

BAROMÈTRE “TALENTS : CE QU’ILS ATTENDENT DE LEUR EMPLOI”

*Consultation réalisée auprès des élèves
et alumni des grandes écoles*

4ème édition - Mars 2021



GAME CHANGERS



UNE LARGE CONSULTATION, AUPRES DE PROFILS DIVERS ISSUS DE NOMBREUSES GRANDES ECOLES

2 242 individus interrogés
représentant **138 écoles**



1349 Etudiants



906 Alumni

	2021		Rappels 2019	
	Etudiants	Alumni	Etudiants	Alumni
Ecoles d'ingénieur	56%	66%	65%	76%
Ecoles de management/ commerce	28%	28%	24%	20%
Ecoles de communication/ journalisme/études politique	10%	4%	6%	4%
D'architecture / d'art / de design	4%	1%	1%	1%
D'autres spécialités (ENA, ENS, EOGN)	-	1%	1%	1%
Autres écoles	4%	7%	8%	5%

Remarque technique :

Cette enquête est une **consultation**, cela signifie qu'elle s'adresse à tous les répondants volontaires, **permettant de récolter un maximum de réponses** auprès d'une population. Elle n'a cependant **pas une vocation de représentativité** de la population interrogée (aucun quota n'est utilisé, comme c'est le cas dans les sondages). La structure de l'échantillon variant selon les années, il n'est pas rigoureux de calculer des évolutions sur les questions barométriques. Néanmoins, sur certains questions, la hiérarchie des réponses a été comparée pour souligner d'éventuelles évolutions et des rappels sont indiqués. La consultation était ouverte du **17 mars au 22 avril 2021**.

SOMMAIRE



1. Se projeter dans l'avenir dans un contexte fragile
2. Projet professionnel et quête de sens
3. Importance de l'utilité sociale du travail
4. Engagement social et environnemental des entreprises
5. Engagement social et environnemental des étudiants et alumni

1

Se projeter dans l'avenir dans un
contexte fragile

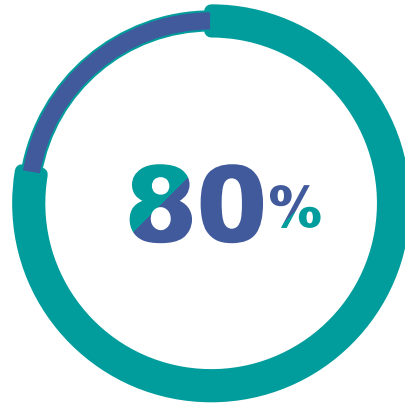
« *Projet professionnel et études à
l'épreuve de la Covid-19* »

AUJOURD'HUI, UNE LARGE MAJORITÉ DES JEUNES DES GRANDES ÉCOLES A DÉJÀ DÉFINI UN PROJET PROFESSIONNEL

Avez-vous une idée de votre métier/projet professionnel une fois que vous serez diplômé(e) ?



Base :
Étudiants (=1349)



**des étudiants ont une idée du métier
qu'ils veulent exercer une fois diplômés**

76% en niveau Licence

83% en niveau Master 1

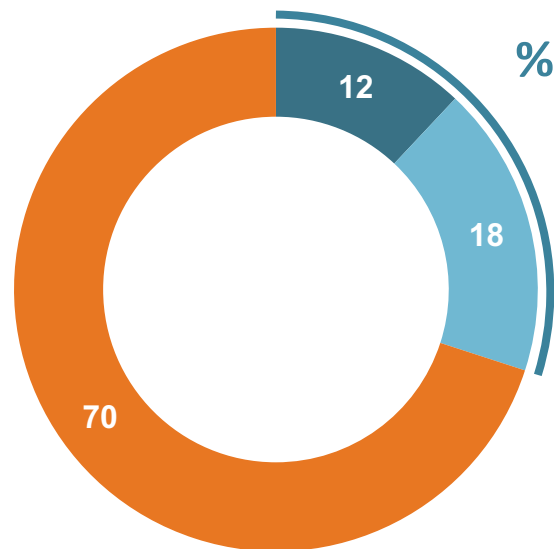
85% en niveau Master 2

LA CRISE SANITAIRE A AFFECTÉ LE PROJET PROFESSIONNEL DE PRESQU'UN TIERS DES ÉTUDIANTS DES GRANDES ÉCOLES, PRÈS D'1 SUR 5 NE SAIT PLUS CE QU'IL VA FAIRE APRÈS

La crise sanitaire a-t-elle remis en cause ou fait évoluer le projet professionnel que vous envisagiez auparavant ?



Base :
Étudiants (=1349)



% « Oui »
30

% « Oui et je ne sais plus quoi faire »

21% en Master
16% en Licence



22% en école de
management/commerce



17% en école d'ingénieur

OUI, ET JE SAIS ASSEZ PRÉCISÉMENT CE QUE JE VEUX FAIRE DÉSORMAIS

OUI, MAIS JE NE SAIS PLUS QUOI FAIRE DÉSORMAIS

NON, CELA N'A PAS EU D'IMPACT SUR MON PROJET PROFESSIONNEL INITIAL

PRÈS DE LA MOITIÉ DES JEUNES EST INQUIÈTE CONCERNANT SON AVENIR PROFESSIONNEL

Diriez-vous que vous êtes confiant ou inquiet en ce qui concerne votre insertion professionnelle ?



Base :
Étudiants (=1349)

% «INQUIET»

46

55% des femmes

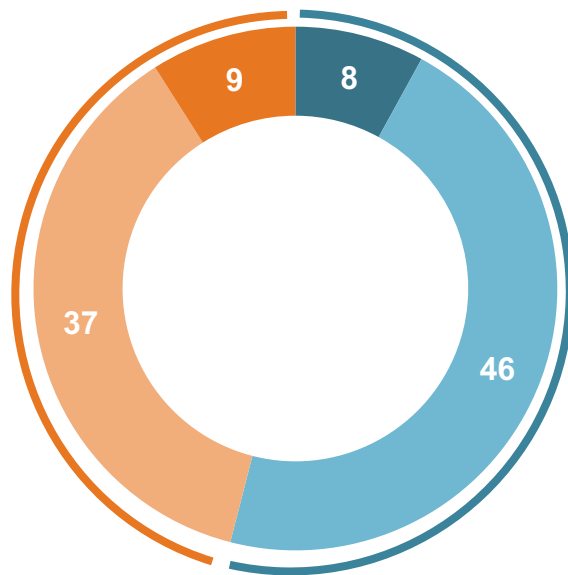
36% des hommes



54% en école de
management/commerce



39% en école d'ingénieur



% «CONFIAANT»

54

TRÈS CONFIAANT

PLUTÔT CONFIAANT

PLUTÔT INQUIET

TRÈS INQUIET

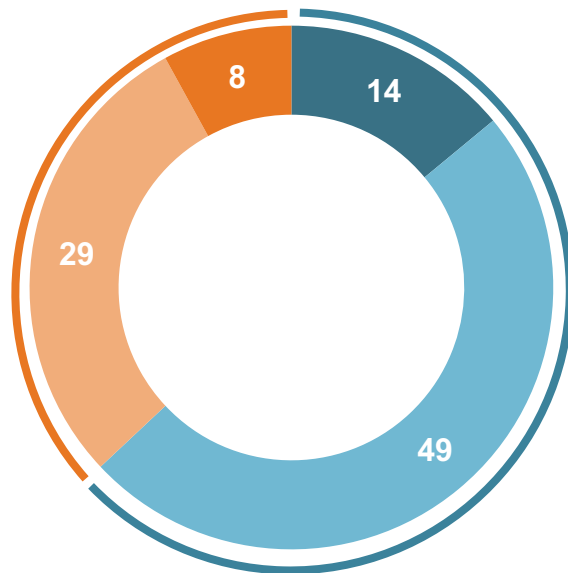
ET PRÈS DE DEUX TIERS S'ATTENDENT À DEVOIR FAIRE DES CONCESSIONS SUR LEUR PREMIER EMPLOI DU FAIT DE LA CRISE

Compte-tenu de la crise sanitaire et de ses conséquences, pensez-vous devoir faire des concessions par rapport à ce que vous envisagiez pour votre premier emploi (type de contrat, secteur, salaire etc.) ?



Base :
Étudiants (=1349)

% «NON»
37



% «OUI»
63

70% des femmes
55% des hommes

67% en Master
58% en Licence

OUI, BEAUCOUP

OUI, UN PEU

NON, PAS VRAIMENT

NON, PAS DU TOUT

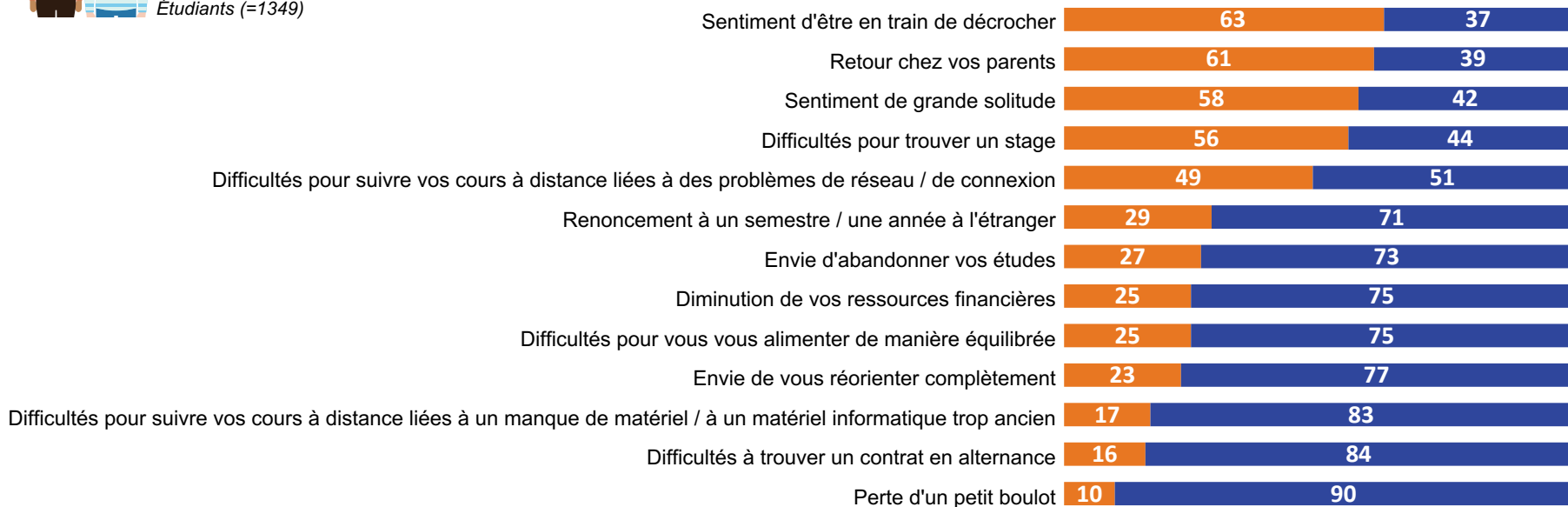
PRÈS DES DEUX TIERS DES ÉTUDIANTS DES GRANDES ÉCOLES ONT EU AU UN MOMENT LE SENTIMENT D'ÊTRE EN TRAIN DE DÉCROCHER EN RAISON DE LA CRISE

Compte-tenu de la crise sanitaire et des restrictions qu'elle occasionne, avez-vous rencontré les situations suivantes ?



Base :
Étudiants (=1349)

97% ont rencontré au moins une des difficultés citées
En moyenne, ils ont rencontré 4,6 difficultés




Oui

Non


LES ÉTUDIANTS ISSUS DE CATÉGORIES DÉFAVORISÉES ONT ÉTÉ PARTICULIÈREMENT AFFECTÉS PAR LA CRISE DANS LEURS ÉTUDES

Compte-tenu de la crise sanitaire et des restrictions qu'elle occasionne, avez-vous rencontré les situations suivantes ?


