



Classement UNIVERSUM 2016

Les entreprises qui font rêver les étudiants en France

Paris, le 5 avril 2016 - Comme chaque année, [Universum](#) publie les résultats de son enquête carrière étudiante. En 2016, Il s'agit d'exactly **43 214 étudiants** d'écoles de commerce et d'ingénieurs qui prennent le temps de répondre à un ensemble de questions sur leur profil, leur expérience, leurs objectifs de carrière et leur attentes professionnelles. Il leur est par ailleurs demandé de choisir **leurs employeurs préférés**, qu'ils évaluent et dont le **classement est officiellement dévoilé aujourd'hui**.

Le TOP 10 du classement en mouvement

Dans les écoles de commerce/management – L'arrivée de Chanel dans le classement Universum 2016 bouleverse les résultats : Si LVMH (1^{er}) reste l'employeur le plus attractif, son écart avec le 2^{ème} rang se réduit considérablement. Google, 3^{ème} depuis 2013, conquiert davantage de cœurs puisqu'il monte sur la deuxième place du podium, plaçant L'Oréal Group en 3^{ème} position, suivi de Apple à la 4^{ème}.

Emilie Duquenne, Directrice Recrutement France chez L'Oréal Group réagit à ce sujet : *« Plus que l'employeur idéal, nous cherchons avant tout à être l'entreprise que les candidats choisiront en priorité pour postuler. Nous sommes d'ailleurs devenus l'entreprise qui a suscité le plus grand intérêt en qualité d'employeur - et ce pour la première fois cette année. Notre véritable enjeu est de transformer cet intérêt en acte de candidature afin d'élargir notre vivier de candidats car nous recrutons plus de 200 jeunes diplômés en CDI chaque année. Les 50 000 CVs que nous recevons en France chaque année démontrent la constance de l'intérêt que nous portent les candidats. »*

La grande nouveauté de cette année est effectivement l'arrivée de Chanel dans le classement, intégrant directement le Top 5. Chaque année, de nouvelles entreprises font leur apparition dans le classement consécutivement aux citations spontanées des étudiants qui mentionnent des employeurs absents de la liste proposée. Chanel, massivement appelée par les étudiants depuis quelques années, a donc naturellement rejoint la liste des employeurs de l'enquête, entraînant une lame de fond sur son passage : Groupe Canal+ (-1), Nestlé (-1), Danone (-1) et Coca-Cola Enterprises (-2). À l'inverse, EY (Ernst & Young) (9^{ème}), imperturbable, se fait même remarquer en progressant d'une place.

Dans les écoles d'ingénieurs – La tête de classement reste stable : Airbus Group (1^{er}), Google (2^{ème}), Thales (3^{ème}), Dassault Aviation (4^{ème}), Safran (5^{ème}), EDF (6^{ème}), Vinci (8^{ème}) conservent leur rang. Seuls changements : des progressions pour Apple (+2), Microsoft (+1) et Dassault systèmes (+2) ; ce dernier rejoignant ainsi pour la première fois le TOP 10 des entreprises les plus plébiscitées par les futurs diplômés ingénieurs.

Les évolutions les plus significatives en 2016

Les changements de noms de certains groupes impactent fortement les résultats. C'est le cas notamment de Groupe Rocher, anciennement Groupe Yves Rocher ou de Suez, anciennement Suez Environnement, qui enregistrent une baisse significative. À l'inverse, quelques employeurs tirent profit de leur changement de nom : ENGIE, anciennement Gaz de France a su se rendre extrêmement visible avec le déploiement de campagnes de communication grand public et gagne de cette manière 3 places dans le classement des ingénieurs.

« Un nom simple et fort qui évoque l'énergie pour tous et dans toutes les cultures, un nom qui incarne l'ensemble de nos valeurs et activités et qui porte une vision optimiste et nouvelle de la transition énergétique.

C'est ce que nous voulons véhiculer à travers ENGIE – de la proximité – de l'universalité – de l'inventivité et ainsi susciter l'envie de nous rejoindre pour co-construire le futur de l'énergie » décrit Karine Rachmann, Directeur de l'image externe ENGIE.

