

Jeunes diplômés

Les nouvelles règles pour recruter en 2026



Jeunes générations : les ambitions ont changé

Les tensions sur le marché de l'emploi n'ont pas fait entrer les jeunes diplômés dans le rang et leur rapport à l'emploi continue de bousculer les repères établis. Autonomes, outillés, ambitieux, ils redessinent les contours du parcours candidat : multiplication des canaux, exigence de transparence, rejet croissant des discours trop lisses. En 2026, ils choisissent d'abord un secteur, pas une marque employeur, et ne croient qu'aux expériences réelles, loin des contenus corporate pourtant encore omniprésents.

Leur vision du travail reste étonnamment positive : 96% y voient un moteur d'épanouissement, un lieu d'utilité, de sens et de progression. Mais l'engagement n'exclut pas la mobilité : le premier poste ne dépasse plus 17 mois en moyenne, un rythme qui interroge les modèles RH traditionnels. Le CDI demeure majoritaire, mais n'est plus la norme attendue par tous — un signe parmi d'autres d'un marché plus fluide et plus fragmenté.

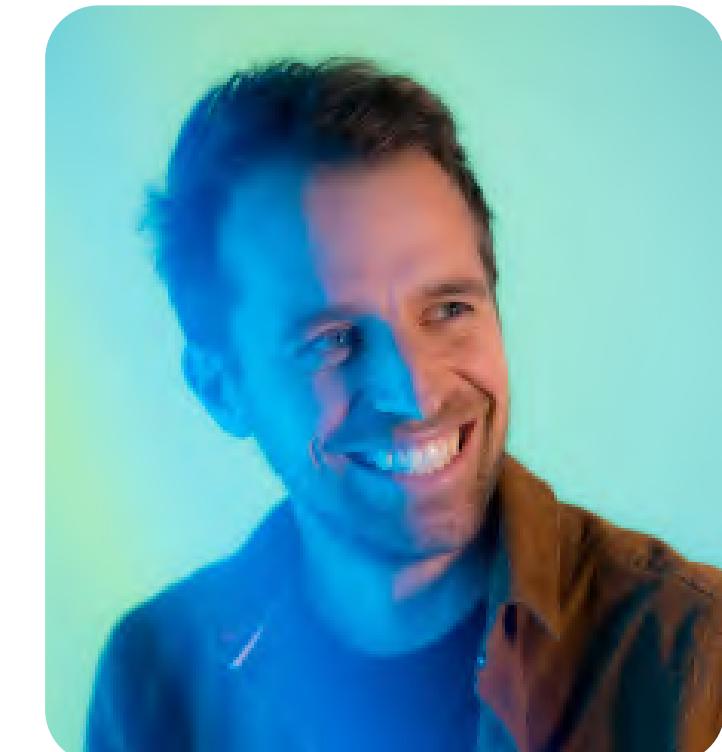
À ces mutations s'ajoute un nouvel acteur : l'IA. Déjà incontournable dans les candidatures, — 92% y ont recours — elle influence jusqu'aux choix d'orientation. Mais paradoxalement, les jeunes refusent un recrutement automatisé et défendent la place de l'humain dans l'évaluation.

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.

Bonne lecture,



Manuelle Malot,
Directrice NewGen
Talent Centre,
EDHEC Business School



Michaël Gajj,
Insight Manager,
JobTeaser

Méthodologie de l'étude

Pour la deuxième année consécutive, les experts du Gen Z Lab de JobTeaser et du NewGen Talent Centre de l'EDHEC croisent leurs analyses.

Notre objectif : déchiffrer les grandes évolutions des carrières des jeunes talents et mettre en lumière les tendances clés des stratégies de marque employeur.

En partenariat avec Kantar, leader mondial en étude de marché, l'enquête a été réalisée du 1^{er} août au 15 octobre 2025.

2 578

étudiants et jeunes diplômés âgés de 18 à 30 ans dont :

1 357
étudiants

1 221
jeunes diplômés

Parmi les profils :

865
profils
Universitaires

1 072
profils
Management

436
profils
Ingénieurs



Sommaire

Les 7 infos clés

5

Les profils par école

6



Chapitre 1

10

**Les nouvelles
règles du
parcours
candidat**

Chapitre 2

22

**Début de
carrière: ce
qui compte
vraiment**

En résumé

33

Les 7 infos clés

2026, l'ère des candidatures augmentées

 **92%**

des étudiants utilisent l'IA pour améliorer leur dossier de candidature.

Une mobilité toujours plus précoce

17 mois

La durée moyenne idéale pour un premier poste selon les étudiants.

-3 mois

vs 2024



Le CDI reste challengé par les candidats

 **41%**

des étudiants ne recherchent pas de CDI en 2026 (+1 pt vs 2024).

La rémunération est le critère N°1 d'attractivité

Un levier clé pour les profils managers et universitaires. Chez les ingénieurs, la montée en compétences prédomine.

Le secteur d'activité comme critère de choix N°1 des entreprises

Pour  **52%**

des étudiants et jeunes diplômés, le secteur d'activité constitue le critère de choix n°1 d'une entreprise.

Loin devant sa notoriété **(21%)**

2026, la fin des contenus corporate ?

 **18%**

seulement des étudiants jugent les vidéos et témoignages de l'entreprise crédibles pour se faire une opinion. Les témoignages des alumni et des salariés sont largement privilégiés.



Le recruteur au cœur de la relation candidat

Le manque d'affinité avec le recruteur est un facteur important d'abandon de candidatures (36%).

Plus de deux tiers des étudiants ne sont pas à l'aise avec un recrutement automatisé par l'IA (tris de cv, entretiens automatisés, scoring...).

Profils

Les profils par école



Profil Universitaire L'Explorateur pragmatique

1 Une phase d'exploration lucide

Moins bonne connaissance déclarée :

💡 **de ses forces et faiblesses**

💬 **des entretiens**

❤️ **de ce qu'il aime / n'aime pas**

Il ne manque pas d'envie, mais de repères pour se projeter.

Il attend de l'entreprise un rôle de tiers structurant.

2 Une recherche plus institutionnelle

Mobilisation du réseau plus limitée.

3 Une forte ouverture sectorielle

Capacité à se projeter dans des univers variés, sans enfermement précoce.

4 La rémunération comme repère rationnel

41 %

ne recherchent pas de CDI

Durée idéale du premier poste plus courte (≈ 13 mois)

Le premier job est une étape de construction, pas un engagement identitaire.

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 le sens, mais il n'est pas encore structurant dans leurs 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.

« *Mon premier job doit m'offrir cadre clair, sécurisant, qui m'aide à me construire sans me tromper.* »



💡 **Leviers RH activables**

Offres d'emploi pédagogiques : missions, compétences acquises

Promesses claires, concrètes, non sur-engageantes

Feedback explicite et structurant dès le process

Profil Management

Le Pilote de carrière

1 Le premier emploi comme accélérateur de carrière

 **58%**

considèrent le 1^{er} job comme un tremplin (vs 38 % universitaires)

Le poste est évalué pour sa valeur future, pas uniquement immédiate.

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 alumni* (82%)

 *aux labels, classements, réputation externe* (46%)

L'entreprise est perçue comme un label d'employabilité.

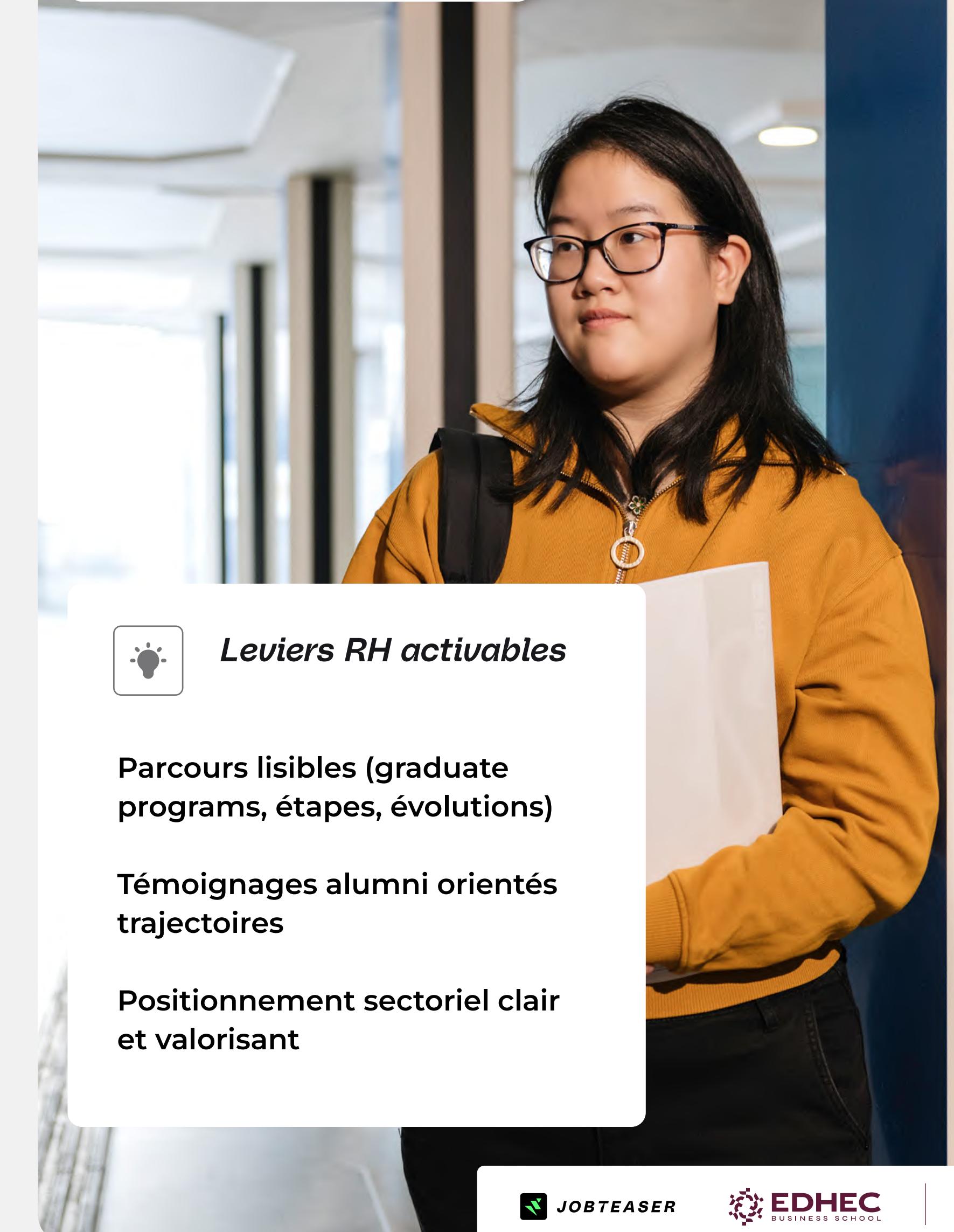
4 Une ouverture aux trajectoires mobiles

