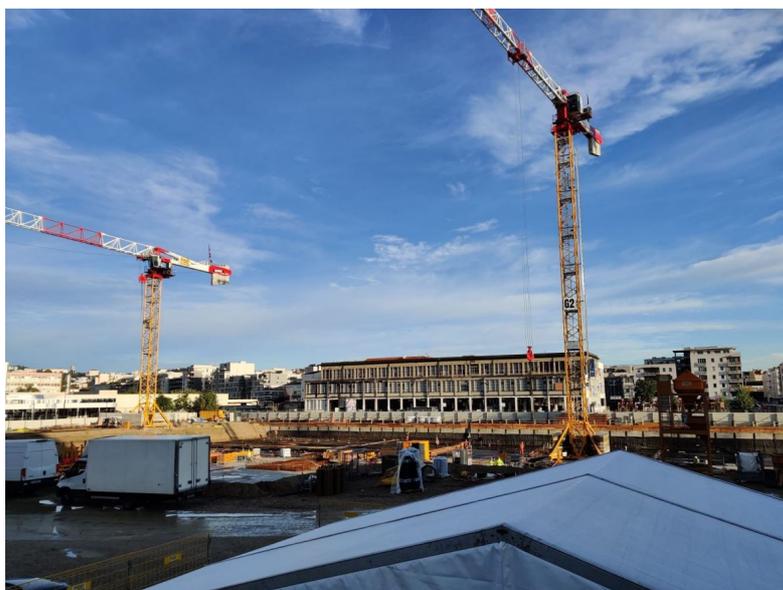


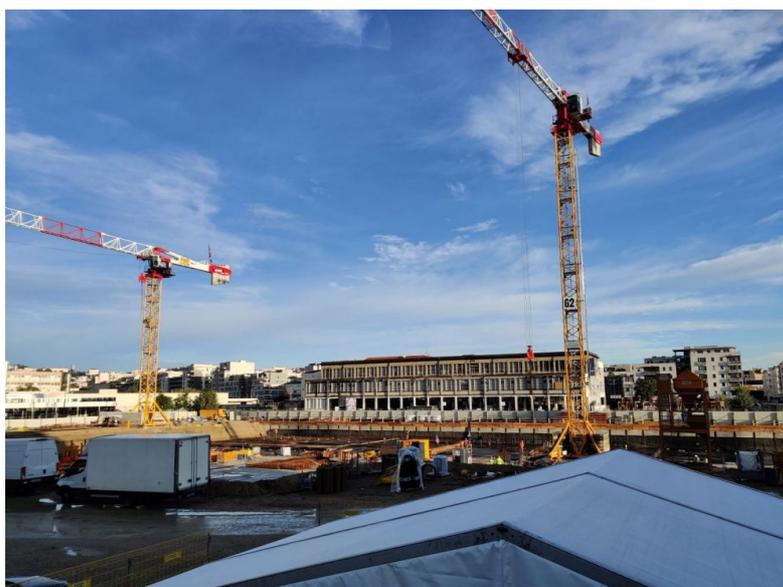


Comment les business schools veulent rivaliser avec les universités



Par Kira Mitrofanoff le 18.01.2023 à 16h31 Lecture 4 min. Abonnés

Selon une nouvelle étude de **l'Edhec**, les élèves des écoles de commerce considèrent qu'une parfaite expérience étudiante doit mixer les disciplines. D'où la nécessité d'élargir pour elles l'offre pédagogique au-delà du management.



Le chantier du futur campus de l'emlyon à Gerland. L'école veut hybrider ses formations avec l'appui de son nouvel actionnaire Galileo Global Education.

