

PERCEPTIONS, VALEURS ET ATTITUDES DE LA COMMUNAUTE HEC

Une communauté unique et diversifiée

Restitution du Baromètre #1 portant sur les futurs du capitalisme, du travail et du climat

En septembre 2022, HEC Paris et HEC Alumni se sont associés pour vous présenter un projet inédit : un partenariat entre vous, la communauté des Alumni, et les enseignants chercheurs de HEC Paris pour créer le Business Leaders Lab. Alors que le rôle des diplômés est essentiel et vital pour notre école et plus globalement pour l'économie et la société, un partage commun de vos questionnements, attitudes et solutions face aux grands défis de notre temps fait défaut.

Quel avenir pour le capitalisme ? Quelles sont les aspirations des nouvelles générations ? Comment les entreprises peuvent-elles faire face aux défis de la transition climatique et aux transformations sociétales et technologiques ?

En contribuant à notre première enquête (Baromètre #1), vous avez permis à notre communauté de donner un indispensable aperçu de grandes tendances des Alumni sur ces thématiques essentielles.

Méthodologie

Durant le mois de février 2023, l'ensemble des diplômés a été convié à participer à la première enquête en ligne de l'observatoire intitulée Baromètre #1 à laquelle ont participé 1 330 diplômés de HEC Paris. **1 092** réponses ont été conservées et analysées anonymement. Certaines réponses ont été comparées à des enquêtes émises par le World Values Survey (WVS)¹.

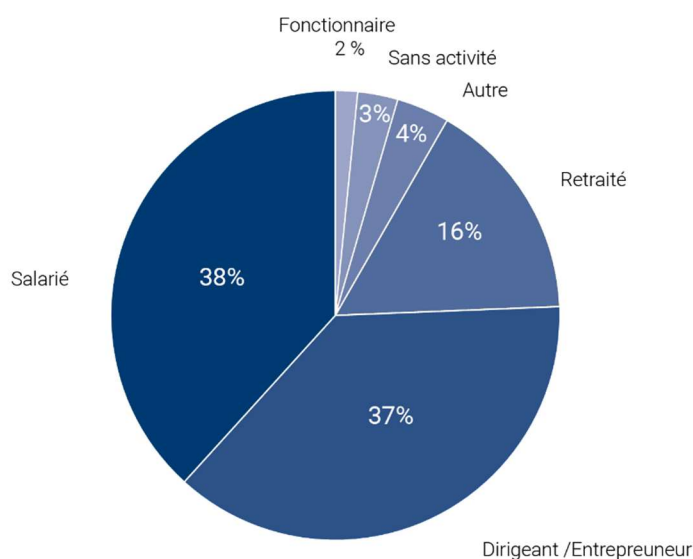
1. Thèmes de l'enquête

- Aspirations professionnelles
- Environnement de travail
- Conception du capitalisme et de la RSE
- Anticipations sur la conjoncture
- Défis principaux
- Préférences et opinions individuelles

2. Profil des répondants

¹Le [World Values Survey \(WVS\)](#) est une enquête internationale sur les valeurs et les attitudes des individus à travers le monde. Cette enquête vise à comprendre les changements culturels et sociaux survenant dans différentes sociétés et à évaluer l'impact de ces changements sur la vie des individus. Elle est réalisée par vagues correspondant à une période spécifique de collecte de données et sur environ 2,000 individus par pays, nous avons comparé certaines réponses du Baromètre #1 avec le World Values Survey Vague 7 (2017-2022).

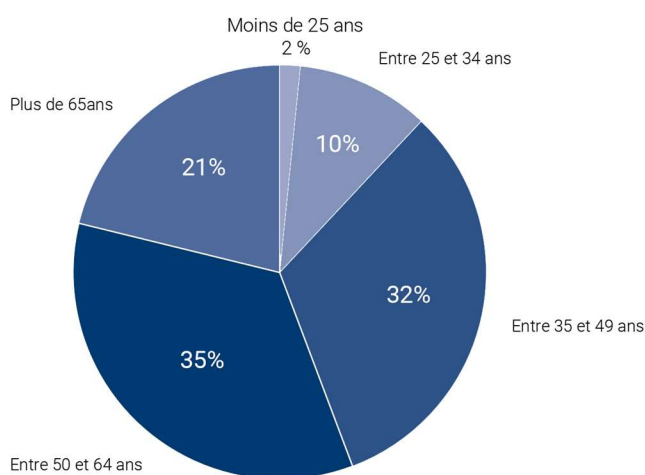
« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023



37% des participants sont dirigeants ou entrepreneurs. Cette catégorie regroupe les fondateurs et dirigeants d'entreprises/organisations, ainsi que les travailleurs indépendants.

38% des répondants sont salariés. Également, 16% sont retraités, 4% sont classés dans la catégorie "autre" et 3% se sont déclarés sans activité. Enfin, 2% des répondants sont des fonctionnaires.

81% des répondants sont localisés en France. 19% des répondants sont localisés à l'international, dans plus de 50 pays différents.

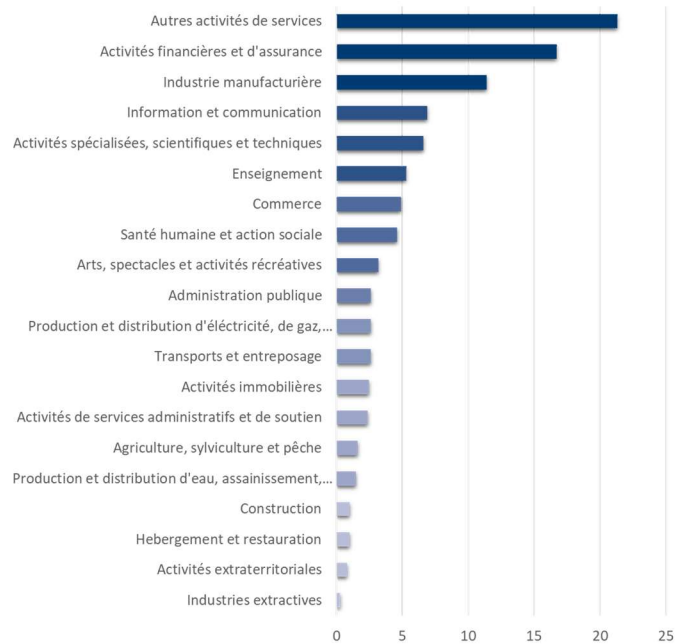


2% des répondants ont moins de 25 ans et 10% des répondants ont entre 25 et 34 ans. De ce fait, en raison du faible nombre de répondants de moins de 25 ans, nous avons inclus ces jeunes professionnels, en une catégorie unique « moins de 34 ans » lors de l'analyse des résultats.

32% des répondants ont entre 35 et 49 ans et 35% des répondants ont entre 50 et 64 ans. Enfin, 21% des répondants ont plus de 64 ans.

Les secteurs d'activités des répondants se répartissent entre 20 domaines différents. Le secteur d'activité le plus représenté est celui des « Autres activités de services » : Ce secteur d'activité regroupe diverses activités qui ne sont pas classées dans les secteurs spécifiques définis par l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques)². Il peut inclure des services professionnels, scientifiques, techniques, administratifs, ainsi que des activités de soutien aux entreprises. Il s'agit donc d'une catégorie assez large qui englobe des domaines variés.

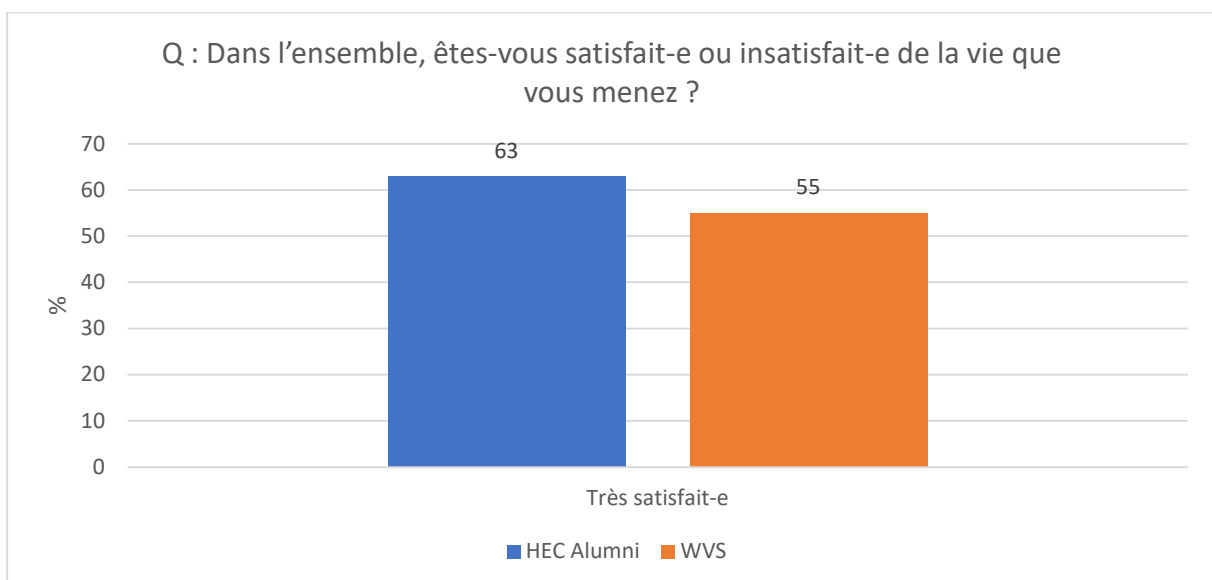
Les secteurs des « Activités financières et d'assurance », de l'« Industrie manufacturière » et de la partie « Information et communication » suivent.



