



ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX EN MANAGEMENT, UN ATOUT POUR LES ENTREPRISES FRANÇAISES

Mai 2024

NEWGEN
TALENT
CENTRE

CONTEXTE

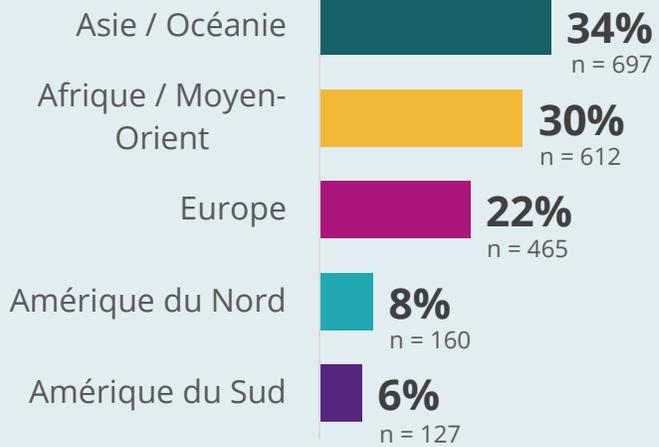
Selon [le dernier rapport de Campus France](#), l'attractivité de la France comme terre d'éducation ne se dément pas. En 2022-2023, les étudiants étrangers étaient 412 087 à être inscrits dans l'enseignement supérieur français, en augmentation de 17% sur cinq ans. Le nombre d'étudiants étrangers en écoles de commerce a connu la plus forte hausse : +80 % en 5 ans.

Missionné par la [CDEFM, Conférence des Directeurs des Ecoles Françaises de Management, l'EDHEC NewGen Talent Centre](#), centre de référence sur les nouvelles générations de diplômés a conduit la première enquête sur les profils des étudiants internationaux des grandes écoles de management. Avec plus de 2000 répondants de 118 nationalités différentes cette étude est le reflet de la diversité des étudiants étrangers en management en France.

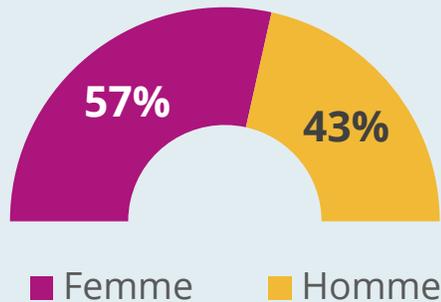
Cette vaste monographie évoque les caractéristiques de la mobilité internationale en France, les profils des étudiants internationaux et leurs aspirations professionnelles en regard des jeunes diplômés français. Avec le départ des babyboomers en retraite la situation démographique en Europe a encore accentué la problématique d'attraction, fidélisation et engagement des jeunes diplômés devenue la première préoccupation des dirigeants. Les résultats de cette étude confirment l'opportunité que représente cette jeunesse internationale et plurielle de nos grandes écoles de management pour les entreprises françaises à la recherche de talents engagés.

DES RÉPONDANTS REPRÉSENTATIFS DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX EN FRANCE *

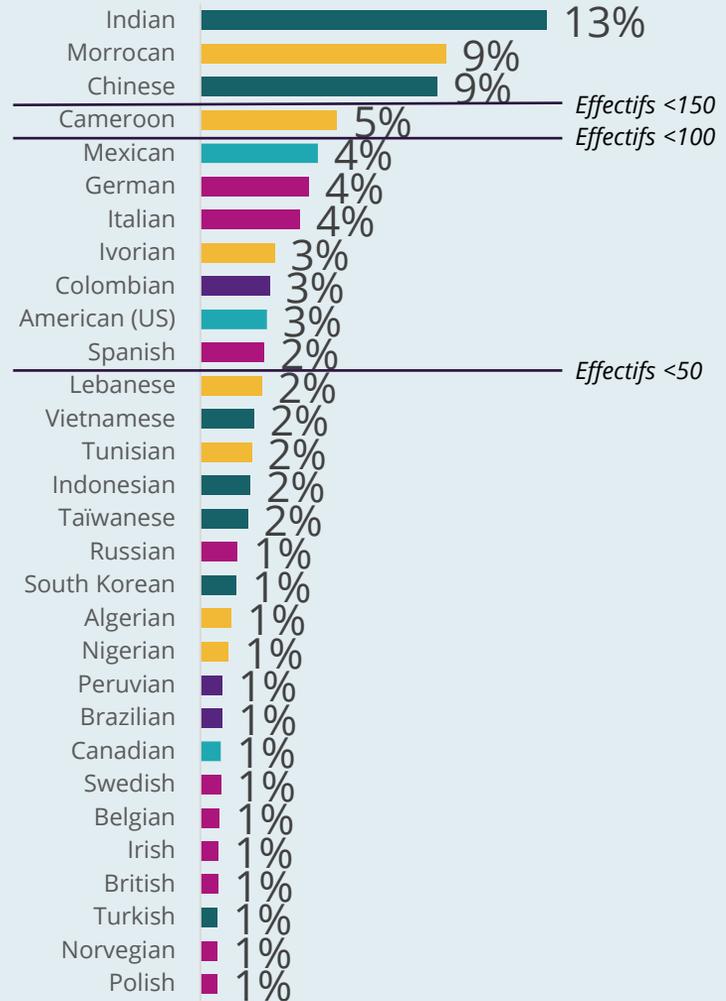
2068 répondants



GENRE



Nationalité – TOP 30



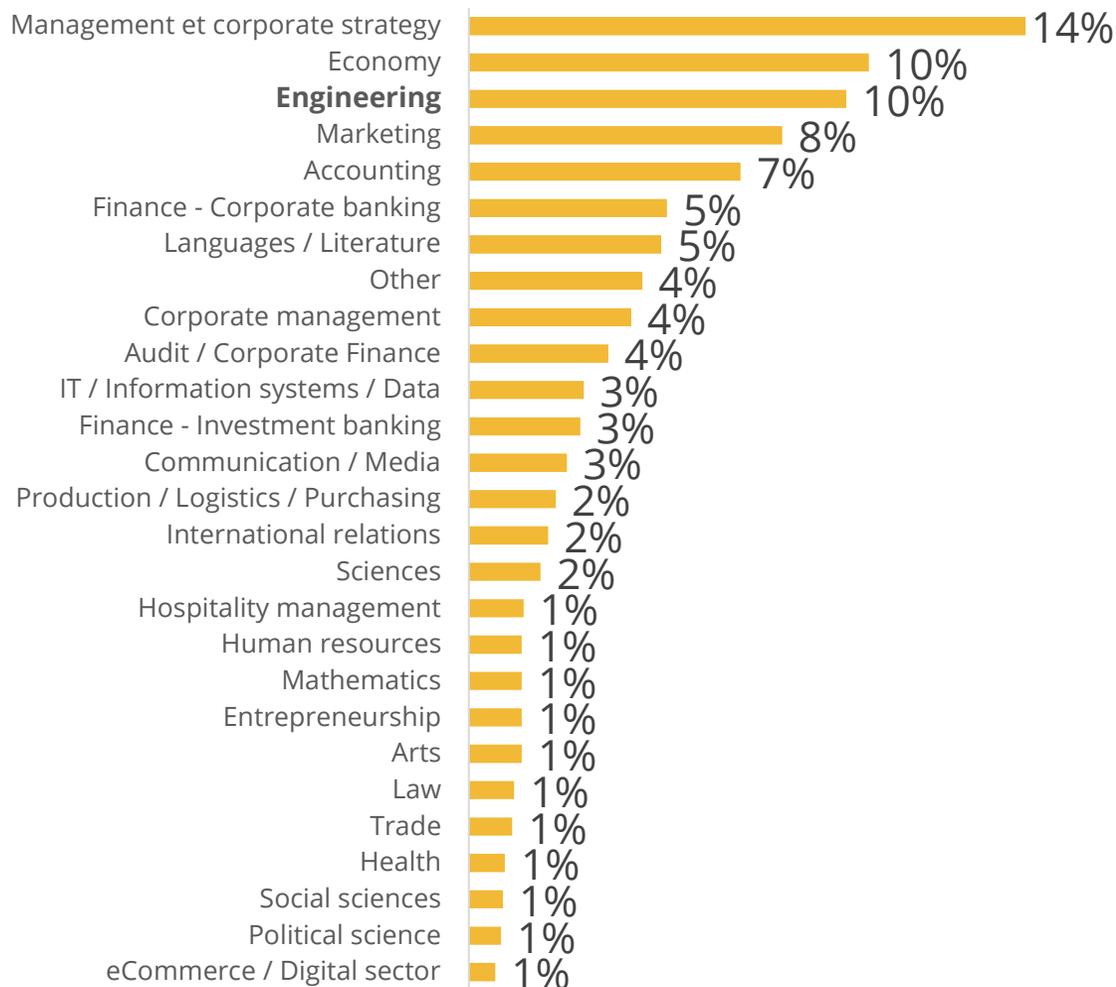
* Campus France, 2024



PROFILS ET PARCOURS DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

NOS ÉCOLES DE MANAGEMENT ATTIRENT DES INGÉNIEURS, PARTICULIÈREMENT D'ASIE ET D'AMÉRIQUE DU NORD

Q : « Avant votre cursus en France, quel était votre domaine d'études principal ? »