Appétence plus forte pour :

 *parcours évolutifs*

 *environnements exposés / internationaux*

« *Mon premier job doit maximiser mes options futures.* »



Leviers RH activables

Parcours lisibles (graduate programs, étapes, évolutions)

Témoignages alumni orientés trajectoires

Positionnement sectoriel clair et valorisant

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 (score le plus élevé)

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**



Leviers RH activables

Cas pratiques réels

Mise en avant des projets techniques

Échanges pair-à-pair avec futurs collègues

« *Mon premier job doit me faire progresser concrètement.* »

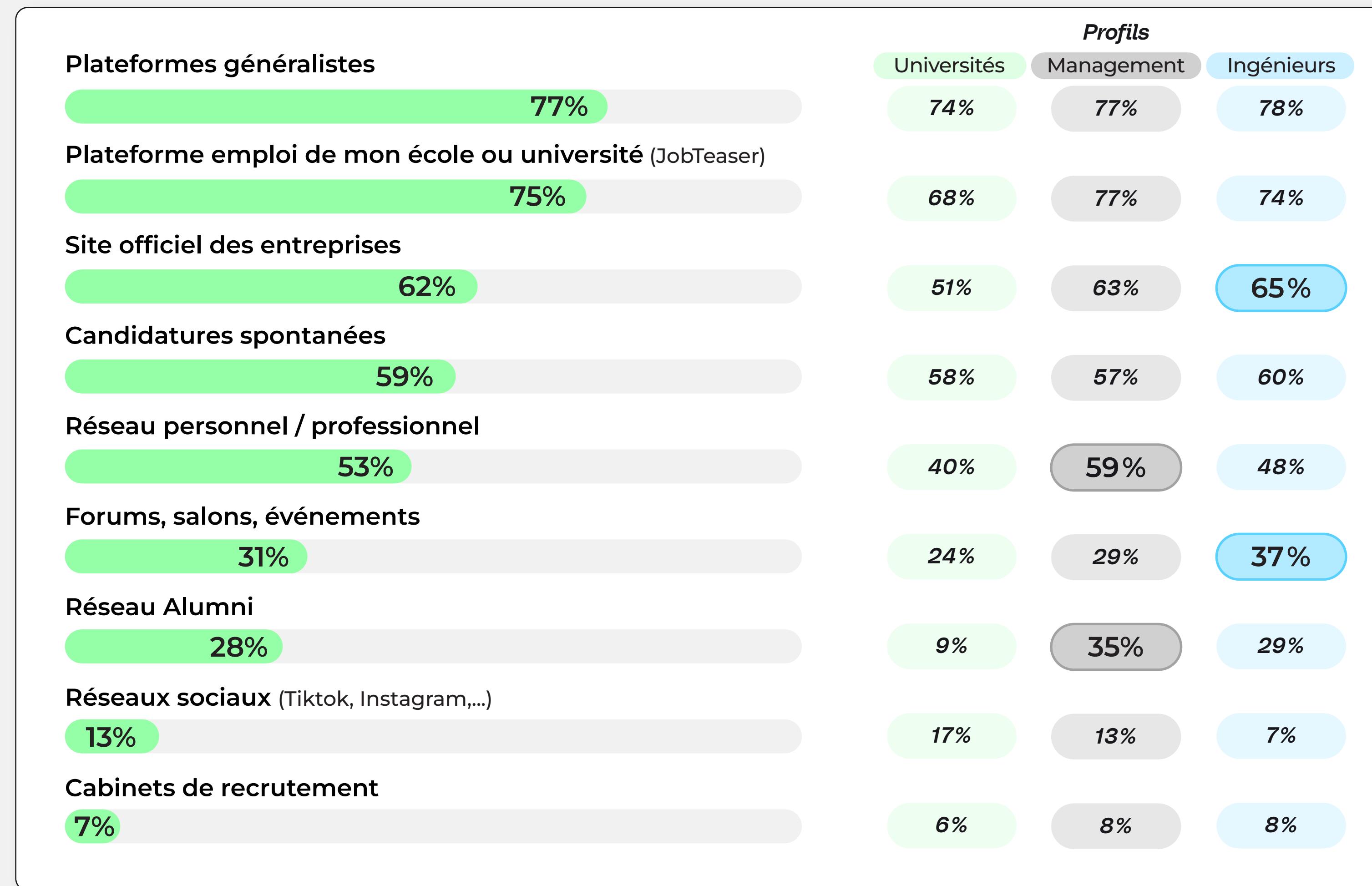


Les nouvelles règles du parcours candidat



Des candidats autonomes et proactifs dans leurs recherches

Canaux activés pour la recherche d'emploi (Étudiants)



Les candidats **multiplient les canaux de recherche, signe d'une forte autonomie.** Le réseau Alumni reste encore sous-exploité dans les universités.

Les ingénieurs sont particulièrement adeptes des **moments de rencontre.**

Les réseaux sociaux : utiles pour informer, divertir... pas pour recruter.

2026 : L'ère des candidatures augmentées

Usage des outils d'IA dans le cadre de candidatures

Améliorer son dossier de candidature

92%

Améliorer son CV

83%

Lister des questions clés à poser en entretien

83%

Obtenir des informations sur l'entreprise

82%

Rédiger des messages à destination de recruteurs

80%

S'entraîner à passer un entretien

71%

Réaliser une étude de cas

66%



Lors du recrutement...

Adaptez votre tri au « mass apply » via filtres intelligents, questions différenciantes ou le sourcing actif.

Valorisez davantage les soft skills ainsi que les compétences et projets extra-professionnels, devenus de plus en plus déterminants à mesure que les hard skills se commoditisaient.

Privilégiez les mises en situation en direct pour distinguer le travail « augmenté » de la compétence réelle.

Clarifiez dès l'entretien votre position sur l'usage de l'IA

(notamment avant le cas pratique) **afin de rassurer le candidat tout en posant clairement vos attentes :** usage autorisé, mais mesuré, pour évaluer à la fois sa maîtrise de l'outil et ses compétences propres.

Évaluez explicitement la capacité du candidat à utiliser l'IA comme une compétence professionnelle à part entière.

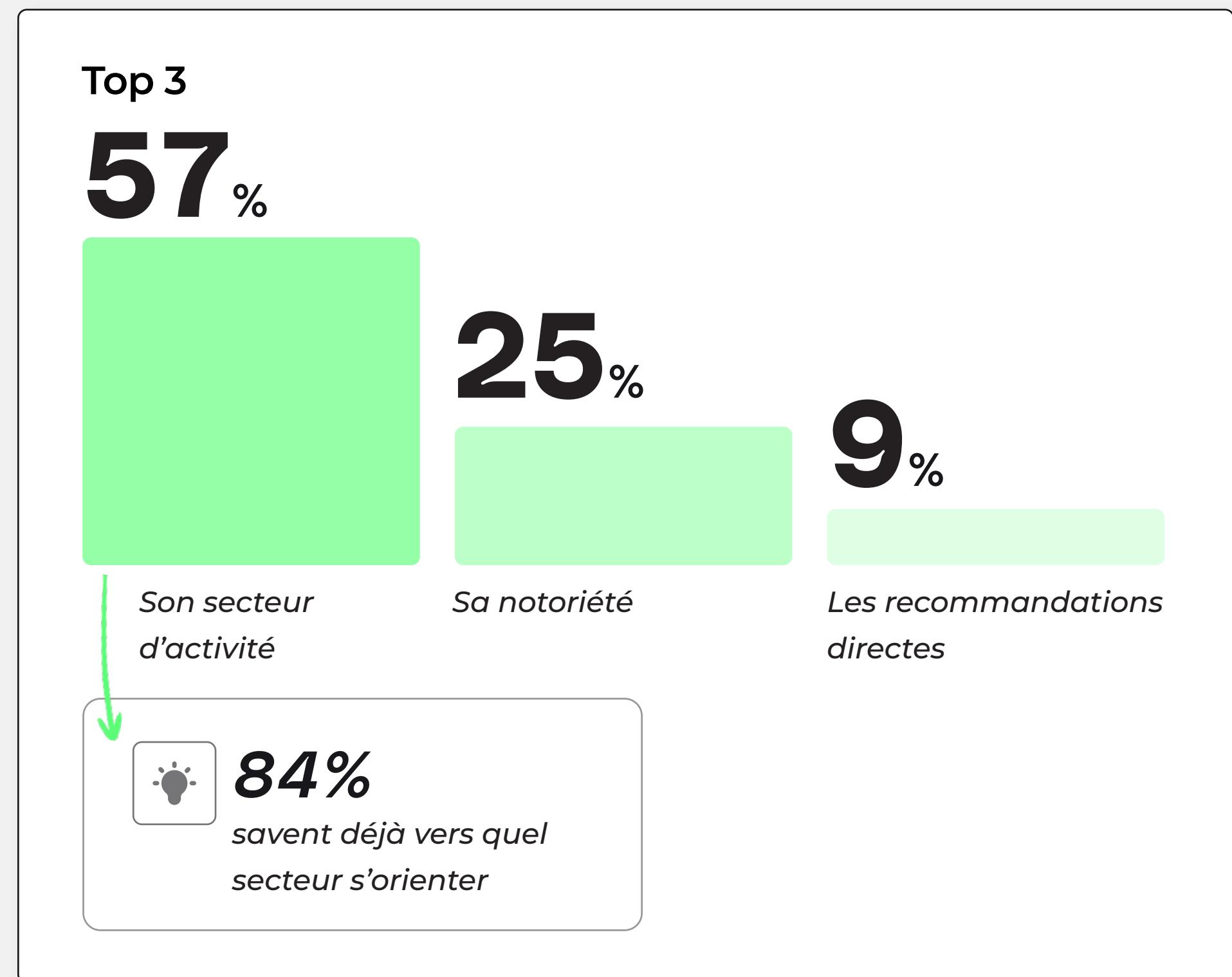
Repérez les signaux d'un usage excessif de l'IA (texte générique, oubli de personnalisation, incohérence écrit / oral).



Utilisez-vous des outils d'intelligence artificielle générative (CGP, Gemini...) pour préparer vos candidatures ?

Critères de choix des entreprises : le secteur comme clé d'entrée

Critères prépondérants pour le choix d'une entreprise



 **Valorisez la richesse des métiers et des opportunités d'évolution** pour bousculer les idées préconçues sur les secteurs.

« Chez L'Oréal, nous évoluons dans un univers encore très genré : nous attirons plus facilement des femmes que des hommes, ce qui nous pousse à renforcer nos actions auprès de publics qui ne nous identifient pas spontanément.

Mais au fond, ce n'est pas le secteur qui nous définit, c'est l'expérience collaborateur. Notre singularité tient à ce que nous proposons de vivre.

