



Étudiants internationaux : une « opportunité » pour les entreprises françaises (étude CDEFM)

« Les résultats confirment l'opportunité que représente cette jeunesse internationale et plurielle de nos grandes écoles de management pour les entreprises françaises à la recherche de talents engagés », indique une étude de l' **Edhec**

École des hautes études commerciales du Nord NewGen Talent Centre menée sous l'égide de la CDEFM

Conférence des Directeurs des écoles Françaises de Management

. Elle était présentée lors du colloque « Mobilité étudiante responsable et employabilité des internationaux », le 23/05/2024.

Avec 2.068 répondants de 118 nationalités différentes, cette étude « évoque les caractéristiques de la mobilité internationale en France, les profils des étudiants internationaux et leurs aspirations professionnelles en regard des jeunes diplômés français ».

Elle indique notamment que ces jeunes se projettent sur des carrières internationales, puisque :

- 84 % d'entre eux estiment avoir les compétences interculturelles suffisantes pour travailler à l'international ;
- 61 % estiment les avoir pour travailler sur le marché de l'emploi français. Lorsque ce n'est pas le cas, ils indiquent que la compétence supplémentaire dont ils auraient besoin est la maîtrise du français (86 %).

La durée moyenne de leur cursus en France est de 16 mois, « ce qui leur permet d'améliorer significativement leur niveau en français pour optimiser leur intégration ». Ainsi, ils sont 50 % à indiquer avoir amélioré leur niveau de maîtrise de la langue depuis le début de leur mobilité dans l'Hexagone.

Selon l' **Edhec** NewGen Talent Centre, « le départ à la retraite des baby-boomers, la situation démographique en Europe ont encore accentué la problématique d'attraction, de fidélisation et d'engagement des jeunes diplômés, devenue la première préoccupation des dirigeants ».

Profils et parcours des étudiants internationaux

Formation d'origine

Interrogés sur leur domaine d'étude principal avant leur cursus en France, les étudiants internationaux répondent « management et corporate strategy » à 14 %, puis « économie » et « ingénierie » à 10 %. L'étude propose un focus sur chacun des cinq continents.

Les étudiants originaires d'Asie et d'Amérique du Nord ont souvent un premier diplôme en ingénierie, qu'ils viennent compléter par un diplôme en grade master dans les écoles de management françaises.

Selon l'étude, il s'agit d'une « belle opportunité pour les entreprises françaises en quête de doubles compétences ».

Le diplôme le plus élevé ayant été obtenu avant le cursus en France est :



un diplôme de fin d'études secondaires pour 35 % d'entre eux ;
un diplôme d'études supérieures de niveau bachelor pour 51 % ;
un diplôme d'études supérieures de niveau master pour 14 %.

Mobilités précédentes

22 % ont déjà expérimenté une mobilité académique avant leur cursus en France. Ce qui, selon l'étude, permet « une acculturation facilitée ». Elle relève plusieurs types de mobilités :

48 % des étudiants ont réalisé un « semestre d'études en dehors de leur pays de résidence » ;

36 % ont réalisé un « court séjour académique » ;

24 % font un double diplôme avec un établissement universitaire en dehors de leur pays de résidence ;

15 % ont fait un stage dans le cadre de leurs études.

La durée moyenne de leur cursus en France est de 16 mois.

Sensibilisation aux enjeux sociétaux et environnementaux

76 % des étudiants internationaux estiment que leurs études avant d'arriver en France les ont suffisamment sensibilisés aux enjeux sociaux ;

74 %, aux enjeux sociétaux (y compris économiques ou politiques) ;

73 %, aux enjeux environnementaux.

Cependant, pour 56 % des étudiants internationaux, ces enjeux sont plus souvent pris en compte en France au sein de l'enseignement, et 48 % estiment que c'est aussi le cas au sein de l'écosystème de l'école (campus, associations...).

Préférences professionnelles

Des préférences proches de celles des Français

Les étudiants étrangers ont des préférences proches des Français. C'est par exemple le cas :

pour le statut de l'emploi, puisqu'ils sont 74 % à favoriser le salariat, contre 65 % des Français ;

pour le type d'entreprise, avec 73 % d'étudiants internationaux préférant le secteur privé contre 83 % des Français.

