



# Comment favoriser le développement universitaire en Drôme-Ardèche ?

---

Étude de cas à l'intention de l'Agence de Développement Universitaire  
de Drôme-Ardèche - ADUDA

Novembre 2016

# Sommaire

3	<b>Introduction</b>
4	<b>Communication et information</b> 1 : Renforcer la cohésion et l'attractivité du pôle universitaire valentinois 2 : Développer la communication des formations du supérieur en Drôme-Ardèche
12	<b>Sensibilisation et orientation par l'action :</b> 1 : Créer du continuum entre lycée-université-entreprise 2 : Sensibilisation des publics à l'enseignement supérieur 3 : Une orientation personnalisée sur tout le territoire
23	<b>Territoires et équité</b> 1 : Améliorer la mobilité des étudiants 2 : Favoriser la solidarité et l'engagement étudiants 3 : Réduire les distances grâce au numérique
33	<b>Rencontres effectuées</b>
34	<b>Webographie et bibliographie</b>
	<b>Annexe</b>

# Introduction

Le pôle d'Enseignement Supérieur et Recherche (ESR) de Drôme-Ardèche attire en 2016 près de 10 000 étudiants et représente ainsi le premier pôle universitaire délocalisé de France en matière de nombre d'étudiants accueillis et de formations proposées. L'Agence de Développement Universitaire de Drôme-Ardèche (ADUDA) est un Groupement d'Intérêt Public émanant de collectivités territoriales que sont le Département de la Drôme, le Département de l'Ardèche, l'Agglomération Valence Romans Sud Rhône-Alpes ainsi que des universités grenobloises présentes à Valence et en Drôme-Ardèche que sont l'Université Grenoble Alpes (UGA), Grenoble INP (Institut polytechnique) et la Communauté Université Grenoble Alpes (COMUE UGA). Elle vise à développer le rayonnement de ce pôle étudiant qui englobe une diversité de sites et d'établissements relevant de l'ESR sur le territoire.

Pour comprendre la problématique liée à l'ESR sur ce territoire, un Observatoire piloté par l'ADUDA a été mis en place pour comprendre les dynamiques à l'œuvre mettant en exergue plusieurs spécificités : taux de réussite au bac égal à la moyenne nationale pour une poursuite d'études-elle inférieure, proportion importante d'élèves boursiers, préférence pour les formations courtes et professionnalisantes, attractivité des villes universitaires alentours, etc. Le choix de la poursuite d'études est en effet conditionné par le cadre de vie autant que les facteurs économiques et socioculturels propres. L'Observatoire a ainsi identifié six freins au développe-

ment universitaire : le déficit d'image des études en général, la méconnaissance des formations et des débouchés, une plus grande sédentarité de la population, une plus grande précarité des ménages et un choix, pris parfois dès le collège, de ne pas s'engager dans des études supérieures.

Ces six freins constituent le point de départ de la commande de l'ADUDA auprès de six étudiants de première année de Master en parcours Ingénierie et Gouvernance de l'Action Publique, spécialité Direction de Projets Culturels à Sciences Po Grenoble dont ce document est l'aboutissement. L'objectif étant celui de trouver des idées innovantes afin de favoriser le développement universitaire sur le territoire de Drôme-Ardèche, nous avons orienté nos propositions autour de trois axes de questionnements, à savoir : le développement de la communication du pôle universitaire et l'information de ses offres de formation, la sensibilisation de l'ensemble des publics du territoire à l'enseignement supérieur et enfin la question de l'équité territoriale.

Afin d'avoir la capacité de formuler des solutions pertinentes, nous sommes allés à la rencontre de professionnels et d'experts concernés par les enjeux présentés. Ces échanges nous ont permis de mettre nos idées à l'épreuve de la réalité, de les nourrir de l'expertise de nos interlocuteurs et de les inscrire pleinement dans le contexte territorial. Le présent dossier dresse ainsi la liste des **24 actions** que nous préconisons pour contribuer au développement de l'ESR en Drôme-Ardèche.

# Communication et information

Nous proposons dans cette première partie d'étudier les solutions au manque observé de visibilité et d'attractivité du pôle universitaire drôme-ardéchois. Nous avons pu constater que son existence même est parfois méconnue dans les territoires éloignés de Drôme et d'Ardèche, parfois même à Valence. À cela s'ajoute le fait que ce pôle universitaire semble souffrir d'un manque de légitimité de par son statut d'antenne de l'UGA. Le développement de stratégies de communication pertinentes et innovantes nous paraît donc essentiel pour enrayer ces freins. C'est pourquoi nous nous sommes posé les questions suivantes : comment pallier le manque de visibilité et d'attractivité du pôle universitaire de Valence ? Comment le rendre plus légitime aux yeux des étudiants, des familles, des lycéens et des professionnels de Drôme-Ardèche ?

## Objectif I : Renforcer la cohésion et l'attractivité du pôle universitaire valentinois

### Action I : Construire une image de marque grâce à une stratégie de branding

**État des lieux** : On a pu observer un déficit d'image du pôle universitaire valentinois qui ne jouit pas de la même réputation que le site grenoblois. S'ajoute à cela une méconnaissance importante de l'existence de ce pôle.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : L'Institut Supérieur des Arts Appliqués de Paris donne à chaque étudiant un sac pour porter les cartons à dessins sur lesquels figurent leur nom et leur logo. Ces sacs sont utilisés tout au long de leur cursus par quasiment l'intégralité des étudiants, qui par leurs déplacements constants dans la ville font connaître l'existence de cet Institut.

**Dispositif** : Le branding constitue une mise en place d'actions publicitaires ou marketing qui cherchent à imposer la notoriété sur le long terme d'un produit ou d'une compagnie, c'est une composante clé de la création de valeur et de visibilité. Nous pensons que cette stratégie de communication pourrait être appliquée au pôle universitaire valentinois. Ainsi, nous proposons de disposer d'un logo propre qui pourrait être décliné sous forme de goodies. Ces goodies constituent la première base d'une communication mobile, les futurs étudiants emportant le logo avec eux dans tous leurs déplacements. Il est aussi possible d'utiliser d'autres supports, comme de courtes vidéos à poster sur les plateformes audiovisuelles et à mettre en avant sur les sites internet du pôle valentinois afin d'en renvoyer une image positive et dynamique.

**Objectifs :**

- Augmenter la visibilité et l'attractivité du site universitaire de Valence
- Créer un sentiment d'appartenance.

**Remarque :** Peu de coûts financiers

**Action 2 : Donner une identité à l'antenne universitaire valentinoise ancrée à son territoire**

**État des lieux :** Les bacheliers souhaitant poursuivre leurs études ont plutôt tendance à se tourner vers les universités de Grenoble ou Lyon, des établissements aux identités fortes. Le pôle universitaire valentinois semble donc souffrir de sa qualification « d'antenne ».

**Exemples observés dans d'autres lieux :** Le pôle universitaire de Grenoble a réussi à se forger une identité propre, à travers l'imaginaire d'une ville étudiante dynamique, du sport, de la montagne et de l'innovation écologique. Cette identité donne de l'attractivité au pôle universitaire grenoblois, mais aussi une certaine légitimité. De même, l'Université Lyon 2 compte parmi ses partenaires des acteurs culturels comme le Théâtre National Populaire et le Musée des Beaux-Arts, ce qui renforce son identité d'université portée sur la culture et ancrée dans son territoire.

**Dispositif :** Il faudrait repenser l'ancrage territorial du pôle de Valence selon ses spécificités et atouts. Pour cela, nous pensons nécessaire de créer des liens forts sous forme de partenariats entre le pôle universitaire valentinois et les acteurs du territoire :

- des acteurs économiques pour adapter l'offre universitaire aux besoins des entreprises et pour que, inversement, celles-ci appuient l'attractivité de l'antenne,
- des acteurs touristiques qui permettent de construire une identité ancrée sur le territoire.

Sur ce point, nous suggérons de valoriser la ville de Valence comme une porte d'entrée sur le territoire et ses richesses et comme lieu incontournable d'un des principaux axes européens.

**Objectifs :**

- Créer des partenariats avec les acteurs externes,
- Renforcer l'identité territoriale pour pallier l'image "d'antenne",
- Mettre en avant la singularité du territoire de Drôme-Ardèche via les formations proposées au sein du pôle universitaire, ce qui le distingue des offres "génériques" proposées dans les sites universitaires plus importants,
- Proposer un slogan («Valence, porte du terroir et du soleil», «Valence, entrée sur le sud et sur l'Europe», «Valence, ville étudiante»...).

**Partenaires :** Le pôle universitaire de Valence, les lieux touristiques comme la Cité de la Gastronomie, le parc des expositions de Romans, les Parcs Naturels d'Ardèche et de Drôme, etc., les entreprises du territoire.

**Remarque :** Veiller à ne pas mettre de côté l'appartenance du pôle universitaire valentinois à l'UGA afin de bénéficier de son rayonnement.

### **Action 3 : Communiquer directement aux étudiants via les réseaux sociaux**

**État des lieux :** Le pôle universitaire valentinois est présent sur les réseaux sociaux, notamment par la page Facebook de l'ADUDA "Étudier en Drôme-Ardèche". On constate que cette page Facebook suscite peu de réactions de la part des étudiants.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** La page Facebook de l'Association Valentinoise des Étudiants, qui ressort d'une initiative étudiante et a plus de 9000 abonnés, est une réussite dans le sens où les publications de l'association sont souvent aimées et partagées, donc gagnent en visibilité sur le réseau. Les initiatives institutionnelles peuvent avoir le même succès, à l'instar de l'Université Grenoble Alpes et sa page Facebook, qui compte plus de 8000 abonnés et dont les publications trouvent une large audience.