Il est donc essentiel d'aller plus loin dans la rencontre avec les jeunes diplômés pour garantir un véritable alignement entre leurs attentes et ce que l'entreprise propose. C'est tout le sens de notre dernière campagne "Life is too short for boring careers", qui invite à penser son choix de carrière au-delà du secteur, pour construire un parcours dynamique et porteur de sens. »



Kamel Medjabra
Head of Employer Branding
L'Oréal



Quels critères comptent le plus pour vous dans le choix d'une entreprise ou d'un poste ? (Étudiants)

Les secteurs qui séduisent : ajuster sa stratégie selon les profils

Top 10 des secteurs les plus attractifs

Universités

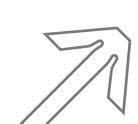
1	Banque, assurance	26%
2	Jeux vidéo, cinéma & musique	17%
3	Industrie	13%
4	Arts, spectacles & loisirs	13%
5	Comptabilité, audit & conseil	13%
6	Administration & services publics	13%
7	Informatique, programmation	13%
8	Commerce de gros & de détail	12%
9	Médias	11%
10	Technologies de l'information & télécommunications	11%

Management

1	Banque, assurance	54%
2	Comptabilité, audit & conseil	39%
3	Commerce de gros & de détail	17%
4	Habillement	12%
5	Technologies de l'information & télécommunications	11%
6	Industrie	11%
7	Publicité	11%
8	Automobile	11%
9	Jeux vidéo, cinéma & musique	10%
10	Industrie	10%

Ingénieurs

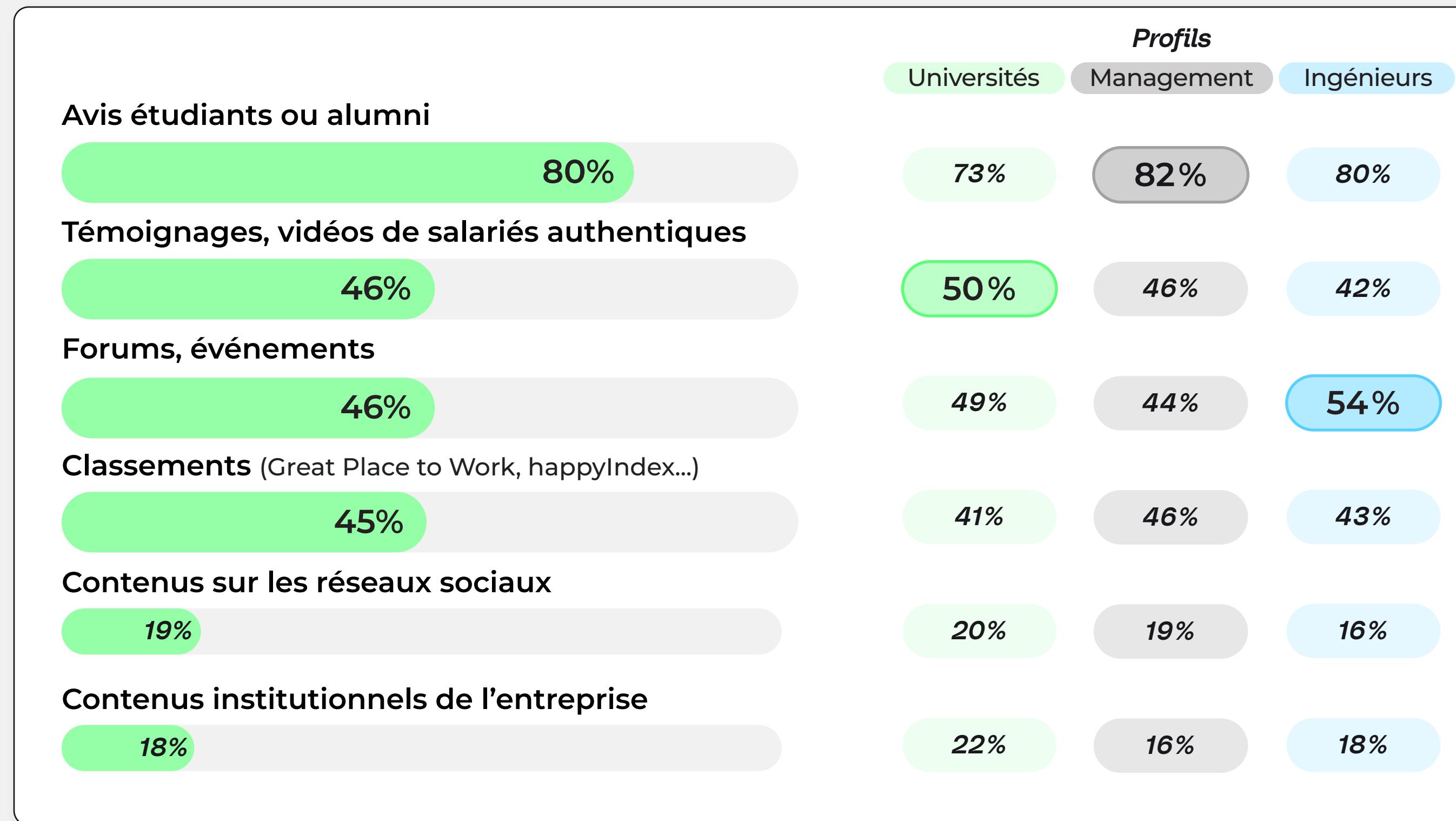
1	Industrie	36%
2	Informatique, programmation	35%
3	Technologies de l'information & télécommunications	31%
4	Energie	29%
5	Banque, assurance	20%
6	Transport	18%
7	Automobile	14%
8	Comptabilité, audit & conseil	12%
9	Industrie pharmaceutique	11%
10	Jeux vidéo, cinéma & musique	9%



Quels secteurs d'activité vous attirent le plus ?
(Étudiants)

En 2026, miser sur l'expérience réelle plutôt que le discours

Sources jugées crédibles dans le choix d'une entreprise



Quelles sources jugez-vous les plus crédibles pour vous faire une opinion sur une entreprise ? (Étudiants)

Fin des contenus corporate : Comment parler plus « vrai »

18%

seulement jugent crédibles
le contenu institutionnel de
l'entreprise pour se faire une
opinion.

22%

seulement jugent incitatif
la mention des valeurs de
l'entreprise dans une offre



« A l'heure des réseaux sociaux et du marketing RH, les discours lissés et les contenus institutionnels ne suffisent plus à convaincre. Exit les messages formatés, au profit de témoignages spontanés ou d'échanges directs avec les équipes !

L'expérience collaborateur devient le meilleur outil : ce ne sont plus les valeurs affichées qui attirent, mais la manière dont elles sont vécues concrètement au quotidien.

Le collaborateur devient l'ambassadeur de la marque employeur. »



Caroline Diard
Professeure-associée
TBS Education

Nos 4 conseils pour une vidéo réussie



Accrocher immédiatement

Les 3 premières secondes sont décisives : un collaborateur qui parle face caméra, sans posture corporate.

Une phrase d'accroche concrète, issue du vécu.

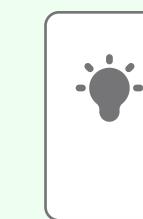


Mettre l'humain au centre du message

Aucune mise en scène artificielle : minimiser le motion design et le décor corporate.

Pas de script figé : une trame, que la personne s'approprie librement.

Parler comme à un ami proche : ton naturel, spontanéité, gestes, mouvement.

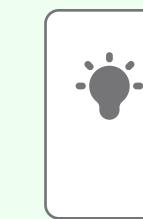


Privilégier le vécu au discours

Illustrer par des exemples concrets, des situations réelles, du quotidien

Éviter les messages généraux ou institutionnels : personnaliser au maximum.

Faire incarner les messages par des juniors ou jeunes collaborateurs.



Miser sur la simplicité technique

Pas de production lourde : un smartphone suffit, tournage à la main.

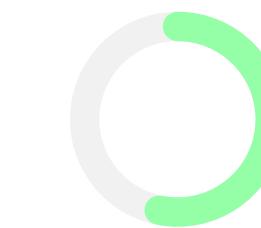
Vidéo courte : moins d'1 min 30.

Sous-titres indispensables : 80 à 90% des vidéos sur LinkedIn sont consommées sans le son.

Raccourcir les délais de recrutement pour renforcer son attractivité

22 jours

Durée maximale acceptable pour un processus de recrutement complet (= vs 2024)



52%

des candidats sont susceptibles d'abandonner un processus si celui-ci est trop long :
Facteur N°1 d'abandon



Les clés pour engager le candidat malgré un processus long

L'informer dès le début sur **toutes les étapes à venir et leur durée**.

Garder le lien tout au long avec des communications régulières sur l'avancée.

Être le plus réactif pour répondre aux questions : **idéalement moins de 24 heures**.



Pour vous, à partir de combien de jours un processus de recrutement devient trop long ?



«Le plafond des 22 jours n'est pas une simple statistique, c'est le reflet d'une mutation profonde des attentes. Aujourd'hui, la lenteur d'un processus de recrutement s'explique généralement par deux facteurs solvables : l'obsolescence des outils ou un manque d'alignement et de formation entre les recruteurs et les hiring managers.

Un processus lent est un signal d'alarme pour la marque employeur. C'est particulièrement critique sur les métiers en tension où le turnover est fort.