63% SENTIMENT DE DÉCROCHAGE

↳  78% de de ceux qui ont du mal à suivre à cause du manque de matériel informatique / d'un matériel trop ancien
68% des étudiants en Licence


58% SENTIMENT DE GRANDE SOLITUDE

↳  74% de de ceux qui ont du mal à suivre à cause du manque de matériel informatique / d'un matériel trop ancien
60% des étudiants en Licence

27% ENVIE D'ABANDONNER VOS ÉTUDES


↳  36% des étudiants dont les deux parents sont ouvriers, employés ou inactifs
30% des étudiants en Licence

25% DIMINUTION DES RESSOURCES FINANCIÈRES

↳  34% des étudiants dont les deux parents sont ouvriers, employés ou inactifs
30% des étudiantes

DIFFICULTÉS À SUIVRE EN RAISON DU MANQUE DE MATÉRIEL INFORMATIQUE / D'UN

17% MATÉRIEL TROP ANCIEN

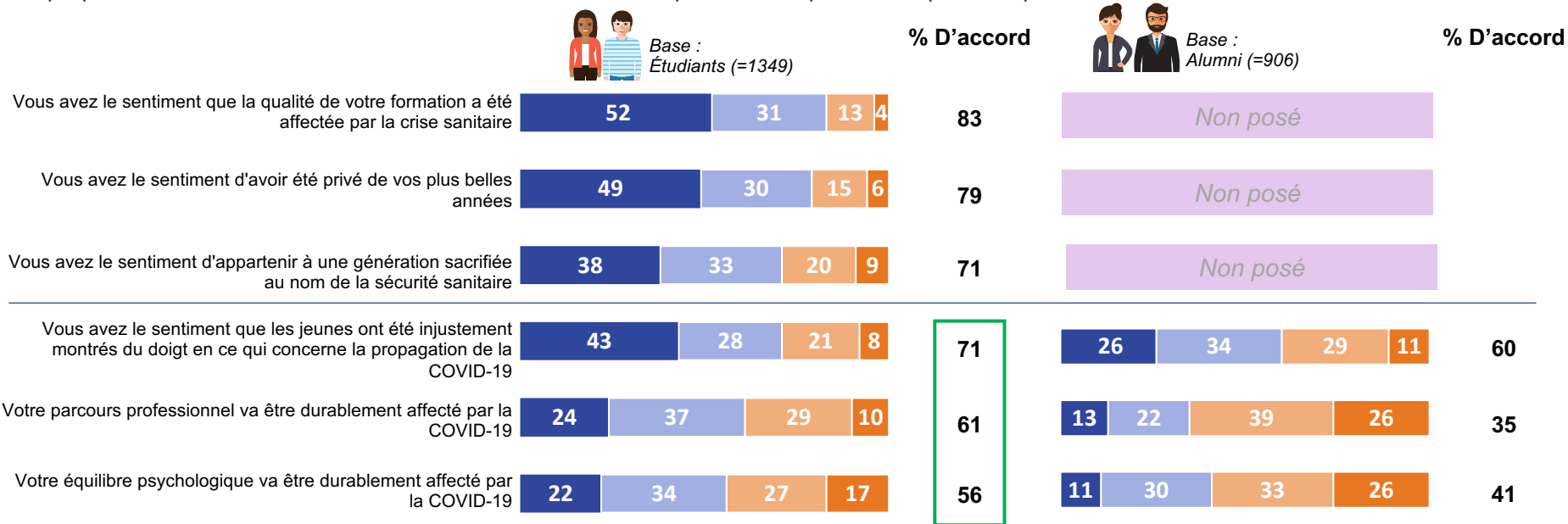
↳  24% des étudiants dont les deux parents sont ouvriers, employés ou inactifs

10% PERTE D'UN PETIT BOULOT

↳  13% des étudiantes
12% des élèves de Master

UNE VASTE MAJORITÉ DES ÉTUDIANTS A LE SENTIMENT D'APPARTENIR À UNE GÉNÉRATION SACRIFIÉE ET CONSIDÈRE QUE LA QUALITÉ DE SA FORMATION A ÉTÉ AFFECTÉE PAR LA CRISE SANITAIRE

A propos de chacune des affirmations suivantes, diriez-vous qu'elle correspond à ce que vous pensez ?



TOUT À FAIT D'ACCORD

PLUTÔT D'ACCORD

PLUTÔT PAS D'ACCORD

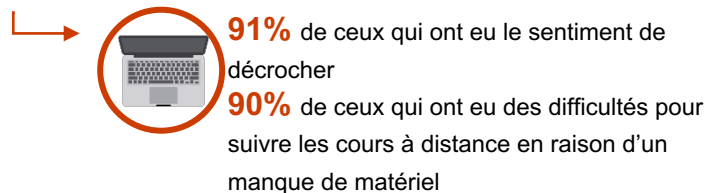
PAS DU TOUT D'ACCORD

CEUX QUI RENCONTRENT DES DIFFICULTÉS MATÉRIELLES, LES PLUS JEUNES AINSI QUE LES FEMMES, ONT DAVANTAGE LE SENTIMENT D'AVOIR ÉTÉ AFFECTÉS PAR LA CRISE

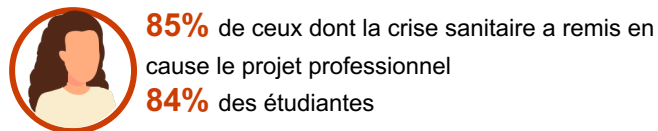
A propos de chacune des affirmations suivantes, diriez-vous qu'elle correspond à ce que vous pensez ?



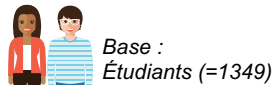
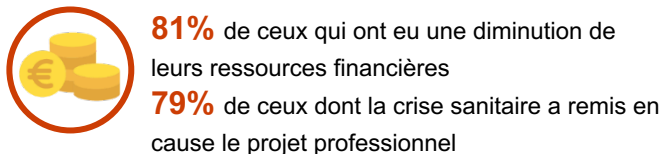
83% UNE QUALITÉ DE FORMATION AFFECTÉE PAR LA CRISE SANITAIRE



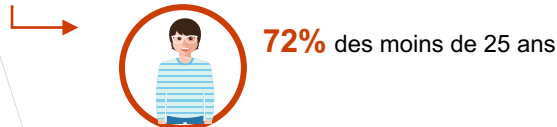
79% AVOIR ÉTÉ PRIVÉ DES PLUS BELLES ANNÉES



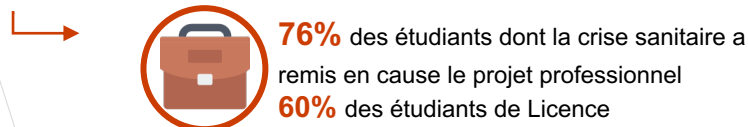
71% SENTIMENT D'APPARTENIR À UNE GÉNÉRATION SACRIFIÉE AU NOM DE LA SÉCURITÉ SANITAIRE



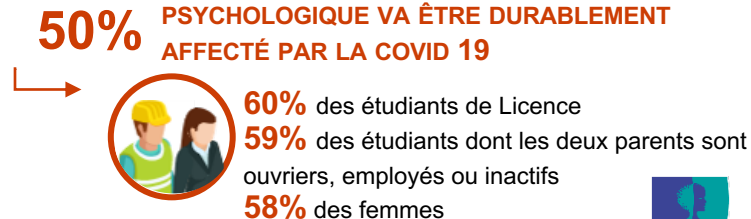
66% SENTIMENT QUE LES JEUNES ONT ÉTÉ INJUSTEMENT MONTRÉS DU DOIGT



51% SENTIMENT QUE LE PARCOURS PROFESSIONNEL VA DURABLEMENT ÊTRE AFFECTÉ PAR LA COVID-19



SENTIMENT QUE L'ÉQUILIBRE PSYCHOLOGIQUE VA ÊTRE DURABLEMENT AFFECTÉ PAR LA COVID 19



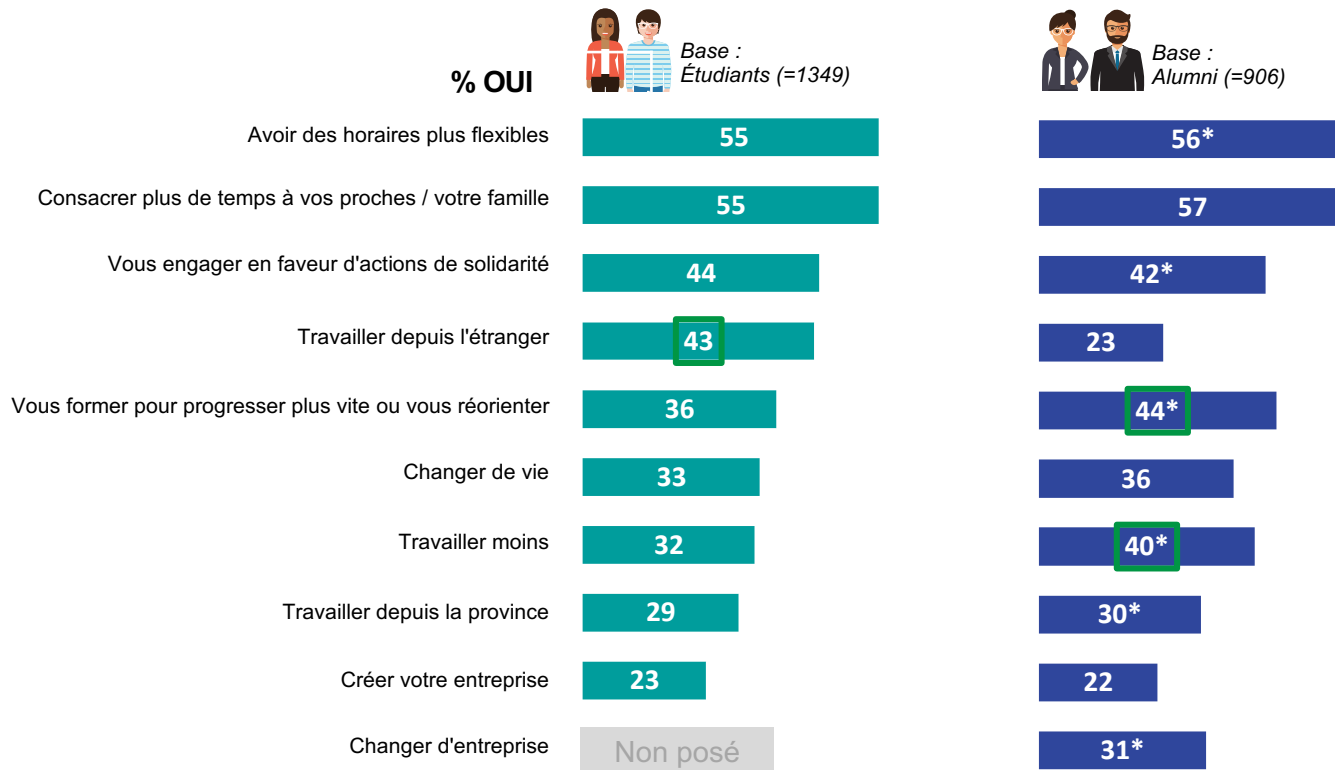
2

Projet professionnel et quête de sens

« Les nombreux paramètres pris en compte dans les choix de métiers »

LA CRISE A DONNÉ ENVIE AUX ÉTUDIANTS ET AUX ALUMNI D'AVOIR DES HORAIRES FLEXIBLES DANS LEUR TRAVAIL (OU FUTUR TRAVAIL), NOTAMMENT POUR POUVOIR SE CONSACRER À LEUR PROCHES

La période que vous venons de vivre vous a-t-elle donné envie de faire chacune des choses suivantes ?



ÉTUDIANTS ET ALUMNI ONT DES CRITÈRES SIMILAIRES AVEC, LOGIQUEMENT, UNE PLUS FORTE APPÉTENCE POUR LES RESPONSABILITÉS DU CÔTÉ DES ALUMNI – (1/2)

Pour chacun des critères suivants, est-il important dans le choix de votre futur métier / votre parcours professionnel ?