**Dispositif :** Il est essentiel de créer une page Facebook qui donne la parole aux étudiants, entraînant un fort sentiment d'appartenance au pôle universitaire de Valence. Cette page Facebook doit être nommée de façon claire et mémorable, et le nom "Étudier en Drôme-Ardèche" n'est peut-être pas le plus percutant. Pour rendre cette page interactive, nous proposons de poster des contenus ludiques, comme des vidéos en direct de compétitions sportives universitaires, ainsi que des documents sur des sujets d'actualité qui suscitent l'interrogation.

#### **Objectifs :**

- Renforcer le sentiment d'appartenance à l'université via la participation des étudiants sur les groupes Facebook,
- Participer à la divulgation d'informations institutionnelles et pédagogiques,
- Faire la promotion des événements estudiantins,
- Créer un espace de dialogue horizontal entre les établissements du pôle universitaire et ses étudiants.

#### **Remarques :**

- Attitude proactive chez les étudiants en ce qui concerne la consommation des médias
- Peu de coûts financiers

## **Action 4 : Création d'un événement d'intégration à la rentrée**

**État des lieux** : L'Association Valentinoise des Étudiants (AVE) tente de fédérer l'ensemble des établissements du pôle universitaire pour créer une cohésion entre tous les étudiants de la ville. L'association organise deux événements durant l'année, dont le Challenge qui se tient en mars et qui rencontre beaucoup de succès. Un concert de rentrée est également organisé mais il n'existe pas d'événement majeur et fédérateur entre les différentes instances étudiantes en début d'année.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : Dans les universités et grandes écoles, une journée ou semaine d'intégration est organisée pour favoriser une cohésion étudiante et donner une image dynamique à l'établissement. Par exemple, à Grenoble pour la rentrée 2016, la journée « *C'est Party* » proposait concours sportifs, distribution de goodies, jeux de plein air, concerts, etc.

**Dispositif** : Le pôle universitaire valentinoise propose les formations que l'on retrouve à Grenoble, mais pas les événements qui y sont organisés rythmant la vie étudiante. Nous pensons que forger une identité propre à Valence, c'est d'abord encadrer sa vie étudiante de façon autonome et dynamique. La mise en place d'un événement fédérateur et festif rassemblant l'ensemble des établissements du supérieur à Valence en début d'année permettrait de créer un sentiment d'appartenance des nouveaux étudiants. Il faudra également profiter de cet événement pour créer du contenu à partager sur les sites internet et réseaux sociaux.

### **Objectifs :**

- Donner une image dynamique à l'antenne valentinoise dès le début de l'année,
- Rendre à Valence une certaine légitimité et attractivité aux futurs étudiants,
- Fédérer les établissements formant le pôle universitaire valentinoise.

**Partenaires potentiels** : L'AVE, les établissements du pôle universitaire valentinoise, l'agglomération Valence-Romans Sud Rhône-Alpes, les associations sportives.

### **Remarques :**

- Investissement financier nécessaire,
- Nécessité de mobiliser des étudiants dans la construction du projet, les membres de l'AVE travaillant déjà sur de nombreux événements.

## Objectif 2 : Développer la communication des formations du supérieur en Drôme-Ardèche

### Action 5 Rénovation du site internet et développement d'une démarche active des étudiants

**État des lieux** : Il existe quatre sites internet dédiés au pôle universitaire valentinois, tous gérés par l'ADUDA qui se charge de faire le lien entre tous les établissements. Cependant, il semble que le site principal « Etudier en Drôme Ardèche » gagnerait à être visité par davantage d'étudiants. S'ajoute également le fait que les informations qui sont affichées sur ce site sont communiquées aux secrétariats respectifs des établissements du pôle universitaire, qui décident ou non de les relayer à leur tour aux étudiants. Cela empêche un lien direct dans la communication web.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : Nous avons trouvé intéressant le dispositif mis en place par l'AVE pour créer du trafic sur leur site internet, qui est de devoir s'y rendre pour activer sa carte de membre.

**Dispositif** : Comme c'est le cas pour la page Facebook "Etudier en Drôme-Ardèche", nous préconisons de trouver un nom plus mémorable pour ce site internet. Nous pensons à des acronymes, par exemple à «PUVE» pour Pôle Universitaire Valence et Environs, ou encore «l'ESDA» pour Enseignement Supérieur en Drôme-Ardèche. De plus, il serait intéressant d'encourager une démarche active des étudiants et ce site internet, via un onglet "Bons plans" qui consisterait à trouver en ligne des avantages, comme des tarifs réduits dans les lieux de restauration, de loisirs ou de fournitures scolaires, grâce à des partenariats avec les commerces alentours. Enfin, nous pensons nécessaire de créer un lien avec le site internet de l'UGA, de façon à ce qu'un étudiant ne connaissant pas l'antenne valentinoise, et donc ayant cherché des informations sur ce site, puisse facilement la découvrir. Il s'agirait d'un onglet sur le site internet de l'UGA présentant l'antenne valentinoise et expliquant que les enseignements y sont de qualité identique.

#### Objectifs :

- Rendre le site internet plus facile à trouver par un moteur de recherche,
- Favoriser une démarche active des étudiants à se rendre sur le site internet en créant un intérêt à s'y rendre,
- Faire le lien sur internet entre l'UGA et son antenne valentinoise.

**Partenaires potentiels** : Les commerces basés sur le site universitaire comme le Partiel, le cinéma Pathé, le Parc des expositions, etc.



## **Action 6 : Création d'un Forum itinérant**

**État des lieux :** Un grand forum post-bac est déjà organisé par l'ADUDA tous les ans durant deux jours en janvier à Valence. Cependant, certaines familles Drôme ardéchoises ne participent pas à ce forum du fait de leur éloignement.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** Des Forums Santé Bien-être itinérants ont été organisés à Saint-Nazaire afin de favoriser l'accès au droits et au soins des publics précarisés des quartiers prioritaires de la ville. Trois Forums ont été mis en place sur trois sites différents, chacun s'adaptant à la spécificité de leur territoire.

**Dispositif :** L'idée est ici de créer un Forum post-bac itinérant en Drôme-Ardèche qui pourrait être déployé sur plusieurs sites éloignés, en Sud Ardèche par exemple, afin de toucher une audience plus large.

### **Objectifs :**

- Informer les habitants des territoires éloignés de l'offre universitaire sur leur territoire,
- Renforcer l'attractivité du site universitaire de Valence : augmenter le désir de poursuivre les études supérieures,
- Lutter contre la fracture géographique et sociale des territoires éloignés de Drôme-Ardèche.

### **Remarques:**

- Nécessité de mobiliser beaucoup d'intervenants,
- Nécessité d'établir une communication conséquente au préalable.

## **Action 7 : Mise en place d'une signalétique extérieure du campus de Valence**

**État des lieux :** Le rassemblement du pôle universitaire en deux sites distincts à Valence favorisera une lisibilité plus forte.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** L'agence de communication visuelle "*Visibles*" a réalisé pour l'Université Bretagne Sud une déclinaison du logo de l'université sur de nombreux bâtiments, participant de ce fait à la visibilité de l'université sur son territoire.

**Objectifs :**

- Mettre en valeur l'espace universitaire,
- Faciliter la lisibilité du site universitaire.

**Remarques :**

- Nécessité d'engager des investissements,
- Nécessité de soutien des départements drôme-ardéchois dans la constitution de ce nouvel aménagement du territoire.

**Action 8 : Développer le lien entre pôle universitaire et entreprises locales**

**État des lieux :** Les étudiants de Drôme Ardèche envisagent très souvent leur avenir dans le territoire, mais n'ont pas vraiment conscience de la richesse des entreprises qui y sont implantées. De même, les entreprises du territoire de Drôme Ardèche ne connaissent pas toutes le pôle universitaire et les activités qui y sont menées en matière de recherche, d'innovation, etc.

Le lien pôle universitaire / entreprises est déjà bien assuré en Drôme-Ardèche, notamment via le Conseil d'Orientation, l'ADUDA qui est un relai du pôle PEPITE, ou encore grâce au site internet [www.stagesemplois2607.fr](http://www.stagesemplois2607.fr). Mais en plus de ces dispositifs performants, nous souhaitons proposer d'autres actions sur ce sujet.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** Le festival « Mode in Normandie » est un événement destiné à promouvoir la filière mode sur le territoire normand. Un partenariat est noué entre la Région Normandie et le rectorat avec les branches professionnelles « Normandie habillement » et « Uric-Unimaille ». Parrainé des professionnels de la mode, le projet est financé par la Région et par le Groupement d'Intérêt Public Normandie Impressionniste. Des élèves de bacs professionnels « Métiers de la mode » et des étudiants en CAP sont les principaux créateurs des pièces présentées.

**Dispositif :** Il faudrait envisager deux axes d'action sur ce sujet, le premier pouvant être la communication des offres universitaires du territoire aux entreprises.