Principaux enseignements et chiffres clés

1. Une communauté épanouie et engagée

a. *Une satisfaction dans la vie et au travail plus élevée que la moyenne*

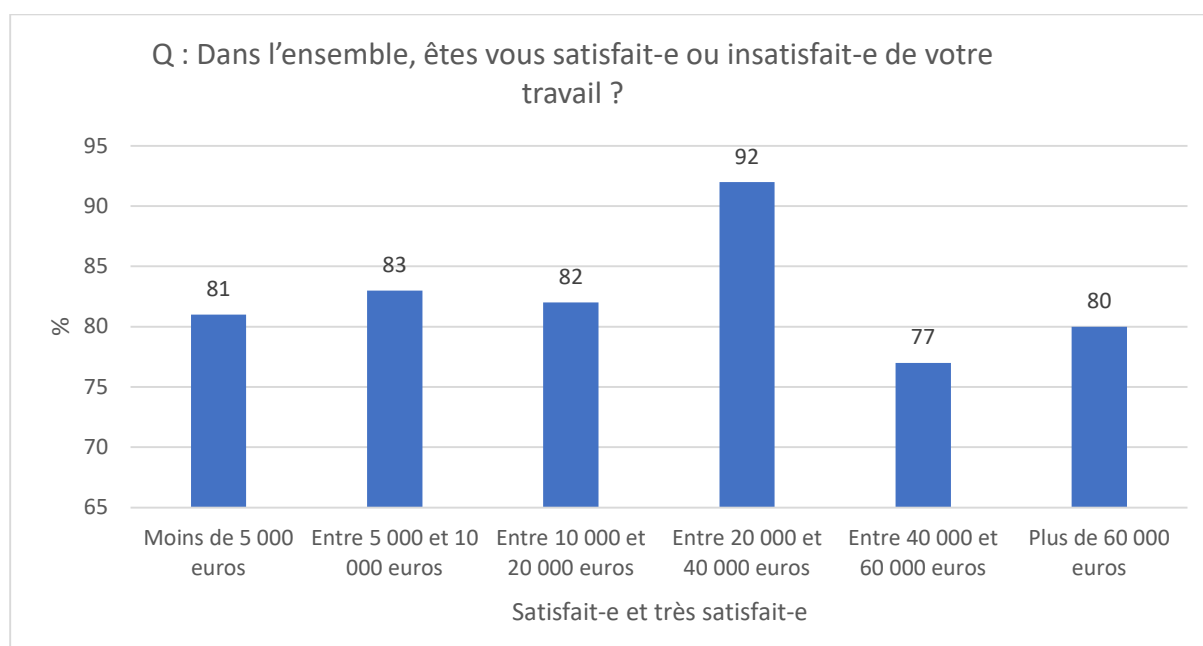


² Nomenclature des professions et catégories socioprofessionnelles – PCS 2020 – 1er édition 2022 – INSEE

« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023

Nous constatons que 90% des diplômés se disent satisfaits ou très satisfaits de leur vie³, dont **63% indiquant être très satisfaits de leur vie**. Cette proportion est plus élevée que la moyenne de la population en France, qui se situe à 55% de très satisfait.

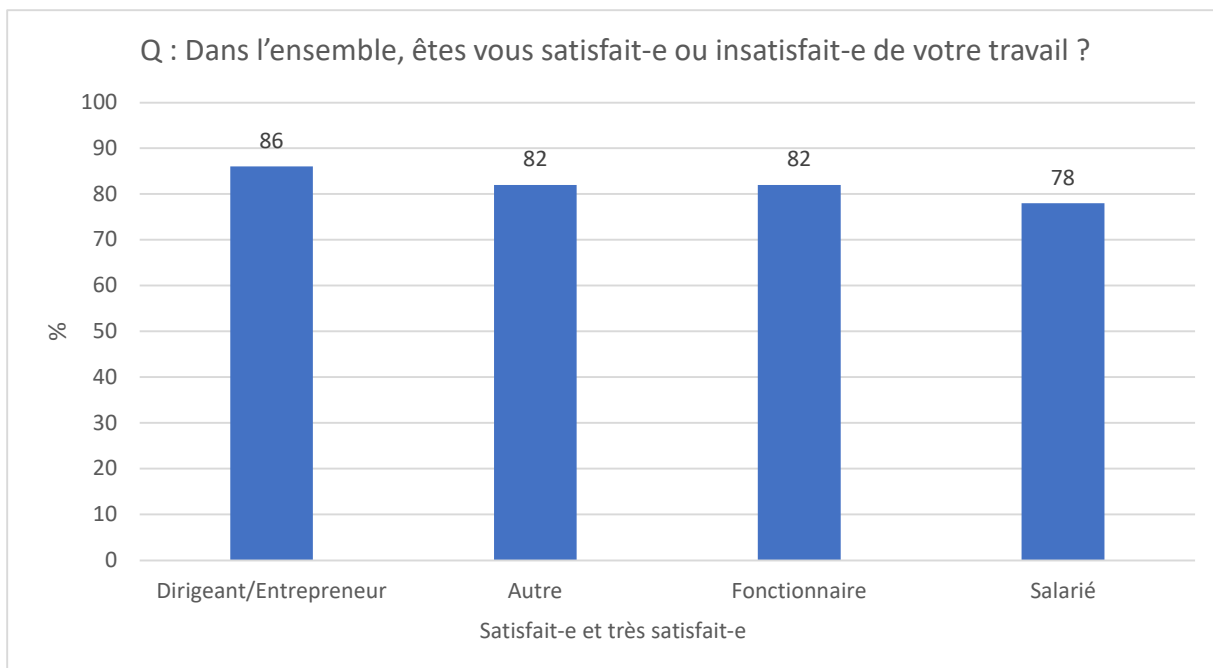
Concernant la satisfaction professionnelle, **87% des diplômés se disent satisfaits ou très satisfaits de leur travail, soit 10 points de pourcentage de plus que le niveau de satisfaction moyen des Français au travail.**⁴



Autre point intéressant, la satisfaction au travail, comme la satisfaction dans la vie, n'est pas qu'une question de revenu. Elle augmente avec le revenu jusqu'à un certain point, puis a un effet plateau. Le signe que les revenus les plus élevés sont aussi associés à des positions avec une surcharge de travail et de responsabilité ?

³L'échelle de réponse pour cette série de questions étant définie entre 0 et 10 : « satisfait » correspond aux réponses entre 6 et 7 et « très satisfait » correspond aux réponses supérieures à 8 et plus.

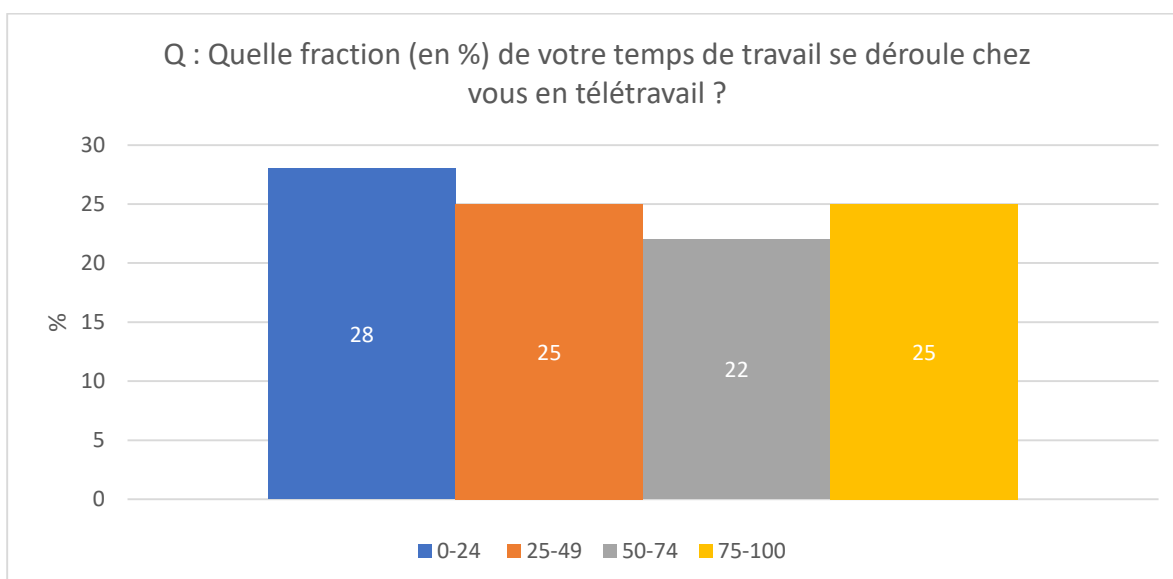
⁴ « Les Français au travail », Enquête sur un échantillon représentatif de 2,000 français, Institut Montaigne, 2022



Les deux prédicteurs les plus importants de la satisfaction au travail sont de deux ordres :

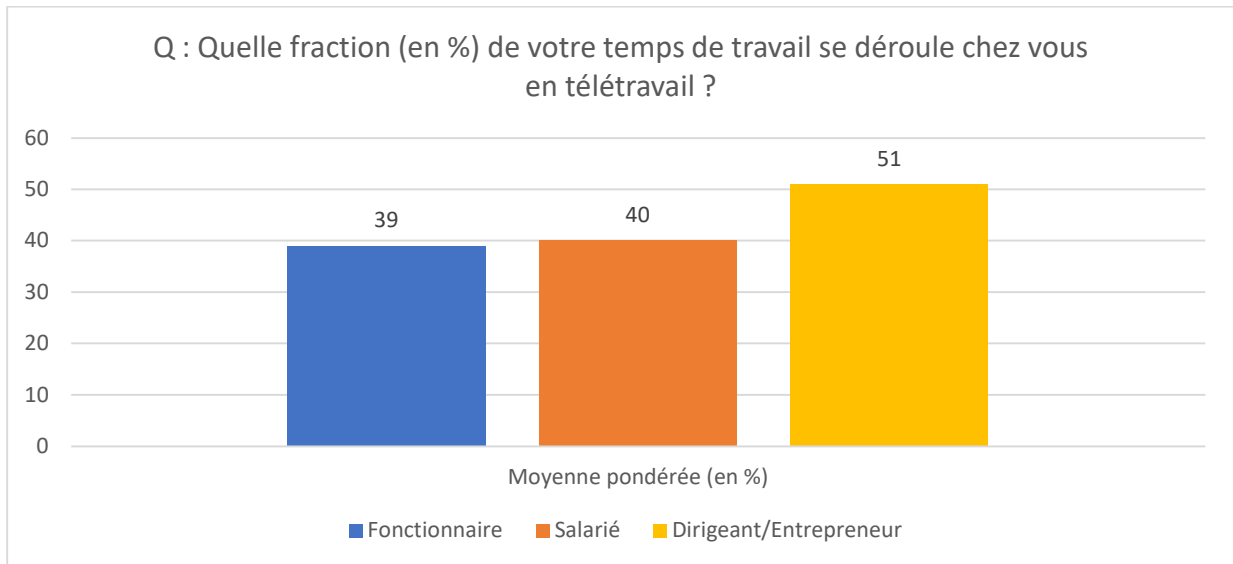
- Ceux qui occupent des postes de dirigeants/entrepreneurs sont les plus satisfaits de leur vie professionnelle, et plus généralement, la responsabilisation au travail est un important déterminant de la satisfaction professionnelle parmi les diplômés.
- Le niveau de confiance et la qualité des relations de travail dans l'organisation que nous détaillons ci-dessous.

