



Les notes

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

Introduction

Cette note Campus France a pour objectif d'apprécier 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 deux précédentes notes parues en 2005 puis en 2010. La deuxième édition pointait à la fois les grands progrès réalisés dans l'accueil et l'information des étudiants étrangers mais aussi des faiblesses ou insuffisances en la matière. La troisième édition de cette enquête montre une progression forte et générale tout particulièrement en matière d'information et dans une moindre mesure, sur l'accueil, signe d'une prise de conscience manifeste de l'importance des échanges internationaux dans la stratégie des établissements.

Complétant cette étude, une analyse détaillée et chiffrée de l'utilisation des réseaux sociaux par l'ensemble des établissements d'enseignement supérieur français membres du forum est également proposée dans le cadre d'une Note Campus France séparée. Une dizaine de réseaux sociaux parmi lesquels Facebook, Twitter, LinkedIn ou Instagram sont répertoriés pour tous les établissements d'enseignement supérieur et examinés. L'objectif est de permettre à Campus France de faire des préconisations aux établissements membres du Forum en matière de stratégie numérique pour leur développement à l'international.

Avant-propos

Depuis les deux éditions précédentes de 2005 et 2010 de l'enquête sur l'accueil et l'information des étudiants étrangers par les sites Internet des universités françaises, un cap a certainement été franchi. Sur la grande majorité des critères étudiés, les signaux sont largement au vert. Outre le fait que la quasi-totalité des universités dispose désormais d'une rubrique internationale sur leur page d'accueil, près de 80 % d'entre elles (contre seulement 52 % en 2010) offre désormais une interface en anglais. Les trois-quarts des établissements proposent aussi un guide d'accueil téléchargeable en anglais ou dans une autre langue.

Sur les informations pratiques en matière de préparation au séjour et d'installation des étudiants (visa, logement, bourses...), leur diffusion a particulièrement bien progressé, avec des taux souvent supérieurs à 80 %.

Mais les établissements ont aussi fait un effort particulier dans la mise en valeur des divers prix, citations dans un classement, dossier retenu dans un appel à projet... Dans un contexte fortement concurrentiel, les universités ont pris conscience de la nécessité de se démarquer et d'affirmer leurs atouts. Les classements internationaux, en forte expansion ces dernières

années, sont désormais très référencés sur les sites Internet, avec parfois des rubriques dédiées. Les autres prix, labels ou appartenance à un réseau, qui participent de cette visibilité et de la communication stratégique des universités, ont également progressé. La riche communication autour des investissements d'avenir en est la preuve.

Il reste cependant pour les sites universitaires quelques marges de progression, notamment sur la question de la préparation linguistique ou de l'information relative au droit du travail. Les guichets uniques et dispositifs d'accueil sont encore à développer ou à mieux valoriser.

Enfin, les universités sont confrontées à une meilleure hiérarchie de leur information en ligne. La question du risque de surabondance d'informations, perdant un peu le visiteur, se pose. Certains établissements ont déjà fait le choix de segmenter leur offre entre un portail général et des sites spécifiques visant les étudiants internationaux, avec parfois, une navigation pas toujours aisée de l'un à l'autre. D'autres ont préféré condenser l'information à travers des interfaces très resserrées. Des pistes d'évolution intéressantes et à suivre de près dans les années à venir.

1- L'internationalisation des sites Internet

► L'internationalisation des sites Internet des universités

La présence d'une rubrique internationale sur la page d'accueil se maintient à un niveau très élevé : **la quasi totalité (97 %) des universités la propose.**

Plusieurs sites se démarquent par la qualité de cette rubrique, en terme à la fois de lisibilité et de contenu. Signalons par exemple, celui de Poitiers, bien organisé en plusieurs sous-rubriques (Démarches avant de partir, Une fois arrivé...) et celui de Nantes au contenu à la fois clair et complet. Certaines universités ont choisi de développer un site international spécifique, c'est le cas de l'université d'Évry, qui s'avère plus riche dans son contenu que la simple rubrique dédiée. D'autres enrichissent cette rubrique d'un onglet Europe. C'est le cas par exemple de l'université de Caen qui y présente les projets de coopération institutionnelle. À l'instar des universités étrangères ou des grandes écoles de management, dans quelques cas très rares, la rubrique internationale n'existe pas en tant que telle. L'université de Bordeaux a par exemple fait le choix de privilégier l'interface en anglais pour communiquer auprès du public étranger.

Signalons, en matière d'informations pratiques, l'exemple de l'université Blaise Pascal de Clermont-Ferrand, qui propose 9 fiches téléchargeables autour de grandes thématiques : logement, santé, banque, transport, job...

→ L'interface en anglais

Depuis la dernière enquête, le contenu en anglais connaît une forte progression. Il passe de **52 % en 2010 à 79 % en 2016**. Depuis la première enquête de 2005, le nombre d'établissements proposant un site en anglais a été multiplié par 2,5. Ce contenu peut varier d'un site à l'autre, mais on retrouve généralement traduite la plupart des rubriques de la section internationale : présentation générale de l'université et de son environnement, modalités d'inscriptions, diplômes et programmes, infos pratiques, contacts... Certains sites offrent un service à minima, se contentant de quelques pages traduites (Paris 3) ou du menu (Orléans).

