

# LES ÉTUDIANTS FACE À LA CRISE.



DAUPHINE  
JUNIOR CONSULTING  
PARIS

28-04-2020



# #1 CONTEXTE

Face à cette crise sans précédent, **nombreuses sont nos croyances et habitudes ayant été bousculées** : rythme de travail modifié, démocratisation du télétravail, production à l'arrêt, solidarité unanime de la part des entreprises envers les hôpitaux et les travailleurs en première ligne...

Les conséquences de cette crise seront nombreuses, particulièrement sur l'emploi, **et l'emploi des jeunes notamment**. Des postes seront-ils à pourvoir à la fin de l'année universitaire ? Les entreprises consacreront-elles autant de moyens pour former les jeunes, en les recrutant en tant que stagiaire ou apprenti ? Suite à cette crise, les ambitions professionnelles des étudiants ont-elles été modifiées ?

Afin d'aider les entreprises, les écoles et universités, et les institutions publiques à comprendre **l'impact de la crise sur les étudiants**, nous nous sommes mobilisés afin de mener une enquête **auprès de 850 étudiants venus de l'ensemble du territoire français.**

Nous vous livrons, dans ce rapport, les résultats de cette étude.



# #2 ANALYSE

# ÉCHANTILLON DE L'ÉTUDE

**850**  
**répondants\***

39% d'hommes

61% de femmes

\*Près de 80% d'entre eux ne font pas partie de notre établissement, l'Université Paris-Dauphine



Âge moyen :  
**20 ans**  
et 3 mois

## Année d'étude

|       |     |
|-------|-----|
| Bac+1 | 32% |
| Bac+2 | 22% |
| Bac+3 | 17% |
| Bac+4 | 15% |
| Bac+5 | 14% |

## SECTEUR PROFESSIONNEL VISÉ

14%

Banque - Finance - Assurance

11%

Audit - Conseil - Juridique

11%

Médecine - Pharma - Santé - Cosmétique

9%

Public - Social - ONG - Education

7%

Ingénierie - Bureau d'études

7%

Distribution - Grande conso - Luxe

6%

Energie - Environnement - Utilities

5%

Tourisme - Loisir - Culture

3%

Média - Web - Edition

2%

Informatique - Télécoms

2%

Industrie - Agro - Chimie

2%

BTP - Immobilier - Urbanisme - Architecture

1%

Services - Transport

4%

Autre

15%

Ne sais pas

# PERCEPTION DES ENTREPRISES

# 2/3

**des étudiants ont été marqués POSITIVEMENT  
par la gestion de crise de la part des entreprises.**

**Les marques qui ressortent :**

**LVMH, Décathlon, Chanel, Hermès, Danone, Yves Rocher,  
Twitter, Pernod Ricard, PSA**



A contrario, seulement **1/3** des étudiants ont été marquées **NÉGATIVEMENT** par certaines entreprises.

**Les marques qui ressortent :**

Amazon, mais aussi toutes les grandes entreprises étant jugées comme ayant les moyens d'aider, sans qu'une en particulier ne soit mise en cause.

**57%** pensent postuler dans des entreprises ayant été actives durant la crise.

Pour les étudiants, cela est un bon indicateur pour comprendre **les valeurs** et **le management** de l'entreprise.

Pour les **43%** restants, cela aura  
peu d'importance, certains jugeant la période  
**trop particulière** pour blâmer une entreprise.

# **PERCEPTION DES MÉTIERS ET SECTEURS D'ACTIVITÉS**

## Suite à la crise, la perception du secteur professionnel visé a changé :

**POSITIVEMENT POUR 17% DES ÉTUDIANTS**

**NÉGATIVEMENT POUR 7% DES ÉTUDIANTS**



## Les secteurs professionnels les plus impactés POSITIVEMENT sont :

**43%**

Médecine - Pharmacie - Santé

**18%**

Distribution - Grande conso - Luxe

**27%**

Energie - Environnement

**18%**

Public - Social - ONG - Education

## Les secteurs professionnels les plus impactés **NÉGATIVEMENT** sont :



**Tourisme - Loisir - Culture**



**Banque - Finance - Assurance**

# **IMPACT SUR LES AMBITIONS PROFESSIONNELLES**

## Suite à la crise, les étudiants ont envie de...

### Moins qu'avant

22%

Travailler dans une start-up

17%

Travailler dans un grand groupe

26%

Travailler dans le service public

1%

Faire un métier qui a du sens

16%

D'entreprendre

4%

S'engager dans une association

### Plus qu'avant

8%

18%

21%

58%

28%

48%

Pour le reste des étudiants, la crise n'a pas changé leurs différentes envies professionnelles.

