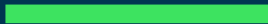


GROUPE DE TRAVAIL SUR L'ATTRACTIVITÉ ET LA VISIBILITÉ
DES ÉTUDES SUPÉRIEURES À QUÉBEC

Faire de Québec une destination d'études plus visible, accessible et accueillante

Synthèse stratégique des constats et leviers d'action
en attractivité, accessibilité et expérience étudiante





Introduction

Ce document regroupe les constats et les recommandations existantes, afin d'aider le groupe de travail à dégager une lecture partagée des priorités et à orienter les prochaines actions autour de l'attractivité, de l'accessibilité et de l'expérience des études supérieures à Québec.

4 finalités :

- faire ressortir les convergences ;
- prioriser les leviers d'action ;
- relier les constats à la recherche ;
- soutenir la mobilisation des partenaires.

Ce qu'il faut retenir

Diagnostic stratégique :

Québec dispose déjà de plusieurs leviers d'attractivité, d'accueil et d'intégration. Néanmoins, leur impact est limité par la dispersion de l'information, la variation des expériences d'un milieu à l'autre et un parcours étudiant pas toujours facile à comprendre.



Les 4 constats transversaux

1. Les initiatives existent, mais elles sont dispersées.
2. Les personnes étudiantes ont besoin de repères plus clairs selon leur moment de parcours.
3. L'accueil et l'intégration sont des leviers d'attractivité, pas seulement des services de soutien.
4. La mobilisation doit s'appuyer sur des outils faciles à relayer et réutilisables.



Les 4 leviers prioritaires

1. Positionner Québec ville études comme porte d'entrée régionale.
2. Structurer l'information selon le parcours étudiant.
3. Renforcer la vie étudiante et la socialisation.
4. Déployer une coordination légère entre établissements et partenaires.



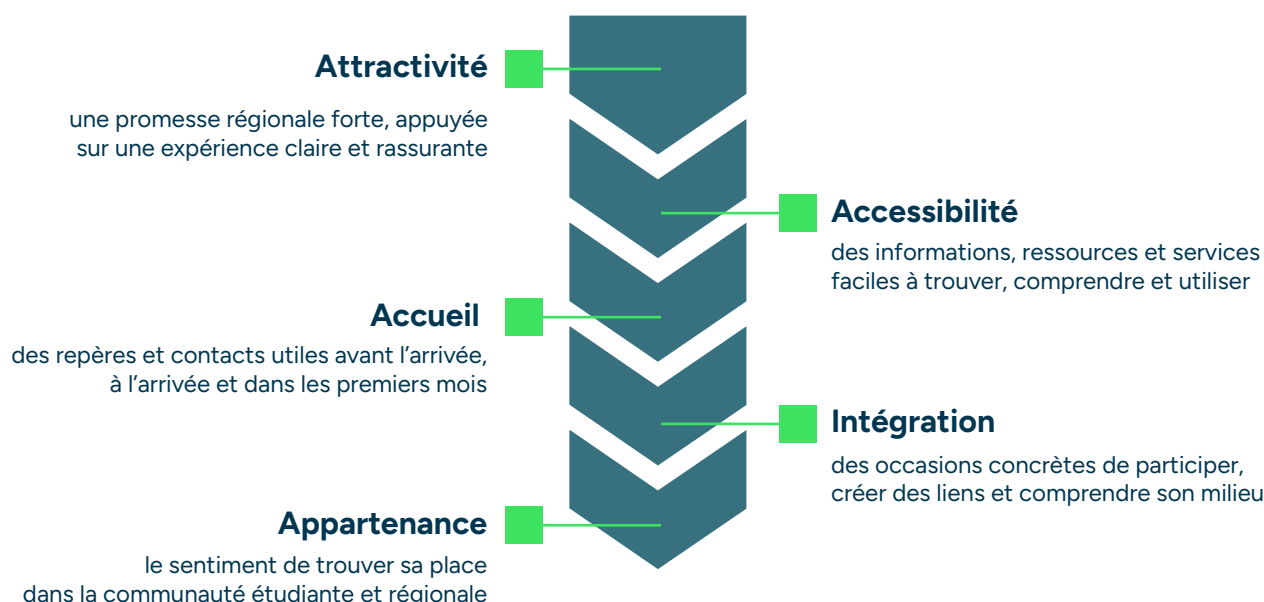
La décision à prendre collectivement

Parmi ces leviers, lesquels doivent être priorisés à court terme pour maximiser l'impact étudiant, la faisabilité et la portée collective ?

Des enjeux interdépendants

Les constats disponibles montrent que l'attractivité, l'accessibilité, l'accueil et l'intégration ne peuvent pas être traités comme des enjeux séparés. La visibilité de Québec comme destination d'études gagne en force si elle reflète une expérience accessible et cohérente, depuis les premiers contacts jusqu'à l'ancrage dans la communauté étudiante.