→ Des sites en plusieurs langues

L'offre plurilingue des sites universitaires reste stable à 35 %. **En tête des langues les plus utilisées, l'espagnol arrive devant, suivi de l'allemand et du chinois** à égalité, puis, en troisième position, l'italien. Paris 8 fait apparaître six langues sur sa page d'accueil en plus du français : anglais, arabe, allemand, chinois, espagnol et russe.¹ L'université Lille 3 ne fait pas apparaître d'icônes de langues sur sa page d'accueil mais décline, dans les pages

intérieures de son site, les étapes d'inscription en 5 langues différentes (anglais, allemand, italien, espagnol, néerlandais). Certains établissements font le choix de privilégier les guides ou plaquettes pour donner des informations en langue étrangère.

→ Les guides téléchargeables

Parmi les guides téléchargeables (75 %), on trouve généralement une version anglaise ou bilingue (français-anglais), parfois trilingue (français/anglais/espagnol à Pau) voire dans d'autres langues (espagnol à Cergy, chinois à Rennes 1). Plusieurs universités, telles celles de Toulon, Valenciennes, Nîmes, Mulhouse, mettent en ligne à la fois leur guide et les guides en langues étrangères de Campus France. À noter également l'initiative commune aux universités toulousaines, de la Toul'Box, qui propose une prestation en ligne gratuite, complétée d'une offre payante (cf. encadré plus loin). À Nice, le Welcome Book, bilingue a été conçu en partenariat avec l'association ESN, et à Paris 12, le guide est commun aux écoles d'ingénieurs voisines. Enfin certains guides sont ciblés sur une région ou sur plusieurs villes universitaires, c'est le cas par exemple pour celui qui réunit Montpellier, Nîmes et Perpignan.

À signaler enfin que plusieurs établissements (Bretagne-Sud, Toulouse 2, Grenoble) proposent aussi des guides spécifiques à l'attention des chercheurs/doctorants, généralement rédigés en anglais.



Guide d'accueil Welcome Book - Université de Nice

1- À noter cependant qu'au moment de l'étude, lorsque l'on clique sur les icônes, seul l'interface en anglais semble fonctionner normalement.

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

→ La mobilité encadrée et la mobilité individuelle

Plus de 90 % des établissements distinguent les procédures d'inscription concernant les étudiants venant dans le cadre d'un échange (Erasmus +, programmes bilatéraux : ISEP, CREPUQ...) ou dans le cadre d'une mobilité individuelle. Ce chiffre progresse de plus de dix points par rapport à 2010. Il existe également des informations spécifiques à destination d'autres publics : celui des chercheurs, enseignants étrangers ou du personnel, mais aussi pour la mobilité de stage.

L'information concernant les étudiants qui s'inscrivent de façon individuelle ou « *free-movers* » qui était jugée peu claire jusqu'à l'édition 2010 de la note, s'est depuis nettement améliorée. La grande majorité des universités distingue les étudiants venus dans le cadre d'un échange de ceux qui s'inscrivent de façon individuelle. Pour ces derniers, l'information est généralement donnée en fonction de la zone géographique ou du pays d'origine de l'étudiant candidat à l'inscription. Lille 3 fait par exemple remplir un petit questionnaire en ligne à l'étudiant pour ensuite mieux l'orienter sur une procédure, en fonction de son profil.

→ Le calendrier des procédures

Les informations relatives aux dates d'inscription se maintiennent à un niveau stable de 69 %, il s'agit le plus souvent de donner les dates limites pour pouvoir utiliser la procédure.

→ Les procédures d'inscription en lignes et les formulaires d'inscription téléchargeables

Procédures d'inscriptions pour les pays membres de la convention CEF.



Fiche d'inscription en ligne - Université de Lille

Le pourcentage d'universités mentionnant la procédure CEF¹ a fortement progressé, passant de 42 % en 2010 à 69 % en 2016. Les universités qui le mentionnent donnent la liste des pays concernés par la procédure.

Il y a généralement un lien vers le site Campus France (cité à 90 %, contre 64 % en 2010) mais également un renvoi vers le dossier d'admission préalable téléchargeable. Les dates de la procédure sont fréquemment mentionnées, de même que la nécessité d'une bonne connaissance du français.

→ Autres procédures d'inscription en ligne

La possibilité de télécharger un dossier d'inscription est en hausse de dix points entre 2010 et 2016 (de 55 à 65 %). Et 61 % des établissements proposent un système d'inscription en ligne (contre 42 % en 2010), notamment à travers l'interface *moveonline*. Les universités qui proposent ce formulaire de candidature en ligne le font soit pour les mobilités dans le cadre d'un échange (Paris 4, Paris 10, Strasbourg,) soit pour toute candidature de mobilité internationale (Paris 1, Nice, Paris 7). L'université de Nantes propose une aide téléchargeable pour remplir son dossier, avec la liste des étapes à suivre, les dates limites de candidature, et les pièces à fournir. Bien souvent, les étudiants qui s'inscrivent dans le cadre d'un échange, se voient proposer de remplir, en parallèle, un dossier pour une demande de logement.