Pour cela, nous pensons :

- Organiser des visites des établissements supérieurs pour les professionnels, afin de favoriser une prise de conscience de la richesse et de la qualité des formations et de leur utilité dans le développement économique,
- Communiquer sur les formations supérieures du territoire via les magazines et journaux relayés par les collectivités territoriales,

- Faciliter le lien entre l'ensemble des établissements supérieurs et les entreprises par un référent unique,
- Développer des moyens d'aider les PME/PMI du territoire à intégrer les parcours d'enseignement supérieur dans leur activité par un soutien financier des collectivités territoriales.

Le deuxième axe d'action consisterait à communiquer davantage aux étudiants sur la possibilité de construire leur avenir au sein du territoire :

- Intégrer les entreprises aux événements étudiants comme les salons et forums,
- Développer de nouveaux incubateurs et pépinières de projets dans des filières diversifiées pour favoriser l'entrepreneuriat des étudiants,
- Communiquer sur le panel d'activités professionnelles implantées dans le territoire grâce à des articles postés sur le site internet et les réseaux sociaux qui les présenteraient en profondeur.

**Objectifs :**

- Créer un lien durable université-entreprises qui soit bénéfique aux deux parties : favoriser le glissement formation/emploi dans le même territoire pour les uns, développer la recherche et les innovations au sein des activités économiques pour les autres,
- Favoriser le développement économique local grâce à la recherche et l'innovation que peuvent apporter les étudiants valentinois.

**Partenaires potentiels :** Les collectivités territoriales pourraient prendre part à la coordination de ce lien entre les formations du supérieur et les entreprises. En dehors de cela, les établissements du supérieur et de la recherche seraient les principaux initiateurs de cette démarche.

# Sensibilisation et orientation par l'action

Le deuxième volet de cette étude tente de résoudre un frein fondamental à la poursuite d'études dans le supérieur: un phénomène d'autocensure parfois subi dès le collège, justifié à la fois par des facteurs socioculturels, socio-économiques et géographiques. À cela s'ajoute la volonté de privilégier des formations courtes et professionnalisantes lorsque le choix de poursuivre des études est pris.

Dès lors, comment envisager d'être étudiant dès l'âge de quinze ans ? Comment peut-on stimuler cette envie de devenir étudiant ?

## Objectif I : Créer un continuum entre lycée-université-entreprise

### Action 9 : Parrainage étudiant - lycéen

**État des lieux** : Dans le contexte géographique et social de Drôme-Ardèche, l'élève du secondaire peut subir une "double peine" : des parents peu enclins à encourager leurs enfants à poursuivre des études supérieures, et un éloignement du lieu de résidence par rapport au lieu d'étude). Parallèlement, nous observons un certain cloisonnement lycée-université: les lycées du territoire entretiennent peu de relations avec leurs anciens bacheliers. C'est pourquoi le continuum lycée-université du bac -3 au bac +3 ne peut réellement s'opérer.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : À la rentrée 2006, le Ministère de l'Éducation nationale, de l'Enseignement supérieur et de la Recherche a lancé l'opération "100 000 étudiants pour 100 000 élèves". Depuis, une véritable dynamique s'est enclenchée. Dans le cadre des "Cordées de la Réussite", l'Académie de Rennes a mis en place un accompagnement personnalisé par des tuteurs sur une durée allant de 3 à 12 mois. La convention dispose que les parrainages ont pour but de "faciliter la poursuite d'études et l'élaboration d'un projet de poursuites d'études rigoureux et cohérent". Cet accompagnement est à la fois "scolaire, éducatif, culturel et social".

**Dispositif** : Mettre en place un parrainage étudiant-lycéen étendu à l'ensemble du territoire, en ciblant particulièrement les territoires éloignés. L'étudiant est un chaînon essentiel et pertinent pour construire du continuum entre le lycée et l'université. Pour garantir la qualité de ce dispositif de

parrainage, celui-ci pourrait s'inscrire dans le cadre d'une option universitaire pouvant se traduire par une validation d'acquis sous forme de crédits ECTS. Ainsi, les étudiants-parrains pourraient être accompagnés et avoir des modules de formation dispensés par un ou plusieurs intervenants. Pour lancer plus aisément ce dispositif, les lycées pourraient contacter en priorité des étudiants qui sont des anciens bacheliers de leur établissement.

**Objectifs :**

- Lutter contre la fracture géographique et sociale,
- Lutter contre le cloisonnement lycée-université,
- Contribuer à l'ouverture sociale, culturelle et territoriale de l'élève,
- Faire évoluer les représentations sociales et culturelles des élèves sur l'enseignement supérieur,
- Rendre les lycéens capables de prendre des décisions en connaissance de cause.

**Acteurs potentiels :** Les établissements de l'enseignement secondaire, soutenus et fédérés par l'Académie de Grenoble, ainsi que les établissements de l'enseignement supérieur.

**Remarques:**

- Les lycées doivent être à l'origine du dispositif,
- Les lycées doivent entretenir des relations avec leurs anciens élèves (ex: réseau d'Alumni),
- Les étudiants du dispositif InTERface ne peuvent soutenir de telles actions, car ils sont déjà très sollicités et mobilisés sur d'autres missions,
- Il est difficile de toucher un grand nombre d'élèves: cibler les zones les plus éloignées géographiquement des écoles et des universités.

## **Action 10 : Parrainage milieu professionnel - lycéens**

**État des lieux :** Peu de liens existent entre le milieu professionnel du territoire et les lycées.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** Le lycée Jean Moulin de Torcy a permis à des élèves volontaires de bénéficier de l'aide d'un parrain ou d'une marraine salarié(e) de la Banque de France sur une durée de deux ans ou plus. Ce partenariat s'adresse particulièrement aux élèves de Première et de Terminale de la filière STG spécialisation Comptabilité et finances des entreprises. Dans une dynamique similaire, le réseau de parrainage "Frateli - un parrain pour réussir" veut rétablir l'égalité des chances pour les étudiants issus de milieux modestes. Ce dispositif permet aux élèves sélectionnés de bénéficier d'un parrainage par un actif ayant le même parcours. Le parrain va accompagner son filleul de la Terminale au premier emploi.

**Dispositif :** Une convention de partenariat pourra être signée entre l'établissement et un lycée définissant les modalités exactes du parrainage. Ce parrainage pourra s'inscrire dans des fenêtres pédagogiques. Deux possibilités sont envisageables :

- Un établissement privé ou public parraine une classe ou une filière et fait ainsi bénéficier l'ensemble des élèves de diverses interventions réalisées par ses employés. Le parrainage se réalise ainsi à plus grande amplitude,

- Un actif parraine personnellement un élève et lui offre un accompagnement personnalisé. Le parrainage réalisé aura ainsi une plus forte densité.

**Objectifs :**

- Donner des outils à l'élève pour se familiariser avec le monde professionnel (CV, posture, etc.).
- Permettre à l'élève de se projeter dans la vie professionnelle,
- Conseiller et encourager l'élève au moment du choix de l'orientation,
- Soutenir l'élève dans sa poursuite d'études par un acteur qui n'est pas un professionnel de l'enseignement.

**Partenaires potentiels :** Les lycées de l'Académie de Grenoble, les entreprises du territoire, des réseaux d'entreprise du territoire, le Département, la Région.

**Remarques:**

- Les lycées doivent être à l'origine du dispositif
- Sélectionner les filières en fonction de leur spécialité,
- Pas de flux financiers,
- S'inscrit sur le moyen terme.

## **Action II : Parrainage entreprise - étudiants**

**État des lieux :** Le pôle universitaire de Valence est un atout majeur pour les entreprises locales intéressées par les compétences des étudiants. Dans le cas de la Drôme et de l'Ardèche, les étudiants sont attachés à leur territoire. C'est une spécificité à prendre en compte et c'est pourquoi il faut les ancrer sur le territoire afin de répondre à une demande de la part des entreprises locales.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** Depuis 2009, l'ENSTA Paris Tech' accueille chaque année une nouvelle entreprise (par exemple, Areva, Thales, EDF, etc.) afin qu'elle parraine une promotion durant les trois années de formation. L'Université d'Orléans ajoute les "projets industriels" à ce partenariat. C'est un service, complémentaire à l'offre de stages étudiants, qui consiste en un projet industriel, en rapport avec l'entreprise partenaire, conduit par un groupe d'étudiants

de Master 2 et encadré par un enseignant. De même, l'Université de Strasbourg a mis en place la cellule FISE (Formation, Insertion, Stages, Emploi) au sein du parrainage.

**Dispositif :** Dans un premier temps, un contrat de collaboration doit être signé entre les deux parties (l'université, d'une part, et l'entreprise, d'autre part). L'entreprise devra alors dispenser une formation dont le contenu est conjointement élaboré par les deux parties, tout en respectant le programme d'enseignement officiel. Cela peut impliquer des étudiants étant en formation initiale, continue, ou en alternance. La formation théorique est alors enseignée par l'université, et la formation pratique par l'entreprise.

Ce parrainage sous convention implique la création d'un Comité de parrainage regroupant les représentants des deux parties. Ce comité permet la gestion des ressources financières et matérielles mises à disposition de l'université et de l'entreprise. Ce comité organise aussi des journées portes ouvertes au sein de l'entreprise, ainsi que des stages durant lesquels les étudiants ont l'occasion de découvrir ce qu'est le monde professionnel. De plus, les employés des entreprises pourraient suivre des formations au sein de l'université.

**Objectifs :**

- Améliorer le cadre d'étude des étudiants,
- Perfectionner les connaissances pratiques des employés de l'entreprise,
- Permettre à l'entreprise de recruter sur le territoire,
- Permettre à l'élève de découvrir des métiers, des fonctions, de se professionnaliser et de connaître les besoins des entreprises en matière de recrutement.