Focus par continent - Top 5

Asie / Océanie

1. Engineering 14%
2. Management et corporate strategy 12%
3. Languages Literature 12
4. Marketing 8%
5. Accounting 6%

Afrique / Moyen-Orient

1. Economy 13%
2. Accounting 12%
3. Audit / Corporate finance 9%
4. Management et corporate strategy 8%
5. Marketing 8%

Europe

1. Management et corporate strategy 22%
2. Economy 18%
3. Marketing 8%
4. Corporate Management 5%
5. Other 5%

Amérique du Nord

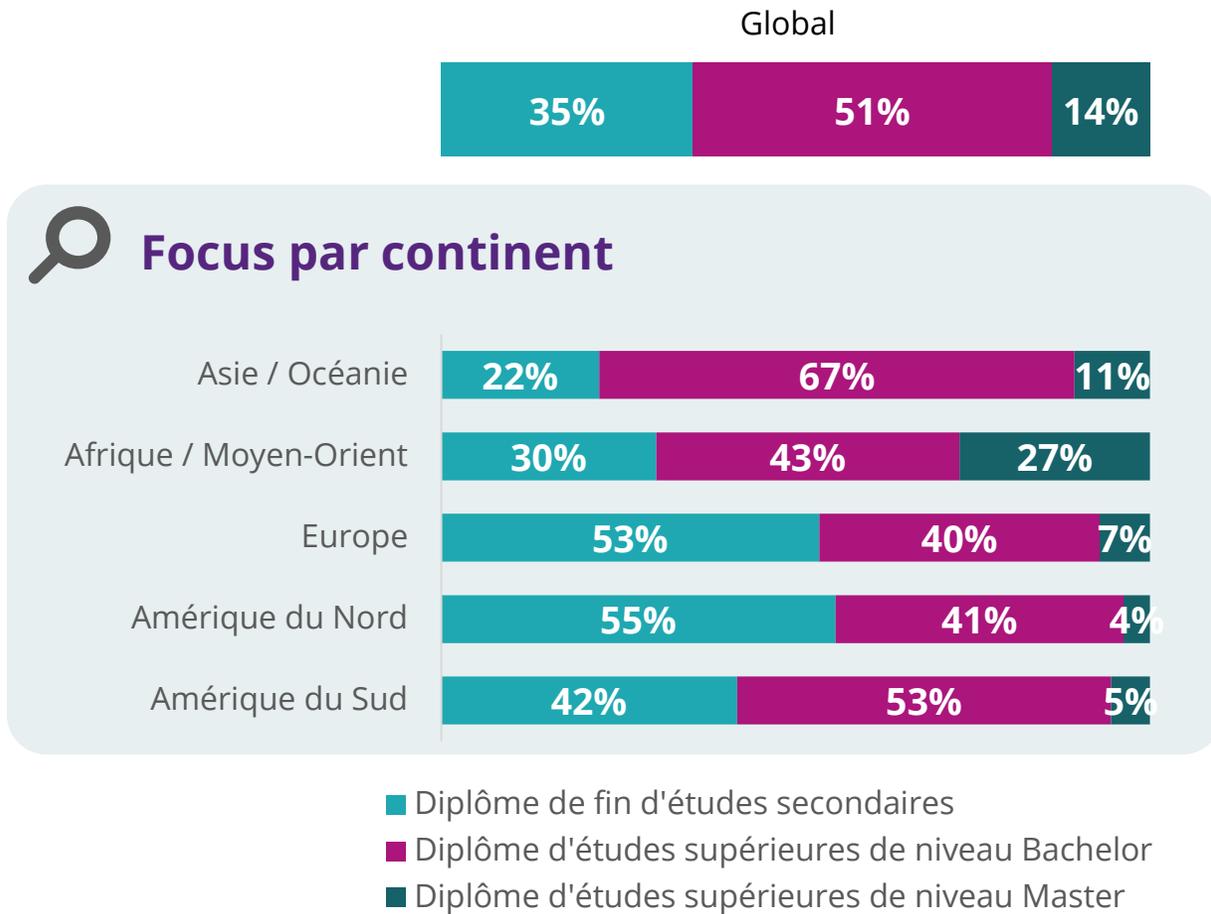
1. Engineering 14%
2. Management et corporate strategy 13%
3. Marketing 13%
4. Finance - Corporate banking 10%
5. Production / Logistics / Purchasing 8%

Amérique du Sud

1. Management et corporate strategy 23%
2. Engineering 17%
3. Other 9%
4. Economy 8%
5. Marketing 6%

AU MOINS LES 2/3 DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX SONT EN QUÊTE D'UN GRADE MASTER EN MANAGEMENT

Q : « Avant votre cursus en France, quel diplôme le plus élevé avez-vous obtenu ? »

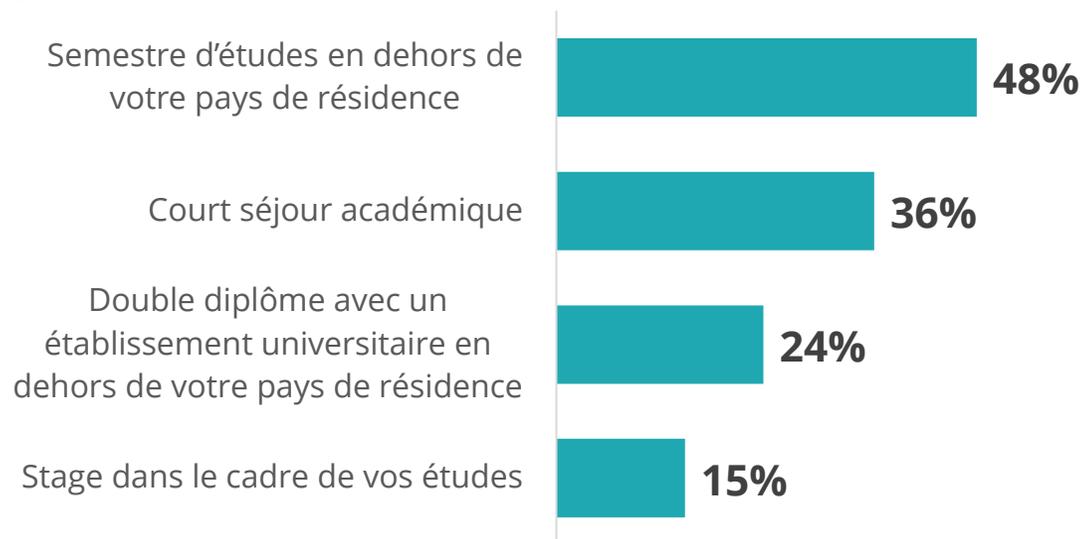


67% D'ENTRE EUX SONT ENGAGÉS DANS UNE MOBILITÉ DE PLUS DE 6 MOIS EN FRANCE

Mobilités antérieures

22% ont déjà expérimenté une mobilité académique avant leur cursus en France

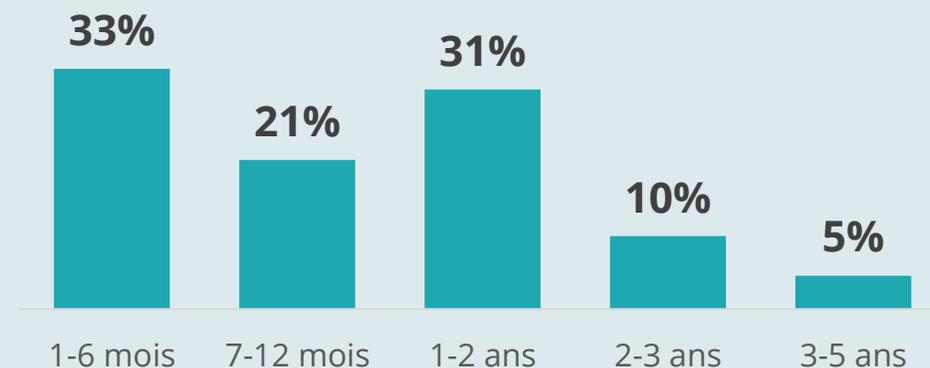
Types de mobilités :



