

Image et attractivité de la France auprès des étudiants étrangers

principaux résultats du baromètre Campus France



TNS Sofres

En 2013, la France a accueilli plus de 289 000 étudiants étrangers. Afin de mieux cerner leurs attentes, leurs motivations à venir en France et leurs différents niveaux de satisfaction, Campus France les a interrogé à nouveau. Deux ans après sa première étude, Campus France publie son nouveau baromètre sur l'image et l'attractivité de la France auprès des étudiants étrangers, réalisé par TNS Sofres.

Cette année encore, près de 20 000 étudiants à travers le monde ont accepté de répondre, notamment grâce à l'aide apportée par les établissements d'enseignement supérieur français, membres du Forum, et les Espaces Campus France dans la diffusion de l'enquête. Grâce à cette très forte participation et une répartition géographique représentative, il est possible d'effectuer des analyses approfondies sur les grandes zones géographiques et sur les principaux pays d'origine des étudiants. Cette étude apporte aussi de nouveaux éléments de réponses à certaines questions comme l'impact qu'a pu avoir la « circulaire Guéant » ou l'importance de l'accueil des Français pour les étudiants étrangers.

Que cherchent les étudiants internationaux ? Comment la France se positionne-t-elle face à ses concurrents ? Quels sont ses atouts et handicaps ? Quel rôle joue la langue française dans le choix de la France comme destination d'études ?

Quel est le vécu de ces étudiants qui ont choisi la France ? Quel bilan tirent-ils de cette expérience et quels bénéfices, notamment professionnels, en retirent-ils ? Enfin, quels liens conservent-ils avec la France et deviennent-ils des prescripteurs du pays pour les générations d'étudiants suivantes ?

Les réponses à ces questions sont autant de clefs permettant d'identifier les leviers pour renforcer l'attractivité de la France comme destination pour les études supérieures.

Méthodologie

► **Échantillon :**
19 738 étudiants étrangers dont

- **11 055** ont prévu de venir en France étudier prochainement (Cohorte 1) ;
- **4 908** sont actuellement en France pour leurs études (Cohorte 2) ;
- **3 775** ont fait des études en France (Cohorte 3).

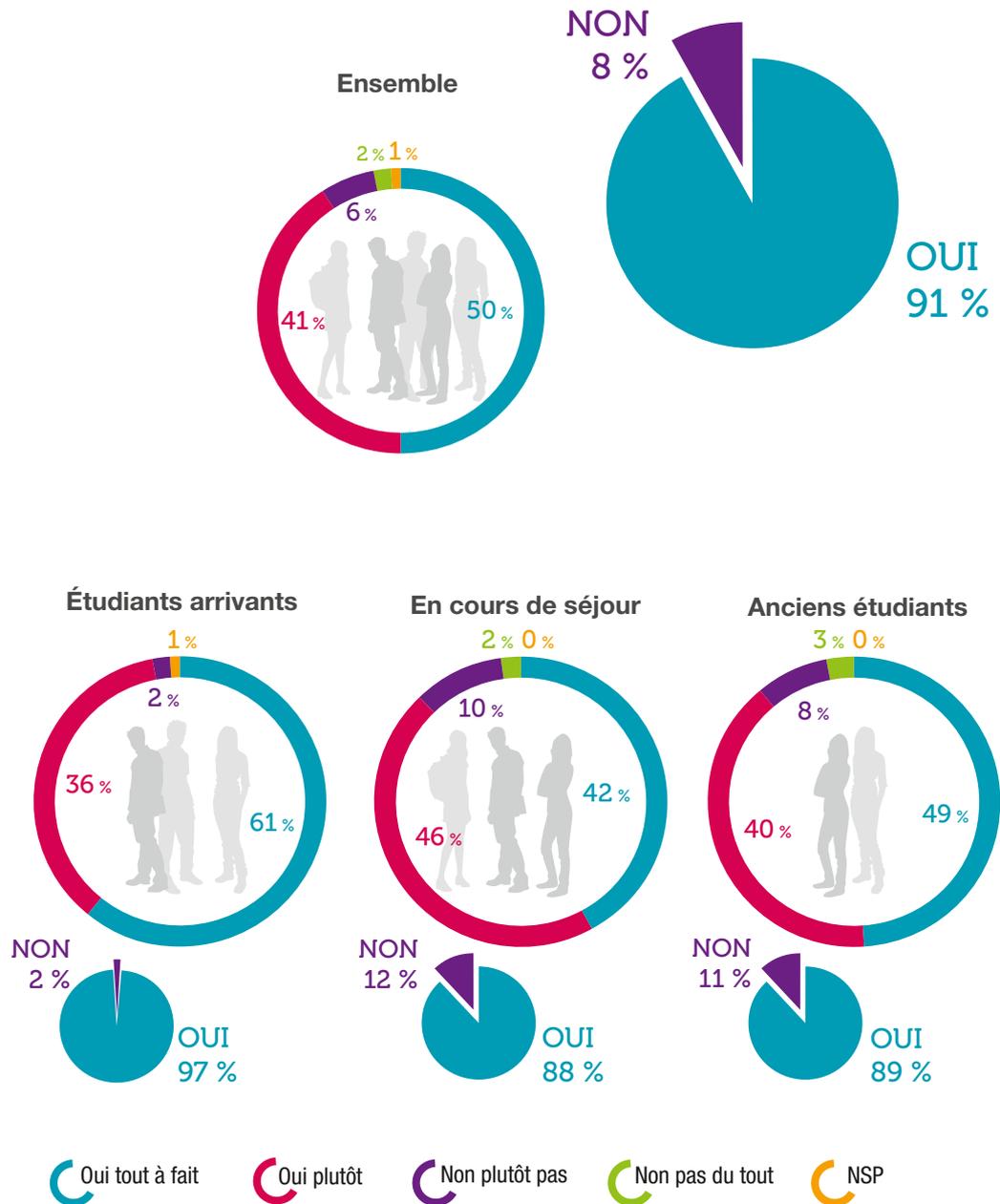
► **Mode de recueil :**
Interviews réalisées online via site et via envoi d'emails

► **Dates de l'enquête :**
du 5 juillet au 16 octobre 2013

PARTIE 1

▶ Recommanderiez-vous à vos amis ou à vos connaissances de venir faire leurs études en France ?