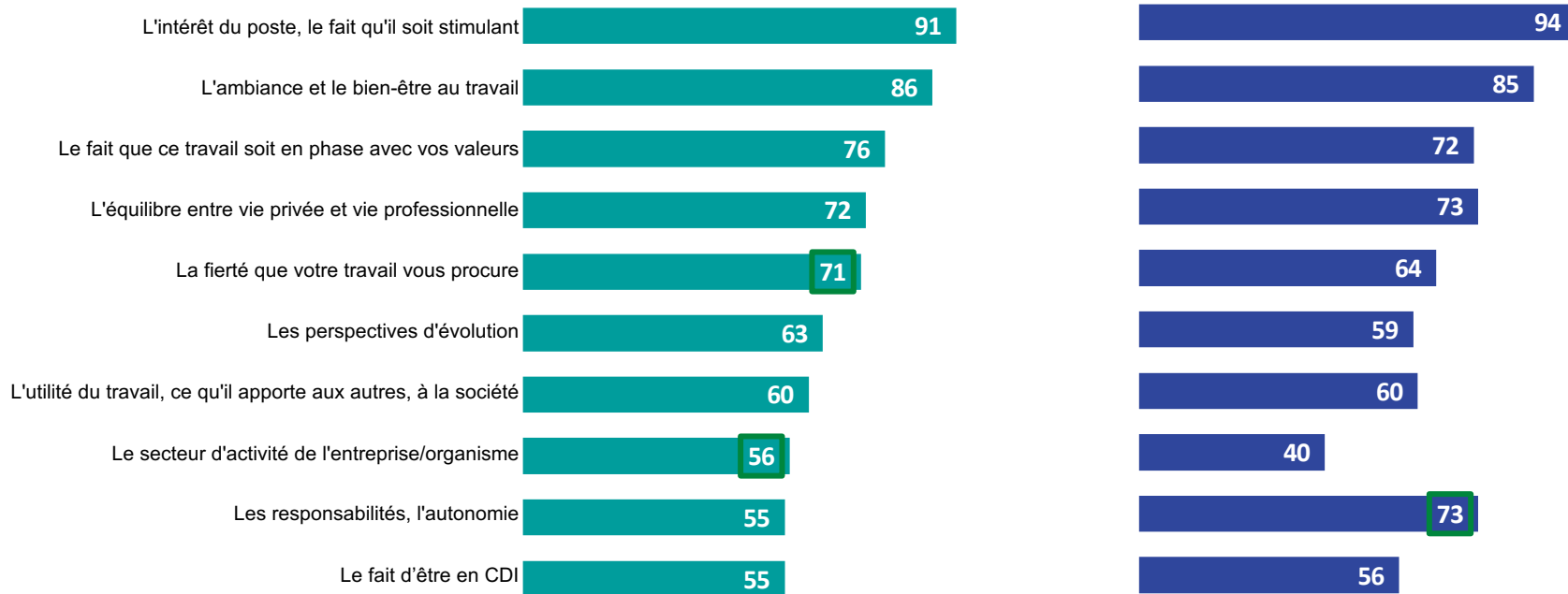
Critères considérés comme **primordiaux ou très importants** dans le choix de son futur métier



Base :
Étudiants (=1349)



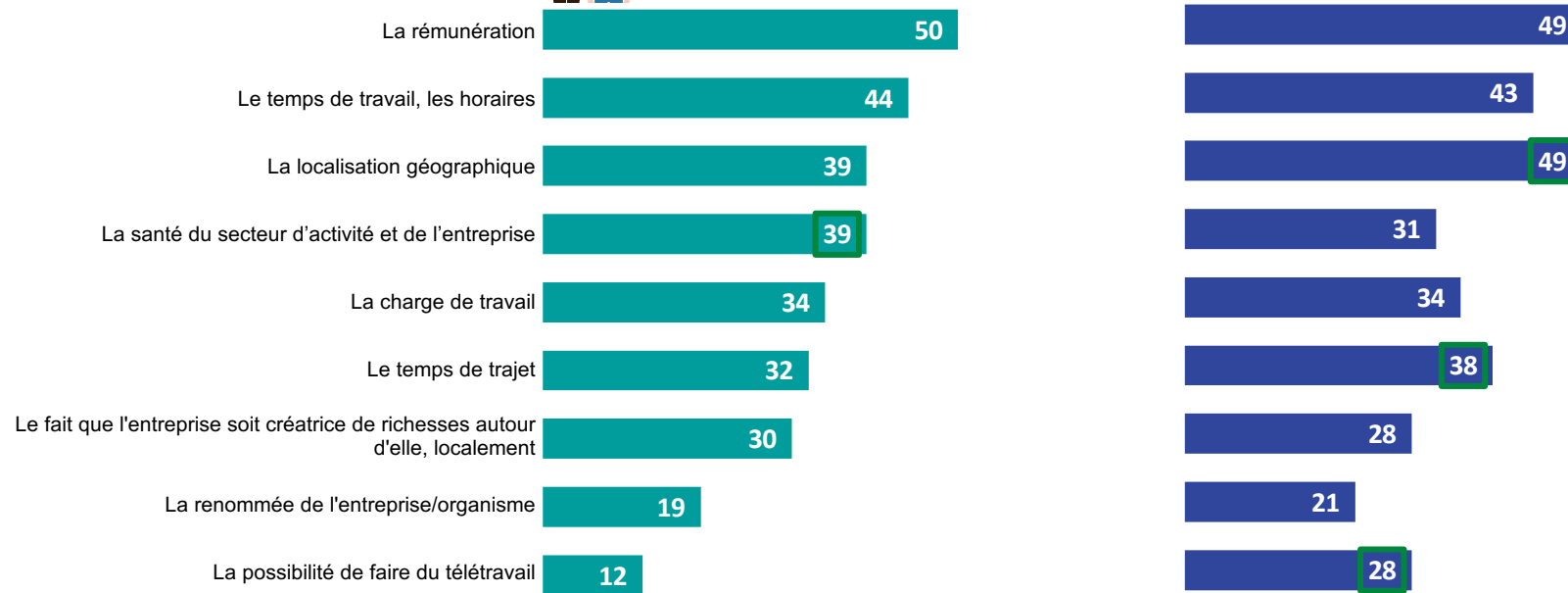
Base :
Alumni actifs (=893)



LA POSSIBILITÉ DE TÉLÉTRAVAILLER APPARAÎT COMME UN CRITÈRE ASSEZ SECONDAIRE, PARTICULIÈREMENT DU CÔTÉ DES ÉTUDIANTS – (2/2)

Pour chacun des critères suivants, est-il important dans le choix de votre futur métier / votre parcours professionnel ?

Critères considérés comme **primordiaux ou très importants** dans le choix de son futur métier



LES TALENTS RECHERCHENT AVANT TOUT UN MÉTIER QUI FAIT SENS À LEURS YEUX

Critères considérés comme **primordiaux ou très importants** dans le choix de son futur métier



Base :
Étudiants (=1349)

#1

91% Intérêt du poste

#2

86% Ambiance et bien-être au travail

#3

76% En phase avec ses valeurs

Rappels critères 2019

- #1 Intérêt du poste (92%)
- #2 Ambiance / bien-être (85%)
- #3 En phase avec ses valeurs (78%)



Base :
Alumni actifs (=893)

#1

94% Intérêt du poste

#2

85% Ambiance et bien-être au travail

#3

73% Responsabilités, autonomie / Equilibre vie privée – vie professionnelle

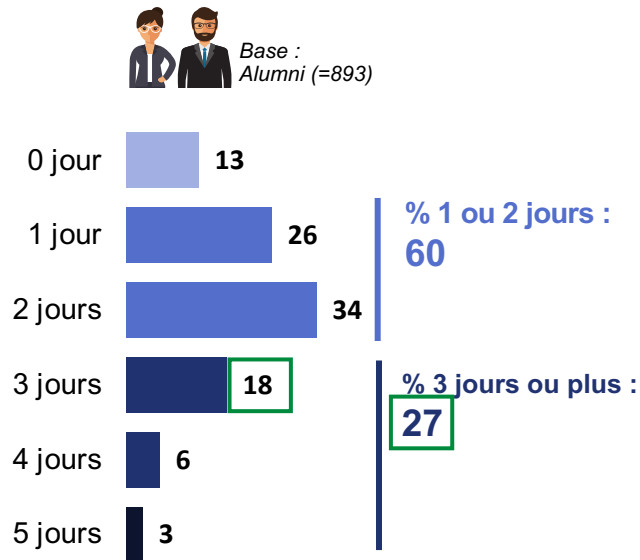
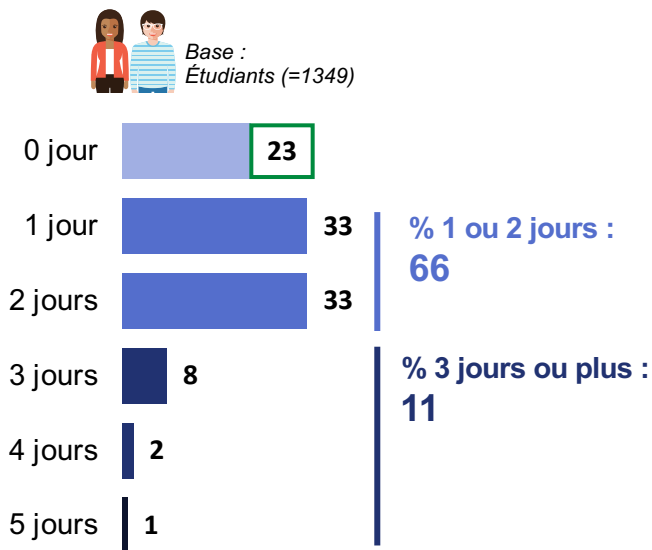
ex æquo

Rappels critères 2019

- #1 Intérêt du poste (93%)
- #2 Ambiance / bien-être (85%)
- #3 Responsabilités, Autonomie (74%)

SI LE FAIT DE POUVOIR TÉLÉTRAVAILLER N'EST PAS CONSIDÉRÉ COMME UNE PRIORITÉ, DANS L'IDÉAL, LA MAJORITÉ SOUHAITE POUVOIR LE FAIRE 1 OU 2 JOURS PAR SEMAINE UNE FOIS L'ÉPIDÉMIE TERMINÉE

Quand l'épidémie de coronavirus sera terminée, idéalement combien de jours aimeriez-vous être en télétravail si vous devez occuper un poste à plein temps ? Vous pouvez répondre en jours par semaine ou en jours par mois en fonction de vos préférences



77% souhaitent télétravailler au moins 1 jour / semaine
Nombre de jours idéal moyen : 1,6

87% souhaitent télétravailler au moins 1 jour / semaine
Nombre de jours idéal moyen : 1,6

SI L'IDÉE DE CUMULER PLUSIEURS ACTIVITÉS SÉDUIT DE NOMBREUX TALENTS, LE MODÈLE TRADITIONNEL RESTE PRIVILÉGIÉ PAR LA MAJORITÉ

Si vous aviez le choix, à niveau de rémunération et à temps de travail équivalent, que préféreriez-vous ?



Base :
Étudiants (=1349)



Base :
Alumni actifs (=893)

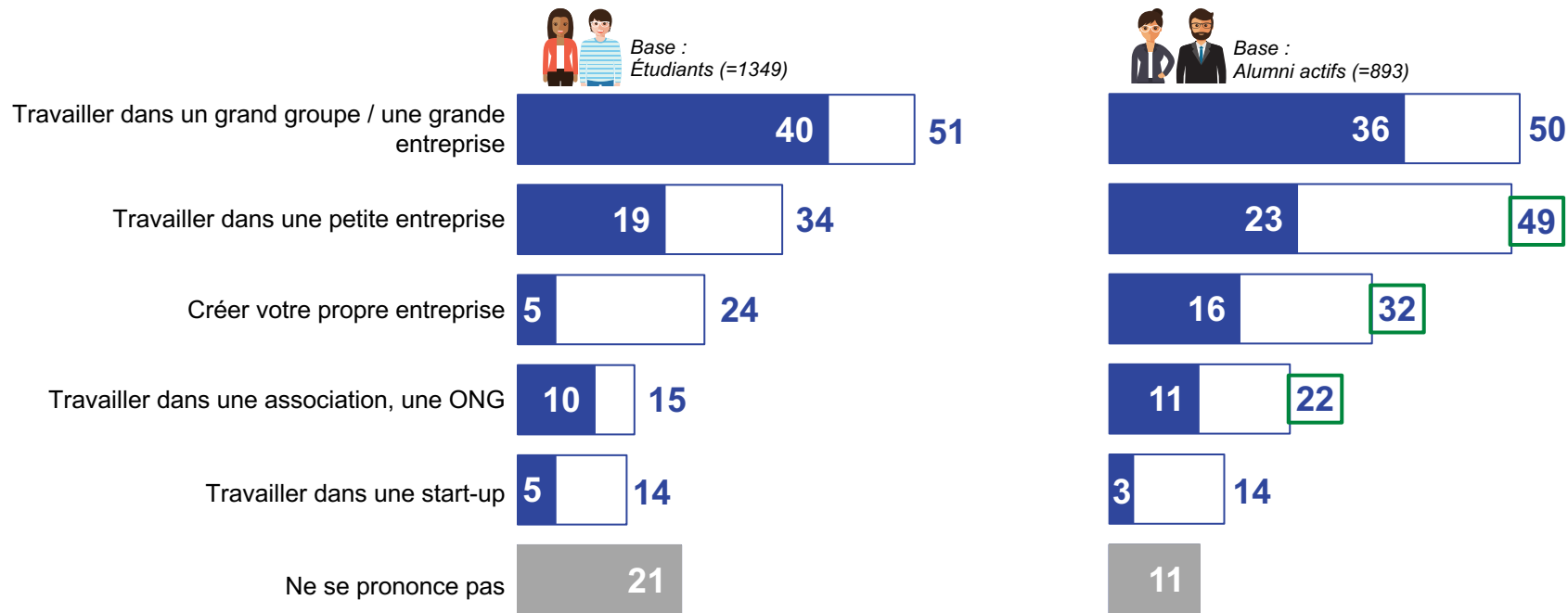


AVOIR UNE SEULE ACTIVITÉ, UN SEUL MÉTIER

CUMULER PLUSIEURS ACTIVITÉS, PLUSIEURS MÉTIERS (DANS PLUSIEURS ENTREPRISES OU EN PARTIE À VOTRE COMPTE...)