De même, Groupe M6, ex Métropole Télévision (M6), bénéficie d'un nom à plus forte notoriété et enregistre un saut de 43 places dans le classement des commerciaux.

Les plus belles performances sont ensuite à attribuer à Adidas group (+ 12 places) et Carrefour (+ 11 places) dans la filière commerce puis à Banque de France (+ 17 places), Mazars (+ 17 places) et Sopra Steria (+ 16 places) dans la filière ingénierie. Quatre entreprises intègrent le top 50 du classement commerce en 2016 : Chanel, Blablacar, Printemps et Blizzard Entertainment.

Ces changements illustrent la tendance attendue pour les prochaines années. Deux types d'entreprises viendront « challenger » les employeurs d'aujourd'hui :

- Les start-ups, et en particulier les entreprises citoyennes, qui séduisent les jeunes actifs en quête de sens, de challenges et de responsabilités. Ces entreprises à taille humaine, à forte croissance et à dynamique entrepreneuriale sont dotées d'une agilité que les grands groupes n'ont pas ; elles seront prochainement un puissant vivier de talents.
- Les entreprises ayant des marques-produits très fortes et attractives, qui commencent à investir sérieusement dans leur marque employeur. La combinaison des deux aspects leur confèrera un atout majeur pour recruter les meilleurs candidats.

Salaires, caractéristiques du poste, image de l'entreprise... Qu'attendent les étudiants de leur futur job et de leur employeur ?

Des prétentions salariales revues à la baisse

Une tendance particulière ressort de l'enquête Universum : les étudiants s'accordent tous sur un salaire de sortie d'études moins élevé que l'an dernier, revenant au niveau des attentes de 2012. Les commerciaux attendent 2% de moins qu'en 2015 et les ingénieurs 2.2%. L'évolution la plus intéressante étant pour les femmes dont les prétentions salariales ne cessaient d'augmenter depuis 2012 et qui voient aujourd'hui une diminution.

Il est intéressant de constater que les répondants distinguent nettement leur volonté d'obtenir de « futurs revenus élevés » à leur désir de percevoir un salaire élevé dès la fin de leurs études. Leurs connexions plus fortes au marché du travail, via les associations d'anciens diplômés dans leurs écoles, les réseaux sociaux comme LinkedIn, les sites médias carrières comprenant de nombreux témoignages, etc... leur permettent d'appréhender de manière plus réaliste leur arrivée dans l'entreprise et d'ajuster ainsi à la baisse leurs prétentions salariales sur le court terme. En revanche, ils restent soucieux de leur courbe de progression salariale à plus long terme et tiennent à rester dans un processus d'évolution.

Les objectifs de carrière : vers plus de leadership

« Avoir un équilibre entre vie professionnelle et vie privée » perdure comme objectif de carrière numéro 1 pour tous les étudiants.

Alors que le classement des objectifs de carrière des commerciaux reste stable, nous observons plusieurs changements chez les ingénieurs : « Être un leader ou diriger une équipe » est sélectionné par de plus en plus d'étudiants depuis 3 ans si bien que cette volonté de leadership devient en 2016 l'objectif de carrière numéro 2 des ingénieurs. L'effet de cette ascension nuit à d'autres aspects qui perdent en popularité : « Se consacrer à une cause ou avoir le sentiment que je contribue à rendre les choses meilleures » devient 3^{ème} et « Être dans un défi intellectuel ou compétitif » 5^{ème}.

« Les ingénieurs ont de plus en plus d'ambitions managériales. Les écoles forment et poussent leurs étudiants à porter une double casquette ingénieur/manager, compétence extrêmement recherchée par les recruteurs. De la même façon, avec cette double casquette, les étudiants des écoles d'ingénieurs viennent challenger les étudiants des Business Schools dans leur pré-gardé, ce qui ne manque pas de contribuer au renouvellement des différents environnements académiques et par extension à plus long terme, professionnels. », explique Julie Giraud-Avril, Senior University Relations Manager EMEA chez Universum.

