

LIVRE BLANC

CLASSEMENT

DES GRANDES ÉCOLES DE COMMERCE

L'EXPRESS
ÉDUCATION x NextEdu
Europe



En partenariat avec **opinionway**

Édito – Quand le marché parle

- 1. Pourquoi un classement de réputation ?**
- 2. La méthodologie : un indicateur, un regard**
- 3. Les résultats du classement L'Express Éducation et NextEdu**
- 4. Lire les classements autrement**

Ressources complémentaires



SOMMAIRE



Édito – Quand le marché parle

Depuis plus de trente ans, les classements des écoles de commerce occupent une place structurante dans le paysage de l'enseignement supérieur français. Ils accompagnent les choix des étudiants et de leurs familles, nourrissent les réflexions des établissements et constituent des repères largement partagés par l'ensemble des acteurs du secteur.

Construits à partir d'indicateurs académiques, institutionnels ou professionnels, ces palmarès apportent chacun une lecture spécifique d'un écosystème devenu à la fois dense et complexe. Accréditations, insertion professionnelle, salaires à la sortie, attractivité internationale : autant de dimensions utiles pour appréhender la diversité des modèles et des trajectoires.

Avec ce nouveau classement, L'Express Éducation et NextEdu ont souhaité proposer un regard complémentaire, centré sur un angle précis : la réputation des écoles de commerce auprès du monde économique français. Autrement dit, la capacité d'un établissement à être recommandé par celles et ceux qui recrutent, dirigent et décident.

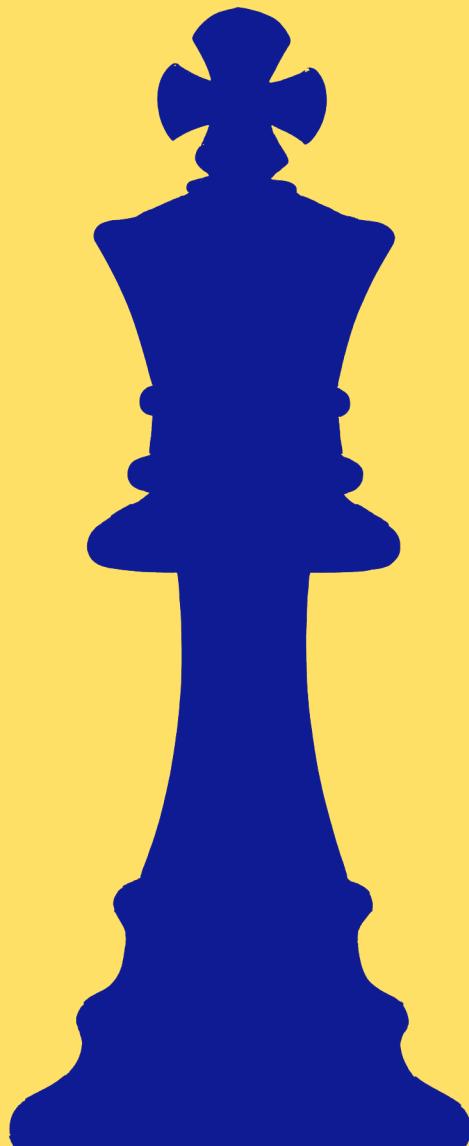
Il ne s'agit ni de hiérarchiser différemment l'excellence académique, ni de remettre en question les approches existantes, mais d'éclairer un autre versant du paysage : celui de la perception construite au fil du temps par les diplômés dans leur vie professionnelle. Une image qui se forge moins dans les classements que dans l'expérience concrète des entreprises.

Ce livre blanc accompagne la publication de ce premier classement fondé sur un indicateur unique. Il en restitue les résultats, en analyse les enseignements et en explicite la méthodologie, avec une ambition journalistique assumée : donner des clés de lecture supplémentaires, utiles aux étudiants, aux écoles comme aux recruteurs, dans un environnement où l'information abonde et où les repères doivent être lus avec discernement.

1.

Pourquoi un classement de réputation ?

