

Communiqué de presse
Paris - le 22 septembre 2026

Recherche d'emploi :

Les jeunes font du développement de leurs compétences une priorité

Interrogés lorsqu'ils naviguent sur un site carrière, les jeunes candidats placent le développement de leurs compétences et la progression professionnelle devant la rémunération parmi leurs principaux critères de choix et motivations. C'est l'un des enseignements d'une étude inédite menée par Radancy et le NewGen Talent Centre de l'EDHEC en 2025.

Une étude originale fondée sur des données recueillies en temps réel

L'étude s'appuie sur 89 702 visiteurs interrogés lors de leur navigation sur plus de 175 sites carrières opérés par Radancy, leader mondial des logiciels d'acquisition de talents. Il s'agit principalement de grandes entreprises internationales, localisées partout dans le monde mais majoritairement en Amérique du Nord (53 %), représentant une grande variété de secteurs d'activité (Finance, Manufacturing, Télécoms, Retail, Consulting etc.) Les questionnaires sont proposés en temps réel pendant la visite, lorsque les candidats sont engagés dans une démarche active de recherche d'emploi. Les données ont été analysées par le NewGen Talent Centre de l'EDHEC Business School, garantissant l'indépendance de l'analyse et la rigueur du protocole d'analyse. Pour cette première édition, l'étude est limitée aux réponses des profils en début de carrière dont un tiers sont étudiants en recherche d'un premier poste et deux tiers tout jeunes diplômés en recherche après une première expérience.

Continuer à apprendre pour développer son employabilité

Les résultats convergent vers un même constat : les jeunes accordent davantage d'importance aux perspectives de développement qu'aux éléments traditionnellement mis en avant par les entreprises sur leur site carrière.

Les 5 résultats clés de l'étude

89 702 visiteurs interrogés directement pendant leur consultation d'un site carrière ;

66 % citent l'opportunité d'apprendre et de se développer parmi leurs principales motivations au travail ;

39 % privilégient les personnes avec lesquelles ils vont travailler, devant l'entreprise et le poste ;

32 % visitent un site carrière dans une démarche exploratoire, sans poste précis en tête ;

36 % des candidats d'Asie & Océanie attendent plus de 10 % d'augmentation pour changer d'employeur, contre 18 % en Amérique du Nord et 19 % en Europe.

Ils recherchent en priorité des opportunités de progression et un travail intéressant, challengeant et porteur de sens. À l'inverse, la rémunération ou la praticité de l'emploi, bien qu'importants, n'apparaissent pas comme les premiers critères de choix au moment de choisir de candidater ou non.

Savoir ce qu'ils vont apprendre (66%), à quoi leurs missions vont servir (40%) et avec qui ils vont travailler (31%) nourrissent le plus leur motivation à travailler.

Le collectif compte parfois davantage que le poste : pour 39% des jeunes, travailler avec les bonnes personnes est plus important que le choix de la bonne entreprise (35%) ou du bon poste (26%). Si décrire un poste est facile, dépeindre une équipe et son ambiance demande plus d'investissement éditorial, mais peut permettre de se différencier.

Recherche ciblée ou démarche exploratoire : deux types de visiteurs sur les sites carrières

Deux tiers des jeunes visiteurs parcourent les sites carrière avec une intention de trouver une offre d'emploi qui leur correspond : 31% ont des postes spécifiques en tête et 37% recherchent des postes qui pourraient les intéresser. Les autres visiteurs (32%), moins visibles des entreprises, adoptent une posture de découverte de l'entreprise. Pour l'entreprise, il peut être judicieux de servir ces deux parcours en parallèle : proposer un accès rapide aux offres pour les deux tiers en recherche directe d'un poste et offrir un contenu davantage orienté vers les valeurs organisationnelles, l'environnement de travail et les équipes pour ceux dont l'objectif est plus exploratoire.

Lorsqu'il s'agit de l'attractivité d'une entreprise, les missions et la raison d'être constituent le premier facteur mentionné par les jeunes (31%) devant le potentiel de développement professionnel (29%), la culture d'entreprise (24%) et ses produits et/ou services (16%).

Des attentes hétérogènes selon les pays et les secteurs

Derrière ce socle commun se dessinent d'importantes disparités, à la fois géographiques et sectorielles. Sur le plan régional, la progression professionnelle constitue le premier critère de sélection d'une offre pour 44 % des candidats en Asie-Océanie et 42 % en Europe, contre seulement 25 % en Amérique du Nord. Les attentes salariales varient elles aussi : 36 % des candidats en Asie-Océanie attendent une hausse de plus de 10 % pour changer d'employeur, contre 18 % en Amérique du Nord et 19 % en Europe. À ces écarts régionaux s'ajoutent des différences selon les secteurs d'activité. Si la montée en compétences reste le principal moteur de motivation dans tous les secteurs, cité par 61 à 71 % des candidats, l'impact sur autrui occupe une place particulièrement importante dans le secteur de la santé, où il est mentionné par 64 % d'entre eux.

Un défi pour les entreprises et leur marque employeur

Ces résultats invitent les entreprises à ne pas limiter leurs sites carrières à la présentation des postes et de leurs avantages, mais à mieux faire ressortir les perspectives de développement des compétences, les équipes, la culture et l'impact des missions. L'objectif est de répondre aux questions des candidats : Que vais-je apprendre ? Avec qui vais-je travailler ? Quel impact pourrai-je avoir ? Comment vais-je évoluer ?

