

A LA UNE

# Les IA bousculent les jeunes diplômés... et le recrutement

Le Gen Z Lab de Jobteaser et le NewGen Talent Center de l'Edhec ont révélé cette semaine une passionnante étude sur [Les nouvelles règles pour recruter en 2026](#). Elle révèle notamment que si l'irruption des IA promet d'accélérer l'obsolescence des compétences, la vision du travail des jeunes n'en reste pas moins positive : 96% y voient un moteur d'épanouissement, un lieu d'utilité, de sens et de progression. « Cette étude éclaire l'un des enjeux majeurs des années à venir : comprendre une génération qui, loin d'être désengagée, cherche surtout un travail plus vrai, plus lisible et plus cohérent avec ses aspirations. À charge pour les entreprises d'ajuster leurs pratiques — et de rattraper un mouvement déjà bien engagé » analyse Manuelle Malot, directrice du NewGen Talent Center de l'Edhec. Le contexte est en effet paradoxal : un marché de l'emploi junior sous tension, des générations encore nombreuses à entrer sur le marché du travail, et l'irruption de l'IA qui recompose les besoins des entreprises sur les postes débutants. En face, des jeunes qui ne veulent pas revoir leurs aspirations à la baisse et qui revendiquent un rapport au travail plus équilibré entre vie professionnelle et vie personnelle.



Olivier Roliot (@ORoliot) Rédacteur en chef

**Enjeux et risques des IA.** « Le vrai risque, à l'ère de l'intelligence artificielle, n'est pas seulement de voir certains emplois disparaître. Il est aussi, et peut-être surtout, de s'accrocher à des compétences qui pourraient devenir obsolètes plus vite qu'on ne l'imagine », remarque Michaël Gaj, responsable des études de JobTeaser. De plus en plus de jeunes se demandent si ce qu'ils apprennent aujourd'hui restera pertinent au moment de leur remise de diplôme : 75% disent que « l'IA va changer en profondeur la façon de réaliser mon futur métier » et 32% que « mon métier deviendra obsolète dans les prochaines années ». Dans les deux cas c'est au moins cinq points de plus que lors de la précédente étude de 2024.

Mais ils auraient un avantage décisif, celui d'être « déjà familiers de ces outils, et surtout de posséder l'agilité nécessaire pour s'adapter vite ». Pour autant 56% disent de n'a pas avoir été suffisamment formés à l'utilisation des IA lors de leur cursus.

Les chiffres présentés montrent d'ailleurs une génération très familière des outils : 48% déclarent faire confiance à l'IA pour leurs choix d'études, et un niveau proche est évoqué pour les choix de métier.

Dans les candidatures, l'usage est quasi généralisé : plus de neuf étudiants sur dix utilisent l'IA pour améliorer leur dossier, qu'il s'agisse de retravailler un CV, rédiger des messages, préparer des entretiens, identifier des questions ou s'entraîner sur des études de cas.

Mais le tableau se nuance nettement quand l'IA passe du côté recrutement : près de deux tiers des répondants disent ne pas être à l'aise avec un recrutement automatisé (entretiens automatisés, scoring, etc.). Ce qui est en cause n'est pas l'outil en tant que tel, mais l'idée d'être évalué sans véritable rencontre, alors que le recrutement est vécu comme un moment émotionnel et social important.

## Usage des outils d'IA dans le cadre de candidatures



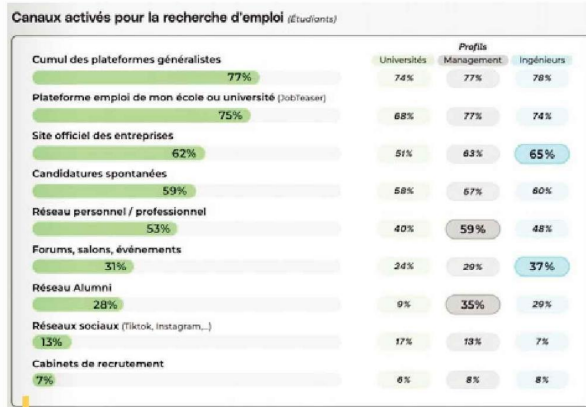
Source : [Les nouvelles règles pour recruter en 2026](#), Gen Z Lab de Jobteaser et NewGen Talent Center de l'Edhec

**A LA UNE**

**Chercher un job : plateformes, candidatures spontanées... et réseaux sociaux en retrait.** Les candidats multiplient les canaux de recrutement. Les plateformes généralistes (type job boards), la plateforme emploi de leur école ou université apparaissent au même niveau, avec un total annoncé de 75% d'usage côté plateforme liée à l'établissement.

Signe d'un marché plus dur, la proactivité progresse : 59% déclarent faire des candidatures spontanées, et 53% activer leur réseau personnel ou professionnel.

En revanche, malgré un temps moyen passé sur les réseaux sociaux évoqué à quatre heures par jour, ces espaces restent minoritaires comme outil direct de recherche d'emploi : selon les chiffres présentés, ils ne pèsent qu'entre 7% (ingénieurs) et 17% (étudiants de l'université).