b. Télétravail



« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023

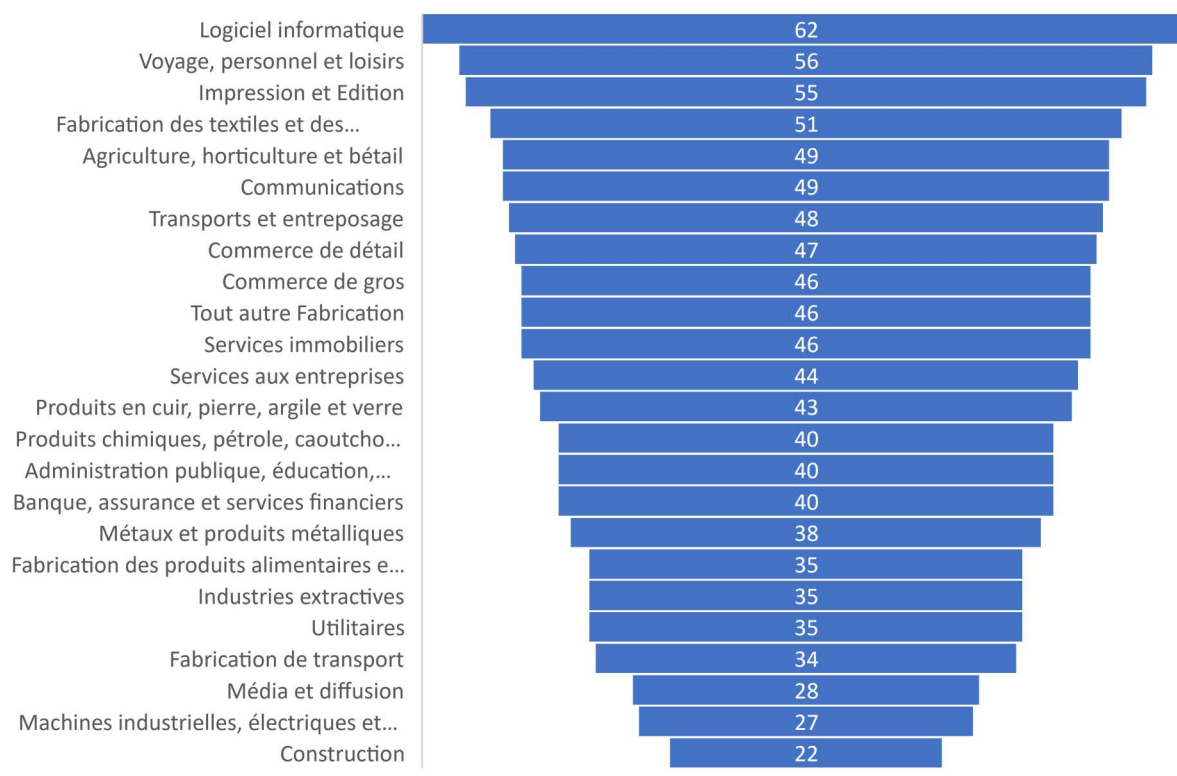
Le premier fait marquant est à la fois la grande hétérogénéité et l'égle répartition de la pratique du télétravail dans notre communauté. Un quart environ de la communauté déclare consacrer moins de 25% du temps en télétravail, un autre quart entre 25 et 50%, un autre quart entre 50 et 75% et enfin le dernier quart plus de 75% du temps. Mais surtout près de la moitié de notre communauté déclare avoir adopté pour plus de la majorité du temps la pratique du télétravail, alors que dans la population salariée 40% travaillent très occasionnellement en télétravail et 33% déclarent être à un ou deux jours. Cela est très lié aux postes à responsabilité occupés par notre communauté, qui se prête beaucoup plus à ce type de flexibilité que la population moyenne.



Ces résultats suggèrent que les répondants « Dirigeants » sont plus enclins à passer une plus grande partie de leur temps de travail en télétravail par rapport aux répondants fonctionnaires et salariés.

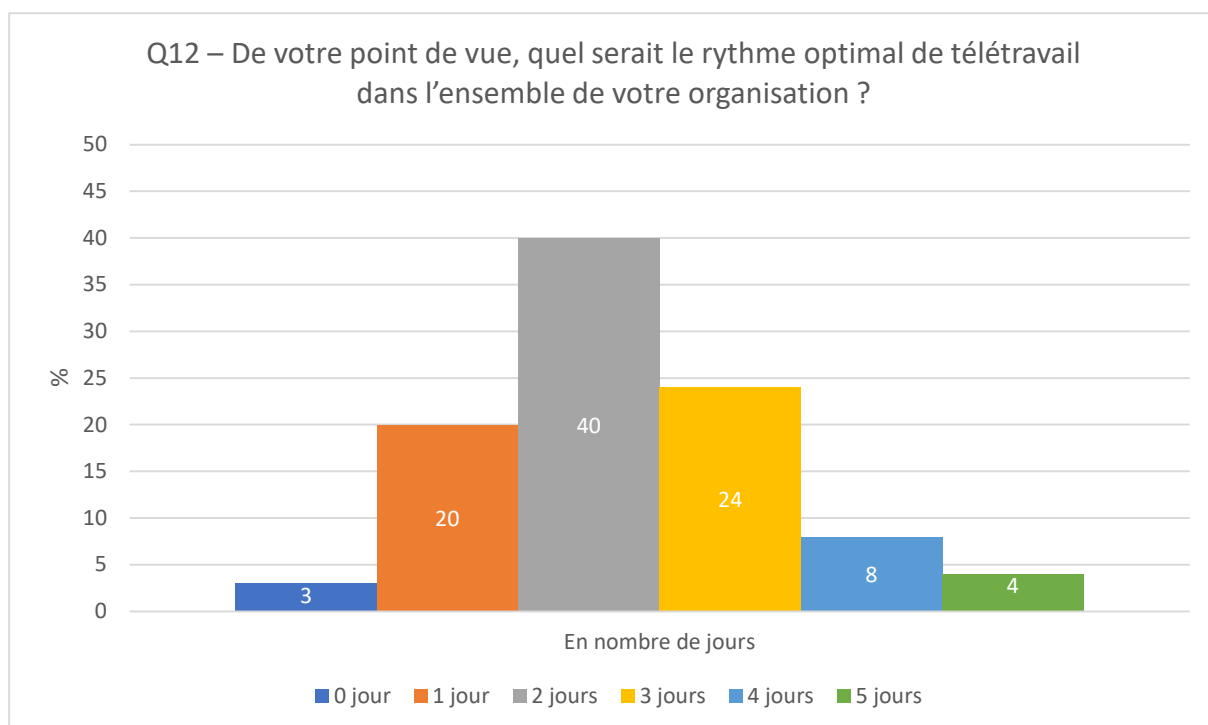
En moyenne, les répondants fonctionnaires indiquent passer 39% de leur temps de travail en télétravail. Pour les répondants salariés, cette proportion s'élève à 40%. Enfin, les répondants dirigeants indiquent passer en moyenne 51% de leur temps de travail en télétravail.

Q : Quelle fraction (en %) de votre temps de travail se déroule chez vous en télétravail ?



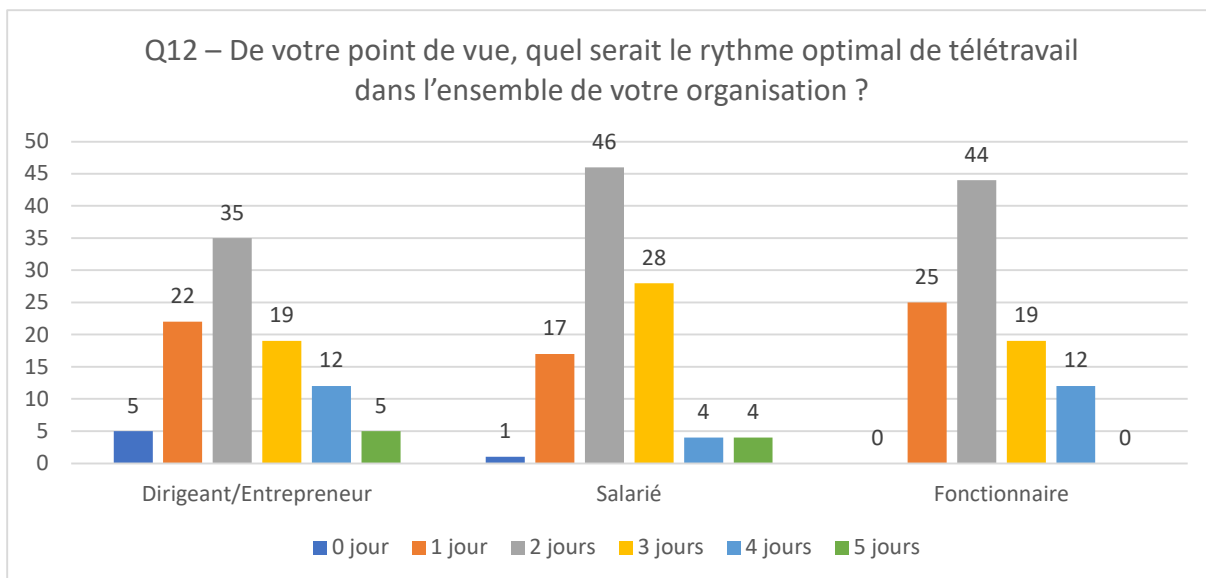
Les répondants appartenant au secteur d'activité « Logiciel informatique » sont ceux qui pratiquent le plus le télétravail, avec en moyenne 62% de leur temps de travail effectué à distance. Le secteur du « Voyage, personnel et loisirs » arrive en deuxième position, avec environ 56% du temps de travail effectué en télétravail. Le secteur de l'« Impression et Edition » se classe en troisième position, avec environ 55% du temps de travail en télétravail.

En revanche, les répondants appartenant à des secteurs tels que la "Construction" avec 22% de temps de travail en télétravail, "Machines industrielles, électriques et électroniques" avec 27%, et "Média et diffusion" avec 28% ont déclaré passer moins de temps en télétravail. Ces secteurs sont souvent caractérisés par la nécessité d'une présence physique sur le lieu de travail pour mener à bien leurs activités.



