



Consultation réalisée auprès des élèves et  
alumni des grandes écoles

# Talents : ce qu'ils attendent de leur emploi

*« Et si l'économie sociale et solidaire  
était une solution ? »*

Janvier 2016



DISPOSITIF

# Une large consultation



## ÉCHANTILLON

**134 écoles et 3224  
répondants**

- 2111 étudiants
- 1193 alumni



## TERRAIN

Du 30 novembre 2015  
au 4 janvier 2016



## QUESTIONNAIRE

2 parties :

- Le parcours professionnel : attentes et aspirations
- L'économie sociale et solidaire : connaissance et opinions.



**QUELLES SONT LES ATTENTES  
DES ÉTUDIANTS DE GRANDE  
ÉCOLE POUR LEUR VIE  
PROFESSIONNELLE ?**

**QUELLE EST LA PLACE DE  
L'ÉCONOMIE SOCIALE ET  
SOLIDAIRE ?**



# RÉSULTATS CLÉS

# RÉSULTATS CLÉS



**UNE GÉNÉRATION  
EXIGEANTE ET EN QUÊTE  
DE SENS**



**UNE GÉNÉRATION QUI  
S'ENGAGE**



**ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE ET  
ENTREPRENEURIAT SOCIAL : UNE SPHÈRE  
ATTRACTIVE AUX CONTOURS INCERTAINS**



**LES FEMMES TÉMOIGNENT D'UNE  
MEILLEURE CONNAISSANCE DU  
SECTEUR ET D'UN ATTRAIT PLUS FORT**



**DES TALENTS CONFIANTS POUR L'AVENIR  
ET POUR QUI LA RÉMUNÉRATION N'EST  
PAS UNE PRIORITÉ**



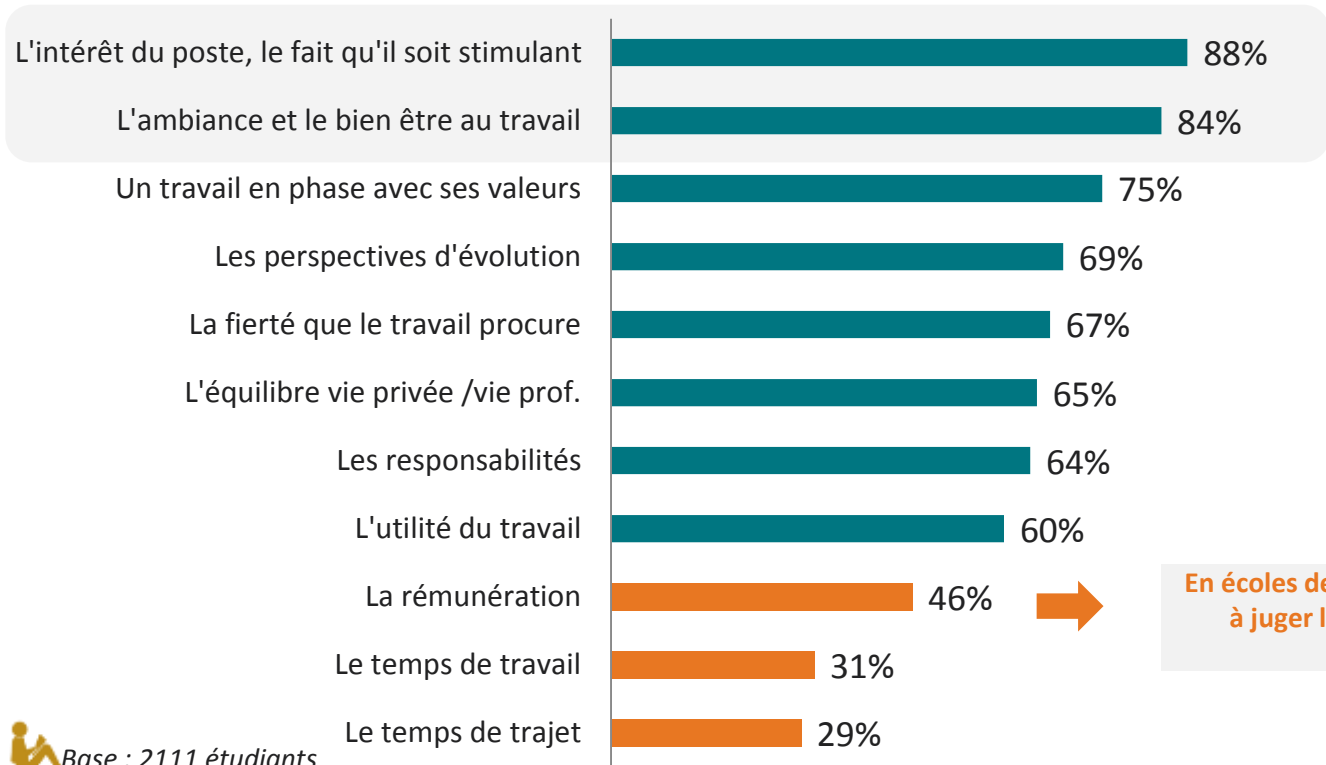
# UNE GÉNÉRATION EXIGEANTE ET EN QUÊTE DE SENS



# LE CONTENU DU TRAVAIL ET L'AMBIANCE COMPTENT PLUS DANS LE CHOIX DE SON FUTUR MÉTIER QUE LES CONDITIONS MATÉRIELLES ASSOCIÉES



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



En écoles de commerce/management, ils sont **61%** à juger la rémunération **primordiale ou très importante**.