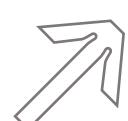
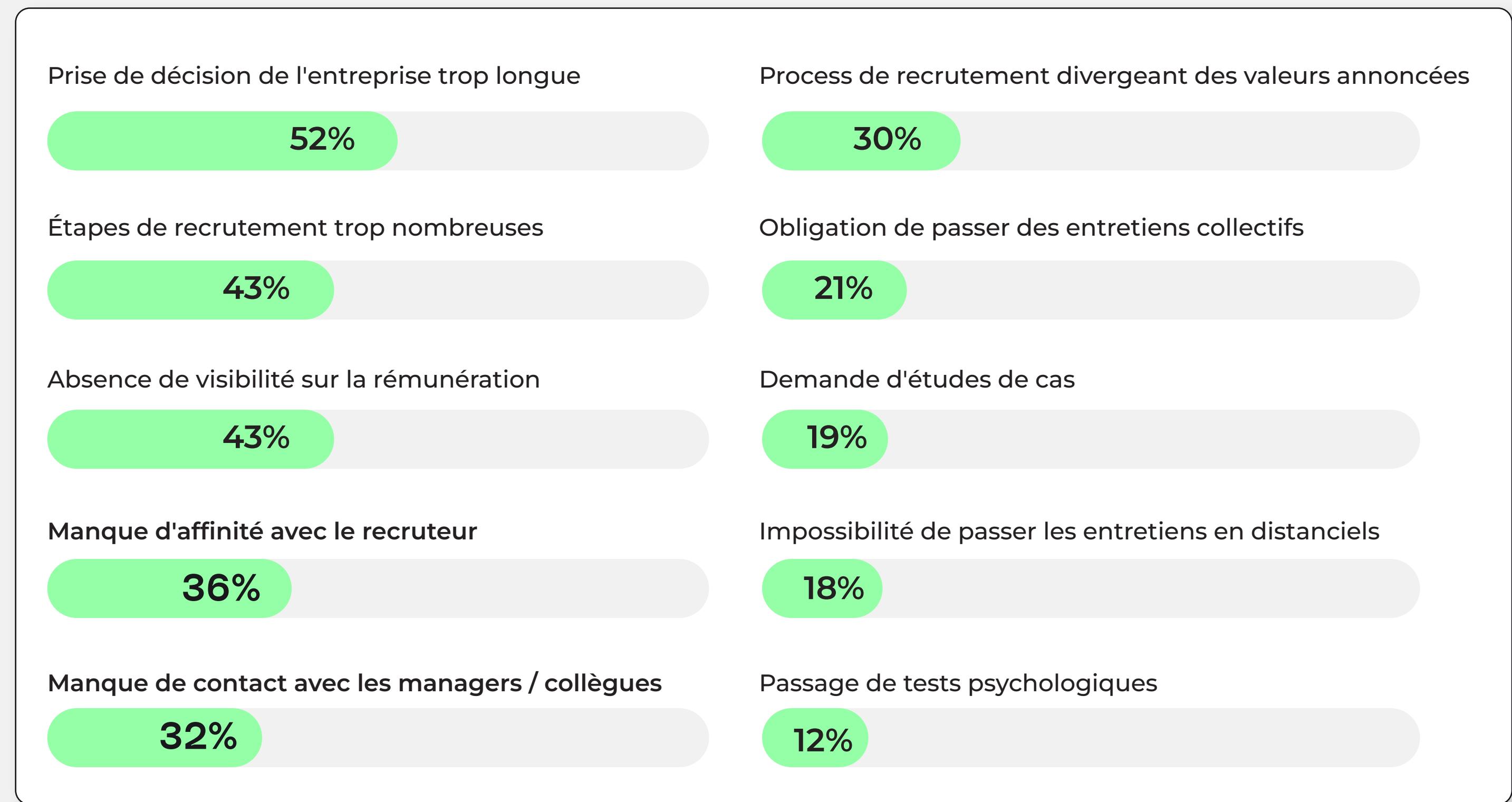
En 2026, la vitesse n'est plus un luxe, c'est la preuve d'une organisation agile et respectueuse du temps de ses futurs talents. »



Léo Bernard
Cofondateur & formateur
Blendy

Le recruteur au cœur de la relation candidat

Critères justifiant l'arrêt d'un processus de candidature



Quelles caractéristiques d'un processus de recrutement sont susceptibles de vous inciter à mettre un terme à certaines candidatures avant d'avoir la décision finale ? Seriez-vous à l'aise avec un processus de recrutement automatisé par l'IA (tri de CV, entretien automatisé, scoring...) ?

 **67 %**

des candidats en début de carrière **ne sont pas à l'aise avec un recrutement automatisé par l'IA** (tris de cv, entretiens automatisés, scoring...)

« En matière de recrutement, selon les IA utilisées, certaines candidatures, pourtant intéressantes, peuvent être mises de côté. Il en ressort une déshumanisation du processus de recrutement sur les premières étapes. Bien utilisée, elle permet en revanche de déceler ce qu'un recruteur n'aurait pas perçu. Nous devons nous adapter mais pour l'heure, c'est bien un humain qui signera les contrats ! L'IA ne fait qu'opérer le premier filtre. »

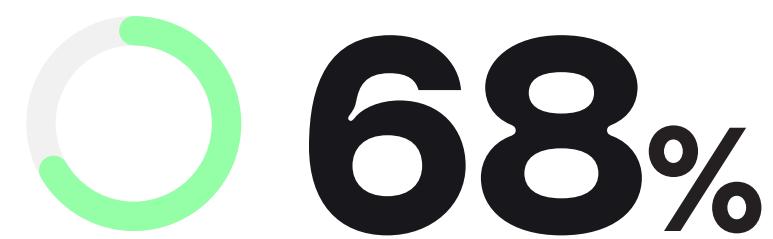


Olivier Bouteille
People & Culture Manager
Ikea

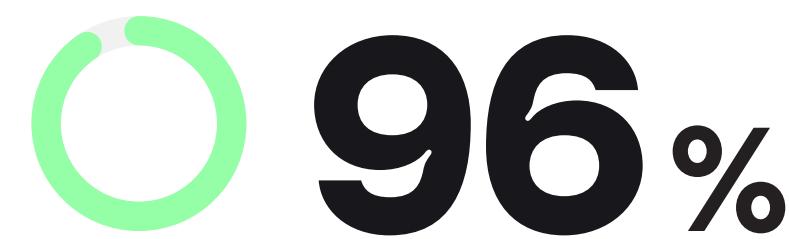
Sourcing actif : Les nouvelles approches pour capter les profils adéquats



des étudiants ont déjà été sollicités par des recruteurs



répondent régulièrement aux sollicitations



apprécient ces sollicitations

Je réponds systématiquement

35%

Je réponds souvent

33%

Je réponds rarement

25%

Je ne réponds jamais

8%



Vous arrive-t-il d'être sollicité par les demandes ou messages spontanés de recruteurs ?

Quand vous recevez une sollicitation spontanée d'un recruteur (par mail, LinkedIn, etc.), comment réagissez-vous en général ? Comment percevez-vous les sollicitations spontanées de recruteurs? (Etudiants)

Début de carrière : Ce qui compte vraiment



L'IA comme nouvelle boussole

Des jeunes diplômés qui font confiance à l'IA :



48%

font confiance à l'IA pour leurs **choix d'études**



45%

font confiance à l'IA pour leurs **choix de métiers**



À quel point faites-vous confiance à l'IA pour vous conseiller dans vos choix d'orientation académique ou professionnelle ?



L'IA fait partie intégrante de la vie quotidienne de la nouvelle génération : 74% l'utilisent parmi les 18-24 ans vs 35% parmi les 45-59 ans*.

Leur **niveau de confiance est très élevé**, notamment pour des **choix de vie structurants**.

« La confiance accordée à l'IA traduit une évolution majeure.

Mais attention aux limites de l'exercice. L'IA n'est ni infaillible, ni neutre : elle repose sur des données passées et des modèles imparfaits. Oui pour l'utiliser en première instance, pour débroussailler un sujet, explorer des pistes. Mais ce n'est qu'un point de départ qui gagne à être complété par des échanges avec des pairs, des professionnels et des retours d'expérience concrets.

L'IA comme copilote, oui. Comme pilote, non. »