LES ALUMNI SONT DAVANTAGE ATTIRÉS PAR L'EXPÉRIENCE DE L'ENTREPRENEURIAT OU DU TRAVAIL DANS UNE PETITE ENTREPRISE QUE LES ÉTUDIANTS; MAIS À L'IMAGE DE CES DERNIERS, LEUR PREMIER CHOIX SE PORTE D'ABORD SUR LES GRANDS GROUPES.

Concernant votre futur, vous préféreriez travailler dans...? En premier ? Et ensuite ?



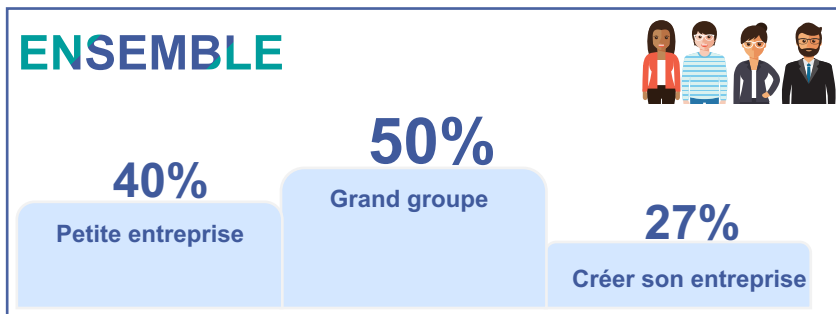
EN PREMIER

AU TOTAL

LES SCHÉMAS GENRÉS CLASSIQUES PERSISTENT AVEC UNE PRÉFÉRENCE TOUJOURS PLUS MARQUÉE POUR L'ENTREPRENEURIAT CHEZ LES HOMMES

Concernant votre futur, vous préféreriez travailler dans...? (% Au total)

TOP3 DES STRUCTURES PREFEREES ...



.. Des femmes



... des hommes



SI LES PRÉFÉRENCES EN TERMES DE STRUCTURES VARIENT SELON LE TYPE D'ÉCOLE, LES GRANDS GROUPES RESTENT SYSTÉMATIQUEMENT EN PREMIÈRE PLACE

Concernant votre futur, vous préféreriez travailler dans...? (% Au total)

TOP3 DES STRUCTURES PREFEREES ...

ENSEMBLE



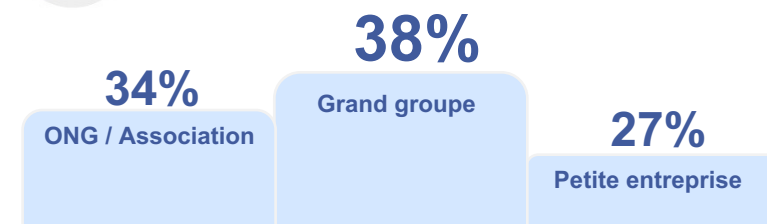
... des étudiants / alumni d'école d'ingénieurs



.. des étudiants / alumni d'écoles de commerce et management



... des étudiants / alumni en communication, journalisme, politique



L'ENVIRONNEMENT RESTE DE LOIN LE SECTEUR PLUS PRISÉ

Seriez-vous intéressé par le fait de travailler dans chacun des secteurs suivants ? (%Intéressés)



Base :
Étudiants (=1349)

#1

71% Environnement

#2

55% Energies

#3

54% Humanitaire

Rappels critères 2019

#1 Environnement (76%)

#2 Energies (62%)

#3 Conseil (55%)



Base :
Alumni actifs (=893)

#1

81% Environnement

#2

73% Energies

#3

59% Conseil

Rappels critères 2019

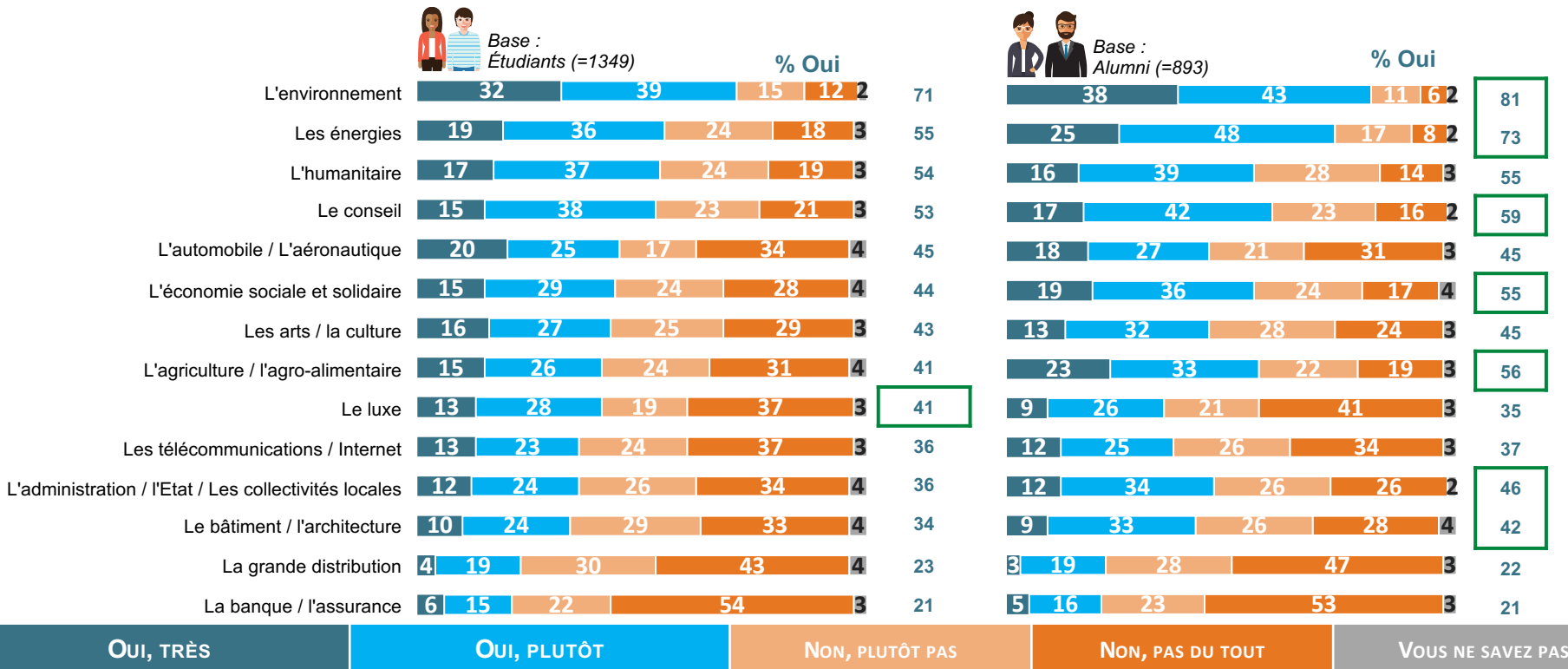
#1 Environnement (82%)

#2 Energies (71%)

#3 Conseil (62%)

... SUIVI PAR LES ÉNERGIES, L'HUMANITAIRE ET LE CONSEIL

Seriez-vous intéressé par le fait de travailler dans chacun des secteurs suivants ?

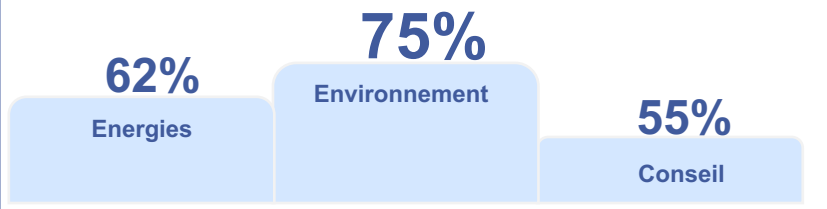


L'INTÉRÊT POUR L'ENVIRONNEMENT CULMINE EN TÊTE DE LEURS PRÉFÉRENCES AUSSI BIEN DU CÔTÉ DES ÉCOLES D'INGÉNIEURS QUE DES ÉCOLES DE COMMERCE OU DE COMMUNICATION

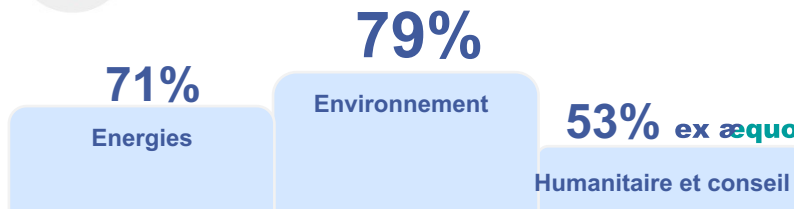
Seriez-vous intéressé par le fait de travailler dans chacun des secteurs suivants ? (%Intéressés)

TOP3 DES SECTEURS PREFERES...

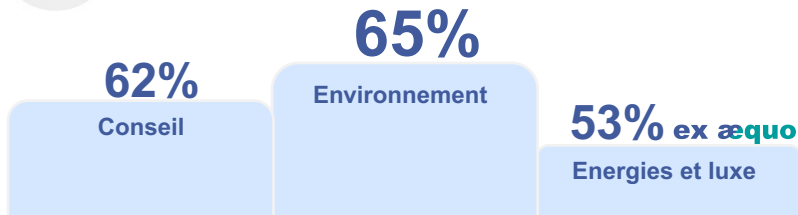
ENSEMBLE



... des étudiants / alumni d'école d'ingénieurs



.. des étudiants / alumni d'écoles de commerce et management



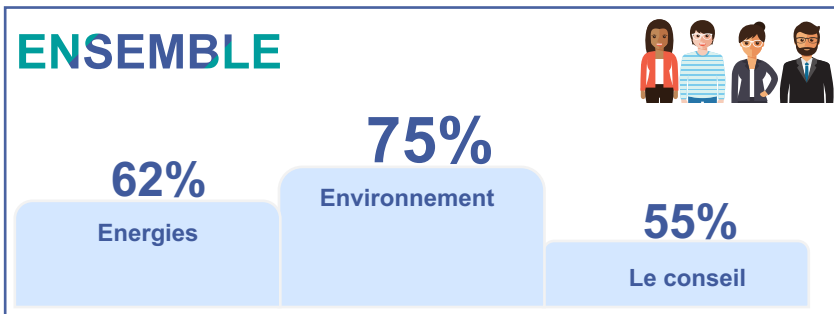
... des étudiants / alumni en communication, journalisme, politique



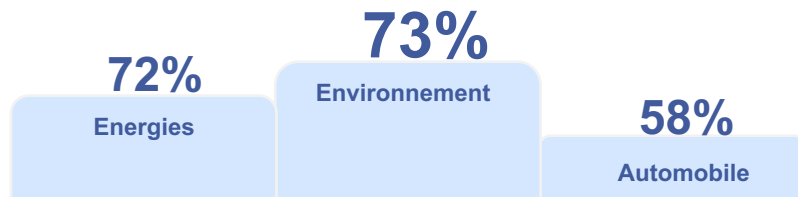
SI LES PRÉFÉRENCES EN TERMES DE SECTEUR RESTENT GENRÉES, L'ENVIRONNEMENT SUSCITE UN INTÉRÊT COMMUN

Seriez-vous intéressé par le fait de travailler dans chacun des secteurs suivants ? (%Intéressés)

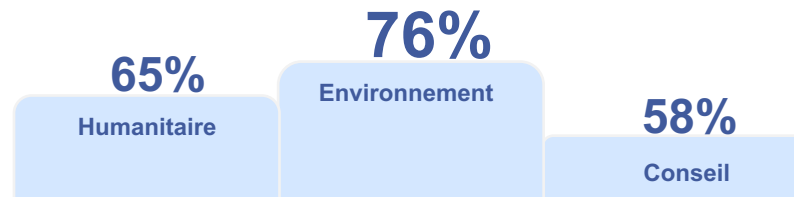
TOP3 DES SECTEURS PREFERES...