Pour 1 étudiant sur 5, cette mobilité a eu lieu en France

Mobilité actuelle

La durée moyenne de leur cursus en France est de **16 mois**

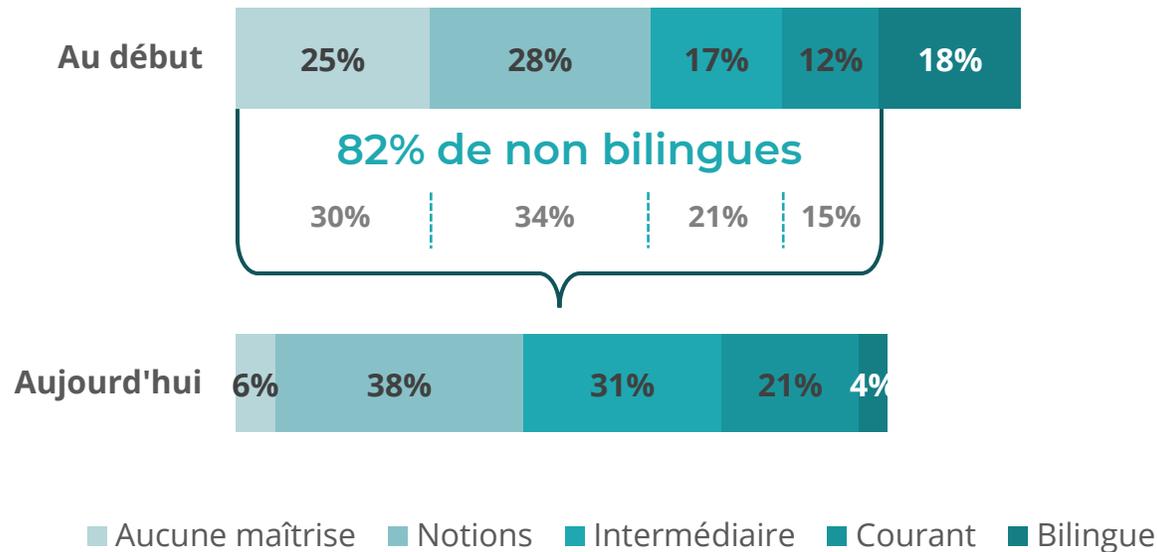


Durée totale du cursus académique en France

UNE MOBILITÉ QUI PERMET D'AMÉLIORER SIGNIFICATIVEMENT LEUR MAÎTRISE DU FRANÇAIS

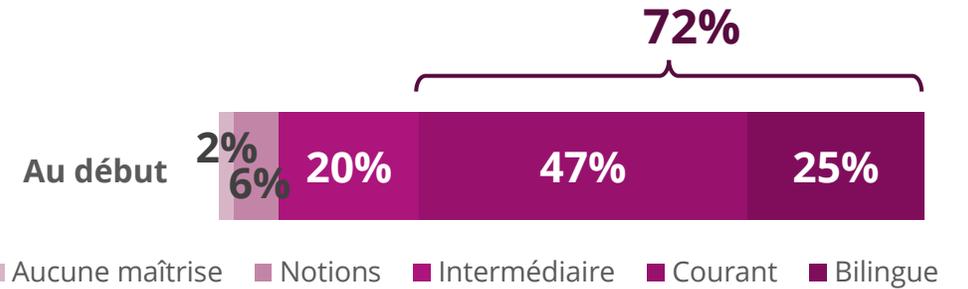
Maîtrise du français

50% ont amélioré leur niveau de maîtrise du français depuis le début de leur cursus en France



? Q : « Quelle était votre maîtrise du français au début de votre séjour académique en France ? »
 Q : « Quelle est votre maîtrise du français aujourd'hui ? »

Maîtrise de l'anglais



Focus par continent

% de « Courant » + « Bilingue »

- Asie / Océanie : 71%
- Afrique / Moyen-Orient : 54%
- Europe : 84%
- Amérique du Nord : 87%
- Amérique du Sud : 90%

Q : « Quelle était votre maîtrise de l'anglais au début de votre séjour académique en France ? »

LES ¾ DES JEUNES INTERNATIONAUX S'ESTIMENT SUFFISAMMENT SENSIBILISÉS AUX ENJEUX SOCIAUX, SOCIÉTAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

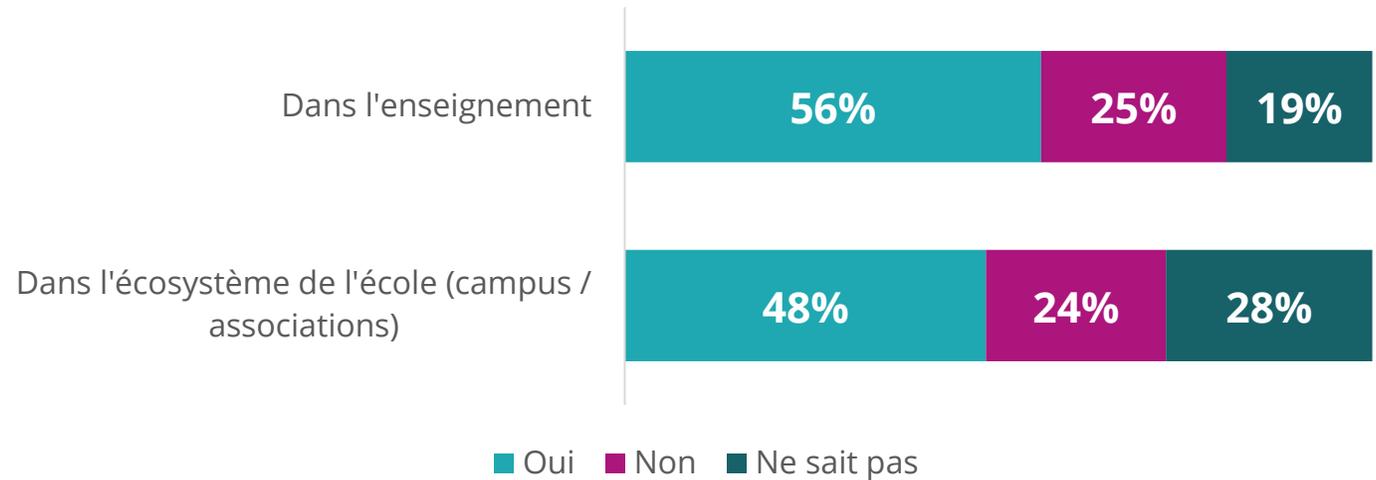
76% estiment que leurs études avant d'arriver en France les ont suffisamment sensibilisés aux enjeux sociaux

74% pour les enjeux sociétaux (y.c. économiques ou politiques)

73% pour les enjeux environnementaux

? Q : « À votre avis, est-ce que vos études avant d'arriver en France vous ont permis de vous sensibiliser suffisamment aux enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux ? »

? Q : « Par rapport à votre pays, les enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux sont-ils plus souvent pris en compte en France ? »



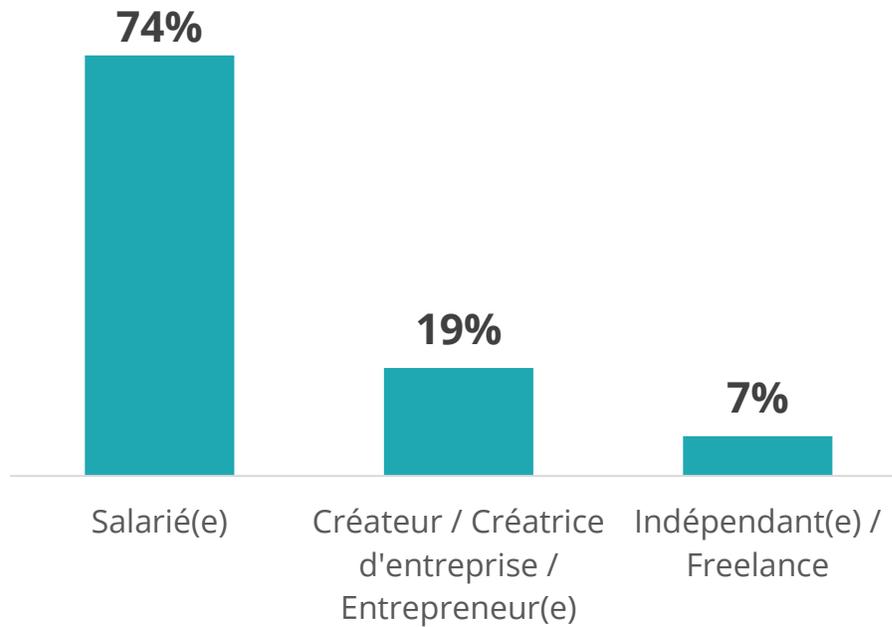


LEURS PRÉFÉRENCES PROFESSIONNELLES

DES PRÉFÉRENCES PROFESSIONNELLES PROCHES DE CELLES DES FRANÇAIS AVEC UN PLUS FORT INTÉRÊT POUR LE SALARIAT

Q : « À court ou moyen terme après votre diplôme, quel sera le statut d'emploi idéal pour vous ? »

