



## Les universités prises au piège d'une campagne de publicité hâtive

L'Université de Provence tient à s'associer aux réactions d'une partie de la communauté universitaire, de Résosup et de la Conférence des Présidents d'Universités suite à la publication de la première enquête nationale d'insertion professionnelle des diplômés de master. Enquête publiée par le ministère de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche qui a fait l'objet le 16 octobre dernier d'un article dans le Figaro Magazine.

Certes, on pourrait se réjouir des résultats publiés par le Figaro Magazine parce que l'indicateur d'insertion professionnelle des masters est globalement bon. Pour autant, il faut inviter les lecteurs à la plus grande prudence et protester contre la communication hâtive de chiffres qui ne sont pas encore fiabilisés.

Le groupe de pilotage, auquel participent la Conférence des Présidents d'Universités et le Réseau des Observatoires qui mènent depuis longtemps ce type d'enquête au sein des universités, n'a pas encore rendu ses conclusions ni validé les résultats de la collecte nationale et leur exploitation.

À plusieurs reprises, des réserves à l'égard de la méthodologie adoptée ont été exprimées. L'étroitesse du champ d'enquête est d'abord en cause : tous les étudiants ayant été en poursuite d'études après leur master ont été écartés ainsi que les étudiants étrangers. Cela privilégie les formations dont les diplômés sortent avec un titre professionnel en sus, au détriment de celles qui préparent leurs diplômés à des concours qu'ils présentent l'année suivant leur diplôme. On peut citer en exemple le taux d'insertion des étudiants de psychologie. Le ministère se félicite du taux d'insertion des étudiants sortant des masters de psychologie, dont un facteur d'explication réside précisément dans ce fait. Le diplôme de master de psychologie donne aussi le titre de psychologue et une employabilité immédiate.

Par ailleurs, les résultats des universités ont été pris en compte, comme l'explique la Ministre, dès lors que le taux de réponse à l'enquête était supérieur à 30% des effectifs interrogés. Un tel pourcentage est-il vraiment suffisant pour avoir un reflet précis de l'insertion professionnelle d'une formation ? Comment comparer valablement les résultats d'une université dont le taux de réponse est à peine supérieur à ce 30% réglementaire et celui d'une université qui, comme l'Université de Provence, après beaucoup d'efforts, est parvenue à des taux de réponse dépassant les 70% de répondants ? Tout le monde conviendra que les étudiants les plus aisés à pister sont ceux qui s'insèrent, plus nombreux dans les 30 premiers % que dans les suivants. De nombreuses voix se sont élevées aussi pour souligner l'impossibilité de comparer les résultats des universités sans pondération par une variable qui prendrait en compte le tissu économique et social local, de même que les spécificités des étudiants accueillis.

La question qui se pose à présent aux universités est de savoir comment éviter de semblables dérives à l'avenir, comment prendre en charge elles-mêmes la communication de leurs propres résultats, comment en somme mettre en pratique la liberté et la responsabilité que leur confère la loi.

Contact presse :

Virginie Haefflinger Directrice de la communication / Attachée de presse / Mobile : 06 45 29 26 21 / [virginie.haefflinger@univ-provence.fr](mailto:virginie.haefflinger@univ-provence.fr)