04





Le poids réel des palmarès

Les classements occupent aujourd’hui une place centrale dans le paysage de l’enseignement supérieur. Selon une enquête réalisée par NextEdu auprès des étudiants en prépas commerciales en 2024, **100% des étudiants consultent les classements**. Ces mêmes étudiants estiment que les classements médiatiques **influencent en moyenne à 80% leur choix d’école**.

05 Ce poids s’explique avant tout par la complexité croissante du secteur. Face à plusieurs centaines d’écoles, à la multiplication des programmes et à une abondance d’informations parfois difficiles à hiérarchiser, les classements jouent un rôle de boussole. Ils permettent de structurer la lecture, de comparer les établissements et d’offrir des points de repère lisibles.

La plupart de ces palmarès s’appuient logiquement sur des critères académiques, institutionnels ou pédagogiques. Le classement de réputation proposé ici s’inscrit dans une **démarche complémentaire et unique** : il adopte le point de vue du marché, en s’intéressant à la perception des écoles par les recruteurs, dirigeants et cadres qui interagissent directement avec leurs diplômés.

Ce que regardent vraiment les entreprises

Pour les décideurs économiques, l'école n'est pas qu'un programme ou un syllabus. **C'est une marque, porteuse de signaux** : niveau d'exigence, capacité à former des profils opérationnels, culture managériale, réseau d'anciens. Ces perceptions se construisent dans le temps, au contact des diplômés, bien plus que dans les brochures.

Mesurer cette image, c'est accepter une part de subjectivité. Mais c'est aussi prendre au sérieux ce que le marché exprime, parfois différemment des indicateurs académiques traditionnels.

06



2.

La méthodologie en synthèse : un indicateur, un regard

Retrouvez la méthodologie complète et détaillée [ici](#).

07



Un parti pris assumé

Le classement L'Express Éducation et NextEdu repose sur un choix clair : **un seul indicateur**, la recommandation. Les répondants n'évaluent pas un programme précis, ni un campus particulier, mais **la réputation globale de l'école**, tous cursus confondus.



Le panel interrogé

L'enquête repose sur un panel de **1004 répondants**, constitué par OpinionWay et NextEdu, auprès de :

- **DIRIGEANTS D'ENTREPRISE**
- **CADRES SUPÉRIEURS**
- **RESPONSABLES DU RECRUTEMENT**

Ce panel est diversifié en termes : de secteurs d'activité, de tailles d'entreprises, de géographie.

08

Tous interagissent directement avec les écoles : stages, alternance, embauches, partenariats. Leur ancienneté moyenne, **plus de seize ans d'expérience professionnelle**, garantit une vision installée.

Les 602 répondants OpinionWay apportent une base solide représentative du tissu économique français. Les 402 répondants NextEdu viennent renforcer l'échantillon sur des secteurs clés pour les diplômés des grandes écoles de commerce classées (conseil, finance, marketing, tech, etc.).

