

## Parce que les diplômés le valent bien.

Paris, 15 février 2007 - L'Oréal, Danone et la Société Générale ne ménagent pas leurs efforts pour polir leur image de marque employeur auprès des futurs diplômés des Grandes Ecoles de Commerce. Avec succès, comme le montre la plus grande enquête Emploi et Carrière en Europe.

---

### 1) L'Oréal plébiscité pour son marketing RH

Pour 18,2% des étudiants français, c'est L'Oréal qui dans l'ensemble se met le mieux en valeur en tant qu'employeur, loin devant Coca-Cola et Danone qui arrivent en 2<sup>ème</sup> et 3<sup>ème</sup> position.

L'expert des cosmétiques est aussi crédité de la meilleure présence employeur sur Internet, coiffant du même coup au poteau des entreprises comme Microsoft et Apple (pourtant dotées du fait de leur secteur d'activité d'une plus grande expertise informatique). « Les futurs diplômés prêtent moins attention au brio technique, qu'à la mise en valeur intrinsèque de la marque employeur », analyse Benjamin Daubigny de l'Institut trendence.

De leur côté, les futurs diplômés européens perçoivent également L'Oréal comme ayant le meilleur marketing RH, au coude à coude avec PricewaterhouseCoopers.

### 2) Danone offre les stages les plus attractifs

Un peu plus de 10 % des futurs diplômés français pensent que c'est Danone qui propose les stages les plus intéressants. L'entreprise agro-alimentaire se hisse ainsi sur la première marche du podium, suivie de près par BNP Paribas (8,6 %) et L'Oréal (8,4 %).

Au niveau européen et toujours en ce qui concerne l'attractivité des stages proposés, Danone se classe troisième derrière PricewaterhouseCoopers et Ernst & Young.

### 3) La Société Générale grand gagnant pour les salons de recrutement et les campus écoles

Le choix des étudiants français est sans appel : c'est la Société Générale qui a la meilleure présence sur les salons de recrutement. Avec 12,1 % des suffrages, il s'agit d'un véritable triomphe pour la banque noire et rouge, qui laisse loin derrière elle ses plus proches poursuivants PricewaterhouseCoopers et Danone.

Idem pour la présence sur les campus des grandes écoles, où la Société Générale domine de la tête et des épaules (18,6 % des suffrages), suivie par BNP Paribas et de nouveau PricewaterhouseCoopers.

#### **4) L'objectivité de l'information paye davantage que sa gratuité**

Pour plus de la moitié des futurs diplômés, français comme européens, l'information transmise par les employeurs doit avant tout être objective - la gratuité de l'information jouant quant à elle un rôle secondaire. « En matière d'information sur les employeurs, pour les futurs diplômés, le fond compte beaucoup plus que la forme ou le mode de communication » commente Caroline Dépierre de l'Institut trendence.

##### **A propos de l'enquête**

Avec plus de 33.000 réponses collectées auprès d'étudiants issus de plusieurs centaines d'établissements publics et privés, „The European Student Barometer“ est la plus grande enquête actuelle sur les attentes et préférences des futurs diplômés envers le monde du travail. Elle est conduite chaque année par le biais d'un questionnaire en ligne et anonyme dans les pays suivants : France, Allemagne, Italie, Espagne, Suisse, Pays-Bas, Norvège, Suède, Finlande, Danemark, Royaume-Uni, Irlande, Portugal, Belgique, Pologne, Hongrie et République Tchèque. Les données sont pondérées par genre et pays, pour garantir la représentativité des informations.

##### **A propos de trendence**

L'Institut trendence est la branche recherche du Groupe Hobsons, le n°1 mondial des services de recrutement d'étudiants et de futurs diplômés avec des implantations en Europe, Asie, Australie et Amérique. Nous sommes le spécialiste des études de marché portant sur le marketing RH et l'image de marque employeur. Nous publions des études nationales, européennes et mondiales - Plus de 200.000 étudiants ont ainsi participé à nos enquêtes en 2006. Une majorité des grandes entreprises en Europe ainsi que de nombreuses PME utilisent régulièrement nos produits et services.

Nombre de signes : 3.972 (espaces inclus)

**N'hésitez pas à nous contacter pour obtenir de plus amples informations.**

Caroline Dépierre et Benjamin Daubigny

**trendence** Institut pour le Marketing RH

Kochstraße 27

10969 Berlin

Phone: +49 30 259 29 88-202

Fax: +49 30 259 29 88-901

benjamin.daubigny@trendence.de

www.trendence.com