



# Ipsos



## ***Bilan d'opinion de l'Université de Corse***



UNIVERSITÀ DI CORSICA

PASQUALE PAOLI

**Ipsos**

41, quai Fulchiron  
69005 Lyon  
Tél : + 33 (0)4 72 77 41 70  
Fax : + 33 (0)4 72 77 41 71



Etude n° 33831FZ01  
François de SARS  
Laurent BOUDON

20 Décembre 2008

## ***Présentation de l'étude***

*Contexte et objectifs*

*Méthodologie*

*Structure de l'échantillon*

## ***Résultats***

*I – Réceptivité de la population à la communication de l'Université de Corse*

*II – Image et opinion relative à l'Université de Corse*

*III – Mise en relation avec l'Université de Corse*



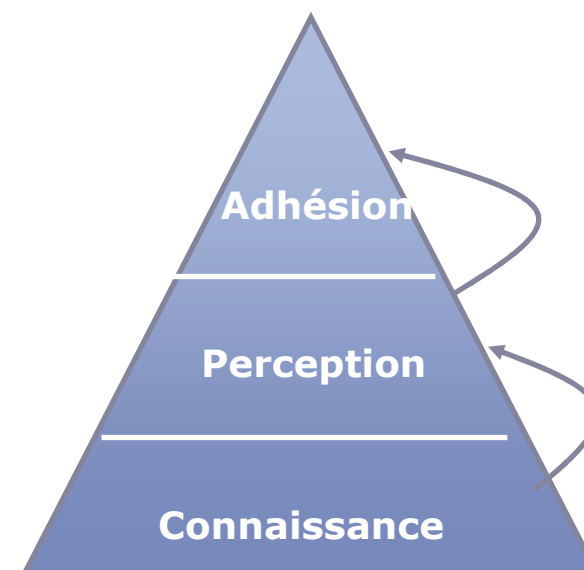
# Présentation de l'étude

- ❏ **L'Université de Corse**, sise à Corte, regroupe quelque 4200 étudiants, 230 enseignants et chercheurs, techniciens et administratifs.
- ❏ L'Université de Corse qui agit en formation initiale mais aussi en formation continue et formation à distance n'est pas seulement destinée aux seuls insulaires puisqu'à ce jour 45 nationalités sont présentes sur ses 3 campus. L'ouverture internationale est aussi marquée par ses liens avec une centaine d'universités partenaires à travers le monde.
- ❏ Pour ne parler que de la formation initiale, son offre est polyvalente avec :
  - ▶ Un UFR Lettres, Langues, Arts et Sciences Humaines
  - ▶ Un UFR Droit, Sciences Sociales, Economiques et de Gestion
  - ▶ Un IUT
  - ▶ Un IAE
  - ▶ Un Département Santé
  - ▶ Un UFR de Sciences et techniques
- ❏ L'Université de Corse dispose d'unités de recherche (Institut de l'Environnement, école doctorale Environnement et Société)

Les responsables de l'Université de Corse ont souhaité connaître l'opinion de la population de la Corse sur l'Université Pascal Paoli et ont consulté l'institut Ipsos à cette fin.

Ipsos a proposé de réaliser cette enquête avec les principaux angles de vision suivants :

- ❏ la **réceptivité** qu'ont les Corses à la communication de l'université Pascal Paoli, qu'elle soit directe (initiée par les actions de l'université) ou indirecte (relayée par les médias ou le bouche à oreille).
- ❏ l'**image** qu'ont les Corses de leur université en termes de qualité d'enseignement, qualité des partenariats, gestion, spécificités, ouverture sur l'international, etc.
- ❏ **les atouts et handicaps** perçus de l'Université de Corse par rapport à ce que l'on en sait
- ❏ les **points** sur lesquels les responsables de l'Université de Corse doivent **apporter de l'information**, des réponses, développer une communication d'accompagnement





## ECHANTILLON

A partir d'un échantillon initial de 700 personnes contactées par téléphone, un échantillon utile de 600 individus a été retenu (correspondant à un filtre de 14%) : il s'agit des personnes ayant entendu parler de l'Université de Corse dans un passé plus ou moins proche (cf. Q1). Cet échantillon est représentatif de la population âgée de 18 ans et plus résidant en Corse (selon statistiques officielles INSEE).



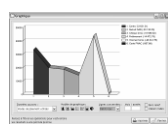
## METHODOLOGIE DE RECUEIL

L'étude a été réalisée par téléphone, avec interviews assistées par ordinateur multimédia (C.A.T.I.).



du 30 novembre au 8 décembre 2007

## DATES DU TERRAIN



Dans le rapport, les **écarts significatifs** entre les résultats observés sur le total de l'échantillon et les sous cibles socio démographiques sont indiqués par des +/-.



# Structure de l'échantillon

## Individus 18 ans et plus

### - résidants de Corse -



#### **Sexe**

Homme	48%
Femme	52%

#### **Département de résidence**

2A – Corse du Sud	46%
2B – Haute Corse	55%

#### **Age**

18-34 ans	26%
35-59 ans	43%
60 ans et plus	31%

#### **Activité de l'interviewé**

Actif	48%
Inactif	52%

#### **Profession chef de famille**

Agriculteur	3%
Commerçant, artisan, chef d'entreprise	8%
Cadre et profession libérale, supérieure	7%
Profession intermédiaire	11%
Employé	15%
Ouvrier	19%
Retraité	24%
Autres inactifs	13%

#### **Profession interviewé**

Agriculteur	1%
Commerçant, artisan, chef d'entreprise	6%
Cadre et profession libérale, supérieure	5%
Profession intermédiaire	9%
Employé	15%
Ouvrier	12%
Retraité	29%
Autres inactifs	23%



