

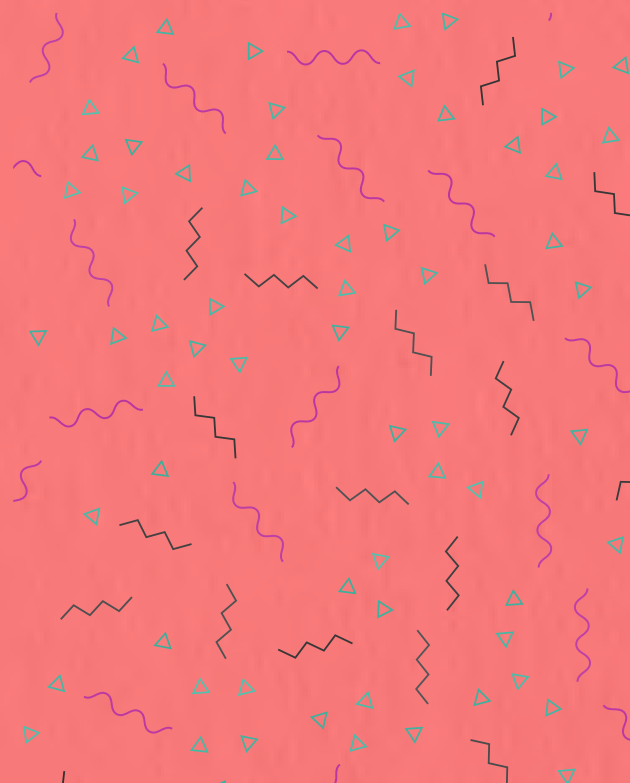
2024
Résultats Étude 2024

EXPÉRIENCE ÉTUDIANTE **Le parcours candidat en 2024**

Collectif "Expérience Etudiante" dans l'Education Supérieure



Partenaires



Sommaire

□ Introduction

□ Méthodologie

01 Rechercher

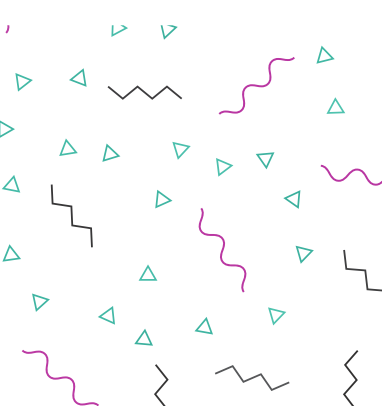
02 Découvrir

03 Candidater

04 Choisir

05 Se préparer à la vie étudiante

□ A propos



Introduction

par **Thierry DELECOLLE**, Directeur Général Adjoint Pôle Léonard de Vinci



Le défi de l'orientation

L'expérience étudiante trouve sa traduction à différents moments : avant l'entrée dans les études supérieures, au moment de l'intégration dans un établissement, au moment d'affiner son projet et de considérer des poursuites d'études au sein de cet établissement ou un autre.

Le point le plus important est celui de l'orientation, qui commence très tôt dans la vie de l'élève. Quelles spécialisations choisir au lycée dans le cadre de la réforme du bac général ? Peut-on suivre des études d'ingénieur avec un bac STI2D ?

“Le point le plus important est celui de l'orientation, qui commence très tôt dans la vie de l'élève. ”

Ces questions sont toujours mieux maîtrisées par les établissements eux-mêmes que par les élèves et leurs familles.

Les efforts déployés par les établissements dans le cadre des procédures de candidature des étudiants vont donc jouer un rôle important pour éclairer l'orientation des jeunes.

Les contenus développés sur les sites Internet des établissements vont au-delà des cursus de formation, et donnent à voir les compétences maîtrisées à l'issue de la formation et les métiers qui seront exercés.

“Les interactions avec les équipes « admission » et les étudiants ambassadeurs sont cruciales”

Les interactions avec les équipes « admission » et les étudiants ambassadeurs sont cruciales : qu’elles se fassent à travers des communications électroniques, ou une journée portes ouvertes. L’accompagnement des candidats se réalise autour de plusieurs points de contacts qui doivent s’enrichir mutuellement.

Suivre le candidat s’inscrit dans un contexte où les stratégies de candidature s’affinent à mesure que l’étudiant progresse dans son parcours : utiliser tous ses vœux sur Parcoursup pour maximiser les chances de rejoindre une formation post-

bac ; pré-sélectionner 2/3 établissements pour une poursuite en cycle Master. L’établissement doit faire ses preuves rapidement.