Base : 2111 étudiants

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

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

**INTÉRÊT DU POSTE - 88%**



**#1**

**AMBIANCE ET BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL – 84%**



**#2**

**EN PHASE AVEC SES VALEURS – 75%**



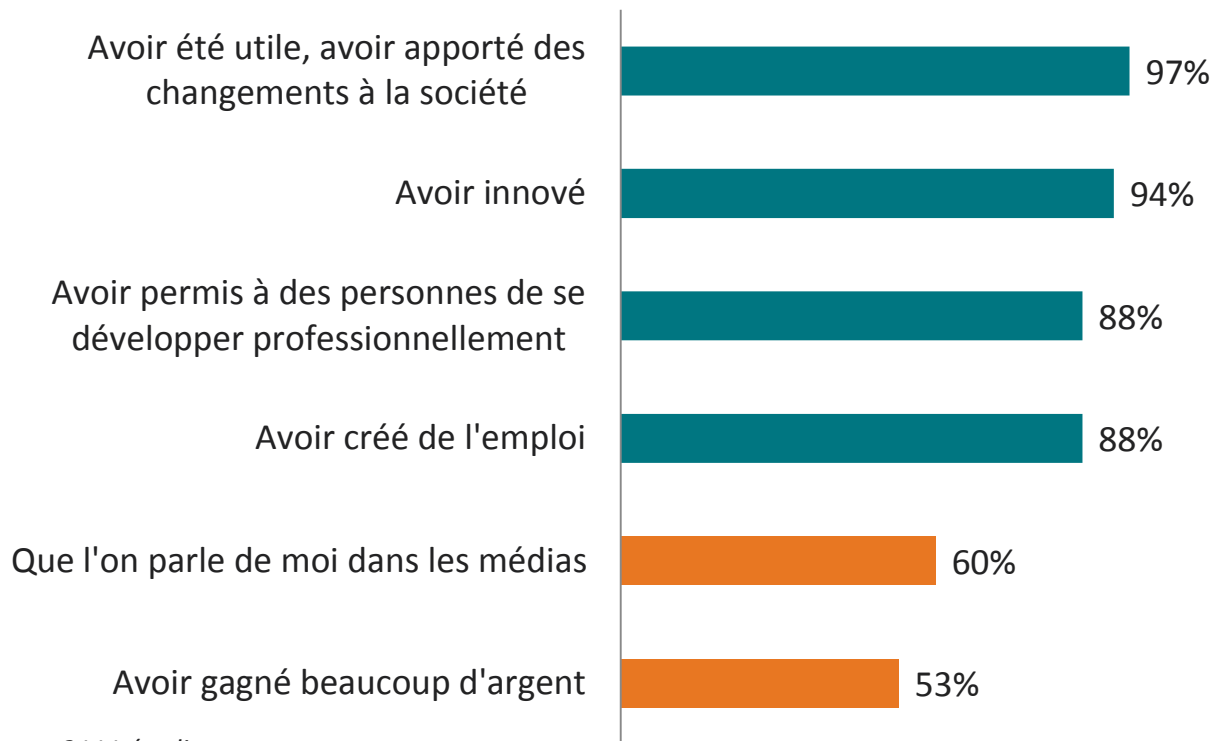
**#3**



# ÊTRE UTILE, INNOVER ET DÉVELOPPER SONT LES SOURCES DE FIERTÉ DES ÉTUDIANTS, DEVANT LEUR PROPRE INTÉRÊT



Pour chacune des choses suivantes, la réaliser au cours de votre vie professionnelle **vous rendrait-elle fier/fière ?**



Base : 2111 étudiants



# UNE GÉNÉRATION QUI S'ENGAGE



# L'UTILITÉ DU TRAVAIL DÉFINIE PAR SON RÔLE SOCIAL

Pour vous, un travail utile, c'est un travail qui ... En premier ? Et ensuite ?

Œuvre pour l'intérêt général

65%

Améliore la vie des gens

54%

Permet de changer les choses

40%

Crée de la valeur, de l'emploi

21%

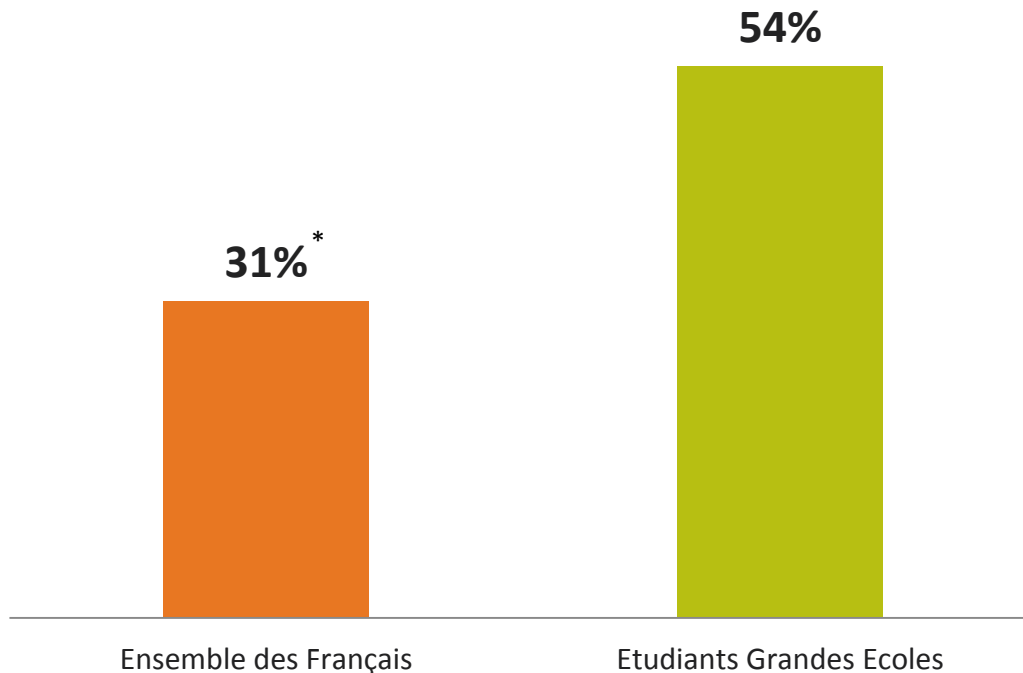
Permet de vivre confortablement

11%

# UN ENGAGEMENT ASSOCIATIF BIEN PLUS FORT QUE CHEZ LE RESTE DES FRANÇAIS



Etes-vous engagé(e) dans une association ?

