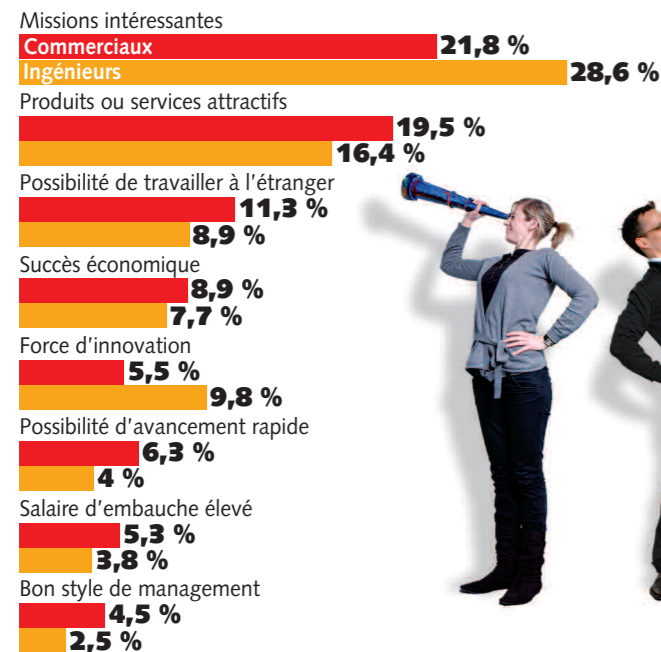


Qu'est-ce qui fait courir les futurs décideurs?

Prêts à bouger, à beaucoup travailler, mais pas à tout sacrifier à leur carrière, les étudiants français adorent les entreprises... de leur pays.

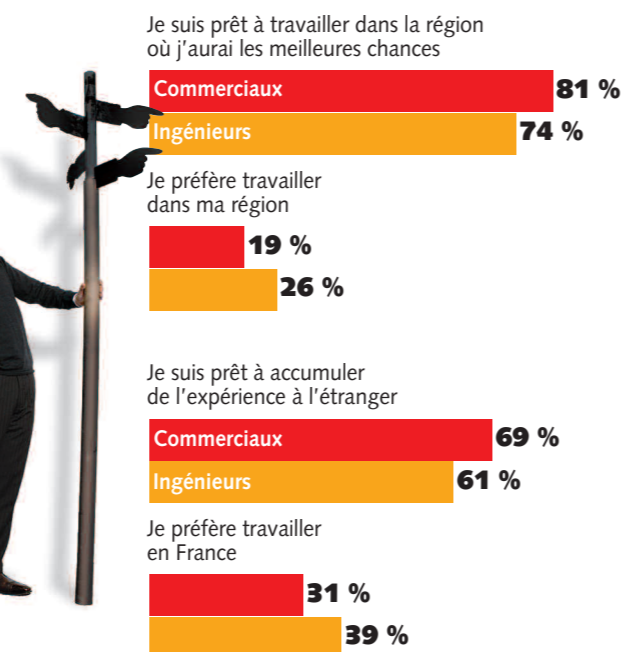
A chacun ses critères

Quels sont les critères les plus importants dans le choix de vos employeurs préférés ?



Voir du pays séduit

Si une entreprise vous fait une offre attractive, dans quelle mesure êtes-vous mobile ?

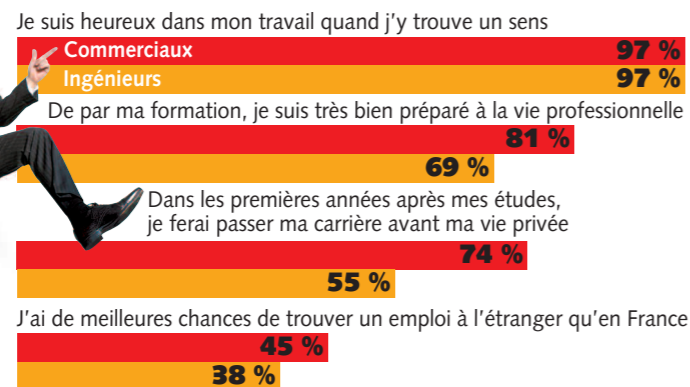


Près d'un élève ingénieur sur trois souhaite se voir attribuer des « missions intéressantes » tout de suite, tandis que leurs condisciples des écoles de commerce se préoccupent davantage des produits sur lesquels ils auront à travailler, ainsi que de leurs possibilités d'avancement et d'évolution internationale.

Sans surprise, les ingénieurs sont plus casaniers que les commerciaux. Toutefois, à une écrasante majorité, les uns et les autres sont prêts à changer de région ou à s'expatrier. Les commerciaux en particulier (voir ci-dessous) sont lucides sur le dynamisme du marché de l'emploi à l'étranger.

Bien préparés et en quête de sens

Pourcentage d'étudiants d'accord avec ces affirmations.