- La destination France reste attractive
- Le choix se fait dans un environnement de plus en plus concurrentiel
- La qualité de l'enseignement figure en tête des motivations pour venir étudier en France
- L'information fournie par Campus France et par les Espaces Campus France obtient un bon taux de satisfaction
- La Francophonie et l'enseignement supérieur en France se renforcent mutuellement



Base : Ensemble (19 738) - Nouveaux arrivants (11 055) - En cours de séjour (4 908) - Anciens étudiants (3 775)

Les grandes tendances : 9 étudiants étrangers sur 10 recommandent la France comme destination d'études

La France reste une destination attractive : 91 % des étudiants étrangers ayant choisi la France la recommanderaient comme destination d'études. Ce chiffre est confirmé par les anciens étudiants (89 %) et par les étudiants en cours de cursus (87 %).

Ce choix s'est fait dans le cadre d'une plus forte mise en concurrence : 45 % (+5 points vs. 2011) des étudiants ayant choisi la France déclarent avoir hésité avec un autre pays.

Les étudiants interrogés souhaitent étudier à l'étranger pour :

- **Obtenir un diplôme internationalement reconnu :** 37 % ;
- Acquérir une expérience internationale : 34 % ;
- Bénéficier de meilleures conditions d'enseignement : 32 % ;
- **Vivre une expérience personnelle enrichissante :** 32 %.

Les principales raisons du choix de la France restent :

- **La qualité de la formation :** 51 % (+6 points vs. 2011) ;
- La connaissance de la langue française : 42 % ;
- La réputation des établissements ou des enseignants en France : 37 % (+6 points vs. 2011) ;
- La valeur des diplômes : 35 % ;
- L'intérêt culturel de la France : 35 %.

91 % des étudiants reconnaissent à la France un grand rayonnement culturel et artistique, 88 % d'entre eux affirme qu'elle bénéficie d'une histoire prestigieuse et dispose d'un grand rayonnement intellectuel et scientifique.

Parmi les atouts généralement attribués figurent :

- **La valeur de ses diplômes (cohorte 1 : 87 %, cohortes 2 et 3 : 88 %) ;**
- La qualité de son enseignement (cohorte 1 : 83 %, cohortes 2 et 3 : 86 %) ;
- La qualité de ses méthodes d'enseignement (cohorte 1 : 78 %, cohortes 2 et 3 : 80 %) ;
- Le coût des études (cohorte 1 : 73 %, cohortes 2 et 3 : 77 %).

L'intérêt touristique, l'art de vivre en France et les possibilités de sorties et de loisirs (avec des niveaux de satisfactions proches de ou supérieurs à 80 %), augmentent encore l'attrait de la destination.

Pour les nouveaux arrivants, 74 % ont utilisé le site Campus France pour se renseigner (vs 58 % pour l'ensemble) ce qui en fait la première source devant l'entourage (47 %) et les autres sites Internet (42 %).

A l'issue de leur séjour en France 89 % des étudiants présents et 91 % de ceux ayant achevé leurs études sont satisfaits ou très satisfaits de leur séjour en France (près de la moitié sont très satisfaits).

Néanmoins, certaines critiques sont émises concernant¹ :

- La possibilité de travailler en France à l'issue des études : 52 % d'insatisfaits ;
- Le coût du logement et l'offre de logement : 52 % et 46 % d'insatisfaits ;
- Les procédures administratives : 52 % d'insatisfaits ;
- Le coût de la vie : 47 % d'insatisfaits.

Si environ un étudiant sur trois est critique vis-à-vis de l'accueil en général des étrangers en France², ils sont 82 % à reconnaître avoir été bien accueillis par le pays, et 86 % par leur établissement d'études. L'avis est en revanche un peu plus mitigé en ce qui concerne l'accueil réservé par les étudiants français qui a déçu près de 3 étudiants sur dix.

Bilan pour les étudiants ayant terminé leur séjour :

94 % estiment que leurs études en France ont été pour eux un enrichissement personnel, 86 % qu'elles ont valorisé leur cursus universitaire, 70 % qu'elles ont favorisé leur insertion professionnelle, 52 % que ce séjour est d'ores et déjà tout à fait utile dans le cadre de leur activité et 84 % qu'il le sera probablement à l'avenir.

70 % utilisent au moins de temps en temps le français comme langue de travail, 75 % avec des amis.

70 % ont un certain nombre de contacts personnels et 43 % professionnels, avec la France. On peut estimer à environ 70 % le nombre de ceux qui restent en contacts réguliers avec la France.

1- Base : cohortes 2 et 3

2- Question posée : « En France de manière générale, êtes-vous satisfait des conditions d'accueil ? »

Les Principaux résultats du Baromètre Campus France 2013

1- La France, une destination attractive³

► Le développement personnel et culturel comme moteurs de la mobilité

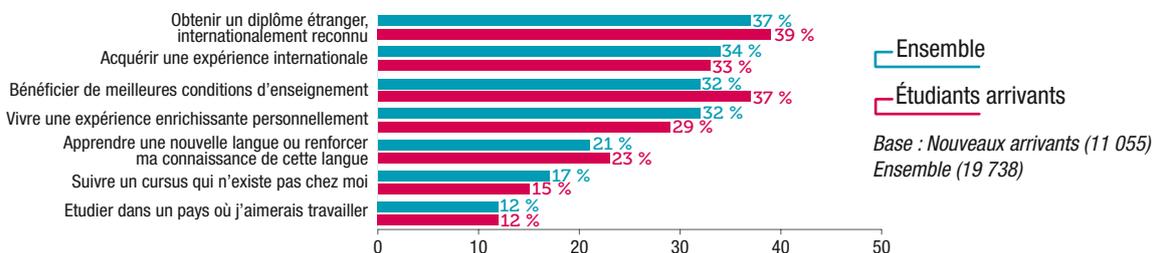
Quatre principaux moteurs d'un cursus international pour les étudiants étrangers se détachent à part égale : le souhait d'obtenir un diplôme étranger internationalement reconnu (37 %), la volonté d'acquérir une expérience internationale (34 %), l'espoir de bénéficier de meilleures conditions d'enseignement (32 %) et celui de vivre une expérience personnelle enrichissante (32 %). La volonté d'apprendre une nouvelle langue ou de la renforcer apparaît au 5^e rang (21 %).

L'étude permet d'identifier **deux caractéristiques fondamentales** pour choisir le pays parmi les dix proposées : la qualité globale de l'enseignement universitaire du pays (68 %) et l'existence d'une formation correspondant à leurs attentes (60 %).