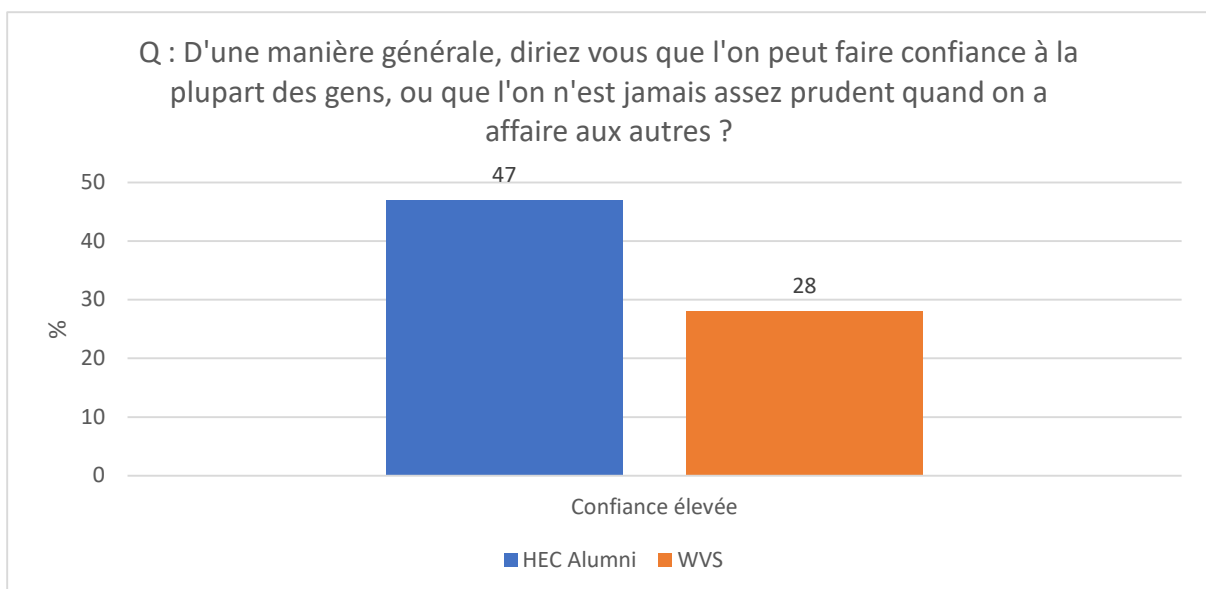
Notre communauté présente une diversité d'opinions quant au rythme optimal de télétravail dans l'ensemble de leur organisation. Les réponses indiquent que 3% des répondants estiment qu'aucune journée de télétravail n'est nécessaire, tandis que 20% considèrent qu'une journée de télétravail par semaine est suffisante.

La majorité des répondants, soit 40%, estiment que deux jours de télétravail par semaine constituent le rythme optimal. Cela suggère qu'une part importante de la communauté voit le télétravail comme une pratique bénéfique, mais préfère également maintenir une présence physique régulière au sein de l'organisation. Ces résultats mettent en évidence une préférence générale pour un équilibre entre le travail sur site et le télétravail. **La plupart des répondants estiment que le rythme optimal réside dans l'adoption d'une combinaison de travail en présentiel et à distance,** plutôt que de privilégier exclusivement l'un ou l'autre. Enfin à noter que près d'un tiers des alumni souhaitent 3 jours ou plus de télétravail.



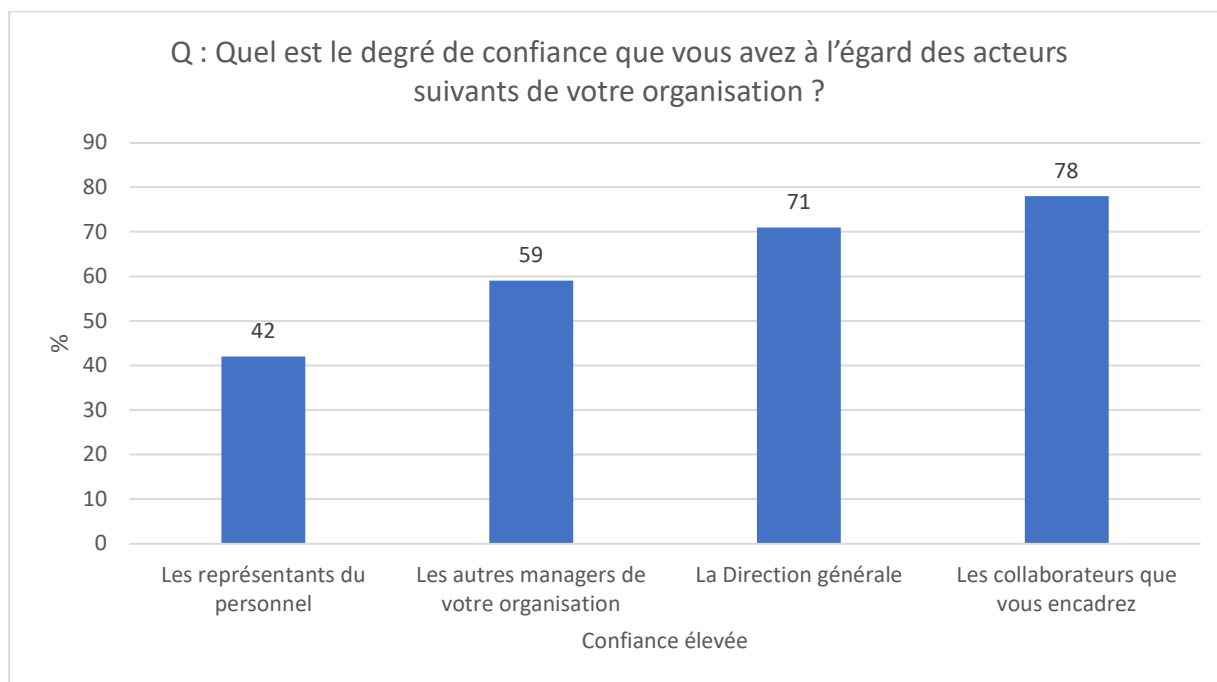
Au-delà de 3 jours de télétravail par semaine, les dirigeants/entrepreneurs et les fonctionnaires semblent être plus enclins à souhaiter un rythme de télétravail comprenant 4 jours par semaine, avec 12% d'entre eux exprimant cette préférence. En revanche, les salariés ont une préférence moins marquée pour cette option, avec respectivement 4% et 5% qui souhaitent travailler 4 jours en télétravail.

c. Une confiance plus élevée que la moyenne



47% des diplômés ont indiqué avoir confiance dans les autres⁵, ce qui est nettement supérieur à la moyenne de 28% pour la population générale en France. Or la confiance dans les autres apparaît fortement corrélée au niveau de satisfaction. Les diplômés qui ont exprimé une plus grande confiance envers les autres ont également manifesté un niveau de satisfaction plus élevé dans leur vie globale, et ce facteur est beaucoup plus prédictif que le revenu.

Concernant la confiance au sein de l'organisation, les résultats sont plus contrastés. Si près de 78% et 70% des alumni disent avoir confiance dans leurs propres collaborateurs ou dirigeants respectivement, ils sont plus réservés dans leur confiance envers les représentants du personnel.

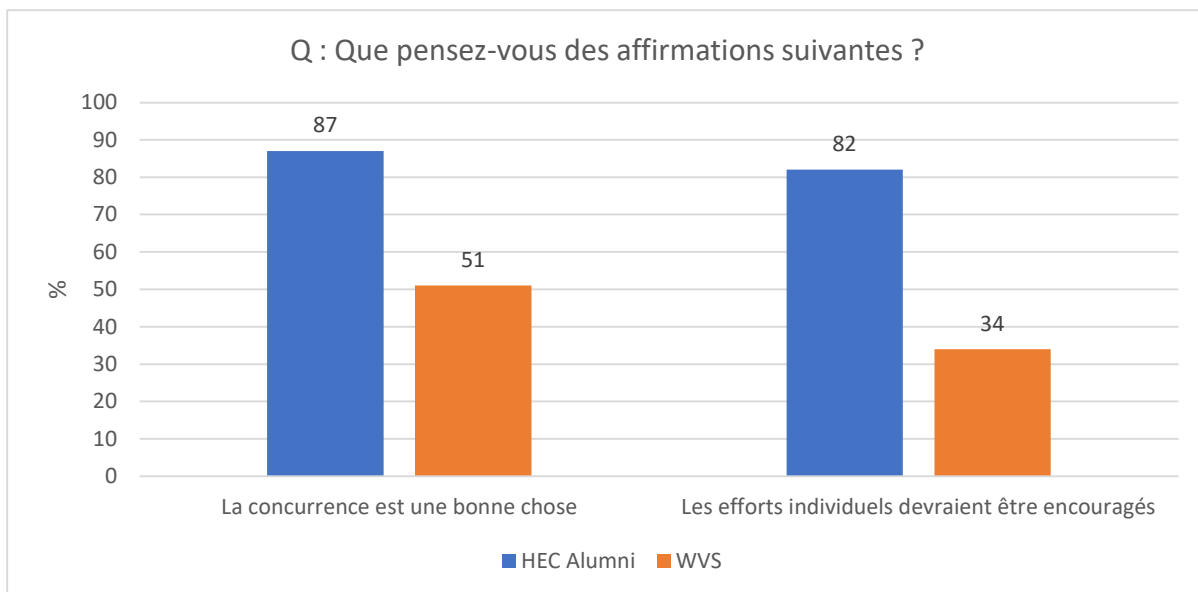


2. Une communauté fortement attachée au mérite et aux valeurs démocratiques

a. *Une perception positive de la concurrence et du mérite...*

⁵ L'échelle de réponse étant définie entre 0 et 10 : « confiance élevée » correspond aux réponses supérieures à 7.

