

Recrutement des diplômés universitaires : les « stéréotypes » des managers et RH d'entreprises en débat (Club Cursus & Insertion)

La méconnaissance du système universitaire et la perception de l'université comme « une organisation complexe » contribuent aux freins de managers et RH de grandes entreprises lorsqu'il s'agit de recruter des jeunes diplômés universitaires. C'est l'un des enseignements qui ressort d'une étude intitulée « Recrutement des profils universitaires : perceptions, stéréotypes et freins des managers et des RH de grandes entreprises », présentée par IMS Entreprendre pour la cité dans le cadre du troisième événement du club « Cursus & Insertion » (AEF n°177959) (1), le 10 avril 2013 à Paris. L'étude souligne aussi « l'importance des phénomènes de clonage et de reproduction dans l'entreprise. » Capgemini et l'université Paris-Nord (Paris-XIII) ont apporté leurs témoignages. Le club, dont le thème était cette fois-ci « Entreprises et universités : comment dépasser les stéréotypes réciproques pour mieux agir ensemble ? », a réuni une cinquantaine de représentants du monde académique et des entreprises.

IMS Entreprendre pour la cité (2), qui regroupe 230 entreprises engagées dans des démarches de RSE, a interrogé des groupes de managers et RH, au nombre de 90 dans six grandes entreprises, membres de son réseau : Accenture, Bouygues Telecom, GIE Axa, Henkel, L'Oréal et Société générale. L'étude qui en ressort sur les freins en matière de recrutement de profils universitaires « n'a pas vocation à être représentative de toutes les entreprises », mais à dresser des constats pour permettre ensuite « la déconstruction des stéréotypes et l'optimisation des actions », explique Katia Marembert, responsable de cette étude (3). Partant de là, IMS a élaboré « une fiche-outil argumentaire » destinée à aider RH et responsables diversité à faire évoluer la perception des profils universitaires dans leurs entreprises. Katia Marembert lance aussi, dans le cadre du club, « un appel » aux universitaires qui voudraient réaliser une étude du même type, cette fois-ci du point de vue de l'université.

REGARD « SÉVÈRE » SUR LES UNIVERSITÉS, VISION « PLUS NUANCÉE » DES ÉTUDIANTS

Si les professionnels en entreprises reconnaissent des points « positifs » à l'université, ils mettent « particulièrement » en exergue trois points négatifs : « le manque de professionnalisation », « des améliorations nécessaires au niveau des stages et de l'alternance » et « la problématique de lisibilité et de visibilité des formations », indique la synthèse de l'étude. Certains portent un « regard très sévère » sur un lieu conçu comme une « 3e case, après les grandes écoles et les autres filières sélectives, vers laquelle les étudiants se dirigeraient par défaut », commente Katia Marembert.

Mais RH et managers ont une vision « plus nuancée » des étudiants que des universités. Katia Marembert distingue trois types de stéréotypes. D'abord les « positifs » : les étudiants auraient une « capacité d'adaptation », de la « créativité », un « bon état d'esprit » (par exemple « moins arrogants ») et de la « ténacité ». Ensuite les « négatifs » : ils portent sur « l'accompagnement » (moins préparés, les étudiants manqueraient de confiance), l'expérience professionnelle, les compétences techniques (notamment en anglais et en informatique), le manque de réseau, l'organisation de l'université, l'absence de sélection, la politisation des étudiants et les parcours universitaires moins cohérents. Enfin, quelques RH tiennent des propos « nuancés » sur des formations plus spécialisées qu'en écoles, sur la diversité des profils, sur l'idée que les étudiants

sont moins formatés et « moins chers ».

« CLONAGE ET REPRODUCTION SOCIALE »

L'étude pointe aussi « des phénomènes de clonage et de reproduction (...), et ceci particulièrement en période de crise. » Par exemple, « de façon générale, les RH et managers reconnaissent que les tests [de sélection pour être recrutés] sont très électifs et induisent un décalage entre les étudiants issus de l'université et des écoles. [Ceux venant de l'université] y sont moins bien préparés et ne connaissent pas les attentes de l'entreprise ». En outre, « certains managers estiment également ne pas être assez 'armés' pour mener des entretiens avec des profils universitaires ». Autre enseignement de l'étude : « Bien que les managers soient unanimes sur leur ouverture à tout type de profils, les RH ressentent une forte pression interne par rapport à la réussite des recrutements qui les pousserait à s'autocensurer sur la présentation des profils. Pour les RH, les managers sont dans la reproduction sociale, ils cherchent des recrues qui leur ressemblent. »

Jean-Claude Piat, vice-président chargé de la politique d'accueil et d'insertion de l'université Paris-Nord, souhaite qu'à l'avenir les processus de sélection en vue de recruter s'adaptent aux publics universitaires. « Le 'clonage' ne doit pas réapparaître dans la grille de recrutement', il faut que nos étudiants de valeur puissent être reconnus ». Il revient par ailleurs sur les annonces ministérielles de suppression des spécialités de masters (AEF n° 178131), estimant que ce n'est pas en concentrant les diplômes, pour en avoir moins, que l'on résoudra la question de la visibilité des diplômes au yeux des entreprises. « Il y a d'autres méthodes pour croiser formations et métiers. Nous ne sommes pas dans un enseignement standardisé », déclare-t-il.

