

Dossier de presse
vendredi 10 janvier 2014

L'UNIVERSITÉ,
UN CHOIX QUI ME RÉUSSIT.



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

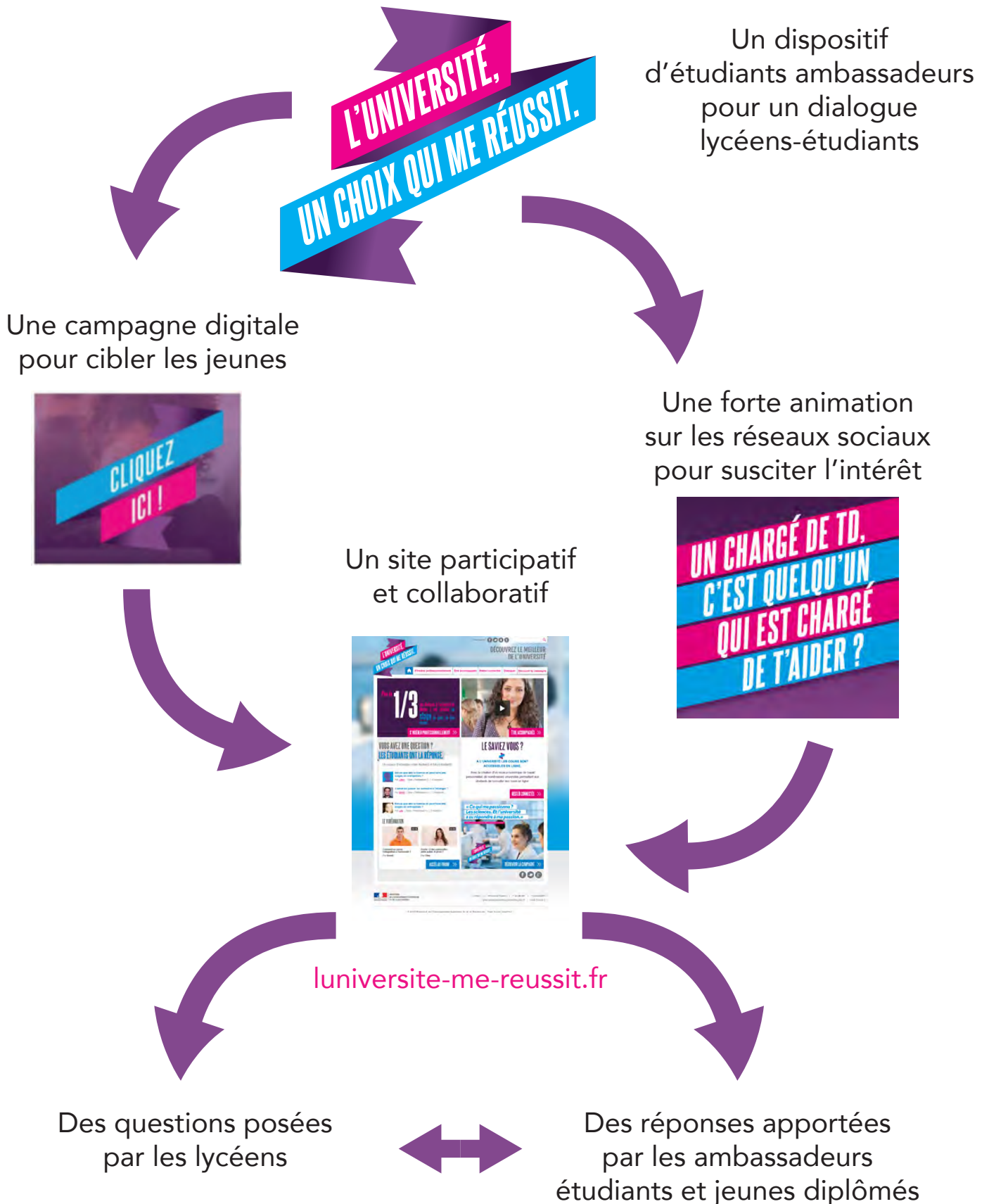
MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE



enseignementsup-recherche.gouv.fr
@ministereESR

« L'image d'une université refermée sur elle-même, aux amphithéâtres bondés, impersonnels, avec des étudiants livrés à eux-mêmes, n'a plus lieu d'être : l'université est en mouvement. Choisir l'université, c'est choisir la compétence, la réussite, l'insertion professionnelle et l'ouverture sur le monde. »

Geneviève Fioraso, ministre de l'Enseignement supérieur et de la Recherche



ENJEUX ET CIBLES

LES ENJEUX

Geneviève Fioraso, ministre de l'enseignement supérieur et de la Recherche s'est engagée, par le vote de la loi relative à l'Enseignement supérieur et à la recherche du 22 juillet 2013, à donner un nouvel élan à l'université, à favoriser une Université en mouvement, ouverte, moderne, ancrée dans son environnement, qui interagit avec son écosystème et facilite la réussite des étudiants et leur insertion socio professionnelle. Cette campagne de communication sur l'université s'inscrit dans cette continuité.

Cette campagne part d'un constat : alors que l'université accueille 62 % des étudiants, seuls 34 % des lycéens émettent ce choix en premier vœu.