Une lecture complémentaire

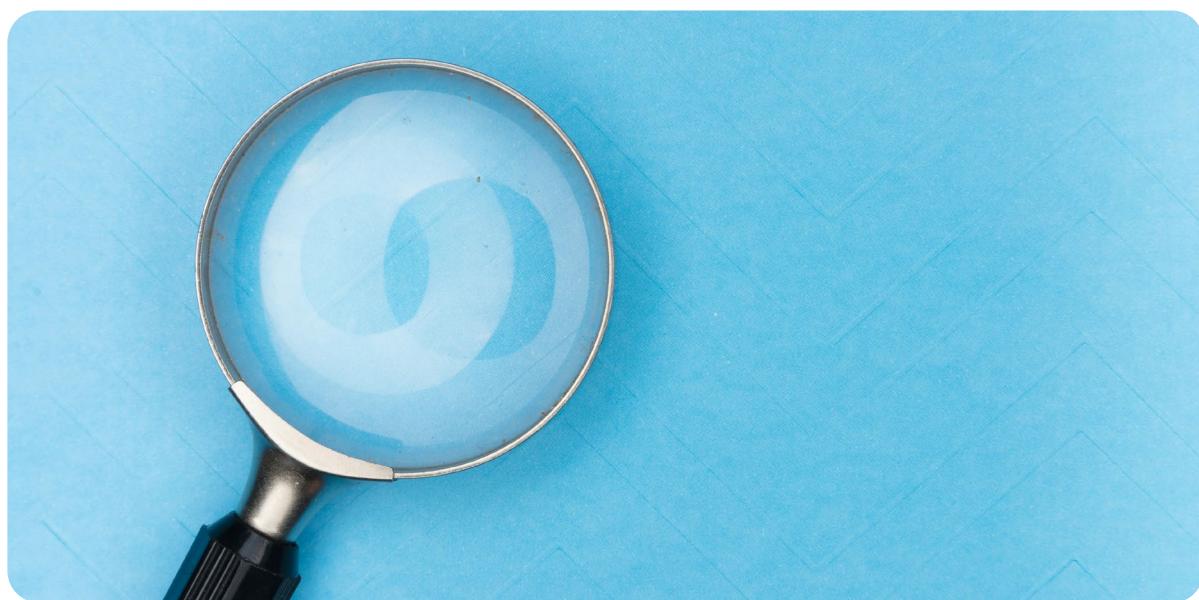
Ce classement ne prétend pas résumer en un score la qualité intrinsèque des écoles. Il ne mesure ni la qualité pédagogique, ni la vie associative, ni l'expérience étudiante. Il raconte autre chose : l'empreinte laissée par les établissements dans la perception des dirigeants qui recruteront, demain, leurs diplômés.

Un indicateur central : le Score NextEdu

Le classement repose sur un indicateur unique : **le Score NextEdu**, exprimé en pourcentage. Il mesure la propension des décideurs économiques à recommander un diplômé issu de chaque école.

Contrairement aux palmarès composites, aucun critère académique, financier ou institutionnel n'est intégré. Le Score NextEdu évalue la réputation de la marque “école”, tous cursus confondus, sans distinction de diplôme.

Deux établissements sont considérés ex æquo lorsque l'écart est inférieur à 0,1 point de pourcentage.



Une mesure fondée sur la recommandation

Chaque répondant est invité à noter uniquement les écoles qu'il connaît, à partir de la question suivante :

« *Au vu de votre expérience professionnelle, à quel point recommanderiez-vous un profil issu de [telle école] ?* »

La note est attribuée sur une échelle de **0 à 10**, selon une logique inspirée du Net Promoter Score. L'ordre de présentation des écoles est aléatoire. L'absence de réponse n'est jamais pénalisante.

En moyenne, **658 notes par école** ont été recueillies, garantissant une forte robustesse statistique.

Sécurisation et traitement des données

Les données font l'objet de nettoyages successifs : exclusion des comportements aberrants, suppression des profils non vérifiés, détection des réponses traduisant une volonté manifeste d'influencer les résultats.

n'a aucune influence sur le classement. Il est impossible de tenter d'influencer à la hausse ou à la baisse les notes attribuées à une école.

Afin de préserver la sécurité des futures éditions, la totalité des mesures de sécurité ne sont pas publiques.