Statut d'emploi



Étudiants français en management

65%

27%

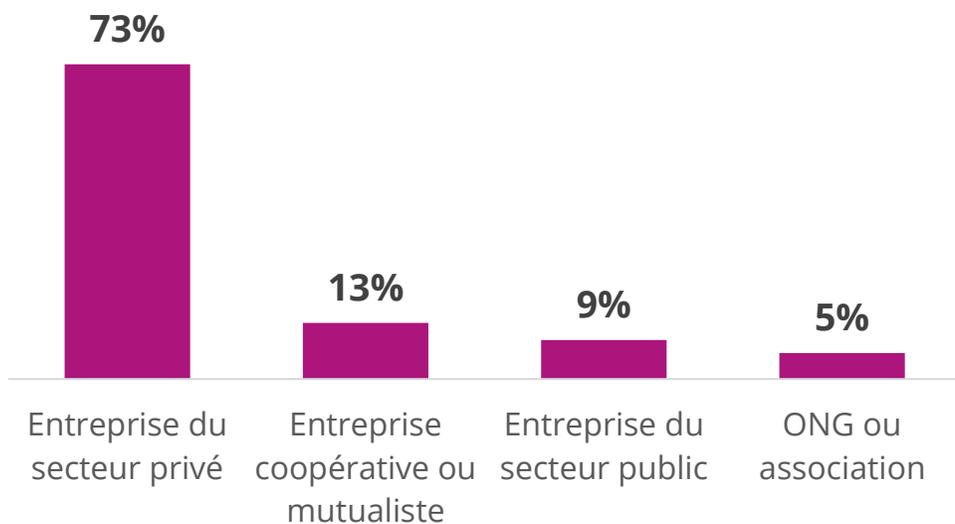
8%



UN ATTRAIT MARQUÉ POUR LES ENTREPRISES COOPÉRATIVES OU MUTUALISTES PARTICULIÈREMENT PAR LES ÉTUDIANTS CHINOIS ...

Q : « Dans quel type d'entreprise vous projetez-vous ? »

Type d'entreprise



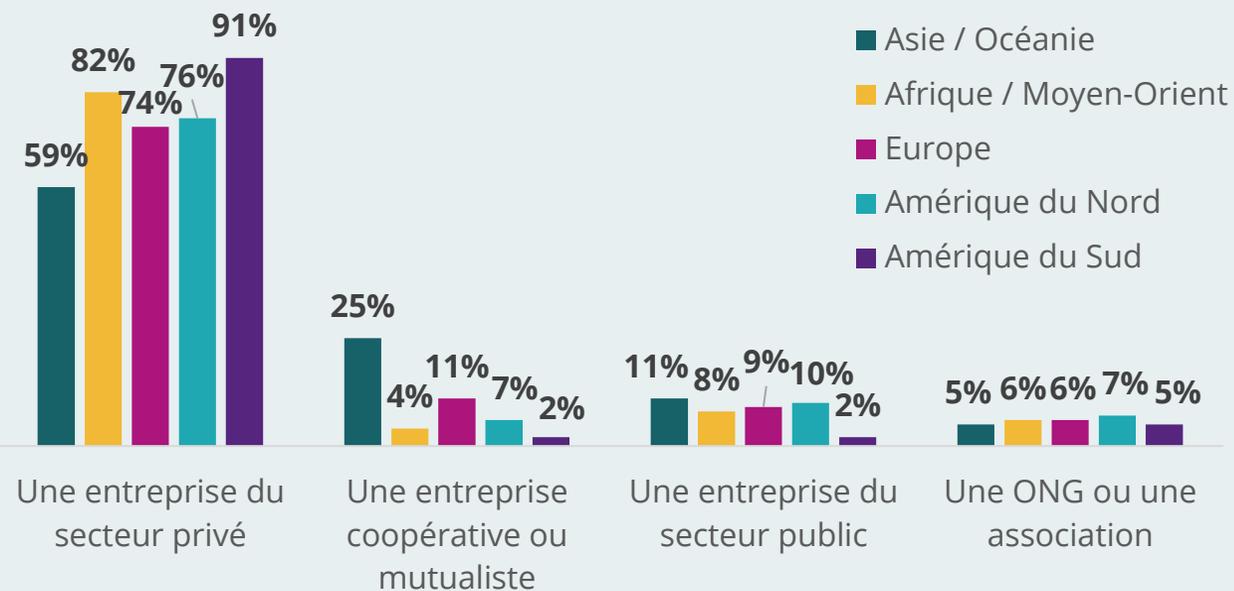
83%

3%

7%

7%

Par continent



Focus pays

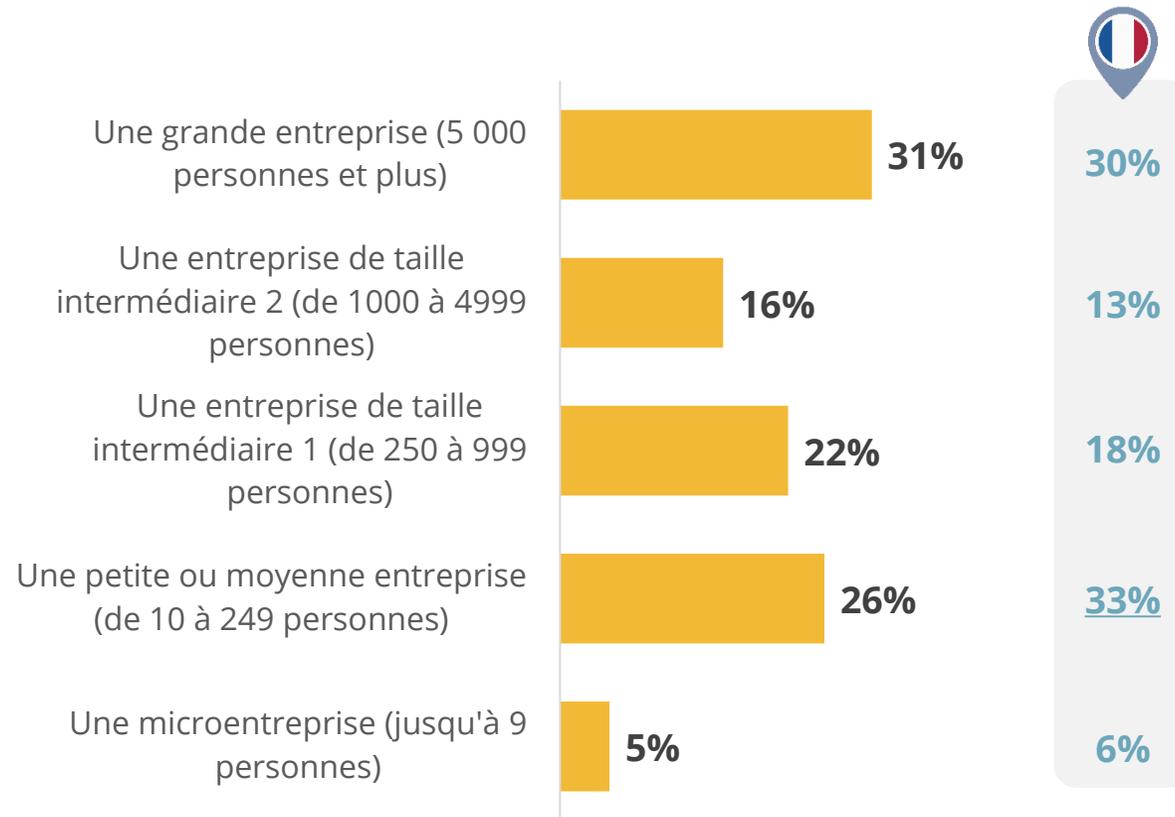


43% des étudiants chinois préfèrent une entreprise du secteur privé et 40% une coopérative / entreprise mutualiste

... MAIS UN INTÉRÊT POUR TOUTES LES TAILLES D'ENTREPRISE

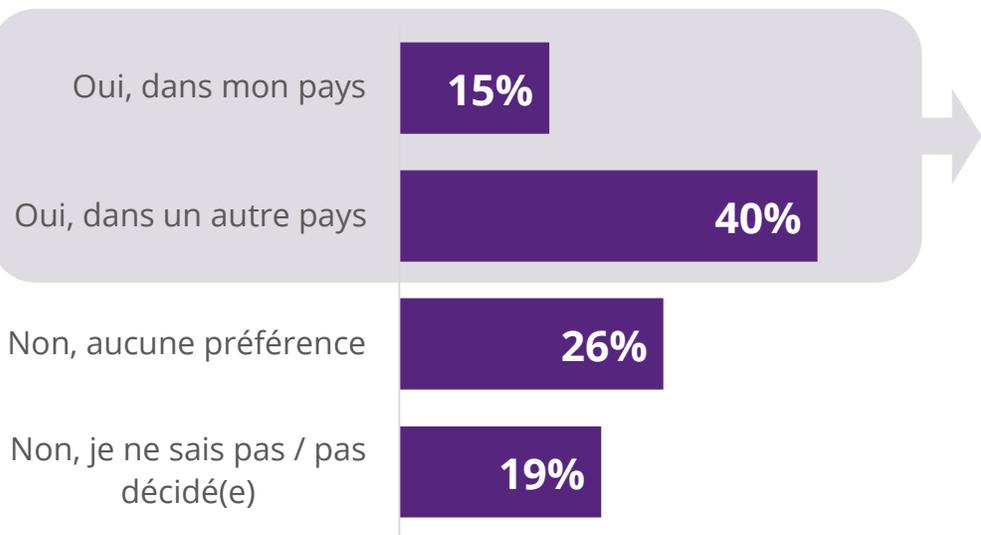
Q : « *Votre entreprise sera :* »