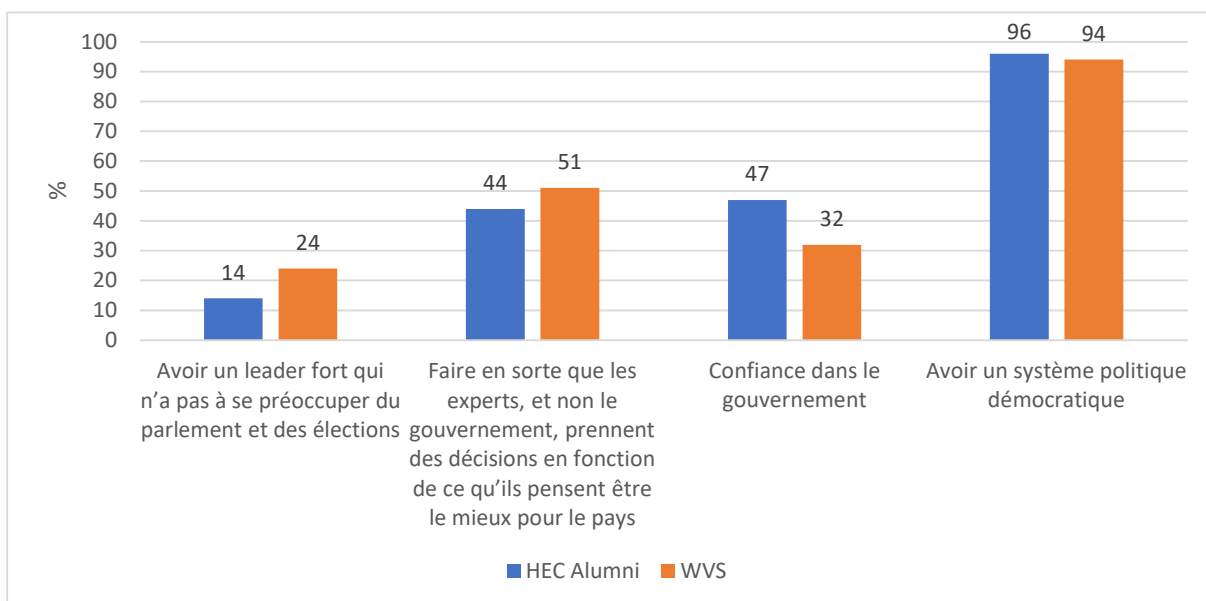
« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023



Une proportion significativement élevée des diplômés répondants, soit **87%**, considèrent que la **concurrence est une bonne chose**. En comparaison, seulement 51% du panel représentatif de la population française partage cette opinion. Cette perception positive de la concurrence contraste avec la vision généralement très citrique du capitalisme des Français en général.

De plus, les résultats indiquent que **82% des diplômés estiment que les efforts individuels devraient être encouragés**, tandis que seulement 34% du panel représentatif de la population française partage cette conviction. Cette attitude met en lumière la volonté des diplômés HEC Paris de valoriser le mérite et le travail, reconnaissant ainsi l'importance des contributions individuelles dans la réalisation des objectifs communs.

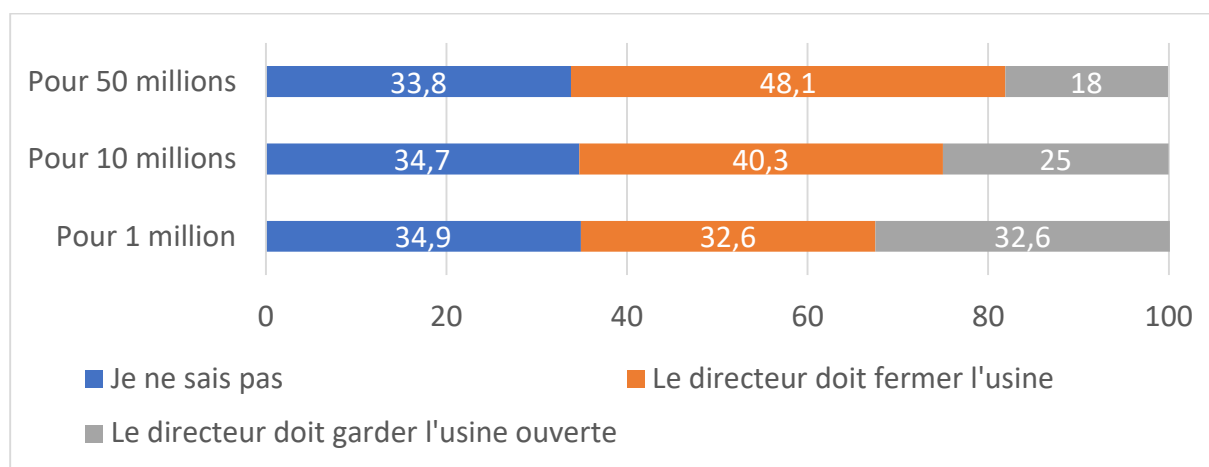
b. ... tout en promouvant des valeurs démocratiques et inclusives



« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023

Les répondants ont exprimé une réticence plus marquée que la population générale envers l'idée d'un leader fort qui ne serait pas soumis aux contraintes parlementaires et électorales. Les résultats indiquent que 14% des diplômés HEC Paris expriment un souhait en faveur d'un tel leader, **ce qui est inférieur à la proportion de 24% observée** dans le panel représentatif de la population moyenne en France. Cet attachement très marqué à la démocratie se retrouve dans les autres questions : 44% des alumni contre 51% des Français en moyenne préfèrent avoir des experts plutôt qu'un gouvernement élu pour diriger le pays, 96% (contre 94%) plébiscitent le système démocratique et surtout 86% des alumni ont confiance en général dans le gouvernement contre 68% des Français en moyenne.

c. ... et enclins à considérer les implications sociales dans leurs arbitrages économiques



Les réponses des diplômés à la question sur la décision à privilégier par le directeur d'une entreprise confrontée à la fermeture d'une usine non-profitable révèlent une approche pragmatique qui met en balance l'efficacité économique et les coûts sociaux. Trois scénarios ont été proposés aléatoirement de manière équitable entre les répondants, avec des coûts annuels croissants du maintien en activité de l'usine pour les actionnaires : 1 million, 10 millions et 50 millions.

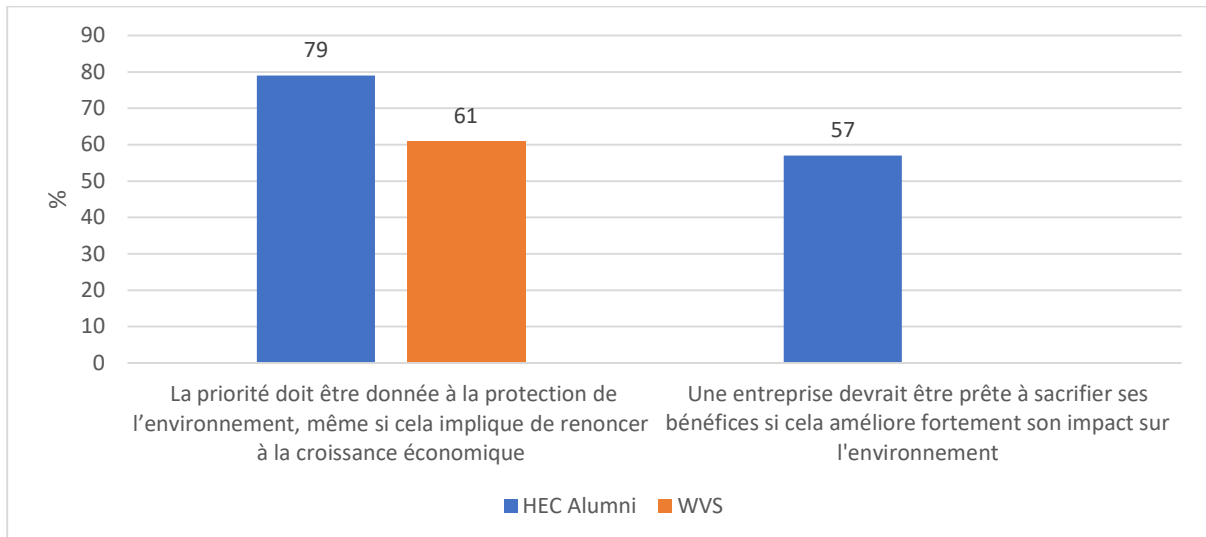
Dans chaque scénario présenté, une part significative de répondants a exprimé son incertitude en répondant "je ne sais pas". Cela suggère que **les diplômés accordent de l'importance à la complexité de la situation et la nécessité de disposer de plus d'informations pour prendre une décision éclairée.**

Lorsqu'il s'agit de décider entre la fermeture de l'usine et son maintien ouvert, les répondants ont montré une considération pour les employés concernés. Lorsque le coût économique de maintenir active une entreprise non rentable augmente, la proportion des avis favorables diminue.

Cette approche **démontre le pragmatisme des diplômés**, qui sont enclins à considérer les implications sociales et humaines dans leurs arbitrages économiques. Ils reconnaissent l'importance de trouver un équilibre entre les intérêts financiers des actionnaires et les conséquences sur les employés, en tenant compte des réalités et des difficultés auxquelles ces derniers peuvent être confrontés.

3. Une communauté soucieuse des enjeux environnementaux

a. *Un engagement en faveur de la préservation de notre planète*

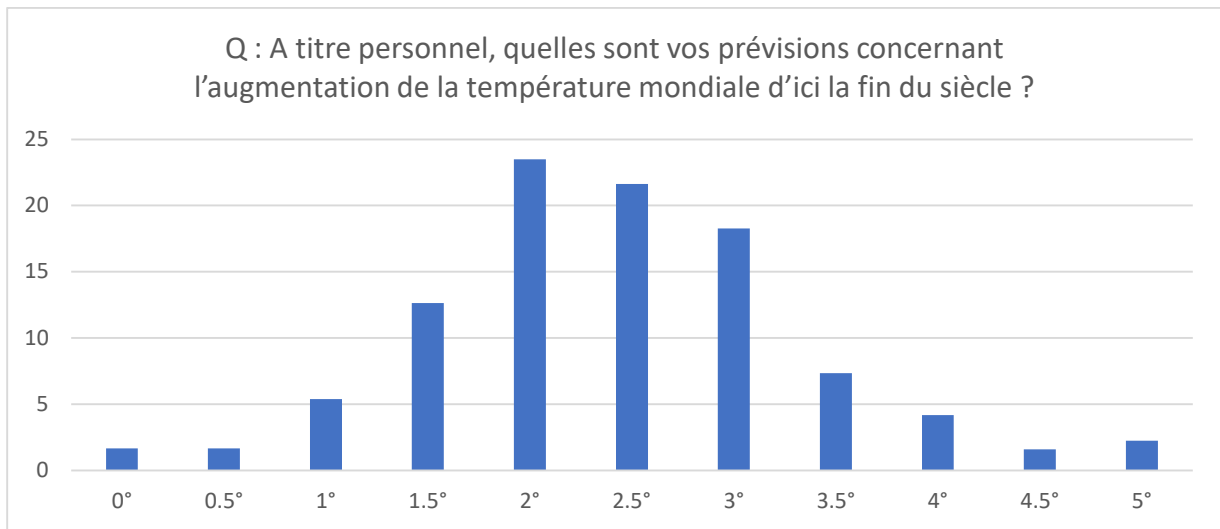


Lorsqu'on leur a demandé s'ils pensaient qu'une entreprise devrait être prête à sacrifier ses bénéfices si cela améliore fortement son impact sur l'environnement, **57% des diplômés ont répondu 7 ou plus sur** une échelle de 0 à 10, tandis que 43% ont répondu 6 ou moins. Ces résultats indiquent une préoccupation significative parmi les diplômés concernant la responsabilité environnementale des entreprises. Une majorité considérable est en faveur d'une approche où certains bénéfices peuvent être sacrifiés si cela a un impact environnemental positif. Cela témoigne d'une forte sensibilité de notre communauté envers les enjeux environnementaux et d'une vision non-Friedmanienne de l'entreprise : la valeur actionnariale n'est pas la seule boussole des décisions.