A ceci s’ajoute la complexité de l’alternance : il ne suffit pas de trouver la formation d’accueil, il faudra également décrocher un contrat d’alternance. Les attentes des candidats s’orientent alors vers un accompagnement dans la recherche de cet emploi et des entreprises partenaires.

Dans ce processus certains candidats sont déçus. N’oublions pas que les processus de sélection visent à éviter une mauvaise orientation et ne pas intégrer un étudiant au sein d’une formation qui après quelques mois au sein d’un établissement réaliserait que « ces études c’est pas fait pour moi ».

“L’accompagnement des candidats se réalise autour de plusieurs points de contacts qui doivent s’enrichir mutuellement.”



Thierry DELECOLLE

Directeur Général Adjoint
Pôle Léonard de Vinci



Méthodologie

Les résultats de cette étude sont le fruit d'un sondage réalisé par un formulaire en ligne, diffusé entre le 1er juin et le 30 septembre 2024.

Le questionnaire transmis comportait une quarantaine de questions et a été diffusé :

- à une base très ciblée de plus de 100 000 personnes, qui ont participé à des événements d'orientation cette année avec le groupe Adiona, membre du collectif réalisant cette étude.
- aux lecteurs du site en ligne Le Figaro Etudiant, partenaire de cette publication



3 645

personnes ont répondu au sondage dans son intégralité

Qui sont ces étudiants interrogés ?

Répartition des répondants selon leur genre :



Statut scolaire des répondants au moment du sondage :



Méthodologie

Les résultats de cette étude sont le fruit d'un sondage réalisé par un formulaire en ligne, diffusé entre le 1er juin et le 30 septembre 2024.

Le questionnaire transmis comportait une quarantaine de questions et a été diffusé :

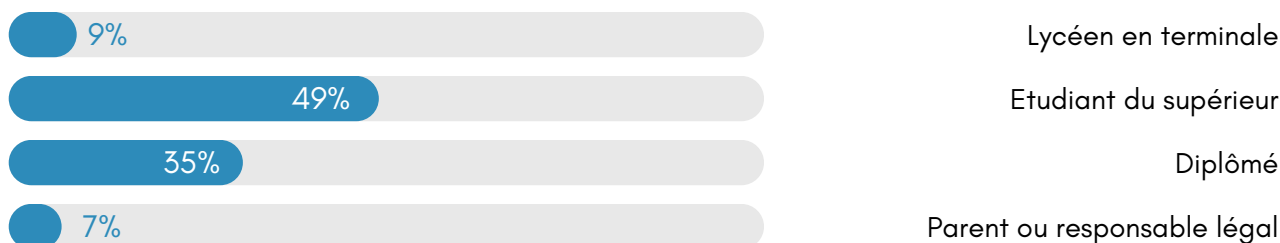
- à une base très ciblée de plus de 100 000 personnes, qui ont participé à des événements d'orientation cette année avec le groupe Adiona, membre du collectif réalisant cette étude.
- aux lecteurs du site en ligne Le Figaro Etudiant, partenaire de cette publication

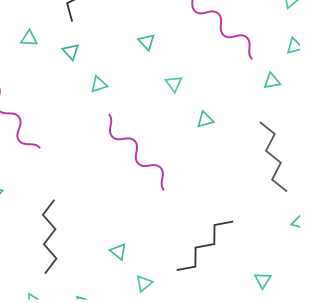


3 645

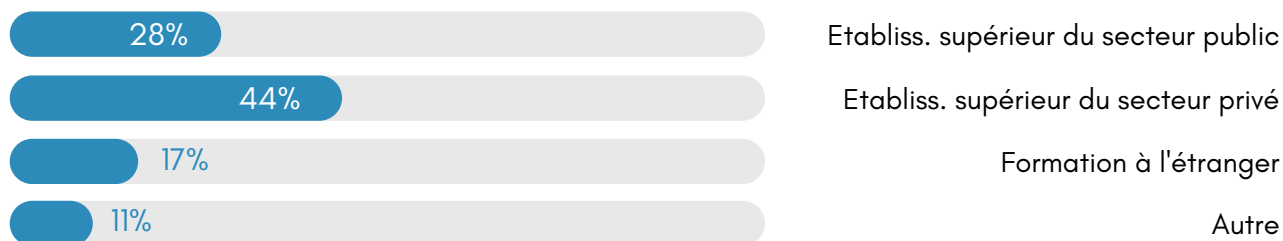
personnes ont répondu au sondage dans son intégralité