**Acteurs potentiels :** Les entreprises locales volontaires, l'antenne universitaire de Valence, la Région, le Rectorat de l'Académie de Grenoble.

**Remarques:**

- Nécessité de parrainer des filières très spécifiques (formations niches),
- Pas de flux financiers,
- S'inscrit sur le long terme.

## Objectif 2 : Sensibilisation des publics à l'enseignement supérieur

### Action 12 : Semaine d'immersion dans l'université

**État des lieux** : Des dispositifs d'immersion des lycéens et des équipes pédagogiques dans le milieu universitaire existent déjà au sein de l'antenne de Valence, tels que "Sup' Premières Rencontres". En revanche, il s'agit d'une journée, parfois même une demi-journée, d'immersion. De plus, cette immersion n'est destinée qu'aux élèves de Première générale, et concerne surtout des élèves intéressés par les Sciences et les Technologies.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : On observe ce dispositif un peu partout sur le territoire français avec "Venez vivre un jour à la fac" à Reims, "Lycéens à l'Université" à Montpellier, "Demain l'Université" à Lille, ou encore "L'Université à l'essai" à Nantes. Cette immersion se déroule majoritairement pendant les vacances scolaires et les lycéens sont guidés par des étudiants "tuteurs" de l'université d'accueil. La particularité de l'Université de Strasbourg est d'organiser une rencontre avec les parents des lycéens (souvent l'association de parents d'élèves), ce qui permet un conseil personnalisé des projets professionnels des jeunes grâce à un bureau d'accueil. Depuis 2002, Grenoble INP organise la «classe découverte ingénieur», soit une semaine d'immersion pour les lycéens de seconde (partenariat avec un lycée différent chaque année). Ateliers ludiques, découvertes des équipements, travaux pratiques sont autant d'activités proposées aux élèves.

**Dispositif** : Le dispositif d'immersion en milieu universitaire devrait concerner les élèves de Première mais aussi ceux de Terminale. En Première, les élèves pourraient aller à l'université qu'une journée comme c'est déjà le cas. Cependant, d'autres formations que les cursus scientifiques et technologiques devraient être à l'essai, tels que les cursus littéraires, artistiques, les formations en sciences humaines, etc. Pour les élèves de Terminale, il serait intéressant d'étendre la durée de l'immersion à une semaine dans des cursus variés. Un bureau d'accueil des élèves et des parents d'élèves devrait être mis à disposition pour d'éventuels entretiens avec le CIO Sup.

#### Objectifs :

- Démystifier, désacraliser l'université,
- Revaloriser certaines filières,
- Préparer les élèves au changement, les rendre autonomes dans une démarche d'engagement et de responsabilisation,
- Rendre les offres de formation simples et compréhensibles,
- Éveiller la curiosité des élèves.



**Acteurs potentiels** : l'antenne universitaire de Valence, les écoles du territoire, le CIO Sup, les lycées environnants, les étudiants de l'université de Valence, le Rectorat Académie de Grenoble, la Région.

**Remarques:**

- Travail de préparation et d'organisation conséquent,
- Éloignement géographique des lycées,
- Peu de coûts financiers.

### **Action I3 : Campagne publicitaire citoyenne**

**État des lieux** : L'environnement social autour de l'élève influe sur son choix de poursuivre ou non les études. À l'échelle de l'ensemble du territoire, il y a peu de sensibilisation sur les formations et leurs apports, qu'elles prennent la forme d'études supérieures ou de formations continues.

**Exemples** : cf. annexe

**Dispositif** : Nous proposons une campagne de sensibilisation à la poursuite d'étude et destinée à l'ensemble de la population. Le dispositif consiste à réaliser des portraits de citoyens ayant fait le choix de la poursuite ou la reprise d'études. Chaque support de la campagne contiendra: une photographie de la personne, son âge, ses études et, en une phrase, ce que les études ont apporté à sa vie personnelle ou professionnelle. Les portraits devront représenter un large panel de catégories socioprofessionnelles et représenter des professions de domaines variés.

Ils pourront également donner lieu à la réalisation de capsules vidéo, pouvant être diffusées sur la chaîne Youtube et le site de l'ADUDA mais également des CIO, CIO sup, établissements scolaires...

**Objectifs :**

- sensibiliser l'ensemble de la population à la poursuite d'étude,
- valoriser la population drômoise ardéchoise,
- consolider une identité de territoire,
- démystifier la poursuite d'étude en faisant évoluer les représentations de la population.

**Acteurs potentiels** : Les lycées, les collèges, la Région Auvergne-Rhône-Alpes, le Département de la Drôme, le Département de l'Ardèche, les CIO, les CDI, les corps enseignants, le Rectorat de l'Académie de Grenoble.

**Remarques:**

- Nécessité d'organiser des créneaux horaires,
- Fort besoin de matériels qui peut impliquer des coûts financiers importants pour les structures,
- Forte implication du corps enseignant et pédagogique,
- Création d'une base de données vidéo disponible pour tous.

**Les petit + :**

- Organiser de TP dans les lycées menés par des étudiants et encadrés par un doctorant.
- Organiser des compétitions entre associations sportives lycées/étudiants.

**Action I4 : Campagne de sensibilisation par le théâtre forum**

**État des lieux :** L'environnement social autour de l'élève influe sur son choix de poursuivre ou non les études. À l'échelle de l'ensemble du territoire, il y a peu de sensibilisation sur la poursuite d'études et ses apports pour l'individu et la collectivité.

**Exemples :** Le théâtre forum est déjà pratiqué sur le territoire pour sensibiliser à d'autres thématiques. En 2012, l'association Pôlénergie invitait les citoyens à partager et échanger autour d'un théâtre forum à Aubenas : les ateliers «énergie en scène» donnaient lieu à l'écriture de saynètes et à deux représentations publiques. De la même façon, la Compagnie Imp'Acte propose des spectacles citoyens de théâtre forum sur tout le territoire Rhône-Alpes-Auvergne autour de la thématique de la discrimination. La Compagnie Les Fées Rosses a également proposé le spectacle participatif «Vraiment vrai ?» en mai 2016, au lycée Édouard Herriot à Voiron, joué par des amateurs de 11 à 16 ans originaires de Chambéry et Saint-Laurent-du-Pont. Le collège Vercors, à Grenoble, fait régulièrement appel aux ateliers de théâtre forum pour ses élèves, notamment par la Compagnie Mikado et cie et la Compagnie Les Fées Rosses.

**Dispositif :** Nous pouvons imaginer un cycle d'ateliers de théâtre forum mené dans un établissement scolaire ou universitaire ayant pour but de sensibiliser un large public (scolaire, familial, social) à la poursuite d'études. Le théâtre forum est un outil démocratique, accessible à tous et donnant la possibilité d'étudier et de débattre autour de toute thématique, problématique sociale ou sujet tabou. La conduite d'ateliers en milieu scolaire permet l'initiation à la pratique du théâtre forum : jeux et exercices permettent de créer un climat de solidarité et de confiance, montage de saynètes de théâtre-forum à partir d'histoires concernant la réalité et les questions quotidiennes des élèves, représentation finale devant d'autres classes et/ou dans des lieux publics. Le cycle d'ateliers pourra donner lieu à représentation publique à l'université et sur les places de villes et villages du territoire.

**Objectifs :**

- Sensibiliser de manière originale à la poursuite d'études, à l'apport des études pour le développement personnel et collectif, aux conséquences de la non-poursuite d'études,
- Sensibiliser un large public, favoriser la discussion et les échanges des citoyens sur cette thématique,
- Sensibiliser les jeunes à la pratique artistique,
- Développer la confiance en soi des élèves.

**Remarques :**

- Les établissements scolaires doivent être à la source de la démarche,
  - Ces ateliers demandent un investissement financier, mais ils sont un outil de sensibilisation efficace qui encourage la discussion et le débat collectif.
- 



## Objectif 3 : Une orientation personnalisée sur tout le territoire

### Action I5 : Implication de l'étudiant au compte de l'université (job étudiant)

**État des lieux** : La situation économique des ménages sur le territoire Drôme-ardéchois est fragile. Il est un facteur important dans le processus de prise décision concernant la poursuite d'étude. Selon une étude de l'OVE (Observatoire de la Vie Étudiante) menée en 2013, près d'un étudiant sur deux (46%) avait une activité salariée en même temps que ses études afin de subvenir à ses besoins. Dans la catégorie des étudiants travailleurs, 35% de ces étudiants travaillaient pour l'université.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : L'université Jean Monnet de Saint-Etienne a mis en place le dispositif «Étudiant-Ambassadeur de l'UJM». Les étudiants-ambassadeurs, issus de l'ensemble des champs disciplinaires de l'établissement, participent à différents événements en lien avec l'orientation (salons de l'étudiant, forum de l'enseignement supérieur, rencontres université/familles, journées portes ouvertes, forums des métiers...). Ils présentent l'université Jean Monnet, son offre de formation, mais également les services offerts aux étudiants. Ils ont également pour mission de proposer des actions pour renforcer les liens université-territoire (exemple: travail de communication dans leurs lycées d'origines, parrainage de lycéens...). Le personnel du service Cap Avenir (lieu de ressource sur l'orientation de l'UJM) accompagne les étudiants-ambassadeurs dans cette mission. Ces étudiants sont rémunérés sous la forme de vacations étudiantes (environ 10€ brut de l'heure).