# Ipsos



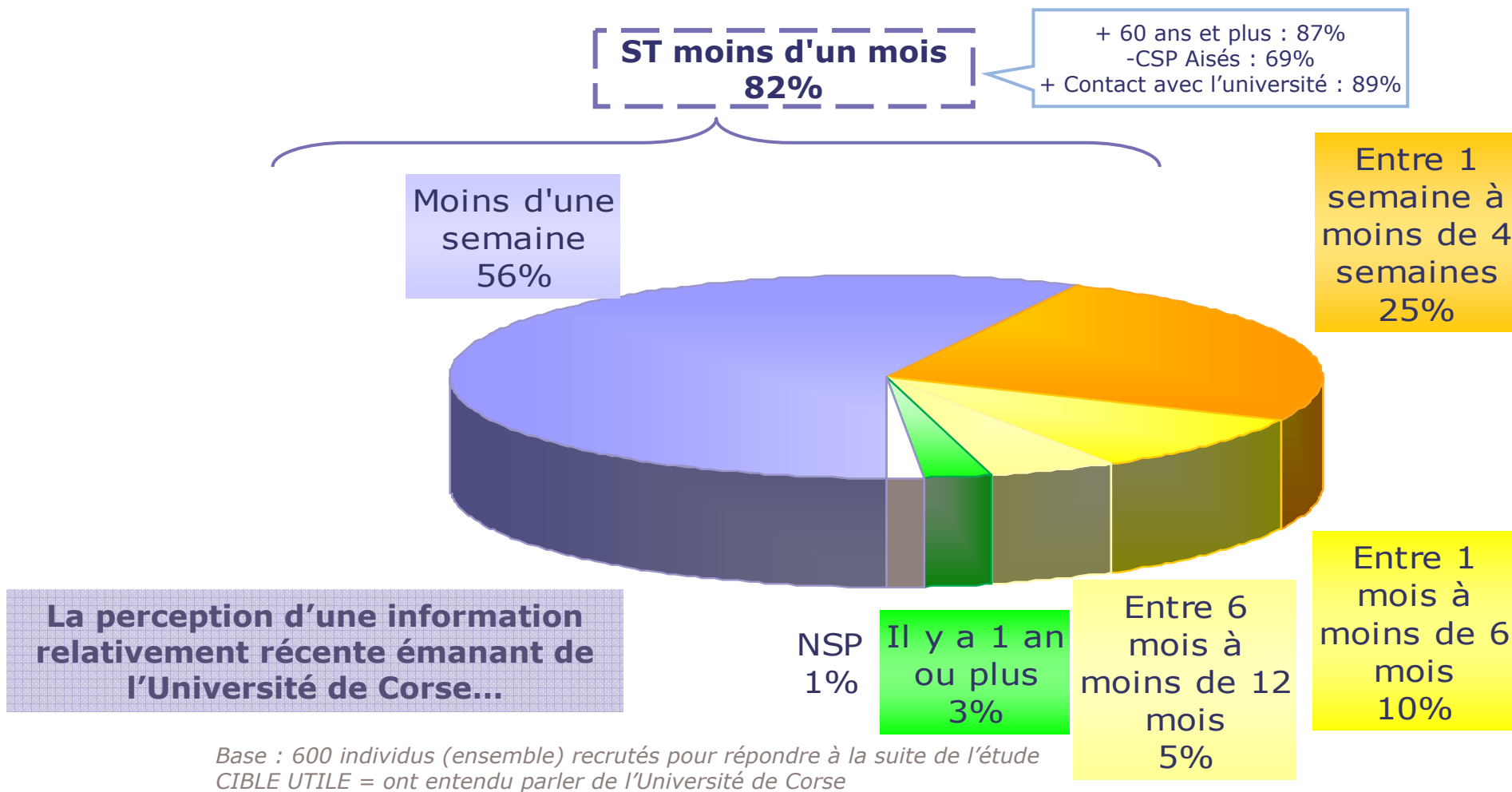
## Résultats

20 Décembre 2008

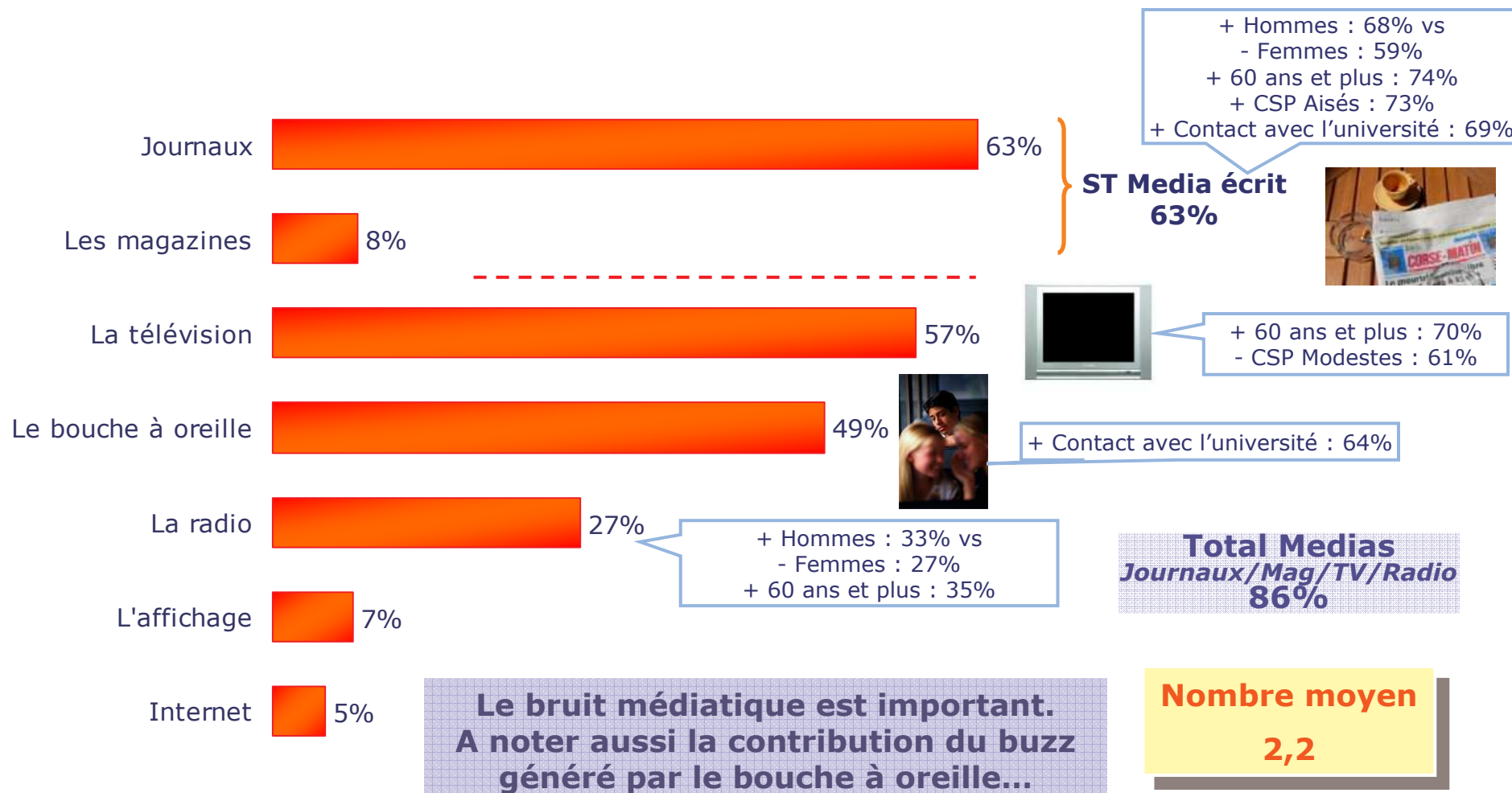
# I – Réceptivité de la population Corse à l'Université de Corse



Question 1 : Quand, pour la dernière fois avez-vous entendu parler de l'Université de Corse dans les médias (télévision, radio, journaux) que ce soit à propos de ses enseignants, ses étudiants ou de ses activités ou projets ?