Statut scolaire des répondants au moment du sondage :

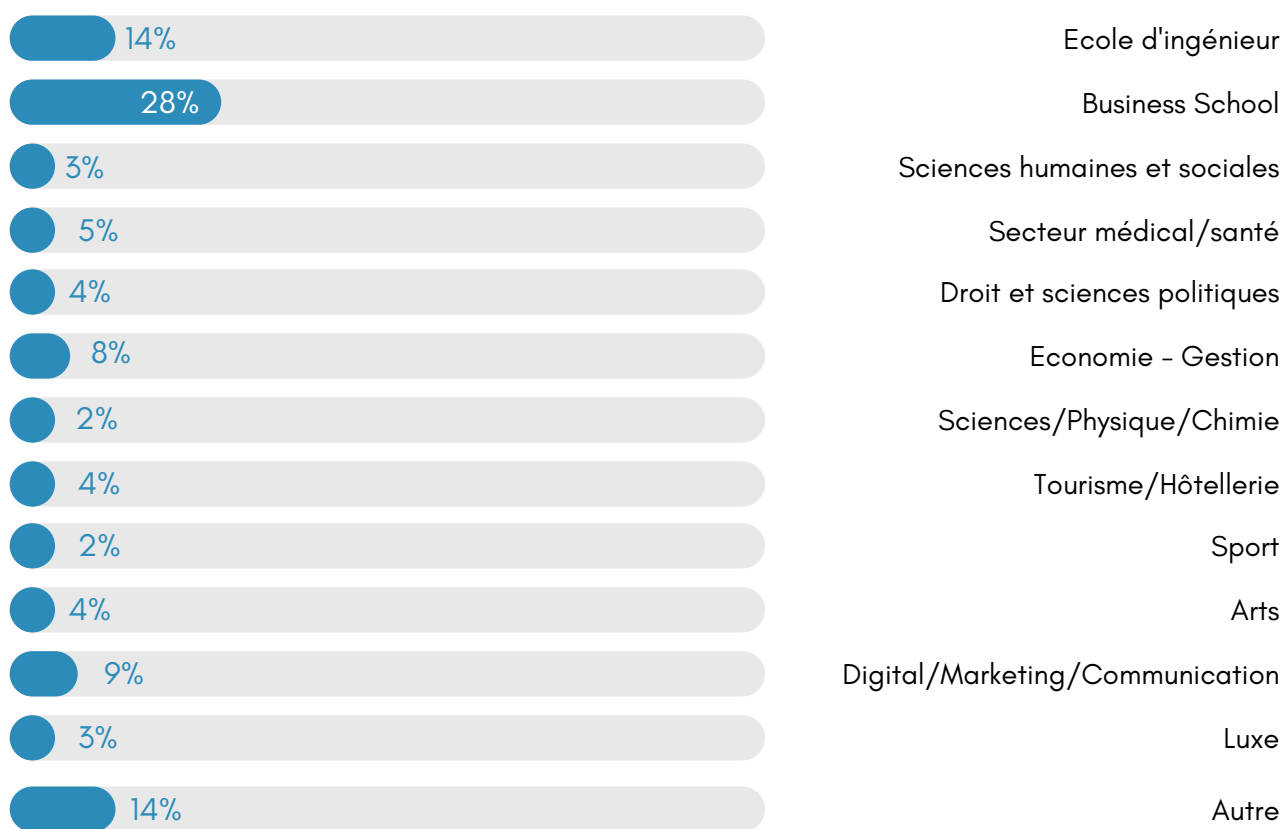




Typologie des établissements que les répondants intègrent à la rentrée prochaine :



Choix d'orientation post-bac des répondants :