**Dispositif** : Dans le cas de l'antenne universitaire de Valence, il serait intéressant de transversaliser le job étudiant en le mettant au service de la sensibilisation aux études supérieures et à l'orientation. L'initiative devrait aussi venir de l'université en intégrant ses étudiants à la dynamique de visibilité du site universitaire de Valence et d'orientation des publics jeunes. Les étudiants, en partenariat avec le CIO Sup, devront connaître l'offre de formations de l'antenne universitaire de Valence afin de pouvoir en discuter avec les élèves. Ils pourront alors parler de leur parcours, de leur expérience et de leurs choix d'orientation. Il est plus facile pour les élèves du secondaire de s'identifier à quelqu'un de son âge, utilisant les mêmes codes de langages, et venant du même territoire.

#### Objectifs :

- Améliorer la visibilité de l'antenne universitaire de Valence en territoire éloigné grâce à ses propres étudiants,
- Rassurer les élèves du secondaire sur leur parcours scolaire, leurs projets personnels et professionnels en faisant partager des expériences vécues,
- Impliquer davantage les étudiants dans leur université,

**Acteurs potentiels** : l'antenne universitaire de Valence, les étudiants de l'antenne universitaire de Valence, le Département de la Drôme, le Département de l'Ardèche, le Rectorat de l'Académie de Grenoble, les lycées drômois et ardéchois.

**Remarques:**

- Les lycées doivent être à l'initiative de la demande d'intervention,
- Logistique et budget important, mais grande faisabilité avec la possibilité de mettre cette action en lien avec le CIO Bus, la campagne publicitaire et les vidéos "Orientation, Formations et Métiers",
- Apport financier à l'étudiant,
- Besoin d'étudiants disponibles pour les déplacements dans les lycées sur le territoire Drôme-Ardèche.

## **Action 16 : Le CIO-Bus**

**État des lieux** : Il existe des disparités territoriales quant aux choix de poursuivre des études. L'accès aux informations sur l'orientation reste centralisé sur certaines communes. L'ADUDA organise notamment le Forum Post-Bac à Valence et on peut trouver des CIO actifs à Valence, Annonay, Montélimar, Privas, Tournon-sur-Rhône, Romans et Aubenas. La situation actuelle est donc celle d'un accompagnement à moyenne amplitude mais permettant des rendez-vous de qualité avec des conseillers d'orientation-psychologues.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : Le BGE Bus de la création d'entreprises permet d'aller à la rencontre des habitants pour échanger avec eux, les informer et les accompagner dans leurs éventuels projets de reprise ou création d'entreprises. En ville ou à la campagne, cinq BGE bus sillonnent les routes de six régions (44% de quartiers politique de la ville et 42% de zone rurale) sur 338 jours de tournée.

**Dispositif** : Le CIO-bus ou « bus de l'orientation » est un programme itinérant de promotion et de sensibilisation à la poursuite ou à la reprise d'études. Il permet de pallier l'iniquité territoriale dans l'accès à l'information relative à l'orientation. Le CIO-bus parcourrait le territoire de Drôme-Ardèche en faisant des étapes dans des zones éloignées. Les services offerts par les conseillers d'orientation pourraient être multiples : entretiens personnalisés avec ou sans les parents, ressources documentaires, formations ludiques en groupe, informations sur le milieu universitaire (vie culture, aides, bourse, logement...). Le CIO-bus pourra se déplacer en partenariat avec les collèges, les lycées généraux ou professionnels, mais aussi à la demande des collectivités, des associations de parents d'élève ou encore des missions locales.

**Objectifs :**

- Mutualiser les moyens techniques et humains pour informer sur l'orientation à une plus large échelle sans perdre en qualité,
- Restaurer un sentiment de proximité géographique et sociale avec l'enseignement supérieur
- Lutter contre l'iniquité territoriale dans l'accès à l'information sur l'orientation,
- Offrir une approche ludique de l'orientation : le CIO bus est un support d'information innovant
- Encourager l'ambition et la prise de risque (sortir de la zone de confort) chez les jeunes des zones isolées.

**Acteurs potentiels :** Coordination à l'échelon départemental ou régional ; Cofinancement par les intercommunalités, les départements, et la région; Conception par les CIO et CIOSUP, l'ADUDA, les Missions locales, les établissements scolaires.

**Remarques:**

- Possibilité d'ouvrir le CIO-bus à l'ensemble des publics pour informer largement sur l'orientation (formation continue par exemple),
  - Le CIO-bus permettrait d'offrir un service personnalisé à forte densité et à forte amplitude,
  - Nécessité d'adapter le discours aux bacheliers, de varier les dispositifs d'intervention et d'information en fonction du profil de l'élève,
  - Risque de tourisme pédagogique.
-

# Territoires et équité

Ayant comme point de départ les spécificités des territoires de Drôme et d'Ardèche, ce dernier volet entend repenser la question de l'accessibilité physique, sociologique comme culturelle aux études supérieures. Les actions des trois axes que sont la mobilité, le soutien économique et l'apprentissage innovant ont pour point commun de concourir à la construction d'un territoire plus équitable. Elles se positionnent dans une dynamique partagée d'accompagnement et de développement des forces et des besoins existants et repérés.

## Objectif I : Améliorer la mobilité des étudiants

### Action 17 : Mettre en place un service de covoiturage étudiant

**État des lieux** : Certains étudiants en Drôme-Ardèche effectuent de longs et pénibles trajets entre leur lieu de domicile et leur lieu d'étude. Ces allers-retours quotidiens représentent des coûts financiers, des dépenses de temps et d'énergie, sans compter l'impact environnemental (80% des déplacements en voiture sur le territoire se font seul). Un site internet de covoiturage Covoit'Oùra!, mis en place par la région, est relayé dans la communication de l'ADU-DA. Cependant, les étudiants ne se sont pas véritablement approprié cette plateforme : la communauté "Étudiants de Drôme-Ardèche" rassemble seulement 28 adhérents sur le site. Il est donc nécessaire de développer de nouveaux usages en partant des besoins étudiants afin de développer leur qualité de vie.

**Exemples observés dans d'autres lieux** : Des start-ups autour du covoiturage étudiant ont déjà vu le jour, sans parvenir à devenir pérenne selon les informations dont nous disposons.. Citons les exemples de *Tatacasse* et *Wever* dont l'objectif affiché est celui d'optimiser les déplacements étudiants, de gagner en temps et en efficacité, tout en tissant de nouveaux liens à travers la communauté.

**Dispositif** : Améliorer l'existant en suggérant à l'Association Valentinoise des Étudiants (AVE) de communiquer sur leur site autour des opportunités de covoiturage afin que les étudiants puissent rentrer de soirée en toute sécurité. L'idée est de partir d'un site internet fait par les étudiants pour les étudiants et d'un besoin repéré par les étudiants. L'étape suivante serait le développement d'un service de covoiturage sur le site de l'AVE.

**Objectifs :**

- Développer de nouveaux usages de transport,
- Sensibiliser les étudiants au covoiturage dans leurs futurs trajets,
- Encourager la pratique sur d'autres trajets, par exemple domicile-université.

**Acteurs :** Association Valentinoise des Etudiants, Région Auvergne - Rhône-Alpes, Agglomération Valence Romans Rhône-Alpes Sud

**Remarques:** Il est nécessaire de trancher entre un relais de communication sur le dispositif existant, peu coûteux, mais moins lisible, ou la mise en place d'une nouvelle plateforme de covoiturage dédiée aux étudiants en Drôme-Ardèche, nécessitant un investissement plus conséquent.

**Action 18 : Réduire le temps et le coût des transports pour rapprocher les étudiants de leurs études**

**État des lieux :** La question des infrastructures et des services de transports publics est cruciale sur ce territoire parfois mal irrigué. Les horaires de transport en commun Citéa s'arrêtent pour la plupart avant 20h30 ce qui freine le développement de la vie étudiante au-delà de cette heure. À titre d'exemple, le Centre sportif universitaire est sous-utilisé à partir de 21h. Par ailleurs, bien que les mobilités train-vélo et train-bus soient plébiscitées, elles ne sont que trop peu encouragées. Enfin, les liaisons entre les différents lieux d'études ne sont pas optimales.

**Exemples observés dans d'autres lieux :** Les horaires des Transports de l'Agglomération Grenobloise (Syndicat Mixte des Transports en Commun de l'Agglomération Grenobloise), vont de 4h30 à 1h pour les trams, et de 5h à 1h pour certains bus (Chrono). Les deux silos à vélo du pôle multimodal de Grenoble en construction, la carte ZOU! en région Provence-Alpes-Côte d'Azur, le Métrovélo de la Métropole de Grenoble.

**Dispositif :**

- Améliorer la desserte et établir des connexions entre les différents sites universitaires,
- Favoriser la pratique du vélo en développant des infrastructures structurantes (pistes cyclables, arceaux à vélo, silos à vélos, pompes à vélo en libre-service),
- Promouvoir la tarification à destination des étudiants déjà très attractive,
- Étendre les horaires des transports communs jusqu'à 23h ou plus tard, comme pour l'InterCitéa, démarrer le passage du 1er bus plus tôt,



- Lancer un défi “Sans Ma Voiture” tel qu’il a été expérimenté cette année à Dijon et Grenoble en proposant en échange un abonnement Libélo gratuit,
- Augmenter la cadence de la ligne InterCitéa.

