

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Sodexo a mené une étude internationale auprès d'étudiants et décrypte la « génération Z »

Selon l'*International Student Lifestyle Survey*, les étudiants estiment aussi important l'atmosphère de leur environnement que le processus de sélection universitaire. De plus en plus stressés, ils accordent une grande valeur à la capacité d'accueil de leurs établissements

Paris (France)/Gaithersburg (Maryland, États-Unis), le 7 septembre 2017 — Sodexo, leader mondial des services de Qualité de Vie, publie ce jour la toute première étude internationale sur les modes de vie des étudiants, l'*International Student Lifestyle Survey*, menée auprès de 4 000 étudiants sur 3 continents pour identifier les moyens d'améliorer leur qualité de vie tout au long de leur parcours universitaire.

Cette enquête a pour but de mieux comprendre les étudiants soumis au stress vis-à-vis de leurs études, de leurs finances ou de leurs perspectives de carrière à travers le monde. Elle vise à apporter aux universités une meilleure grille de lecture de leurs attentes en matière d'hébergement, de services et d'espaces pédagogiques.

L'étude menée auprès d'étudiants de premier cycle aux États-Unis, au Royaume-Uni, en Chine, en Inde, en Italie et en Espagne, [téléchargeable à cette adresse](#), mesure le moral des étudiants, à travers les critères de choix de leur université, du financement de leur logement, en passant par leur sommeil et leur activité physique, ou encore leurs (éventuels) plans de carrière. Les indicateurs concentrés autour des quatre étapes clés de la vie d'un étudiant (avant l'arrivée, à l'arrivée, pendant les études et à la sortie de l'université), apportent un éclairage global sur le vécu des étudiants, et aussi des aspects sur lesquels les attentes et la culture diffèrent considérablement.

Patrick Connolly, Directeur général Écoles et Universités au niveau mondial de Sodexo, a déclaré : « *Le secteur universitaire évolue rapidement, notamment parce que les attentes de la génération Z sont beaucoup plus changeantes, et qu'elles varient nettement d'un pays à l'autre. Grâce à cette étude, Sodexo approfondit sa connaissance d'une génération plus axée vers l'international et à la recherche d'un campus où les services leur permettent de vivre leur vie à fond et sans stress. Les universités dont le modèle opérationnel s'adapte à ces attentes seront plus à même de les soutenir faces aux pressions dont ils témoignent* ».

À l'échelle internationale, quelques-unes des principales conclusions de l'étude :

- **La qualité de vie dans l'ensemble ? Pas mal.** Dans les six pays concernés, la plupart des étudiants font état de niveaux de stress et de bien-être moyens, et de qualité d'hébergements moyenne à supérieure. Dans l'ensemble, les étudiants se déclarent particulièrement stressés au cours du premier mois sur place par la nouveauté que constitue l'université et le fait de devoir s'adapter aux différences par rapport au lycée.
- **Les inquiétudes et les préoccupations des étudiants varient nettement en fonction du pays dans lequel ils étudient.** S'agissant des services qui attirent le plus les étudiants, les américains s'intéressent surtout à la question financière et aux moyens de limiter leur endettement, tandis que les étudiants du Royaume-Uni privilégient les installations permettant une vie sociale active. En Inde, les études sont la priorité, tandis qu'en Chine, les étudiants s'intéressent autant à leur vie sociale qu'aux aspects pratiques du quotidien.
- **Lors du choix de leur université, les étudiants tiennent compte à la fois de leurs priorités immédiates et des conséquences à plus long terme :** pour 78% des jeunes interrogés une bonne ambiance est le facteur le plus important. La réputation et le classement de l'établissement sont presque aussi importants, puisqu'ils sont cités par les trois quarts des répondants. Par ailleurs, dans leur démarche de recherche

d'établissement, les étudiants privilégient Internet (72 %) aux conseils de leurs parents (62 %), de leurs enseignants (57 %) et de leurs amis (49 %).