Source : [Les nouvelles règles pour recruter en 2026](#), Gen Z Lab de Jobteaser et NewGen Talent Center de l'Edhec

**Choisir une entreprise : le secteur d'abord, la notoriété ensuite.** À mission et salaire équivalents, le critère qui pèse le plus n'est pas la notoriété, mais le secteur d'activité. Il arrive largement en tête : 57% des répondants le placent comme premier critère de choix. Et 84% affirment avoir déjà une idée du secteur vers lequel s'orienter en fin d'études.

Conséquence immédiate pour les employeurs : le récit de marque doit moins se contenter d'un discours institutionnel général et davantage montrer les métiers, la diversité des missions, les parcours possibles, l'évolution et la mobilité interne, en particulier pour les secteurs jugés moins attractifs.

L'étude détaille aussi les secteurs « préférés » selon les profils. La banque-assurance apparaît fortement positionnée chez les universitaires et très largement chez les profils management, tandis que les profils ingénieurs citent en tête l'industrie et l'informatique/technologies de l'information.

**Crédibilité : la parole « corporate » en crise, l'authenticité prime.** Sur la question « qui croire », le message est sans ambiguïté. Les contenus de marque employeur produits par l'entreprise ne sont jugés crédibles que par 18% des répondants.

À l'inverse, les avis d'étudiants ou en ligne dominent très nettement, avec 80% de crédibilité déclarée. Deuxième levier mis en avant : la parole des salariés, lorsqu'elle est perçue comme authentique, via des témoignages, des vidéos ou des formats incarnés. « *Le contenu corporate, les discours contrôlés, parfois un peu trop lisses, ne passent plus ou passent beaucoup moins auprès des jeunes. Ce qu'ils vont rechercher en priorité c'est de l'authenticité dans toutes les prises de parole. Ils ont besoin de le ressentir de façon concrète* », analysent Geneviève Houriet-Segard, directrice adjointe et scientifique à l'EDHEC NewGen Talent Centre et Michaël Giaj.



Source : [Les nouvelles règles pour recruter en 2026](#), Gen Z Lab de Jobteaser et NewGen Talent Center de l'Edhec

**Recrutement : au-delà de trois semaines, le risque d'abandon explose.** Autre résultat clé : la durée des processus. Les recrutements jugés trop longs sont présentés comme le premier facteur d'abandon des candidatures (52%).

La durée maximale acceptable annoncée par les répondants est seulement de 22 jours, stable par rapport à l'année précédente. *« Si ce délai est difficile à tenir, surtout dans les grandes organisations, la recommandation est claire : expliquer les étapes, annoncer les durées, tenir informé, répondre vite (idéalement sous 48 heures). En filigrane : la relation recruteur-candidat reste un enjeu de confiance »*, expliquent encore Geneviève Houriet-Segard et Michaël Giaj

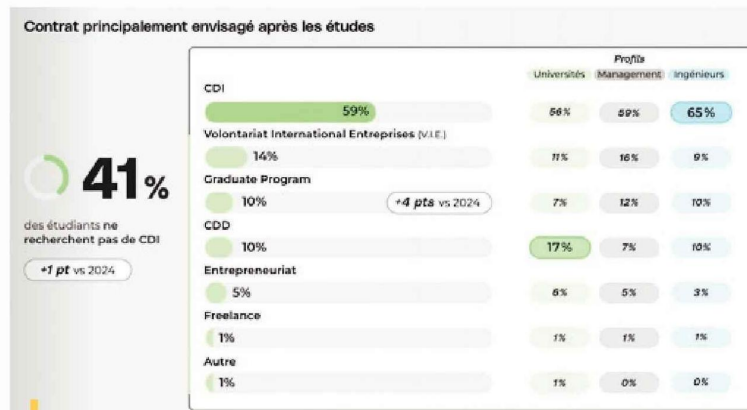
**Le travail reste central, mais il doit nourrir la vie.** Contrairement à l'idée d'une jeunesse « désengagée », les données de l'étude racontent l'inverse : 96% des répondants considèrent le travail comme un facteur d'épanouissement personnel, et 58% estiment qu'il y contribue fortement. Un niveau en hausse, interprété comme un besoin d'ancrage dans un monde plus incertain.

Dans les attentes pour un premier poste, trois piliers dominant : la rémunération (60% la jugent importante), le relationnel, et les apprentissages. Le salaire est décrit moins comme un marqueur de statut que comme une condition d'autonomie et de liberté de choix de vie. Le relationnel, lui, renvoie à l'entreprise comme lieu de sociabilisation, parfois comparé à l'esprit des campus universitaires. Quant aux apprentissages, ils sont perçus comme indispensables pour rester employable et éviter l'ennui, une crainte citée explicitement en début de carrière.

**Le CDI n'est plus l'horizon unique, et la mobilité s'accélère.** La recherche d'un CDI reste majoritaire, mais il n'est plus une quête absolue : 41% disent préférer une autre forme de contrat en début de carrière.

Les différences par profil sont importantes : les ingénieurs sont davantage attachés au CDI, tandis que les profils management se tournent plus souvent vers des dispositifs dédiés aux jeunes (type VIE ou graduate programs). Les universitaires, eux, sont davantage attirés par des contrats à durée déterminée, présentés comme une période exploratoire.