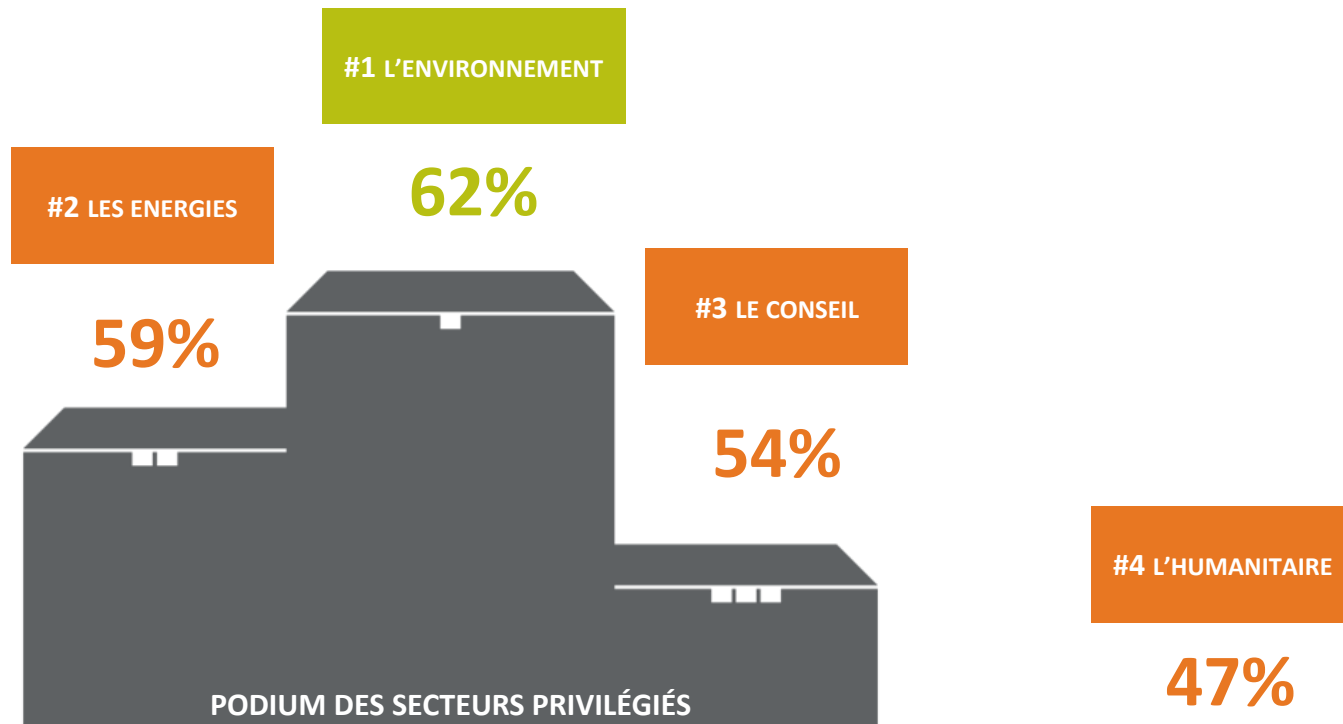


*\*Etude Ipsos réalisée pour Microsoft en octobre 2015 auprès d'un échantillon national représentatif de 1086 Français.*

# L'ENVIRONNEMENT EST LE SECTEUR QUI ATTIRE LE PLUS LES ETUDIANTS EN GÉNÉRAL, L'HUMANITAIRE EST EN 4<sup>E</sup> POSITION



Seriez-vous intéressé pour travailler dans chacun des secteurs suivants ? **Tout à fait + Plutôt**

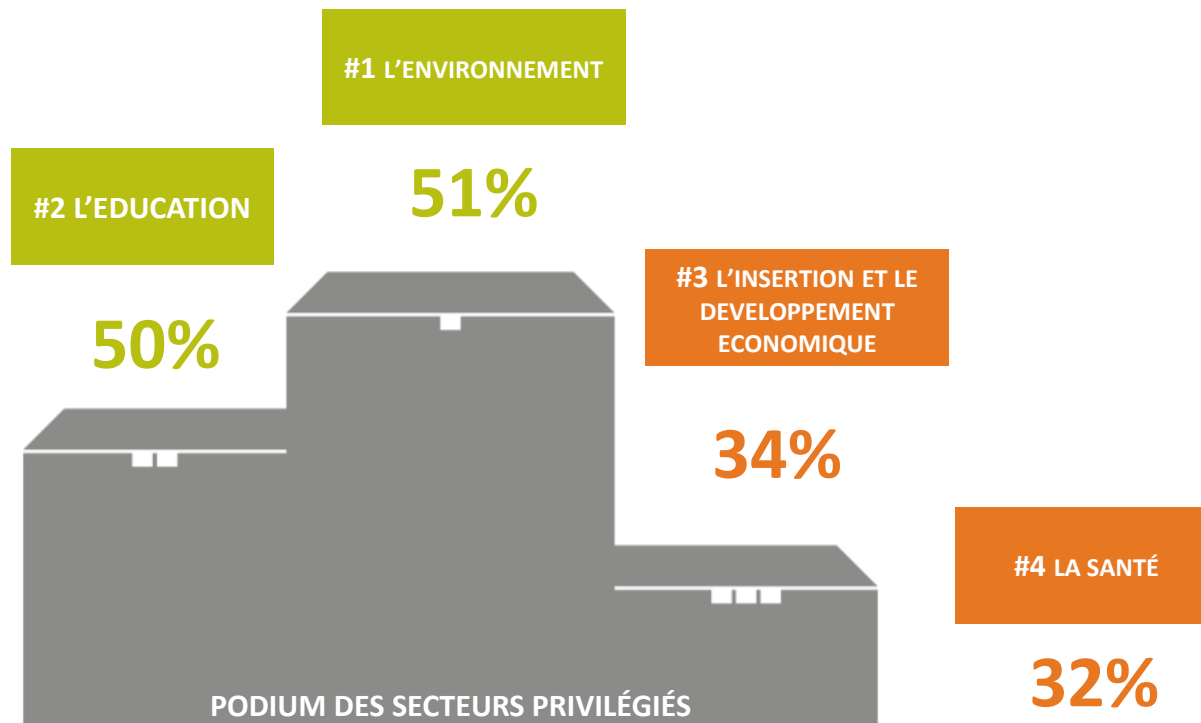


Base : 2111 étudiants

# AU SEIN DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE, L'ENVIRONNEMENT ET L'ÉDUCATION SONT JUGÉS LES PLUS ATTRACTIFS



Parmi les différentes causes pour lesquelles peut œuvrer une entreprise sociale et solidaire, celles pour lesquelles vous auriez le plus envie de travailler ?



