

Les écoles de commerce en France

Percée des écoles privées, transition numérique, transformation du management : quelles perspectives pour les écoles généralistes ?

Le groupe **Xerfi** vient de publier la 6^e édition de son rapport sur les écoles de commerce en France. L'étude décrypte les tendances-clés du marché de l'enseignement supérieur en gestion et les axes de développement des acteurs comme le numérique. Elle insiste sur la nécessaire refonte des modèles d'affaires des écoles dans un contexte de transformation du management au sein des entreprises et de renforcement de la concurrence, tant en France qu'à l'international. Une attention toute particulière a été accordée aux écoles privées et aux fonds d'investissement qui les soutiennent.

Grâce à cette analyse complète et opérationnelle, vous disposerez d'un véritable outil pour stimuler votre réflexion et préparer vos décisions. Nous sommes à votre disposition pour vous apporter des compléments d'information concernant cette étude de référence dont vous trouverez ci-joint la présentation. Pour la recevoir, il vous suffit de nous retourner le bon de commande au verso de la plaquette ou de vous rendre directement sur notre site internet pour la télécharger immédiatement.



Téléchargez immédiatement
cette étude sur Xerfi.com

Avec le code étude 7SME53

Philippe Gattet
Directeur d'études
Xerfi France



Les écoles de commerce en France

Percée des écoles privées, transition numérique, transformation du management : quelles perspectives pour les écoles généralistes ?

Edition mars 2017

140 pages

Les écoles à l'aube d'une nouvelle ère

Eduservices, INSEEC, IONIS, Studialis, Y-Nov : n'en déplaise à certains, les acteurs privés pèsent de plus en plus lourd sur le marché français de l'enseignement supérieur en gestion. Une percée rendue possible par le soutien des fonds d'investissement attirés par leur forte rentabilité. Ces derniers pourraient maintenant accompagner les grandes écoles consulaires dans la nécessaire mutation de leur modèle. Le digital, la transformation du management et l'hyper-concurrence appellent en effet une réponse de ces écoles au positionnement parfois trop « généraliste ». Pour cela, plusieurs leviers de création de valeur sont disponibles : l'international, la formation continue, les formations interdisciplinaires, l'entrepreneuriat ou le numérique. Si HEC Paris ou ESCP Europe, notamment, disposent de solides atouts pour conforter leur place, ce n'est pas le cas de nombreuses écoles consulaires, dont la capacité stratégique est par essence plus limitée. Dans ce contexte, **quelles sont les réelles perspectives de croissance des écoles françaises d'ici 2018 et à plus long terme ? Quel rôle peuvent jouer les fonds d'investissement dans la structuration du secteur ?**

Les points clés de l'étude

- **L'analyse des données-clés des écoles françaises et notre scénario prévisionnel exclusif**
Place des écoles dans l'enseignement supérieur, nombre d'étudiants, poids des étudiants étrangers, analyse des programmes de formation, frais de scolarité, opportunités et menaces à long terme...
- **L'étude détaillée de l'environnement du marché de l'enseignement supérieur en management**
Moteurs et freins structurels au développement des écoles, dynamique des marchés de la formation initiale et continue, données-clés du marché de l'emploi, analyse macro-économique de Xerfi en France et dans le monde...
- **Les leviers de croissance des écoles illustrés par de nombreuses études de cas**
Transition numérique, internationalisation des écoles, développement de la clientèle professionnelle, progression des formations à l'entrepreneuriat, essor de l'interdisciplinarité
- **Des fiches d'identité complètes de 13 acteurs représentatifs**
Analyse détaillée du paysage concurrentiel, évolutions des forces concurrentielles sur le long terme, présentation de plusieurs grandes écoles consulaires (HEC Paris, ESCP Europe, etc.), d'écoles privées (INSEAD, EDHEC, INSEEC, etc.) et de l'école publique EM Strasbourg : chiffres-clés, offre, stratégies...

« Décrypter le marché et la concurrence »

La collection Xerfi Research vous propose des études approfondies sur une sélection de secteurs et marchés clés de l'économie française. Chaque titre poursuit un double objectif : dresser un panorama complet du paysage concurrentiel et analyser la dynamique du marché et de l'activité des entreprises à court et moyen termes.