.. des hommes

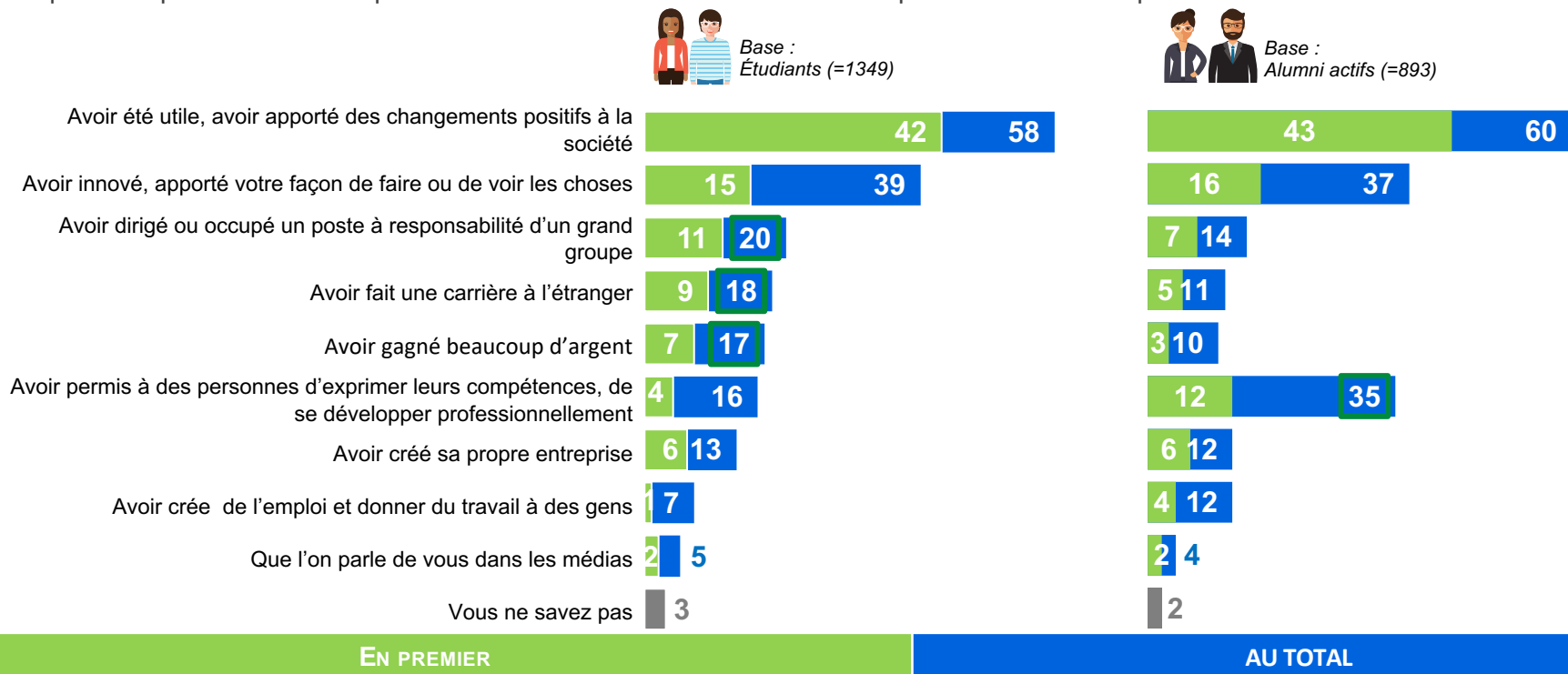


... des femmes



ÉTUDIANTS, COMME ALUMNI, SERAIENT AVANT TOUT FIER D'AVOIR ÉTÉ UTILE À LA SOCIÉTÉ. LES ALUMNI, SOUVENT EN POSITION DE MANAGER, SONT ÉGALEMENT NOMBREUX À CITER LE FAIT DE PERMETTRE AUX AUTRES DE S'ACCOMPLIR

Et qu'est-ce qui vous rendrait le plus fier/fière de réaliser au cours de votre vie professionnelle ? En premier ? Et ensuite ?



UNE LARGE MAJORITÉ DES ÉTUDIANTS ET ALUMNI DES GRANDES ÉCOLES SE DÉCLARE PRÊTE À PRIVILÉGIER UN EMPLOI PORTEUR DE SENS MÊME S'IL EST PLUS PRÉCAIRE

Actuellement, à niveau de salaire équivalent, entre un emploi stable peu porteur de sens pour vous et un emploi plus précaire mais porteur de sens pour vous, que choisiriez-vous le plus probablement ?



Base :
Étudiants (=1349)



Base :
Alumni (=906)



% « PLUS PRÉCAIRE MAIS PORTEUR DE SENS »



Étudiants / alumni en communication, journalisme, politique
71



Étudiants / alumni d'école d'ingénieurs
65



Étudiants / alumni d'écoles de commerce et management
55

PLUTÔT UN EMPLOI STABLE PEU PORTEUR DE SENS

PLUTÔT UN EMPLOI PLUS PRÉCAIRE MAIS PORTENT DE SENS

3

Perception et importance de l'utilité sociale du travail

SI L'UTILITÉ SOCIALE AU TRAVAIL DEVIENT UN CRITÈRE IMPORTANT POUR DE NOMBREUX JEUNES ; ELLE N'EST UN CRITÈRE ESSENTIEL QUE POUR UNE MINORITÉ D'ENTRE EUX

Etre utile aux autres, est-ce pour vous ...



Base :
Étudiants (=1349)



Base :
Alumni actifs (=893)

%« Important dans le travail » : 80

83

Un prérequis absolu dans le cadre de votre travail

43

46

Un supplément, qui n'est pas fondamental mais que vous essayez d'avoir dans le cadre de votre travail

37

37

Quelque chose que vous essayez d'être, mais plutôt en dehors du cadre du travail

15

13

Quelque chose qui n'est pas important pour vous

2

2


Vous ne savez pas

3

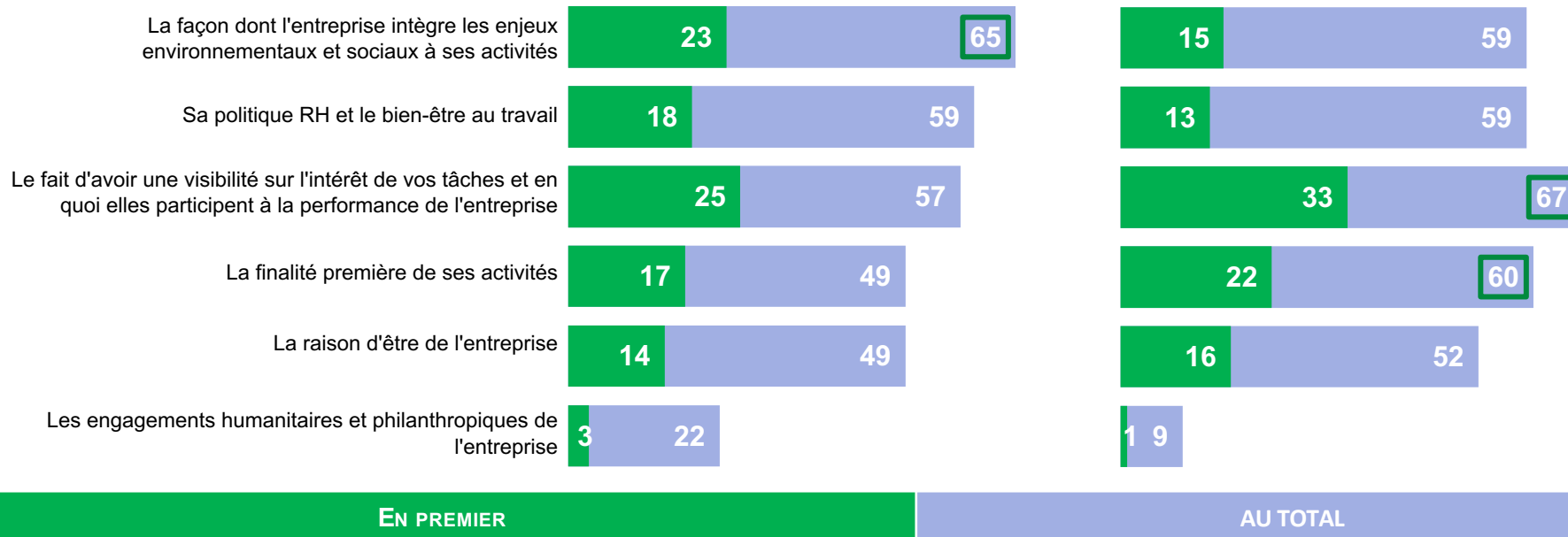
2

POUR LES TALENTS, DEUX PRINCIPES FONDAMENTAUX SE DÉTACHENT : LA VISIBILITÉ SUR L'INTÉRÊT DE SES TACHES ET L'ACTIVITÉ RESPONSABLE DE L'ENTREPRISE

Qu'est-ce qui est plus important pour vous lorsqu'on vous parle de sens au travail en entreprise ? En premier ? En second ? En troisième ?

 Base :
Étudiants (=1349)

 Base :
Alumni (=906)



4

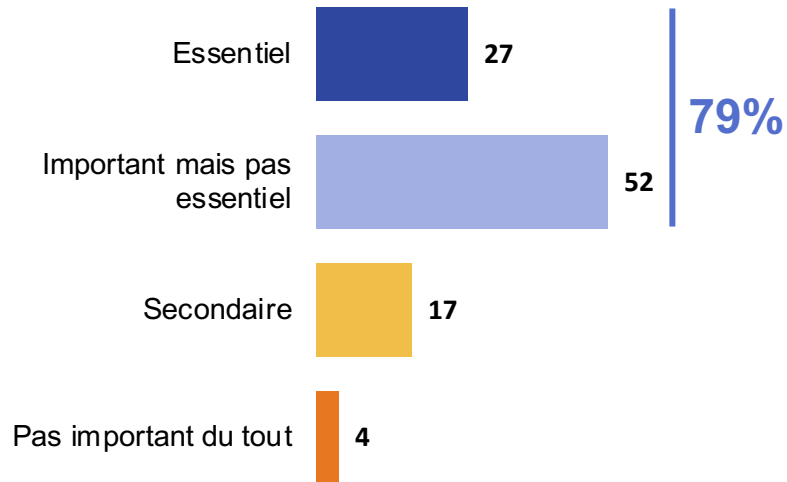
Engagement social et environnemental des entreprises

DANS LE CHOIX D'UN NOUVEAU TRAVAIL, C'EST FINALEMENT LE SENS DE L'ACTIVITÉ QUI EST ESSENTIEL, DAVANTAGE QUE L'ENGAGEMENT RSE

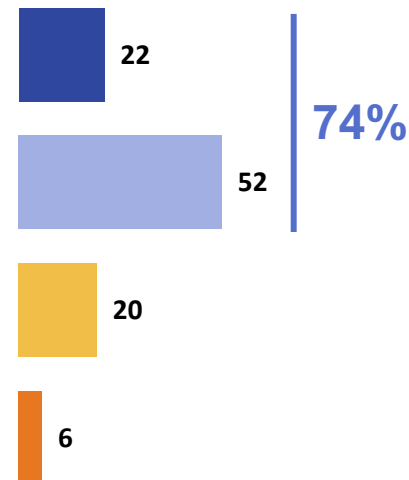
Pour vous-même, est-ce que l'**engagement social et environnemental d'une entreprise est un critère** que vous prenez en compte dans le choix d'un poste/d'un travail ?