Les futurs diplômés privilégient un encadrement de proximité et une raison-d'être inspirante

Dans la section de l'enquête concernant l'image et la réputation des employeurs, les répondants nous communiquent les critères qu'ils considèrent primordiaux à l'heure de choisir leur futur employeur. Là où les commerciaux mettent l'accent sur les produits/services passionnants et attractifs, les ingénieurs choisissent l'innovation.

Cette année, Universum interroge les étudiants sur quelques nouveaux éléments de motivation influençant leur future recherche d'emploi. Vraisemblablement, ils affirment la nécessité d'un encadrement stimulant et d'une mission/raison-d'être inspirante. Nous réalisons ainsi le rôle primordial de l'équipe et en particulier de l'encadrement de proximité pour le jeune actif, fraîchement diplômé.

« Guider ces nouveaux talents, les entourer, se préoccuper d'eux dans leur vie en entreprise mais également à l'extérieur de l'entreprise, deviennent de réelles clés dans le recrutement et la rétention des talents. L'ambiance de travail arrive logiquement en tête des priorités des étudiants quand ils regardent de plus près « les employés et la culture d'entreprise », indique Aurélie Robertet, Directrice Universum France & Benelux.

« Une ambiance de travail agréable » est effectivement le critère le plus coché par les répondants au sein de cette section.

Les secteurs d'activités plus ou moins en vogue dans le milieu étudiant

À la question « Quel est votre secteur d'activité préféré ? », les étudiants se positionnent et partagent leurs préférences.

Ecoles de commerce : Le conseil en management et stratégie séduit encore plus que l'an dernier et devient en 2016 le secteur préféré des étudiants d'écoles de commerce. Le secteur « mode, accessoires et luxe » perd alors cette position pour devenir 2^{ème}. Viennent ensuite les secteurs suivants : Communication et Média, Banque, Audit et Conseil, Produit de grande consommation/agroalimentaire et Tourisme.

Contact Presse Universum France

Elise KLEIN • elise.klein@universumglobal.com • 06.85.38.52.05

Le secteur des produits de grande consommation/agroalimentaire (FMCG) est de moins en moins convoité par les étudiants en commerce et management. Ce secteur souffre d'un déclin d'attractivité et la majorité des entreprises du classement Universum subissent de nombreuses pertes de places : Mondelēz International (-9 places), Procter & Gamble (P&G) (-4 places), Pernod Ricard (-3 places), British American Tobacco (-3 places) entre autres.

Quelques rares entreprises se distinguent cependant en allant à contre-courant de cette tendance avec un meilleur positionnement cette année. Unilever, avec son saut de 6 places se différencie le plus des autres entreprises du secteur.

« Unilever France est très heureux d'intégrer le TOP 20 du classement Business Universum où nous gagnons 6 places. Cela reflète notre belle performance économique pour la 6ème année consécutive mais aussi la reconnaissance de notre expertise digitale et de notre engagement durable et sociétal à l'échelon mondial. Nos équipes en sont fières et nous avons la volonté d'accueillir de jeunes talents à l'esprit pionnier qui oseront changer le monde. », témoigne Frédéric Faure, DRH d'Unilever France.

Ecoles d'ingénieurs :

L'attraction des ingénieurs pour l'aéronautique et la défense perdure et atteste même d'une légère croissance. Les étudiants sélectionnent ce secteur en premier choix, bien devant les autres.

L'énergie connaît au contraire une forte chute d'attractivité : l'effondrement du prix du baril et l'ensemble des événements récents autour du sujet affectent l'attractivité du secteur. Les entreprises du classement sont également affectées et perdent plusieurs places. ENGIE et EDF sont les seuls à tirer leur épingle du jeu en enregistrant de bonnes performances, grâce à une communication d'envergure doublée d'actions adaptées et ciblées.

L'enquête Universum met en exergue la fin de l'approche sectorielle des étudiants : « Ils ne choisissent plus forcément une entreprise pour l'attractivité de son secteur d'activité mais plutôt pour ses valeurs, ses distinctions, son ADN. L'approche sectorielle s'efface pour un réflexe de marque » ajoute Aurélie Robertet, Directrice Universum France & Benelux.