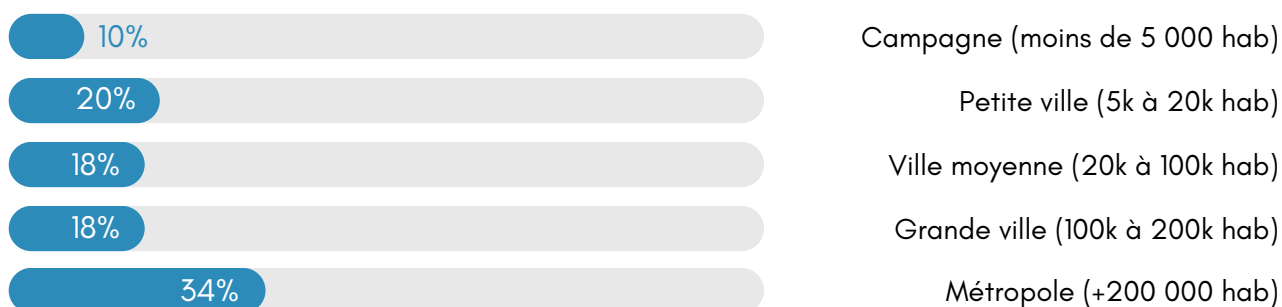
Taille de l'établissement que les répondants vont intégrer à la rentrée prochaine :



Frais de scolarité que les répondants vont payer à la rentrée prochaine :



Lieu de vie des répondants au moment de l'étude :



Cette enquête n'a aucun objectif commercial, et s'inscrit dans le respect du cadre RGPD.

01 **Rechercher sa voie**



LE DIGITAL POUR TROUVER SA VOIE



Depuis la crise du Covid, les interactions en présentiel ont repris leur place dans l'orientation des jeunes, offrant un accompagnement souvent plus personnalisé et humain.

Cependant, le digital reste un outil incontournable, notamment en début de période de recrutement. Les étudiants continuent de l'utiliser massivement pour rechercher des informations sur les formations, les établissements et les opportunités.

Cette phase initiale de collecte d'informations en ligne reste essentielle pour guider les choix et préparer les décisions d'orientation.

Cela est d'autant plus vrai en zone rurale où le digital et notamment les événements virtuels reste un levier essentiel. Pour cette partie de la population, la digitalisation et le virtuel sont des moyens indispensables pour rester en contact avec leur avenir. Ils sont 73% à plébisciter ces événements (contre 71% en 2023).

Les événements virtuels s'installent dans les usages



61%

61% des candidats ont participé à au moins un événement virtuel pour rechercher son établissement



73%

Ce chiffre grimpe à 73% quand il s'agit des jeunes en zone rurale.

DIGITALISATION DES ÉVÉNEMENTS DE RECRUTEMENT : UNE RÉVOLUTION EN MARCHÉ



L'enquête révèle que 89% des participants considèrent la virtualisation des événements de communication et de recrutement dans les écoles comme l'avenir.

Ce résultat met en évidence un changement de paradigme dans la manière dont les établissements d'enseignement supérieur interagissent avec les étudiants potentiels. Les événements virtuels, tels que les journées portes ouvertes, les salons d'orientation en ligne, et les webinaires, offrent une accessibilité accrue, une flexibilité et une portée internationale qui répondent aux attentes des nouvelles générations.

Ces formats permettent aux établissements de s'adapter aux besoins d'un public de plus en plus digitalisé et soucieux de l'efficacité et de la praticité dans le processus de choix de leur parcours académique.



Le distanciel devient une norme pour le future

89%

89 % des participants estiment que la virtualisation des événements de communication et de recrutement dans les écoles représente l'avenir