MP



C'est un changement majeur qui s'annonce. Selon une enquête du NewGen Talent Centre de **l'Edhec** auprès de 3.481 élèves d'écoles de commerce, qui sera publiée le 24 janvier, 95% d'entre eux estiment que "l'expérience étudiante idéale doit proposer des disciplines diversifiées". Par ailleurs, la moitié d'entre eux souhaite "un enseignement systématique des thématiques liées aux grands enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux dans le contenu de chaque cours". Les étudiantes sont même 60% à réclamer l'élargissement des cours à ces sujets. "Ils ont une forte appétence pour les humanités, confirme Manuelle Malot qui dirige ce centre de recherche. La littérature, la politique, la RSE... Tous ces sujets les intéressent. Il y a aussi une demande de développement personnel importante."

Lire aussi *Classement Challenges des écoles de commerce : les campus mis au pied du mur par la génération Z*

Elargir les compétences des étudiants

Cette aspiration des nouvelles générations à plus d'interdisciplinarité est une opportunité pour les business schools. Au cours des dernières années, leur croissance a été principalement portée par l'offre de nouveaux diplômes, en particulier les bachelors délivrant le grade de licence comme à l'université. Ces formations post-bac en trois ou quatre connaissent un succès phénoménal et toutes les écoles post-prépa, hormis HEC, se sont lancées sur ce créneau très rémunérateur. Elles ont aussi élargi leur catalogue de masters spécialisés et autres MBA en capitalisant sur leur marque.

L'intérêt des étudiants pour des parcours "à la carte" ouvre la voie à une nouvelle dynamique. En décembre, lors de la présentation du futur campus de l'Emlyon à Gerland, Isabelle Huault, sa directrice générale, a d'ailleurs évoqué la volonté de l'établissement à devenir une "business university". "Notre objectif est d'irriguer la connaissance de nos étudiants avec d'autres disciplines", a-t-elle expliqué. "Nous voulons former des gens ouverts sur le monde, a complété Guillaume Pepy, le nouveau président du conseil de surveillance de l'école. Pas des techniciens." Et cela grâce à une hybridation des formations en s'appuyant sur son nouvel actionnaire, le groupe Galileo Global Education, qui compte près de 60 écoles dans la mode, le digital, le sport, le design ou les arts culinaires. L'école pourrait ainsi lancer des masters "fashion and sustainability" en partenariat avec l'Instituto Marangoni en Italie. Le modèle, c'est l'Instituto Empresa de Madrid, aussi appelé IE University, avec ses différentes facultés en business et management, bien sûr, mais aussi en droit, affaires internationales et politiques publiques, design et architecture ou encore sciences, technology et data. "Autant de domaines qui intéressent l'entreprise", indique Isabelle Huault

Lire aussi *Comment Galileo veut faire de l'Emlyon le Stanford européen*

Offrir une expérience unique sur les campus

Jusqu'à présent, les business schools se contentaient de proposer des doubles diplômes, avec une école d'ingénieurs ou une université de droit, pour répondre aux attentes des étudiants. Mais cette interpénétration entre sciences techniques et sciences sociales, management et ingénierie, gestion et création, doit aller beaucoup plus loin alors que les frontières entre les métiers s'estompent. Récemment, Skema a ouvert son école de droit, pour l'instant au Brésil. L'Emlyon veut racheter une école de design. L'Essec a lancé un bachelor en transition écologique avec l'université de Cergy. Kedge dispose d'une école entrepreneuriale.

Tous ces projets de diversification s'accompagnent d'investissements colossaux sur les campus. Des campus qui se présentent comme des lieux de vie et d'apprentissage uniques avec des espaces de restauration, de nombreuses associations, des clubs de sport, des espaces de coworking et des résidences étudiantes. Cette évolution répond à une forte demande d'enseignement en présentiel des jeunes selon l'enquête du



NewGen Talent de **l'Edhec**. A ce sujet, l'inauguration l'an prochain du campus de Paris School of Business, avec à ses côtés d'autres écoles du groupe Galileo Global Education, tel le Cours Florent, en lieu et place d'AgroParisTech sur la montagne Sainte-Geneviève à Paris, est plus que symbolique. Il illustre la volonté d'un groupe qui compte 200.000 étudiants, dont la moitié en France, de rivaliser avec l'université et de faire bouger les lignes de l'éducation.