**Objectifs :**

- Encourager la multimodalité des étudiants et le changement de pratique,
- Favoriser le lien entre les étudiants des différents sites universitaires,
- Diminuer la part des étudiants automobilistes,
- Prendre en compte les nouveaux besoins des étudiants en matière de déplacement,
- Développer la pratique du vélo et le service vélo Libélo de Valence Romans Déplacement,
- Développer la vie étudiante nocturne de la Ville de Valence et de son agglomération.

**Acteurs potentiels :** Syndicat mixte des transports Valence-Romans (Citéa), Ville de Valence, Agglomération Valence Romans Sud Rhône-Alpes, Université Grenoble Alpes

## **Action 19 : Un habitat étudiant innovant**

**État des lieux :** Permettre la mobilité des jeunes sur le territoire ne suffit pas à endiguer le phénomène de sédentarité des étudiants. Cette sédentarité plus importante n’est pas un problème en soi, mais elle ne favorise pas la prise d’autonomie des jeunes et l’enrayement des phénomènes de déterminisme social. La politique de développement des déplacements la plus aboutie inclut aussi une politique de l’hospitalité et de l’habitat. Or, d’une part, les logements étudiants sont très insuffisants en nombre bien que le parc immobilier soit en développement avec la construction d’une nouvelle résidence Crous sur Valence. D’autres parts, les solutions de logement peuvent être améliorées en matière de qualité de vie.

**Exemples observés :** L’Afev met en place un dispositif qui consiste en l’attribution d’un logement en colocation à loyer très avantageux contre un engagement solidaire dans le quartier d’implantation: les Kaps (Koloc’ A Projets Solidaires). Ces modes de logement alternatifs sont eux-mêmes inspirés des kots à projets mis en place en Belgique et notamment à Louvain, unité de vie partagée autour d’étudiants réunis autour d’un même projet culturel, sportif, associatif, humanitaire, etc. Les fraternités et sororités, emblèmes puissants de la culture estudiantine américaine, sont elles aussi ancrées sur le partage de valeurs communes et l’animation d’une vie en communauté.

**Dispositif :** Mettre en place des solutions de logement alternatif près des antennes de Valence

et Mirabel: création de Kaps et d'une expérimentation d'auberge étudiante à Valence. Ce dispositif est inspiré de la tendance de partages des espaces (coworking) et des auberges de jeunesse. C'est-à-dire un habitat partagé avec plusieurs chambres et des espaces communautaires suivant un système de nuitée. C'est un système d'hébergement de courte durée, limité à quelques jours par semaine et à régularité fixe ou flexible. La promotion du logement intergénérationnel peut aussi représenter une alternative intéressante.

**Objectif :**

- Innover au sein des résidences étudiantes pour repenser le logement étudiant en matière d'habitat et de communautés de vie plutôt que de chambres individuelles et isolées, de "résidences-couloirs",
- Réduire les allers-retours domicile-université en accompagnant l'autonomie progressive des étudiants.

**Acteurs potentiels :** AFEV, Crous, Bailleurs sociaux, Ville de Valence, commune de Mirabel, Département de la Drôme et de l'Ardèche, Région Auvergne-Rhône-Alpes.

---

## Objectif 2 : Favoriser la solidarité et l'engagement étudiants

### Action 20 : Étendre le Contrat Municipal Étudiant à l'Agglomération Valence Romans Sud Rhône-Alpes

**État des lieux** : Depuis le 1er janvier 2016, la Communauté d'Agglo a obtenu la compétence "Enseignement supérieur". Il existe un dispositif mis en place par la Ville de Valence depuis plusieurs années attribuant aux étudiants valentinois issus de familles modestes une aide financière contre des missions d'intérêt général à raison de 18 et 44 heures par année. C'est un dispositif éprouvé et pertinent dont la Ville a développé une véritable expertise et expérience.

**Dispositif** : Il serait nécessaire d'une part de maintenir ce dispositif et de l'autre d'élargir l'attribution aux étudiants de toute l'agglomération. Le portage se ferait donc au niveau de la communauté d'agglomération. D'un point de vue technique, il s'agit de créer un fonds commun entre Ville de Valence-Communauté d'agglomération.

#### Objectifs :

- Pérenniser le Contrat Municipal Étudiant,
- Renforcer sa cohérence en l'appliquant à l'échelle du bassin de vie,
- Proposer un financement complémentaire pour la poursuite des études à des étudiants encore plus éloignés de l'antenne valentinoise.

**Acteurs** : Ville de Valence, Agglomération Valence Romans Sud Rhône-Alpes.

### Action 21 : Soutenir le développement d'un pôle associatif étudiant

**État des lieux** : Il existe un éventail de soutiens financiers et matériels existants (aide à la poursuite d'études, à la mobilité internationale, à la création d'entreprises) déployé par les services publics sur un territoire où 43% des étudiants sont boursiers. Nous avons donc choisi de nous

concentrer sur la solidarité interétudiante. Cette solidarité doit être visible et incarnée dans un lieu sur un campus en pleine restructuration où les usagers doivent être force de propositions. À ce titre, un café étudiant, Le Partiel, a été mis en place récemment et très plébiscité par les étudiants. De même, il existe un potentiel non négligeable et encore peu exploité de la Maison des Étudiants et de l'immense parking à l'entrée. L'ensemble de ces espaces, une fois habités et appropriés, peuvent constituer un pôle étudiant dynamique.

**Exemples observés** : Campus de Grenoble sur La Tronche, Saint-Martin-D'Hères et Gières, Espace Vie Etudiante - EVE.

**Dispositif** : Pour transformer le Partiel, la Maison de l'étudiant (MDE) et leurs environs proches en un véritable espace de partage, de ressources et de savoirs, plusieurs mesures non exhaustives peuvent être imaginées :

- Soutenir l'emploi étudiant pour le service au café associatif Le Partiel,
- Rapprocher l'AVE de l'association SEVE qui administre le bâtiment EVE - Espace Vie Étudiante pour un partage des connaissances entre les deux associations, une entraide et le développement de projets en commun,
- Faciliter la mise à disposition des espaces disponibles pour les projets étudiants. On peut imaginer la création d'un formulaire en ligne pour que les étudiants et les associations étudiantes valentinoises puissent investir le Partiel ou la grande salle polyvalente de la Maison de l'étudiant le temps d'une journée ou d'une soirée. Des événements exceptionnels pourraient être aussi imaginés devant la Maison de l'Étudiant en sécurisant et aménageant une partie du parking.

Développer avec des associations volontaires un ensemble d'actions pour favoriser la solidarité entre les étudiants telles que des gratuiteries, un village associatif en début d'année, des bourses aux manuels, la distribution de paniers de fruits et légumes locaux de manière régulière grâce aux AMAP de la région (Association pour le maintien d'une agriculture paysanne), des braderies de fournitures universitaires...

**Objectif** :

- Compléter les dispositifs publics de soutien à la poursuite d'études,
- Favoriser l'entraide entre les étudiants, les associations et les structures étudiantes,
- Favoriser l'engagement et la vie étudiante sur Valence,
- Susciter un environnement de rencontres et de synergies nouvelles,
- Développer un point de repère dynamique et visible pour les nouveaux arrivants.

**Acteurs** : AVE, Focus, Inter'Val, CROUS, EVE - Espace Vie Etudiante, Communauté Université Grenoble Alpes

## Objectif 3 : Réduire les distances grâce au numérique

### Action 22 : Mettre en place un SPOC collaboratif

**État des lieux** : La formation à distance peut être une opportunité de faire des études pour les étudiants des territoires éloignés, car le virtuel annihile les distances physiques et les contraintes d'emploi du temps. La flexibilité permise par ce type trouve un écho ces dernières années puisque l'on note une demande en hausse dans certaines formations. Au sein des formations supérieures, on assiste donc à un mouvement de fond de dématérialisation des enseignements. L'enjeu est de développer une offre cohérente de formation à distance, mais plus encore de pallier les écueils du système actuel.

**Exemples observés** : Chaque université et école propose désormais des formations à distance et des parcours plus souples entre apprentissage présentiel et à distance.

**Dispositif** : Une expérimentation d'apprentissage à distance collectif peut être implémentée. Elle consiste en un SPOC (Small Private Online Course) amélioré. L'enjeu est de développer et valoriser la flexibilité dans les parcours en mêlant études en présentiel et à distance. Au sein des formations génériques notamment, il s'agirait de proposer à des étudiants et des enseignants volontaires une dispense d'assiduité pour une unité d'enseignement contre un suivi personnalisé en formation à distance. Le temps dégagé par l'enseignant pour des cours magistraux non dispensés serait réinvesti dans l'animation et le suivi de l'apprentissage du groupe.

Ce suivi passerait notamment par:

- des permanences assurées par l'enseignant à fréquence régulière,
- la mise en relation des étudiants à distance grâce à la création d'espace de coopération,
- la mise en place d'un café mensuel obligatoire pour confronter les compréhensions et les acquis

Les actions mises en place doivent être affinées et validées par un comité scientifique et pédagogique. Le dispositif peut initialement utiliser les réseaux sociaux et outils existants (page Facebook, skype, etc.) avant d'envisager le développement d'une plateforme dédiée.

