

LES ALUMNI ESSEC ET LA TRANSITION ENVIRONNEMENTALE ET SOCIALE

Étude menée entre Juin et Juillet 2022 auprès de 1 200 répondants

Un tournant se dessine : les alumni ESSEC attendent un engagement des entreprises beaucoup plus déterminé en faveur de l'environnement et des questions sociales

Un consensus partagé face au constat que les entreprises devront se transformer radicalement pour arriver à un modèle soutenable



des alumni jugent la situation environnementale très préoccupante, voire alarmante



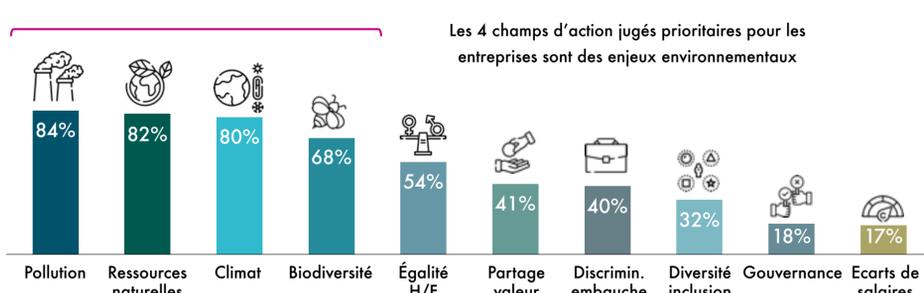
pensent que les entreprises doivent se transformer radicalement



seulement considèrent que leur entreprise en prend le chemin

PICTOGRAMMES : PAUSE08, GEOTATAH, MADE BY MADE PREMIUM

Enjeux principaux sur lesquels les alumni aimeraient voir les entreprises s'engager (% enjeux « très important »)

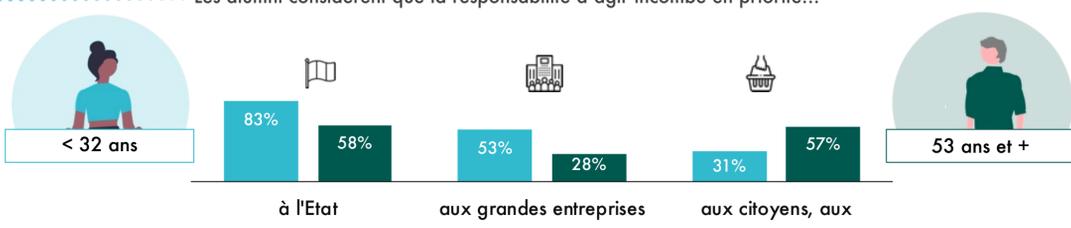


Les 4 champs d'action jugés prioritaires pour les entreprises sont des enjeux environnementaux

PICTOGRAMMES : FREEPIK, SMASHICONS, NOOMTAH, ICONGEEK26, FLATICONS

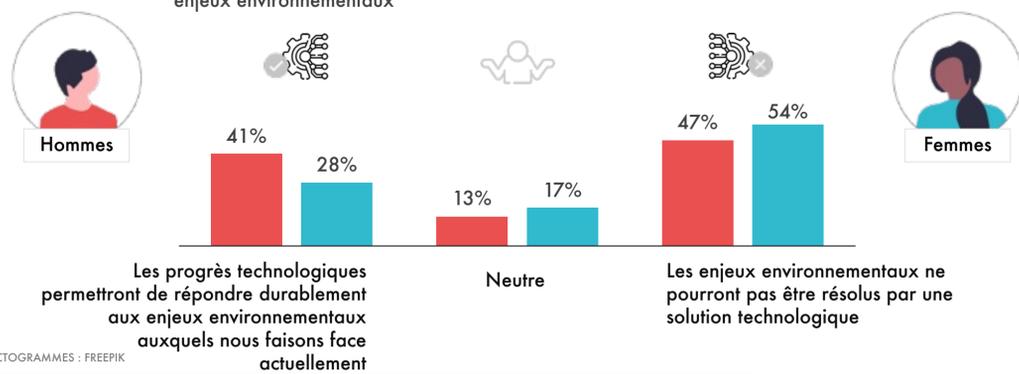
Des convictions plus disparates quant aux solutions à mettre en œuvre

Les alumni considèrent que la responsabilité d'agir incombe en priorité...