→ Choisir une formation

La totalité des établissements détaille désormais leur offre de formation, généralement sous forme de fiches reprenant un ensemble de critères communs : modalité d'inscription et prérequis, programme du cursus et contenu des cours, débouchés, contact... L'accès à ces formations par le biais d'un moteur de recherche multicritères a bien progressé : passant de 39 % à 76 %. Si l'offre de formation est beaucoup plus souvent traduite en anglais que dans la précédente enquête, elle reste encore généralement succincte, souvent limitée aux intitulés des diplômes ou aux grands secteurs de formation. Une exception remarquable à cet égard : l'université d'Evry qui délivre ses contenus de diplômes de façon assez exhaustive. Les universités sont également plus nombreuses à donner la liste des cours en anglais : c'est le cas de 42 % d'entre elles (contre 15 % seulement en 2010).

1- La terminologie « Études en France » qui remplace désormais officiellement celle de « procédure CEF » n'est pas souvent utilisée.

→ Le Français Langue Étrangère (FLE)

Plus de la moitié des universités (55 %) indiquent désormais le niveau de langue requis pour suivre les cours. Ce taux est en très nette progression : ce n'était le cas que de 10 % des universités en 2010.

Plus de 90 % des établissements délivrent des informations sur les moyens offerts pour se perfectionner en français pendant le séjour d'études des étudiants, et ce à travers différents dispositifs. En revanche, l'information sur comment se préparer en français, avant le séjour, bien qu'en progression, reste très parcellaire (18 %). À signaler à cet égard, l'exemple de l'université de Toulon qui offre un lien vers les modules de préparation au test de

connaissance du français (TCF) du site de TV5 Monde. Ces simulations aux questions du test sont accessibles gratuitement en ligne. Le Centre d'études françaises (CUEF) de Perpignan propose de son côté, des stages linguistiques d'été « Campus Junior », avec 20 heures hebdomadaires de français, à destination des 12/16 ans.

→ Le système européen de transfert de crédits (ECTS)

Plus de la moitié des établissements délivre une information sur le système de crédits européens, généralement sous la forme d'un schéma de l'organisation des diplômes sur le modèle Licence/Master/Doctorat.¹



Test de connaissance du français en ligne - Université de Toulon



Centre universitaire d'études françaises à Perpignan

3- L'autopromotion des universités et la mise en valeur de la recherche

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

Signe de l'importance prise par les classements universitaires et leur médiatisation, les universités accordent une place croissante à leur présence dans ces différents *rankings*, au point, dans certains cas, d'afficher une rubrique dédiée (Lyon1, Rennes 1).

En ce qui concerne le classement de Shanghai², près d'une université sur cinq y fait référence (contre seulement 4 % en 2010). Les autres classements internationaux, notamment ceux publiés par le *Times Higher Education* ou QS ou sont également en forte progression, passant de 2 à 24 %. À Rennes 1, par exemple, sont cités les classements de Shanghai, QS, Times (THE), Leiden, Taiwan (NTU), US News & World Report, mais aussi le classement européen U-Multirank. Près d'une université sur deux mentionne également d'autres

classements : ceux publiés par les médias comme l'Étudiant (Lille 2, Poitiers), ceux réalisés par des sociétés privées comme SMBG (Lyon2, Cergy) mais aussi les enquêtes du ministère chargé de l'enseignement supérieur sur la réussite en licence.

→ Mise en valeur de l'appartenance à un réseau

69 % des universités mentionnent leur appartenance à un réseau dès leur page d'accueil, qui fait parfois l'objet d'une rubrique dédiée (« nos partenaires » à l'université d'Évry). Il s'agit généralement d'une référence à la Communauté d'universités et d'établissements (ComUE) avec un lien cliquable vers le site correspondant. On trouve également, mais de façon moins systématique, des références à des réseaux scientifiques ou internationaux, par exemple, pour l'université de Strasbourg : l'Université Franco-allemande (UFA), l'EUCOR

1- Les références au « label ECTS » ou au « label européen supplément au diplôme », distinctions honorifiques octroyées aux établissements d'enseignement supérieur qui appliquent correctement le système d'ECTS ou le supplément au diplôme, ne sont pas particulièrement mises en valeur par les universités françaises qui ont pu l'obtenir.

2- Pour en savoir plus sur les différents classements : http://ressources.campusfrance.org/publi_institu/agence_cf/notes/fr/note_47_fr.pdf

(campus européen réunissant les Universités de Bâle, Fribourg-en-Brisgau, Haute-Alsace et Strasbourg ainsi que le *Karlsruher Institut für Technologie*) ou encore la LERU (*League of European Research Universities*).

→ Mise en valeur de la recherche

Les activités de recherche des universités sont également mieux valorisées que dans le passé. La quasi-totalité des établissements propose désormais un onglet Recherche dès la page d'accueil et qui se décline ensuite en plusieurs entrées. Cette thématique alimente aussi fortement les rubriques agenda et actualité de la page d'accueil. Enfin, cette prise en compte de l'activité recherche se retrouve enfin sous la forme d'un onglet spécifique en page d'accueil pour les doctorants ou chercheurs étrangers.