De cette manière, certaines entreprises sont très attractives, alors que leur secteur d'activité l'est de moins en moins et inversement.

[Lien source \(TOP 100 complet des employeurs les plus attractifs de France en 2016\):](http://universumglobal.com/rankings/france/)

<http://universumglobal.com/rankings/france/>

Merci de me contacter directement pour toutes demandes (Classements Universum sous format Excel, top 100 complet avec les variations 2015/2016, label Universum, etc...)

Elise KLEIN • elise.klein@universumglobal.com • 06.85.38.52.05

À propos d'Universum et de la méthodologie

Universum est un cabinet international d'étude et de conseil, spécialisé dans la Marque Employeur. Universum interroge annuellement et globalement plus d'un million d'étudiants, jeunes actifs et expérimentés sur leur perception des employeurs et leurs objectifs de carrière ; collaborant ainsi avec 2300 écoles et universités dans 60 pays. Depuis 25 ans, Universum a pour mission d'aider les employeurs à exceller dans le recrutement et la rétention des talents.

Pour plus d'informations: www.universumglobal.com/rankings/france/

La méthodologie unique des études Universum : Le cabinet dissocie systématiquement les classements des étudiants des écoles de commerce et d'ingénieurs. Ces étudiants, ayant des profils et des objectifs de carrière différents, ne sont en effet pas attirés par les mêmes employeurs. De plus, les données utilisées pour les classements étudiants sont pondérées en fonction du nombre d'étudiants présents dans les écoles et universités concernées. De cette manière, Universum délivre des données représentatives de la population réelle des étudiants dans les écoles. Les données sont collectées via le réseau Universum d'écoles et universités.

| Étudiants | | |
|--|------------|-------|
| Nombre total de répondants issus des écoles cibles : 43214 | | |
| Commerce/Management | Ingénierie | Autre |
| 21931 | 19275 | 2008 |
| 50,75% | 44,60% | 4,65% |
| Âge moyen : 22,5 | | |
| Hommes : 54% et Femmes : 46% | | |
| Étudiants des Grandes Écoles de Commerce ou d'Ingénieurs avec un niveau Master issus de 127 établissements | | |
| Période de collecte : Octobre 2015 – Février 2016 | | |

| Classement UNIVERSUM étudiants Commerce/Management | | | |
|---|-------------|-----------|-------------|
| MOST ATTRACTIVE EMPLOYERS | 2016 | VS | 2015 |
| LVMH | 1 | → | 1 |
| Google | 2 | ↑ | 3 |
| L'Oréal Group | 3 | ↓ | 2 |
| Apple | 4 | → | 4 |
| Chanel | 5 | | - |
| Groupe Canal + | 6 | ↓ | 5 |
| Nestlé | 7 | ↓ | 6 |
| Danone | 8 | ↓ | 7 |
| EY (Ernst & Young) | 9 | ↑ | 10 |
| Coca-Cola Enterprises | 10 | ↓ | 8 |
| Air France | 11 | ↓ | 9 |
| Disneyland Paris | 12 | ↑ | 16 |
| KPMG | 13 | ↑ | 18 |
| Goldman Sachs | 14 | → | 14 |
| The Boston Consulting Group | 15 | ↓ | 12 |
| McKinsey & Company | 16 | ↓ | 13 |
| Deloitte | 17 | ↑ | 22 |
| adidas group | 18 | ↑ | 30 |
| Unilever | 19 | ↑ | 25 |
| BMW Group | 20 | ↓ | 11 |
| J.P. Morgan | 21 | ↓ | 15 |
| Microsoft | 22 | ↓ | 20 |
| AccorHotels | 23 | ↑ | 29 |
| Ubisoft | 24 | ↓ | 17 |
| PwC | 25 | ↑ | 27 |
| BNP Paribas | 26 | ↓ | 19 |
| Airbus Group | 27 | ↓ | 23 |
| Printemps | 28 | | - |
| HSBC | 29 | ↓ | 26 |
| Blablacar | 30 | | - |
| Groupe Galeries Lafayette | 31 | ↓ | 21 |
| Procter & Gamble (P&G) | 32 | ↓ | 28 |
| Ferrero | 33 | ↓ | 32 |
| Pernod Ricard | 34 | ↓ | 31 |
| Total | 35 | ↓ | 24 |
| Société Générale | 36 | ↓ | 35 |
| Morgan Stanley | 37 | ↓ | 34 |
| Groupe M6 | 38 | ↑ | 81 |
| Le Groupe TF1 | 39 | ↓ | 38 |
| Decathlon | 40 | ↑ | 45 |
| Heineken | 41 | ↓ | 40 |
| Publicis Groupe | 42 | ↓ | 33 |
| Sony | 43 | → | 43 |
| Electronic Arts | 44 | ↓ | 42 |
| Mondelēz International | 45 | ↓ | 36 |
| Bain & Company | 46 | → | 46 |
| Blizzard Entertainment | 47 | | - |
| Samsung | 48 | ↓ | 41 |
| Mazars | 49 | ↑ | 54 |
| Barclays | 50 | ↑ | 51 |