Un pourcentage significatif de 79% des répondants ont donné la priorité à la protection de l'environnement, même si cela implique de renoncer à la croissance économique. Cela indique une préoccupation environnementale élevée et une volonté de placer la durabilité au centre des préoccupations, même si cela peut impliquer des sacrifices économiques.

En comparaison, lors d'une enquête du World Values Survey (WVS) portant sur un panel représentatif de la population française, seulement 61% ont opté pour cette option, montrant ainsi une différence notable dans les priorités environnementales entre notre communauté et la population générale.

b. Une vision hétérogène quant aux perspectives climatiques



Les réponses des diplômés à la question sur leurs prévisions concernant l'augmentation de la température mondiale d'ici la fin du siècle reflètent une diversité d'opinions au sein de la communauté. Parmi les répondants, 21% ont répondu moins de 1,5 degrés, 23% ont estimé une augmentation de 2 degrés, 21% ont répondu 2,5 degrés, 18% ont indiqué 3 degrés et 15% ont répondu plus de 3,5 degrés.

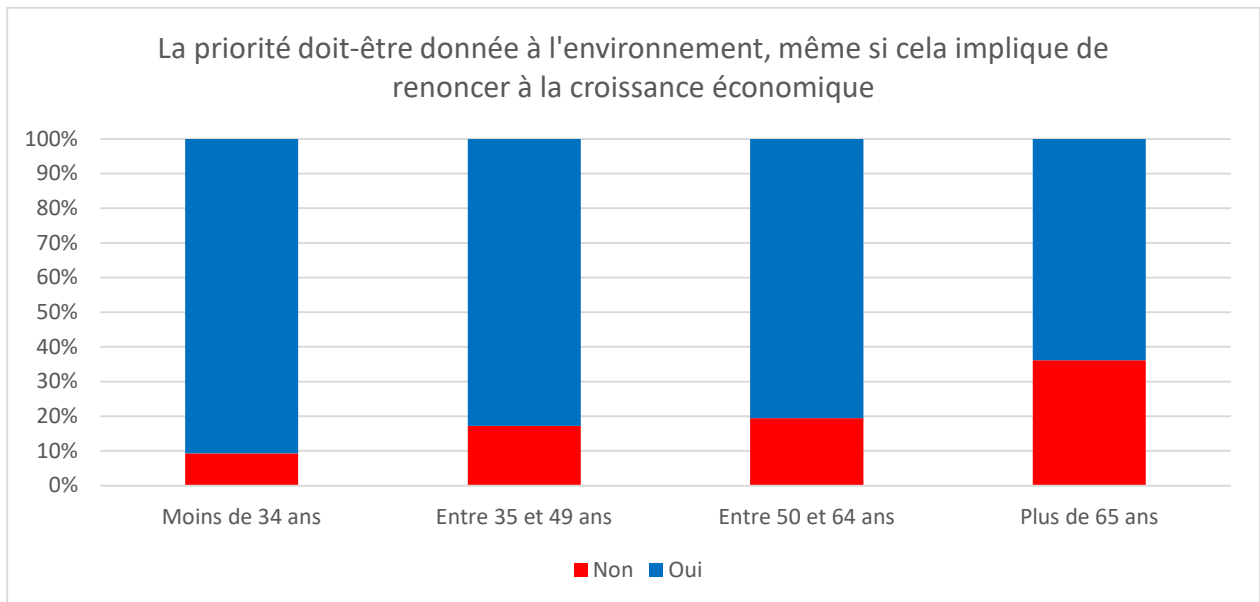
En comparaison, le rapport du GIEC de 2022 mentionne un réchauffement climatique médian de 3,2°C d'ici 2100 "sans un renforcement des politiques au-delà de celles déjà mises en œuvre". Les experts du GIEC soulignent également que le monde n'est pas sur la bonne trajectoire pour éviter les effets les plus graves du changement climatique.

Ces résultats révèlent que les diplômés ont des perceptions variées quant à l'augmentation de la température mondiale à venir. Notre communauté semble néanmoins avoir **des perspectives optimistes ou plus nuancées quant à la capacité de l'humanité à prendre des mesures significatives** pour atténuer le réchauffement climatique.

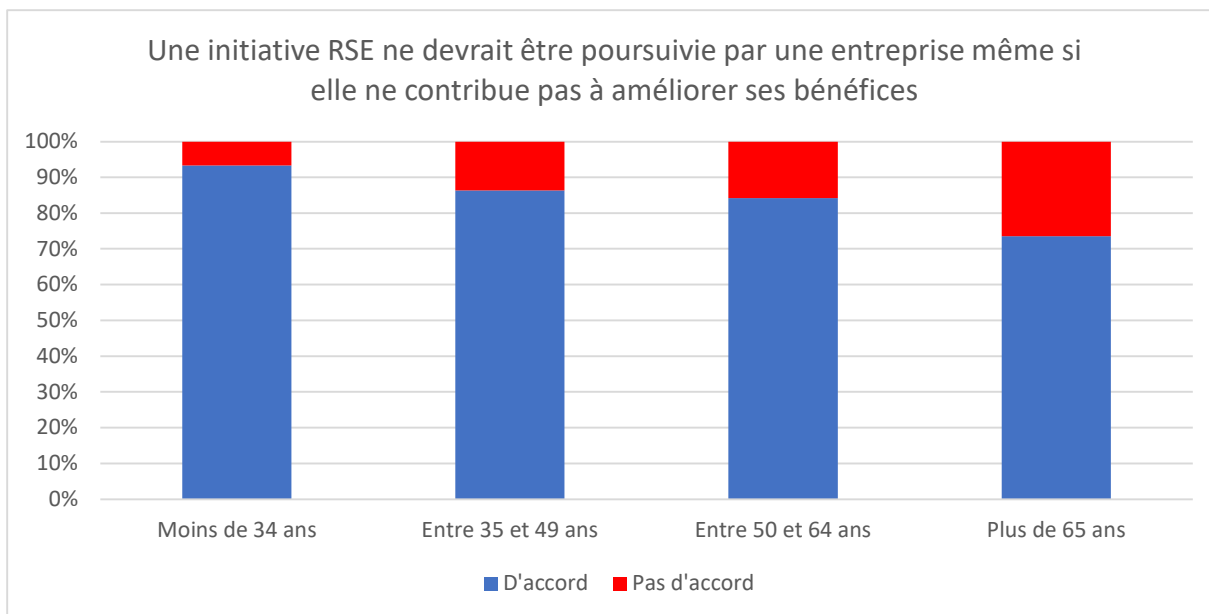
De plus, l'analyse met en évidence une différence générationnelle marquante entre les répondants de moins de 34 ans et ceux de plus de 65 ans. Les diplômés plus jeunes ont majoritairement exprimé des prédictions d'augmentation supérieures à 3 degrés, tandis que les diplômés plus âgés ont majoritairement exprimé des prédictions inférieures à 3 degrés. Nos alumni les plus jeunes se montrent-ils plus pessimistes ou plus lucides ?

4. Diversité des opinions environnementales

a. **Facteurs générationnels**



Les répondants de moins de 34 ans démontrent un **soutien massif à la priorité donnée à l'environnement**, même si cela est au détriment de la croissance économique. Environ 90% d'entre eux sont favorables à cette idée, mettant ainsi l'accent sur l'importance de préserver notre planète, même si cela implique des ajustements économiques. Les répondants âgés de 35 à 49 ans montrent également un fort soutien, avec environ 83% en faveur de cette priorité environnementale. Les répondants de 50 à 64 ans maintiennent un niveau élevé de soutien, avec environ 81% en faveur, tandis que les répondants de plus de 65 ans expriment un niveau légèrement moins élevé de soutien, avec environ 65% favorables. **Si cette différence générationnelle révèle des perspectives variées sur la relation entre l'environnement et la croissance économique, le fait marquant est la prégnance des questions environnementales quel que soit l'âge.**