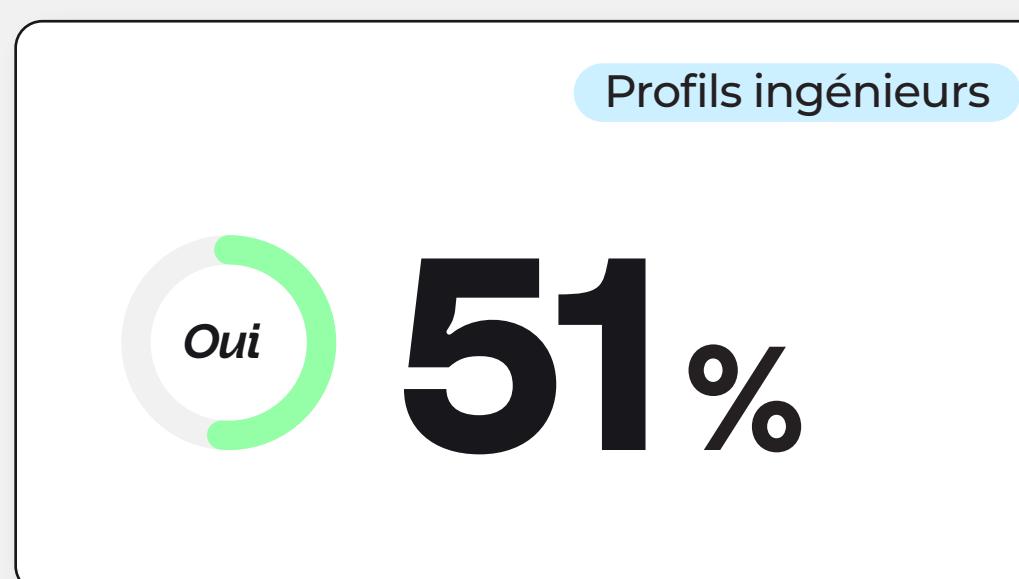
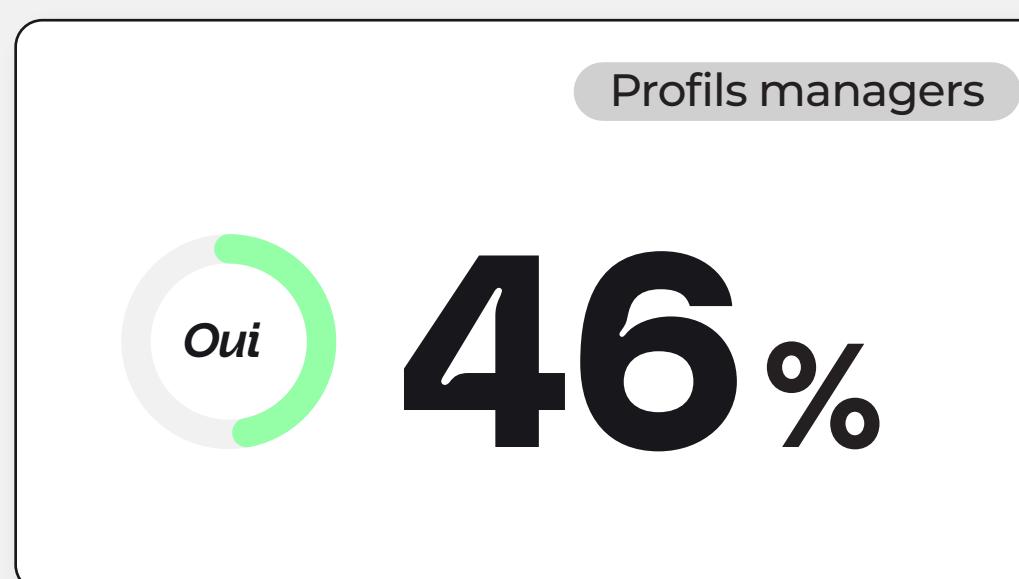
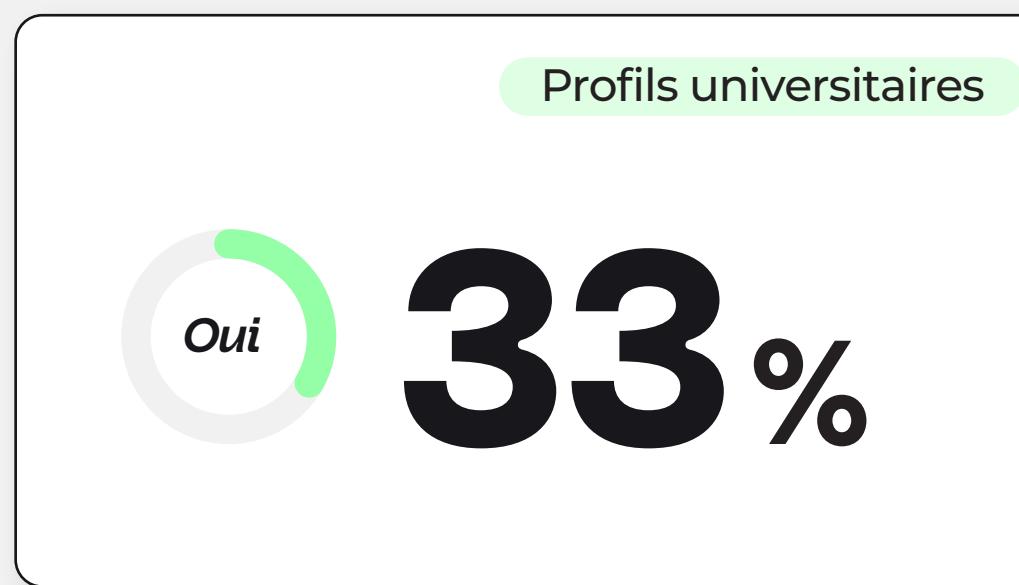
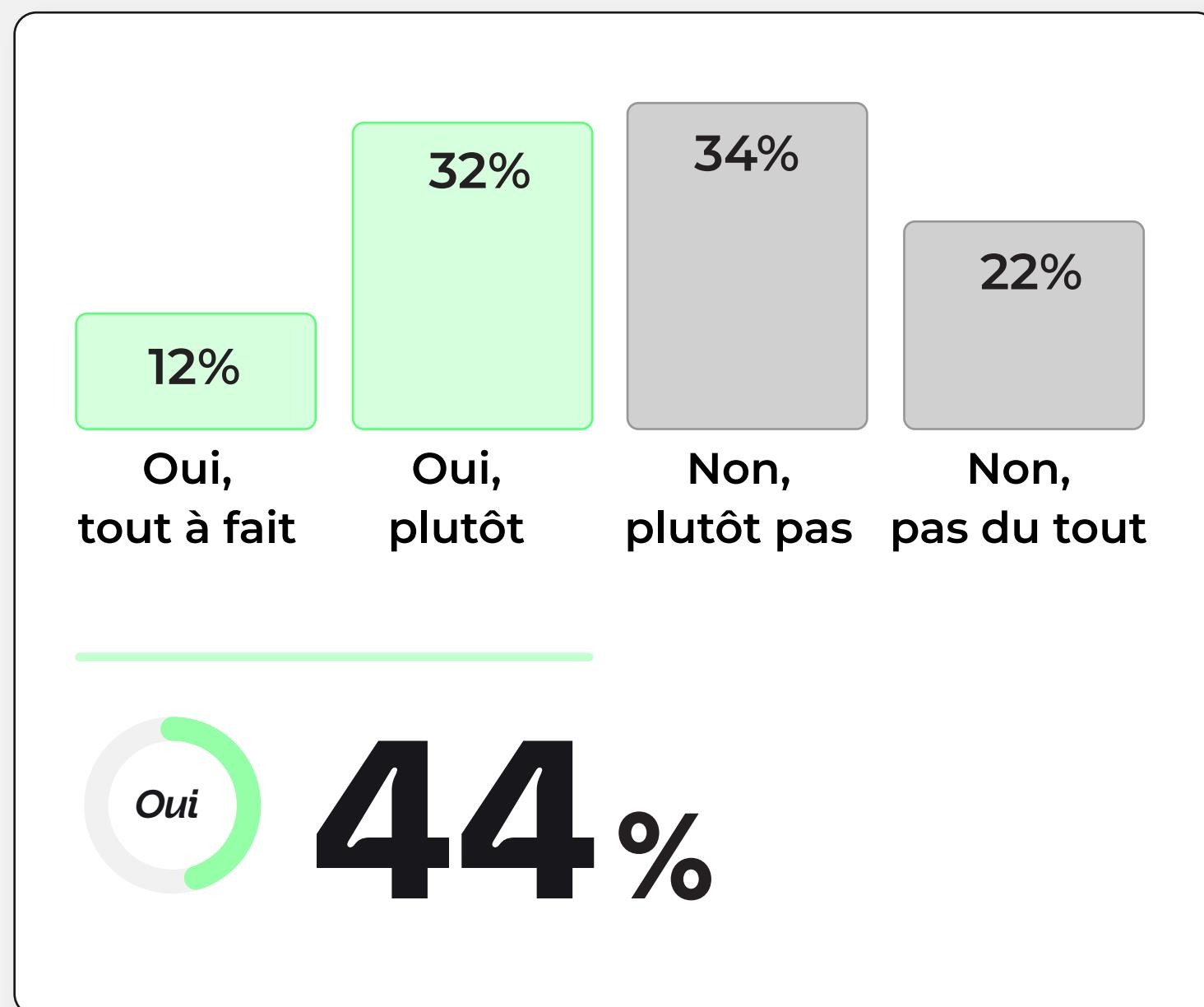


Marie-Sophie Zambeaux
Fondatrice
ReThink RH

*Source : Ipsos 2025, L'usage de l'intelligence artificielle par les Français

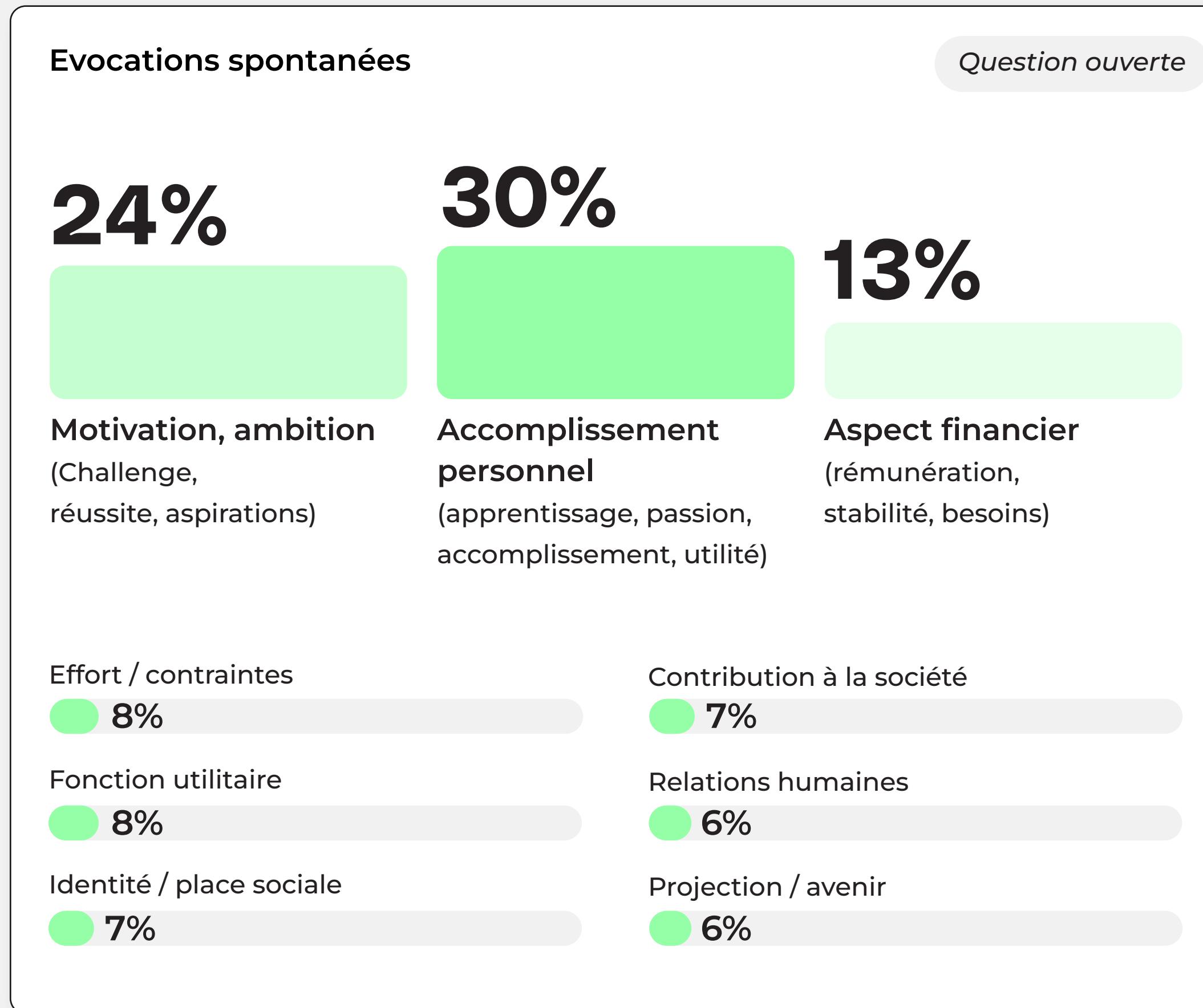
Usage de l'IA : un besoin accru de formations

« J'ai été suffisamment formé à l'utilisation de l'IA lors de mon cursus. »



Le travail : des représentations riches et positives

Que représente pour vous le travail ?



« Pour moi, le travail, c'est d'abord une façon de me sentir utile. J'ai besoin de savoir pourquoi je fais les choses, à quoi elles servent et comment elles peuvent aider ou améliorer quelque chose. »

« C'est une source d'identité, de réalisation personnelle, d'échange social et d'utilité collective. »

« Gagner de l'argent, avoir un avenir, se préparer pour des futurs projets professionnels. »

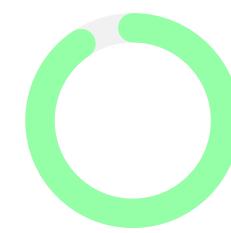
« Un moyen d'épanouissement, faire sa passion avec fierté »

« C'est un moyen de se réaliser, de contribuer à la société, de développer des compétences et d'avoir un impact concret. »



Que représente pour vous le travail ?

