

“
C'est en étudiant
en France
que j'ai réalisé
mon rêve”



Campus France lance une nouvelle campagne internationale de communication, et donne la parole à ceux qui ont fait le choix de la France pour leurs études.

Campus France lance une campagne de communication inédite afin de valoriser l'excellence des établissements français d'enseignement supérieur et de leurs formations à travers le monde.

Dans la continuité de la nouvelle stratégie nationale d'attractivité «Bienvenue en France / Choose France», Campus France, agence de promotion de l'enseignement supérieur français a souhaité renforcer la position de la France comme destination privilégiée d'études supérieures pour les lycéens et les étudiants internationaux. L'objectif, fixé par le Premier ministre lors des Rencontres Universitaires de la Francophonie de novembre 2018, est d'attirer 500 000 étudiants du monde entier à l'horizon 2027, contre 340 000 aujourd'hui.

Cette nouvelle campagne est soutenue par les ministères de l'Europe et de Affaires étrangères et de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation. Elle fait la promotion d'une France ouverte, au cœur de l'Europe et entreprenante, qui attire des talents du monde entier au sein de ses diverses formations d'excellence, et qui veut le faire savoir.

«Dans un paysage de l'enseignement supérieur de plus en plus concurrentiel à l'échelle mondiale, la France souhaite maintenir son rang de grand pays d'accueil et sa vocation à attirer les meilleurs étudiants au sein de ses établissements, qu'ils viennent d'Afrique, d'Asie ou d'Amérique», souligne Béatrice Khaiat, Directrice générale de Campus France.



« Vivre en France m'a fait réaliser que je pouvais prendre des risques, trouver ce qui me convient vraiment. Je pense que tout est possible lorsqu'on rencontre les bonnes personnes, les bonnes opportunités. »

Illustre Sandra Omo, jeune Nigériane ayant suivi un parcours en management international en France, et aujourd'hui engagée pour le droit à l'éducation.

Campus France interpelle les étudiants du monde entier avec une invitation « **Et si étudier en France vous permettait de réaliser vos rêves ?** ».

Campus France fait le pari de la co-construction...

Pour la première fois, Campus France a choisi de placer au cœur même de sa campagne, à la fois les étudiants mais aussi les alumni, les établissements et plus généralement l'ensemble des prescripteurs impliqués dans le choix des études. Les étudiants s'intéressent souvent à un établissement, car il leur a été recommandé par un proche. C'est justement cette forme de recommandation et de proximité qui a été retenue, à une échelle plus vaste, pour la conception de cette campagne engageante.

Des outils innovants

Campus France fait le pari du digital pour diffuser cette campagne simultanément dans les 256 Espaces et Antennes présents au sein des ambassades de France dans 126 pays, et ce à travers différents supports de communication tels qu'un spot de campagne sur le principe d'un jeu interactif autour des « rêves » d'un jeune étudiant, d'un dispositif d'affiches mettant en scène une douzaine d'alumni des établissements français qui deviennent ainsi les visages de cette campagne, ainsi que de divers outils d'animation sur les réseaux sociaux (témoignages, concours) ciblant les étudiants du monde entier.

Le déploiement de cette vaste campagne s'articule autour d'actions digitales mais aussi de relations publiques auprès des influenceurs dans les différentes régions. Un des temps forts du lancement de la campagne consiste dans la mise en ligne d'une nouvelle plateforme web « Réalise ton rêve », qui héberge le spot de campagne interactive sur la thématique du rêve ainsi que l'ensemble des douze affiches mettant en avant les profils de six hommes et six femmes, tous anciens étudiants étrangers venus étudier en France.

A propos de Campus France

Campus France (www.campusfrance.org) est une agence placée sous la double tutelle des ministères chargés de l'Europe et des Affaires étrangères (MEAE) et de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation (MESRI). Elle soutient l'attractivité de l'enseignement supérieur français en assurant sa promotion auprès des étudiants étrangers. Elle a aussi pour missions de gérer les boursiers des gouvernements français et étrangers, d'accompagner étudiants et chercheurs en mobilité et de produire études et analyses sur la mobilité internationale en France et dans le monde.

L'Agence coordonne le Forum Campus France, qui regroupe 376 établissements et a pour but de permettre la collaboration entre les établissements, de nourrir leurs stratégies internationales, et d'élaborer des propositions opérationnelles concernant la promotion internationale de l'enseignement supérieur français.

À l'étranger, les 256 Espaces Campus France situés au sein du réseau diplomatique dans 126 pays servent de relais à Campus France. Ils assurent la promotion des formations françaises (salons, visites d'établissements) et conseillent et orientent les étudiants désireux de venir poursuivre leurs études en France.

Campus France pilote la plateforme France Alumni (www.francealumni.fr), animée localement par les ambassades. Ce réseau des anciens étudiants étrangers compte actuellement près de 300 000 membres. Il leur permet de maintenir le contact avec la France, d'échanger entre eux, de participer à des événements et d'accéder à de nombreuses offres d'emploi.

Contacts presse

Florent Bonaventure

Directeur de la communication et des Études
florent.bonaventure@campusfrance.org
01 40 40 81 00

Aïcha Saulnerond

Chargée de relations presse
asaulnerond@hopscotchafrika.com
06 16 63 58 62

Rendez-vous sur
www.realisetonreve.campusfrance.org
pour découvrir la plateforme.

Découvrez l'ensemble de la campagne sur nos réseaux sociaux.