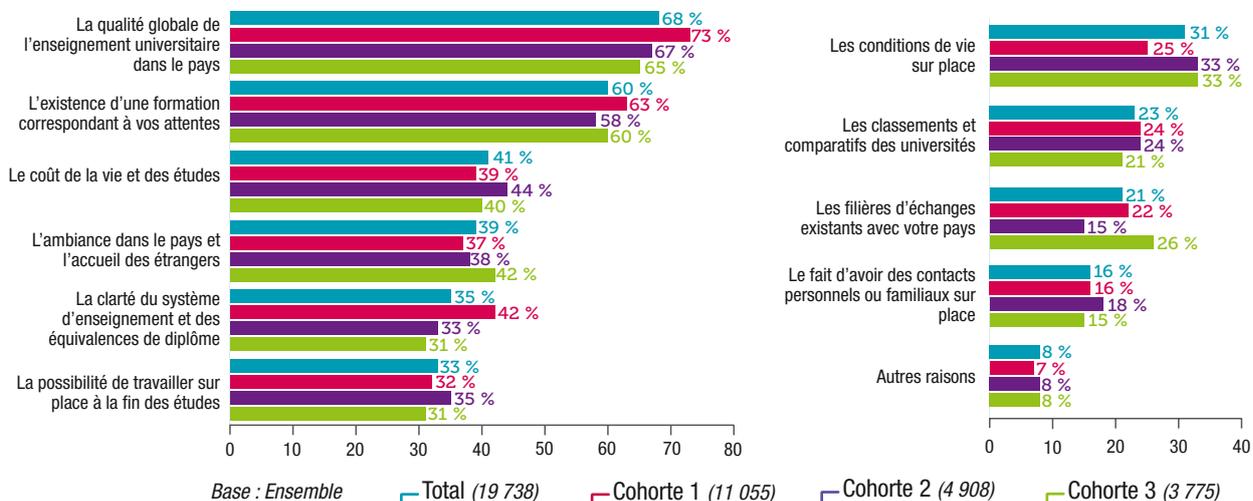
Viennent ensuite : le coût de la vie et des études (41 %), l'ambiance dans le pays et l'accueil des étudiants étrangers (39 %), la clarté du système d'enseignement et les équivalences de diplômes (35 %).

La possibilité de travailler sur place à la fin des études ne fait partie des critères de choix initiaux des pays de destination que pour 33 % des étudiants interrogés.

► Quelles sont les 2 raisons principales pour lesquelles vous avez choisi de venir étudier dans un autre pays que le vôtre ?



► Quels sont les critères les plus importants à vos yeux pour décider à quel endroit aller faire des études à l'étranger ?



3- Pour mémoire, l'étude porte exclusivement sur les étudiants étrangers ayant initialement ou finalement choisi la France.

► Les atouts de la France face à la concurrence : une combinaison complexe

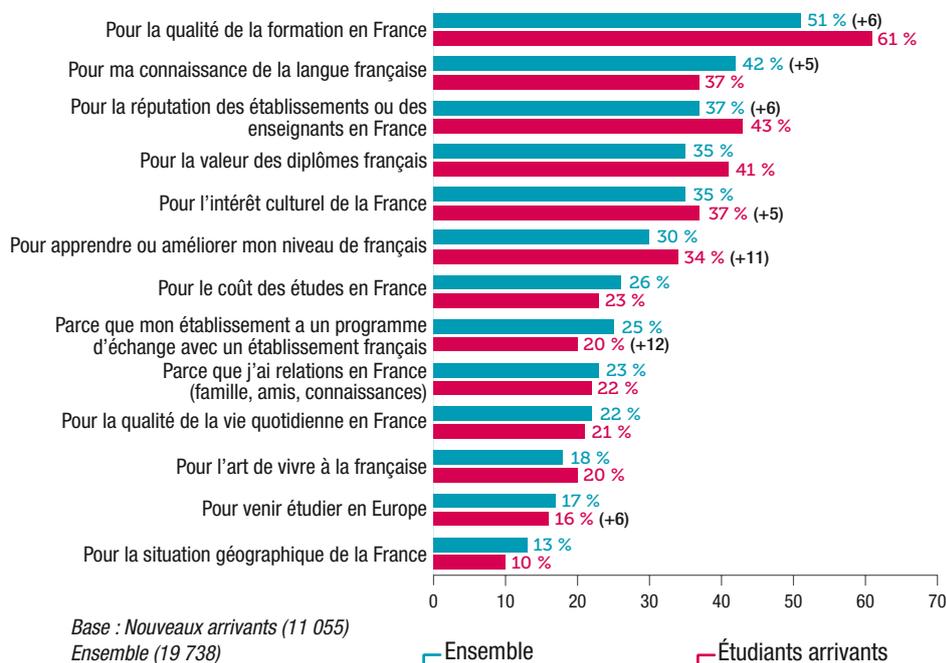
La France tire son attrait de plusieurs atouts dont la combinaison varie selon de nombreux facteurs dont l'origine géographique des étudiants, la langue, les moyens financiers, l'intérêt pour la culture française, etc.

Globalement, les atouts les plus solidement reconnus à la France se sont encore renforcés

ces deux dernières années et en premier lieu ses atouts pédagogiques : la qualité de sa formation (51 % / +6), la réputation de ses établissements d'enseignement (37 % / +6) ou la valeur de ses diplômes (35 %). La connaissance de la langue française 42 % (+5) et la volonté de perfectionnement en français (30 %⁴) ont également pesé dans le choix.

Sur un plan plus détaillé, les attraits pédagogiques escomptés sont **encore plus marqués chez les nouveaux arrivants** : ainsi, 61 % d'entre eux soulignent la qualité de la formation française.

► Pour quelle(s) raison(s) avez-vous choisi la France plutôt qu'un autre pays ?



D'importantes variations sont enregistrées dans les composantes du choix France, selon l'origine géographique :

- La qualité de la formation est considérée comme le principal facteur d'attractivité dans les pays d'Afrique (72 %), du Maghreb (57 %) et du Moyen-Orient (50 %), alors que l'on cherche avant tout à perfectionner son français pour les pays de l'Union européenne (56 %). Dans le reste du monde, l'intérêt culturel de la France domine, culminant même à 69 % pour l'Amérique du Nord.
- Parmi les autres spécificités, on note que la connaissance de la langue française n'est citée que par 26 % des étudiants d'Asie-Océanie (vs 42 % au global). Ils sont donc plus motivés par la possibilité de se perfectionner (43 % vs 30 % au global). Ce phénomène est également observable en Amérique du Sud. Les étudiants africains se

distinguent par l'attrait qu'opère sur eux la valeur des diplômes français (58 % vs 35 % au global) et la réputation des établissements et des enseignants français (51 % vs 37 %).

- Ce coût des études en France, est placé au 7^e rang pour l'ensemble (26 %) sauf les étudiants d'Asie/Océanie pour qui il vient en 2^e position (45 %).