Base :
Étudiants (=1349)

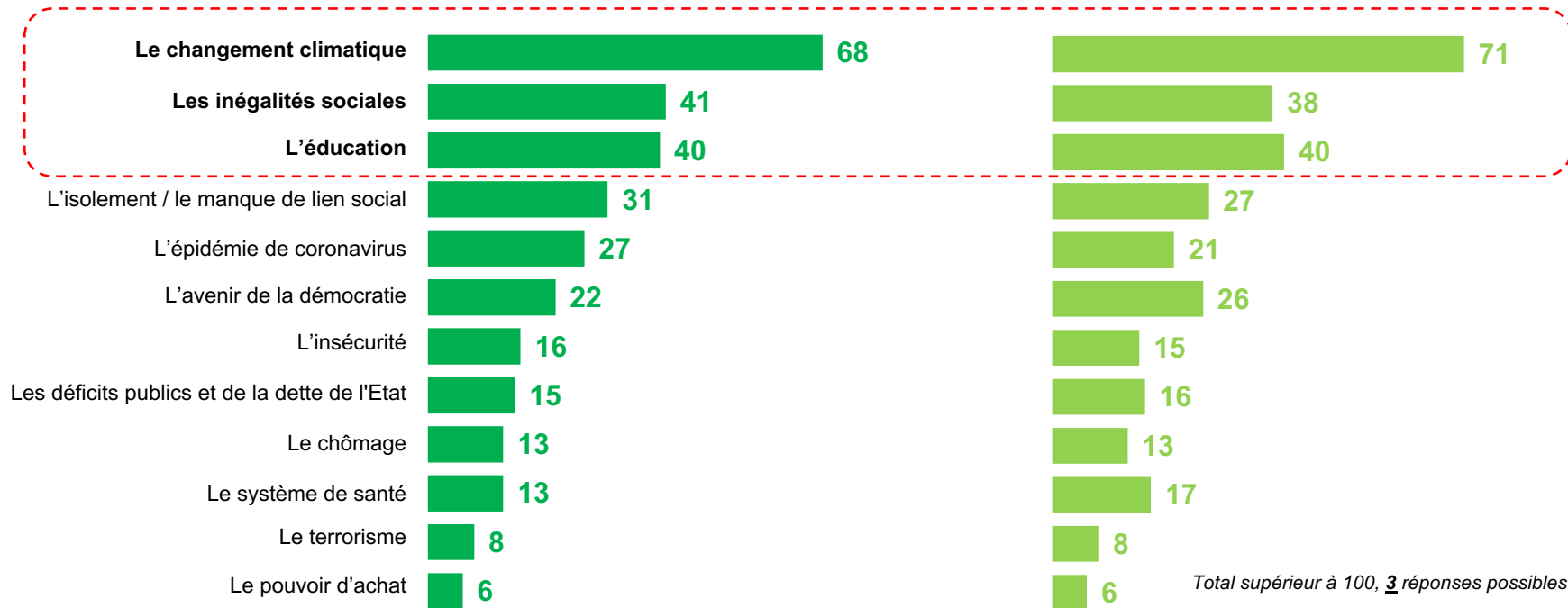
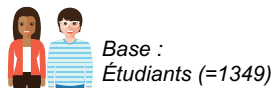


Base :
Alumni (=906)



LE CHANGEMENT CLIMATIQUE EST DE LOIN L'ENJEU QUI PRÉOCCUPE LE PLUS LES TALENTS, SUIVI DES INÉGALITÉS SOCIALES ET DE L'ÉDUCATION

Parmi les sujets suivants, quels sont les **trois** qui vous semblent les plus préoccupants actuellement pour vous personnellement ?



Total supérieur à 100, **3** réponses possibles

DES PRÉOCCUPATIONS ASSEZ PROCHES CHEZ LES HOMMES ET LES FEMMES

Parmi les sujets suivants, quels sont les **trois** qui vous semblent les plus préoccupants actuellement pour vous personnellement ?

TOP 3 DES PREOCCUPATIONS ...

ENSEMBLE



40% *ex æquo*
Les inégalités sociales
L'éducation

69%
Le changement
climatique

29%
L'isolement / Le
manque de lien social

.. Des femmes



45%
Les inégalités
sociales

71%
Le changement
climatique

35%
L'éducation

... des hommes



46%
L'éducation

67%
Le changement
climatique

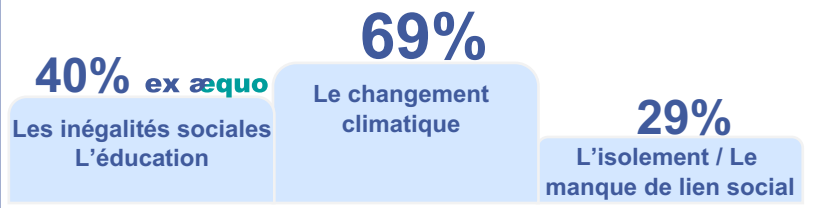
34%
Les inégalités
sociales

... MAIS DIFFÉRENTE SELON LA FORMATION, AVEC NOTAMMENT CHEZ LES ÉTUDIANTS EN COMMUNICATION, UN INTÉRÊT PLUS MARQUÉ POUR LES INÉGALITÉS SOCIALES ET L'AVENIR DE LA DÉMOCRATIE

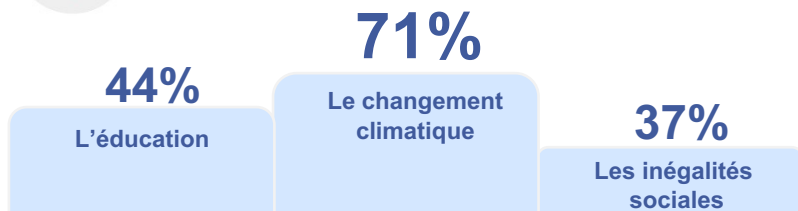
Parmi les sujets suivants, quels sont les **trois** qui vous semblent les plus préoccupants actuellement pour vous personnellement ?

TOP 3 DES PREOCCUPATIONS ...

ENSEMBLE



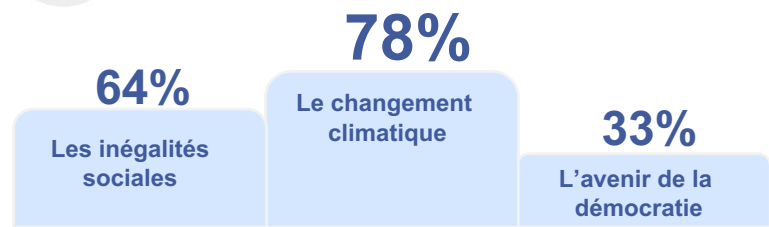
... des étudiants / alumni d'école d'ingénieurs



.. des étudiants / alumni d'écoles de commerce et management



... des étudiants / alumni en communication, journalisme, politique



HORMIS LES ASSOCIATIONS, LES AUTRES ACTEURS SOCIAUX ET ÉCONOMIQUES (ET NOTAMMENT LES GRANDES ENTREPRISES) SONT PERÇUS COMME FAIBLEMENT ENGAGÉS EN MATIÈRE DE RSE

Et pour chacun des acteurs suivants en France, vous diriez que concernant son engagement social et environnemental, ils/elles sont...

% Engagés »



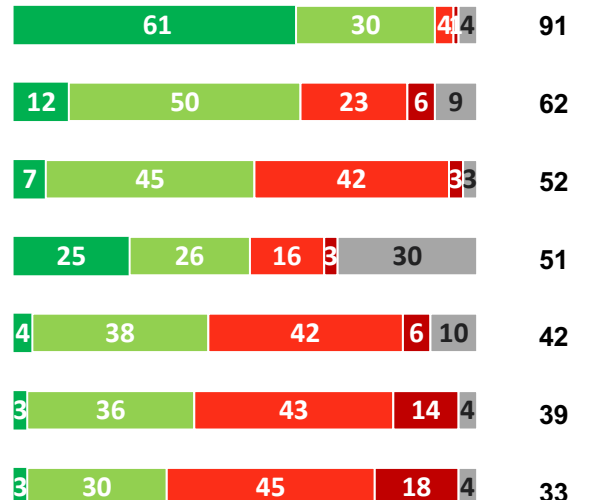
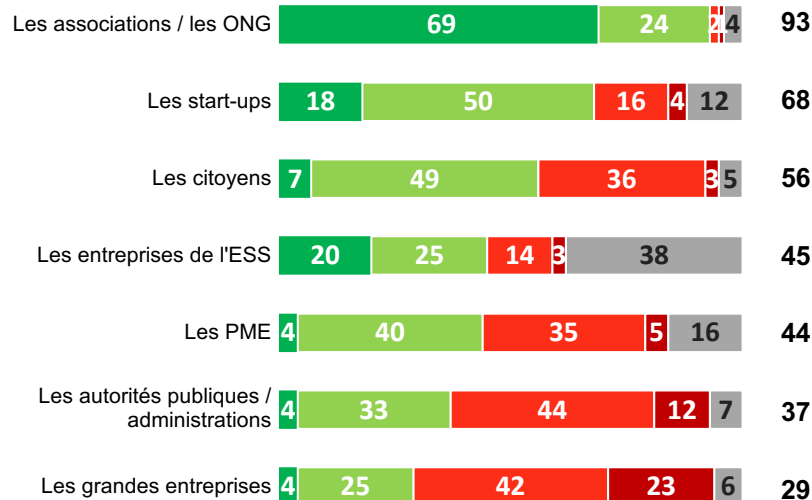
Base :
Étudiants (=1349)

% Engagés



Base :
Alumni (=906)

% Engagés



TRÈS ENGAGÉ(E)S

PLUTÔT ENGAGÉ(E)S

PLUTÔT PAS ENGAGÉ(E)S

PAS DU TOUT ENGAGÉ(E)S

VOUS NE SAVEZ PAS

LES START UP SONT LARGEMENT PERÇUES COMME ÉTANT ENGAGÉES ET ARRIVENT EN DEUXIÈME POSITION DERRIÈRE LES ASSOCIATIONS / ONG

Et pour chacun des acteurs suivants en France, vous diriez que concernant son engagement social et environnemental, ils/elles sont... (%Engagés)

#1

92% Les associations/
Les ONG

#2

66% Les start-ups

#3

54% Les citoyens

Rappels critères 2019

#1 Les associations / Les ONG (92%)

#2 Les start-ups (56%)

#3 Les entreprises de l'ESS (54%)

POURTANT, LES GRANDES ENTREPRISES, LES AUTORITÉS PUBLIQUES ET LES CITOYENS SONT PERÇUS COMME POUVANT AVOIR UN IMPACT RÉEL EN MATIÈRE D'ENGAGEMENT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Pour chacun des acteurs suivants en France, diriez-vous que concernant **son engagement social et environnemental**, ils/elles ont la capacité de changer les choses



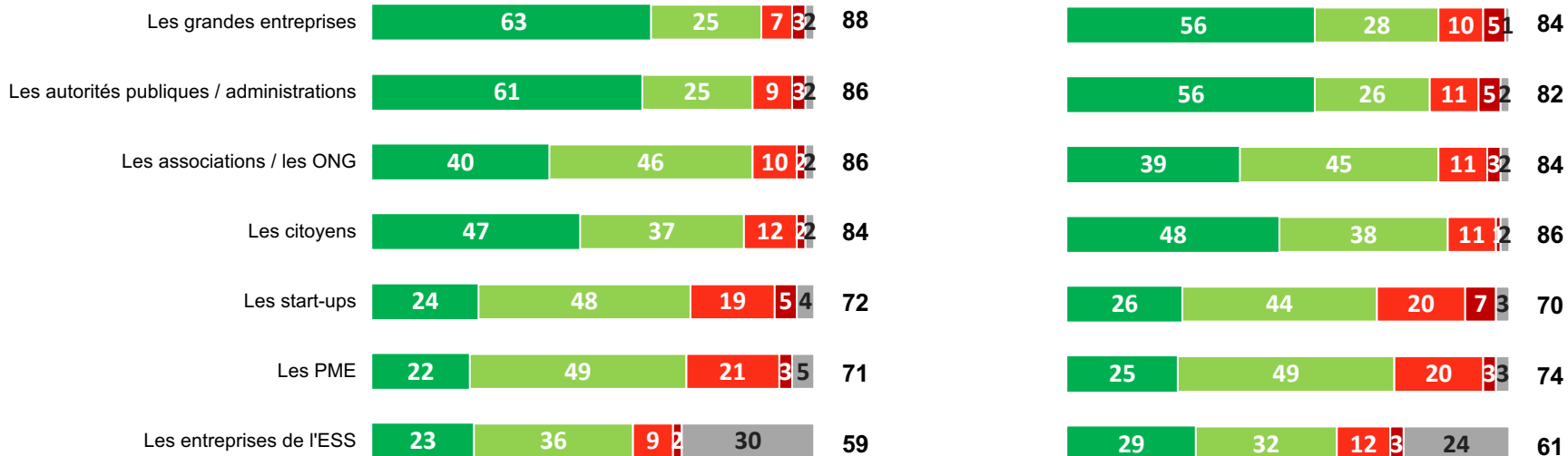
Base :
Étudiants (=1349)