Taille d'entreprise

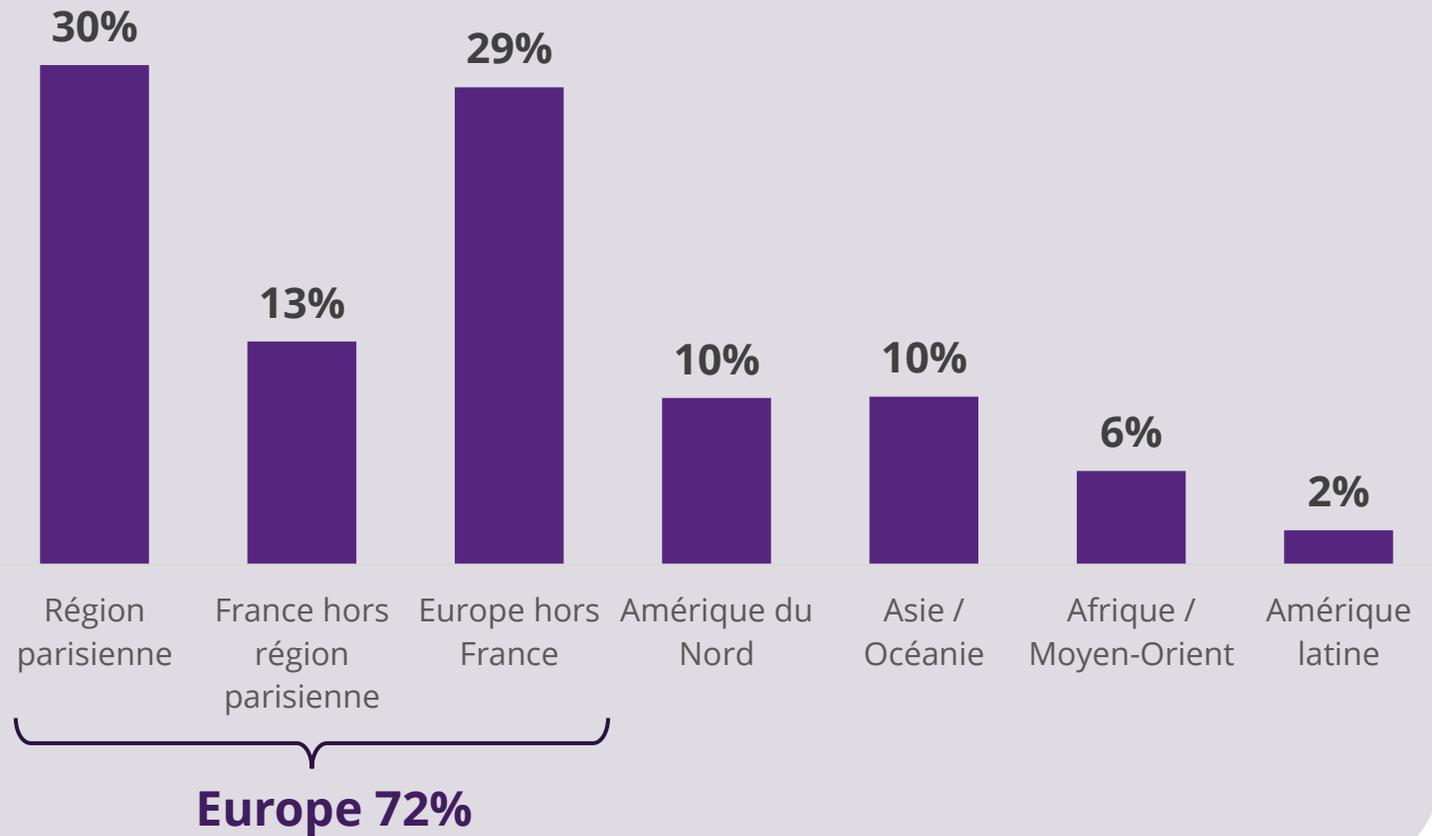


QUAND ILS ONT UNE PRÉFÉRENCE, 7 JEUNES INTERNATIONAUX SUR 10 AIMERAIENT TRAVAILLER EN EUROPE

Q : « Avez-vous une préférence concernant la localisation de votre emploi juste après votre diplôme ? »



Q : « Pouvez-vous préciser dans quelle région géographique : »



DES JEUNES INTERNATIONAUX ATTIRÉS PAR LES MÊMES SECTEURS D'ACTIVITÉ QUE LES ÉTUDIANTS EN MANAGEMENT FRANÇAIS

Q : « *Quels secteurs d'activité auront votre préférence ?* »

3 choix possibles

Top 5

1	Institution financière / Banque / Assurance	30%
2	Cabinet de Conseil	28%
3	Luxe	25%
4	Agence de communication / Évènementiel / RP / Publicité	21%
5	Distribution / E-commerce	15%

En comparaison : Top 5 France

1	Institution financière / Banque / Assurance	34%
2	Cabinet de Conseil	28%
3	Luxe	20%
4	Médias / Audiovisuel / Édition / Culture	19%
5	Sport	16%

LE SECTEUR DU LUXE ATTIRE PLUS PARTICULIÈREMENT LES JEUNES ORIGINAIRES D'ASIE ET D'AMÉRIQUE DU NORD

Q : « Quels secteurs d'activité auront votre préférence ? »

3 choix possibles



Focus par continent – Top 5

Asie / Océanie

1. Luxe 29%
2. Cabinet de Conseil 29%
3. Institution financière 26%
4. Agence de communication 24%
5. Distribution 18%

Afrique / Moyen-Orient

1. Institution financière 38%
2. Cabinet de Conseil 29%
3. Cabinet d'audit 22%
4. Luxe 20%
5. Distribution 15%

Europe

1. Institution financière 30%
2. Cabinet de Conseil 28%
3. Luxe 28%
4. Agence de communication 26%
5. Médias 16%

Amérique du Nord

1. Luxe 25%
2. Cabinet de Conseil 24%
3. Institution financière 22%
4. Agence de communication 22%
5. Tourisme 16%

Amérique du Sud

1. Cabinet de Conseil 29%
2. Institution financière 27%
3. Luxe 24%
4. Agence de communication 22%
5. Médias 16%

DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX À LA RECHERCHE DES MÊMES FONCTIONS QUE LES FRANÇAIS

Q : « Quelles fonctions auront votre préférence ? »

3 choix possibles

Top 5

1	Conseil / Stratégie	43%
2	Marketing / Communication	38%
3	Business Development / Ventes	34%
4	Finance	31%
5	Business Unit Management	22%
5	Achats / Chaîne d'approvisionnement / Logistique	22%

En comparaison : Top 5 France

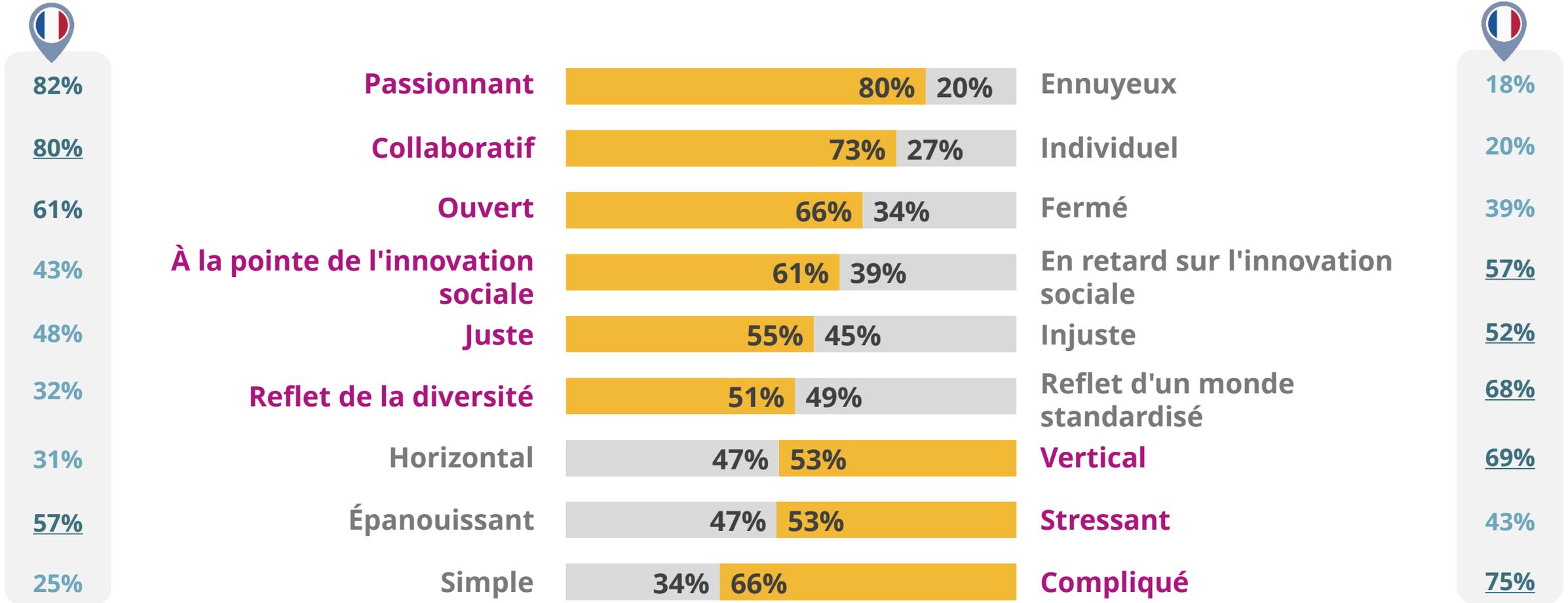
1	Conseil / Stratégie	<u>52%</u>
2	Finance	38%
3	Marketing / Communication	34%
4	Business Development / Ventes	32%
5	Développement durable / Responsabilité Sociétale des Entreprises	27%