Chez les étudiants de la cohorte 1, l'examen des motifs d'inquiétude des étudiants dont l'image de la France est la plus mitigée, montre qu'ils concentrent leurs doutes sur les **aspects économiques** (coût de la vie, du logement, possibilité de trouver un job étudiant) et **relationnels** (accueil des étrangers et l'hospitalité des Français, procédures administratives). En venant en France, ces mêmes étudiants ont finalement passé outre ces craintes, généralement compensées par la qualité de l'enseignement qu'ils estiment pouvoir recevoir.

Principal facteur d'attractivité :
La qualité de la formation

4- À noter la progression de 11 points sur la cohorte 1 par rapport à 2011.

2- L'image de la France : un pays où il fait bon vivre et apprendre

Spontanément et prioritairement, les étudiants étrangers associent à la France **sa culture et la qualité de son enseignement**. Ils la trouvent belle, accueillante et hospitalière par sa gastronomie et sa qualité de vie, et l'associent aux valeurs de Liberté et d'Égalité.

Son rayonnement culturel et artistique (91 %), intellectuel et scientifique (88 %), son histoire prestigieuse (88 %) sont massivement reconnus. Dans l'ensemble, 80 % lui attribuent un rôle diplomatique important. Cependant, si 64 % lui

attribuent une économie stable et performante, cela représente un recul de 14 points par rapport à 2011.

Les résultats du baromètre démontrent l'importance majeure que revêt la qualité du séjour de l'étudiant sur leur image ultérieure du pays d'accueil. La stratégie d'influence à long terme de la France dépend tout autant de sa capacité à attirer les étudiants étrangers qu'à ne pas décevoir leurs espoirs pendant leur séjour.

3- Le choix de la France face à la concurrence⁵ : la pression augmente

Démonstration de la concurrence grandissante, la **proportion de ceux qui ont mis la France en concurrence** augmente en 2013 (45 % / +5).

Comme en 2011, **quatre des huit pays les plus souvent mis en concurrence sont de langue anglaise** (États-Unis, Canada, Royaume-Uni, Australie), devant l'Allemagne. Une évolution chez les nouveaux arrivants : le Canada se situe à la seconde place, la Belgique au 5^e rang (25 %) devant la Suisse désormais talonnée par l'Espagne (15 %), l'Australie étant dépassée par l'Italie (13 %). La langue, la proximité géographique et le coût du séjour, peuvent expliquer ces hésitations.

Il est néanmoins rassurant de constater qu'au sein des hésitants la France était le premier choix pour 77 %.

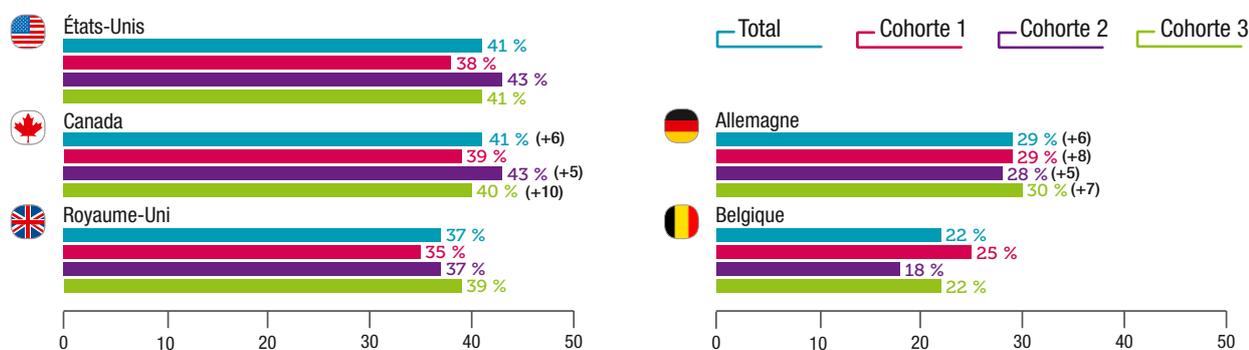
Au final, seul un répondant sur dix a choisi la France par défaut.

→ Ce sont les étudiants du Maghreb qui choisissent le plus souvent la France en exclusivité (62 %) devant ceux de l'Europe hors UE (59 %).

→ La mise en concurrence est en revanche plus fréquente chez les étudiants d'Amérique du Nord (51 %).

→ Alors que 42 % des anciens étudiants de la zone Asie/Océanie avaient choisi la France sans mise en concurrence, ils sont désormais 70 % et la tendance est confirmée entre les deux cohortes les plus récentes. En revanche, la proportion de ceux qui optent par défaut pour la France a reculé de 11 % chez les étudiants en cours d'études à 4 % chez les nouveaux.

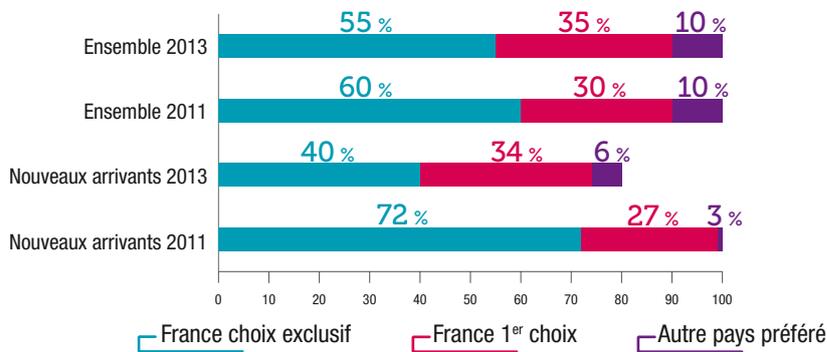
▶ Les pays anglo-saxons continuent de dominer le classement des pays avec lesquels ils ont hésité. L'Allemagne enregistre une forte progression par rapport à 2011



Base : A hésité avec d'autres pays

5- Pour mémoire : l'échantillon interrogé est constitué uniquement d'étudiants ayant finalement opté pour la France.

Avez-vous hésité avec d'autres pays ?
Si oui : la France était-elle votre premier choix ou n'avez-vous pas réussi à aller dans un autre pays ?



Base : ensemble 2013 (19 738) - Nouveaux arrivants 2013 (11 055) - Nouveaux arrivants 2011 (5 713)

4- Un bilan du séjour largement positif pour les étudiants des cohortes 2 et 3

Les étudiants en mesure de porter une appréciation (en cours d'études ou les ayant terminées) déclarent massivement leur satisfaction à 90 %, dont 41 % très satisfaits.