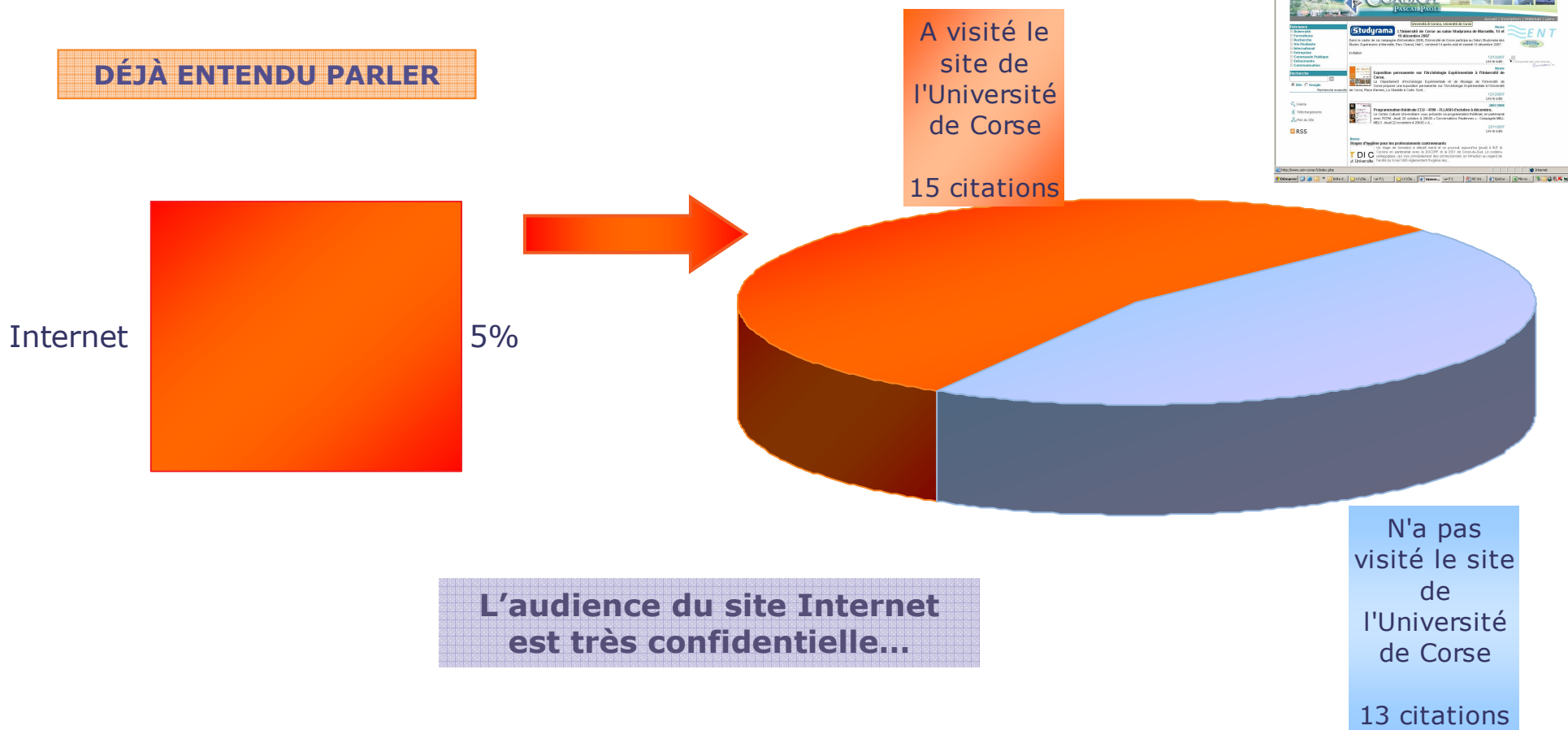


Question 2 : En règle générale, vous entendez parler de l'Université de Corse dans quel(s) type(s) de média ?



Base : 600 individus (ensemble)

Question 2bis : Avez-vous déjà visité le site Internet de l'Université de Corse [www.univ-corse.fr](http://www.univ-corse.fr) ?



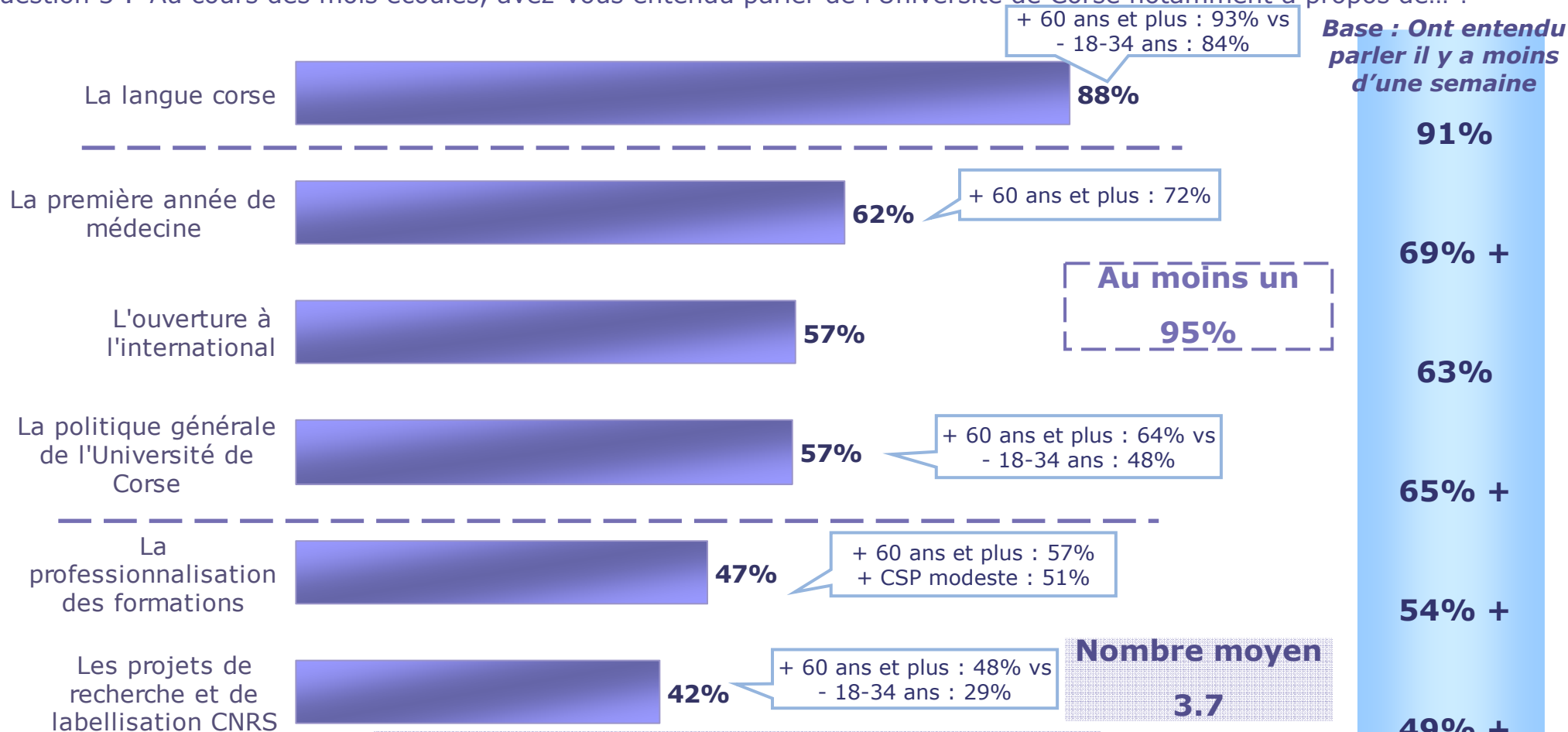
Base : 28 individus (ont entendu parler de l'Université sur Internet)