LEUR VISION DE L'ENTREPRISE

88 % ONT UNE VISION « POSITIVE » OU « TRÈS POSITIVE » DE L'ENTREPRISE MAIS SANS NAÏVETÉ

Q : « Pour chaque ligne, cochez un point entre les deux items selon la façon dont vous vous représentez le monde de l'entreprise : »



UNE ATTENTE DE TRANSFORMATIONS ET D'ENGAGEMENT SUR LES ENJEUX DU MONDE ...

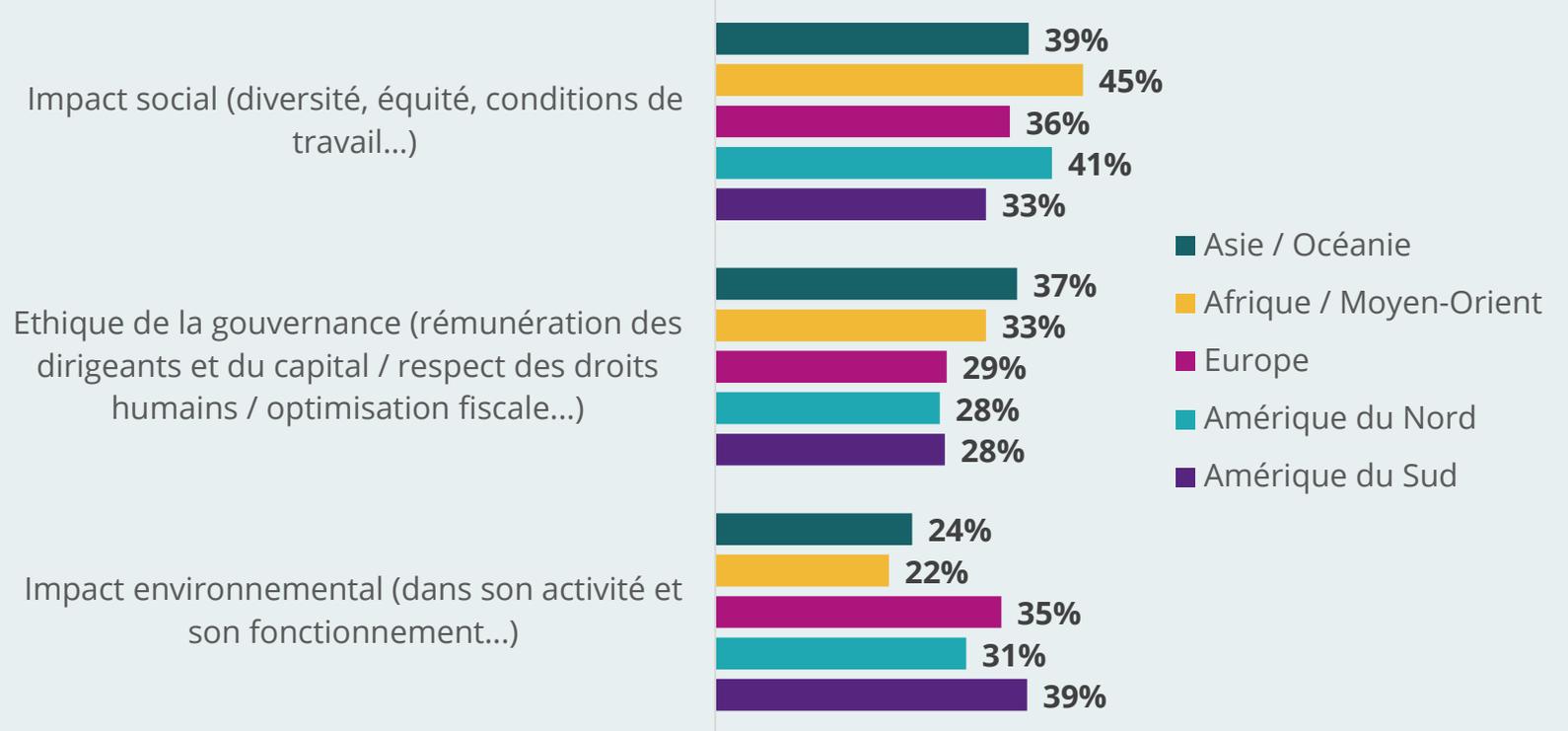
90 % pensent que les entreprises doivent « Beaucoup » ou « Assez » se transformer



93 % pensent que les entreprises ont un rôle à jouer par rapport aux grands enjeux du monde

98%

Enjeux de l'entreprise auxquels ils sont le plus sensibles



... CRITÈRE IMPORTANT DANS LE CHOIX DU 1^{ER} EMPLOI POUR 66% DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

66 % considèrent que l'impact sociétal (social et/ou environnemental) sera un critère déterminant pour le choix de leur emploi



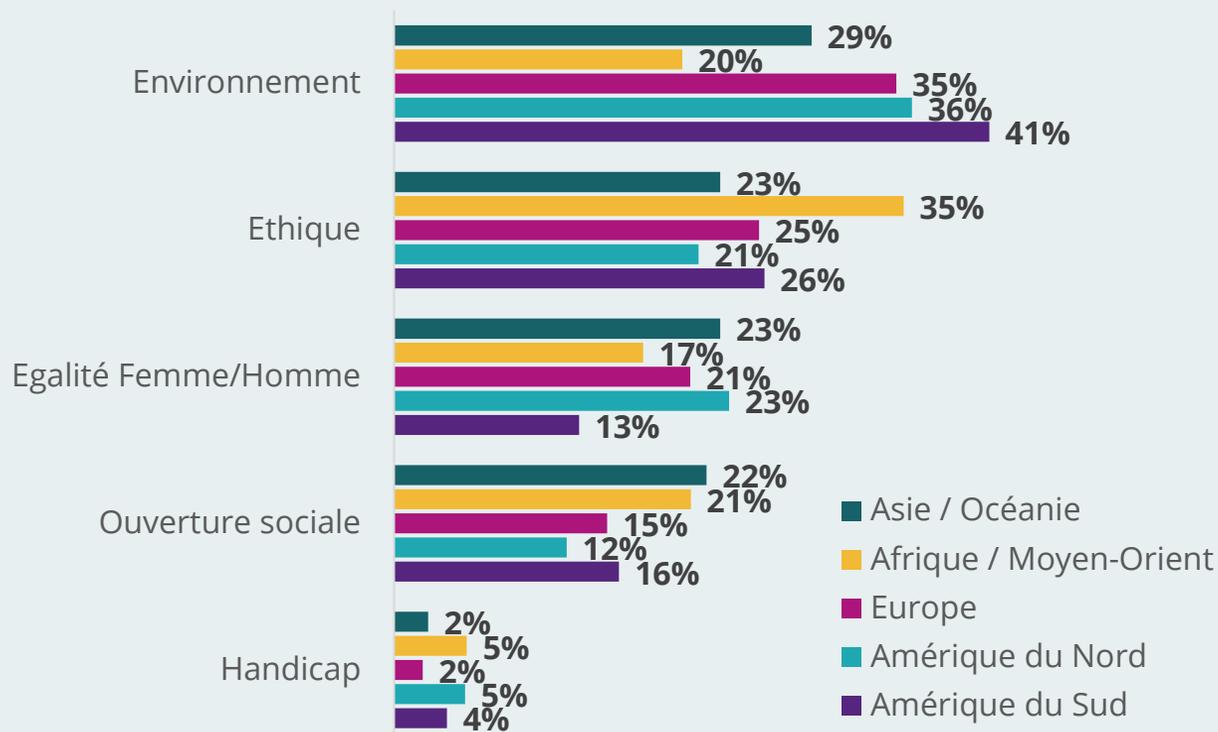
80%

Par continent

Asie / Océanie :	71%
Afrique / Moyen-Orient :	54%
Europe :	84%
Amérique du Nord	87%
Amérique du Sud :	90%