En plus d'une analyse complète du marché de l'enseignement supérieur en management, Xerfi vous propose ses prévisions exclusives quant à l'évolution des principales ressources financières des écoles d'ici 2018 : frais de scolarité, inscriptions, production d'articles de recherche, levées de fonds auprès des alumni, etc. Ce travail de prospection s'accompagne d'une évaluation des opportunités-menaces pour les écoles et d'analyses quant à l'évolution des forces concurrentielles à long terme et au rôle joué par les fonds d'investissement.

Table des matières et contenu de l'étude

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

Cette synthèse attire l'attention du lecteur sur les facteurs structurels de croissance du marché de l'enseignement supérieur en gestion et sur la montée en puissance des fonds d'investissement. Elle analyse également les limites du modèle des grandes écoles de commerce tout en décryptant l'hyper-concurrence qui règne dans le secteur. Elle s'interroge également sur l'apport des fusions entre écoles et esquisse le modèle d'affaires de demain...

1. ETAT DES LIEUX ET PERSPECTIVES 2018

1. À RETENIR

2. LES FONDAMENTAUX

- La place des écoles de commerce dans l'enseignement supérieur en 2015/2016
- Les limites du modèle de développement des grandes écoles
- Les facteurs de mutation du *business model* des écoles
- Focus sur le statut EESC et le label EESPIG

3. LES CHIFFRES-CLÉS DES ÉCOLES (2010-2016)

- L'évolution des ressources financières des écoles
- Le nombre d'étudiants en école de commerce
- Les étudiants étrangers dans les écoles françaises
- Le nombre d'écoles de commerce en France
- Les programmes de formation initiale et continue
- Les frais de scolarité et les prix des MBA en France

4. LE SCÉNARIO PRÉVISIONNEL D'ICI 2018

- Quel impact du Brexit et du retour du protectionnisme sur les écoles françaises ?
- Quelles évolutions pour les ressources financières ?
- Quelles opportunités et menaces à plus long terme ?

2. L'ENVIRONNEMENT MACRO-ÉCONOMIQUE DES ÉCOLES (2016-2018)

1. À RETENIR

2. L'ANALYSE DES FACTEURS STRUCTURELS

- La transition numérique
- Les évolutions sociodémographiques et l'évolution du management au sein des entreprises

3. LE MARCHÉ DE LA FORMATION INITIALE

- Le nombre d'étudiants inscrits dans l'enseignement supérieur
- Le nombre d'écoles d'ingénieurs et d'universités

4. LE MARCHÉ DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE

- L'analyse du marché français
- Les prix des services de formation professionnelle
- Les moteurs et freins à l'externalisation de la gestion de la formation

5. LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

- La situation en France
- L'insertion des diplômés en France
- Les salaires à la sortie des grandes écoles
- La conjoncture des principaux débouchés des écoles de commerce

6. LA CROISSANCE ÉCONOMIQUE EN FRANCE ET DANS LE MONDE

3. L'ENVIRONNEMENT CONCURRENTIEL

1. À RETENIR

2. LES SEGMENTS DU MARCHÉ

3. LES FORCES CONCURRENTIELLES

- L'évolution des pressions concurrentielles (1990-2030)
- Les substituts aux écoles de commerce : chiffres-clés de l'enseignement supérieur en gestion en France
- La concurrence intra-sectorielle selon le degré de notoriété des écoles
- Les organismes d'accréditation

4. LES CLASSEMENTS

- Les classements nationaux et internationaux
- Les chiffres-clés des principaux acteurs (budget ou chiffre d'affaires, nombre d'étudiants, nombre d'anciens étudiants, statut des écoles)

5. LES OPÉRATIONS DE CONCENTRATION EN FRANCE

- Analyse des opérations de rapprochement, y compris sous l'impulsion de fonds d'investissement
- Étude de cas : l'échec du projet France Business School

LE JEU CONCURRENTIEL

Cette étude propose une analyse complète de la concurrence sur le marché français de l'enseignement supérieur en gestion. Un marché devenu international où les rapprochements entre *business schools* se multiplient, et où les pressions concurrentielles se renforcent. Outre la compétition entre établissements de même catégorie, deux menaces fragilisent les forces en présence : les écoles professionnalisantes — souvent adossées à des groupes privés et des fonds d'investissement — et les concurrents « externes » comme les IAE et IEP.