# Réceptivité aux différents sujets de communication de l'Université de Corse



Question 3 : Au cours des mois écoulés, avez-vous entendu parler de l'Université de Corse notamment à propos de... ?



Base : 600 individus (ensemble)

**De bons niveaux de réceptivité et une mémorisation élevée des individus exposés récemment à la communication**

+/- Ecart significatif vs moyenne

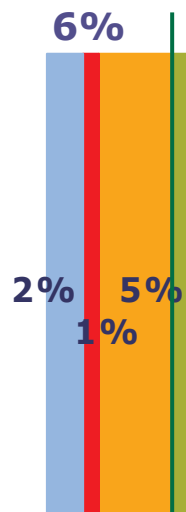


## II – Image et opinion relative à l'Université de Corse

Question 4 : D'une manière générale, avez-vous une très bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise image de l'Université de Corse ?

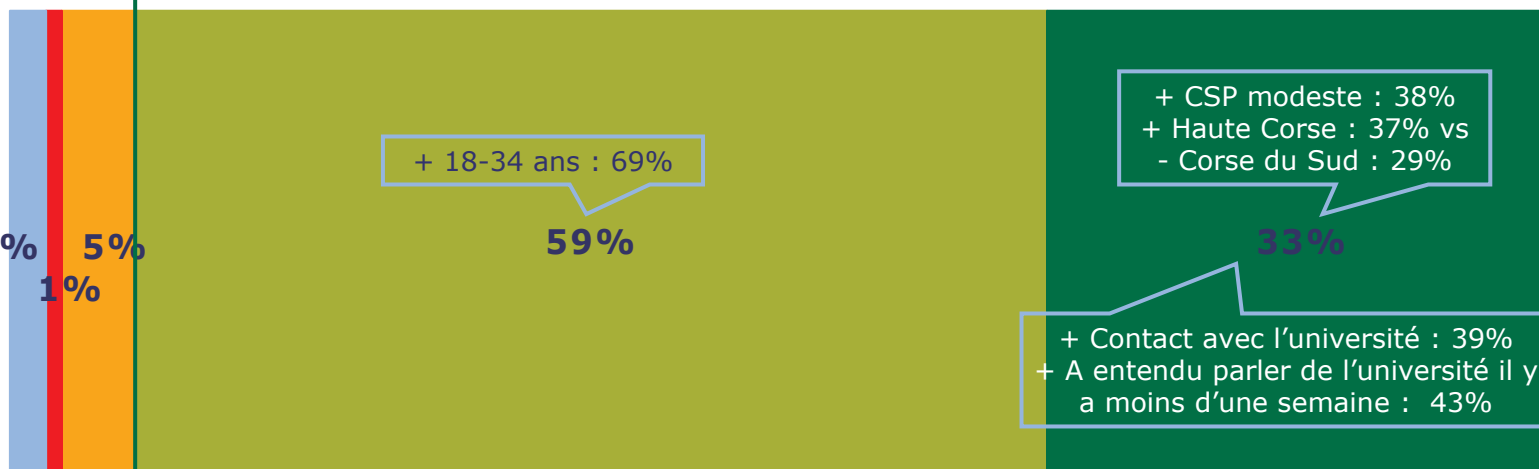
■ NSP   
 ■ Très mauvaise   
 ■ Assez mauvaise   
 ■ Assez bonne   
 ■ Très bonne

