étrangers.
- 4 établissements ont un réseau constitué uniquement d'anciens étudiants étrangers.
- 66% des établissements ayant un réseau l'ont constitué depuis plus de 10 ans.
- 97% des établissements collectent l'adresse mail des anciens étudiants.
- 87% des établissements se renseignent sur leur métier ou sur la fonction qu'ils occupent.
- Mettre en relation les anciens et les nouveaux étudiants et favoriser l'insertion professionnelle sont les deux objectifs principaux annoncés.
- Constituer son réseau professionnel est la principale motivation attribuée aux étudiants qui s'inscrivent.
- Mettre en relation les alumni dans le pays d'origine est le principal service offert dédié aux étudiants étrangers.
- 61% des répondants organisent des campagnes de recensement (via des réseaux sociaux par exemple) pour augmenter le nombre d'inscrits.
- Le nombre d'étudiants par réseau se situe principalement entre 1 000 et 5 000 étudiants (29%) et entre 5 000 et 10 000 étudiants (27%), avec en moyenne 50% de membres actifs.
- Les informations sur les actualités de l'établissement, les offres d'emploi et de stages et la simple mise en relation sont les principaux services offerts.
- Mails et sites internet sont les moyens utilisés pour contacter les anciens étudiants, avec une fréquence de contact mensuelle.
- La cotisation demandée s'élève en général entre 20 et 100 euros.
- Les budgets de fonctionnement sont compris entre 0 et 4,5 millions d'euros.
- Une personne est en charge du réseau.
- Les services Communication et RI sont les principaux utilisateurs des fichiers.

#### Directeur de la publication :

Gérard Binder, Président du Conseil d'administration

#### Comité éditorial :

Béatrice Khaïat, Directrice déléguée

Claude Torrecilla, Responsable de la communication

Anne Benoit, Responsable des études

Nina Voltz, Chargée d'études et d'analyses

Cette Note a été réalisée et rédigée par Anne Benoit.

Nina Voltz a collaboré à l'élaboration du questionnaire pour l'enquête menée auprès des adhérents (partie 2) et a également rapporté des éléments sur les activités du DAAD (partie 4).

L'Agence CampusFrance remercie les adhérents qui ont bien voulu répondre au questionnaire sur les réseaux d'anciens élèves mis en ligne en janvier 2011 et dont les résultats sont publiés ici.

L'Agence CampusFrance remercie également les Responsables des Espaces pour les informations transmises sur les Clubs France et les associations locales d'anciens étudiants que les Coordonnateurs géographiques de CampusFrance ont remis à jour (Amaëlle Mayer & Bun-Tieng Ung, Olivier Chiche-Portiche & Andrea Marin, Anne Plaine & Johanna Rasplus, Yoann Le Bonhomme & Michelle Sciandra, Bastien Parlermo-Chevillard & Clarisse Zerbib).

Edition : Claude Torrecilla – claudet.torrecilla@campusfrance.org

Réalisation : Agence Signature Graphique - Paris

Impression, diffusion : Graphoprint - Paris

#### Agence CampusFrance

Groupement d'intérêt public

79 avenue Denfert-Rochereau – 75014 Paris

Tél. : 01 53 63 35 00 – www.campusfrance.org

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

Juin 2011



lesnotes  
n° 31 - Juin 2011 de CampusFrance