Lancée simultanément à l'ouverture de la plate-forme Admission Post-Bac, le 20 janvier 2014, **cette campagne a une cible : les lycéens et leurs familles**. Elle poursuit un objectif : faire en sorte que l'Université ne soit pas un choix par défaut mais un choix de réussite.

Elle vise aussi à mettre l'image de l'université en phase avec la réalité de terrain : une université moderne, connectée, ouverte sur le monde et sur son environnement socio-économique, professionnalisante et bénéficiant de taux d'insertion élevé, soucieuse d'accompagner ses étudiants tout au long de leur parcours de réussite et d'insertion. L'enquête sur l'insertion des diplômés de l'université, publiée en décembre 2013 par le MESR, montre que le taux d'insertion en master est de 90%, 91% pour les licences professionnelles et 88% pour les DUT.

Plusieurs axes déclinent les bénéfices concrets à choisir l'université :

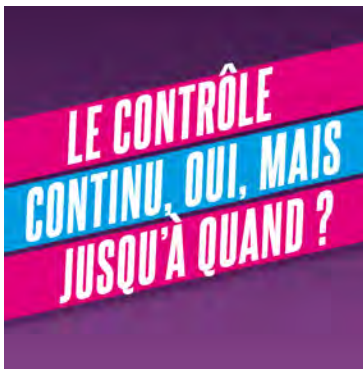
- modernité de l'université avec les campus numériques, le développement des MOOCs, des fab-labs et des innovations pédagogiques, l'ouverture à l'international, des filières scientifiques et technologiques d'excellence alliant formation et recherche,
- insertion au monde professionnel, avec des formations professionnalisantes tremplin pour l'emploi, le développement de l'alternance, des stages encadrés dès la licence, des partenariats avec le monde socio-économique,
- l'accompagnement des étudiants, pour être autonome sans être livré à soi-même, avec des services d'accueil, le développement du tutorat, de programme d'aides et dispositifs de réorientation, la spécialisation progressive.



CONCEPT ET DISPOSITIF DE LA CAMPAGNE

UNE CAMPAGNE DIGITALE

Destinée en tout premier lieu aux 667 297 jeunes qui s'inscrivent dans l'enseignement supérieur sur la plateforme APB, la campagne sera majoritairement déployée sur le web et les mobiles, en affinité avec cette cible lycéenne aux habitudes essentiellement digitales.



UNE CAMPAGNE POUR L'UNIVERSITÉ, PAR LES ÉTUDIANTS

Le dialogue lycéens – étudiants est au cœur du dispositif de la campagne, avec le recrutement d'ambassadeur, étudiants ou jeunes diplômés qui iront à la rencontre des jeunes dans les lycées, répondant à leurs questions sur une plateforme de dialogue luniversite-me-reussit.fr.

L'enjeu : faire découvrir, sans langue de bois, le visage de l'université. Cette plateforme sera régulièrement enrichie de témoignages, chiffres clés et faits marquants sur l'université. Enfin, une page Facebook complètera le dispositif digital.



L'UNIVERSITÉ AU CŒUR DE LA CAMPAGNE

Cette campagne a été conçue par le Ministère de l'enseignement supérieur et de la Recherche, en lien étroit avec la Conférence des Présidents d'Université.

Les universités ont joué et joueront un rôle clé tout au long de cette campagne, depuis le recrutement des étudiants-ambassadeurs, le casting de la campagne qui fait appel à de vrais étudiants, jusqu'au déploiement de la campagne sur les campus, du 20 janvier au 20 mars prochains. Affichage au sein des universités, présence de la campagne sur les portails web des établissements, alimentation de la plateforme digitale en contenus vidéo et en témoignages... Le rôle des universités est clé.

« Ce qui me passionne ?

**Les sciences. Et à l'université,
je bénéficie d'une formation
d'excellence.»**

LUCILE, LICENCE 2 SCIENCES DE LA VIE ET DE LA NATURE

« Ce qui m'a intéressé ?

**Les licences en alternance
pour étudier tout en découvrant
l'entreprise.»**

MARTIAL, LICENCE 2

« Ce que j'aime ?

**Cours en ligne, TD interactifs,
être connectée avec mes profs
et les universités du monde entier.»**

AUDE, MASTER 2 MÉTIERS DU COMMERCE INTERNATIONAL

**« Ce qui nous a décidés ?
ingénieur-e, enseignant-e,
chercheur-e, l'université transforme
nos passions en métiers. »**

JULIE ET OLIVIER, MASTER 1 CHIMIE

**« Ce qui m'a plu ?
Les programmes d'échanges
qui mettent le monde
à ma portée. »**

CLEMENT, LICENCE 3 CINÉMA ET AUDIOVISUEL

**« Ce qui fait la différence
à l'université ?
Être autonome sans
être livrée à moi-même. »**

VICTORA, MASTER 1 DROIT DES AFFAIRES



Liberté • Égalité • Fraternité

RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

MINISTÈRE
DE L'ENSEIGNEMENT SUPÉRIEUR
ET DE LA RECHERCHE



enseignementsup-recherche.gouv.fr
[@ministereESR](https://twitter.com/ministereESR)