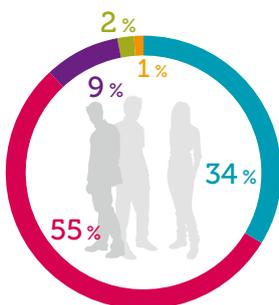
La satisfaction étant générale, c'est du côté des « très satisfaits » que l'on peut identifier des différences significatives entre les différents profils d'étudiants. Ainsi, cette population enchantée est plus importante chez les anciens étudiants (48 %), le temps effaçant probablement les petits

mécontentements vécus au quotidien par les étudiants en cours de séjour, pour conserver l'essentiel du sentiment positif.

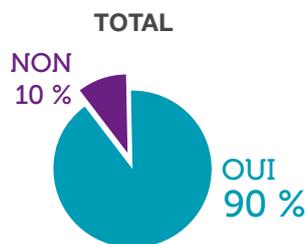
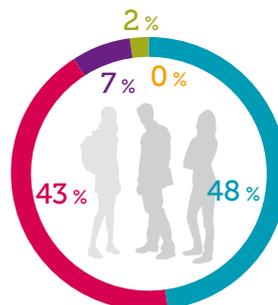
En approfondissant davantage l'analyse sur les étudiants qui sont venus en France par défaut (1 sur 10), 30 % d'entre eux ont finalement été séduits, 40 % tracent un bilan en demi-teinte et seuls 30 % restent sur leur position critique.

Êtes-vous (avez-vous) été satisfait de votre séjour en France de manière générale ?

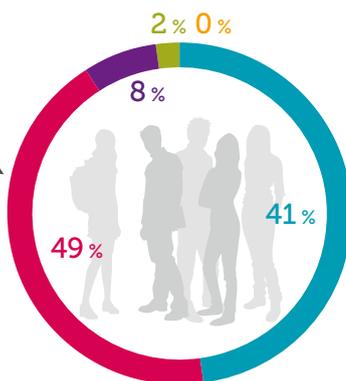
Étudiants en cours de séjour



Anciens étudiants



- Oui tout à fait
- Oui plutôt
- Non plutôt pas
- Non pas du tout
- NSP



Base : en cours de séjour (4 908) + anciens étudiants (3 775)

23 %

des étudiants internationaux prolongent leur séjour d'études par une activité professionnelle

→ Sur le plan géographique, les étudiants d'Amérique centrale sont les plus satisfaits de leur séjour, avec tout juste 3 % de déçus, tandis que ce taux culmine à 13 % des étudiants du Maghreb.

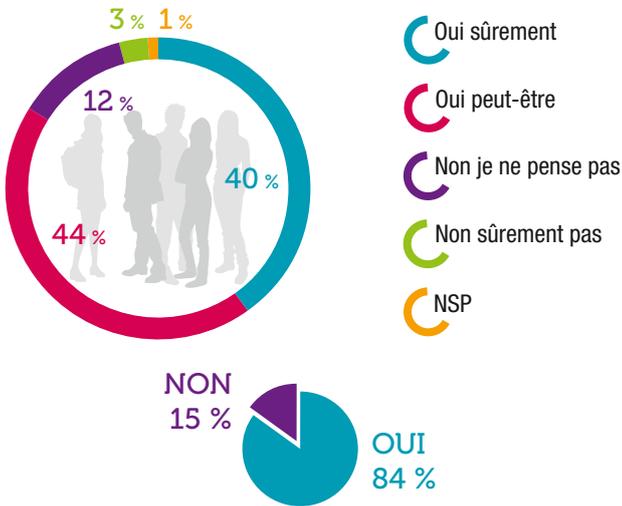
En répondant au baromètre, les étudiants ont su faire la part des choses entre leurs résultats scolaires et leur bilan général du séjour : le taux d'obtention du diplôme (71 %) reste équivalent entre les plus satisfaits et les plus critiques.

Pour les étudiants de la cohorte 3, **les bénéficiaires reconnus après le séjour sont à la fois massifs et très diversifiés** : 94 % en retirent un enrichissement personnel, 86 % estiment qu'il a valorisé leur cursus universitaire.

Sur le plan de l'exploitation professionnelle, 70 % pensent que ce séjour a ou aura une influence directe sur leur insertion professionnelle. 52 % pensent que ce séjour leur est déjà tout à fait utile dans le cadre de leur activité, cependant 84 % sont convaincus que leur séjour leur sera utile à l'avenir dans le cadre de leur activité.

▶ Avez-vous l'intention de prolonger vos études par une première expérience professionnelle ?

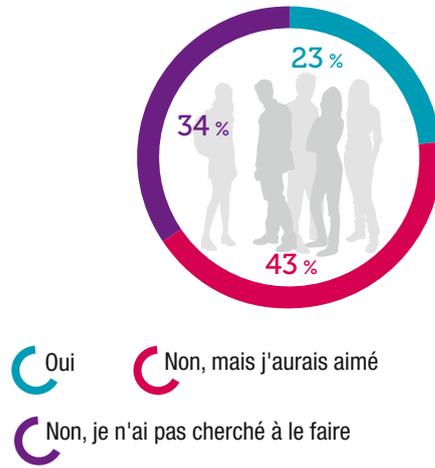
Étudiants poursuivant leurs études en France



Base : nouveaux arrivants (11 055) + en cours de séjour (4 908)

▶ Avez-vous prolongé votre séjour d'études en France par une activité professionnelle en France ?

Anciens étudiants désormais actifs



Base : Cohorte 3 (3 775)

▶ Les motifs de satisfaction sont multiples

De façon plus qualitative, **les motifs de cette satisfaction** quasi générale recourent logiquement les motivations initiales exaucées du choix de la France.

Neuf étudiants sur dix sont confortés dans l'intérêt culturel et touristique de la France. L'art de vivre en France, les possibilités de sorties et de découverte en séduisent plus de 80 %.

Parallèlement, 86 % sont, à l'usage, satisfaits de la qualité de l'enseignement et de la valeur des diplômes, 80 % des méthodes d'enseignement et 77 % de la qualité des infrastructures sur le campus, mais aussi 77 % du coût des études.

Néanmoins, le tableau n'est pas parfait et des motifs d'insatisfaction apparaissent de façon très nette dans le baromètre.

▶ Aux sources des insatisfactions : les débouchés professionnels et les contraintes économiques

En 2013, à part les ressortissants de l'Union européenne majoritairement positifs sur ce point (65 %), 52 % de la cohorte 2 et 3 font des insuffisantes possibilités de travailler en France à l'issue de leurs études un de leur principaux motifs d'insatisfaction.