02 Découvrir son futur



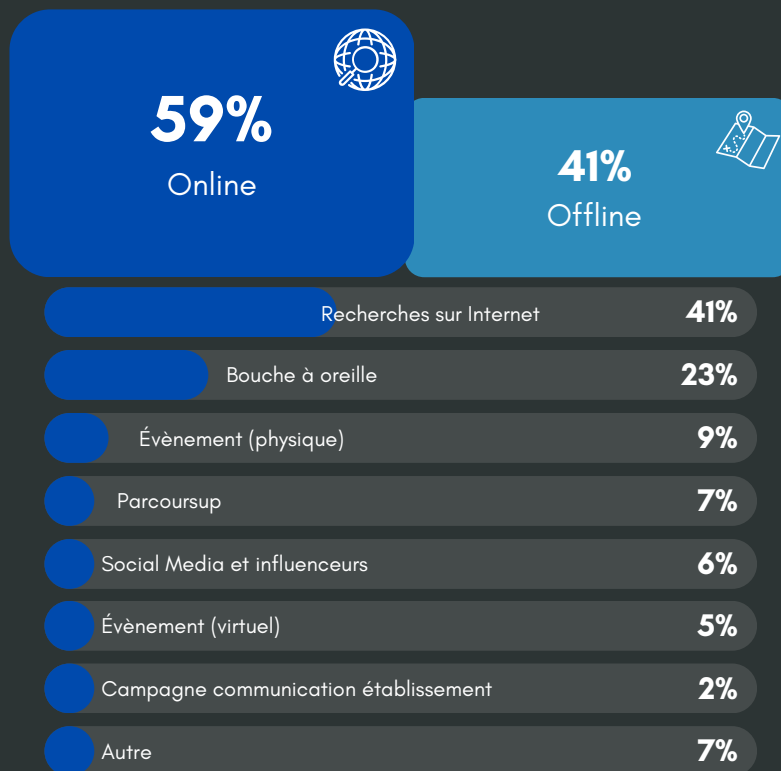


RECHERCHE D'ÉTABLISSEMENT : LE DIGITAL RESTE LE PREMIER POINT DE CONTACT

En 2024, la découverte des établissements d'enseignement supérieur reste fortement digitalisée, avec 59 % des étudiants utilisant principalement des canaux en ligne pour explorer leurs options. Sites web des écoles, plateformes spécialisées, réseaux sociaux et événements virtuels ont pris une place centrale dans le parcours de recherche des futurs étudiants.

Cette tendance témoigne de l'évolution des attentes et des comportements des jeunes générations, qui privilégient la rapidité, l'accessibilité et la richesse des informations offertes par le digital. Bien que les visites physiques et les recommandations personnelles conservent leur importance, le numérique s'est imposé comme le premier point de contact pour une majorité d'étudiants, facilitant une exploration initiale large et informée des possibilités académiques.

Comment les étudiants ont découvert leur futur établissement en 2024 ?





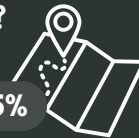
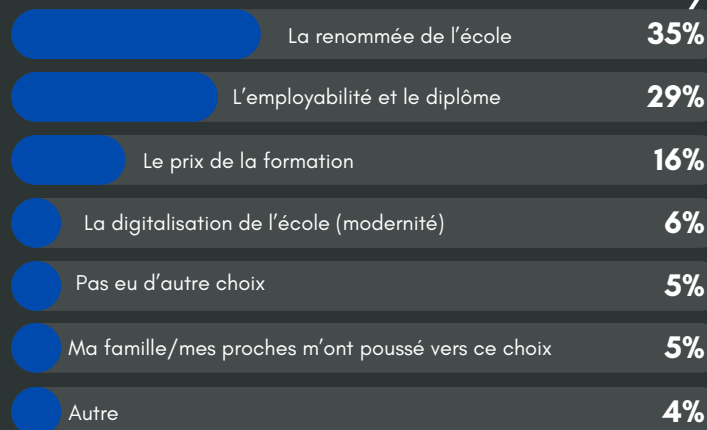
RENOMMÉE ET EMPLOYABILITÉ : LES CLÉS DU SUCCÈS

Lorsqu'il s'agit de choisir un établissement d'enseignement supérieur, deux critères ressortent particulièrement. Ainsi, 35% des étudiants privilégient la renommée de l'école, perçue comme un gage de qualité académique et de prestige, influençant fortement leur décision. Cette réputation rassure sur la valeur du diplôme et ouvre des portes dans le monde professionnel.

Par ailleurs, 29% des étudiants accordent une importance primordiale à l'employabilité, c'est-à-dire la capacité de l'école à préparer et à insérer ses diplômés sur le marché du travail. Les partenariats avec les entreprises, le taux de placement des diplômés, et les opportunités de stages et d'alternance deviennent donc des éléments déterminants.

Ces critères montrent que les étudiants cherchent avant tout des garanties sur leur avenir professionnel et la reconnaissance de leur formation.

Quels sont les principaux arguments qui impactent votre choix d'établissement ?