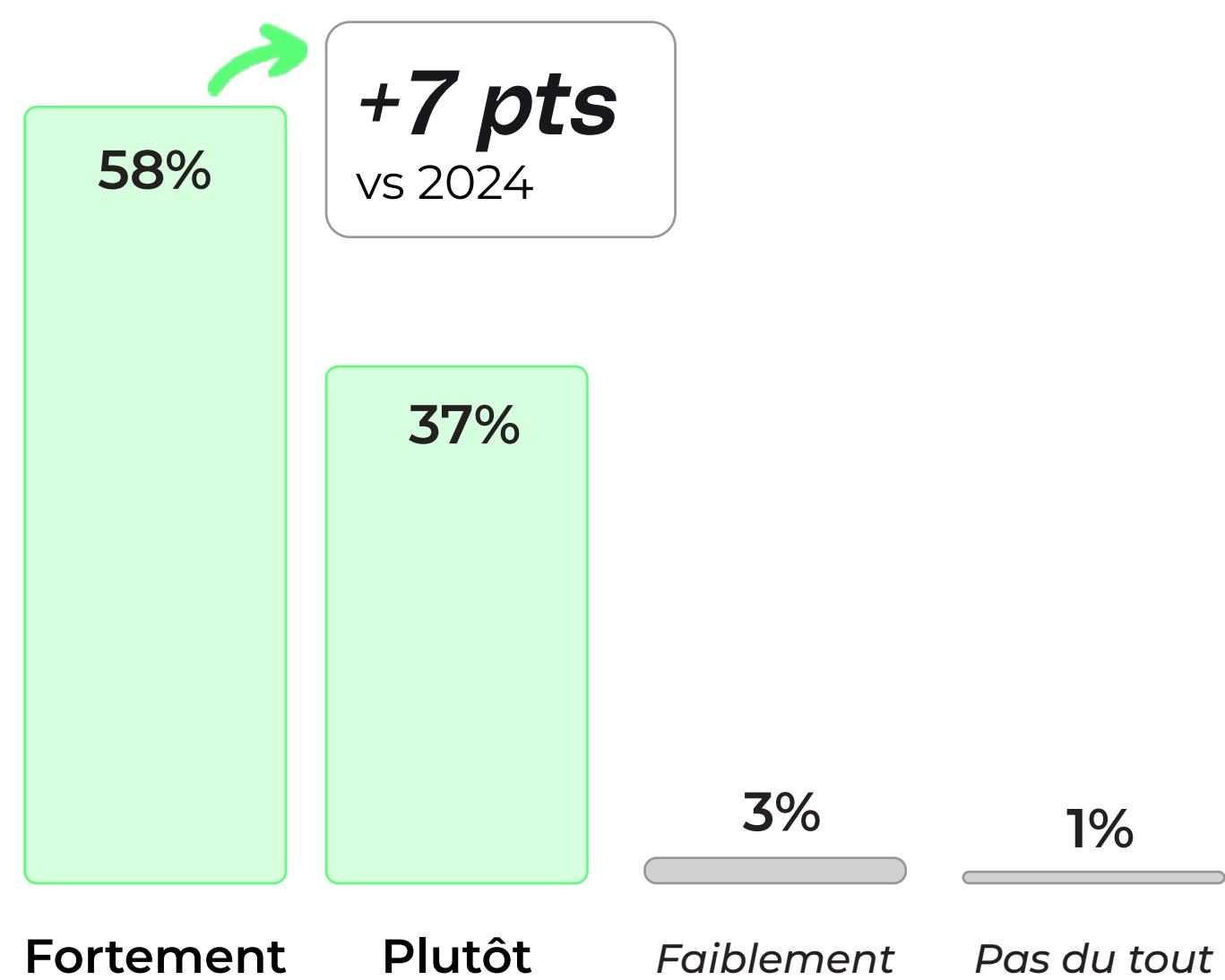
Le travail, un pilier de l'épanouissement personnel des étudiants

 **96%**

des étudiants considèrent le travail comme un facteur d'épanouissement personnel.



Contribution du travail à l'épanouissement personnel



Alors même que le marché de l'emploi se tend, **leur motivation reste intacte, voire se renforce.**



Dans quelle mesure pensez-vous que votre travail actuel ou futur contribuera à votre épanouissement personnel ? (Etudiants)

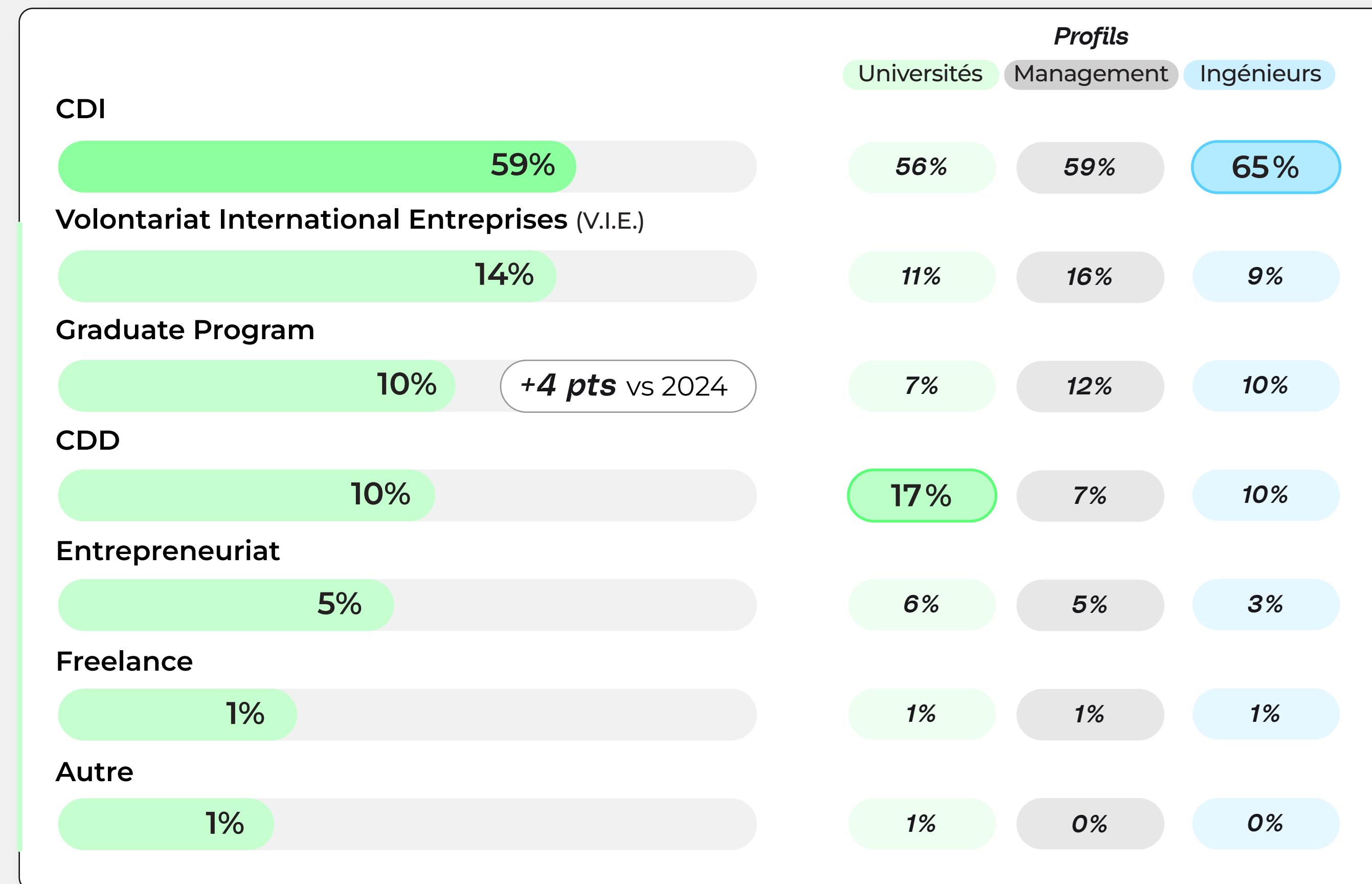
En 2026, le CDI, toujours pas une quête absolue

Contrat principalement envisagé après les études

 **41 %**

des étudiants ne recherchent pas de CDI

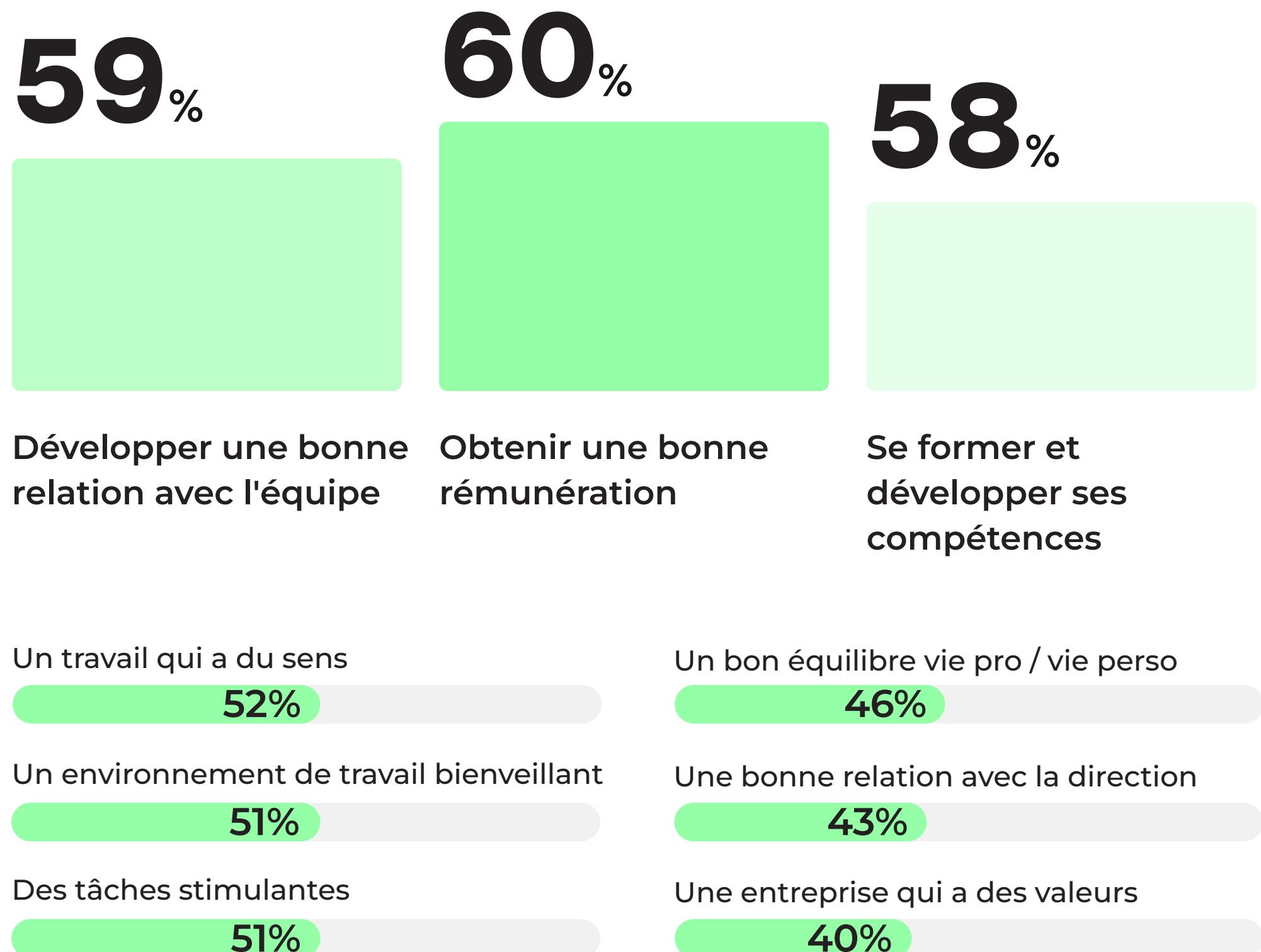
+1 pt vs 2024



À la suite de vos études, quel type de contrat professionnel vous semble le plus intéressant pour votre premier emploi ? (Étudiants)