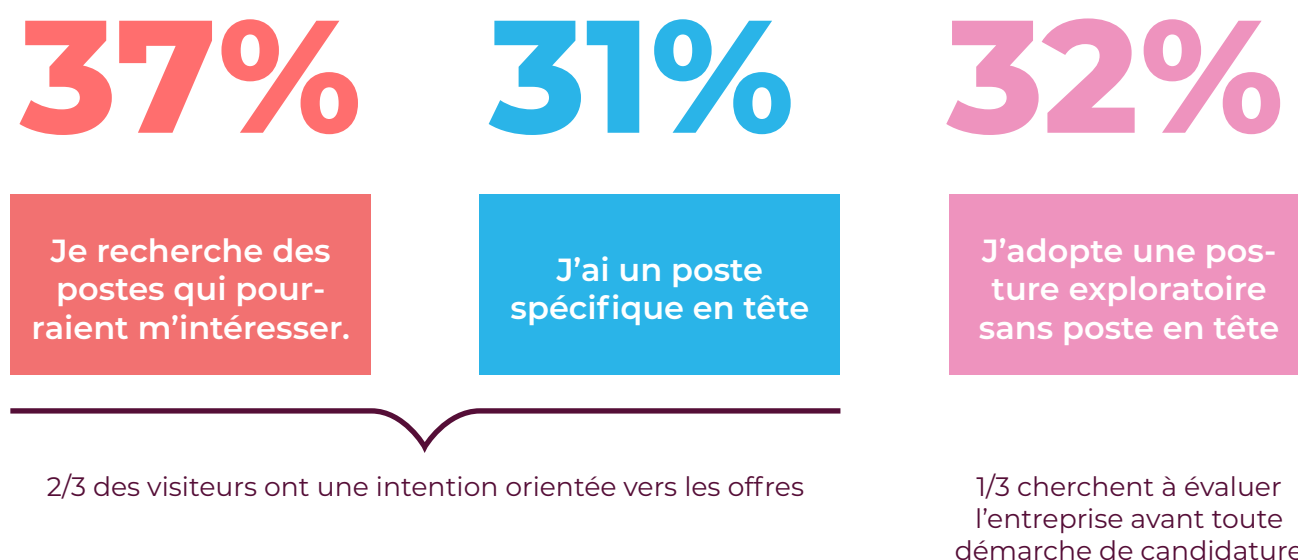
L'étude met ainsi en évidence un décalage entre les contenus proposés par les entreprises et les attentes exprimées par les candidats au moment où ils prennent leur décision. Réduire cet écart constitue un levier majeur pour renforcer l'attractivité et améliorer la conversion des visiteurs en candidats.

« L'intérêt et l'originalité de cette étude résident dans l'analyse, en temps réel, des réactions des candidats au moment où ils découvrent les entreprises et leurs opportunités. Les candidats interrogés se projettent d'abord à travers ce que l'emploi leur permettra d'apprendre, les possibilités d'évolution qu'il leur offrira et l'impact qu'ils pourront avoir au sein de l'entreprise. »

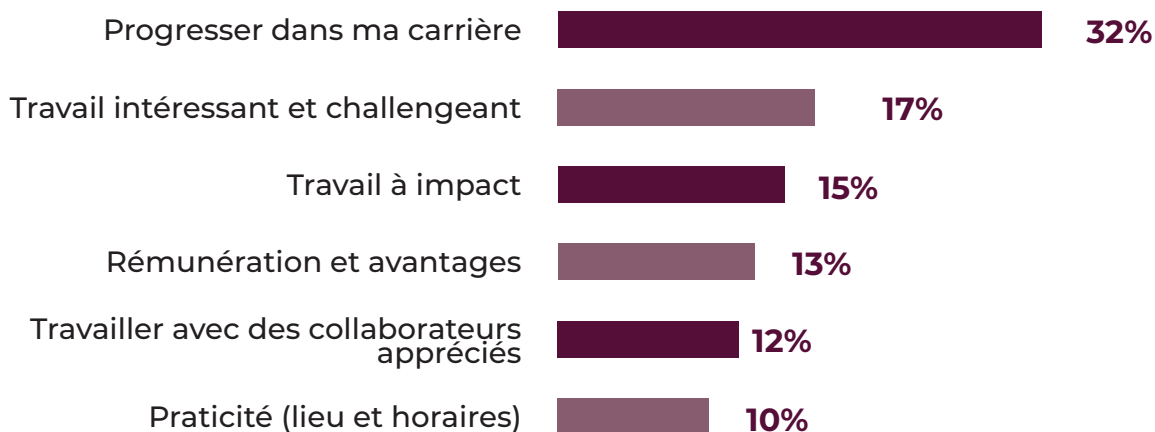
Geneviève Houriet Segard, Directrice de l'EDHEC NewGen Talent Centre.



Quelle est la raison principale de votre visite sur le site carrières ?



Laquelle des propositions suivantes correspond le mieux à ce que vous recherchez dans une opportunité ?



À PROPOS D'EDHEC 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.

Pour en savoir plus : [Newgen-talent-centre](#)

Contact Presse

Audrey Bouchard

audrey.bouchard@edhec.edu – 06 17 25 03 77

À PROPOS D'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'école :
[EDHEC Business School](#)

Les résultats de l'étude sont disponibles sur
le site de l'EDHEC NewGen Talent Centre :
CLIQUEZ-ICI