Base : 2111 étudiants

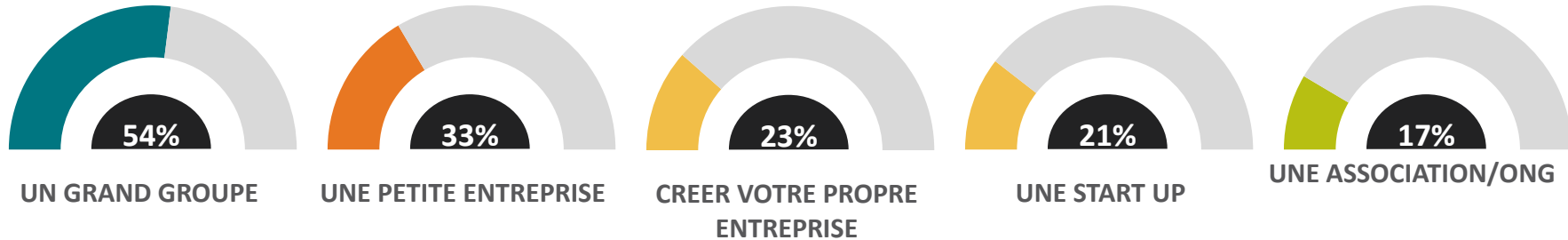


# RECHERCHER L'UTILITÉ DANS SON TRAVAIL NE PASSE PAS SEULEMENT PAR LE FAIT DE TRAVAILLER DANS UNE ASSOCIATION OU UNE ONG, MAIS ÉGALEMENT DANS UN GRAND GROUPE



Pour **53%** des étudiants, **être utile aux autres** est un **pré-requis absolu** dans le cadre de leur travail (vs. 46% des alumni)

Concernant votre futur, vous préféreriez travailler dans...?



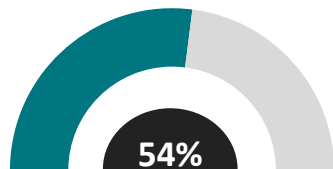
Base : 2111 étudiants

# UNE APPÉTENCE POUR L'ENTREPRENEURIAT PLUS PRONONCÉE CHEZ LES ALUMNI

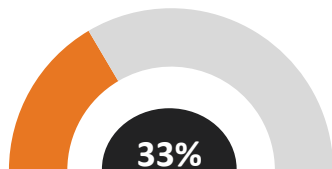


Concernant votre futur, vous préféreriez travailler dans...?

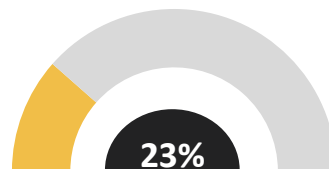
Base : 2111 étudiants



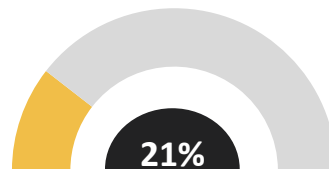
UN GRAND GROUPE



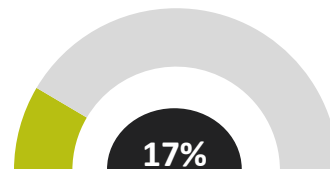
UNE PETITE ENTREPRISE



CREER VOTRE PROPRE ENTREPRISE



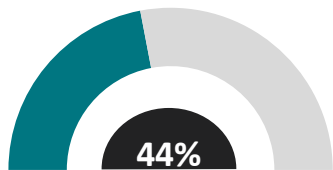
UNE START UP



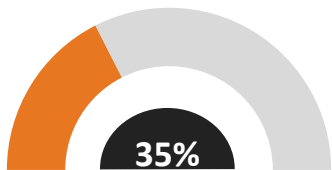
UNE ASSOCIATION/ONG

Dans l'idéal, sans tenir compte de votre situation actuelle, préféreriez-vous ? En premier ? En ensuite ?