#### **Objectifs :**

- Rompre la solitude des étudiants et susciter la solidarité interapprenants,
- Muter d'une formation à distance très individuelle en un schéma d'apprentissage personnalisé et collectif,

- Créer des formations au plus près des besoins et des modes de travail des nouvelles générations,
- Étendre, restructurer, améliorer l'offre de formation à distance,
- Augmenter les taux de réussite à distance,

**Acteurs** : Communauté Université Grenoble Alpes, corps enseignant, groupe d'experts en pédagogies innovantes.

### Action 23 : Imaginer le premier "UniMix"

**État des lieux** : Les 5 et 6 octobre 2016, Valence a accueilli les 4es journées des Open Education Days dans l'objectif d'initier un large public à la fabrication de MOOCs tout en sensibilisant aux principes de l'Open Education. D'autre part, la Communauté Université Grenoble Alpes développe un axe de travail autour du numérique et des pédagogies innovantes à partir des besoins repérés au sein de l'entité. Malgré ces initiatives d'ampleur, à l'heure où le phénomène de "remix" des institutions et du design centré autour des utilisateurs prennent de l'ampleur, nous avons constaté une marge de progression pour accompagner les mutations de la formation supérieure induites par les nouvelles technologies.

**Exemples observés** : Il existe une importante communauté dans le bassin rhônalpin autour des concepts de remix. À titre d'exemples, Muséomix remixe les musées, GareRemix remixer les gares, Ardèche mix camp remixe un territoire, etc. Ces événements donnent lieu à des prototypes issus de collaborations qui nourrissent les évolutions futures des institutions. Par ailleurs, la première édition d'Edumix aura lieu les 10, 11 et 12 février 2017 et se déroulera au sein du collège Elsa Triolet à Vénissieux. Le remix portera sur ce collège ainsi que sur le collège voisin Alain à St Fons, deux établissements REP+ avec l'objectif annoncé de réinventer l'école en 3 jours.

**Dispositif** : Nous proposons ici d'impulser un projet "UniMix", le premier remix d'un campus à Valence. Cet "hackathon créatif" permettrait d'investir le campus et ses institutions avec les utilisateurs pendant une journée. L'objectif serait de développer des prototypes collaboratifs et créatifs pour penser le campus valentinois de demain. La techshop pourrait être alimentée par les softwares, les hardwares et les compétences disponibles au sein de la COMUE (robots de téléprésence, matériel de captation, logiciel, etc.) et du territoire.

L'événement laisserait place aux expérimentations faites par les utilisateurs qui sont les ressources principales dans l'émergence de nouveaux usages dans les apprentissages et permettrait un large retour par rapport aux points d'amélioration et des extrapolations possibles pour ceux qui développent les outils mis à disposition.

**Objectifs :**

- Faire connaître les dispositifs existants,
- Améliorer les outils existants,
- Susciter l'appropriation des outils et du matériel disponibles,
- Ouvrir un espace d'expérimentation et d'imagination par les usagers,
- Créer une image ludique, positive et innovante des institutions de l'enseignement supérieur.

**Acteurs potentiels :** Communauté Université Grenoble Alpes, Région Auvergne Rhône-Alpes, Conseils départementaux de Drôme et d'Ardèche, corps enseignant, L'Arche Aux Innovateurs, 8 FabLab Drôme, Pôle Numérique 26...

**Action 24 : Implémenter un Fab Lab universitaire**

**État des lieux :** Le territoire a un potentiel pour être à l'avant-garde sur la thématique des innovations numériques appliquées : campus des métiers et des qualifications autour du numérique, projet Ardèche Drôme Numérique (ADN), nombreuses personnes et nombreux lieux-ressources identifiés sur le territoire... L'action publique soutient les infrastructures et les moyens qui sont aujourd'hui en avance sur les utilisations effectives qui en sont faites. Pour développer le territoire, son attractivité et son image, il est nécessaire de créer des espaces d'appropriation et d'imagination d'usages nouveaux, des ateliers de fabrication intégrés à chaque filière. Les formations supérieures en font partie.

**Exemples observés :** L'Université de Cergy-Pontoise a mis en place un Fab Lab interne, le Fac Lab. Ce dernier est porté par une communauté qui met à disposition les machines, l'infrastructure, le soutien nécessaire à la réalisation de projets. Ces projets sont de l'ordre du « Do It Yourself », de l'appropriation des nouvelles technologies, ou bien l'inscription dans une démarche d'apprentissage et de partage.

Porté par l'IUT de Bordeaux, Coh@bit est un autre Fab Lab, additionné d'un Techshop, en interne destiné principalement aux étudiants et aux entreprises. C'est un lieu d'imagination et de fabrication participant à une plus grande fluidité entre le milieu de la formation et celui de l'entreprise. Ce Fab Lab réfléchit également à étendre sa démarche en mettant en oeuvre prochainement un Fab Lab mobile dans le but de contrer l'enclavement des zones rurales et la précarité professionnelle comme socio-économique qui peut y résider. L'itinérance de ces ateliers de fabrication numérique est une problématique dont se sont saisis d'autres Fab Labs, comme celui de Calais.

Il est intéressant de souligner que ces types de projets peuvent également être soutenus par des acteurs privés, comme la Fondation Orange qui finance 50 Fab Labs dans 8 pays destinés aux jeunes en rupture scolaire et professionnelle.

**Dispositif** : L'idée est de mettre en place un Fab Lab/atelier de fabrication numérique sur l'un des sites universitaires en tant que pôle de ressources, d'expérimentations et de fabrications pour développer des usages dans les études supérieures et la réappropriation des techniques par l'ensemble des personnes liées à l'enseignement supérieur. Un système de Fab Lab ambulant peut être pensé afin d'aller à la rencontre des territoires et des futurs potentiels étudiants pour défendre une formation universitaire innovante.

**Objectifs :**

- Créer des espaces des possibles,
- Mettre à l'oeuvre la créativité des usagers de l'Université,
- Faire émerger des projets innovants,
- Participer à la professionnalisation des étudiants,
- Mettre en relation monde étudiant et monde de l'entreprise,
- Créer une image ludique, positive et innovante des institutions de l'enseignement supérieur.

**Acteurs** : Les Fab Labs existants sur le territoire et autres lieux-ressources autour de ces questions comme L'Arche Aux Innovateurs, 8 FabLab Drôme, Pôle Numérique 26, les collectivités locales intéressées, des partenaires privés comme la Fondation Orange ou des entreprises locales comme Thalès.

**Remarques** : Un établissement de formation soutenant une telle démarche pourrait assurer le portage de ce projet. Représentant un investissement conséquent, il est important que l'adhésion et l'initiative trouvent un écho à l'échelle des étudiants et des enseignants.

---



# Rencontres effectuées

- **Jean-Claude BLACHIER**

Directeur, Pôle numérique

- **Chantal BLUM**

Chef de Service Développement, Direction Enseignement - Conseil départemental de la Drôme

- **Dominique CHERVET**

Directeur du Développement Économique - Conseil Départemental de l'Ardèche

- **Philippe CUNTIGH**

Chargé de mission, Service Développement Universitaire, Direction de l'enseignement supérieur, de la recherche et des formations sanitaires et sociales, Conseil régional Auvergne-Rhône-Alpes

- **Laurence FANGET**

Chef de Projet "Université Territoriale d'Entreprises", Maison de l'emploi et de la formation Ardèche Méridionale

- **Grégoire FEYT**

Vice-président de l'UGA en charge de la relation avec les territoires

- **Coralie GOULINET-MATEO**

Chargée de projet Interface Université et Territoires, Communauté UGA

- **Pascal MAO**

Directeur, CERMOSEM, plateforme du développement territorial

- **François MONTERRAT**

Directeur, Développement Économique, de l'Emploi et du Tourisme, Agglomération Valence Romans Sud-Rhône-Alpes

- **Isabelle OLIVIER**

Vice-présidente Numérique et Innovations pédagogiques, Communauté UGA

- **Geoffrey RIVET**

Président, l'Association Valentinoise des étudiants

- **Marc PAPINI**

Directeur, CIO d'Aubenas

- **Pamela PENEL**

Chargée de communication, ADUDA

- **Catherine CHAUTANT**

CIO Sup

- **Roland PELURSON**

Vice président de l'UGA pour le site Drôme-Ardèche

Avec tous nos remerciements.

