

Image des stages en France

sopra  steria

GAME CHANGERS



Méthodologie



Enquête réalisée auprès de 1086 Français constituant un échantillon national représentatif de la population âgée de 16 ans à 75 ans.

Echantillon construit selon la méthode des quotas (sexe, âge, profession du chef de famille, département et catégorie d'agglomération).



Questionnaire auto-administré on-line via le panel d'Ipsos, Ipsos Interactive Services.



Les interviews ont été réalisées du 3 au 7 août 2018.

Principaux enseignements

- **L'apport des stages est très largement reconnu** : ils sont jugés **utiles à 89 % pour les stages**.
- Pour autant, on garde l'image de **dispositifs qui ne sont pas suffisamment mis en valeur par le système scolaire** et qui restent **difficilement accessibles**, puisque seuls 14 % des Français estiment qu'il est facile de trouver un stage.
- **Les idées reçues résistent** : l'idée de **main d'œuvre bon marché pour les entreprises** reste fortement attachée au stage, et le cliché du « **stage photocopie** » a la vie dure, puisque 50 % jugent qu'il se limite aux tâches peu intéressantes et rébarbatives.
- Au final, **88 % recommanderaient à un jeune de leur entourage de faire un stage**.

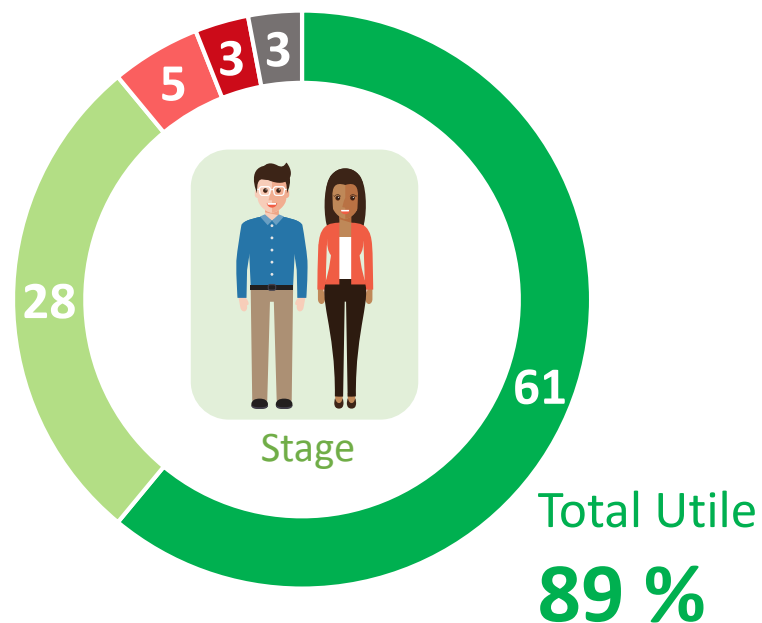
A photograph of three men in an office environment. The man on the left, with a beard and glasses, is looking at a laptop. The man in the middle is pointing at the laptop screen. The man on the right is holding a tablet. The background shows office shelves and a computer monitor. A semi-transparent dark grey bar is overlaid across the middle of the image, containing the text 'Résultats détaillés' in white.

Résultats détaillés

L'utilité des stages fait l'unanimité

Diriez-vous qu'il est utile pour les jeunes de faire des stages en entreprise :