- **Globalement, les étudiants souhaitent acquérir des compétences en matière de gestion du stress et de gestion financière.** La gestion du stress est une priorité pour 50% des étudiants, suivie de près par la gestion de leurs finances (48 %). Dans l'ensemble, 30 % des étudiants ont envisagé d'abandonner l'université, la moitié pour des motifs pédagogiques, environ un tiers en raison de problèmes de santé et un autre tiers pour des raisons financières.
- **Les étudiants de la génération Z socialisent de façon moins « classique » et sont plus sérieux (l'argent étant un facteur essentiel).** Les étudiants socialisent moins que ce à quoi l'on pourrait s'attendre. Ils sont à la recherche d'activités sociales abordables. Ils sacrifient en premier lieu leur vie sociale pour faire des économies : ainsi, 56 % déclarent avoir économisé de l'argent en réduisant les sorties entre amis.
- **Les étudiants valorisent les environnements inclusifs où ils se sentent entendus.** Pour 83 % des étudiants, il est important que leur université propose un cadre dans lequel ils sont libres de faire part de leurs préoccupations. Un peu plus de la moitié des étudiants trouvent leur université accueillante pour les nouveaux arrivants : les étudiants en Italie classant leur université au plus bas de l'échelle en matière d'accueil (39 %), tandis qu'en Chine, les étudiants considèrent largement leur université comme un lieu accueillant (84 %). En outre, les étudiants perçoivent leurs universités comme plus tolérantes envers les différences de nationalités et d'appartenances ethniques (65 %) que les différences en matière de sexualité (58 %) ou d'identité de genre (59 %).
- **La passion est davantage un moteur que l'argent pour leur avenir professionnel.** Un peu plus de la moitié des étudiants savent ce qu'ils veulent faire une fois leur diplôme en poche, et la plupart d'entre eux s'inquiètent surtout de trouver un emploi rapidement (37 %) ou dans un domaine qui les intéresse (36 %), plutôt qu'un poste à salaire élevé (24 %).

Patrick Connolly a ajouté : « A travers cette étude, nous espérons offrir aux universités la possibilité de mieux connaître les facteurs qui contribuent à la qualité de vie de leurs étudiants. Elles pourront tirer parti de ces informations dans leur démarche globale, depuis la conception des logements et des espaces collectifs classiques (bibliothèques, salles d'étude et cours extérieures) jusqu'à l'accueil des étudiants étrangers. Pour les étudiants d'aujourd'hui, il est très important de pouvoir exprimer leurs préoccupations et donner leur avis à leur établissement : elle conforte la "co-création" comme élément essentiel de la résolution des problèmes à l'université. C'est le meilleur moyen pour les universités de rassembler des voix, des équipes, des spécialités et des opinions diverses pour résoudre un problème existant ou développer un tout nouveau projet. »

Méthodologie de l'International University Lifestyle Survey de Sodexo

Cette étude s'inspire de ce qui a fait le succès de l'étude de référence University Lifestyle Survey menée tous les deux ans par Sodexo auprès des étudiants au Royaume-Uni et publiée depuis 2004. Pour la première fois cette année, Sodexo, qui est au service de 8 millions d'étudiants chaque jour dans 1 000 universités de 32 pays, a réalisé cette étude à une échelle internationale.

L'enquête a été effectuée au printemps 2017 par [YouthSight](#), qui a interrogé 4 027 étudiants de six pays à l'aide de questionnaires en ligne. L'échantillon était composé de 1 008 étudiants aux États-Unis, 1 005 étudiants au Royaume-Uni, 507 étudiants en Italie, 500 étudiants en Espagne, 505 étudiants en Inde et 502 étudiants en Chine, toutes années d'études confondues. La parité parfaite était respectée dans tous les pays (50 % d'hommes et 50 % de femmes), sauf en Inde où l'échantillon était composé de 70 % d'hommes et de 30 % de femmes.

À propos de Sodexo

Créé en 1966 à Marseille par Pierre Bellon, Sodexo est le leader mondial des services de Qualité de Vie, facteur essentiel de performance des individus et des organisations. Présent dans 80 pays, Sodexo sert chaque jour 75 millions de consommateurs avec une offre unique de Services sur Site, de Services Avantages et Récompenses et de Services aux Particuliers et à Domicile. Avec plus de 100 métiers, Sodexo propose à ses clients une offre intégrée de services, fruit de 50 ans d'expérience : de la restauration à l'accueil, la propreté, l'entretien et la maintenance technique des matériels et installations ; des Pass Repas, Pass Cadeaux et Pass Transports pour les salariés jusqu'aux services d'aide à domicile, de crèches et de conciergerie. La réussite et la performance de Sodexo reposent sur son indépendance, son modèle économique durable, ainsi que sa capacité à assurer le développement et l'engagement de ses 425 000 collaborateurs à travers le monde. Sodexo est membre des indices CAC 40 et DJSI.

Chiffres-clés (au 31 août 2016)

20,2 milliards d'euros de chiffre d'affaires consolidé

425 000 collaborateurs

19^e employeur mondial

80 pays

75 millions de consommateurs chaque jour

17,1 milliards d'euros de capitalisation boursière (au 05 juillet 2017)

Contact

Medias

Mathieu SCARAVETTI

+33 1 57 75 87 28

mathieu.scaravetti@sodexo.com