PICTOGRAMMES : SMASHICONS, GEOTATAH, GOOD WARE

Un clivage quant à la capacité du progrès technique à répondre durablement aux enjeux environnementaux

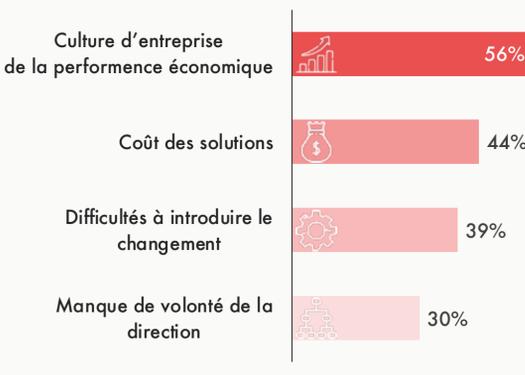


PICTOGRAMMES : FREEPIK

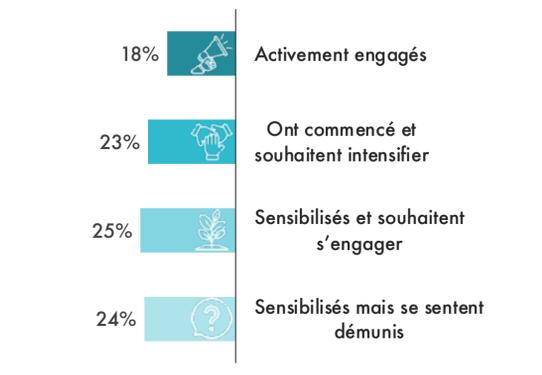
Une communauté qui souhaite agir pour pallier le manque d'engagement des entreprises autour des enjeux environnementaux

Les 4 freins principaux à cette transformation sont attribués à la difficulté de changer de paradigme

La mobilisation des alumni ESSEC s'intensifie



PICTOGRAMMES : FREEPIK, LAFS

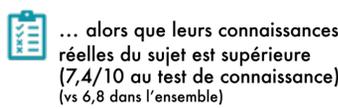
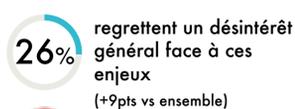


PICTOGRAMMES : FREEPIK, SMASHICONS

Focus sur les alumni de moins de 32 ans

Etant plus informés, ils sont plus exigeants, en commençant par eux-mêmes, et déterminés à agir pour changer les choses

Ils sont les plus désabusés et ne se considèrent pas plus engagés alors que les données recueillies démontrent l'inverse



Leur engagement est plus radical



PICTOGRAMMES : FREEPIK, ICONIXAR

ESSEC Alumni et l'ESSEC très attendus sur des formations aidant à influencer le niveau de transformation de son entreprise et insuffler le changement



des alumni pensent avoir besoin de nouvelles compétences pour traiter les enjeux environnementaux



seulement se sentent véritablement accompagnés dans cette montée en compétences



des alumni se disent intéressés par des formations ESSEC ou sélectionnées par ESSEC Alumni

3 catégories de formations plébiscitées par les alumni ESSEC

37%

Formations spécifiques approfondissant la transformation de chaque secteur



34%

Programmes dédiés aux dirigeants et managers qui souhaitent œuvrer à la transformation de leur entreprise



29%

Modules pour accompagner salariés et managers à mobiliser leur hiérarchie et accompagner les équipes opérationnelles



Deux paliers professionnels conditionnent les attentes en matière de formation : les premières années de vie active et la reconversion autour de 40 ans

Actions plébiscitées par les moins de 32 ans*

48% Formations de conseil/coaching pour acquérir de nouvelles connaissances

48% Être accompagné dans sa conversion vers des métiers à impact

46% Formations spécifiques sur la transformation de chaque secteur vers la transition

44% Création d'un annuaire des alumni engagés pour favoriser les mises en relation

42% Mise en place d'un jobboard dédié aux métiers de la transition sociale et environnementale

Actions plébiscitées par les 43-52 ans*

60% Exploration de nouveaux modèles de « réussite » professionnelle

43% Accès à des ressources sur la transformation des entreprises, de la société

38% Mentorat inversé, accompagnement par de jeunes alumni experts sur les sujets de transition

36% Formation pour aider salariés et managers à mobiliser leur hiérarchie et à accompagner les équipes opérationnelles

* Listes établies sur la base de plusieurs questions

Parmi les alumni, 3 groupes sur 5 sont très engagés, soit 55% des Alumni

Les convaincus



27% Le groupe le plus radical et le plus jeune

Les engagés pour le climat



20% Influenceurs actifs, plutôt plus jeunes et plus urbains

Les sociaux-investis



8% Rejetent le salariat et croient en l'action individuelle

Les hésitants



38% Se sentent démunis et pas assez informés, ils sont plutôt suiveurs

Les réfractaires



7% Considèrent que les entreprises en font déjà suffisamment.

AVATARS : FREEPIK, SMASHICONS, FLATICONS, VECTOR MARKET

MÉTHODOLOGIE D'ENQUÊTE

L'enquête a été réalisée du 7 juin au 11 juillet 2022 via un questionnaire en ligne. Après nettoyage de la base de données, l'échantillon total est de 1.191 Alumni interrogés, dont 896 qui sont allés jusqu'au bout du questionnaire.

La représentativité a été établie sur la population des alumni de l'ESSEC suivant la méthode des quotas.

Pour en savoir plus, vous pouvez contacter

transition@essecalumni.com