→ Les investissements d'avenir

Plusieurs établissements n'hésitent pas à valoriser leur participation dans les différents appels à projets des investissements d'avenir (IDEX, Labex, Equipex...) initiés par le gouvernement à partir de 2010. Les projets lauréats sont souvent présentés dès la page d'accueil des universités (Bordeaux, Strasbourg, Lyon) et font parfois l'objet d'une rubrique dédiée (UPMC).



Thèse d'une étudiante lauréate en ligne - Université de Bordeaux

→ Mention des CV, des publications de professeurs ou d'autres publications

28 % des universités donnent accès facilement au CV des enseignants et 32 % mentionnent leurs publications. On trouve également fréquemment, une rubrique dédiée aux publications de l'établissement. L'accès à ces informations n'est cependant pas toujours directement accessible dès la page d'accueil, mais se retrouve par le biais des pages des composantes ou à partir de l'onglet Recherche. À signaler, l'initiative de l'université de Versailles qui propose une cévéthèque de ses enseignants chercheurs.

→ Récompenses obtenues par d'anciens étudiants ou par des professeurs

La valorisation des prix Nobel ou Médailles Field obtenus progresse de plusieurs points, passant de 1 à 8 % entre 2010 et 2016. Mais ce sont surtout les autres distinctions qui sont nettement mieux mises en valeur. Plusieurs universités proposent d'ailleurs une rubrique spécifique, aux intitulés variables : « Chercheurs à l'honneur » à Nice ou « Classement et distinction » à Versailles. Cette catégorie regroupe une grande variété de distinctions : médailles du CNRS, enseignants retenus par l'Institut Universitaire de France (IUF), prix divers... et jusqu'à la remise des prix *Honoris Causa* à des personnalités étrangères.



Rubrique « Chercheurs à l'honneur » - Université de Nice

→ Les écoles doctorales et la valorisation des thèses

La référence aux écoles doctorales est systématique (97 %, en progression de plus de dix points). De même, l'appartenance à un réseau d'école doctorale se généralise, passant de 21 à 65 %.

La visibilité des soutenances de thèse progresse également. Plus de la moitié des universités donnent cette information, en hausse de dix points par rapport à l'enquête de 2010. Parfois les soutenances sont annoncées dès la page d'accueil dans la rubrique agenda ou actualité, voire dans une rubrique dédiée du menu Recherche. En revanche, le lien vers les thèses en ligne est moins directement valorisé. Il ne concerne que 33 % des sites, un pourcentage en stagnation. L'accès au portail de ressources documentaires en ligne de l'université n'est pas toujours clairement indiqué ou mis en valeur.

4- Les informations pratiques

→ Les pages d'accueil

On retrouve sur les pages d'accueil des universités généralement les mêmes informations et menus.

Outre les icônes des réseaux sociaux, plusieurs liens ou pictogrammes renvoient vers les annuaires, les espaces ENT¹ (présents dans 92 % des sites) ou les versions en langues étrangères.



Menus d'accueil des universités d'Orléans et de Bordeaux

→ Les contacts internationaux, les services des relations internationales

Plus de 90 % des établissements proposent un contact en lien avec les relations internationales, généralement dès la première page du menu international. Il est souvent associé à l'organigramme du service des RI. Quelques universités se contentent d'une adresse générique pour contacter le service.

→ La préparation du séjour

En matière de préparation au séjour, d'importants progrès ont été fait pour l'accès à l'information. Les différentes sous-rubriques sont toutes en progression par rapport à l'enquête de 2010, et dans la grande majorité, mises à jour. Par rapport à la question du logement, abordée de façon quasi-systématique (90 %), celle concernant les bourses ou aides financières est en revanche moins généralisée (72 %). Le logement fait même parfois l'objet de guides spécifiques. Et il est à noter que ces éléments de préparation du séjour se retrouvent également très détaillés dans les guides d'accueil téléchargeables.



Guide d'accueil pour les étudiants internationaux - Universités Montpellier, Nîmes et Perpignan

→ L'accueil et les formalités à l'arrivée

Si l'information en matière d'accueil progresse, elle reste cependant en deçà des informations pratiques. De façon symptomatique, il n'existe pas toujours d'onglet dédié autour du thème de l'arrivée de l'étudiant international.

L'existence d'un guichet unique se développe, passant de 18 % à 2010 à 28 % en 2016, sans que cette dénomination soit toujours utilisée en tant que telle. Ces initiatives dépassent le seul cadre d'un établissement pour être commune à un territoire, ou proposé par la ComUE. Citons notamment le guide d'accueil commun à Nîmes, Montpellier et Perpignan. Signalons aussi le Service d'accueil des étudiants étrangers (SAEE) proposé à chaque rentrée universitaire par la Cité universitaire de Paris.