Q : « En entreprise, si vos missions devaient avoir une dimension sociétale (sociale et/ou environnementale), sur quels enjeux voudriez-vous travailler ? »

Enjeu classé en 1^{ère} position



Q : « Est-ce que l'impact sociétal (social et/ou environnemental) sera un critère déterminant pour le choix de votre emploi ? », % ayant mis une note égale ou supérieure à 6 sur 10



LEUR CARRIÈRE

UNE ASPIRATION À DES REVENUS ÉLEVÉS PLUS IMPORTANTE POUR LES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX

Q : « Concernant vos aspirations pour votre vie professionnelle, veuillez classer les items de 1 à 3 dans l'ordre d'importance (1 étant le plus important) : »

Top 3

- 1 Acquérir des compétences et se développer personnellement
- 2 Avoir des revenus élevés
- 3 Travailler dans un environnement international (projets, équipe ou localisation)

En comparaison : Top 3 France

- 1 Acquérir des compétences et se développer personnellement
- 2 Contribuer utilement à la Société
- 3 Travailler dans un environnement international (projets, équipe ou localisation)

Par continent

Afrique / Moyen-Orient

1. Acquérir des compétences
2. Avoir des revenus élevés
3. Travailler dans environnement international

Amérique du Nord

1. Acquérir des compétences
2. Travailler dans environnement international
3. Avoir des revenus élevés

Asie / Océanie

1. Acquérir des compétences
2. Avoir des revenus élevés
3. Travailler dans environnement international

Europe

1. Acquérir des compétences
2. Avoir des revenus élevés
3. Travailler dans environnement international

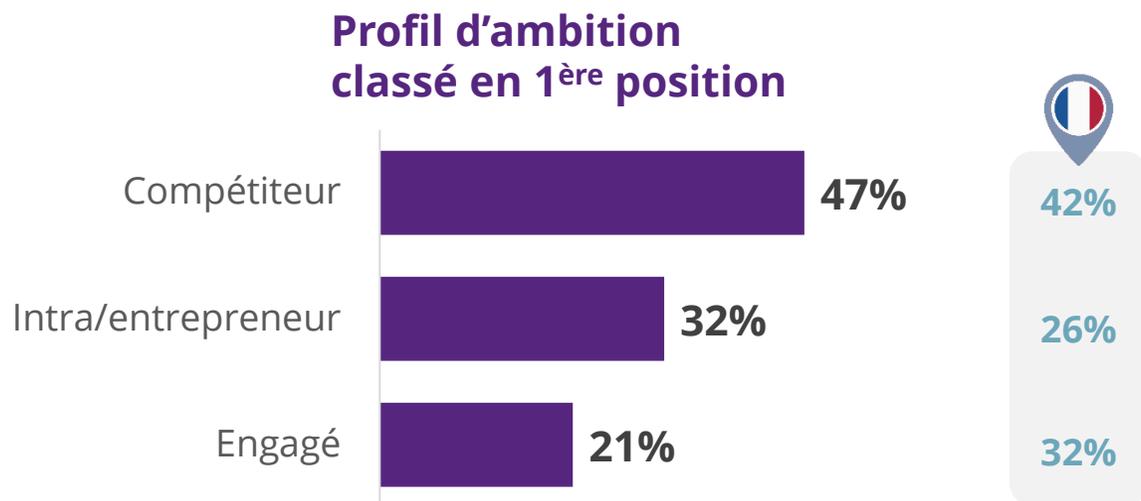
Amérique du Sud

1. Acquérir des compétences
2. Travailler dans environnement international
3. Avoir des revenus élevés

DES ÉTUDIANTS INTERNATIONAUX AUX AMBITIONS PROFESSIONNELLES VARIÉES ...

Q : « Quand il s'agit de votre ambition professionnelle, de quel profil vous sentez-vous le plus proche ? »

Classez les profils ci-dessous de 1 pour le profil dont vous vous sentez le plus proche à 2 pour le second profil »



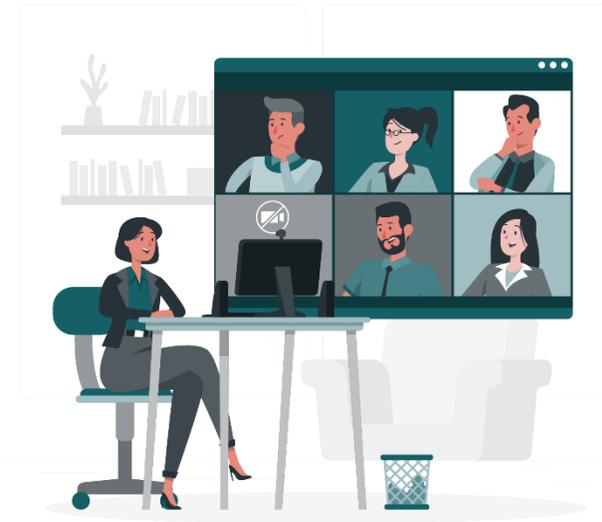
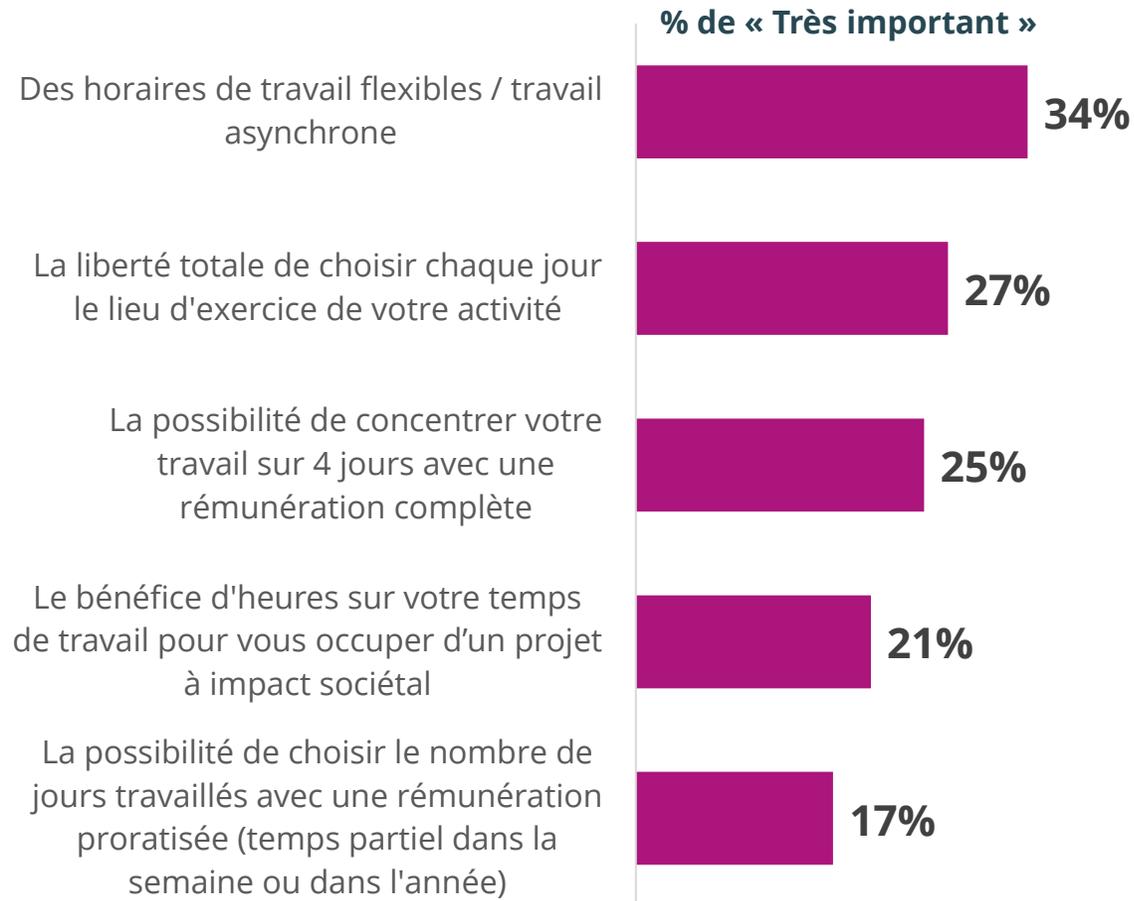
Le profil compétiteur : Centré(e) sur le développement ambitieux de sa carrière, motivé(e) par la perspective d'un poste de dirigeant, une responsabilité hiérarchique, une rémunération attractive.

Le profil intra/entrepreneur : Centré(e) sur l'envie d'innover, motivé(e) par le challenge, la liberté d'action, l'autonomie dans les missions confiées et la conduite de projets.

Le profil engagé : Centré(e) sur les enjeux du monde, motivé(e) par l'intérêt général, la culture et les valeurs de l'entreprise, l'utilité de sa mission.

