

**Sondage exclusif Ircom – Ifop sur les humanités
(histoire, philosophie, littérature, langues étrangères et lettres classiques)**

**Les Français plébiscitent l'enseignement des humanités,
une attente encore plus forte chez les jeunes.**

A l'heure des premiers résultats de Parcoursup, l'Ircom publie les résultats d'une enquête exclusive réalisée par l'Ifop auprès des Français. Principal enseignement : 8 Français sur 10 souhaitent renforcer la place des humanités dans l'enseignement supérieur. Ils sont aussi nombreux à estimer qu'un tel bagage est un atout à la fois pour la vie personnelle (80%) et professionnelle (75%). Ces résultats remettent en cause l'idée répandue selon laquelle la voie royale serait l'apprentissage du numérique et des matières scientifiques.

Une ouverture au monde largement plébiscitée chez les Français et davantage encore chez les jeunes

Plus des trois quarts des Français sont favorables au renforcement de l'apprentissage des humanités dans l'enseignement supérieur. En tête de liste, les plus de 65 ans et, surprise, les 18-24 ans qui le plébiscitent à 83%. Un résultat inattendu qui souligne le vif intérêt des jeunes pour des matières souvent décriées : histoire, philosophie, littérature, langues étrangères et lettres classiques. Quel que soit leur âge, les Français affirment que l'enseignement de ces matières est la priorité. La maîtrise des humanités figure en effet sur la première marche du podium des enseignements à renforcer (39%), devant la connaissance des outils numériques (38 %) et les sciences (23 %). Chez les jeunes, si le podium est inchangé, l'enseignement des humanités se détache nettement (38%) devant le numérique (32%) et les sciences (30%).

Autre enseignement : une immense majorité des Français interrogés estiment qu'un bagage en humanités est un avantage à la fois dans la vie personnelle (80%) et dans la vie professionnelle (75%). Conscients de l'apport des humanités dans la connaissance de soi, des autres et du monde, près de 9 jeunes sur 10 considèrent ce socle de connaissances comme une plus-value pour leur vie personnelle. Les jeunes Français expriment avec force l'importance d'acquérir une solide culture générale qui élargit le regard sur le monde qui les entoure.

La syntaxe, critère de sélection majeur sauf chez les jeunes

Près de 8 Français sur 10 estiment que la syntaxe est un facteur clé pour l'embauche. Selon eux, au-delà de 4 fautes de français dans une lettre de motivation (grammaire, vocabulaire, ponctuation et concordance des temps), une candidature n'est tout simplement pas recevable pour l'employeur. Sans surprise, si 23% des Français jugent qu'une seule faute de syntaxe suffit à rendre une candidature non recevable, seuls 16% des 18-24 ans sont d'accord avec cette affirmation. Un quart d'entre eux estime même non éliminatoire une lettre comportant plus de huit fautes, soit neuf points de plus que les plus de 65 ans (16%). La moindre exigence des jeunes interrogés semble traduire le faible niveau global de leur syntaxe qui reste pourtant, au regard de ce sondage, un frein pour une recherche d'emploi.

Humanités : un passeport pour l'emploi

Une majorité écrasante et homogène des Français (90%) estime nécessaire de multiplier les passerelles pour les étudiants en humanités vers des formations plus orientées entrepreneuriat et « business » : écoles de commerce, écoles d'ingénieur, formations managériales, troisième cycle universitaire, etc. 83% des chefs d'entreprise sont favorables au renforcement de l'apprentissage des humanités dans l'enseignement supérieur, ce qui révèle une vraie aspiration des employeurs à recruter des candidats dotés d'une solide culture générale. Une priorité dans l'enseignement dispensé à l'Ircom qui prône « la personne pour vocation ».

« L'uniformité du regard porté sur la place des humanités dans l'employabilité des étudiants est aussi surprenante que riche d'enseignements », souligne Pierre Collignon, directeur général de l'Ircom. « Dans nos trois formations, nous mettons un accent tout particulier sur l'importance de l'enseignement des humanités. Les résultats de l'étude suggèrent par ailleurs que les jeunes sont conscients de leurs lacunes en français et en culture générale, ce qui explique leur moindre exigence à ce sujet. Ils expriment néanmoins une forte aspiration pour l'enseignement des humanités. »

Contact presse :

Tiphaine de Belloy – Agence Droit Devant
belloy@droitdevant.fr – 01 3 53 53 33

Méthodologie

1013 personnes âgées de 18 ans et plus ont interrogées. Ce document présente les résultats d'une étude réalisée par l'Ifop. Elle respecte fidèlement les principes scientifiques et déontologiques de l'enquête par sondage. Les enseignements qu'elle indique reflètent un état de l'opinion à l'instant de sa réalisation et non pas une prédiction.

A propos de l'Ircom - <https://www.ircom.fr/>

La vocation de l'Ircom est d'accompagner chaque personne dans le développement de ses talents ; c'est pourquoi l'ensemble des activités de l'école s'appuient sur une pédagogie à taille humaine pour former des leaders responsables et engagés dans le monde. Créé en 1984, l'Ircom est un établissement d'enseignement supérieur privé d'intérêt général (labellisé EESPIG) qui propose :

- Une formation unique en Humanités et Science Politique (Angers, Yaoundé) - Bac+3
- Une formation en Management de la Communication - Bac +5
- Une formation en Management de la Solidarité internationale et de l'Action sociale - Bac +5
- Une activité de formation et de conseil en communication et management pour les entreprises
- Un laboratoire de Recherche composé d'une chaire d'entreprises « Management du travail vivant » et d'un programme de recherche « Leadership et don »



A propos de l'Ifop - <http://www.ifop.com> - <https://twitter.com/IfopOpinion>

Depuis 80 ans, Ifop est la référence en matière de sondages et d'études de marchés. Notre approche repose sur la combinaison des regards : regard expert sectoriel, regard métier, regard prospectif et vision internationale. Notre activité est structurée autour de ces expertises avec 7 pôles spécialisés sur les marchés sectoriels clés (Opinion, Beauty & Wellbeing, Consumer & Retail, Healthcare, Luxe, Media & Digital, Services), 5 entités dédiées aux savoir-faire métier (Quali Marketing, Data Management, Expérience Client & Grandes Enquêtes, Omnibus, Panels) et une cellule de management de l'inspiration, InCapsule by Ifop. Entreprise agile et proche de ses clients, l'Ifop intervient dans une cinquantaine de pays à partir de ses implantations à Paris, Shanghai et Hong Kong.

