

À QUOI RÊVENT LES "PRÉPAS"* ?

COMMUNIQUÉ DE PRESSE . JUIN 2015



ILS SERONT SUR LE MARCHÉ DE L'EMPLOI DANS 5 ANS...

À QUOI RÊVENT LES PRÉPAS AUX GRANDES ÉCOLES DE MANAGEMENT ?

A quel type de carrière rêvent les étudiants de classes prépas avant même d'être influencés par les entreprises et les écoles dont ils seront diplômés ? Quels fonctions, secteurs, entreprises, pays les attirent ? Quel sens donnent-ils au travail et quelle image ont-ils de l'entreprise ?

Ce sont quelques-unes des questions que l'EDHEC NewGen Talent Centre se pose via la nouvelle édition de cette large étude qui explore les aspirations de ces futurs diplômés de grandes écoles alors qu'ils ne connaissent pour l'heure de l'économie que les théories de leur cours et du monde l'entreprise que ce que leurs amis et famille en ont dit.

Ils entreront sur le marché de l'emploi d'ici cinq ans. Élèves des classes préparatoires économiques commerciales, ils se préparent à intégrer une grande école de management en France.

La totalité de ces jeunes effectuera des stages en entreprise et la plupart d'entre eux sans doute un échange universitaire à l'étranger. Ces étapes essentielles de leur cursus marqueront profondément leur choix de début de carrière.

Mais avant de découvrir quelles entreprises leur font les yeux doux sur les campus et quels métiers ils pourront choisir, quels sont les rêves de carrière des élèves des classes préparatoires à la veille de leurs épreuves orales ?



Echantillon : 2 250 répondants, 50% de femmes - 50% d'hommes

* Prépas aux grandes écoles de management

CONTACT PRESSE

edhec.presse@hkstrategies.com

NewGen
TALENT CENTRE

LES PRINCIPALES CONCLUSIONS DE L'ÉTUDE

« *Entreprendre, s'internationaliser, apprendre et s'épanouir* telles sont les aspirations de carrières des élèves de classes préparées. Loin du débat sur le contrat unique qui agite la France, un tiers des préparés ne se voient pas salarié, la moitié des jeunes considèrent que l'épanouissement personnel donne son sens au travail et 70 % souhaitent démarrer leur carrière à l'étranger. »

Manuelle MALOT
Directrice de l'EDHEC NewGen Talent Centre



ENTREPRENDRE :
UN SOUHAIT DE PLUS EN PLUS FORT

1/3

des étudiants se voient créer leur entreprise.

Un choix plus fort chez les garçons (36%) que chez les filles (30%).

Le goût du challenge et le besoin de mesurer l'impact de leur travail motivent principalement leur choix mais aussi l'envie de transformer leur passion en activité professionnelle. Ce désir s'accompagne aussi de l'envie de travailler dans des entreprises de plus petite taille surtout chez les jeunes femmes.

« Cette génération a grandi avec les succès mondiaux d'entreprises digitales (Google, Facebook, Microsoft...) et les opportunités attisent leur goût du challenge. La progression de ce chiffre est spectaculaire surtout lorsqu'on la compare au 2% des jeunes diplômés des écoles de management de qui l'an dernier ont créé leur entreprise. »



PRÉFÉRENCE POUR
L'ENTREPRISE À TAILLE HUMAINE

1/4

se projettent dans une petite entreprise, 10 points de plus qu'il y a 1 an.



S'INTERNATIONALISER :
LE MONDE EST LEUR PROJET

70%

se projettent à l'étranger pour leur premier emploi.

« Ils sont attirés par les grandes puissances économiques Etats Unis, Royaume Uni, Allemagne considérés comme des tremplins de carrière et d'expériences. L'Europe gagne du terrain par rapport à l'Amérique du Nord mais l'Asie attire moins qu'on ne l'imagine. »



POUR 50% DES
JEUNES PRÉPAS, S'ÉPANOUIR
DONNE DU SENS AU TRAVAIL

« Se développer personnellement et s'épanouir reste l'objectif principal de ces jeunes et s'ils voient l'entreprise de façon positive, variée et passionnante ils la jugent aussi compliquée. »

ACQUERIR de nouvelles compétences et se développer :
1^{er} objectif des préparés

« Toujours apprendre, évoluer avec une perspective internationale et avoir de la diversité dans leurs missions demeurent les trois objectifs principaux des jeunes étudiants de prépa. »

CONTACT PRESSE



SECTEURS ET FONCTIONS CLASSIQUES MAIS LIÉS AU GENRE...

« Les secteurs et fonctions de prédilection des jeunes suivent la loi du genre... Si la majorité des hommes se voient diriger leur entreprise et faire de la finance et du conseil, les jeunes filles se projettent dans les agences de communication, les médias, la culture et le luxe sur des fonctions marketing et communication. »

« Les jeunes rêvent de structure à taille humaine mais se voient travailler dans des marques employeurs mondiales. Les jeunes femmes plébiscitent les marques pour lesquelles elles sentent une affinité aux produits quand les hommes privilégient la banque, le conseil et le digital... »



1

36%
Agence de com
Événementiel - Publicité

47%
Finance - Banque
Assurance

2

33%
Médias - Édition
Culture

30%
Cabinet de Conseil

3

31%
Luxe

19%
Cabinet d'Audit

À PROPOS D'EDHEC NewGen TALENT CENTRE

Comprendre les nouvelles générations pour expérimenter et déployer des "talent solutions" innovantes et efficaces. Créé en 2012 sous la direction de Manuelle Malot, l'EDHEC NewGen Talent Centre a pour mission, en cohérence avec le credo "EDHEC for Business", d'apporter, par des approches nouvelles, des solutions innovantes aux problématiques d'attraction et de fidélisation des nouvelles générations aux entreprises globales.

Pour en savoir plus :
www.edhecnewgentalent.com

Soutenu par 

À PROPOS D'EDHEC BUSINESS SCHOOL

- **5 campus** : Lille, Nice, Paris, Londres et Singapour
- **6 200 étudiants et 10 000 participants** en formation continue, conférences et séminaires organisés dans 28 capitales économiques mondiales
- **20 programmes diplômants** : post-bac, Master in Management, Masters of Science, MBAs, PhD.
- **Plus de 30 000 diplômés** dans 120 pays
- **142 professeurs permanents** 810 enseignants vacataires
- **13 chaires** de recherche et d'enseignement
- **Un budget de 87M€**, 1/3 provenant des entreprises, et 20% investis dans la recherche
- **L'une des 60 business schools au monde** - sur près de 14 000 établissements - à avoir la triple couronne AACSB, EQUIS et AMBA

L'ambition d'EDHEC Business School est d'être reconnue pour l'impact de ses recherches et de ses formations sur les entreprises, par les idées innovantes et les outils qu'il leur propose. Cette stratégie, appelée "EDHEC for Business", s'appuie ainsi sur une recherche académique d'excellence qui se poursuit par une diffusion systématique de ses résultats au sein de ses programmes (du post-bac au PhD), au monde de l'entreprise et à la société.

Plus d'informations sur le site d'EDHEC Business School :
www.edhec.com

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

CONTACT PRESSE