% Oui



Base :
Alumni (=906)

% Oui



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

VOUS NE SAVEZ PAS

EN 2021, CE SONT LES GRANDES ENTREPRISES QUI SONT CONSIDÉRÉES COMME LES PLUS CAPABLES DE FAIRE CHANGER LES CHOSES

Pour chacun des acteurs suivants en France, diriez-vous que concernant **son engagement social et environnemental**, ils/elles ont la capacité de changer les choses

#1

86% Les grandes entreprises

#2
ex æquo

85% Les associations / les ONG
Les citoyens

#3

84% Les autorités publiques / administration

Rappels critères 2019

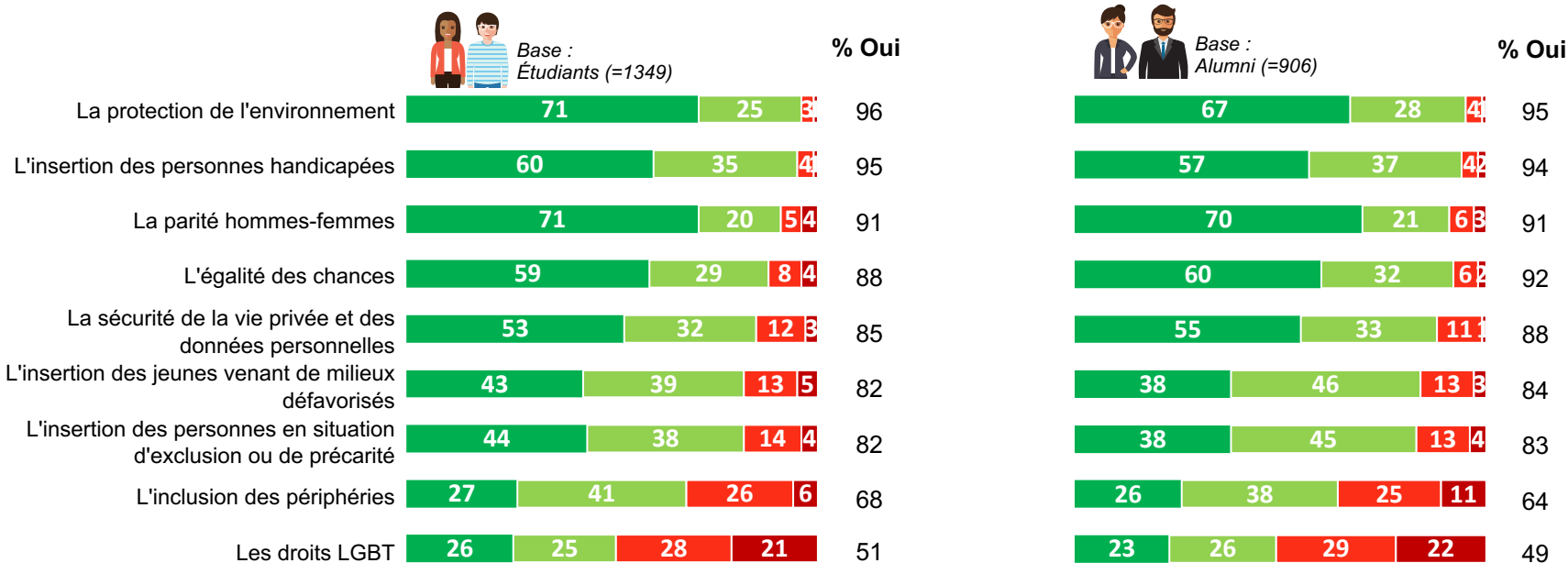
#1 Les associations / Les ONG (86%)

#2 Les citoyens (85%)

#3 Les autorités publiques/administration
Les grandes entreprises ex æquo (83%)

.. ET DANS LE DÉTAIL, LES ENTREPRISES SONT JUGÉES LÉGITIMES POUR AGIR DANS DE NOMBREUX DOMAINES DE LA RSE

Selon vous, est-ce le rôle ou non des entreprises d'agir dans le domaine de ... ?



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

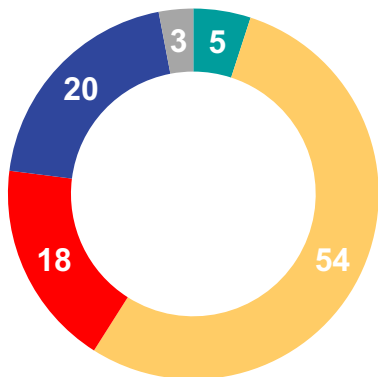
NON, PAS DU TOUT

... LEUR ENGAGEMENT RSE EST LE PLUS SOUVENT PERÇU COMME PEU SINCÈRE : ELLES LE FONT PRINCIPALEMENT PAR OPPORTUNISME, PAR OBLIGATION OU POUR RÉPONDRE À DES ENJEUX BUSINESS SELON LES RÉPONDANTS

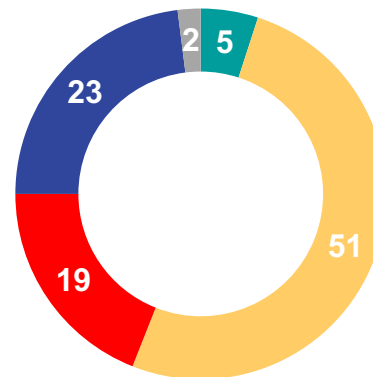
Selon vous, pour quelle raison les entreprises mettent-elles avant tout en place une politique et des actions d'engagement en matière social et environnemental ?



Base :
Étudiants (=1349)



Base :
Alumni (=906)



PAR CONVICTION POUR
ESSAYER SINCÈREMENT
D'AMÉLIORER LES CHOSES

PAR OPPORTUNISME
POUR AMÉLIORER LEUR IMAGE

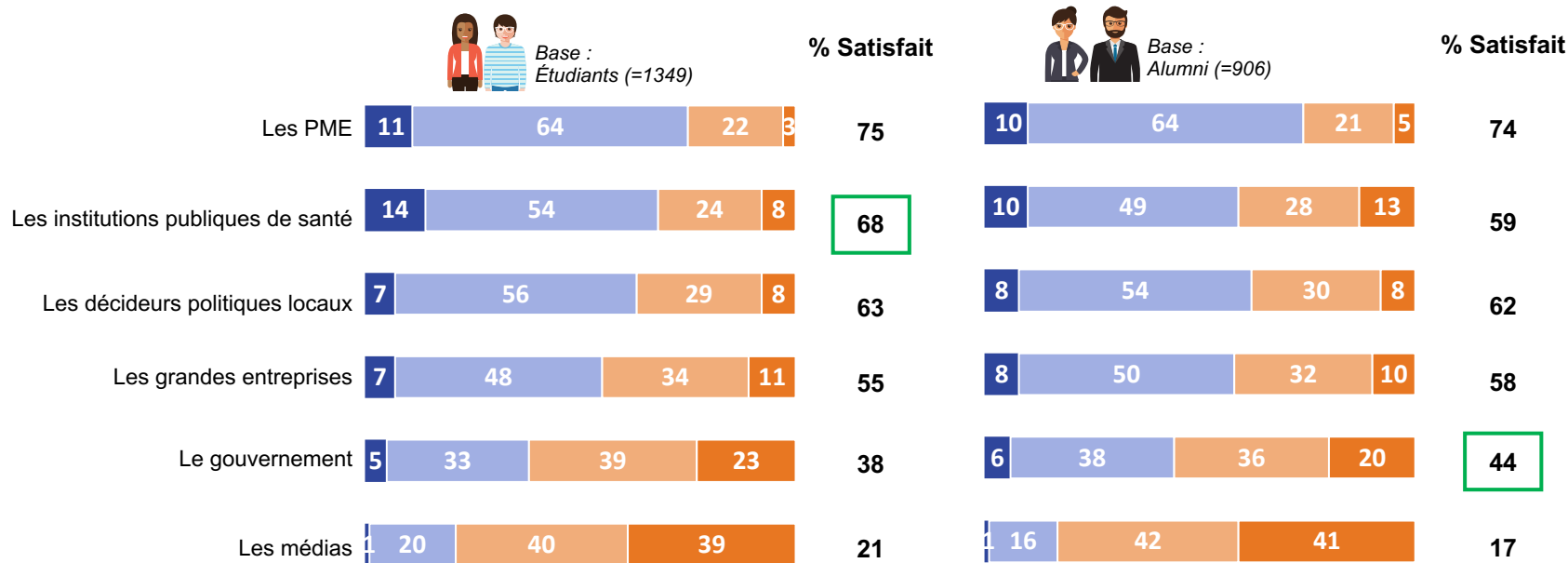
PAR NECESSITE POUR
RÉPONDRE À DES ENJEUX
ÉCONOMIQUES

PAR OBLIGATION
POUR OBÉIR À LA LOI

AUTRE

LES ÉTUDIANTS ET ALUMNI SALUENT TOUTEFOIS L'ATTITUDE DES PME (ET DANS UNE MOINDRE MESURE DES GRANDES ENTREPRISES) FACE À LA CRISE SANITAIRE

Diriez-vous que vous êtes satisfait ou pas de l'attitude de chacun des acteurs suivants durant la crise sanitaire ?



TRÈS SATISFAIT

ASSEZ SATISFAIT

PAS VRAIMENT SATISFAIT

PAS DU TOUT SATISFAIT

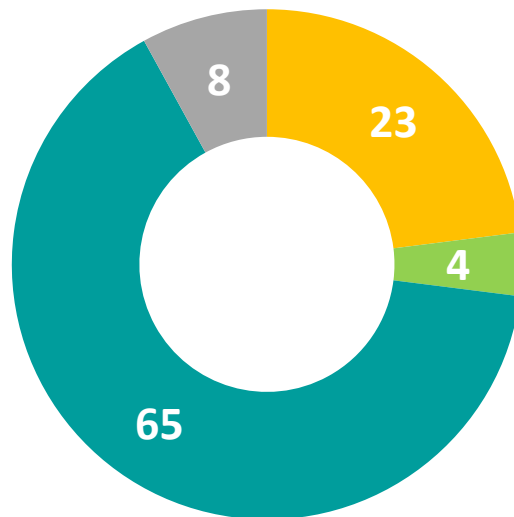
5 Engagement social et environnemental des étudiants et alumni

POUR LA MAJORITÉ DES ALUMNI, L'ENGAGEMENT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL RELÈVE TOUT AUTANT DE LA SPHÈRE PERSONNELLE QUE PROFESSIONNELLE

En ce qui concerne votre engagement social et environnemental, vous préférez le réaliser :



Base : Alumni (=906)



DANS LE CADRE PERSONNEL

DANS LE CADRE PROFESSIONNEL, AU
SEIN DE VOTRE ENTREPRISE

LES DEUX

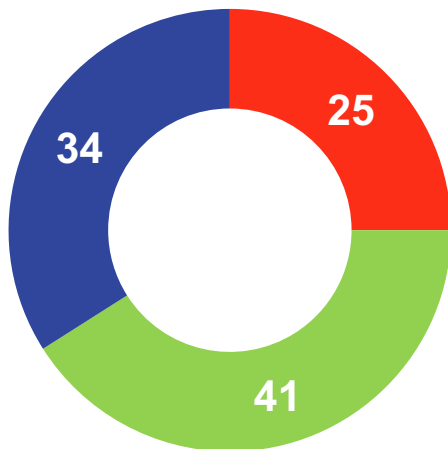
NI L'UN, NI L'AUTRE VOUS N'AVEZ PAS
D'ENGAGEMENT PARTICULIER

TROIS QUARTS DES ALUMNI SERAIENT PRÊTS À REVOIR À LA BAISSÉ LEUR RÉMUNÉRATION POUR TRAVAILLER DANS UNE ENTREPRISE EN ACCORD AVEC LEURS VALEURS

De combien seriez-vous prêt à réduire votre salaire pour aller travailler dans une entreprise en accord avec vos valeurs sociales et environnementales ?