## TOTAL MAUVAISE IMAGE



## TOTAL BONNE IMAGE

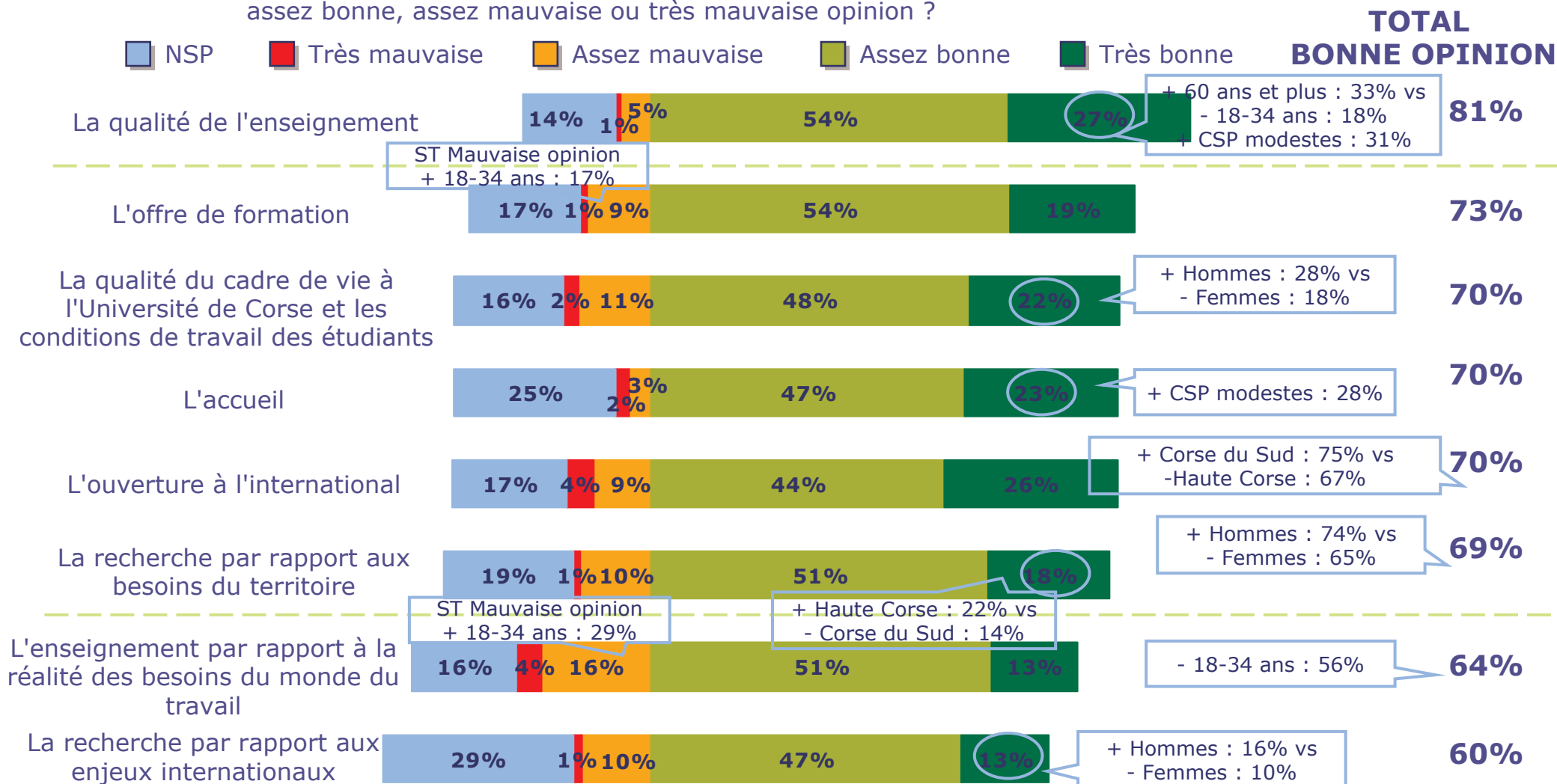
92%



**Au bilan, un très fort consensus existe sur la (bonne) image de l'Université de Corse...  
La proximité au travers de contacts ou la réceptivité à la communication ne fait que renforcer la très bonne image perçue.**

Base : 600 individus (ensemble)

Question 5 : Et à propos de chacun des aspects suivants de l'Université de Corse, en avez-vous une très bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise opinion ?

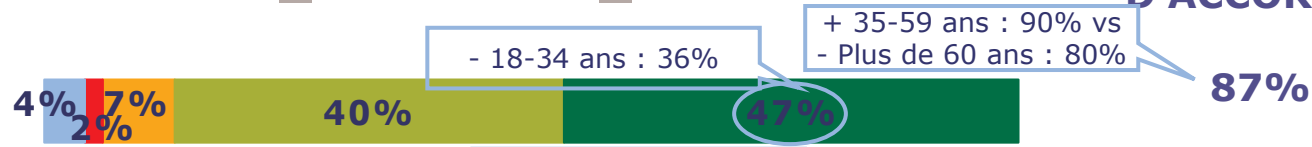


Base : 600 individus (ensemble)

Question 6 : Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des opinions suivantes ?

■ NSP   
 ■ Pas du tout d'accord   
 ■ Plutôt pas d'accord   
 ■ Plutôt d'accord   
 ■ Tout à fait d'accord   
 **TOTAL D'ACCORD**