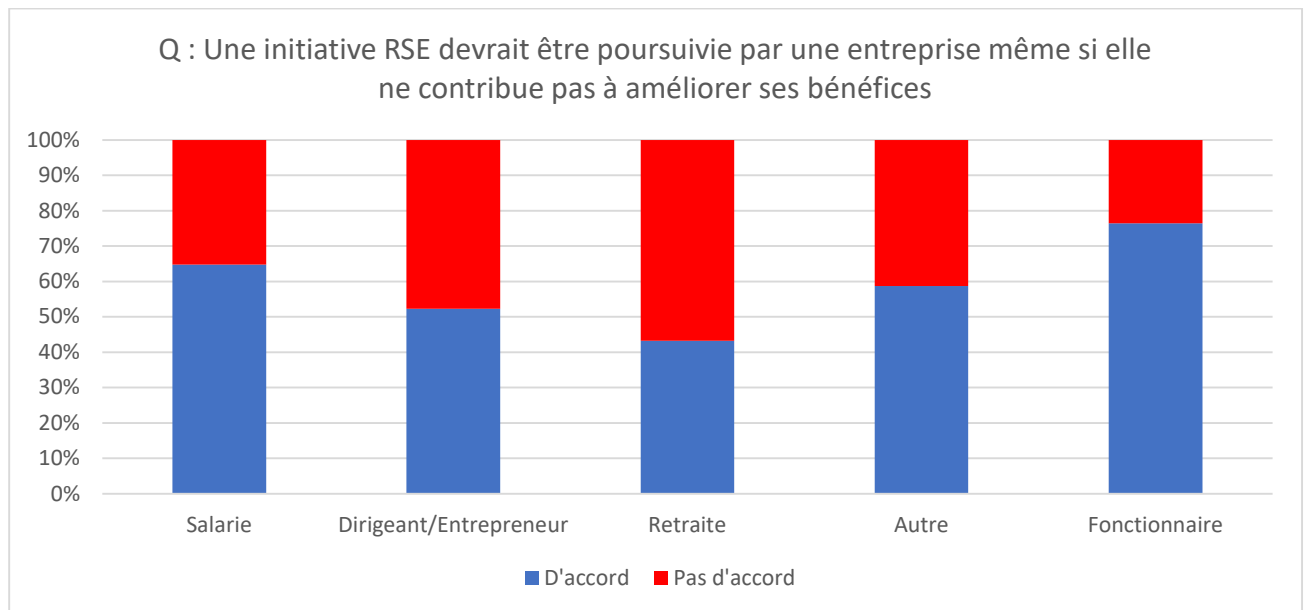


De plus, en ce qui concerne la responsabilité sociale des entreprises, les résultats indiquent également des différences entre les générations. Lorsqu'il s'agit de décider si une initiative RSE devrait être poursuivie même si elle ne contribue pas à améliorer les bénéfices de l'entreprise, **près de 80% des répondants de moins de 34 ans expriment leur accord avec cette idée**⁶. Les répondants âgés de 35 à 49 ans montrent également un accord prononcé, avec près de 70%. Les répondants de 50 à 64 ans sont légèrement moins en accord avec cette initiative, et seulement près de 50% des répondants de plus de 65 ans expriment leur accord. Ces résultats mettent en évidence une sensibilité croissante des générations plus jeunes à l'importance de la responsabilité sociale des entreprises et à l'idée que les initiatives RSE ne devraient pas être motivées uniquement par des bénéfices financiers.

Ces différences générationnelles reflètent sans doute l'évolution des perceptions, des valeurs et des attitudes au fil du temps. Les générations plus jeunes ont grandi dans un contexte où les enjeux environnementaux et la RSE occupent une place de plus en plus prépondérante, tandis que les générations plus âgées peuvent être influencées par des expériences passées et des perspectives différentes.

⁶ L'échelle de réponse étant définie entre 0 et 10 : « D'accord » correspond aux réponses supérieures à 7.

b. Différences par statut

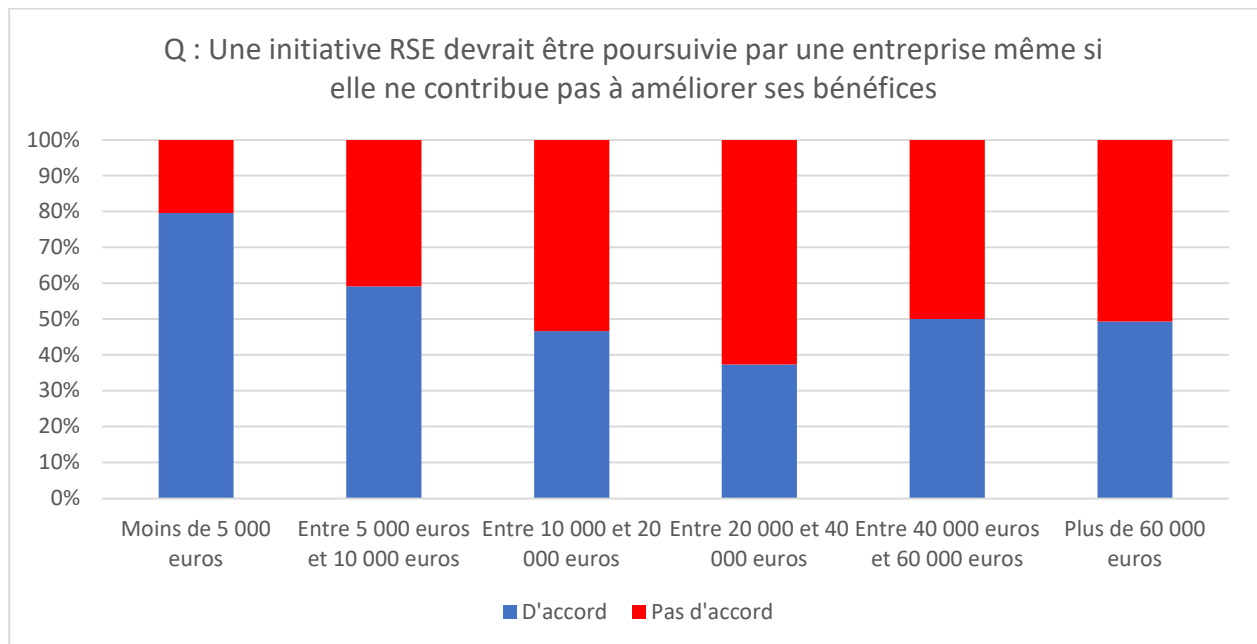


Différentes catégories de répondants ont exprimé des degrés de soutien variables envers cette mesure.

La catégorie des diplômés fonctionnaires est celle qui est le plus en accord avec la poursuite d'une initiative RSE indépendamment de son impact sur les bénéfices. Les salariés, la catégorie "autre" (dont on peut supposer qu'elle comprend une diversité de professions) et les dirigeants/entrepreneurs ont également montré un niveau de soutien significatif à la poursuite d'initiatives RSE, bien que légèrement inférieur à celui des fonctionnaires.

En revanche, les retraités ont exprimé le niveau de soutien le plus faible à la poursuite d'initiatives RSE indépendamment de leurs effets sur les bénéfices, en lien avec le constat fait précédemment sur le facteur générationnel.

c. Différences par revenu



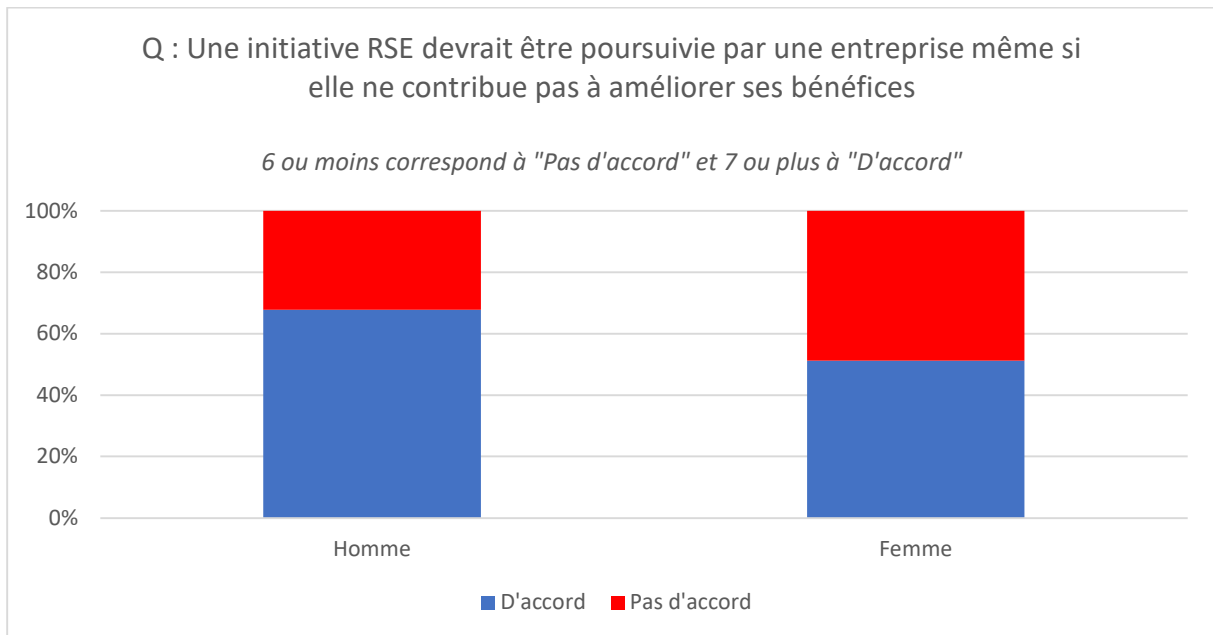
Nous avons relevé une corrélation entre le niveau de revenu des diplômés et leur adhésion à la poursuite d'initiatives RSE qui ne contribuent pas à améliorer les bénéfices de l'entreprise.

Les diplômés gagnant moins de 5 000 euros affichent le plus haut degré d'adhésion à cette proposition, ce qui suggère une préoccupation plus marquée pour les enjeux sociaux et environnementaux au sein de cette catégorie de diplômés.

Les diplômés gagnants entre 5 000 et 10 000 euros suivent de près en termes d'adhésion à la poursuite d'initiatives RSE. Il est possible que cette catégorie de diplômés partage des préoccupations similaires en matière de responsabilité sociale des entreprises, même si leurs revenus sont légèrement plus élevés.

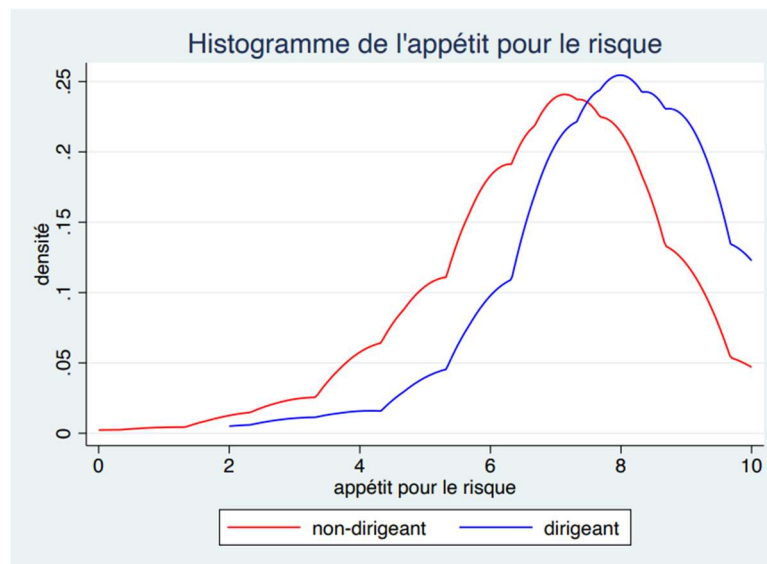
La tendance d'adhésion décroissante se poursuit pour les diplômés gagnants entre 10 000 et 20 000 euros, entre 20 000 et 40 000 euros, puis se dissipe pour augmenter à un niveau légèrement supérieur à celui du groupe entre 5 000 et 10 000 euros pour les diplômés entre 40 000 et 60 000 euros, ainsi que ceux de plus de 60 000 euros.

d. Différence femme-homme



Les résultats de la question indiquent une différence d'opinion entre les diplômés de sexe masculin et de sexe féminin en ce qui concerne l'adhésion à la poursuite d'initiatives RSE qui ne contribuent pas à améliorer les bénéfices de l'entreprise.