| Classement UNIVERSUM étudiants Ingénieurs | | | |
|---|------|----|------|
| MOST ATTRACTIVE EMPLOYERS | 2016 | VS | 2015 |
| Airbus Group | 1 | → | 1 |
| Google | 2 | → | 2 |
| Thales | 3 | → | 3 |
| Dassault Aviation | 4 | → | 4 |
| Safran | 5 | → | 5 |
| EDF | 6 | → | 6 |
| Apple | 7 | ↑ | 9 |
| VINCI | 8 | → | 8 |
| Microsoft | 9 | ↑ | 10 |
| Dassault systèmes | 10 | ↑ | 12 |
| Total | 11 | ↓ | 7 |
| Air France | 12 | ↑ | 14 |
| L'Oréal Group | 13 | → | 13 |
| BMW Group | 14 | ↓ | 11 |
| Ubisoft | 15 | → | 15 |
| CNRS | 16 | ↑ | 25 |
| PSA Peugeot Citroën | 17 | ↑ | 24 |
| ENGIE | 18 | ↑ | 21 |
| IBM | 19 | ↑ | 26 |
| Bouygues Construction | 20 | ↓ | 16 |
| Eiffage | 21 | ↓ | 19 |
| LVMH | 22 | ↓ | 18 |
| Alstom | 23 | ↓ | 22 |
| SNCF | 24 | ↑ | 27 |
| Veolia | 25 | ↓ | 17 |
| Nestlé | 26 | ↑ | 29 |
| Groupe Renault | 27 | ↑ | 28 |
| General Electric (GE) | 28 | ↑ | 31 |
| Bombardier | 29 | ↑ | 30 |
| Sony | 30 | ↑ | 33 |
| Decathlon | 31 | ↑ | 35 |
| Areva | 32 | ↓ | 20 |
| Parrot | 33 | ↑ | 45 |
| Orange | 34 | ↑ | 37 |
| Danone | 35 | ↓ | 34 |
| BNP Paribas | 36 | ↑ | 38 |
| Electronic Arts | 37 | ↓ | 36 |
| Suez | 38 | ↓ | 23 |
| McKinsey & Company | 39 | → | 39 |
| EY (Ernst & Young) | 40 | ↑ | 42 |
| CEA | 41 | ↑ | 47 |
| CNES | 42 | ↑ | 48 |
| Daimler/Mercedes-Benz | 43 | → | 43 |
| The Boston Consulting Group | 44 | → | 44 |
| Goldman Sachs | 45 | ↑ | 55 |
| Société Générale | 46 | ↑ | 53 |
| DCNS | 47 | ↓ | 40 |
| Siemens | 48 | ↓ | 41 |
| Capgemini | 49 | ↓ | 46 |
| Coca-Cola Enterprises | 50 | ↑ | 51 |