Très concrètement, **58 % ont la sensation qu'au cours des années récentes, il est devenu plus difficile qu'avant de travailler en France après ses études**, chiffre qui monte encore à 62 % parmi les anciens étudiants ou ceux en cours de séjour. Ils ne sont que 18 % d'un avis opposé.

La question mérite d'être soulevée car il existe **une corrélation marquée entre le bilan général du séjour et la perception de l'évolution des débouchés professionnels en France**.

La dimension économique du séjour est souvent la principale source de déceptions : 47 % regrettent le coût de la vie en France, la rareté de l'offre de logement (46 %) et son coût (52 %).

Comme en 2011, les procédures administratives ont négativement marqué plus de la moitié des étudiants interrogés (52 %), en faisant l'un des tous premiers griefs pendant ou après le séjour.

- ➔ Les étudiants d'Amérique du Nord sont les plus critiques sur les procédures administratives (71 % vs 52 % pour les autres étudiants) et sur la qualité des infrastructures des campus (42 % vs 19 %).
- ➔ Ceux du Maghreb pointent du doigt le coût du logement (64 % vs 52 %) et de la vie en général (58 % vs 47 %).
- ➔ A l'inverse, près de trois étudiants d'Asie/Océanie sur quatre sont, à l'expérience, satisfaits du coût de la vie (71 % vs 51 %).

▶ Une prescription massive

Conséquence de la bonne appréciation générale et du bilan positif du séjour, rares sont les étudiants étrangers qui ne deviennent pas par la suite prescripteurs potentiels de la destination France. **91 % recommanderaient la destination dont 51 % « tout à fait »**. Le taux varie un peu entre les étudiants en cours de cursus (42 %) et les anciens (49 %).

- ➔ Les meilleurs Ambassadeurs, prêts à recommander sans réserve la France comme destination d'étude, se recrutent parmi les ressortissants d'Amérique centrale (72 %) ou latine (66 %). A l'inverse, il faut aller en Asie-Océanie ou en Amérique du Nord pour trouver un maximum de non-prescripteurs dont la proportion reste toutefois limitée à 11 %.

Parmi les 10 % les plus critiques sur leur séjour, 6 étudiants sur 10 prescriraient néanmoins la destination.

5- L'intégration des étudiants : facteur clef du séjour

Dans l'ensemble, la qualité de l'accueil en France est plutôt appréciée. 82 % estiment avoir reçu un bon accueil en France dont 30 % sans réserves. La qualité de l'accueil des établissements est soulignée par 86 % dont 45 % très satisfaits.

Un bémol apparaît néanmoins au niveau de l'accueil par les étudiants français vis-à-vis duquel 27 % se montrent critiques. Concrètement, il est plus facile à un étudiant étranger de terminer son séjour en ayant noué des amitiés avec d'autres étudiants étrangers qu'avec des étudiants français (80 % vs 69 %).

Sur un plan général, 67 % ont jugé leur intégration facile et 17 % très facile. A l'inverse, 32 % ont eu des difficultés d'intégration dont 5 % très difficiles.

L'analyse permet de constater que cette difficulté d'intégration n'est pas corrélée au niveau de français à l'arrivée en France, ni au mode de logement de l'étudiant (un très léger « mieux » est observé quand l'étudiant est en location individuelle).

Sans être incontournable, le fait de nouer des liens d'amitié est souvent déterminant au stade de l'intégration. De la même façon, la prescription future de l'établissement ne dépend pas uniquement de la qualité de ses prestations d'enseignement, mais aussi de sa qualité d'accueil. La facilité d'intégration est en effet primordiale et influence directement la perception générale du séjour.

82 %

des étudiants internationaux sont satisfaits de la qualité de l'accueil durant leur séjour

6- Francophonie et études en France : bénéfices croisés

▶ La langue française comme origine et profit du séjour

18 % des étudiants étrangers sont de langue maternelle française, mais 24 % estiment disposer d'un niveau courant. A ces 42 % très à l'aise, s'ajoutent 22 % qui ont un bon niveau et 19 % un niveau moyen. On peut donc évaluer à un peu moins de 5 étudiants sur 6 la proportion de ceux qui arrivent en France avec un bon bagage linguistique facilitant leur intégration.

Le séjour permet aux étudiants avec un niveau faible de progresser significativement, et aux étudiants disposant d'un niveau moyen ou supérieur de passer de 65 % avant le séjour à 91 % après.

Rares sont les anciens étudiants qui n'utilisent plus le français par la suite (9 %). Si les plus nombreux

parlent français d'abord entre amis (75 %), ils sont encore **70 % à l'utiliser comme langue de travail** parmi lesquels 58 % souvent.

▶ Au-delà de la langue, le lien créé avec la France est bien réel et manifestement durable

Près de la moitié des étudiants ont des contacts professionnels significatifs avec la France et seuls 28 % n'ont aucun ou de rares contacts personnels avec la France. Dans l'ensemble, un ancien étudiant sur vingt seulement déclare ne plus avoir aucun lien personnel ou professionnel avec la France.

Trois sur quatre déclarent un nombre de contacts privés ou professionnels significatifs.

- ➔ Ce sont les anciens étudiants d'Amérique centrale/ Caraïbes et les africains qui conservent le plus fréquemment des contacts personnels (77 %), les anciens étudiants d'Amérique du Nord étant les moins souvent attachés à ces relations (63 %).
- ➔ En matière de contacts professionnels, le Moyen-Orient et l'Afrique partagent le premier rang avec 58 %, soit près de trois fois le taux des Américains du Nord (20 %).
- ➔ Parmi ceux qui ont quitté la France, 30 % ont eu l'occasion de revenir. Cette proportion culmine au sein des étudiants de l'Union européenne (47 %), à l'inverse des étudiants d'Afrique ou de l'Amérique du Nord (17 %).

▶ Le souhait de poursuivre le séjour par une expérience professionnelle en France, toujours aussi fort

Parmi les anciens étudiants ayant terminé leur séjour, 66 % ont souhaité prolonger par un emploi en France, mais seuls 23 % sont parvenus à réaliser ce projet. En conséquence, il apparaît que **deux étudiants étrangers sur trois qui espéraient boucler leur séjour d'étude par une expérience professionnelle en France doivent finalement renoncer, faute d'opportunités.**

Si l'on rapproche les 66 % espérant en fin de séjour travailler en France des 33 % d'étudiants qui placent initialement cette éventualité parmi leur liste de critères de choix du pays d'études, nous pouvons conclure que la France a une capacité de séduction qui dépasse largement son offre éducative.