Base : Alumni (=906)



Les alumni seraient prêts à réduire leur salaire de ...

12% en moyenne



Ecoles d'ingénieurs

13% en moyenne



Ecoles de communication, journalisme, politique

16% en moyenne



Ecoles de commerce et management

9% en moyenne

0%

ENTRE 1 ET 10%

PLUS DE 10%

LA PLUPART SE DISENT PRÊTS À S'ENGAGER POUR DES ACTIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DANS L'ENTREPRISE, 4 SUR 10 SE DISENT MÊME PRÊTS À DÉMISSIONNER SI LEUR ENTREPRISE VENAIT À MANQUER D'ENGAGEMENT SUR CES ASPECTS

Vous-même seriez-vous prêt à :



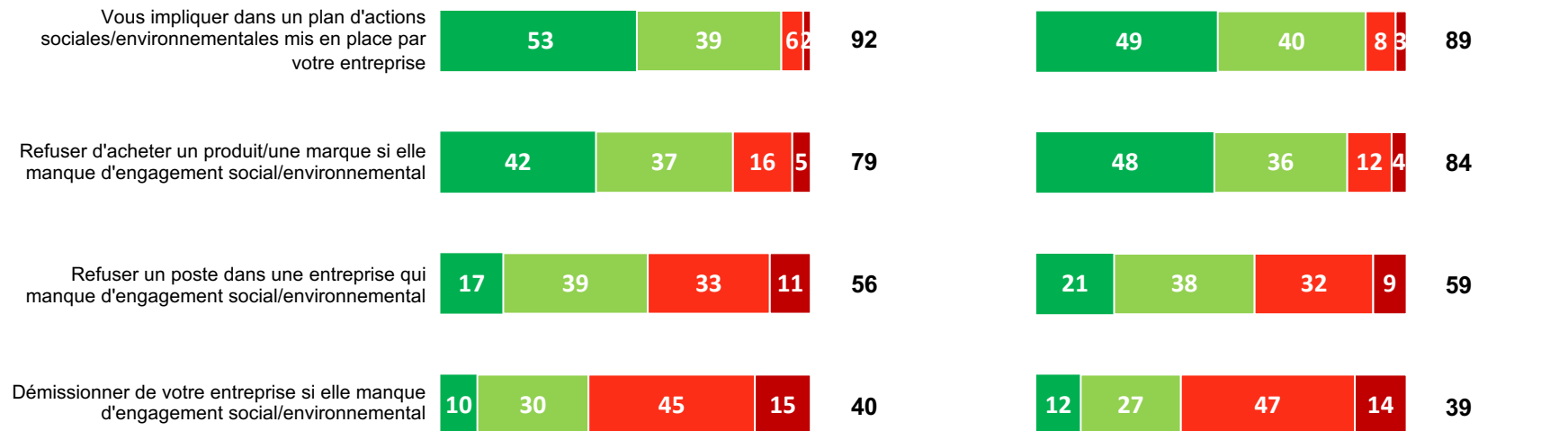
Base :
Étudiants (=1349)

% OUI



Base :
Alumni (=906)

% OUI



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

.. D'AILLEURS, DANS LE CHOIX D'UNE ENTREPRISE, LA MOITIÉ DES TALENTS DISENT ACCORDER PLUS D'IMPORTANCE AUX ENGAGEMENTS PORTÉS PAR L'ENTREPRISE QU'À LA STABILITÉ DE L'EMPLOI

A moyen terme, que rechercherez-vous en priorité chez les entreprises dans lesquelles vous chercherez du travail ?



Base :
Étudiants (=1349)



Base :
Alumni actifs (=893)

51



49



48



52



AVANT TOUT AU FAIT QU'ELLES PRENNENT DES ENGAGEMENTS QUI
CORRESPONDENT À VOS VALEURS
(en matière d'environnement, d'égalité femmes/hommes, de diversité etc.)

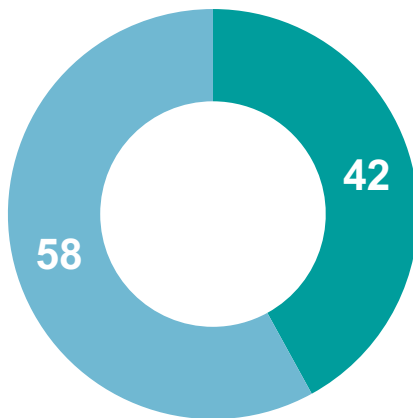
AVANT TOUT AU FAIT QU'ELLES VOUS PROPOSENT UN EMPLOI STABLE

POUR CHANGER LES MENTALITÉS, LES ÉTUDIANTS ESTIMENT UN PEU PLUS SOUVENT QUE LA MEILLEURE SOLUTION EST DE CHANGER LES CHOSES DE L'INTÉRIEUR MAIS LES ALUMNI CHOISISSENT PLUS FRÉQUEMMENT DE REJETER CES ENTREPRISES.

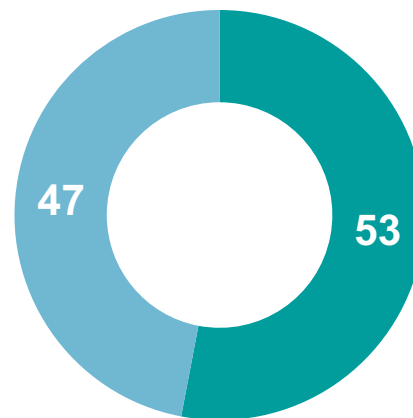
Pensez-vous que le meilleur moyen de **faire changer les mentalités** en matière d'engagement social/environnemental, c'est :



Base :
Étudiants (=1349)



Base :
Alumni (=906)



DE REFUSER DE TRAVAILLER AU SEIN DES ENTREPRISES QUI AGISSENT MAL

D'INTÉGRER LES ENTREPRISES QUI AGISSENT MAL POUR LES FAIRE CHANGER DE L'INTÉRIEUR

FINALEMENT, LES TALENTS ONT L'IMPRESSION D'EN FAIRE BEAUCOUP PAR RAPPORT AUX GÉNÉRATIONS DE LEURS AÎNÉS POUR SOUTENIR UNE SOCIÉTÉ PLUS DURABLE

Et actuellement, diriez-vous de chacune des générations suivantes qu'elle agit en faveur d'une société plus soutenable sur le plan social et écologique ?

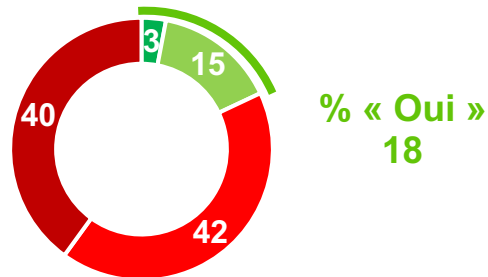
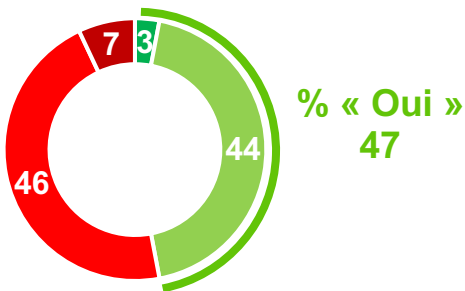
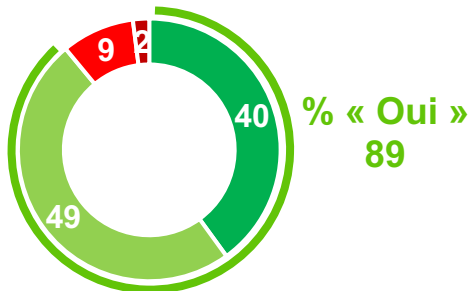
Votre génération

La génération de vos parents

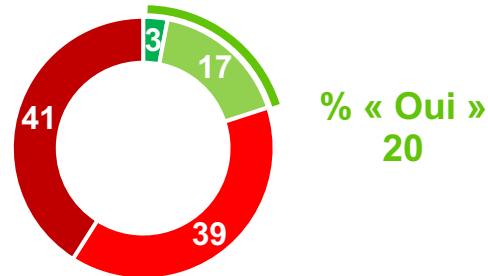
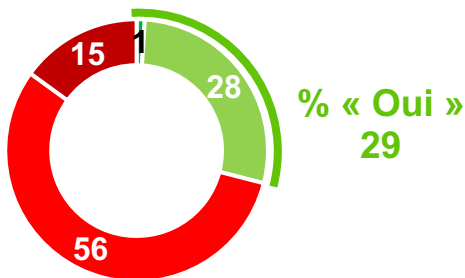
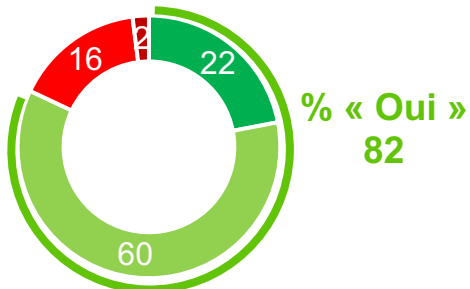
La génération de vos grands-parents



Base : Étudiants
(=1349)



Base : Alumni
(=906)



OUI, TOUT À FAIT

OUI, PLUTÔT

NON, PLUTÔT PAS

NON, PAS DU TOUT

VOUS NE SAVEZ PAS

ANNEXES

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), **E**uropean **S**ociety for **O**pinion and **M**arket Research,

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 les lois applicables. Ipsos a désigné un Data Protection Officer et a mis place un plan de conformité au Règlement Général sur la Protection des Données (Règlement (UE) 2016/679). Pour plus d'information sur notre politique en matière de protection des données personnelles : <https://www.ipsos.com/fr-fr/confidentialite-et-protection-des-donnees-personnelles>

La durée de conservation des données personnelles des personnes interviewées dans le cadre d'une étude est, à moins d'un engagement contractuel spécifique :



- de 12 mois suivant la date de fin d'une étude Ad Hoc
- de 36 mois suivant la date de fin de chaque vague d'une étude récurrente

Ipsos France est certifiée **ISO 20252 : Market Research par AFNOR Certification**



- Ce document est élaboré dans le respect de ces codes et 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 codes et normes internationales

A PROPOS D'IPSOS

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective sur 90 marchés, il emploie plus de 18 000 salariés et a la capacité de conduire des programmes de recherche dans plus de 100 pays.

Nos professionnels des études, analystes et scientifiques ont construit un groupe solide autour d'un positionnement unique multi-expertises – études marketing, opinion, citoyens, patients, gestion de la relation clients/employés. Nos 75 solutions sont basées sur des données primaires issues de nos enquêtes, de la surveillance des médias sociaux et de techniques qualitatives ou d'observation.

“Game Changers” – notre slogan– résume notre ambition d'aider nos 5 000 clients à naviguer plus facilement dans notre monde en profonde mutation.

Founded in France in 1975, Ipsos is listed on the Euronext Paris since July 1st, 1999. 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

GAME CHANGERS

Dans un monde qui évolue rapidement, s'appuyer sur des données fiables pour prendre les bonnes décisions n'a jamais été aussi important.

Chez Ipsos, nous sommes convaincus que nos clients cherchent plus qu'un simple fournisseur de données. Ils ont besoin d'un véritable partenaire qui leur procure des informations précises et pertinentes, et les transforme en connaissances pour leur permettre de passer à l'action.

Voilà pourquoi nos experts, curieux et passionnés, délivrent les mesures les plus exactes pour en extraire l'information qui permettra d'avoir une vraie compréhension de la Société, des Marchés et des Gens.

Nous mêlons notre savoir-faire au meilleur des sciences et de la technologie, et appliquons nos quatre principes de sécurité, simplicité, rapidité et de substance à tout ce que nous produisons.

Pour permettre à nos clients d'agir avec plus de rapidité, d'ingéniosité et d'audace.
La clef du succès se résume par une vérité simple :
« **YOU ACT BETTER WHEN YOU ARE SURE*** »

*Pour prendre les bonnes décisions, il faut être sûr.