Rémunération, relationnel et montée en compétences : les clés des aspirations en 2026

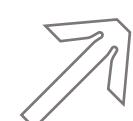
Attentes principales pour un premier emploi



« Les résultats montrent une Gen Z plus pragmatique qu'on ne le dit parfois. Pour nous, employeurs, l'enjeu n'est donc pas de choisir entre sens, ambiance et salaire, mais de proposer une expérience d'entrée dans l'emploi cohérente, lisible et crédible sur ces trois dimensions. »



Jérôme Friteau
DRH
Assurance Retraite



Qu'attendez-vous de votre futur emploi ? (Étudiants)

La rémunération, critère N°1 pour les profils universitaires et management

Top 5 des attentes par profils

Universités

1	Une bonne rémunération	62%
2	Un environnement de travail bienveillant	61%
3	Une bonne relation avec l'équipe et les collègues	57%
4	La possibilité de me former et de développer mes compétences	57%
5	Un travail qui a du sens	55%

Management

1	Une bonne rémunération	62%
2	Une bonne relation avec l'équipe et les collègues	58%
3	La possibilité de me former et de développer mes compétences	57%
4	Des tâches qui me mettent au défi, qui me stimulent	54%
5	Un travail qui a du sens	50%

Ingénieurs

1	La possibilité de me former et de développer mes compétences	61%
2	Une bonne relation avec l'équipe et les collègues	58%
3	Un bon équilibre entre vie professionnelle et vie privée	55%
4	Une bonne rémunération	54%
5	Un travail qui a du sens	54%



Qu'attendez-vous de votre futur emploi ? (Étudiants)

Anticiper la mobilité précoce des jeunes talents pour mieux les retenir

17 mois

Durée moyenne idéale pour un premier poste

-3 mois
vs 2024



La carrière n'est plus linéaire mais de plus en plus perçue comme une succession de missions

Le premier job est structurant en termes de compétences mais n'est pas engageant sur le long terme

Les entreprises doivent démontrer leur capacité à former : elles "finalisent" les jeunes pros.

« Le premier poste est avant tout une phase d'apprentissage intense, où l'enjeu principal est de développer des compétences clés, transférables et actionnables.

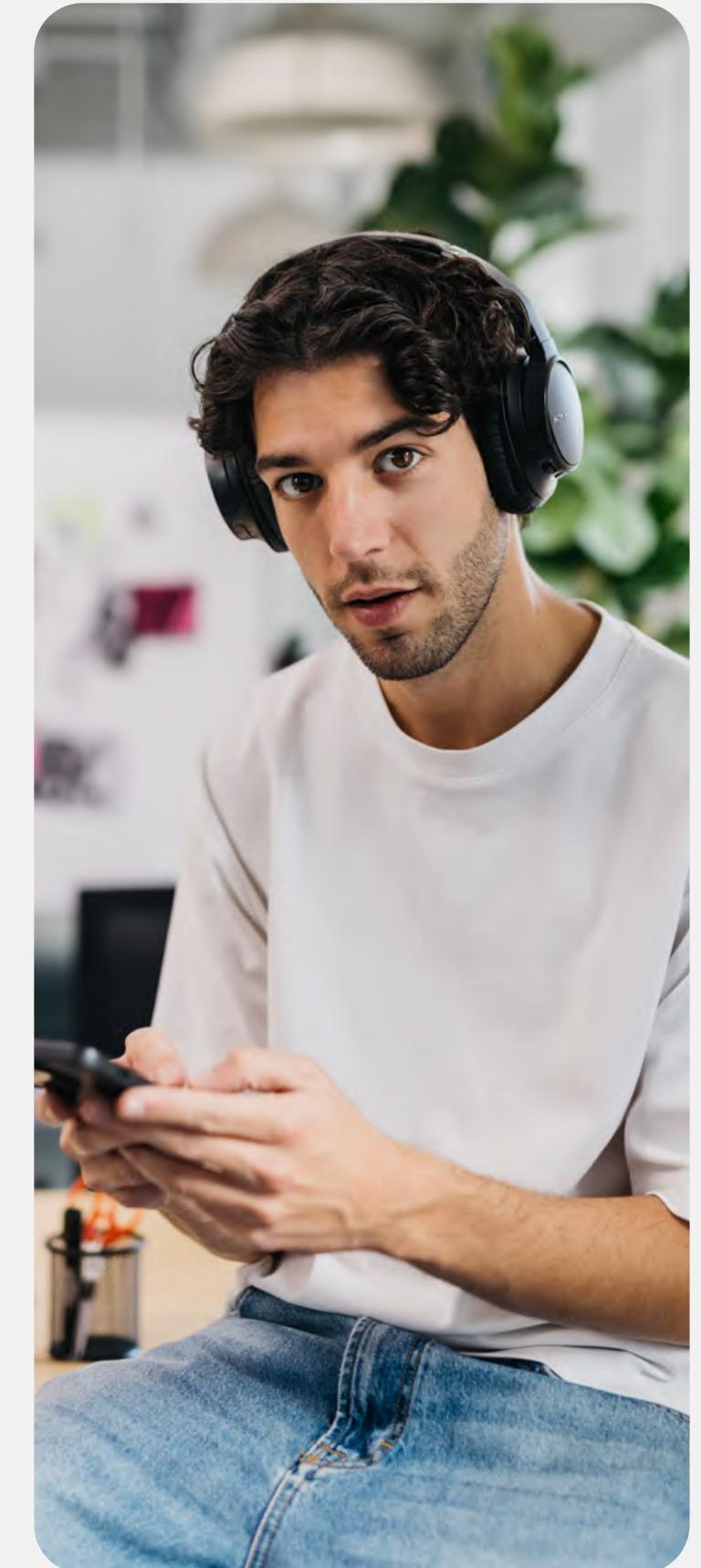
Dans ce contexte, une durée plus courte sur un premier poste est plutôt l'indicateur d'une relation plus mature au travail. L'essentiel n'est pas combien de temps un jeune diplômé reste, mais ce qu'il apprend, ce qu'il délivre et les compétences qu'il emporte avec lui pour la suite de son parcours. »



Jeremy Tene
Lead People Operations
OpenClassrooms

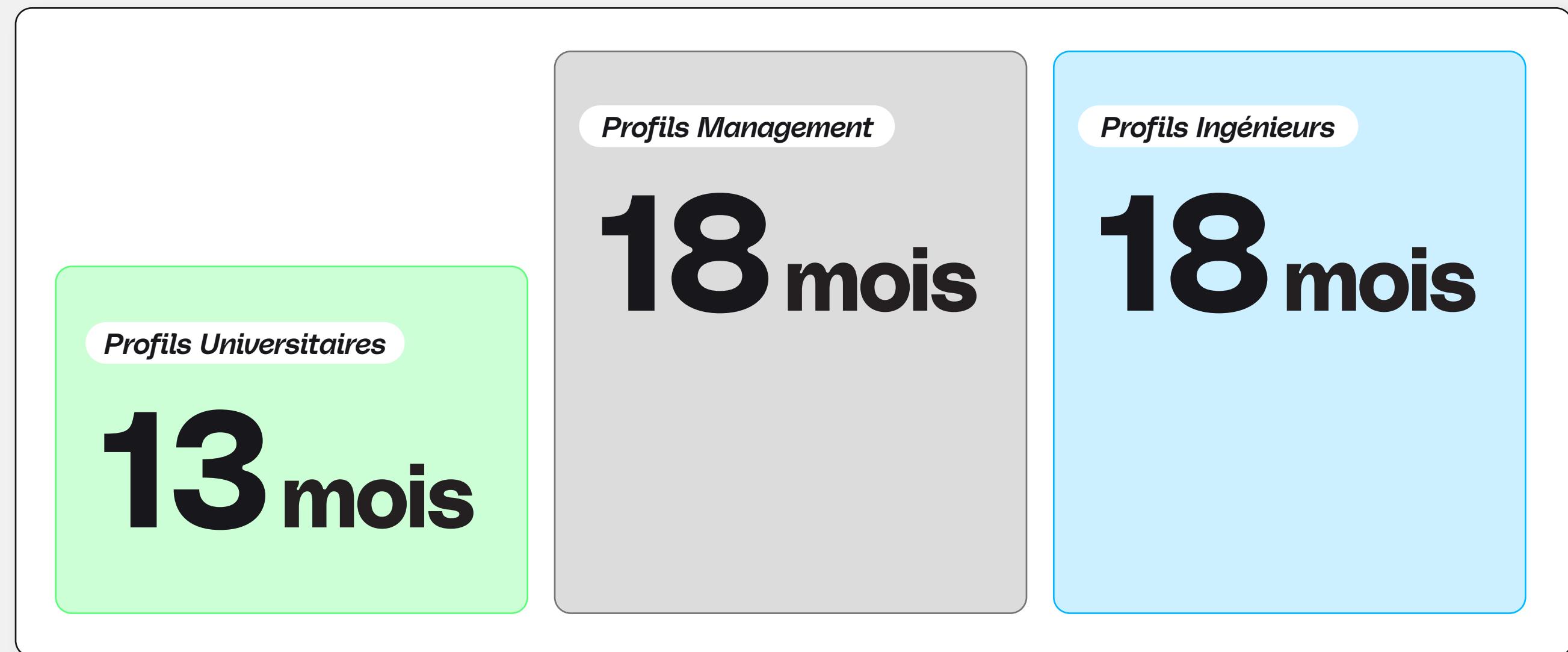


Quelle est selon vous la durée idéale pour un premier poste, en nombre de mois ? (Etudiants)



