



Dans quelles entreprises les jeunes diplômés veulent travailler? • Blog Headway



EMPLOI / SOCIETE



Olivier Rollot 30 minutes ago 20 octobre 2023 30

Les entreprises préférées des étudiants des grandes écoles en 2023 selon Universum	
Ecoles de management	Ecoles d'ingénieurs
1 LVMH	1 Airbus
2 Hermès	2 Thales
3 L'Oréal Group	3 Google
4 Chanel	4 Dassault Aviation
5 Apple	5 Safran
6 Google	6 Apple
7 Mercedes-Benz Group	7 Microsoft
8 McKinsey & Company	8 EDF
9 Air France	9 Air France
10 J.P. Morgan	10 Dassault Systèmes
11 BNP Paribas	11 Mercedes-Benz Group
12 KPMG	12 VINCI
13 Goldman Sachs	13 ESA - European Space Agency
14 Deloitte	14 TotalEnergies
15 Groupe Canal +	15 Naval Group
16 Disneyland Paris	16 Renault Group
17 EY	17 LVMH
18 Airbus	18 CNRS
19 Boston Consulting Group	19 Ubisoft
20 Microsoft	20 Amazon
21 Decathlon	21 ENGIE
22 Société Générale	22 Decathlon
23 Ubisoft	23 L'Oréal Group
24 HSBC	24 Eiffage
25 Deezer	25 SNCF

Les entreprises préférées des étudiants selon la dernière enquête d'Universum

Démissions en cascade, absentéisme, refus de travailler dans des entreprises non



engagées dans la transition environnementale, priorité donnée au bien être sur un marché de l'emploi porteur pour eux les jeunes générations imposent leurs codes. Pour répondre aux questions des entreprises Élodie Gentina, professeure à l'Iséseg, publie « Manager la Génération Z – Mieux appréhender les nouveaux comportements », aux éditions Dunod. De leur côté Mazars et **I'EDHEC** NewGen Talent auscultent dans leur rapport avec un secteur qui fut longtemps la voie royale des diplômés, l'audit, dans une étude intitulée « Mythes et réalités des métiers de l'audit ». Mais qu'en disent les principaux intéressés ? La dernière enquête d'Universum sur les entreprises préférées des étudiants fait le point sur leurs attentes. Et un peu de réconfort pour ces grandes entreprises avec un article du Monde qui décrit Ces étudiants d'école de commerce qui fuient les « early start-up » : « On ne veut plus être pris pour des pigeons ».

Quelles sont entreprises préférées des étudiants ? Cette question la cabinet Universum la pose chaque année et force est de constater que, du côté des étudiants en écoles de management, le classement privilégie depuis cinq ans les grandes entreprises du Luxe : LVMH, Hermès, L'Oréal Group et Chanel occupent quatre des cinq premières marches et seul Apple se mêle à ce groupe homogène. 7^{ème} Mercedes est la première entreprise industrielle en 2023, 10^{ème} JP Morgan la première banque juste devant BNP Paribas. Douzième KPMG est le premier cabinet d'audit et de conseil.

Du côté des élèves ingénieurs la stabilité est également de mise avec un Airbus indétrônable depuis cinq ans auquel se joignent d'année en années Thalès, Safran Google, Apple et Dassault Aviation. Un classement très largement dominé par les entreprises industrielles puisqu'il faut remonter à la 32^{ème} place pour trouver la première banque, BNP Paribas, et la 37^{ème} un grand de l'audit et du conseil avec McKinsey.

Des différences d'attraction fondamentales entre les profils puisque seuls Apple et Google captivent à la fois ingénieurs et managers quand Airbus passe de la première à la 18^{ème} place selon que l'on parle à l'une ou l'autre population.

Des jeunes qui semblent en avoir un peu assez de la « start up nation » qu'on leur a tant vantée. Le Monde évoque une « charge de travail trop lourde, absence d'avantages sociaux, manque d'encadrement... » et constate que « beaucoup de jeunes diplômés préfèrent rejoindre des plus grosses entreprises dans son article. Selon Aurélie Robertet, la directrice de la filiale française du cabinet d'études Universum, l'intérêt pour les start-up baisse pour la troisième année de suite : « En 2021, 22 % des jeunes diplômés des grandes écoles interrogés se disaient séduits par ces jeunes entreprises novatrices. En 2023, ils n'étaient plus que 16 %, les 84 % restants préférant une entreprise « mature » ». De quoi rassurer des grandes entreprises de plus en plus mobilisées pour offrir de bonnes conditions de travail et d'évolution professionnelle aux jeunes diplômés.