1- Environnement Numérique de Travail

La Toul'Box : une initiative de l'université fédérale de Toulouse

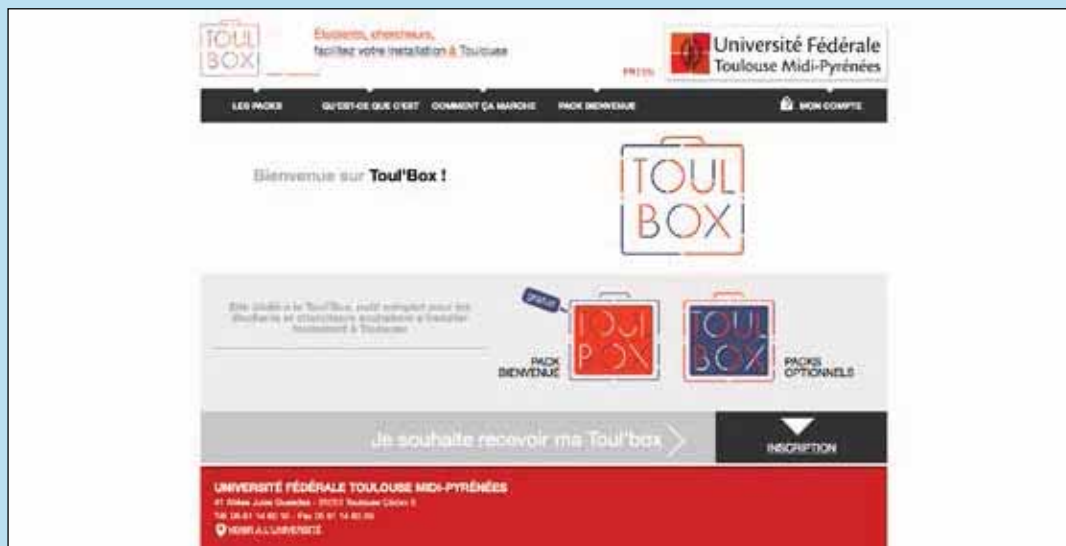
Portée par l'université fédérale de Toulouse Midi-Pyrénées, la Toul'Box est un site d'infos pratiques à destination des étudiants et chercheurs internationaux accueillis au sein de la vingtaine d'universités et d'établissements membres de cette structure.

Il existe un pack de bienvenue gratuit et des packs optionnels payants, parfois ciblés sur une population ou une ville en particulier (Toulouse, Tarbes, Albi). Le pack gratuit, accessible en ligne, détaille les formalités migratoires, le logement, la vie pratique, les avantages étudiants, les droits des étrangers.

Les packs optionnels payants

Le pack accueil à l'aéroport de 33 € consiste en la réservation d'une navette qui vient chercher l'étudiant à son arrivée à l'aéroport ou à la gare et le conduit à son logement. Les autres packs, d'un prix variable (jusqu'à 235 €), comprennent différents services : réservation d'un rendez-vous pour l'ouverture d'un compte bancaire, mise à disposition d'un didacticiel pour remplir la demande d'allocation logement, délivrance d'une carte personnelle de transports en communs, rendez-vous personnalisé...

<https://toulbox.univ-toulouse.fr/>



Toul'Box

► D'autres informations pratiques

→ Réseau des Alumni

24 % des universités proposent une mise en réseau des anciens diplômés (contre 11 % en 2010), qui peut prendre différentes formes. Celles qui mentionnent le Site France Alumni de Campus France sont plus rares.

→ Insertion professionnelle

La référence aux taux d'insertion professionnelle à la suite de la formation suivie, si elle apparaît nettement sur les pages destinées aux étudiants français, n'est pas mise en valeur sur la page d'accueil dédiée aux étudiants étrangers. En revanche, on trouve des liens vers les enquêtes d'insertion dans la partie réservée au service d'information et d'orientation.



France Alumni

5- Éléments de comparaison

→ Quelques sites de grandes écoles

À titre comparatif, ont été examinés les sites des Grandes écoles suivantes : Audencia, HEC, ESSEC, Sciences Po, EM Grenoble, Centrale de Lyon, Sup Agro Montpellier, École Sup de Chimie de Montpellier (ENSCM), Telecom Paris Tech, ENSAM

Les sites des grandes écoles ne proposent pas systématiquement une rubrique internationale sur leur page d'accueil. En revanche, toutes disposent d'une interface en anglais, avec cependant des informations qui ne sont pas toujours mises à jour.

Plusieurs établissements proposent des versions bilingues ou trilingues : en anglais/chinois pour Grenoble EM ou anglais/espagnol/chinois (ESSEC, Centrale Lyon). Le site d'Audencia Business School se décline en cinq langues : allemand, anglais, chinois, portugais, russe.

Comme pour les universités, on trouve aussi généralement des guides d'accueil téléchargeables ou, dans le cas de l'ESSEC, des brochures en anglais décrivant chaque programme d'études. Sup de co La Rochelle propose des brochures en anglais, espagnol, chinois.



Site de l'École de Management de Grenoble en version chinoise

À noter que la version anglaise de Telecom Paris Tech offre des news puisées dans des médias anglo-saxons (Nature.com, Euronews...), reflet d'une tendance des sites Internet à être de plus en plus orientés sur le contenu et à fonctionner comme un media en ligne.