Symbole le plus frappant de cette mobilité : la durée moyenne idéale d'un premier poste, annoncée à 17 mois, en baisse de trois mois par rapport à l'année précédente (13 mois pour les universitaires, 18 mois pour les managers et les ingénieurs).



Source : [Les nouvelles règles pour recruter en 2026](#), Gen Z Lab de Jobteaser et NewGen Talent Center de l'Edhec

Pour autant la rémunération reste le critère n°1 : 62% des profils universitaires et management la placent en premier rang de leurs attentes. Plus désintéressés les ingénieurs mettent en attente principale la « possibilité de me former et de développer des compétences » alors que la rémunération est classée à la 4<sup>ème</sup> place avec 54% des réponses. Une génération engagée, pragmatique mais qui peut aussi profiter d'un marché de l'emploi qui reste assez favorable. Pour combien de temps ?

**Olivier Rollot**

Rédacteur en chef

► Les résultats de l'enquête s'appuient sur 2 578 répondants âgés de 18 à 30 ans : environ moitié encore en études, moitié déjà diplômés et en activité. Trois grands profils sont distingués : étudiants à l'université (865), en écoles de management (1 072) et en écoles d'ingénieurs (436).

Trois types de jeunes, trois profils

Jobteaser et l'Edhec résumant dans les trois tableaux ci-dessous les profils respectifs des ingénieurs, des universitaires et de managers.

### Profil Universitaire L'Explorateur pragmatique

**1 Une phase d'exploration lucide**  
Moins bonne connaissance déclarée de ses forces et faiblesses, des entreprises, de ce qu'il aime / n'aime pas.  
Il ne mangera pas d'œufs, mais ils répètent pour ses projets.  
Il attend de l'entreprise un rôle de filaire structurant.

**2 Une recherche plus institutionnelle**  
Mobilisation du réseau plus limitée.

**3 Une forte ouverture sectorielle**  
Capacité à se servir dans des universités, sans arrières-pensées précises.

**4 Un rapport plus utilitaire au premier emploi**  
41% ne souhaitent pas de CDI.  
Durée idéale du premier poste plus courte (+13 mois).  
Le premier job est une étape de construction, pas un engagement idéal (hors).

**5 La rémunération comme repère rationnel**  
La rémunération est l'attente n°1, plus fortement priorisée que chez les autres profils.  
Elle joue un rôle de repère objectif et rassurant, dans un environnement perçu comme complexe. Ils ne rejettent pas la cause, mais il n'est pas encore structuré dans leur choix.

**6 Une temporalité courte... mais intentionnelle**  
Le premier poste est moins perçu comme un tremplin de carrière : 38% chez les universitaires vs 58% chez les managers.  
Le temps court est utilisé comme outil de clarification professionnelle, pas comme une logique d'opportunité.

**Levier RH activables**  
Offres d'emploi pédagogiques : missions, compétences acquises.  
Promesses claires, concrètes, non sur-engageantes.  
Feedback explicite et structurant dès le processus.

Jobteaser | Edhec | 7

### Profil Management Le Pilote de carrière

**1 Le premier emploi comme accélérateur de carrière**  
58% considèrent le 1<sup>er</sup> job comme un tremplin (vs 38% universitaires).  
Le poste est évalué pour sa valeur future, pas uniquement investissable.

**2 Une mobilisation intensive du réseau**  
59% utilisent leur réseau pour une recherche de poste, le ratio le plus élevé de tous les profils.  
Forte capacité à capter des signaux faibles du marché.

**3 Une lecture du marché par signaux de réputation**  
Importance accrue accordée : aux avis clients (62%), aux labels, classements, réputation externe (48%).  
L'entreprise est perçue comme un label d'employabilité.

**4 Une ouverture aux trajectoires mobiles**  
Appréhension plus forte pour : parcours évolutifs, environnements exposés / internationaux.

**Levier RH activables**  
Parcours libérés (graduate programs, étapes, évolutions).  
Témoignages alumni orientés trajectoires.  
Positionnement sectoriel clair et valorisant.

Jobteaser | Edhec | 8

### Profil Ingénieur Le Bâtisseur de compétences

**1 L'apprentissage avant la rémunération**  
61% priorisent la montée en compétences.  
Logique d'investissement long terme.

**2 Un attachement plus fort au CDI**  
65% recherchent un CDI (seule la plus élevée).  
Le CDI est un cadre stable pour apprendre, pas une finalité statutaire.

**3 Un rapport plus fonctionnel à l'entreprise**  
Moindre sensibilité aux discours de valeurs.  
Focalisation sur : missions, projets, outils, environnement technique.  
Lecture de l'entreprise comme un système de production de compétences.

**4 Une tolérance moindre au flou**  
Attente forte de précision sur : périmètre du poste, contenu réel, méthodes / projets.

**Levier RH activables**  
Cas pratiques réels.  
Mise en avant des projets techniques.  
Échanges pair-à-pair avec futurs collègues.

Jobteaser | Edhec | 9