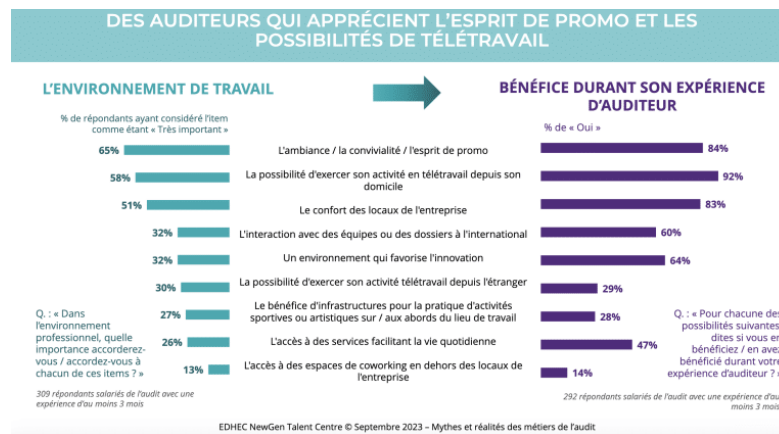
L'audit est-il encore la voie royale ? Ce fut longtemps la voie royale pour les jeunes diplômés mais ses métiers sont « porteurs de nombreuses idées reçues qui peuvent freiner les jeunes diplômés et les jeunes talents à postuler aux offres d'emploi » analysent Mazars et **I'EDHEC** NewGen Talent Centre dans leur étude « Mythes et réalités des métiers de l'audit ». Un étude menée auprès d'étudiants ou jeunes diplômés sans connaissance ni expérience des métiers de l'audit afin de mieux comprendre les perceptions des jeunes diplômés, notamment « négatives sur les métiers de l'audit ». Et pour pouvoir au mieux les démystifier, Mazars, en collaboration avec **I'EDHEC**, a comparé leurs réponses avec celles de jeunes diplômés salariés en audit (53% du panel).

Si pour l'ensemble du panel (auditeurs et non auditeurs), les métiers de l'audit sont des métiers de prestige dans leur représentation (72% pour les auditeurs et 75% pour les non-auditeurs), et que les deux parties concèdent aussi que les métiers de l'audit sont stressants (76% pour les auditeurs et 77% pour les non-auditeurs), sur l'aspect



collaboratif du métier, la stabilité du métier sur le plan économique et les perspectives d'évolution, de grands écarts d'opinion se creusent :

- 90% des auditeurs affirment que leur métier s'exerce en équipe pour 50% des jeunes talents non-salariés ;
- 33% des talents non-salariés pensent que le métier d'auditeur est soumis aux aléas économiques alors que 88% des salariés de l'audit confirment, à l'inverse, que le métier d'auditeur est un métier stable ;
- 88% des auditeurs déclarent que les métiers de l'audit ont de fortes perspectives d'évolution pour seulement 66% des jeunes talents non-salariés enclins à le penser,
- seulement 24% des jeunes talents non-salariés de l'audit pensent que les auditeurs sont motivés par le collectif. 56% des salariés de l'audit affirment au contraire que les jeunes auditeurs en poste sont motivés par le collectif.



« Bien loin de l'image parfois caricaturée du métier, l'auditeur en poste se décrit comme un apprenant, de terrain, bienveillant au profil généraliste et aux compétences managériales plus que techniques. Ainsi, les jeunes auditeurs en poste considèrent l'adaptabilité et l'esprit critique tout aussi importants que la capacité d'analyse et la rigueur pour réussir en audit alors que les étudiants imaginent volontiers le métier comme beaucoup plus technique », commente Manuelle Malot, Directrice Carrières et NewGen Talent Centre.

Pour autant, plus de la moitié des auditeurs soulignent des différences dans la culture d'entreprise des différents cabinets d'audit. Ces disparités sont très importantes pour 26% des jeunes auditeurs en poste, et elles se limitent à quelques points pour 32% d'entre eux. « Cet enseignement de l'étude démontre que le travail à opérer en matière de marque employeur ne doit pas concerner seulement le travail mené dans nos campagnes de recrutement. Il doit être une approche globale en matière d'expérience collaborateur pour offrir à chacun une expérience unique enrichissante et épanouissante », spécifie Mathilde Le Coz, DRH de Mazars. Parce que si 93% des auditeurs recommandent l'audit pour une première expérience, ils ne sont plus que 56% à le faire pour une suite de carrière et 32% pour une carrière complète.





Comme manager la génération Z ? La question se posait déjà quand on parlait encore de la Génération Y ! Les entreprises expriment de plus en plus leur difficulté à comprendre, attirer et convaincre les jeunes talents issus de la génération Z, ces jeunes nés entre 1995 et 2016 qui représentent aujourd'hui près du tiers de la population mondiale. « *Entre quête de sens et volonté d'un bien-être au travail supérieur à celle des générations précédentes, leurs aspirations sont régulièrement associées à de nombreux stéréotypes. On les dit idéalistes, engagés, en difficulté avec les règles et l'autorité, flexibles ou encore peu loyaux envers les entreprises. Une génération qui exprime des attentes et des préoccupations fortes (environnementales, écologiques, sociales...) très différentes des générations précédentes. De nombreuses entreprises ont ainsi du mal à comprendre, attirer et retenir ces jeunes talents* », analyse Adrien Ledoux, co-fondateur et PDG de JobTeaser dans la préface de « *Manager la Génération Z – Mieux appréhender les nouveaux comportements* ».

« *Face à de jeunes diplômés de plus en plus mobiles, friands de nouvelles expériences et qui ne craignent plus de démissionner, quels sont les leviers de fidélisation dont dispose l'entreprise ?* » interroge Élodie Gentina en montrant qu'ils ont « *des comportements (de consommation) bien plus complexes qu'ils ne le laissent présager : ils ont des sources d'aspiration contradictoires (digitaux vs besoin de liens sociaux, rebelles vs disciplinés, zappeurs vous fidèles ou encore oubliés vs engagés). (...) C'est d'ailleurs à travers les pratiques de consommation et les activités culturelles que se crée une « identité générationnelle », construite en rupture avec les générations précédentes – X ou baby-boomers* ».