Les classements internationaux sont généralement bien mis en valeur, soit à travers une rubrique dédiée (HEC, EM Grenoble), soit par des références sur la page d'accueil. HEC publie une rubrique « *ranking* », avec des liens vers *Le Financial Times*, le *Times Higher Education*, le classement du Point. Les accréditations des écoles (EQUIS, AACSB, AMBA) sont également bien visibles à travers leur logos sur la page d'accueil.

Comme pour les établissements étrangers (cf ci-dessous), plusieurs sites se caractérisent par une interface claire et resserrée, et avec un nombre limité d'entrées, facilitant la lecture et le repérage de l'information. C'est le cas des sites de l'ENSAM, de Telecom Paris Tech ou EM Grenoble.

→ L'exemple de Sciences Po

En raison d'un site jugé « trop lent et compliqué », Sciences Po a choisi de refondre entièrement son site Internet en 2014. Celui-ci a été revu en dissociant trois fonctions majeures : le portail (qui renvoie aux dizaines de sites de l'écosystème), la partie institutionnelle et le média, qui s'est beaucoup enrichie et développée selon le directeur de la communication, Jérôme Guibert (source : Livre blanc, la communication dans les établissements d'enseignement supérieur, *Head Way*).

Sciences Po s'est ainsi doté d'un site international qui centralise toutes les activités dans ce domaine : activités, réseau, études... Enfin, le *Welcome website*, dédié à l'accueil des étudiants étrangers recense conseils et infos pratiques en anglais.

Cette tentative de segmentation est intéressante face au trop-plein d'informations souvent constaté sur les sites Internet. Dans les faits, cette distinction n'est pas totalement opérante et l'accès aux sites destinés au public international n'est pas très évident.

→ Quelques bonnes pratiques sur l'accueil

> **Sup Agro Montpellier** offre tout un panel de prestations : accueil personnalisé à la gare ou à l'aéroport, cours de français, installation en résidence étudiante, aide aux démarches administratives et suivi des étudiants pendant tout leur séjour. L'école a également édité un Guide rédigé en français par et pour les étudiants internationaux : « Mon guide, mon ami fidèle ».

> **L'École Sup de Chimie de Montpellier (ENSCM)** offre également un accueil spécifique comprenant la réception à l'arrivée, l'aide aux démarches, les cours de français hebdomadaire et un système de parrainage international mis en place avec la ComUE (Communauté d'universités et d'établissements) de Languedoc-Roussillon.

Ce dispositif d'accueil gratuit et personnalisé est assuré par des étudiants bénévoles auprès des étudiants étrangers arrivant à Montpellier, Nîmes ou Perpignan. Le principe : accueillir, accompagner et guider dès leur arrivée dans la ville, les étudiants étrangers en mobilité individuelle ou en programme d'échange. Ainsi, en septembre et octobre, les nouveaux étudiants internationaux, sont accueillis, accompagnés et guidés par leurs « parrains ».

> **Autre initiative intéressante** : celle de l'ESSEC, avec son système d'ESSEC *Talk*. L'école a confié à des étudiants étrangers en formation dans l'établissement, la mission de répondre directement par mail à toute question des candidats internationaux.

→ Quelques sites d'universités étrangères

Les sites observés : Université de *La Sapienza* de Rome, Université de Barcelone, Université de Ghent, Université *Mc Gill* à Montréal, HEC Montréal, Université de Melbourne.

Les sites Internet des établissements étudiés se



Université de La Sapienza de Rome

caractérisent par leur approche claire et lisible. L'accès à l'information est facilité et direct.

Les pages internationales sont souvent resserrées sur l'essentiel des informations et la mise en valeur des différentes rubriques. L'information brute sous forme de textes courts est souvent privilégiée sur la mise en scène ou le contenu plus visuel.

Il existe souvent en plus des menus, une rubrique « Aller à l'essentiel » ou « Onglets populaires ». Dans le cas de l'université de Ghent par exemple, cette rubrique comporte une demi-douzaine de liens : Inscriptions et Prérequis, Recherche doctorale, Programmes d'échanges, Facultés, Cours internationaux, Bourses de Master, Frais de scolarité.

La majorité des sites sont dotés d'une version en anglais.

L'université de Barcelone propose, en plus de l'interface principale en catalan, des versions en espagnol, anglais et chinois. L'université de Melbourne propose des informations en 5 langues (arabe, portugais, russe, thaïlandais, vietnamien) et une recherche d'informations en fonction de son continent d'origine. L'établissement fournit également des contacts avec ses représentants locaux, répartis dans plus d'une dizaine de pays. L'Université Louis-et-Maximilien de Munich (LMU de Munich) propose une interface en anglais claire et bien organisée et toute une partie pratique sur les

différentes étapes d'un séjour d'études. Le site met également en valeur les MOOCs en anglais de l'université, partenaire de la plateforme COURSERA.

Plusieurs établissements font référence aux classements internationaux, et ce, dès la page d'accueil.

→ Quelques bonnes pratiques

> **À HEC Montréal**, c'est le comité d'étudiants HEChange qui organise la semaine d'accueil obligatoire des étudiants en échange : accueil personnalisé à l'aéroport, découverte de la ville, organisation des démarches administratives (immigration, assurance...).

