

## D - Déclaration en matière de stratégie Erasmus

L'établissement s'engage à publier cette stratégie globale (les 3 parties) sur son site internet dans le mois suivant la signature de la Charte Erasmus pour l'enseignement supérieur par la Commission européenne.

Pouvez-vous décrire la stratégie internationale (UE et hors UE) de votre établissement. Dans votre description, expliquer a) comment vous choisissez vos partenaires, b) dans quelle(s) région(s) géographique(s) et c) les objectifs et les groupes cibles les plus importants de vos activités de mobilité (en ce qui concerne le personnel et les étudiants en premier, deuxième et troisième cycles y compris les cycles courts, que ce soit à des fins d'études ou de stage). Le cas échéant, expliquer comment votre établissement participe à l'élaboration de diplômes doubles / multiples / conjoints. (max. 5000 caractères)

Langue originale [FR]

Depuis 2008 et la signature de sa première charte Erasmus, l'Esam Design s'est résolument tournée vers l'international.

Établissement à taille humaine (200 étudiants en formation initiale, 45 en formation continue), nous avons fait évoluer nos enseignements et notre organisation afin de nous conformer au processus de Bologne. Notre priorité : placer l'apprenant au centre de notre enseignement et introduire la notion de formation tout au long de la vie. De ce fait, outre l'expérimentation des échanges internationaux, l'Esam Design a créé un département de formation continue possédant des passerelles vers la formation initiale.

Nous avons mis en place des moyens permettant à nos étudiants d'individualiser leur parcours : choisir de partir en Erasmus en deuxième, troisième, ou quatrième année, d'effectuer une période d'alternance en entreprise en quatrième ou cinquième année, de participer à des concours innovants en relation avec des entreprises, ou de débiter leur cursus par la formation continue.

Le choix des premiers accords inter institutionnels ont porté sur les pays dont les langues ont été enseignées au lycée à nos étudiants : Royaume Uni, Irlande, Espagne, Allemagne.

Ensuite notre choix s'est porté sur d'autres pays pour lesquels le personnel enseignant ou les élèves entretiennent une certaine proximité : Pologne, Turquie, Portugal. Ayant identifié comme l'un des freins potentiels le coût financier d'une mobilité étudiante, nous avons choisi des pays dont le budget resterait limité pour l'étudiant, ce qui explique que nous ne soyons pas tournés vers le nord de l'Europe.

L'étude des matières enseignées dans les écoles partenaires potentielles a également fait l'objet de réunions préalables à la signature : apport pédagogique pour l'étudiant (par exemple, offre de matières non enseignées à l'Esam Design), développement de l'autonomie (certaines écoles partenaires offrent à l'étudiant une totale liberté dans son rythme de travail, lui permettant ainsi de mûrir ses projets et de faire le point régulièrement avec des tuteurs si nécessaires) etc.

Nous avons choisi de cibler les étudiants en 2<sup>e</sup>, 3<sup>e</sup>, ou 4<sup>e</sup> année. En effet, en 1<sup>ère</sup> année, l'étudiant sort du bac et découvre les outils de la créativité. A partir de la 2<sup>e</sup> année, il a déjà un savoir faire dans la matière, a muri son choix et s'affirme dans ses études. Les départs ne peuvent se faire en 5<sup>e</sup> année (année de diplôme). Cette dernière année valorise le parcours individuel de l'étudiant et son séjour Erasmus éventuel.

Aujourd'hui, il nous semble fondamental d'élargir notre charte aux stages. En effet, dans chaque cursus, 2 stages d'une durée minimum de 2 mois sont obligatoires entre la 3<sup>e</sup> et la 4<sup>e</sup> année, et en 4<sup>e</sup> année (janvier février mars pour les étudiants en design graphique, entre la 4<sup>e</sup> et la 5<sup>e</sup> année pour les étudiants en architecture intérieure).

Les retours d'enquête, la rencontre avec les entreprises ou agences de recrutement nous ont confirmé que l'insertion future des diplômés est facilitée par une expérience à l'international.

C'est notamment dans cet objectif que nous avons repensé les tâches liées aux différents postes en interne, et recruté en octobre 2012 une personne afin de s'occuper des relations entreprises (dynamisation du réseau LinkedIn et Viadeo, placement d'étudiants en stage ou en contrat de professionnalisation, aide à la recherche d'emploi pour les jeunes diplômés et anciens). Cette personne étant parfaitement bilingue anglais grâce à ses 10 années passées au Etats-Unis, elle sera un atout majeur dans la prospection et dans l'aide aux étudiants à rechercher un stage à l'étranger.