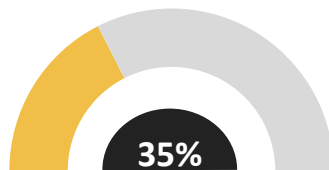
Base : 1130 alumni



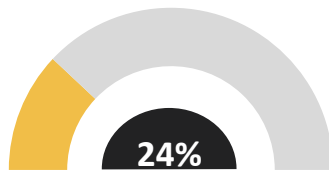
UN GRAND GROUPE



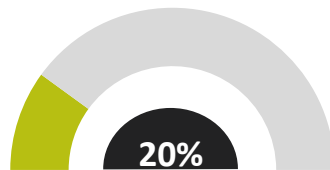
UNE PETITE ENTREPRISE



CREER VOTRE PROPRE ENTREPRISE



UNE START UP



UNE ASSOCIATION/ONG

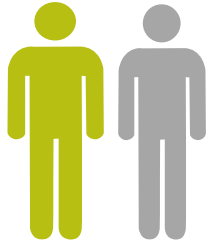


# ÉCONOMIE SOCIALE & SOLIDAIRE ET ENTREPRENEURIAT SOCIAL : UNE SPHÈRE ATTRACTIVE AUX CONTOURS INCERTAINS

# L'ESS ET L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL : UN SECTEUR D'AVENIR ATTRACTIF POUR LES ÉTUDIANTS



**1** ETUDIANT SUR 2  
AIMERAIT TRAVAILLER  
DANS CE SECTEUR



Dans les parcours  
communication/journalisme/  
science politique

Ils sont 2 sur 3 à vouloir travailler dans  
ce secteur

**7** ETUDIANTS SUR 10  
AIMERAIENT FAIRE UN STAGE  
DANS CE SECTEUR



**4** ETUDIANTS SUR 5  
ESTIMENT QUE LE SECTEUR VA  
SE DÉVELOPPER À L'AVENIR



Base : 2111 étudiants

# UN SECTEUR DONT LES CONTOURS RESTENT POURTANT DIFFICILES À DÉFINIR



**84%** des ETUDIANTS ont  
déjà entendu parler  
D'ÉCONOMIE SOCIALE ET  
SOLIDAIRE

Mais **54%**

Ne voient que « vaguement » ce dont il s'agit



**75%** des ETUDIANTS ont  
déjà entendu parler  
D'ENTREPRENEURIAT SOCIAL

Mais **52%**

Ne voient que « vaguement » ce dont il s'agit



Base : 2111 étudiants

# CE QUI PEUT S'EXPLIQUER PAR LE FAIT QUE PEU D'ENTRE EUX CONNAISSENT QUELQU'UN QUI Y TRAVAILLENT



SEULEMENT  
**1** ETUDIANT SUR **3**  
CONNAIT QUELQU'UN QUI  
TRAVAILLE DANS L'ESS



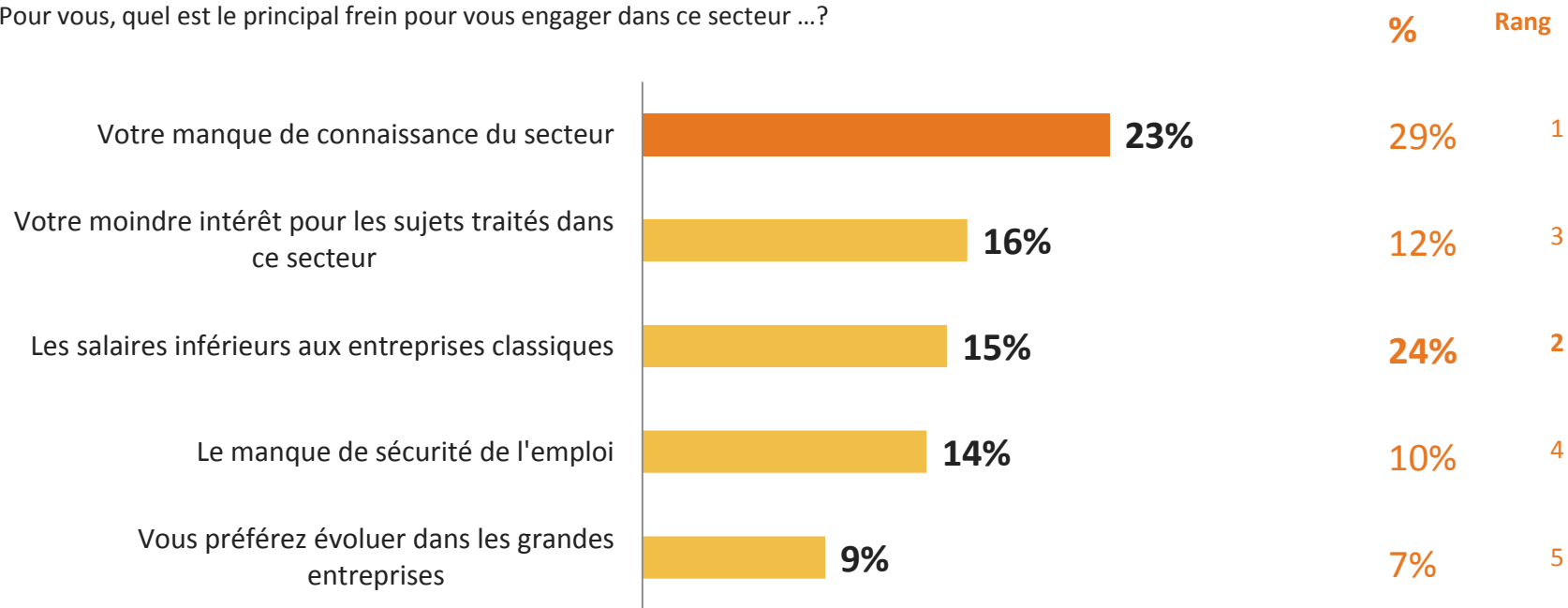
Base : 2111 étudiants





# L'AMÉCONNAISSANCE DU SECTEUR EST D'AILLEURS LE PRINCIPAL FREIN IDENTIFIÉ À LEUR ENGAGEMENT

Pour vous, quel est le principal frein pour vous engager dans ce secteur ...?



Base : 2111 étudiants

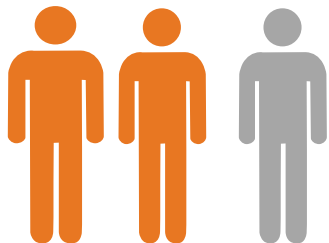


Base : 1130 alumni

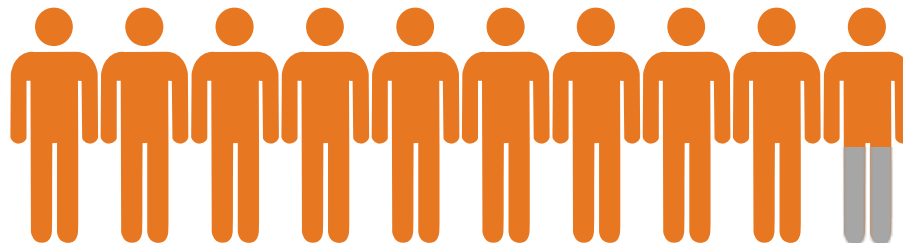
# AU SEIN DES ALUMNI, L'APPETENCE POUR L'ESS EST ENCORE PLUS FORTE...DU FAIT D'UNE MEILLEURE CONNAISSANCE ?