> **Le site de Mc Gill**, université d'obédience anglophone à Montréal, a développé plusieurs pages sur l'environnement francophone de son campus. Intitulée « Découvrez le French side de Mc Gill » cette interface réunit un ensemble de textes et photos dans un esprit magazine.

> **L'université romaine de La Sapienza**, qui propose, dans sa rubrique « *Sapienza Social* » : le lien vers quatre applis pour téléphones mobiles, en plus des classiques liens vers les réseaux sociaux (Facebook, youtube, twitter et blog).

→ Focus sur quelques sites d'universités étrangères de langue anglaise (États-Unis, Royaume-Uni)

> **Imperial College à Londres**. Site en anglais uniquement. L'accès aux pages destinées aux étudiants internationaux se fait par une rubrique visible dès la page d'accueil. Elle offre la particularité de donner des informations en fonction de la zone géographique d'origine de l'étudiant (10 zones proposées, de l'Afrique à l'Asie du sud-Est en passant par l'Europe), avec des informations ciblées et des portraits d'étudiants de cette zone.

> **Université de Stanford**. Site en anglais uniquement. L'onglet « Admission » détaille les étapes de l'inscription, avec un mode d'emploi proposé pour l'inscription en ligne et les dates limites d'inscription. Une section est consacrée à l'aide financière.



Rubrique « Admission » - Université de Stanford

À noter : un onglet spécial dédié aux parents avec un contact, une ligne téléphonique, et de nombreux conseils pratiques : Comment envoyer un colis à mon enfant, Quelle est la météo à Stanford ? Où puis-je commander un gâteau d'anniversaire ?...

> **Université Massachusetts Institute of Technology (MIT)**. Site en anglais uniquement. Dans la rubrique « Admission », une partie dédiée aux candidats internationaux dans laquelle on insiste sur le faible taux de sélection (150 candidats retenus sur 4 000). Procédure d'inscription bien décrite avec les tests nécessaires et les scores attendus et les dates limites d'inscription.

6- Tableau récapitulatif

	2005	2010	2016	2016 vs 2010
INFORMATIONS GÉNÉRALES				
Langues du site				
Interface partiellement ou totalement en anglais	31 %	52 %	79 %	↑↑
Interface partielle en 3 langues (ou plus)	12 %	35 %	35 %	-
Présence d'une rubrique <i>International</i> sur page d'accueil de l'université				
	90 %	98 %	97 %	-
Guide d'accueil téléchargeable				
			75 %	
Inscription				
Descriptif des procédures de candidature / admission		81 %	92 %	↑
Calendrier de ces procédures		68 %	69 %	-
Formulaires d'inscription téléchargeables	42 %	55 %	65 %	↑
Possibilité d'inscription en ligne	14 %	42 %	61 %	↑
Formations :				
Description des formations en français		93 %	100 %	↑
Description des formations en anglais		2 %	32 %	↑↑
Description des formations dispensées en anglais		15 %	42 %	↑↑
Conditions d'accès à cette formation :				
Pré-requis académiques		77 %	89 %	↑
Niveau de langue		10 %	55 %	↑↑↑
Moteur de recherche sur les formations proposées				
		39 %	76 %	↑↑↑
Langue française :				
Informations disponibles sur les cours de français pour se préparer avant le départ		14 %	18 %	-
Perfectionnement à l'arrivée et pendant le séjour		68 %	93 %	↑↑

	2005	2010	2016	2016 vs 2010
MISE EN VALEUR ACADÉMIQUE ET SCIENTIFIQUE				
Citation du rang de l'université au classement de Shanghai		4 %	19 %	↑
Citation du rang de l'université à un autre classement international		2 %	24 %	↑↑
Citation du rang de l'université à un autre classement		4 %	49 %	↑↑↑
Mise en valeur de l'appartenance à un Réseau (ComUE, réseau international...)		56 %	69 %	↑
CV des professeurs		11 %	28 %	↑
Nombre de publications des professeurs		8 %	32 %	↑↑
Citation des récompenses obtenues par d'anciens étudiants ou des professeurs :				
Prix Nobel		1 %	8 %	↑
Médailles Fields		1 %	8 %	↑
Autre		14 %	62 %	↑↑↑
Mise en valeur des activités de recherche :				
Lien vers les écoles doctorales		83 %	97 %	↑
Lien vers les réseaux d'écoles doctorales (Collèges doctoraux internationaux, collèges bilatéraux...)		21 %	65 %	↑↑↑
Lien vers les thèses en ligne		33 %	33 %	-
Lien vers soutenance de thèse en cours		44 %	54 %	↑
INFORMATIONS PRATIQUES				
Espaces ENT			92 %	
Contacts internationaux		86 %	93 %	↑
Contacts au sein des services des Relations Internationales clairement indiqués		80 %	86 %	-
Préparation du séjour d'études :				
Formalités de visa		75 %	82 %	↑
Logement		77 %	90 %	↑
Bourses ou aides financières		50 %	72 %	↑↑
Accueil et formalités à l'arrivée :				
Titre de séjour		69 %	79 %	↑
Couverture sociale		65 %	83 %	↑
Logement		68 %	90 %	↑↑
Aide au logement		48 %	77 %	↑↑
Système de parrainage par un étudiant ou professeur français		15 %	32 %	↑
Information sur la législation du travail en France (droits et procédures selon les types de visas)		37 %	26 %	↓
Dispositifs d'intégration (événements, excursions, journées spécifiques avec calendrier)		14 %	44 %	↑↑
Existence d'un guichet unique		18 %	28 %	↑
Réseau d'alumni			24 %	
Lien vers le site de Campus France		64 %	90 %	↑↑
Informations sur la procédure CEF / Études en France		42 %	69 %	↑↑