Dans l'entreprise, faire évoluer les mentalités en interne pour faire changer l'image des profils universitaires passe aussi par « des actions concrètes », déclare Aurélie Jacquot, responsable de relations écoles et universités de Capgemini. Elle cite par exemple la participation de salariés à des conseils de perfectionnement de formations universitaires, la mise en avant de « success-stories » d'universitaires dans l'entreprise, la collaboration avec l'université Paris-Nord pour la création d'une formation sur les métiers de l'informatique ouverte à des scientifiques non informaticiens (AEF n° 134276)... Il existe encore des freins au niveau de certains managers, mais « les choses avancent », assure-t-elle.

(1) Le Club « Cursus et Insertion » est constitué de cinq acteurs - Groupe AEF, ABG L'intelli'agence, Atout jeunes universités, IMS-Entreprendre pour la Cité et Passeport Avenir - souhaitant « stimuler la réflexion, mobiliser sur les questions d'insertion professionnelle, valoriser les initiatives réussies et fédérer leurs différents réseaux ». Un cycle commun de conférences thématiques et d'événements réunit un public mixte d'entreprises et d'universitaires.

(2) Créée en 1986, l'association IMS Entreprendre pour la cité regroupe aujourd'hui 230 entreprises engagées dans des démarches de responsabilité sociétale. Elle se veut un centre d'échanges, d'innovation et d'expertise « notamment dans les domaines de l'accès à l'emploi et la diversité, de l'égalité des chances dans l'éducation, des partenariats solidaires et du développement de business inclusifs ». Son président est Jean-Paul Bailly, PDG du groupe La Poste.

(3) La synthèse de l'étude a été présentée début avril à un premier groupe de représentants d'entreprises. Elle le sera ensuite dans chaque entreprise, pour celles qui le souhaitent.

Contact : IMS-Entreprendre pour la cité, Sonia Plégat, service presse, 01 70 64 46 80, 06 64 34 02 67, plegat@imsentreprendre.com, www.imsentreprendre.com

À télécharger

« Recrutement des profils universitaires » (IMS Entreprendre pour la cité, 10 avril 2013)

AEF n° 7811 du vendredi 12 avril 2013

À lire aussi

[Quels bénéfices socio-économiques pour les entreprises qui s'engagent auprès d'acteurs académiques ? \(Club Cursus & Insertion\)](#)

AEF n° 178665 du mardi 26 février 2013 - CU

[Lancement du club « Cursus & Insertion » sur l'insertion professionnelle des jeunes diplômés. Première conférence le 12 février 2013](#)

AEF n° 177959 du lundi 28 janvier 2013 - RH, CU

[Universités entreprises : six universités signent des conventions avec Capgemini et IMS Entreprendre pour la cité](#)

AEF n° 175625 du mercredi 5 décembre 2012 - CU

[Les points d'entrée des entreprises dans les universités ne sont pas assez « lisibles » \(Patricia Charrier, IMS Entreprendre pour la cité\)](#)

AEF n° 165648 du jeudi 10 mai 2012 - CU

[Trois quarts des entreprises ne connaissent pas les BAIP \(enquête IMS Entreprendre pour la cité\)](#)

AEF n° 164946 du mardi 10 avril 2012 - CU

[Capgemini France souhaite développer des « partenariats de formation » avec des universités \(Jacques Adoue, DRH\)](#)

AEF n° 161390 du lundi 30 janvier 2012 - CU

[Diversité et recrutement de jeunes diplômés : les relations entreprises et universités en débat \(conférence IMS Entreprendre pour la cité\)](#)

AEF n° 159446 du mardi 13 décembre 2011 - CU

[IMS Entreprendre pour la cité lance un site dédié à l'emploi des étudiants, « TalentsUniverCité.com »](#)

AEF n° 155392 du mercredi 21 septembre 2011 - CU

[IMS-Entreprendre pour la Cité se penche sur les relations universités-entreprises](#)

AEF n° 129937 du jeudi 8 avril 2010 - CU

[Capgemini Sogeti et Paris-XIII développent leur collaboration sur la professionnalisation et l'alternance](#)

AEF n° 134276 du lundi 28 juin 2010 - CU

Dépêche n° 181062 © Copyright AEF - 1998/2013

Conformément au code sur la propriété intellectuelle, toute reproduction ou transmission, de cette dépêche est strictement interdite, sauf accord formel de AEF.