... ET SENSIBLES À LA FLEXIBILITÉ OFFERTE PAR L'ENTREPRISE

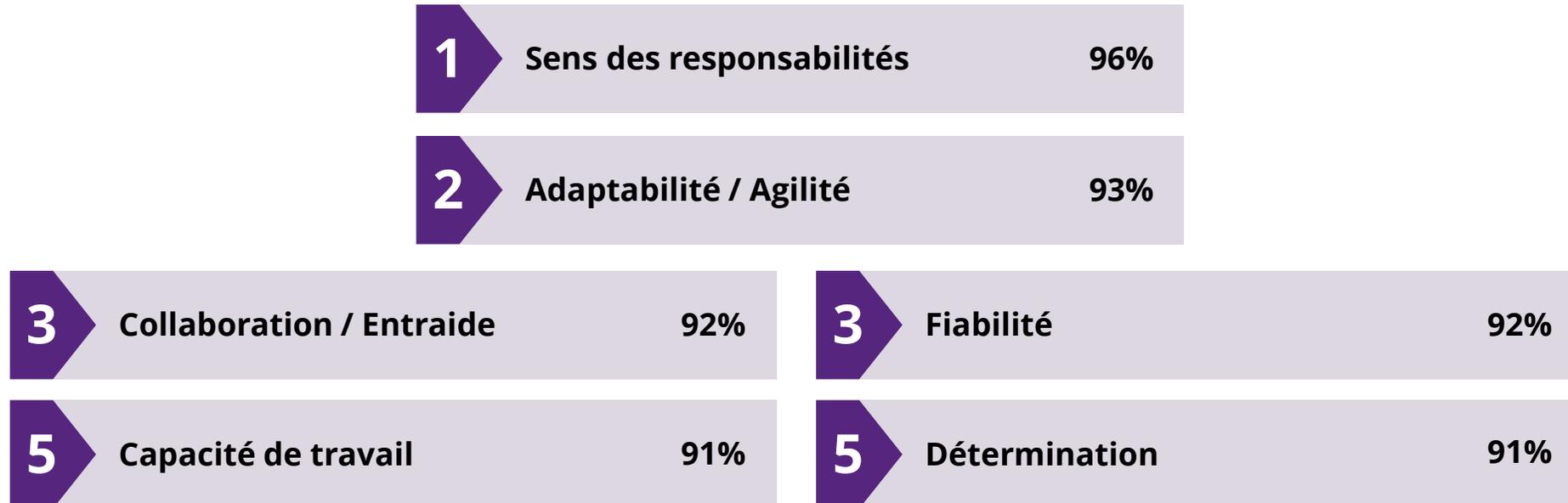
Q : « Quelle importance accorderez-vous à chacune de ces modalités de travail ? »



DES JEUNES INTERNATIONAUX QUI ESTIMENT AVOIR LE SENS DES RESPONSABILITÉS, SONT ADAPTABLES, PRÊTS À COLLABORER ET FIABLES

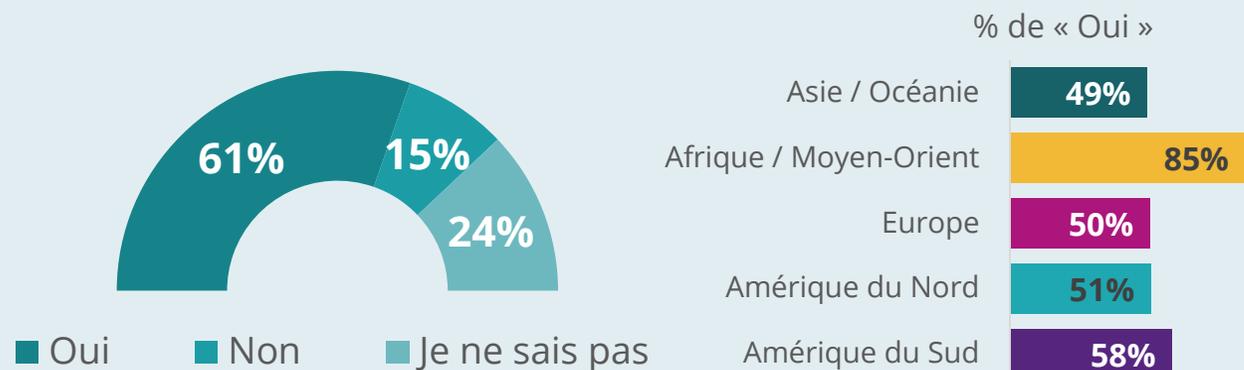
Q : « Parmi ces caractéristiques utiles à la vie professionnelle, lesquelles avez-vous développées ? »

Top 5

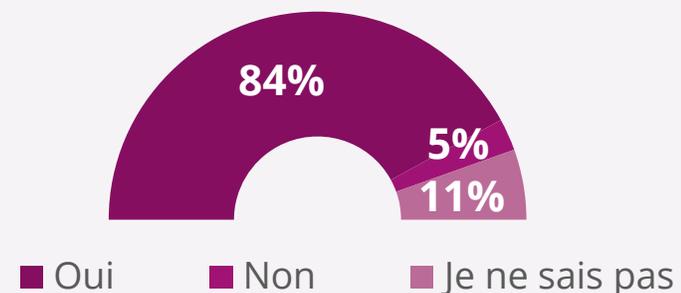


84% JUGENT AVOIR LES COMPÉTENCES INTERCULTURELLES POUR TRAVAILLER À L'INTERNATIONAL

Q : « Estimez-vous avoir les connaissances et compétences pour travailler sur le marché de l'emploi français ? »



Q : « Estimez-vous avoir les compétences interculturelles suffisantes pour travailler à l'international ? »



Q : « Si non, de quelles connaissances ou compétences supplémentaires auriez-vous besoin ? »

Résultats après reclassement des réponses :

- **Maîtrise du français : 86%**
- Connaissance du marché du travail français : **9%**
- Connaissance de la culture français : **9%**
- Compétences techniques : **4%**



LEURS ATTENTES VIS-À-VIS DE LEURS FUTURS MANAGERS : TRANSPARENCE, SOUTIEN POUR L'EMPLOYABILITÉ ET CONFIANCE

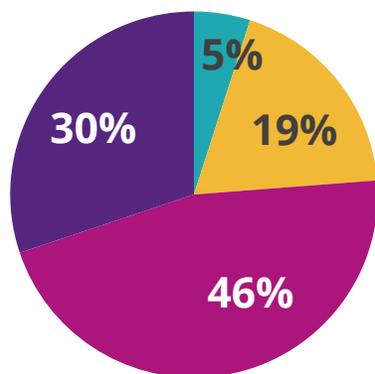
Q : « Vis-à-vis de vos futurs managers directs, quelle importance accorderez-vous à chacun de ces items ? »



CONVAINCUS DES ATOUTS D'UNE FORMATION EN FRANCE, 76% SONT CONFIANTS EN CE QUI CONCERNE LEUR INTÉGRATION SUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

76 % sont « assez confiants » ou « tout à fait confiants » vis-à-vis de leur intégration sur le marché du travail

 90%



■ Pas du tout confiant
 ■ Peu confiant
■ Assez confiant
 ■ Tout à fait confiant

Q : « Pour quelles raisons ? »

“ J'étudie dans l'une des meilleures écoles de commerce du monde et je sais donc que je développerai de nombreuses compétences liées au monde des affaires et que je trouverai le marché du travail qui m'intéressera vraiment et dans lequel je m'épanouirai. ”

“ Je dispose d'une solide formation et je m'engage fermement à poursuivre mes objectifs. Face à l'inconnu, je suis toujours prêt à apprendre et à m'adapter à de nouveaux défis. ”

“ Avec les changements démographiques qui se produiront au cours des 10 à 20 prochaines années et le départ à la retraite de la génération du baby-boom de nombreux emplois seront libérés et difficiles à pourvoir pour les entreprises. ”

Créé en mai 2013 sous la direction de Manuelle Malot, le NewGen Talent Centre est le centre d'expertise de l'EDHEC sur les aspirations, comportements et compétences des nouvelles générations de diplômés. Ce qui a motivé la création du centre par l'EDHEC est la conviction de l'impact positif des jeunes générations sur les transformations du monde.

Le NewGen Talent Centre s'appuie sur son expérience et son réseau de partenaires pour répondre aux problématiques d'attraction, de fidélisation et d'engagement des entreprises.

Pour en savoir plus sur nos études ou nous contacter :
Visiter le site de l'EDHEC
NewGen Talent Centre

Six écoles de management françaises – AUDENCIA, EDHEC, ESCP, ESSEC, HEC et SKEMA – sont à l'initiative de la création de la Conférence des Directeurs des Écoles Françaises de Management.

La mission première de la Conférence des Directeurs des Écoles Françaises de Management (CDEFM) est d'être leur porte-parole auprès de l'État, de l'Union Européenne, des associations d'étudiants et d'employeurs, des organismes d'accréditation nationaux et internationaux et des autres instances internationales compétentes en matière d'enseignement et de recherche.

La CDEFM a également la responsabilité de représenter les intérêts communs des établissements et écoles délivrant des diplômes de management reconnus par le ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.