Depuis 2010, on constate une très nette amélioration de l'accueil et de l'information des étudiants étrangers par les universités françaises. En six ans, un cap a été franchi en termes de généralisation de l'information destinée au public international.

Non seulement la quasi totalité des établissements dispose d'une rubrique internationale sur leur page d'accueil, mais la plupart des critères relatifs à ces questions progressent de façon très sensible.

Près de 8 universités sur dix (contre seulement 52 % en 2010) ont désormais une interface en anglais. Les établissements sont également plus d'un tiers à offrir un contenu trilingue, un chiffre probablement à réévaluer à la hausse, si l'on considère l'offre plurilingue également proposée sous la forme de guide téléchargeable.

Même si la richesse du contenu traduit en langue étrangère varie d'un site à l'autre, cette tendance forte témoigne d'une évolution qualitative dans la communication vers le public international.

Que ce soit sur les modalités d'inscription, sur les contenus de programmes (où l'anglais progresse de façon notable), mais aussi sur la meilleure valorisation de leurs atouts en matière de classement ou de recherche, les établissements ont bien pris conscience de l'importance de l'enjeu. On notera aussi un souci indéniable de mise à jour de l'information. À de rares exceptions près, les sites sont régulièrement actualisés.

Cette enquête reflète une tendance à la mutualisation des efforts en matière d'accueil, administrés de plus en plus au niveau d'une communauté universitaire ou territoriale. Plusieurs exemples illustrent cette tendance encore émergente, à relier avec le regroupement récent ou la fusion de

certaines universités (Bordeaux, Toulouse...). De même la mutualisation des liens vers des ressources documentaires, notamment celles proposées par Campus France, est bien engagée et ne peut qu'être encouragée.

Au-delà de la progression générale de l'information, les établissements ont encore des efforts à faire sur certains points en particulier. On peut citer par exemple une communication encore trop lacunaire en terme de préparation linguistique en français ou d'information sur la législation du travail en France. Il semble que ces éléments aient été jugés moins directement prioritaires que ceux concernant la vie pratique (visas, logement, protection sociale, bourses).

De même, si les dispositifs d'intégration ont bien progressé (en hausse de trente points entre 2010 et 2016), plus d'une université sur deux ne communique pas spécifiquement sur ce thème. Il reste des marges de progression pour valoriser les dispositifs existants en matière d'accueil et d'intégration (parrainage, journées d'accueil, guichet unique...).

Plus généralement, la lisibilité des informations délivrées sur les sites est aussi probablement à améliorer. Face à l'abondance de l'information disponible sur un site universitaire, une réflexion est à mener pour encore mieux les hiérarchiser et faciliter leur lecture. À cet égard, l'exemple des établissements étrangers, remarquables dans leur traitement synthétique et ordonné de l'information pour les étudiants et candidats étrangers, pourrait donner des pistes d'inspiration.

Voici quelques-unes des conclusions, non exhaustives, tirées à l'issue de cette enquête menée par Campus France en 2016 auprès de 72 universités.

Méthodologie Menée entre avril et juin 2016, la présente étude sur les 72 universités de France*, 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, les formalités administratives, voire également les activités proposées aux étudiants étrangers.

Cette note propose par ailleurs des éléments comparatifs avec quelques sites des grandes écoles françaises et également, avec quelques sites de quelques grandes universités étrangères.

* Source CPU hors universités technologiques : Université technologique de Belfort Montbéliard (UTBM), Université technologique de Compiègne (UTC) et Université technologique de Troyes (UTT).

Agence Campus France

Directrice de la publication :

Béatrice Khaïat, Directrice générale

Comité éditorial :

Stéphane Felut-Paris, Directeur des Systèmes d'information ; **Nabil M'Silti**, Responsable alumni, Direction des Systèmes d'information ; **Anne Benoit**, Directrice du Service Communication, presse et études.

Réalisation de l'étude et rédaction : **Mathieu Oui**, Consultant.

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

Réalisation : Studio Boss - Paris

Impression et diffusion : Desbouis Grésil Imprimeur

Campus France

Agence française pour la promotion de l'enseignement supérieur, l'accueil et la mobilité internationale

28 rue de la Grange aux Belles - 75010 Paris

www.campusfrance.org

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

Juillet 2016

ISSN 2117-8348

Placé sous la tutelle des ministères chargés des Affaires étrangères et de l'enseignement supérieur, Campus France a pour principales missions la promotion et la valorisation de l'enseignement supérieur français à l'étranger, l'accueil des étudiants étrangers en France et la gestion des boursiers des gouvernements français et étrangers.