5. Attitudes et valeurs morales



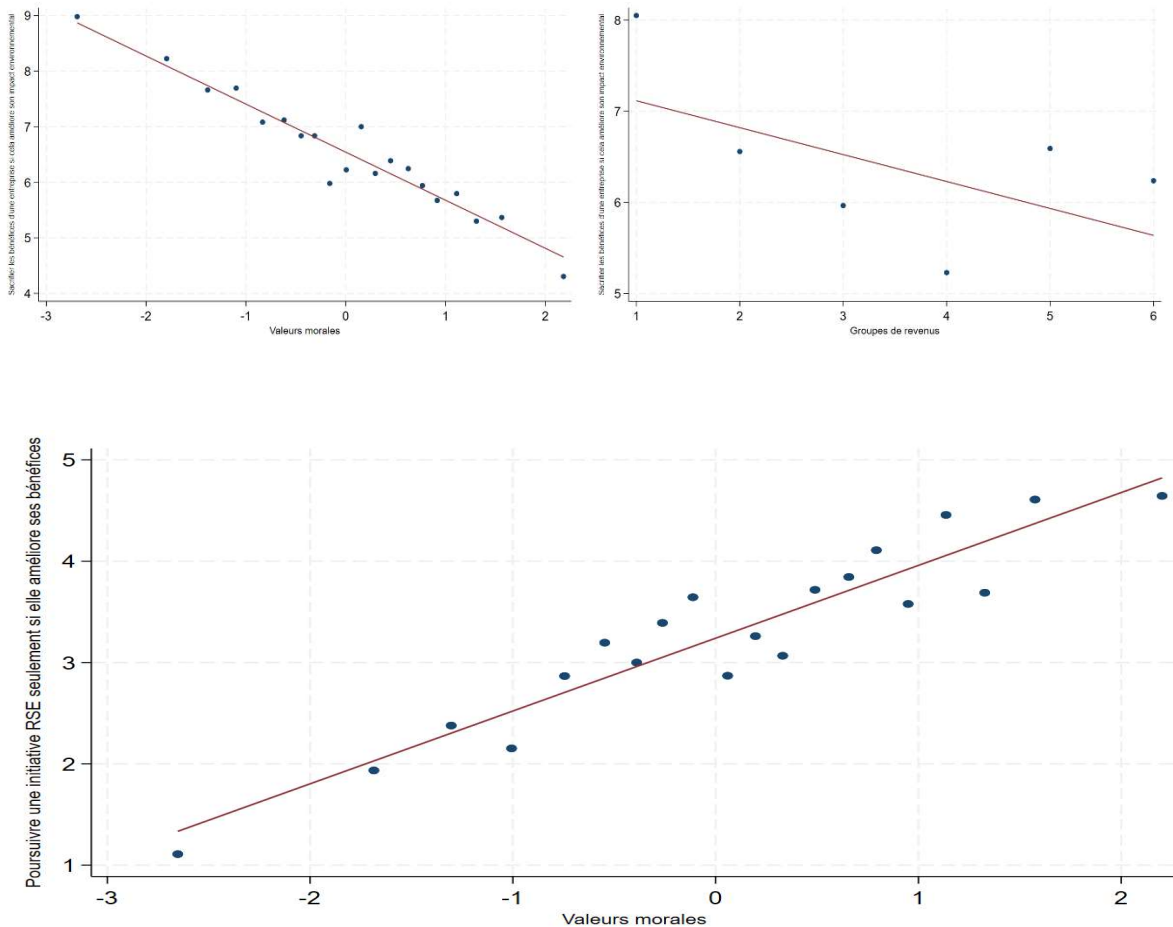
Le statut est fortement corrélé à l'appétit pour le risque : les dirigeants (qui regroupent non seulement les cadres dirigeants mais aussi les entrepreneurs) s'avèrent significativement plus enclins à prendre du risque. Il est bien sûr difficile d'établir la direction de la causalité : il se peut que les personnes

« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023

tolérantes au risque s'aiguillent vers ces statuts ou inversement, que ces statuts changent leur approche du risque.

Un dernier aspect de notre enquête concerne la diversité des valeurs morales et leur capacité à expliquer les différences d'opinion sur les sujets économiques considérés. Nous avons utilisé quelques questions simplifiées, tirées du *Moral Foundation Questionnaire* de Jonathan Haidt⁷. En ligne avec la littérature, les réponses à ces questions permettent de placer les répondants sur un axe conservateur vs. progressiste.

De manière assez surprenante, l'analyse de cette première enquête montre que les valeurs morales jouent un rôle prépondérant dans l'explication des attitudes des diplômés envers l'économie et la société. Le positionnement sur l'axe conservateur vs. progressiste a un pouvoir explicatif plus fort statistiquement que d'autres facteurs tels que l'âge ou le revenu.

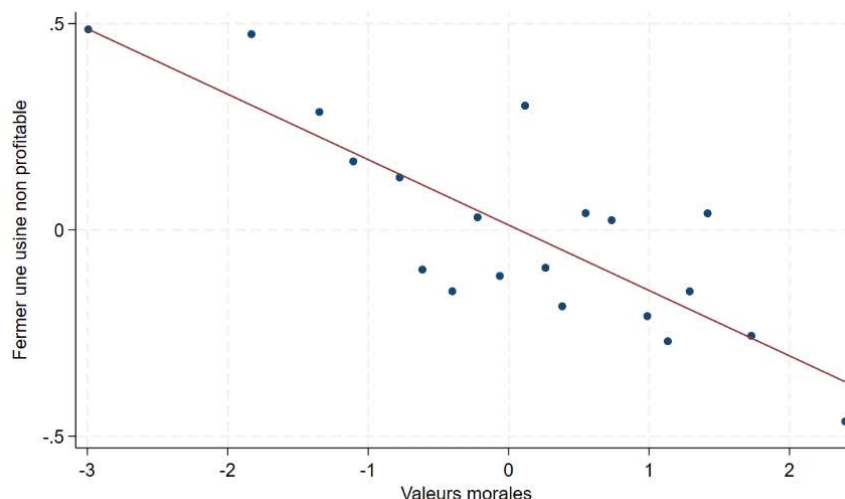


Prenons un exemple concernant l'importance accordée à la préservation de l'environnement par les diplômés : "Une entreprise devrait-elle être prête à sacrifier ses bénéfices si cela améliore fortement son impact sur l'environnement ?" Le graphe ci-dessus reporte la réponse moyenne à cette question par niveau de conservatisme (axe horizontal) et laisse apparaître une forte dépendance positive.

⁷ Haidt, Jonathan. *The righteous mind: Why good people are divided by politics and religion*. Vintage, 2012. Voir aussi <https://moralfoundations.org/>

Nous constatons une structure similaire sur la plupart des questions : les alumni s'identifiant comme plus « conservateurs » par leurs réponses sur les questions de valeurs morales s'avèrent plus enclins à soutenir une vision classique du capitalisme, fondée sur la maximisation des profits par les entreprises et le libre jeu de la concurrence.

Par exemple, revenons sur la question d'usines non-rentables : les personnes dont l'affiliation morale est plus conservatrice (sur la droite de l'axe des x) sont moins favorables à leur maintien en activité (axe des y).



Cette analyse met en évidence l'importance des valeurs morales pour comprendre les opinions sur les sujets économiques et sociaux. Elle souligne également le rôle prépondérant de ces valeurs par rapport à des facteurs tels que l'âge ou le revenu dans la formation des opinions des diplômés.

Enseignements / Objectifs poursuivis

1. Favoriser les débats au sein de notre communauté

Cette initiative a pour objectif de créer une dynamique de débat au sein de la communauté, en stimulant la réflexion, en encourageant la diversité d'opinions, en identifiant les points communs et les divergences, et en inspirant des actions collectives. Ces débats nourriront une culture de l'échange d'idées et de la recherche de solutions, renforçant ainsi l'engagement et la vitalité de la communauté HEC Paris.

2. Améliorer les enseignements de HEC Paris

Cette initiative nous permettra, pour chaque nouvelle enquête, de recueillir de précieuses informations pour adapter les enseignements, améliorer la pertinence des programmes et favoriser une meilleure préparation des étudiants aux défis futurs du monde des affaires et de la société dans son ensemble.

3. Accroître la résilience à notre démocratie

« Copyright HEC Paris & HEC Alumni » _ Juillet 2023

En participant à cette initiative, vous contribuez à accroître la résilience de notre démocratie en favorisant la sensibilisation, l'engagement citoyen, le dialogue ouvert, la responsabilité sociale et l'évaluation des politiques publiques. Ces éléments sont essentiels pour une démocratie dynamique et résiliente face aux défis contemporains, dont notre communauté et notre école détient un rôle considérable à jouer. En ce sens, chaque enquête pourrait faire l'objet de recommandations utiles aux politiciens et aux législateurs qui conçoivent des réformes ainsi qu'aux managers préoccupés par les questions sociétales.

Qu'en est-il pour la suite ?

Créé en septembre 2022 et mené entre les enseignants chercheurs de HEC Paris et la communauté des Alumni, le Business Leaders Lab a pour objectif de comprendre, par une série d'enquêtes en ligne, comment chacun d'entre vous appréhende les défis nouveaux. Ainsi nous pourrons, au travers de moments forts de restitution, apprendre sur les tendances, les aspirations, les convictions et les solutions de la communauté HEC.

Rédaction

Yann Algan – Doyen associé des Programmes Pré-Expérience & professeur d'économie, HEC Paris

Augustin Landier – Professeur de finance, HEC Paris

Benjamin Duclos – Program Manager, HEC Paris

Contribution

Marguerite Gallant – Directrice Générale, HEC Alumni