Un véritable appel au bonheur ! 97 % des étudiants s'imaginent heureux dans leur travail s'ils y trouvent un sens. Mais autant les commerciaux sont tout feu tout flamme, autant les ingénieurs tiennent à maintenir une cloison entre leur vie professionnelle et leur vie privée.

Lucides sur les horaires...

Quel temps de travail hebdomadaire escomptez-vous en début de carrière ?

Les commerciaux savent qu'ils travailleront beaucoup plus que trente-cinq heures par semaine, et les élèves des meilleures écoles savent qu'ils travailleront encore plus que les autres !



* Essec, HEC, EM-Lyon, ESCP-EAP

... et les salaires

Quel salaire escomptez-vous en début de carrière ?



* Essec, HEC, EM-Lyon, ESCP-EAP

Lucidité absolue sur les salaires : les étudiants savent ce qu'ils valent. Ainsi, ceux des quatre plus grandes écoles de commerce ont tendance à se placer d'emblée dans la fourchette haute...

Notre partenaire

L'institut Trendence est la branche recherche du Groupe Hobsons, le n° 1 mondial des services de recrutement d'étudiants et de jeunes diplômés. Trendence est le spécialiste international des enquêtes portant sur le marketing des ressources humaines et sur l'image de marque des employeurs. Les résultats présentés dans cette double page proviennent du Baromètre étudiants 2007, une enquête réalisée auprès de plus de 11 000 étudiants de grandes écoles en France. Voir la méthodologie page 123.

JÉRÔME CHATIN

Le palmarès des entreprises qui font rêver

Dans quelles entreprises souhaiteriez-vous travailler ?

ÉCOLE DE COMMERCE			ÉCOLE D'INGÉNIEURS		
Rang	Entreprise	%	Rang	Entreprise	%
1	LVMH	14,4 %	1	EADS	16,2 %
2	L'Oréal	13,3 %	2	PSA Peugeot Citroën	10,0 %
3	Danone	9,2 %	3	Thales	8,6 %
4	Air France	8,8 %	4	Renault	8,3 %
4	BNP Paribas	8,8 %	5	Dassault Aviation	8,1 %
6	Ernst & Young	8,1 %	6	EDF	6,5 %
7	Société générale	7,1 %	7	L'Oréal	6,1 %
8	Accor	6,7 %	8	Vinci	6,0 %
9	PricewaterhouseCoopers	6,3 %	9	Veolia	5,9 %
10	KPMG	5,9 %	10	Bouygues Construction	5,5 %
11	Publicis	5,7 %	11	Total	5,4 %
12	Nestlé	5,6 %	12	Air France	5,2 %
13	Adidas	5,5 %	13	Safran	4,9 %
14	JPMorgan	5,4 %	14	France Télécom	4,8 %
15	HSBC-France	5,2 %	15	SNCF	4,7 %
16	Apple	5,0 %	16	BNP Paribas	4,4 %
17	Unilever	4,9 %	16	Société générale	4,4 %
18	Total	4,8 %	18	Areva	4,3 %
19	Procter & Gamble	4,7 %	19	IBM	4,1 %
20	Boston Consulting Group	4,5 %	19	Sony	4,1 %
20	Deloitte	4,5 %	21	Apple	3,9 %
20	McKinsey & Company	4,5 %	22	Microsoft	3,8 %
23	Goldman Sachs	3,9 %	23	Eiffage	3,6 %
24	Sony	3,8 %	23	Danone	3,6 %
25	Accenture	3,5 %	23	STMicroelectronics	3,6 %
25	EADS	3,5 %	26	Accenture	3,5 %
25	PPR	3,5 %	26	Capgemini	3,5 %
28	Crédit agricole	3,4 %	28	Siemens	3,4 %
28	Morgan Stanley	3,4 %	29	Valeo	3,3 %
28	Veolia	3,4 %	30	Philips, Sanofi-Aventis, Suez	3,2 %

En Allemagne, les étudiants n'ont qu'une idée : travailler dans l'automobile. En Grande-Bretagne, ce sont les entreprises américaines qui les font rêver. En France, on aime les marques et les beaux produits. LVMH et L'Oréal

remportent ainsi les suffrages des étudiants en écoles de commerce. « Leur attractivité est directement proportionnelle au prestige de leurs marques », commente Benjamin Daubigny, responsable de

l'enquête de l'institut Trendence pour la France. Il remarque aussi que « les étudiants français préfèrent les entreprises françaises », et que « le prestige des marques déteint dans une certaine mesure sur les ingénieurs, puisque L'Oréal

arrive en septième position ». Lorsqu'on interroge uniquement les élèves d'HEC, de l'Essec, de l'ESCP-EAP et de l'EM-Lyon, c'est McKinsey qui arrive en tête, suivi du Boston Consulting Group et de Goldman Sachs.