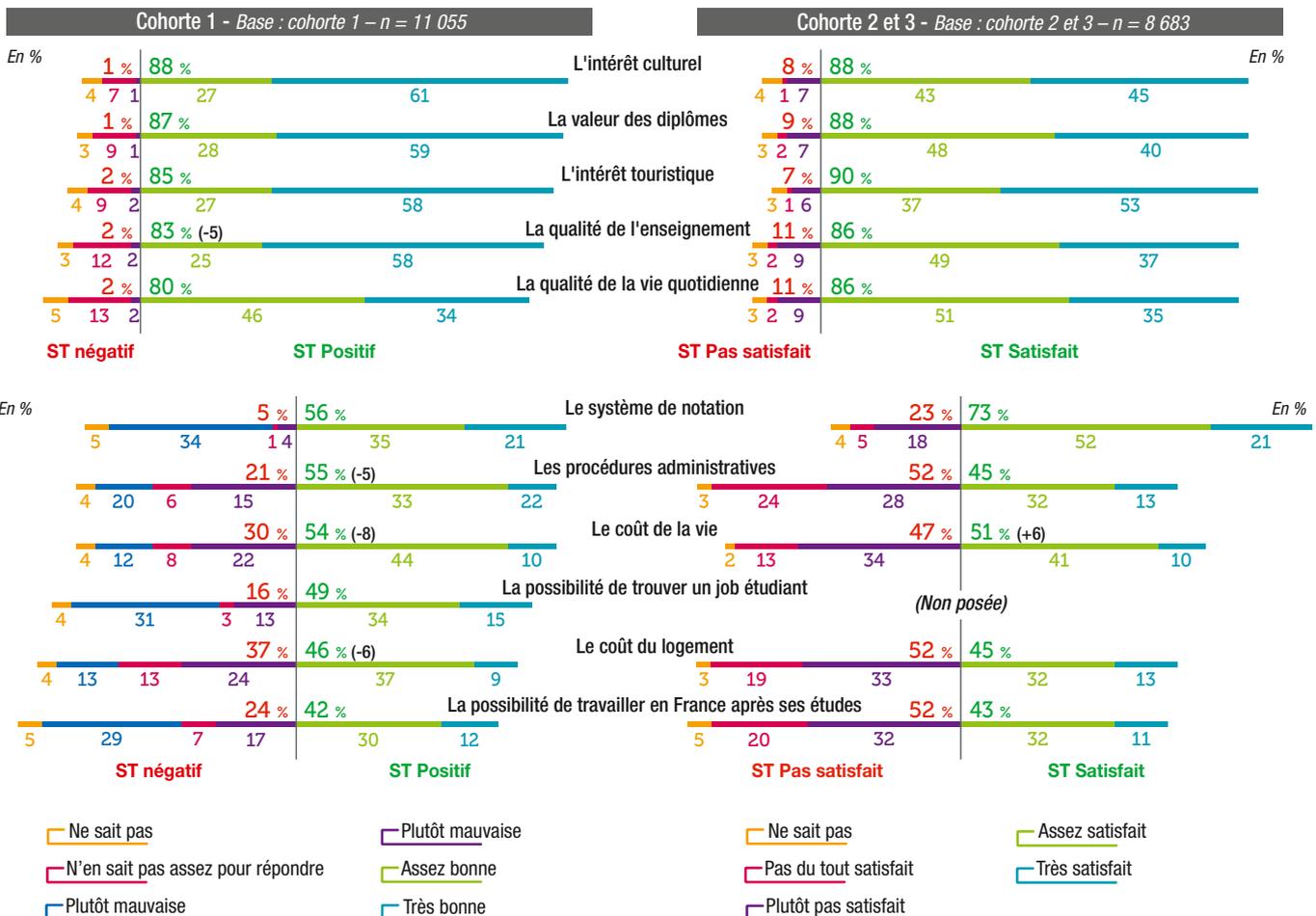
Pour ceux qui concrétisent leur projet, l'emploi dans l'Hexagone n'est que rarement dans un établissement du pays d'origine ou en lien avec lui (20 %). Il est intéressant de noter que parmi les actifs en cours de contrat en France, l'activité n'est pas seulement exercée dans une entreprise multinationale (4 sur 10) et plus du tiers de ceux qui vivent et travaillent en France irriguent de leurs compétences le tissu des PME françaises.⁶

Le projet professionnel en France diffère nettement selon les origines :

- ➔ Il est plus fréquent chez les étudiants d'Amérique centrale/Caraïbes. A l'inverse les étudiants d'Amérique du Nord ne sont qu'un peu plus de la moitié à y songer.
- ➔ En termes de concrétisation du désir initial, ces deux zones se rejoignent par un très faible taux de succès (environ 1/8) alors qu'il culmine au sein des étudiants du Maghreb : près de la moitié de ceux qui désirent travailler en France y parviennent.

▶ Quelle idée vous faites-vous de la France comme pays d'accueil concernant les critères suivants ?

▶ Quel est / Quel a été votre niveau de satisfaction sur les points suivants ?



6- A noter cependant la faible taille de l'échantillon.

7- Le rôle majeur de Campus France

► Un partenaire dans la décision pour neuf étudiants sur dix

Pour les nouveaux arrivants, parmi les sources prioritaires d'informations, 74 % font état du site internet de Campus France (-8 points par rapport à 2011) et 44 % citent un Espace Campus France (+15).

Les étudiants de la promotion récente utilisent conjointement une large panoplie de sources d'informations et d'arbitrages : l'entourage familial ou amical (47 %), les autres sites Internet (42 %), les réseaux sociaux (34 % / +13), les enseignants ou services de l'établissement scolaire d'origine (30 %), les autres lieux officiels type Alliance française ou Ambassades (26 %) et la presse (16 %).

Le nombre de sources utilisées a également progressé de 2,9 à 3,6 entre les cohortes, ce qui peut révéler une volonté grandissante des étudiants à s'informer, mais également un accroissement de l'offre internationale et des moyens de communication des pays et des établissements concernés.