82%

82% des répondants estiment que la digitalisation d'une école est un argument important lors de leur choix

SE PROJETER EN ECHANGEANT AVEC DES ÉTUDIANTS



Comme les années précédentes, les échanges de pair à pair restent un critère crucial pour les jeunes dans leur prise de décision à rejoindre un établissement. Les témoignages d'étudiants actuels ou d'anciens élèves, les discussions sur les forums, les réseaux sociaux et les plateformes d'avis jouent un rôle déterminant dans la perception qu'ont les futurs étudiants d'une école.

Ce besoin d'authenticité et de retour d'expérience directe est en constante augmentation, avec une hausse de deux points par rapport à l'année dernière. Ce chiffre souligne l'importance grandissante de ces interactions pour rassurer les candidats et les aider à se projeter dans leur futur environnement académique. Les échanges de pair à pair offrent une perspective réaliste et souvent plus nuancée que les informations institutionnelles, renforçant ainsi la confiance des jeunes dans leur choix d'établissement.



77%

77% des futurs étudiants souhaitent échanger avec des "ambassadeurs" de l'école lors du processus de recrutement

Paradoxalement, seuls 46% des candidats ont eu l'opportunité d'échanger avec des étudiants. Si ce chiffre est en nette augmentation, nous constatons que les arbitrages des dépenses liées à la communication ne tiennent toujours pas compte des attentes de la cible.



46%

Seulement 46% des étudiants répondants ont été en contact avec un étudiant ambassadeur d'une école

03 Candidater





UNE DIMINUTION DES CANDIDATURES POUR LA 2ÈME ANNÉE CONSÉCUTIVE

Cette année encore, le choix des candidats se porte sur un nombre d'établissements restreint.

En 2024, 83% des candidats ont postulé à cinq établissements au maximum.

- 53% d'entre eux ont choisi 1 à 2 écoles (+ 9 points vs 2023)
- 30% d'entre eux ont choisi entre 3 et 5 écoles (+ 4 points vs 2023)

Pour se différencier et attirer les meilleurs profils, les établissements doivent identifier les besoins et attentes des étudiants.



A combien d'écoles les candidats postulent





LES SITES DES ÉCOLES PLÉBISCITÉS PAR LES CANDIDATS

Cette année, le site de l'école est le moyen plébiscité par les candidats pour postuler. En effet, 80% d'entre eux déposent leur candidature directement sur le site de l'école, contre 20% qui postulent sur Parcoursup.

Le site internet de l'école est un vecteur de confiance pour les candidats. Sa facilité d'utilisation, son intuitivité et la qualité des informations présentées sont essentielles pour les convaincre.

Toutefois, les résultats sont à nuancer au regard du profil des répondants, puisque notre panel se compose seulement de 9% de lycéens, qui sont les principaux utilisateurs de Parcoursup.

Où passent les candidats pour postuler ?



8 candidats sur 10 passent par le site de candidature de l'école



2 candidats sur 10 passent sur Parcoursup



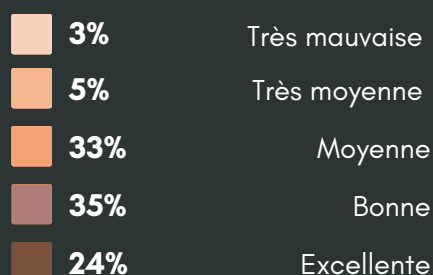
UNE FORTE AMÉLIORATION DE L'EXPÉRIENCE DE CANDIDATURE



En 2024, on constate une amélioration de l'expérience de candidature aux yeux des candidats.

Sur le total des répondants, 8% des candidats perçoivent leur expérience de candidature comme mauvaise (très mauvaise ou très moyenne), soit 6 points de moins qu'en 2023.

A contrario, 59% d'entre eux ont jugé cette expérience positive (bonne ou excellente), soit 17 points de plus qu'en 2023.