Chaque étape influence la suivante : une promesse attractive perd de sa force si l'information est difficile à trouver, si l'arrivée est confuse ou si les personnes étudiantes ne trouvent pas rapidement leur place dans la communauté.



Lecture transversale des constats

Convergence	Ce que les documents montrent	Implication stratégique
Information dispersée	Multiplicité des plateformes, des messages, des outils et des canaux ; besoin récurrent d'un repère commun.	Faire de Québec ville études une porte d'entrée régionale claire et mieux référencée dans les communications des établissements.
Parcours étudiant peu lisible	Les besoins varient selon le moment du parcours : découverte, planification, arrivée, installation, participation, intégration.	Structurer les contenus selon les moments vécus plutôt que seulement selon les catégories administratives.
Expériences d'accueil inégales	Participation variable aux activités et expériences différentes selon les établissements, profils et programmes.	Créer un socle régional commun sans uniformiser les pratiques institutionnelles.
Besoin de contact humain	Les activités terrain et les échanges directs sont perçus comme efficaces, mais les ressources du Pôle sont limitées.	Développer des relais : trousse terrain, personnes ambassadrices, matériel clé en main, présence ciblée aux événements.
Vie étudiante à rendre plus visible	Les occasions de socialisation, de jumelage et d'intégration existent, mais ne sont pas toujours faciles à repérer.	Créer un volet ou une logique « vie étudiante » plus explicite, avec calendrier, activités, jumelage et contenus expérientiels.



Carte du parcours étudiant



Besoins étudiants



Enjeux actuels



Leviers prioritaires

1

Découvrir Québec



Comprendre pourquoi Québec est une destination pertinente.



Message régional parfois dispersé ; promesse peu reliée à l'expérience réelle.



Récit régional commun ; contenus de rayonnement ; preuves d'expérience étudiante.

2

Choisir et planifier



Comparer les options, comprendre les étapes, anticiper les démarches et conditions de vie.



Information fragmentée ; difficultés à savoir quoi faire et dans quel ordre.



Parcours guidé sur Québec ville études ; aide-mémoire ; contenus par étape du parcours.

3

Préparer son arrivée



Trouver l'information pratique : logement, transport, finances, immigration, codes culturels, services.



Surcharge informationnelle ; répétitions ; canaux multiples.



Application mieux mise en valeur ; liens directs site-app ; campagnes pré-arrivée.

4

Arriver et se repérer



Se sentir accueilli, orienté, rassuré et capable d'agir.



Expériences variables ; capacité limitée de présence terrain.



Trousse de rentrée ; présence ciblée ; relais institutionnels et étudiants.

5

Participer et créer des liens



Rencontrer des gens, comprendre les codes, participer à des activités, trouver sa place.



Expérience inégale.



Calendrier régional ; jumelage ; contenus étudiants ; activités par besoins.

6

S'ancrer dans la communauté



Développer un sentiment d'appartenance et devenir éventuellement relais pour d'autres.



Peu de continuité visible après l'accueil initial.



Ambassadeurs ; reconnaissance ; témoignages ; communauté d'entraide.



Mise en perspective avec la recherche

1 L'attractivité repose sur une promesse crédible

La recherche sur le choix d'une destination d'études montre que les personnes étudiantes sont attirées par la réputation, la sécurité, la qualité de vie, la qualité de l'enseignement, l'abordabilité et les perspectives offertes. Mais cette attractivité dépend aussi de la cohérence entre la promesse et l'expérience réelle.

Le rayonnement doit être aligné avec une expérience d'accueil concrète.

2 L'accessibilité est aussi informationnelle et sociale

L'accessibilité ne concerne pas seulement l'admission ou les coûts. Elle touche la capacité à comprendre les démarches, à trouver les ressources, à naviguer dans les services et à sentir qu'on a le droit de demander de l'aide.

Il faut réduire la charge cognitive et organiser l'information selon les besoins vécus.

3 L'accueil est un continuum, pas un événement

Les activités de rentrée sont importantes, mais la transition se joue aussi avant l'arrivée, dans les premières semaines et tout au long de l'adaptation.

Les actions doivent être pensées comme un continuum.

4 L'intégration repose sur l'appartenance

Le sentiment d'appartenance est fortement lié à l'engagement, au bien-être, à la persévérance et à la participation. Il se construit par les interactions, les pairs, les espaces de socialisation et la reconnaissance.

Les ambassadeurs, le jumelage, les témoignages et la vie étudiante ne sont pas des compléments ; ce sont des leviers stratégiques.

Traduction stratégique de la recherche

La recherche invite à penser ces dimensions comme un parcours continu : la visibilité attire l'attention, l'accessibilité facilite le passage à l'action, l'accueil sécurise l'arrivée et l'intégration soutient le sentiment d'appartenance. Les leviers à prioriser sont donc ceux qui améliorent la continuité du parcours.