Nos objectifs pour les 5 ans à venir sont donc :

- Doubler le nombre d'écoles partenaires de 13 à 26, en privilégiant les pays anglophones, les pays des plus novateurs en matière de design (Italie, Pays-Bas, Suisse, Pologne) et en étendant les possibilités d'échange aux pays tiers (contact déjà établi avec Holon Institute of Technology School of Design en Israël)
- Doubler le nombre de mobilités étudiantes (entrantes et sortantes) et du personnel
- Resserrer les liens avec les écoles partenaires afin d'accroître la mobilité enseignante (mise en place d'une CVthèque dédiée et d'une plateforme collaborative recensant les propositions de conférences ou de workshops, ainsi que les retours d'expérience).
- Construire et animer, si nous bénéficions d'une charte élargie aux stages, un réseau d'entreprises partenaires susceptibles d'accueillir nos étudiants.

-Travailler sur la valorisation des échanges : les étudiants et enseignants feront l'objet, à leur retour de mobilité, d'une vidéo publiée sur le blog de l'école et sur le groupe Facebook.

Le cas échéant, pouvez-vous décrire la stratégie de votre établissement pour l'organisation et la mise en oeuvre de projets de coopération européenne et internationale dans l'enseignement et la formation en lien avec des projets mis en oeuvre dans le cadre du Programme. (max. 2000 caractères)  
Langue originale [FR]

L'opportunité de participer à des échanges internationaux participe à la modernisation de l'enseignement au sein de notre établissement:

- Le fait d'inviter des professeurs d'écoles européennes partenaires à nos jurys de diplôme, ou à l'animation de workshops permet de comparer nos pratiques pédagogiques en vue d'améliorer la qualité et la pertinence de nos cours et de leur organisation.

- L'inscription de nos cursus dans une certification au RNCP a introduit la logique de compétence et de qualification dans notre démarche pédagogique. Elle nous permet d'évaluer le niveau de qualification et de travailler à son amélioration. Pour en assurer une traçabilité nous avons adopté une démarche qualité (norme NF 214) pour la formation continue que nous étendrons à l'ensemble de nos activités.

- Le lien entre enseignement supérieur et entreprises est au coeur de nos cursus : nous assurons la recherche des stages obligatoires ou d'alternance grâce au réseau de 300 contacts d'entreprises tissé en France (nombre supérieur aux 240 étudiants inscrits à l'Esam Design). La démarche qualité nous fait régulièrement interroger les tuteurs de stage, pour créer un véritable partenariat et favoriser l'insertion professionnelle ainsi que des agences RH spécialisées.

Nous voudrions étendre ce réseau à l'international en donnant à nos étudiants l'opportunité d'effectuer des stages à l'étranger dans le cadre du programme Erasmus.

Nous avons tissé des partenariats plus privilégiés au niveau régional et national :

En année de diplôme, les étudiants d'architecture intérieure ont un objet de design à concevoir et à faire fabriquer. Ils travaillent donc tous avec un artisan pour la concrétisation de leur prototype (établissement du cahier des charges, suivi de la réalisation).

Les étudiants participent chaque année à des concours donnant lieu à des réalisations : cette année, 2 équipes ont gagné le concours Mini maousse, « ma cantine en ville », organisé par la Cité de l'architecture. Une des équipes s'est vue décerner le prix spécial Quick pour son projet, qui sera fabriqué à l'échelle 1 cet été et présenté à l'automne. L'entreprise Quick pourra utiliser leur projet pour promouvoir sa marque à travers toute la France. D'autres équipes d'étudiants ont également proposé un projet de jardin au Festival international des jardins de Chaumont sur- Loire. Leur projet ayant été sélectionné, ils ont pu donner vie à leur jardin (visible de fin avril à octobre 2013), en partenariat avec 4 entreprises.

- Dans le cadre de la bonne gouvernance de notre établissement, la démarche qualité nous a habitués à procéder à une pratique d'évaluation annuelle de notre fonctionnement et de notre enseignement. En fin d'année académique, chaque étudiant remplit une enquête d'évaluation ainsi que chaque professeur. Un grand séminaire pédagogique de toute l'équipe administrative et pédagogique présente la synthèse de l'année écoulée et pose les bases prospectives de l'année à venir.