# Webographie et bibliographie

## Communication et information

- Consuelo Vásquez, Benoit Cordelier et Viviane Sergi, « Pratiques de branding en contexte universitaire. Une approche processuelle de la marque », *Études de communication*, 40 | 2013, 93-110.
- Pablo Medina Aguerrebere, « La construction de la valeur de marque des universités à travers les réseaux sociaux. Le cas de Facebook », *Quaderni*, 85 | 2014, 85-100.- [www.crp.uqam.ca/pages/branding\\_universite.aspx](http://www.crp.uqam.ca/pages/branding_universite.aspx)
- [www.plateforme-asv.org/ressources/recits\\_experiences/saint-nazaire-des-forums-sante-bienetre-itinerants-pour-favoriser](http://www.plateforme-asv.org/ressources/recits_experiences/saint-nazaire-des-forums-sante-bienetre-itinerants-pour-favoriser)
- [www.etudierendromeardeche.fr/fr/actus/a-la-une/forum-post-bac-20-et-21-janvier-2017-a-valence-582859.htm](http://www.etudierendromeardeche.fr/fr/actus/a-la-une/forum-post-bac-20-et-21-janvier-2017-a-valence-582859.htm)
- [www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid54320/guide-sur-la-signaletique-exterieure-des-campus.html](http://www.enseignementsup-recherche.gouv.fr/cid54320/guide-sur-la-signaletique-exterieure-des-campus.html)
- [www.visibles.fr/237-actu/2275-signaletique-exterieure-de-l-universite-bretagne-sud-ubs.html](http://www.visibles.fr/237-actu/2275-signaletique-exterieure-de-l-universite-bretagne-sud-ubs.html)

## Sensibilisation et orientation par l'action

### **Objectif 1 : Créer un continuum entre lycée-université-entreprise**

- Dispositif "100 000 étudiants pour 100 000 lycéens" : [www.education.gouv.fr/cid4049/100-000-etudiants-pour-100-000-eleves.html](http://www.education.gouv.fr/cid4049/100-000-etudiants-pour-100-000-eleves.html)
- Parrainage Lycée Jean Moulin Torcy, Leffebvre, E. « *Qu'est-ce que le parrainage ?* » : [www.jean-moulintorcy.fr/index.php?option=com\\_content&view=article&id=53:quest-ce-que-le-parrainage-&catid=97:le-parrainage&Itemid=145](http://www.jean-moulintorcy.fr/index.php?option=com_content&view=article&id=53:quest-ce-que-le-parrainage-&catid=97:le-parrainage&Itemid=145).
- Loïc Brémaud et Michel Boisclair, « Pédagogie universitaire et partenariat université-entreprise : enjeux, écueils, perspectives » : [ripes.revues.org/577](http://ripes.revues.org/577)
- Les partenariats universités entreprises en France : Quels progrès ? (20/01/14) : [http://www.enderi.fr/Les-partenariats-universites-entreprises-en-France-quels-progres\\_a178.html](http://www.enderi.fr/Les-partenariats-universites-entreprises-en-France-quels-progres_a178.html)
- Landrieu, V. (17/06/13) Partenariat entreprises-universités-écoles : L'engouement : <http://business.lesechos.fr/directions-ressources-humaines/metier-et-carriere/parcours/0202802609846-partenariat-entreprises-universites-ecoles-l-engouement-pour-la-chaire-7394.php>
- Université de Valenciennes et du Hainaut-Cambrésis. « Partenariat Recherche-Entreprise - Les clés d'une collaboration réussie » : [univ-valenciennes.fr/partenariat-recherche-entreprise](http://univ-valenciennes.fr/partenariat-recherche-entreprise)
- Université d'Orléans, Projets Industriels : [www.univ-orleans.fr/sciences-techniques/info/projets-industriels](http://www.univ-orleans.fr/sciences-techniques/info/projets-industriels)
- Unistra, Partenariat entreprise : [ecogestion.unistra.fr/entreprises/partenariat-entreprise](http://ecogestion.unistra.fr/entreprises/partenariat-entreprise)

### **Objectif 2 : Sensibilisation des publics à l'enseignement supérieur**

- Unistra. Rencontrer enseignants, étudiants et conseillers : [www.unistra.fr/index.php?id=17163](http://www.unistra.fr/index.php?id=17163)
- Université Grenoble Alpes. Liaison lycées - université / UJF-Valence : [dsda.univ-grenoble-alpes.fr/evenements-communication/liaison-lycees-universite](http://dsda.univ-grenoble-alpes.fr/evenements-communication/liaison-lycees-universite)
- Le concours : "Je filme le métier qui me plaît" : [www.jefilmelemetierquimeplait.tv/le-concours.html](http://www.jefilmelemetierquimeplait.tv/le-concours.html)
- Oui, M. « Orientation des lycéens : Une priorité stratégique pour l'université de Nantes » : [www.letudiant.fr/educpros/enquetes/portrait-d-universite-nantes-construit-des-ponts-avec-les-lycees/orientation-des-lyceens-une-priorite-strategique-pour-l-universite-de-nantes.html](http://www.letudiant.fr/educpros/enquetes/portrait-d-universite-nantes-construit-des-ponts-avec-les-lycees/orientation-des-lyceens-une-priorite-strategique-pour-l-universite-de-nantes.html)
- Stromboni, C. (13/03/13) « Immersion à l'université : Aller contre les clichés » : [www.letudiant.fr/educpros/enquetes/quand-des-lyceens-testent-les-etudes-superieures/immersion-a-l-universite-aller-contre-les-cliches.html](http://www.letudiant.fr/educpros/enquetes/quand-des-lyceens-testent-les-etudes-superieures/immersion-a-l-universite-aller-contre-les-cliches.html)

### **Objectif 3 : Une orientation personnalisée sur tout le territoire**

- Faury, E. (2013). « Etudier et travailler à l'université ! » : [www.meltcampus.fr/etudier-et-travailler-a-l-universite-a164693.html](http://www.meltcampus.fr/etudier-et-travailler-a-l-universite-a164693.html)
- Lucas, M. (19/04/15) Travailler pour son université : [www.radins.com/dossiers/consommation/travailler-pour-son-universite,1648.html](http://www.radins.com/dossiers/consommation/travailler-pour-son-universite,1648.html)
- Belghith, F., Bruyand, L., & Ferro, M. (2013). La vie étudiante - Repères
- Raud, P. (2015) « 24 heures de l'orientation: Tu vas enfin aimer les salons étudiants et trouver ta voie ! » : [www.digischool.fr/24h-orientation/digischool-lance-les-24-heures-de-l-orientation-29874.php](http://www.digischool.fr/24h-orientation/digischool-lance-les-24-heures-de-l-orientation-29874.php)
- Les 24h de l'Orientation : [24h.orientation.com](http://24h.orientation.com)
- BGE bus de la Création d'entreprises : [bge.asso.fr/on-vous-accompagne/affiner-mes-idees/bge-bus.html](http://bge.asso.fr/on-vous-accompagne/affiner-mes-idees/bge-bus.html).

## **Territoires et équités**

### **Objectif 1 : Améliorer la mobilité des étudiants**

- Covoiturage Covoit'Oùra! : [www.ecovoiturage0726.fr](http://www.ecovoiturage0726.fr)
- Tatacasse, concept et article de presse : [bonjouridee.com/tatacasse/](http://bonjouridee.com/tatacasse/) <http://www.letudiant.fr/trendy/bons-plans/mes-trips/zoom-sur-tatacasse-com-le-site-de-covoiturage-pour-etudiants.html>
- Wever, concept et article de presse : [etudiant.lefigaro.fr/les-news/actu/detail/article/wever-l-application-de-covoiturage-pour-etudiants-17239/](http://etudiant.lefigaro.fr/les-news/actu/detail/article/wever-l-application-de-covoiturage-pour-etudiants-17239/) et [www.wever.fr/](http://www.wever.fr/)
- Initiative "Sans ma voiture" : [www.sansmavoiture.fr](http://www.sansmavoiture.fr)
- Carte Zou!, explications : [www.regionpaca.fr/se-deplacer/gamme-tarifaire-zou/obtenir-la-carte-zou.html](http://www.regionpaca.fr/se-deplacer/gamme-tarifaire-zou/obtenir-la-carte-zou.html)
- Kaps, les colocations solidaires de l'Afev : [kolocsolidaire.org/ressources](http://kolocsolidaire.org/ressources)
- Kots-à-projet, des colocations communautaires et solidaire en Belgique : [www.kapuclouvain.be/web/index.php](http://www.kapuclouvain.be/web/index.php)

**Objectif 2 : Favoriser la solidarité et l'engagement étudiant**

- Espace Vie Etudiante - EVE : [www.eve-grenoble.fr](http://www.eve-grenoble.fr)
- AMAP «Le Goût Nature» à Bourg-les-Valence, 26500 : [www.avenir-bio.fr/amap,drome,26.html](http://www.avenir-bio.fr/amap,drome,26.html)
- Gratuiterie (organisé par InteGre) : [www.integre-grenoble.org/single-post/2016/06/01/-Collecte-de-dons-Gratuiterie-IntEGre--](http://www.integre-grenoble.org/single-post/2016/06/01/-Collecte-de-dons-Gratuiterie-IntEGre--)

**Objectif 3 : Une orientation personnalisée sur tout le territoire**

- Muséomix : [www.museomix.org](http://www.museomix.org)
- GareRemix : [garemixsaintpaul.grandlyon.com](http://garemixsaintpaul.grandlyon.com)
- Ardèche mix camp : [ardechemixcamp.org](http://ardechemixcamp.org)
- Faclab de l'Université de Cergy-Pontoise : [www.faclab.org](http://www.faclab.org)
- Coh@bit, un FabLab de l'IUT de Bordeaux : [www.cohabit.fr](http://www.cohabit.fr) et [www.cohabit.fr/projet-fablab-mobile](http://www.cohabit.fr/projet-fablab-mobile)
- Exemple de l'itinérance avec le FabLab de Calais : [www.nordlittoral.fr/calais/un-laboratoire-numerique-ambulant-ia0b0n312674](http://www.nordlittoral.fr/calais/un-laboratoire-numerique-ambulant-ia0b0n312674)
- Le soutien aux FabLabs solidaires par la Fondation Orange : [www.fondationorange.com/FabLabs-Solidaires-un-programme-international-d-education-numerique](http://www.fondationorange.com/FabLabs-Solidaires-un-programme-international-d-education-numerique)

# Annexe



Victoriaville (QC,CA), Campagne « Fier Citoyen », 2013



Ville de Brest (FR), Fêtes maritimes internationales de Brest, 2016

*“Pour nous, faire la fête, c’est...”*