**2 ALUMNI SUR 3**  
AIMERAIENT TRAVAILLER  
DANS CE SECTEUR



**96%** des ALUMNI  
ont déjà entendu parler  
D'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE



Base : 1130 alumni



# LES FEMMES TÉMOIGNENT D'UNE MEILLEURE CONNAISSANCE DU SECTEUR ET D'UN ATTRAIT PLUS FORT

# LES FEMMES SAVENT MIEUX DÉFINIR LE SECTEUR



**87%**

**DES FEMMES ONT DÉJÀ  
ENTENDU PARLÉ DE  
L'ESS**



**79%**

**DES FEMMES ONT DÉJÀ  
ENTENDU PARLER DE  
L'ENTREPRENEURIAT  
SOCIAL**

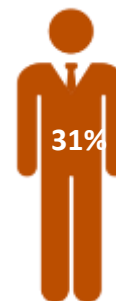
**vs. 81%**  
DES HOMMES



**vs. 72%**  
DES HOMMES



« Je connais au moins un  
des deux concepts »



Base : 2111 étudiants

# ELLES SONT PLUS NOMBREUSES À VOULOIR S'Y ENGAGER



**61%**

**DES FEMMES AIMERAIENT  
TRAVAILLER DANS CE DOMAINE**

**Vs. 45%**  
**DES HOMMES**



**78%**

**DES FEMMES AIMERAIENT  
FAIRE UN STAGE DANS CE  
DOMAINE**

**Vs. 67%**  
**DES HOMMES**

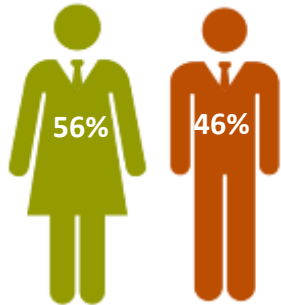


Base : 2111 étudiants

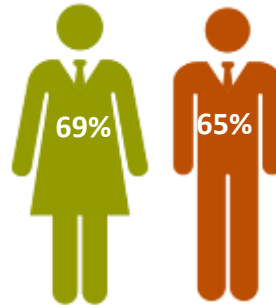
# ELLES SEMBLANT DAVANTAGE EN PHASE AVEC LES PRINCIPES DE L'ESS ET CROIENT DAVANTAGE EN SON POTENTIEL

## TOTAL D'ACCORD

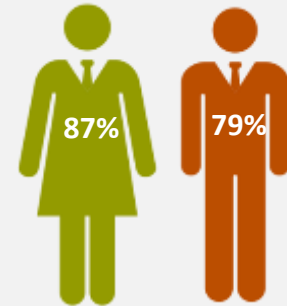
« Le pouvoir de décision dans les entreprises de l'économie sociale et solidaire devrait être équivalent pour tous les employés, sur le principe 'UN HOMME, UNE VOIX' »



« Les RÉMUNÉRATIONS dans les entreprises de l'économie sociale et solidaire devraient être ENCADRÉES »



« L'Économie Sociale et Solidaire va se développer à l'avenir »



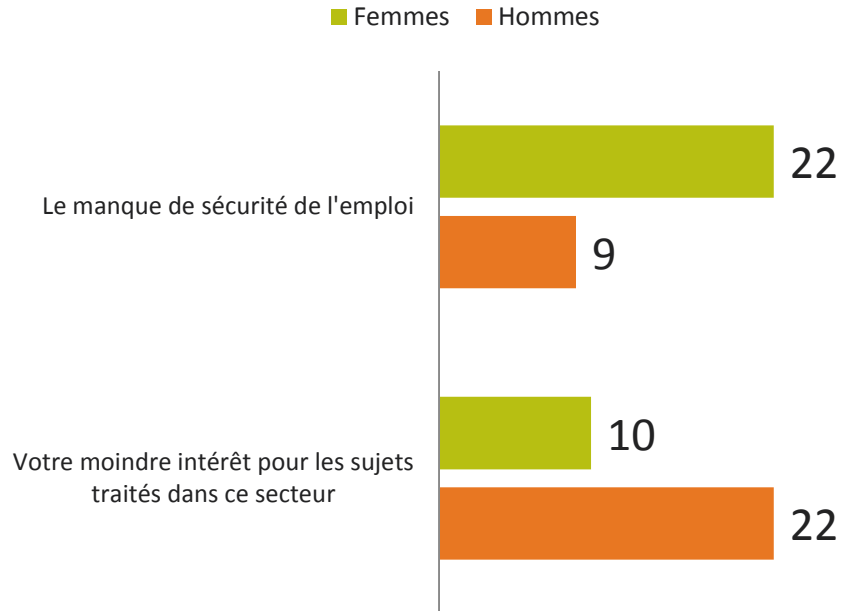
Base : 2111 étudiants



# MÊME SI ELLES METTENT EN AVANT LEUR CRAINTE D'UN MANQUE DE SÉCURITÉ DE L'EMPLOI



Pour vous, quel est le principal frein pour vous engager dans ce secteur ...?



Base : 2111 étudiants



# DES TALENTS CONFIANTS POUR L'AVENIR ET POUR QUI LA RÉMUNÉRATION N'EST PAS UNE PRIORITÉ

# DES ÉTUDIANTS DÉTERMINÉS QUANT À LEUR AVENIR

# 79%

des étudiants ont une idée du métier qu'ils vont faire une fois diplômés

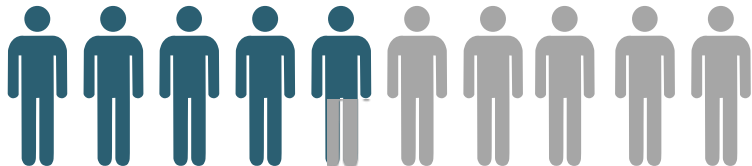


Base : 2111 étudiants

# LA RÉMUNÉRATION N'EST PAS PRIORITAIREMENT CITÉE COMME CRITÈRE DE CHOIX DE SON FUTUR MÉTIER



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



46% considèrent comme primordial ou important **LA RÉMUNÉRATION** dans le choix de leur futur métier



**10<sup>e</sup> position** seulement  
sur les **16** critères  
proposés



Base : 2111 étudiants

# GAGNER BEAUCOUP D'ARGENT SUSCITE A PRIORI MOINS DE FIERTÉ QU'ÊTRE UTILE AUX AUTRES ET À LA SOCIÉTÉ



Pour chacune des choses suivantes, la réaliser au cours de votre vie professionnelle **vous rendrait-elle fier/fière ?**



53% seraient fiers d'avoir gagné beaucoup d'argent au cours de leur vie professionnelle