LES AXES DE DEVELOPPEMENT

Les experts de Xerfi ont décrypté les principaux leviers de création de valeur à la disposition des *business schools* : internationalisation, clientèle professionnelle, formations interdisciplinaires, entrepreneuriat ou encore numérique. Le numérique bouleverse aussi le modèle des écoles : l'activité devient plus capitalistique, les pratiques pédagogiques évoluent, les stratégies de communication/marketing se modifient, sans oublier l'émergence de nouveaux « concurrents » à la périphérie du marché.

4. LES LEVIERS DE CRÉATION DE VALEUR À LA DISPOSITION DES ÉCOLES

1. À RETENIR

2. LE NUMÉRIQUE

- Les cinq implications décisives sur le modèle des écoles
- Panorama des outils numériques pour la formation
- Les avantages et limites du *e-learning*
- Étude de cas : l'offre de Executive MBA ISG+Epita (offre de *blended learning* ou *full-online*)
- Focus sur les spécialistes du *e-learning* : OpenClassrooms, Hyperbolyk, Lynda.com / LinkedIn

3. L'INTERNATIONALISATION

- Pourquoi s'internationaliser ?
- Le nombre d'étudiants en mobilité dans le monde
- Des approches distinctes selon les écoles : Études de cas : l'ESSEC et Grenoble EM

4. LA CLIENTÈLE PROFESSIONNELLE

- Les objectifs recherchés
- L'offre des écoles en matière de formation continue

5. L'ENTREPRENEURIAT

- Études de cas : EMLyon BS et EM Strasbourg BS
- Les dernières évolutions significatives

6. L'INTERDISCIPLINARITÉ

- Études de cas : Audencia et Studialis
- Les dernières évolutions significatives

5. LES FICHES D'IDENTITÉ DE 13 ACTEURS REPRÉSENTATIFS

1. LES ÉCOLES « DÉPENDANTES » DES CCI

- Audencia Business School / EMLyon BS / ESCP Europe / ESSEC / Grenoble EM (GEM) / HEC Paris

2. LES ÉCOLES ET AUTRES GROUPES « PRIVÉS »

- EDHEC / IÉSEG / INSEAD / INSEEC / IONIS Education Group / Studialis

3. UNE ÉCOLE PUBLIQUE

- EM Strasbourg

LES PRINCIPAUX ACTEURS CONCERNÉS PAR NOTRE L'ÉTUDE (*)