04 Choisir son établissement



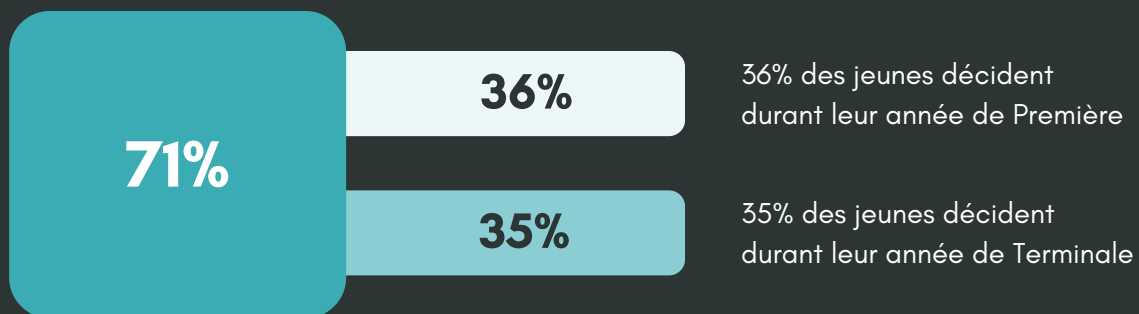


LA FIN DU LYCÉE, UN MOMENT DÉCISIF POUR L'ORIENTATION

Les deux dernières années de lycée sont un moment décisif dans le choix d'orientation professionnelle pour 71% des jeunes. Entre les étudiants de Première et de Terminale, la répartition est équilibrée.

Pour les jeunes, ce choix est déterminant. Les réflexions sont nombreuses, et impliquent des échanges avec leurs proches, des conseillers d'orientation et professeurs, des professionnels, et des recherches approfondies sur les différentes filières.

71% des jeunes choisissent leur future école entre la Première et la Terminale





LES MOYENS DE COMMUNICATION PLÉBISCITÉS







Les établissements utilisent 6 canaux de communication pour échanger avec les futurs étudiants : l'e-mail, le courrier, le SMS, le téléphone, le chat et la messagerie.

Les canaux les plus utilisés durant le processus de recrutement sont l'e-mail, l'appel et le sms :

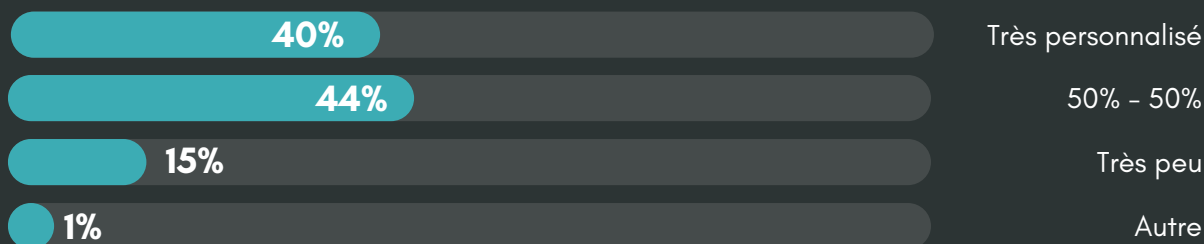
- 95% des répondants ont reçu au moins 1 mail de l'école (+2 points vs 2023).
- 60% des répondants ont reçu au moins 1 appel de l'école (+13 points vs 2023).
- 40% des répondants ont reçu au moins 1 SMS de l'école (+12 points vs 2023).

La diminution de l'absence totale de contact ("jamais"), tout canaux confondus, atteste d'une augmentation généralisée des échanges entre les candidats et les écoles lors du processus de recrutement.

Durant le processus de recrutement, comment les écoles communiquent avec les futurs étudiants et à quelle fréquence ?

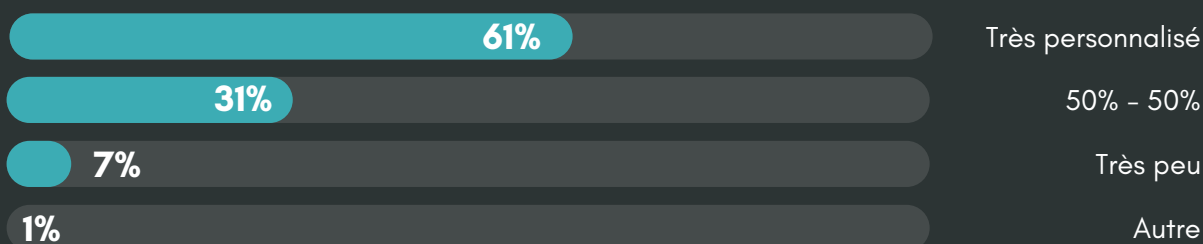
	 Email	 Courrier	 SMS	 Téléphone	 Chat	 Messagerie
Jamais	5%	66%	60%	40%	74%	76%
-1x par mois	11%	16%	18%	24%	11%	7%
1x par mois	21%	13%	10%	19%	9%	7%
+2x par mois	63%	5%	12%	17%	6%	10%

Evaluation de la personnalisation des échanges candidats / établissements après candidature ?