**9<sup>e</sup> et dernière position  
des éléments proposés**



Base : 2111 étudiants

# DES JEUNES PLUTÔT PRÊTS À DIMINUER LEURS PRÉTENTIONS SALARIALES POUR TRAVAILLER DANS L'ESS



73%

des étudiants estiment que  
**LE NIVEAU DE RÉMUNÉRATION**  
– à poste égal – est **inférieur** dans  
l'économie sociale et solidaire



26%

des étudiants accepteraient personnellement de  
gagner **jusqu'à 10% de moins** pour travailler  
dans l'économie sociale et solidaire

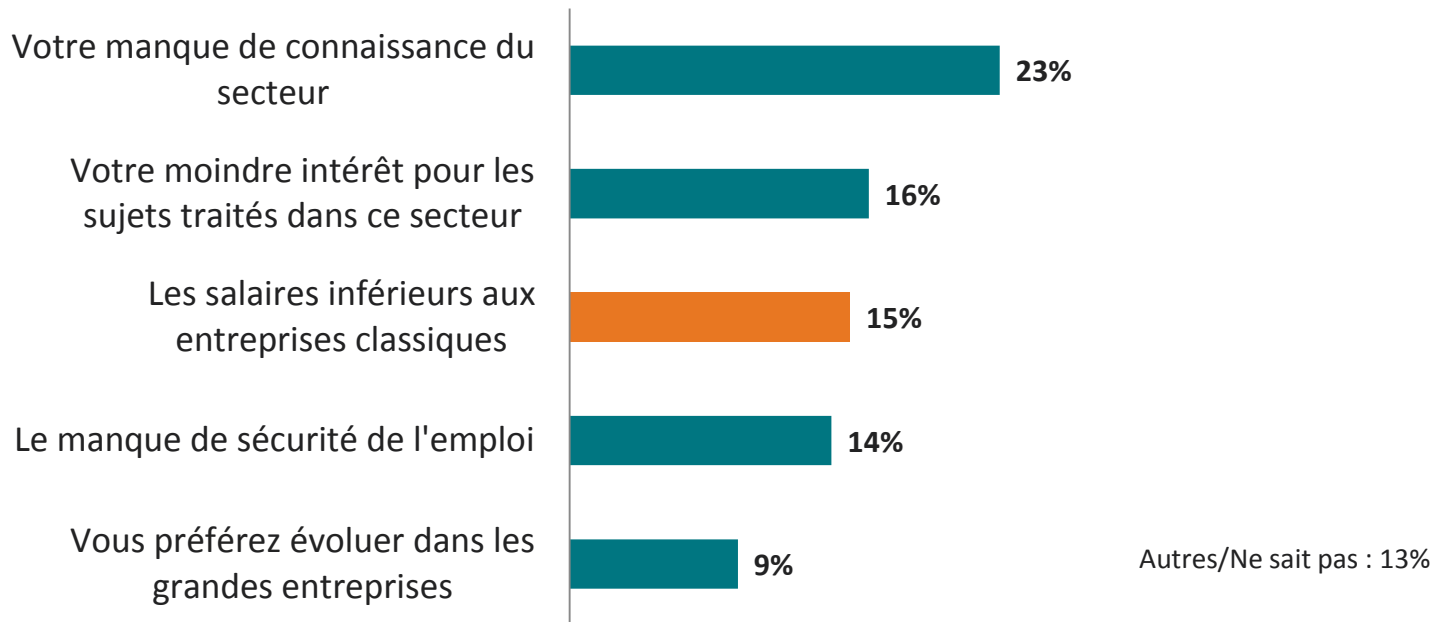


Base : 2111 étudiants

# LE NIVEAU DE SALAIRE NE RESSORT QU'EN TROISIÈME POSITION DES FREINS À L'ENGAGEMENT DANS CE SECTEUR



Pour vous, quel est le principal frein pour vous engager dans ce secteur ...?



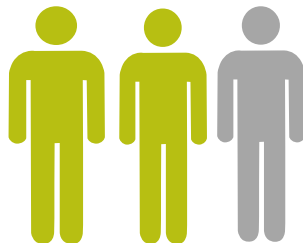
Base : 2111 étudiants

# LES ÉTUDIANTS IDENTIFIENT L'ENCADREMENT DES SALAIRES COMME UNE COMPOSANTE DE L'ÉCONOMIE SOCIALE ET SOLIDAIRE



« Les RÉMUNÉRATIONS dans les entreprises de l'économie sociale et solidaire devraient être ENCADRÉES »

**2** ETUDIANTS SUR 3  
SONT D'ACCORD



Base : 2111 étudiants



# NOUS SOMMES LÀ POUR VOUS AIDER VOS CONTACTS SUR CETTE ÉTUDE



**Brice Teinturier**

Directeur Général Délégué France

Ipsos

✉ [Brice.teinturier@ipsos.com](mailto:Brice.teinturier@ipsos.com)

☎ 01 41 98 90 93



**Jean-Michel CAYE**

Directeur Associé senior

The Boston Consulting Group

✉ [Caye.Jean-michel@bcg.com](mailto:Caye.Jean-michel@bcg.com)

☎ 01 40 17 19 14



**André BISMUTH**

Chargé de communication

Conférence des Grandes Ecoles

✉ [andre.bismuth@cge.asso.fr](mailto:andre.bismuth@cge.asso.fr)

☎ 01 46 34 77 58



# 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](http://www.syntec-etudes.com)), Syndicat professionnel des sociétés d'études de marché en France
- **ESOMAR** ([www.esomar.org](http://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 2052 : 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.