Contribue au développement économique, social et culturel de la Corse



Réalise des actions qui la font connaître au niveau de la région



Est un vivier de ressources humaines pour la région



Est un porte drapeau de la région Corse



Est une université dynamique qui prend des initiatives



Délivre des diplômes qui sont appréciés par le monde du travail



Développe des projets de recherche de haut niveau

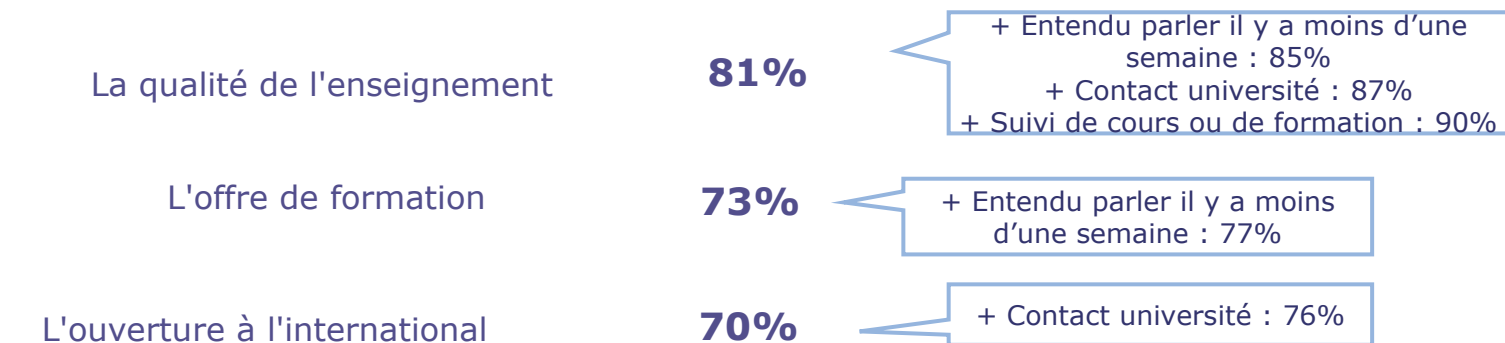


A su développer des partenariats étroits avec les entreprises

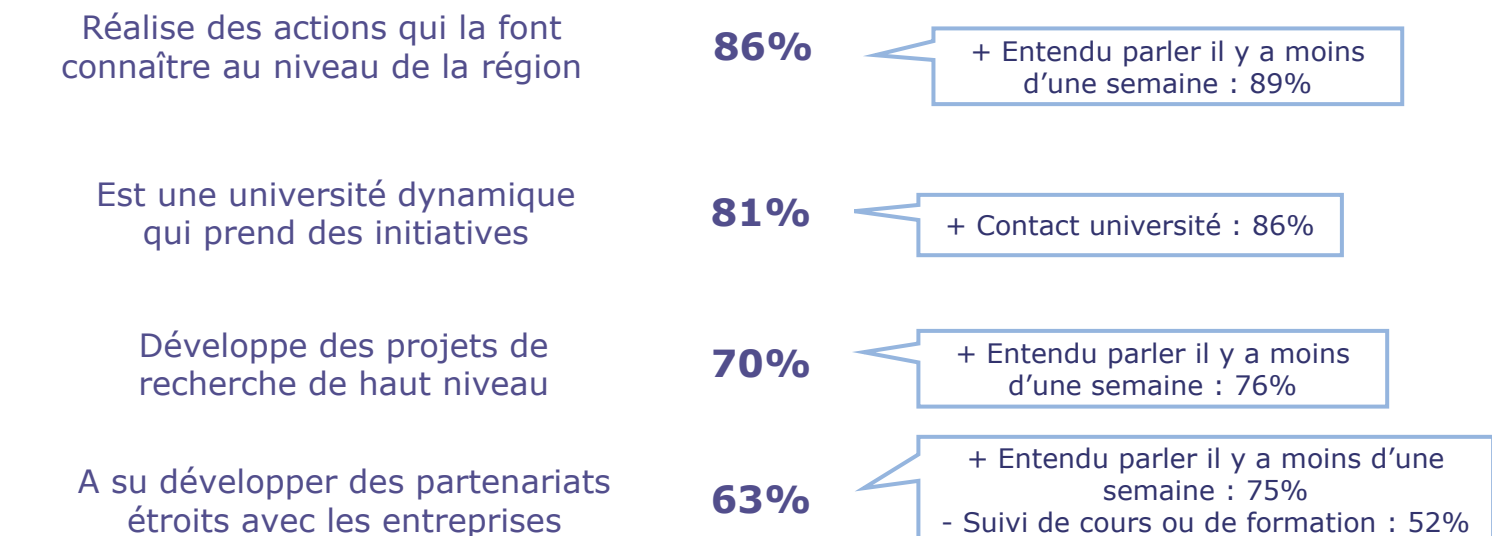


Base : 600 individus (ensemble)

## TOTAL BONNE OPINION



## TOTAL D'ACCORD





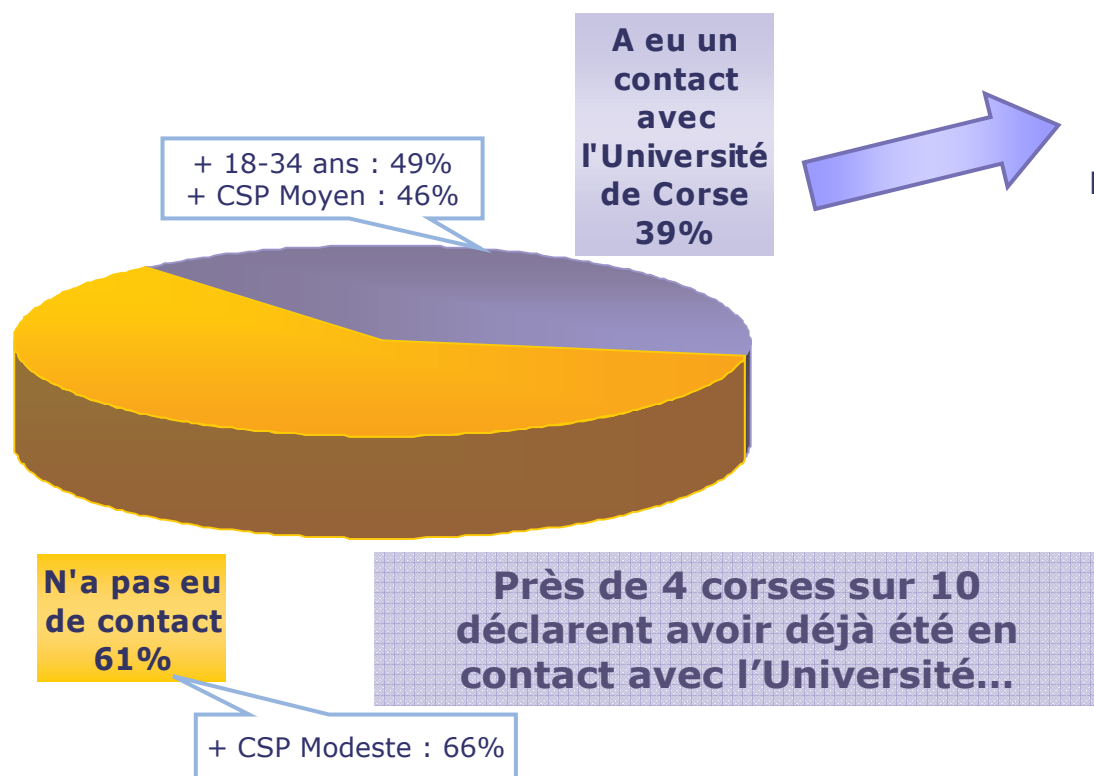
## III – Contacts avec l'Université de Corse



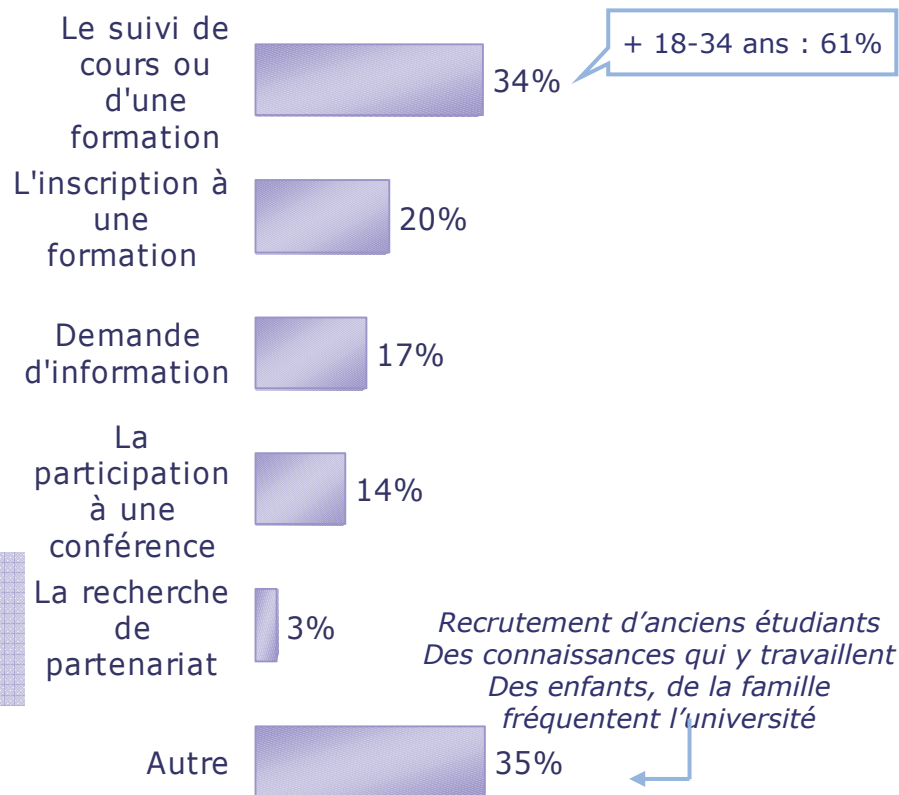
Question 7 : Vous-même, avez-vous déjà eu des contacts avec l'Université de Corse, ne serait-ce qu'une fois ?