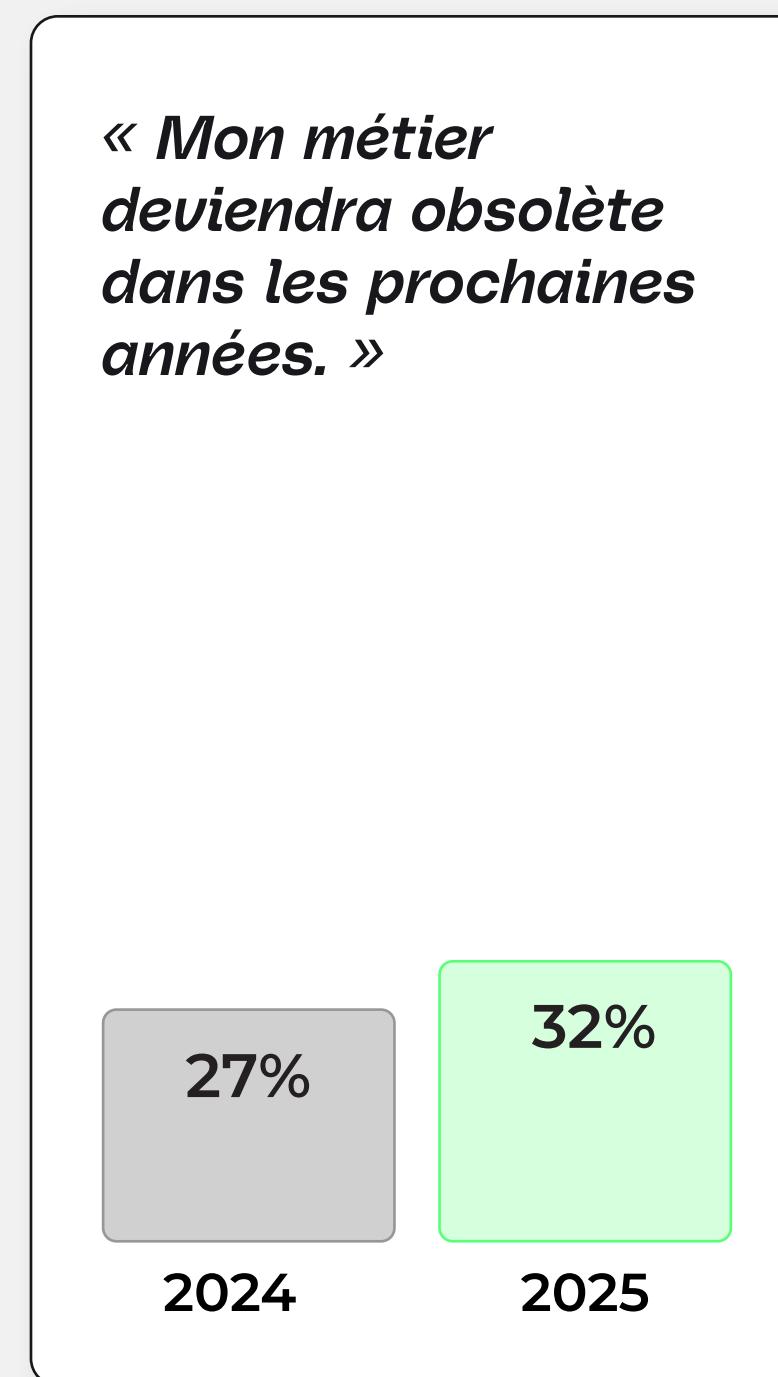
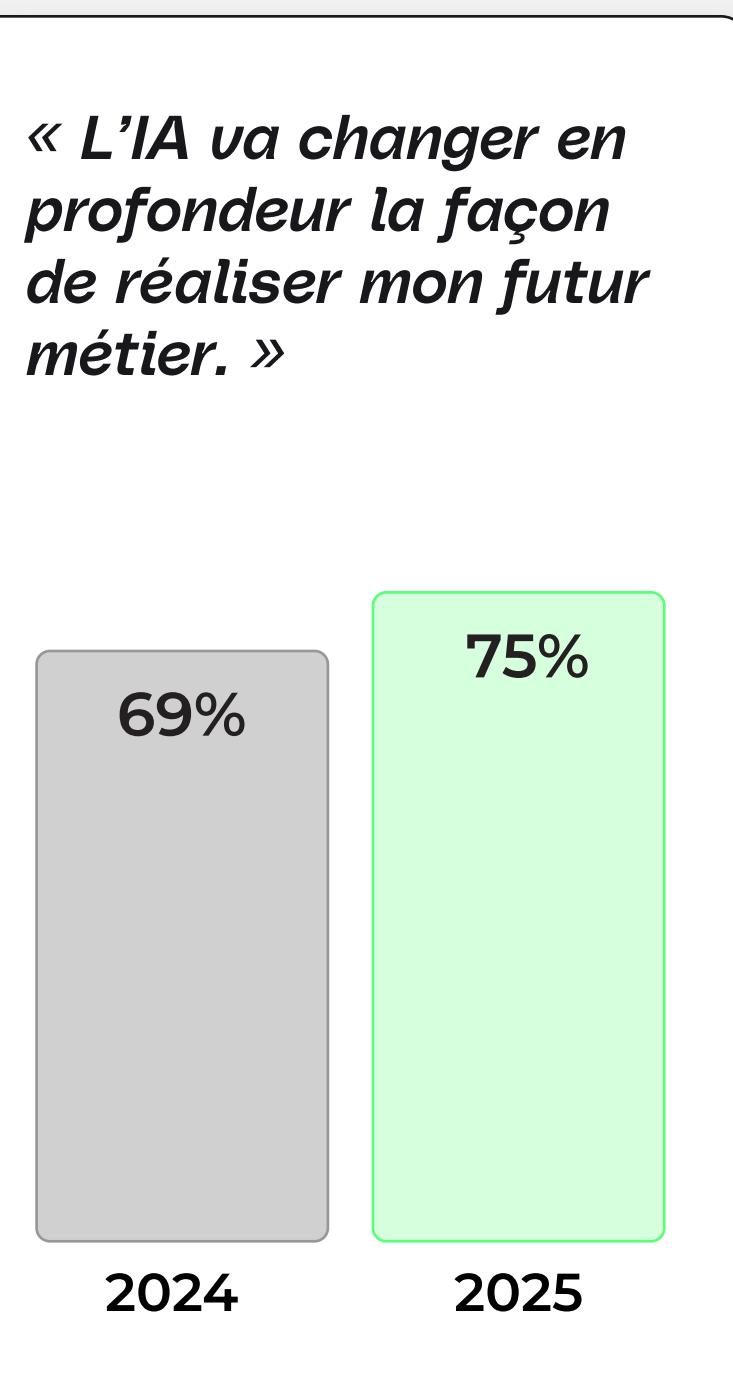
Une mobilité plus rapide encore pour les profils universitaires

Durée moyenne idéale pour un premier poste



IA & carrière : Accompagner et anticiper les nouveaux besoins de compétences

Impact de l'IA sur les métiers



« L'IA est perçue comme un facteur de recomposition du travail, pas comme une disparition pure et simple des rôles. C'est sur ce point que les entreprises ont un rôle à jouer, en montrant concrètement comment les métiers évoluent, comment l'IA s'intègre aux pratiques, et comment elles accompagnent les trajectoires professionnelles dans la durée. »



Jeremy Lamri
CEO
Tomorrow Theory

↗ Pensez-vous que l'IA va changer en profondeur la façon de réaliser votre futur métier ? Pensez-vous que votre futur métier puisse devenir obsolète dans les prochaines années ? (Etudiants)

En résumé

Le renouveau de la marque employeur

Les candidats **multiplient les canaux de recherche**, combinant plateformes généralistes, démarches directes et réseaux professionnels, signe d'une autonomie forte.

Critères de choix des entreprises : **le secteur d'activité s'impose comme véritable clé d'entrée des candidats (57%)**, loin devant la notoriété ou les recommandations.

L'authenticité s'impose comme le critère clé : avis alumni, expériences réelles, et témoignages authentiques surpassent les contenus corporate jugés peu crédibles.

Début de carrière : Des jeunes diplômés engagés, ambitieux et mobiles

Le travail reste un puissant moteur d'épanouissement (96%). Malgré un marché plus difficile : les jeunes associent le travail avec utilité, sens et accomplissement personnel.

La rémunération est l'attente n°1 pour un premier poste. Les priorités évoluent selon les profils : rémunération pour universitaires et managers, progression et développement des compétences pour les ingénieurs.

La mobilité est plus rapide que jamais. **17 mois pour un premier poste** : les entreprises doivent renforcer la montée en compétences et proposer des trajectoires évolutives pour retenir les jeunes talents.

Candidatures, recrutement et carrière : l'IA s'impose

L'intelligence artificielle est massivement utilisée pour préparer les candidatures (92%), s'orienter et anticiper l'évolution des métiers. Elle transforme en profondeur les pratiques de recrutement.

Cette généralisation impose aux recruteurs **d'adapter leurs méthodes d'évaluation**, en distinguant la compétence réelle de la production « augmentée » par l'IA.

Le recrutement doit rester profondément humain. Malgré un usage massif de l'IA par les candidats en amont : la relation et proximité recruteur reste déterminante une fois en entretien.

Accompagner et anticiper les nouveaux besoins de compétences est clé alors qu'un tiers des étudiants craignent pour l'obsolescence à court terme de leur métier.



Nos jeunes diplômés ont du talent.

Chez JobTeaser, on est convaincus que **la nouvelle génération est le futur des entreprises** et que les jeunes talents ont énormément à apporter au monde professionnel et à la société dans son ensemble.

Mais trouver sa voie, quand on est étudiant, c'est compliqué. Et, pour les entreprises, recruter les meilleurs jeunes talents qui correspondent à vos besoins, comprendre cette nouvelle génération, savoir où et comment lui parler, est aussi loin d'être évident.

C'est là qu'on intervient : JobTeaser, c'est **l'espace carrière de 800+ écoles et universités européennes**. Une plateforme directement intégrée aux Espaces Étudiants, entre leur emploi du temps et leurs notes, qui vous donne un accès privilégié aux meilleurs talents et vous permet de recruter les pépites qui seront l'avenir de votre entreprise — directement depuis l'école.

Pour en savoir plus, visitez :

corporate.jobteaser.com



L'observatoire qui décrypte les jeunes générations et leur rapport au travail.

Lancé en 2023, le Gen Z Lab analyse les tendances du marché, les aspirations et les comportements émergents des étudiants et jeunes diplômés.

Études, témoignages, tribunes, prospectives : des ressources pour aider **entreprises, étudiants et établissements d'enseignement supérieur** à mieux se comprendre et construire ensemble le futur du monde professionnel.

Pour en savoir plus, visitez :

[The GenZ Lab](#)

À propos de l'EDHEC Business School

Forte de 120 ans d'histoire, l'EDHEC est aujourd'hui une institution d'enseignement supérieur et de recherche indépendante reconnue en France et à l'international. L'école a développé un modèle original, fondé sur une recherche à impact, conçue pour éclairer et accompagner les entreprises, la société, et les étudiants face aux grands enjeux contemporains. L'EDHEC est ainsi à la fois un lieu d'excellence, d'innovation, d'expérience et de diversité, propre à impacter les générations futures dans un monde en profond bouleversement.

L'EDHEC se classe aujourd'hui dans le Top 10 européen des écoles de commerce, d'après le Financial Times

Plus d'informations sur le site de l'Ecole :

EDHEC Business School

À propos du NewGen Talent Centre

Créé en 2013, le NewGen Talent Centre est le centre d'expertise de l'EDHEC dédié aux aspirations professionnelles, aux comportements et aux compétences des nouvelles générations de diplômés.

Sa mission : analyser et anticiper l'évolution des attentes des jeunes vis-à-vis de leur vie professionnelle, afin d'aider les entreprises à mieux répondre à leurs défis d'attraction, de fidélisation et d'engagement des talents. Le centre bénéficie du soutien du groupe Forvis Mazars.

Plus d'informations sur :

EDHEC NewGen Talent Centre





JOBTEASER