Les leviers prioritaires

Levier 01

Clarifier l'écosystème Québec ville études

Créer un repère régional commun et compréhensible.

- Définir clairement le rôle du site web, de l'application, des réseaux sociaux et des relais institutionnels.
- Rendre l'application visible dès les pages pertinentes du site.
- Ajouter des appels à l'action par moment de parcours.
- Réduire les redondances et les zones de flou.

Levier 02

Structurer l'information par parcours

Réduire la charge cognitive et faciliter l'accès aux ressources.

- Créer une architecture de contenus par étapes : découvrir Québec, choisir et planifier, préparer son arrivée, arriver et se repérer, participer et créer des liens, s'ancrer dans la communauté.
- Prévoir des parcours spécifiques pour les personnes locales, hors région et internationales.
- Produire des aide-mémoire simples et réutilisables.
- Utiliser une signalétique visuelle cohérente.

Levier 03

Rendre la vie étudiante et la socialisation visibles

Passer de l'information pratique à une expérience d'intégration plus incarnée.

- Bonifier le calendrier régional des activités étudiantes.
- Centraliser les programmes de jumelage et occasions d'entraide.
- Classer les activités par besoin : rencontrer, découvrir, comprendre, demander de l'aide, participer.
- Valoriser les initiatives existantes des établissements et partenaires.

Levier 04

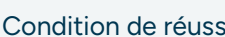
Activer des relais humains et une coordination légère

Augmenter la portée sans alourdir les équipes.

- Déployer une trousse de diffusion commune pour les établissements.
- Créer ou formaliser un réseau d'ambadrices et ambassadeurs étudiants.
- Prévoir une présence terrain ciblée aux moments clés.
- Mettre en place un calendrier éditorial léger et un mécanisme de mise à jour.



Outil de priorisation collective

Action	Impact étudiant	Faisabilité	Effet collectif	Clarté stratégique	Classement proposé à valider
Clarifier site/application/réseaux sociaux	5	5	5	5	Priorité immédiate 
Créer une carte du parcours étudiant	5	5	5	5	Priorité immédiate 
Produire une trousse de diffusion commune	3	5	5	4	Priorité immédiate 
Réorganiser les contenus par profils et moments	5	3	5	5	Chantier prioritaire 
Bonifier le calendrier régional de vie étudiante	4	3	5	4	Chantier à cadrer 
Formaliser un réseau d'ambassadeurs étudiants	5	2	4	4	Chantier à cadrer 
Mettre en place une coordination éditoriale légère	3	3	5	5	Condition de réussite 
Développer une campagne régionale de positionnement	3	3	5	4	À développer progressivement 

Légende des critères de priorisation

- Impact étudiant : est-ce que cette action améliore concrètement l'expérience des personnes étudiantes ?
- Faisabilité : est-ce réaliste avec les ressources disponibles ?
- Effet collectif : est-ce que cette action bénéficie à plusieurs établissements ou partenaires ?
- Clarté stratégique : est-ce que cette action rend l'écosystème plus compréhensible, plus accessible ou plus attractif ?

Échelle de priorisation : 1 (faible) à 5 (fort).



Feuille de route proposée — 12 mois

➤ 0 à 3 mois — Clarifier

- Clarifier les rôles du site, de l'application et des réseaux sociaux ;
- Produire la carte du parcours ;
- Créer la trousse de diffusion ;
- Identifier les contenus prioritaires à réorganiser ;
- Formuler les messages communs.

➤ 3 à 6 mois — Mobiliser

- Lancer des campagnes thématiques aux moments clés ;
- Tester la trousse auprès de quelques établissements ;
- Mettre en place les premières personnes ambassadrices ;
- Bonifier le calendrier de vie étudiante ;
- Arrimer les relais institutionnels.

➤ 6 à 12 mois — Ancrer

- Ajuster selon les retours ;
- Formaliser la coordination éditoriale ;
- Renforcer la présence terrain ciblée ;
- Documenter les bons coups ;
- Préparer une campagne régionale plus affirmée.

Indicateurs suggérés

- Consultation des pages clés et clics vers l'application.
- Téléchargements ou usage de l'application.
- Participation aux activités mises de l'avant.
- Engagement avec les contenus étudiants et contenus de rentrée.
- Nombre d'établissements qui relaient les outils communs.
- Nombre de personnes ambassadrices ou relais impliqués.
- Retours qualitatifs des personnes étudiantes et des partenaires.

Conclusion

La Capitale-Nationale dispose déjà de nombreux atouts pour renforcer son attractivité comme destination d'études. Le défi n'est pas de multiplier les initiatives, mais de mieux les relier, de les rendre plus visibles et de les structurer autour d'une expérience étudiante cohérente.

En misant sur une porte d'entrée régionale claire, une information organisée selon le parcours étudiant, une vie étudiante plus visible, des relais humains et une coordination légère, les partenaires peuvent transformer les recommandations existantes en actions concrètes, partagées et mobilisatrices.