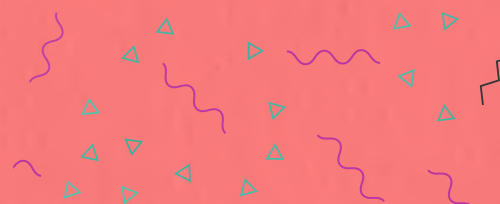
La personnalisation des messages envoyés par les écoles aux candidats est en légère augmentation. En 2024, la personnalisation des échanges est en hausse de 2 points et le manque de personnalisation en diminution de 2 points par rapport à l'année précédente.

Attente des jeunes interrogés envers les écoles en terme de personnalisation durant le processus de recrutement



Les attentes des jeunes envers la personnalisation restent élevées : 61% d'entre eux souhaitent recevoir des mails intégrant des éléments comme leur nom, leur choix de formation et la prise en compte de leurs critères.

05 Préparer sa future vie étudiante





DES PROCESSUS D'INSCRIPTIONS PLUS APPRÉCIÉS PAR LES ÉTUDIANTS

Suite à leur inscription dans les établissements, 35 % des répondants ont jugé cette expérience insatisfaisante. Un chiffre en baisse de 10 points par rapport à 2023. Cela montre que les étudiants sont de plus en plus satisfaits des processus d'inscription, mais qu'il y a encore une marge d'amélioration pour répondre au mieux à leurs attentes.



35%

35% déclarent être **moyennement**
ou pas satisfaits du tout de cette expérience

Les attentes des étudiants se portent sur la digitalisation. En effet, 65 % des répondants souhaitent que leur inscription auprès des établissements se fasse en ligne. Un suivi de l'avancement de leur inscription via internet est également attendu par 20 % d'entre eux.

65% des attentes dans le parcours d'inscription portent sur la digitalisation

65%

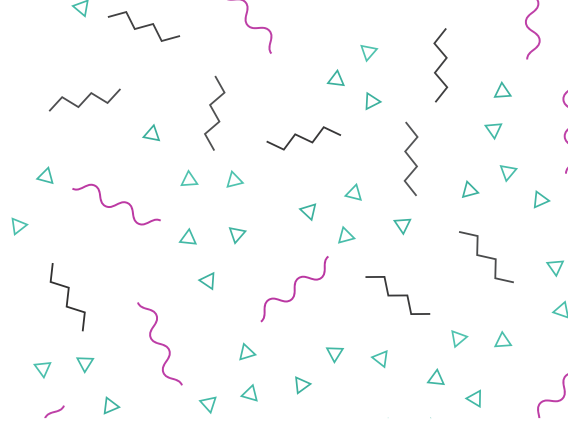
45%

45% attendent un espace de candidature en ligne

20%

20% attendent un suivi en ligne de l'avancement de leur inscription (pas à pas)

A propos



Quatrième opus de ce baromètre sur l'expérience étudiante réalisée par le collectif éponyme. Une façon de clôturer l'année scolaire 2023-24 qui vient de s'achever.

A travers cette étude, nous constatons que la filière s'est grandement structurée depuis les 4 dernières années, porté notamment par la digitalisation des usages. Le gap entre les attentes des candidats et les actions menées par les établissements tend à se réduire mais dans ce marché dynamique il est important de garder une longueur d'avance.

Depuis 2021, ce collectif rassemble une communauté d'acteurs de l'éducation supérieure dans le but de mieux comprendre les usages, les comportements et leurs attentes vis-à-vis de leur "expérience étudiante".

Cette communauté rassemble plus de 2 000 membres. Elle se réunit tous les trimestres autour de workshops, de partages d'expérience ou d'études sur notre thématique commune. Elle est pilotée par 3 membres fondateurs : startups Edtech partenaires de plus de 150 établissements supérieurs : Magma, MeetYourSchool et OSCAR CRM.

Vous souhaitez en savoir plus ? Vous souhaitez nous rejoindre ?

Rendez-vous sur : experience-etudiante.com

Les membres partenaires



Figaro Etudiant Pro



Meet Your School



Magma App



Oscar CRM