- 3A
- AMOS
- AUDENCIA
- BREST BUSINESS SCHOOL
- BURGUNDY SCHOOL OF BUSINESS
- CEFAM
- CELSA
- CFVG
- CIFOP
- EBS
- ECEMA
- ECOFAC BUSINESS SCHOOL
- ÉCOLE DE COMMERCE DE LA CCI DE DORDOGNE
- ÉCOLE DE MANAGEMENT DE L'UNIVERSITÉ D'Auvergne
- ÉCOLE DES PONTS BUSINESS SCHOOL
- ÉCOLES NANTAISES DE COMMERCE
- EDC
- EDHEC
- EDUCATIVE EDUCATION GROUP
- EDUSERVICES
- EIML
- EM LEONARD DE VINCI
- EM LYON BS
- EM NORMANDIE
- EM STRASBOURG
- EMA VENDÉE
- ESAM
- ESARC EVOLUTION
- ESC AMIENS PICARDIE
- ESC CLERMONT
- ESC COMPIÈGNE
- ESC LA ROCHELLE
- ESC PAU
- ESC TROYES
- ESCAET
- ESCCOT
- ESCE
- ESCEM
- ESCEN
- ESCI
- ESCO WESFORD
- ESCP EUROPE
- ESDES
- ESG GROUPE
- ESICAD
- ESLSCA BUSINESS SCHOOL
- ESM-A
- ESSCA
- ESSEC
- ESTA
- ESUP
- ESVE
- EURIDIS BUSINESS SCHOOL
- GRENOBLE EM
- HEC PARIS
- HEMA
- ICD
- ICN BUSINESS SCHOOL
- ICOGES
- IDRAC
- IESEG
- IFAG
- IFAM BUSINESS SCHOOL
- IGS (GROUPE)
- ILERI
- IMIS
- IMSI
- INSEAD
- INSEEC
- INSTITUT EUROPÉEN DES AFFAIRES
- IONIS EDUCATION GROUP
- IPAC BACHELOR FACTORY
- IPAG BUSINESS SCHOOL
- IPE
- ISC
- ISCID-CO
- ISEAM
- ISEE
- ISEG
- ISEMA
- ISG
- ISIT
- ISTEC
- ISV
- KEDGE
- MAETRIS
- MBWAY
- MONTPELLIER BUSINESS SCHOOL
- NEOMA
- NOVANCIA
- PARIS SCHOOL OF BUSINESS
- PÔLE PARIS ALTERNANCE
- RENNES SCHOOL OF BUSINESS
- RESEAU GES
- SKEMA BUSINESS SCHOOL
- STUDIALIS
- TÉLÉCOM ÉCOLE DE MANAGEMENT
- THE AMERICAN BUSINESS SCHOOL
- TOULOUSE BUSINESS SCHOOL
- WELLER
- WES'SUP
- Y-NOV

(*) Liste non exhaustive

Pour recevoir votre étude **IMMÉDIATEMENT**,
COMMANDEZ directement sur : **XERFI.COM**

- ❶ Rentrez le code **7SME53** dans la barre de recherche pour la retrouver
- ❷ Achetez l'étude directement par carte bancaire
- ❸ Recevez votre étude en format pdf sur votre compte client xerfi.com

Pour toutes **PRESTATIONS PERSONNALISÉES** (présentation, étude sur mesure, etc.), contactez Laurent Marty, Directeur Associé, lmarty@xerfi.fr

Ces études pourraient également vous intéresser

- **Le marché des MBA**
6SME71 – Octobre 2016
- **La nécessaire réinvention des organismes de formation privés**
6SAE35 – Septembre 2016

Retrouvez sur le site xerfi.com le plus vaste catalogue d'études sur les secteurs et les entreprises



BON DE
COMMANDE

A retourner à :

Groupe Xerfi 13-15 rue de Calais 75009 Paris

Téléphone : 01 53 21 81 51

Email : commande@xerfi.fr

Réf : 7SME53 / XR

INFORMATIONS CLIENT

Nom :

Prénom :

Fonction :

Société :

Adresse :

Code postal :

Ville :

Adresse email :

Téléphone :

TVA Intra :

N° SIRET :

Facture avec la livraison. Le taux de TVA applicable est celui en vigueur à la date d'émission de la facture. En cas de litige, il est fait attribution exclusive au Tribunal de Commerce de Paris.

Tarifs valables jusqu'au 31/03/2018 (TVA 20,0%).

Les écoles de commerce en France

Percée des écoles privées, transition numérique, transformation du management : quelles perspectives pour les écoles généralistes ?

MODE DE RÉCEPTION DE L'ÉTUDE COMMANDÉE

Version papier (classeur)	Version électronique (fichier pdf)	Version électronique + version papier
1 800,00 € HT	1 800,00 € HT	2 200,00 € HT
1 899,00 € TTC	2 160,00 € TTC	2 640,00 € TTC



MODE DE RÈGLEMENT CHOISI

- dès réception de l'étude et de la facture
- par carte bancaire sur www.xerfi.com
- par chèque joint à l'ordre de XERFI-DGT

Date, signature et cachet :

XERFI-DGT SAS au capital de 5 786 051 euros - 13-15 rue de Calais 75009 Paris
RCS Paris B 523 352 607 - TVA intracommunautaire : FR22523352607