

Communiqué de presse
Paris, le 14 octobre 2025

Baromètre 2025 : les ambitions des étudiant-es freinées par le poids des stéréotypes de genre

L'Association Française des Managers de la Diversité, la Conférence des grandes écoles et Clermont School of Business publient la 4^e édition du baromètre sur les stéréotypes de genre, réalisée auprès de plus de 3 000 étudiant-es de 89 établissements. L'étude révèle à la fois un recul des convictions égalitaires des étudiantes confrontées à une « double contrainte » et une génération en quête de nouveaux modèles d'ambition qui attend des grandes écoles un rôle moteur de transformation.

Le recul des convictions égalitaires, un signal préoccupant

La croyance en une stricte égalité des compétences entre femmes et hommes parmi les étudiant-es des grandes écoles a légèrement reculé, passant de 82% en 2021 à 79% en 2025. Ce pas en arrière confirme une tendance préoccupante et témoigne du retour des stéréotypes de genre dans la jeune génération. Les hommes restent associés à la confiance en soi (52,7%), à la gestion du stress (40,2%) et à l'autorité (37,7%), tandis que les femmes se voient encore attribuer l'empathie (76,5%), l'écoute (68,9%) et la sensibilité (68,6%). Paradoxalement, la majorité des jeunes se disent égalitaires, mais continuent à attribuer aux femmes et aux hommes des qualités figées. Cette contradiction alimente la persistance des inégalités et contribue à les reproduire dès l'entrée sur le marché du travail.

Des étudiantes sous « double contrainte », entre autocensure et assignations

Le baromètre met en évidence un mécanisme dans lequel les étudiantes intériorisent davantage les stéréotypes que leurs camarades masculins. Elles s'auto-attribuent en moyenne 4,1 stéréotypes, contre 2,9 pour les hommes. Dans le même temps, les étudiants projettent sur elles encore plus de clichés (3,2 en moyenne), bien plus que l'inverse (1,8). Cette « double contrainte » enferme les jeunes femmes dans un cercle d'autocensure et de remise en cause de leurs compétences, ce qui explique en partie pourquoi, à compétences égales, elles hésitent davantage à se projeter dans des fonctions de management ou de direction.

Une génération en quête de modèles d'ambition

Si 78,6% des étudiant-es se disent ambitieux-ses, près d'un tiers ne parvient pas à citer de figure publique. Beaucoup préfèrent valoriser leur entourage ou des personnalités discrètes, loin des modèles imposés. Lorsqu'ils évoquent des figures connues, Elon Musk ou Napoléon sont surtout cités par les hommes, tandis que Simone Veil ou Marie Curie le sont par les femmes. Ces références, bien que minoritaires, illustrent deux visions contrastées de l'ambition. L'une repose sur la réussite individuelle et la visibilité, l'autre sur l'engagement collectif, la justice ou le progrès scientifique. Plus encore que les noms avancés, c'est l'absence de modèles communs qui interpelle. L'ambition hiérarchique traditionnelle séduit de moins en moins une génération en quête de repères nouveaux.

Les grandes écoles, un levier stratégique pour transformer les représentations

Interrogés sur les vecteurs qui entretiennent le plus les stéréotypes, les étudiant-es citent la société (79,9%), les réseaux sociaux (63,5%) et les médias (57,3%). À l'inverse, les établissements d'enseignement supérieur apparaissent comme des espaces relativement protégés. Cette perception constitue un signal positif. Les grandes écoles sont perçues comme des lieux capables de remettre en question les biais et de proposer d'autres modèles de réussite. À condition d'intensifier les dispositifs

de formation et de sensibilisation, elles peuvent jouer un rôle clé pour préparer une génération en mesure de conjuguer ambition et égalité.

« Cette nouvelle enquête illustre l'ambivalence d'une jeunesse marquée par les stéréotypes de genre traditionnels et qui, dans le même temps, rejette les clichés classiques de l'ambition et aspire à de nouveaux modèles », analysent **Tanguy Bizien, responsable des études de l'AFMD, et Pascale Borel, professeur permanente en marketing à Clermont School of Business, co-auteurs de l'étude.**

À PROPOS DE LA CGE

Créée en 1973, la Conférence des grandes écoles, association loi de 1901, rassemble 247 écoles de niveau master et au-delà, ainsi qu'une cinquantaine d'entreprises et organismes membres. Parmi les écoles qui la constituent, 65% sont des établissements publics, le reste, dans une très grande majorité, sont d'intérêt général. Au-delà de ses missions de représentation d'intérêts auprès des décideurs publics et d'accréditation, habilitation et labellisation des formations délivrées par ses membres, la CGE a une mission de réflexion à travers ses 11 commissions et une trentaine de groupes de travail. À ce titre, elle joue un rôle clé dans le développement et le rayonnement de l'enseignement supérieur et de la recherche en France et à l'international. www.cge.asso.fr

LinkedIn : [@Conférence des grandes écoles \(CGE\)](#)
YouTube : [@conferencedesgrandesecoles845](#)

À PROPOS DE L'AFMD

Forte de près de 200 organisations adhérentes (entreprises, institutions, collectivités, associations, grandes écoles et universités), l'association est dédiée à prévenir les discriminations ainsi que promouvoir la diversité et l'inclusion dans le monde professionnel à travers la recherche et le développement d'outils (publications, rapports, études scientifiques etc.). L'objectif étant d'accompagner les entreprises pour intégrer pleinement les valeurs et pratiques de diversité, d'inclusion, de parité etc. au cœur de leur stratégie, influant directement la performance et le climat social. www.afmd.fr

À PROPOS DE CLERMONT SCHOOL OF BUSINESS

Fondée en 1919, Clermont School of Business (*ex ESC Clermont Business School*), est une Grande École de management de dimension internationale, triplement accréditée AACSB, EFMD BACHELOR et AMBA. Présente avec 4 campus à l'international et reconnue aux meilleurs niveaux pour la qualité de ses programmes Bachelors, Programme Grande École et MSc – Masters of Science, l'École rassemble plus de 50 enseignants-chercheurs permanents et accueille plus de 2 000 étudiants et entend être l'École qui révèle les talents et les passions d'une nouvelle génération d'acteurs du changement, plaçant l'humain et la planète au cœur de ses choix. www.clermont-sb.fr/

CONTACTS PRESSE

CGE

Agence Mantu
Nicolas Crépin
ncrepin@mantu.com
06 52 32 10 11

AFMD

Agence Vae Solis Communications
Gabrielle Pelet
afmd@vae-solis.com
06 29 94 59 87

Clermont School of Business
Agence MadameMonsieur
Laurène Martin
lmartin@madamemonsieur.agency
07 85 69 93 82

Pour ne plus recevoir les actualités de la CGE, cliquer [ici](#)