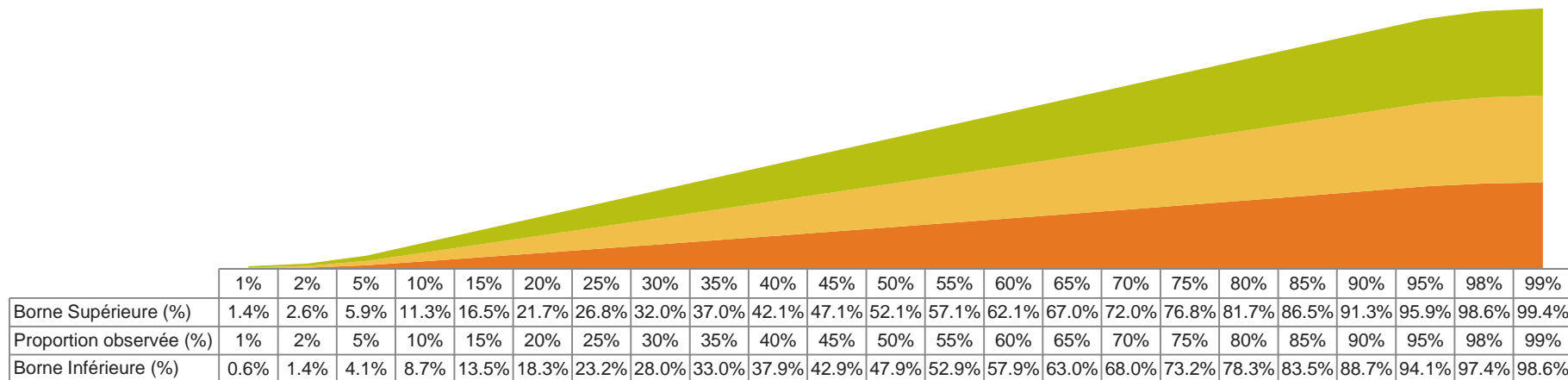
✓ Cette étude a été réalisée dans le respect de ces normes internationales

# FIABILITÉ DES RÉSULTATS

## Feuille de calcul

- En l'occurrence s'agissant de cette étude :
  - Intervalle de confiance : [sélectionner entre] **90%/95%/99%**
  - Taille d'échantillon : [saisir la taille de l'échantillon] **N**
- Les proportions observées sont comprises entre :

■ Borne Supérieure (%)     
 ■ Proportion observée (%)     
 ■ Borne Inférieure (%)



# Étude CAWI sur panel online



## ECHANTILLON

- **Population cible** : Elèves et anciens des grandes écoles membres de la CGE
- **Tirage de l'échantillon** : lien vers le questionnaire envoyé aux écoles pour qu'elle le transfère à leurs élèves et alumni.
- Tous les questionnaires recueillis ont été intégrés dans l'échantillon final



## COLLECTE DES DONNÉES

- **Dates de terrain** : **compléter**
- **Taille de l'échantillon final** : **3241** individus dont 2111 élèves et 1193 alumni.
- **Mode de recueil** : Recueil On line



## TRAITEMENTS DES DONNÉES

- Echantillon non pondéré



# FIABILITÉ DES RÉSULTATS : Études auto-administrées online

La fiabilité globale d'une enquête est le résultat du contrôle de toutes les composantes d'erreurs, c'est pourquoi Ipsos impose des contrôles et des procédures strictes à toutes les phases des études.

## ☑ EN AMONT DU RECUEIL

- **Echantillon** : structure et représentativité
- **Questionnaire** : le questionnaire est rédigé en suivant un process de rédaction comprenant 12 standards obligatoires. Il est relu et validé par un niveau senior puis envoyé au client pour validation finale. La programmation (ou script du questionnaire) est testée par au moins 2 personnes puis validée.

## ☑ LORS DU RECUEIL

- **Echantillonnage** : Ipsos impose des règles d'exploitation très strictes de ses bases de tirages afin de maximiser le caractère aléatoire de la sélection de l'échantillon: tirage aléatoire, taux de sollicitation, taux de participation, abandon en cours, hors cible...
- **Suivi du terrain** : La collecte est suivie et contrôlée (lien exclusif ou

contrôle de l'adresse IP, pénétration, durée d'interview, cohérence des réponses, suivi du comportement du panéliste, taux de participation, nombre de relances,...).

## ☑ EN AVAL DU RECUEIL

- Les résultats sont analysés en respectant les méthodes d'analyses statistiques (intervalle de confiance versus taille d'échantillon, tests de significativité). Les premiers résultats sont systématiquement contrôlés versus les résultats bruts issus de la collecte. La cohérence des résultats est aussi contrôlée (notamment les résultats observés versus les sources de comparaison en notre possession).
- Dans le cas d'une pondération de l'échantillon (méthode de calage sur marges), celle-ci est contrôlée par les équipes de traitement (DP) puis validée par les équipes études.

# FICHE TECHNIQUE

# Organisation



## L'ENSEMBLE DE CETTE ÉTUDE A ÉTÉ RÉALISÉ PAR LES ÉQUIPES IPSOS EN FRANCE

- Design et méthodologie
- Scripting
- Elaboration du questionnaire / validation du scripting
- Coordination de la collecte
- Collecte des données
- Traitement des données
- Validation des analyses statistiques
- Elaboration du rapport d'étude
- Conception de la présentation des résultats
- Présentation orale

## A PROPOS D'IPSOS

---

Ipsos est le troisième Groupe mondial des études. Avec une présence effective dans 87 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](http://www.ipsos.com)

© 2015 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](http://www.ipsos.fr)



[facebook.com/ipsos.fr](https://facebook.com/ipsos.fr)



[vimeo.com/ipsos](https://vimeo.com/ipsos)



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



## A PROPOS DU BOSTON CONSULTING GROUP

---

Le BCG est un cabinet international de conseil en management et le leader mondial du conseil en stratégie d'entreprise. Nous travaillons avec des clients de tous les secteurs partout dans le monde pour identifier ensemble les meilleures opportunités, les aider à affronter leurs défis et faire évoluer leurs activités. A travers une approche personnalisée, nous leur apportons notre vision de la dynamique des entreprises et des marchés ainsi que notre expertise à chaque niveau de leur organisation. Nous leur garantissons ainsi un avantage concurrentiel durable, des organisations plus performantes et des résultats pérennes. Fondé en 1963, le BCG est une entreprise privée présente dans 46 pays avec 82 bureaux. Plus d'informations sur <http://www.bcg.fr/>

## RETROUVEZ-NOUS

---

Découvrez les dernières analyses du BCG sur:

[bcgperspectives.com](http://bcgperspectives.com)

[Entrepreneur-social.bcg.fr](http://Entrepreneur-social.bcg.fr)



facebook.com/BCGinFrance



@BCGinFrance