## Suite à la crise, les critères de choix de carrière suivants comptent...

### Moins qu'avant

4%

Salaire

2%

Sécurité de l'emploi

2%

Bien-être au travail

3%

Engagements RSE

2%

Equilibre vie pro/vie perso

3%

Sécurité financière de l'entreprise

### Plus qu'avant

15%

51%

39%

29%

38%

50%

Pour le reste des étudiants, la crise n'a pas changé leurs différents choix de carrière professionnelle.

## FOCUS / Etudiants en Audit – Conseil – Juridique

**23%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **de travailler dans un grand groupe** (vs. 18% en moyenne)

**36%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **d'entreprendre** (vs. 28% en moyenne)

**Le salaire** aura plus d'importance qu'avant pour **19%** d'entre eux (vs. 15% en moyenne)

**L'équilibre vie pro / vie perso** aura plus d'importance qu'avant pour **29%** d'entre eux (vs. 38% en moyenne)

**La sécurité financière de l'entreprise** aura plus d'importance qu'avant pour **62%** d'entre eux (vs. 50% en moyenne)

## FOCUS / Etudiants en Banque – Finance – Assurance

**30%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **de travailler dans un grand groupe** (vs. 18% en moyenne)

**10%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **de travailler dans le service public** (vs. 21% en moyenne)

**41%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **d'un métier qui a du sens** (vs. 58% en moyenne)

**Le salaire** aura plus d'importance qu'avant pour **22%** d'entre eux (vs. 15% en moyenne)

**La sécurité financière de l'entreprise** aura plus d'importance qu'avant pour **61%** d'entre eux (vs. 50% en moyenne)



## FOCUS / Etudiants en Distribution – Grande conso – Luxe

**4%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **de travailler dans le service public** (vs. 21% en moyenne)

**Le salaire** aura plus d'importance qu'avant pour **27%** d'entre eux (vs. 15% en moyenne)

**La sécurité de l'emploi** aura plus d'importance qu'avant pour **73%** d'entre eux (vs. 51% en moyenne)

**Les engagements RSE de l'entreprise** auront plus d'importance qu'avant pour **39%** d'entre eux (vs. 29% en moyenne)

**La sécurité financière de l'entreprise** aura plus d'importance qu'avant pour **68%** d'entre eux (vs. 50% en moyenne)

## FOCUS / Etudiants en Ingénierie

**10%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **de travailler dans le service public** (vs. 21% en moyenne)

**39%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **d'un métier qui a du sens** (vs. 58% en moyenne)

**31%** d'entre eux ont plus envie qu'avant **de faire du bénévolat ou de s'engager dans une expérience associative** (vs. 48% en moyenne)

**Le bien-être au travail** aura plus d'importance qu'avant pour **26%** d'entre eux (vs. 39% en moyenne)

## En résumé...

**Audit – Conseil – Juridique**

**Critères plus importants  
que la moyenne des  
étudiants**

Travailler dans un grand groupe  
Entreprendre  
Salaire  
Sécurité financière de l'entreprise

**Critères moins importants  
que la moyenne des  
étudiants**

Equilibre vie pro / vie perso

**Banque – Finance – Assurance**

Travailler dans un grand groupe  
Salaire  
Sécurité financière de l'entreprise

Travailler dans le service public  
Avoir un métier qui a du sens

**Distribution – Grande conso - Luxe**

Salaire  
Sécurité de l'emploi  
Engagements RSE  
Sécurité financière de l'entreprise

Travailler dans le service public

**Ingénierie**

Travailler dans le service public  
Avoir un métier qui a du sens  
Faire du bénévolat  
Bien-être au travail