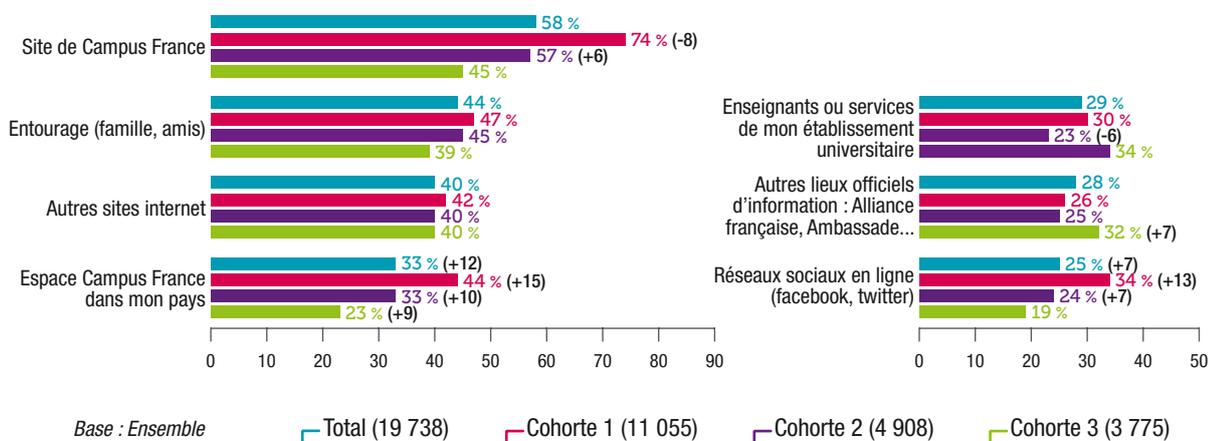
L'évolution rapide des réseaux sociaux (34 % vs 21 % en 2011) devrait faire de la satisfaction des étudiants passés ou récents un facteur de plus en plus déterminant pour l'arbitrage des futures promotions.

► Un rôle informatif reconnu et largement apprécié

Une explication au recours de plus en plus massif à Campus France trouve sans doute sa source dans le bon niveau de satisfaction généré sur les cohortes 1 et 2.

Le site Campus France emporte une large adhésion sur les dix domaines proposés et testés. L'opinion est encore meilleure chez ceux qui ont récemment consulté ces informations pour préparer leur séjour, y compris celles concernant le logement, en dernière position, certes, mais avec encore 54 % d'avis positifs. La présentation du système d'enseignement universitaire français, du choix de la formation, de la culture française ont satisfait plus de trois nouveaux arrivants sur quatre.

▶ Dans la liste suivante, avant de venir en France, quels sont les moyens que vous avez utilisés pour vous renseigner sur la France ?



Les 200 Espaces et Antennes au contact des étudiants dans 122 pays apparaissent comme des pièces maîtresses de la relation créée entre les candidats au séjour, Campus France et les établissements d'accueil. 59 % ont été en contact avec l'Espace de leur pays, 18 % supplémentaires en connaissent *a minima* l'existence.

Pour les cohortes 1 et 2 qui ont été en contact avec leur Espace, 77 % se sont rendus sur place, 55 % ont échangé des mails et 39 % des contacts téléphoniques et 55 % ont eu un accompagnement personnalisé avec un entretien approfondi avec un responsable Campus France.

Sur le plan qualitatif, l'opinion des cohortes 1 et 2 qui ont été en contact avec les Espaces est nettement positive. La moyenne des notes ne descend pas en dessous de 6,9/10 (soutien au projet). La qualité de l'entretien est notée 7,5/10 ; l'intérêt de la documentation sur place par 7,1/10 ; la qualité de l'information par 7,2/10 ; le soutien apporté au projet de l'étudiant par 6,9/10.

Indicateur encourageant des efforts récemment déployés par les Espaces, sur chacun de ces points **les notes sont en progression** chez les nouveaux arrivants par rapport au jugement des étudiants en cours de séjour (la moyenne générale des notes passe de 6,86/10 à 7,46/10).

Présentation	page 1
Les grandes tendances	page 2-3
Les principaux résultats du baromètre Campus France 2013	page 4

En bref

Le baromètre Campus France de 2013 confirme les excellents résultats de la précédente enquête 2011 avec neuf étudiants sur dix qui recommandent toujours la France comme destination d'études.

Les raisons du choix de la France restent très nettement liées à la qualité de l'enseignement supérieur français (la qualité de la formation gagnant même 6 points par rapport à la précédente enquête) ainsi qu'à l'intérêt culturel et au rayonnement historique, intellectuel et scientifique attribué au pays.

Ces points forts varient de manière importante selon l'origine géographique de l'étudiant. Même si la qualité des études en France n'est pas partout un critère décisif, elle doit être mise en avant tandis que la qualité de vie en France, un acquis incontesté, est toujours utile à rappeler.

En effet, cette attractivité se fait dans un contexte de concurrence accrue : les étudiants étrangers qui décident de venir en France ont hésité avec d'autres pays pour 45 % d'entre eux, soit une augmentation de 5 points par rapport à la précédente enquête.

Parmi les motifs d'insatisfaction, le coût de la vie, les formalités administratives et l'offre de logements sont critiqués. Par ailleurs, si les étudiants étrangers sont globalement très satisfaits de l'accueil que leur réserve la France et leur

établissement, ils se sentent un peu moins bien accueillis par les étudiants français (69 % des étudiants étrangers ont noué des liens d'amitié avec des étudiants français, contre 80 % avec d'autres étudiants étrangers).

La francophonie et le séjour d'études en France continuent d'interagir positivement : les étudiants viennent souvent avec un bagage linguistique qui se renforce sur place et perdure au-delà du séjour d'études.

Quant au souhait de poursuivre le séjour d'études par une expérience professionnelle, il est particulièrement fort pendant le séjour mais ne se concrétise que pour un étudiant sur trois. Il est à noter que les projets professionnels varient selon l'origine géographique de l'étudiant et que l'insertion se fait aussi bien dans des PME que dans des entreprises multinationales.

Enfin, tout comme en 2011, Campus France joue un rôle très important pour les étudiants qui ont répondu à cette enquête dans la recherche d'informations sur la France. L'accueil dans les Espaces est très bien perçu et le site internet apporte entière satisfaction sur les sujets généraux comme l'enseignement ou la culture française.

Prenant en compte l'ensemble de ces résultats, Campus France met en place différents dispositifs destinés à améliorer l'accueil et le suivi des étudiants étrangers.

Directeur de la publication : Antoine Grassin, Directeur général

Comité éditorial : Antoine Grassin, Directeur général ; Anne Benoit, Directrice des Études et de la Communication ; Didier Rayon, Responsable des Études.

L'enquête a été réalisée par TNS Sofres, sous la direction d'Emmanuel Rivière, Directeur de Département, de Fabienne Cadenat et de Méline Durand, sous la supervision de Didier Rayon.

L'Agence remercie ses adhérents et les Espaces Campus France, ainsi que les services du ministère chargé des affaires étrangères, pour leur aide dans la diffusion de l'enquête auprès des étudiants étrangers.

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.

Janvier 2014

ISSN 2117-8348

Placé sous la tutelle des Ministères chargés des Affaires étrangères et de la Recherche, 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.