Question 8 : Quel était la raison de ce contact ?

## Contacts avec l'Université



## Raisons du contact



Base : 600 individus (ensemble)

Base : 232 individus (ont déjà eu un contact avec l'Université de Corse)



## IV – En synthèse

### L'Université de Corse est bien identifiée par la population insulaire et présente à l'esprit de cette dernière

L'Université de Corse serait identifiée par 86% de la population insulaire (seuls 14% déclarent n'en avoir jamais entendu parler ou ne pas en connaître l'existence).

Ce score très correct d'identification va de pair avec la forte présence à l'esprit de l'institution : 82% des personnes interrogées auraient entendu parler de l'Université de Corse pour la dernière fois il y a moins d'un mois dont 56% il y a moins d'une semaine !

L'identification des canaux d'information à l'origine de ces constats révèle un bruit médiatique important car en moyenne 2,2 média sont cités dont les journaux (63%), la télévision (57%) mais aussi de façon importante le bouche-à-oreille (49%) puis la radio dans une moindre part (27%). A noter que le très bon relais de la presse quotidienne régionale correspond aussi à une situation dominante, voire exclusive du titre phare Corse Matin.

Avec 5% de la population disant avoir déjà consulté le site Internet de l'université de Corse, l'audience peut être qualifiée de très confidentielle, même si l'on peut penser que ce type de consultation ne concerne que les personnes ayant des raisons particulières de le faire (recherche d'informations sur la formation initiale ou continue notamment).

### La réceptivité aux communications de l'Université de Corse est fortement liée à l'intérêt porté aux thèmes développés

88% des personnes interrogées disent avoir entendu parler de l'Université de Corse à propos de "la langue corse", c'est le thème qui a été mémorisé par le plus grand nombre, sont ensuite évoqués, même si à un niveau moindre, d'autres thèmes émancipateurs tels "la première année de médecine" (62%), l'ouverture à l'international (57%), et la politique générale de l'Université de Corse (57%).

La professionnalisation des formations (47%) et les projets de recherche et de labellisation CNRS (42%) sont moins souvent restitués, deux thèmes particulièrement techniques, il est vrai.

Le niveau de mémorisation de l'ensemble de ces thèmes est manifestement plus élevé auprès des interviewés ayant entendu parler de l'Université de Corse il y a moins d'une semaine.

### L'Université de Corse jouit d'une excellente réputation auprès de la population insulaire

Le score particulièrement élevé de 92% de la population disant avoir une très bonne image (33%) ou assez bonne image (59%) de l'institution souligne l'influence légitime de la fierté régionale sur une conviction initiale. En outre, il est révélateur de constater que la proximité avec l'Université, que ce soit au moyen de contacts directs ou via les médias (il y a moins d'une semaine), dope l'image de cette dernière ("très bonne opinion" 43% dans ce dernier cas).

Même si tout les interviewés (14% à 29%) n'ont pas une opinion sur toutes les dimensions abordées, certaines d'entre elles font consensus, à commencer par la qualité de l'enseignement (81% de bonnes opinions). A des niveaux d'adhésion proches (69% à 73%), sont mis en exergue l'offre de formation, la qualité du cadre de vie et les conditions de travail des étudiants, l'accueil, l'ouverture à l'international ainsi que la recherche par rapport aux besoins du territoire.

Un scepticisme un peu plus affirmé est observé quant à l'image de l'enseignement professé par l'Université de Corse par rapport à la réalité des besoins du monde du travail (20% de mauvaises opinions), mais ne s'agit-il pas d'un grief plus généralement fait à l'enseignement universitaire ?

### La perception d'un rôle moteur de l'Université de Corse dans la dynamique du territoire

Un très fort consensus se dégage (82 à 87%) sur les opinions suggérées suivantes : l'Université de Corse contribue au développement économique, social et culturel de la Corse ; elle constitue un vivier de ressources humaines pour la région ; elle est un porte-drapeau de la région Corse ; elle apparaît comme université dynamique qui prend des initiatives. 86% partagent l'opinion selon laquelle l'Université de Corse réalise des actions qui la font connaître, point de vue en adéquation avec les constats faits en début de rapport.

Même si les scores sont un peu moins élevés (eu égard aux 11% à 22% des interviewés qui ne se prononcent pas, selon le cas), il semble acquis dans l'opinion que l'Université délivre des diplômes appréciés par le monde du travail, développe des projets de recherche de haut niveau et sait développer des partenariats étroits avec les entreprises.



# IV – Annexes

## Questionnaire et marges d'erreur



## Questionnaire (1/3)



Bonjour, je suis enquêteur(trice) à l'Institut IPSOS. Nous réalisons actuellement une enquête sur l'Université de Corse. Pourriez-vous m'accorder quelques minutes ? Merci.

Q1 - Quand, pour la dernière fois avez-vous entendu parler de l'Université de Corse dans les médias (télévision, radio, journaux) que ce soit à propos de ses enseignants, ses étudiants ou de ses activités ou projets ? (en clair puis recoder)

- *il y a moins d'une semaine*
- *entre 1 semaine à moins de 4 semaines*
- *entre 1 mois à moins de 6 mois*
- *entre 6 mois à moins de 12 mois*
- *il y a 1 an ou plus*
- *je n'en ai jamais entendu parler / je ne connais pas → STOP INTERVIEW*

Q2 - En règle générale, vous entendez parler de l'Université de Corse dans quel(s) type(s) de média ? (citer, plusieurs réponses possibles)

- *les journaux*
- *les magazines*
- *la télévision*
- *la radio*
- *le bouche à oreille*
- *l'affichage*
- *Internet → POSER Q2bis*
- *autre (ne pas suggérer, prendre en clair) / \_\_\_\_\_ /*

### A CEUX AYANT REPONDU « INTERNET » EN Q2

Q2bis - Avez-vous déjà visité le site Internet de l'Université de Corse [www.univ-corse.fr](http://www.univ-corse.fr) ? Oui / Non

### A TOUS

Q3 - Au cours des mois écoulés, avez-vous entendu parler de l'Université de Corse notamment à propos de ... ?

