



TNS Sofres



**IMAGE ET ATTRACTIVITE DE LA FRANCE
AUPRES DES ETUDIANTS ETRANGERS**

PRINCIPAUX RESULTATS DU BAROMETRE

CAMPUS FRANCE/TNS SOFRES 2013

PRESENTATION

Deux ans après sa première édition, Campus France publie le nouveau baromètre sur l'image et l'attractivité de la France auprès des étudiants étrangers, réalisé par 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 a renouvelé son baromètre de 2011.

Cette large étude couvre notamment les questions relatives au processus de décision, au niveau de satisfaction du séjour et aux bénéfices de cette expérience et identifie les évolutions par rapport à 2011.

Cette année encore, près de 20 000 étudiants à travers le monde ont accepté de répondre, notamment grâce à l'aide apportée par les 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, l'étude permettra d'effectuer des analyses approfondies sur les grandes zones géographiques et sur les principaux pays d'origine des étudiants, selon les profils 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

■ **Echantillon** : 19 738 étudiants étrangers dont

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

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

■ **Dates de terrain** : du 5 juillet au 16 octobre 2013

LES GRANDES TENDANCES

Stabilité de la satisfaction : **9 étudiants étrangers sur 10 recommandent la France** comme destination d'étude.

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%** ;
- la connaissance de la langue française : 42% ;
- la réputation des établissements ou des enseignants en France : 37% ;
- 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% 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 (cohorte 1 : 85%, cohortes 2 et 3 : 90%), l'art de vivre en France (cohorte 1 : 78%, cohortes 2 et 3 : 81%) et les possibilités de sorties et de loisirs (cohorte 1 : 77%, cohortes 2 et 3 : 85%), 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 (+6 points vs. 2011).

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 des séjours :

94% des étudiants ayant terminé leur séjour d'études 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 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 (total au moins quelques contacts personnels : 91%, contacts professionnels : 67%). On peut estimer à environ 70% le nombre de ceux qui restent en contacts réguliers avec la France.

En conclusion, 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%).

¹ Base : cohortes 2 et 3

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

LA FRANCE, UNE DESTINATION ATTRACTIVE³

Le développement personnel et culturel comme moteurs de la mobilité :

Quatre principaux déterminants 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%).

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

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 solides 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 formation française.

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

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

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 logiquement plus motivés par la possibilité de se perfectionner (43% vs 30% au global). Phénomène 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%).*
- *Quant au coût des études en France, son attractivité bondit du 7^e rang pour l'ensemble (26%) au 2nd rang pour les étudiants d'Asie/Océanie (45%).*

Chez les étudiants récents 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 en retour.

L'IMAGE DE LA FRANCE : UN PAYS OU 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. Si dans l'ensemble 80% lui attribuent un rôle diplomatique important. 64% lui attribuent une économie stable et performante, ce qui représente un recul de 14 points par rapport à 2011.

Les résultats du baromètre démontrent de façon spectaculaire **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.**

LE CHOIX DE LA FRANCE FACE A LA CONCURRENCE⁵ : LA PRESSION AUGMENTE.

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

Comme en 2011, résultante du poids de la langue anglaise, **quatre des huit pays les plus souvent mis en concurrence restent anglo-saxons** (Etats-Unis, Canada, Royaume-Uni en tête puis l'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.*

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

UN BILAN DU SEJOUR LARGEMENT POSITIF POUR LES ETUDIANTS 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 creusant 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.

- *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 bénéfices 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 utile dans le cadre de leur activité (ce qui représente tout de même un recul de 27 points par rapport à l'étude de 2011⁶), cependant 84% sont convaincus que leur séjour leur sera utile à l'avenir dans le cadre de leur activité.

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%.

⁶ La dégradation de l'emploi et la difficulté à faire fructifier sa formation participent sans doute à ce recul.

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 (41%) et les anciens (49%).

- *Les meilleurs Ambassadeurs, prêts à recommander sans réserve, 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.

L'INTEGRATION DES ETUDIANTS : FACTEUR CLEF DU SEJOUR

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 homologues 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.

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 offre la perspective à 35% avec un niveau moyen ou faible de progresser significativement. Sur le plan des résultats, les étudiants disposant d'un niveau moyen ou supérieur passe de 64% 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 :

Un peu moins de la moitié a 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/Caraiïbes 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 SEJOUR PAR UNE EXPERIENCE 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 ceux les actifs en cours de contrat en France, l'activité n'est pas seulement exercée dans une entreprise multinationale (4 sur 10) car plus du tiers de ceux qui vivent et travaillent en France irriguent de leurs compétences le tissu des PME françaises.⁷

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.*

⁷ A noter la faible taille de l'échantillon.

LE ROLE 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.

Point de vigilance : 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.

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 à 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 suite aux contacts 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).

Contact presse : Sylvie Danon – sylvie.danon@campusfrance.org ou 01 40 40 59 87 ou 06 38 51 34 89