# **CONFIANCE VIS-À-VIS DU MARCHÉ DU TRAVAIL**

# 5,8

**c'est la note moyenne que donnent les étudiants lorsqu'on leur demande de noter sur 10 leur niveau de confiance par rapport à leur entrée sur le marché du travail.**

**57%** se disent plutôt confiants

**C'est le cas dans les secteurs suivants, où les étudiants se déclarent confiants à :**

**Médecine - Pharmacie - Santé**

**71%**

---

**Informatique - Télécoms**

**65%**

---

**Banque - Finance - Assurance**

**62%**

**Mais 28% se disent plutôt inquiets.**



## Trois secteurs sont particulièrement touchés par cette inquiétude :

**Tourisme - Loisir - Culture**

**48%**

**Média - Web - Edition**

**41%**

**Distribution – Grande conso - Luxe**

**38%**

**Et pour ceux qui recherchent un  
premier emploi, ce chiffre monte à 53%**

# IMPACT SUR LES ÉTUDES

**31 %** des étudiants envisagent la possibilité  
d'allonger leurs études afin de rentrer  
plus tard sur le marché du travail.

**10%** des étudiants envisagent la possibilité  
de se réorienter.

# CONCLUSION

**Nous l'avons vu au travers de ce rapport, cette crise aura un **fort impact** dans l'esprit des étudiants.**

**Et ce, à plusieurs niveaux.**

**Concernant la perception des marques et des entreprises, certaines, par leurs actions, ont eu un impact fort dans l'esprit des étudiants, en démontrant leurs valeurs et leurs engagements.**



**A contrario, l'impact négatif des entreprises n'ayant pas agi activement durant la crise semble limité, **excepté pour Amazon**, dont l'image de marque employeur semble avoir été ternie.**

Certains secteurs, comme **la santé, l'énergie ou le luxe**, bénéficient d'un **nouvel attrait**.

D'autres, comme **le tourisme ou la finance**, ont démontré **des fragilités** pouvant effrayer les étudiants.

**Les étudiants se sentent, plus que jamais, en recherche de sens dans leur emploi, mais également de sécurité : la sécurité de l'emploi, tout comme la sécurité financière de l'entreprise, compteront grandement dans la construction de leur projet professionnel.**

Globalement, les étudiants se disent plutôt **confiants** vis-à-vis du marché du travail. Néanmoins, les étudiants en dernière année, déjà activement en recherche d'un premier emploi, **semblent fortement inquiétés** par le contexte actuel.

Une grande partie des étudiants pensent à **allonger leurs études** pour entrer sur le marché du travail lorsque le contexte sera **plus propice**, et certains pensent même à **se réorienter**.

**Certains étudiants évoquaient les difficultés que la crise allait engendrer pour les métiers créatifs, jugés parfois comme « non-essentiel ».**

En parallèle, d'autres disent avoir eu une prise de conscience sur le fait que **les métiers « essentiels »** – les soignants en premier lieu – n'étaient souvent **pas assez valorisés**.

**Ce qui est sûr, c'est que l'impact de la crise les étudiants sera fort dans les prochains mois, aussi bien sur leurs parcours d'études et professionnels que sur leurs mentalités.**





Association régie par la loi du 1er juillet 1901, Membre de la CNJE®  
Code APE : 7320Z N° SIRET : 331748244 – 00018 | N° TVA Intra-Communautaire  
FR09 331 748 244

Tous droits de reproduction réservés © 2020 Dauphine Junior Consulting Paris

Junior-Entreprise de l'Université Paris-Dauphine  
Université Paris-Dauphine | Place du Maréchal de Lattre de Tassigny 75775 Cedex 16  
Tél : 09.82.44.78.66 | Mail : [contact@juniordauphine.com](mailto:contact@juniordauphine.com)  
Site internet : <http://www.dauphine-junior-consulting.com>

**Alma Draeger**

Présidente

[alma.draeger@juniordauphine.com](mailto:alma.draeger@juniordauphine.com)

**Anouk Abecassis**

Responsable du Développement Commercial

[anouk.abecassis@juniordauphine.com](mailto:anouk.abecassis@juniordauphine.com)