- *l'ouverture à l'international*
- *la professionnalisation des formations*
- *les projets de recherche et de labellisation CNRS*
- *la langue corse*
- *la première année de médecine*
- *la politique générale de l'Université de Corse*

Q4 - D'une manière générale, avez-vous une très bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise image de l'Université de Corse ?

Q5 - Et à propos de chacun des aspects suivants de l'Université de Corse, en avez-vous une très bonne, assez bonne, assez mauvaise ou très mauvaise opinion ?

- *L'offre de formation*
- *L'ouverture à l'international*
- *La qualité de l'enseignement*
- *L'enseignement par rapport à la réalité des besoins du monde du travail*
- *La recherche par rapport aux besoins du territoire*

- *La recherche par rapport aux enjeux internationaux*
- *L'accueil*
- *La qualité du cadre de vie à l'Université de Corse et les conditions de travail des étudiants*

**Q6 - Etes-vous tout à fait d'accord, plutôt d'accord, plutôt pas d'accord ou pas du tout d'accord avec chacune des opinions suivantes ?**

**L'Université de Corse...**

- *... est une université dynamique qui prend des initiatives*
- *... a su développer des partenariats étroits avec les entreprises*
- *... est un porte drapeau de la région Corse*
- *... réalise des actions qui la font connaître au niveau de la région*
- *... est un vivier de ressources humaines pour la région*
- *... développe des projets de recherche de haut niveau*
- *... délivre des diplômes qui sont appréciés par le monde du travail*
- *... contribue au développement économique, social et culturel de la Corse*

**Q7** *Vous même, avez-vous déjà eu des contacts avec l'Université de Corse, ne serait-ce qu'une fois ? Oui / Non*

**Q8** *Quelle était la raison de ce contact : Une demande d'information / Le suivi de cours ou d'une formation / L'inscription à une formation / La recherche de partenariat / La participation à une conférence / Autre (ne pas suggérer, prendre en clair)*

**+ SIGNALÉTIQUE (EN DEBUT DE QUESTIONNAIRE POUR LE SUIVI DES QUOTAS)**

Intervalle de confiance à 95 %

$$e = \pm 1,96 \sqrt{p \times q \div n}$$

p = pourcentage observé

q = 100 – p

n = taille de l'échantillon

Taille échantillon	5% ou 95%	8% ou 92%	10% ou 90%	13% ou 87%	15% ou 85%	18% ou 82%	20% ou 80%	23% ou 77%	25% ou 75%	28% ou 72%	30% ou 70%	33% ou 67%	35% ou 65%	38% ou 62%	40% ou 60%	43% ou 57%	45% ou 55%	48% ou 52%	50%
100	4,27	5,32	5,88	6,59	7,00	7,53	7,84	8,25	8,49	8,80	8,98	9,22	9,35	9,51	9,60	9,70	9,75	9,79	9,80
150	3,49	4,34	4,80	5,38	5,71	6,15	6,40	6,73	6,93	7,19	7,33	7,52	7,63	7,77	7,84	7,92	7,96	8,00	8,00
200	3,02	3,76	4,16	4,66	4,95	5,32	5,54	5,83	6,00	6,22	6,35	6,52	6,61	6,73	6,79	6,86	6,89	6,92	6,93
250	2,70	3,36	3,72	4,17	4,43	4,76	4,96	5,22	5,37	5,57	5,68	5,83	5,91	6,02	6,07	6,14	6,17	6,19	6,20
300	2,47	3,07	3,39	3,81	4,04	4,35	4,53	4,76	4,90	5,08	5,19	5,32	5,40	5,49	5,54	5,60	5,63	5,65	5,66
350	2,28	2,84	3,14	3,52	3,74	4,02	4,19	4,41	4,54	4,70	4,80	4,93	5,00	5,09	5,13	5,19	5,21	5,23	5,24
400	2,14	2,66	2,94	3,30	3,50	3,77	3,92	4,12	4,24	4,40	4,49	4,61	4,67	4,76	4,80	4,85	4,88	4,90	4,90
500	1,91	2,38	2,63	2,95	3,13	3,37	3,51	3,69	3,80	3,94	4,02	4,12	4,18	4,25	4,29	4,34	4,36	4,38	4,38
600	1,74	2,17	2,40	2,69	2,86	3,07	3,20	3,37	3,46	3,59	3,67	3,76	3,82	3,88	3,92	3,96	3,98	4,00	4,00
700	1,61	2,01	2,22	2,49	2,65	2,85	2,96	3,12	3,21	3,33	3,39	3,48	3,53	3,60	3,63	3,67	3,69	3,70	3,70
800	1,51	1,88	2,08	2,33	2,47	2,66	2,77	2,92	3,00	3,11	3,18	3,26	3,31	3,36	3,39	3,43	3,45	3,46	3,46
900	1,42	1,77	1,96	2,20	2,33	2,51	2,61	2,75	2,83	2,93	2,99	3,07	3,12	3,17	3,20	3,23	3,25	3,26	3,27
1000	1,35	1,68	1,86	2,08	2,21	2,38	2,48	2,61	2,68	2,78	2,84	2,91	2,96	3,01	3,04	3,07	3,08	3,10	3,10
1200	1,23	1,53	1,70	1,90	2,02	2,17	2,26	2,38	2,45	2,54	2,59	2,66	2,70	2,75	2,77	2,80	2,81	2,83	2,83
1500	1,10	1,37	1,52	1,70	1,81	1,94	2,02	2,13	2,19	2,27	2,32	2,38	2,41	2,46	2,48	2,51	2,52	2,53	2,53
1800	1,01	1,25	1,39	1,55	1,65	1,77	1,85	1,94	2,00	2,07	2,12	2,17	2,20	2,24	2,26	2,29	2,30	2,31	2,31
2000	0,96	1,19	1,31	1,47	1,56	1,68	1,75	1,84	1,90	1,97	2,01	2,06	2,09	2,13	2,15	2,17	2,18	2,19	2,19
4000	0,68	0,84	0,93	1,04	1,11	1,19	1,24	1,30	1,34	1,39	1,42	1,46	1,48	1,50	1,52	1,53	1,54	1,55	1,55