Oui, tout à fait
Oui, plutôt
Non, plutôt pas
Non, pas du tout
Ne sait pas



16 – 24 ans

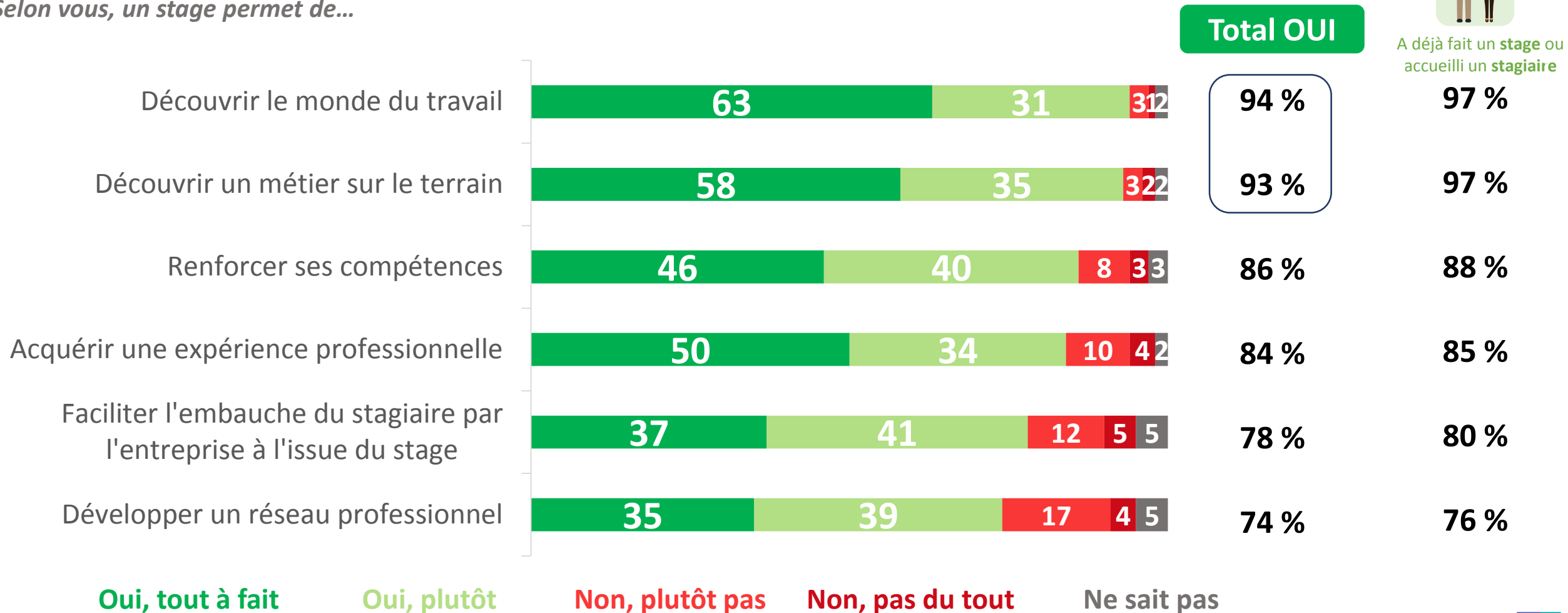
88 % Ne sait pas : 4 %

Parent d'au moins un enfant

90 %

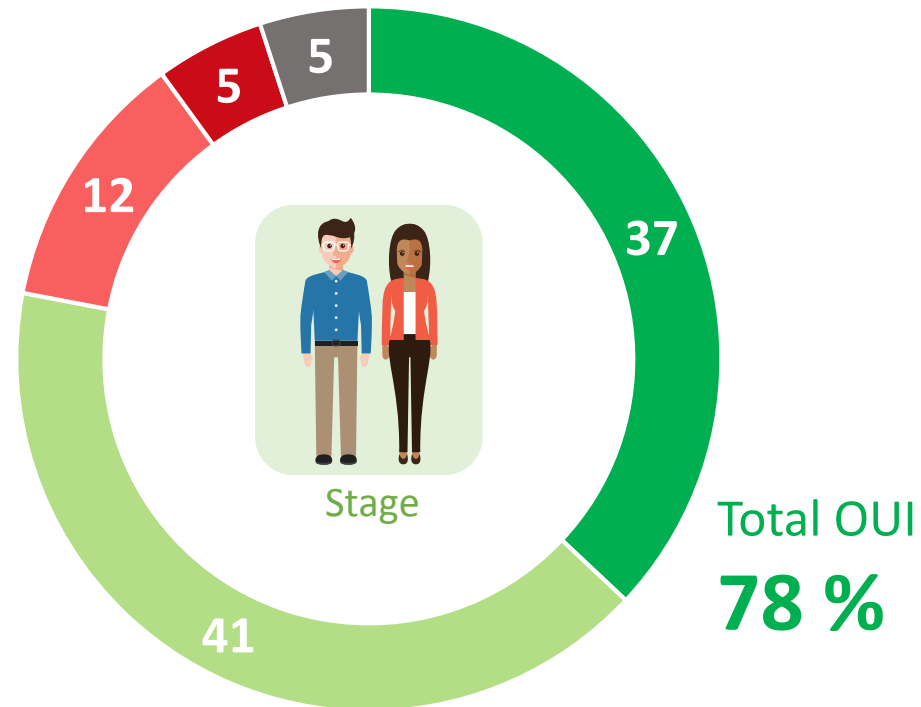
Le stage est avant tout associé à une période de découverte du monde du travail et d'un métier

Selon vous, un stage permet de...



Les stages, une passerelle encore plus efficace vers l'emploi

Un stage permet-il de faciliter l'embauche du stagiaire par l'entreprise à l'issue du stage ?



Oui, tout à fait

Oui, plutôt

Non, plutôt pas

Non, pas du tout

Ne sait pas

A photograph of three men in an office environment. The man on the left, with a beard and glasses, is looking at a laptop. The man in the middle is looking at the same laptop. The man on the right is looking at a tablet. The word "Annexes" is overlaid in the center of the image.