Ils sont aussi attentifs à la taille de l'entreprise : 31 % d'entre eux (vs 30 % des Français) souhaitent travailler dans une grande entreprise (5.000 personnes et plus).

Quand ils ont une préférence — c'est le cas pour 55 % d'entre eux —, les étudiants internationaux aimeraient majoritairement travailler en Europe.

Secteurs d'activité et fonction

Parmi les différents secteurs d'activités, les jeunes internationaux sont :

30 % à être attirés par les institutions financières, banques, et assurances ;

28 %, par les cabinets de conseil ;

25 %, par le luxe ;

21 %, par les agences de communication, l'événementiel, les RP et la publicité ;

15 %, par la distribution et le e-commerce.



Les domaines plébiscités varient selon les continents d'origine des étudiants. Le secteur du luxe attire plus particulièrement les jeunes originaires d'Asie et d'Amérique du Nord.

Par ailleurs, les fonctions préférées des étudiants étrangers sont :

le conseil et la stratégie pour 43 % ;

le marketing et la communication pour 38 % ;

le business development et les ventes pour 34 % ;

la finance pour 31 % ;

le business unit management pour 22 % ;

et les achats, chaînes d'approvisionnement et la logistique pour 22 %.

Leur vision de l'entreprise

Comme les Français, 88 % des étudiants internationaux ont une vision positive de l'entreprise mais « sans naïveté » : neuf étudiants sur dix pensent que les entreprises ont un rôle à jouer par rapport aux grands enjeux du monde, et qu'elles doivent se transformer.

Par ailleurs, ils sont 66 % à considérer que l'impact sociétal (social et/ou environnemental) sera un critère déterminant pour le choix de leur emploi, avec des différences selon leur origine géographique.

Leur carrière

« L'acquisition de compétences » comme aspiration première

Pour leur carrière, les jeunes internationaux aspirent en premier lieu à « acquérir des compétences », « avoir des revenus élevés » et « travailler dans un environnement international » (projets, équipe ou localisation).

Ils ont cependant des ambitions professionnelles variées : les profils compétiteurs (47 %) et entrepreneurs (32 %) sont plus représentés que le profil engagé (21 %). Ce dernier est plus souvent choisi en France avec 32 %.

Les trois types de profils

Le profil compétiteur : centré sur le développement ambitieux de sa carrière, motivé par la perspective d'un poste de dirigeant, une responsabilité hiérarchique, une rémunération attractive.

Le profil intra/entrepreneur : centré sur l'envie d'innover, motivé par le challenge, la liberté d'action, l'autonomie dans les missions confiées et la conduite de projets.

Le profil engagé : centré sur les enjeux du monde, motivé par l'intérêt général, la culture et les valeurs de l'entreprise, l'utilité de sa mission.

« Le sens des responsabilités » utile à la vie professionnelle

À la question, « Parmi ces caractéristiques utiles à la vie professionnelle, lesquelles avez-vous développées ? », les étudiants internationaux répondent d'abord par le sens des responsabilités (96 %), l'adaptabilité (93 %), puis la collaboration/l'entraide et la fiabilité à 92 % chacune.

Les attentes vis-à-vis du futur manager

Dans leur futur professionnel, ils attendent d'un manager qu'il soit transparent et honnête (62 %), qu'il les aide à développer leur employabilité (57 %), en leur faisant confiance (54 %) et en leur donnant de l'autonomie (51 %). Enfin, 76 % sont confiants vis-à-vis de leur intégration sur le marché du travail.

Attractivité d'étudiants internationaux : les écoles de commerce connaissent la plus forte



hausse sur cinq ans (+80 %)

Selon Campus France , en 2022-2023, les étudiants étrangers étaient 412.087 à être inscrits dans l'enseignement supérieur français, en augmentation de 3 % sur un an, et de 17 % sur cinq ans.

Le nombre d'étudiants étrangers en école de commerce a connu la plus forte hausse : +80 % en cinq ans. Les grandes écoles de management sont particulièrement attractives pour les étudiants originaires d'Asie-Océanie, qui représentent 27 % des effectifs internationaux, contre 13 % des effectifs tous établissements confondus.