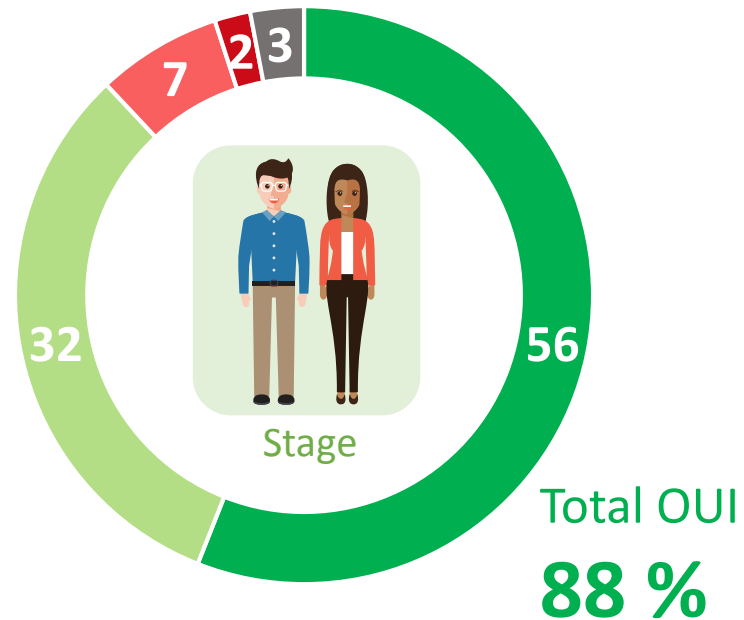
Annexes

Recommandation du stage

Vous-même, recommanderiez-vous à un jeune de votre entourage de faire...

Un stage en entreprise

Oui, tout à fait
Oui, plutôt
Non, plutôt pas
Non, pas du tout
Ne sait pas



16 – 24 ans

84 % Ne sait pas : 5 %

Parent d'au moins un enfant

90 %



NOS ENGAGEMENTS :

Codes professionnels, certification qualité, conservation et protection des données

✓ Ipsos est membre des organismes professionnels français et européens des études de Marché et d'Opinion suivants :

- **SYNTEC** (www.syntec-etudes.com), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** (www.esomar.org), European Society for Opinion and Market Research,

✓ A ce titre, Ipsos France s'engage à appliquer **le code ICC/ESOMAR** des études de Marché et d'Opinion. Ce code définit les règles déontologiques des professionnels des études de marché et établit les mesures de protection dont bénéficient les personnes interrogées.

✓ Ipsos France s'engage à respecter l'article 29 de la Loi Informatique et Libertés du 6 janvier 1978 modifiée en 2004 et les recommandations de la **CNIL**. A ce titre, Ipsos a nommé un Correspondant Informatique et Libertés.

✓ Ipsos France est certifiée **ISO 9001: version 2008 et ISO 20522 : version 2012**. A ce titre, la durée de conservation des documents et données relatifs à l'étude sont , à moins d'un engagement contractuel spécifique , et à partir de la date d'achèvement du contrat :

- de 12 mois pour les données primaires (données sources d'enquête)
- de 24 mois pour les données secondaires (autres documents relatifs à l'étude)

✓ Ce document est élaboré dans le respect de ces normes internationales. Les éléments techniques relatifs à l'étude sont présents dans le descriptif de la méthodologie ou dans la fiche technique du rapport d'étude.

✓ Cette étude a été réalisée dans le respect de ces normes internationales

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 88 pays, il emploie plus de 16 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays. Créé en 1975, Ipsos est contrôlé et dirigé par des professionnels des études. Ils ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique de multi-spécialistes – Etudes sur les Médias et l'Expression des marques, Recherche Marketing, Etudes pour le Management de la Relation Clients / Employés, Opinion et recherche sociale, Recueil de données sur mobile, internet, face à face et téléphone, traitement et mise à disposition des résultats.

Ipsos is listed on Eurolist - NYSE-Euronext. The company is part of the SBF 120 and the Mid-60 index and is eligible for the Deferred Settlement Service (SRD). ISIN code FR0000073298, Reuters ISOS.PA, Bloomberg IPS:FP www.ipsos.com

© 2018 IPSOS. ALL RIGHTS RESERVED.

This document constitutes the sole and exclusive property of Ipsos. Ipsos retains all copyrights and other rights over, without limitation, Ipsos' trademarks, technologies, methodologies, analyses and know how included or arising out of this document. The addressee of this document undertakes to maintain it confidential and not to disclose all or part of its content to any third party without the prior written consent of Ipsos. The addressee undertakes to use this document solely for its own needs (and the needs of its affiliated companies as the case may be), only for the purpose of evaluating the document for services of Ipsos. No other use is permitted.

GAME CHANGERS

Chez Ipsos, nous sommes passionnément curieux des individus, des marchés, des marques et de la société.

Nous aidons nos clients à naviguer plus vite et plus aisément dans un monde en profonde mutation.

Nous leur apportons l'inspiration nécessaire à la prise de décisions stratégiques.

Nous leur délivrons sécurité, rapidité, simplicité et substance.
Nous sommes des Game Changers

RETROUVEZ-NOUS



www.ipsos.fr



facebook.com/ipsos.fr



vimeo.com/ipsos



[@IpsosFrance](https://twitter.com/IpsosFrance)