10

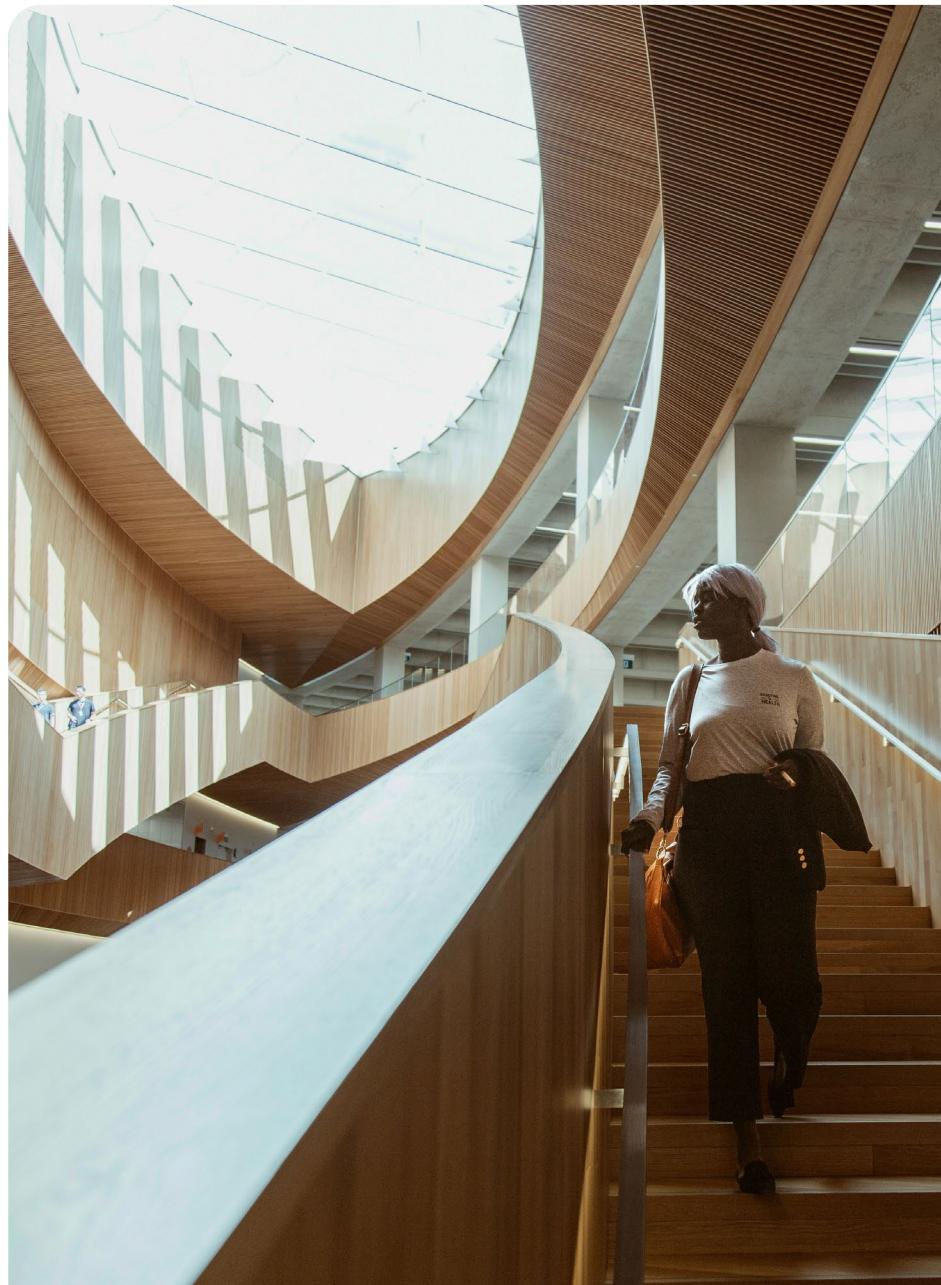
Un traitement spécifique est appliqué aux alumni, afin de neutraliser toute tentative d'influence en faveur de leur école d'origine (ou en défaveur d'une école concurrente). Après correction, le nombre d'alumni répondant par école classée



Un baromètre de marché

Le Score NextEdu correspond à la moyenne des notes conservées, convertie en pourcentage. Ce classement constitue un **baromètre de réputation**, reflétant la confiance accordée aux écoles par les décideurs économiques à un instant donné.

Reconduit chaque année, il permettra d'analyser les **dynamiques de perception dans le temps**, un enjeu stratégique majeur pour les directions d'établissements comme pour l'ensemble des acteurs de l'enseignement supérieur.



3.

Les résultats du classement 2026

12



LE TOP 5 : un groupe de tête solidement installé



1. HEC Paris 85,84 %

2. ESSEC Business School 81,81 %

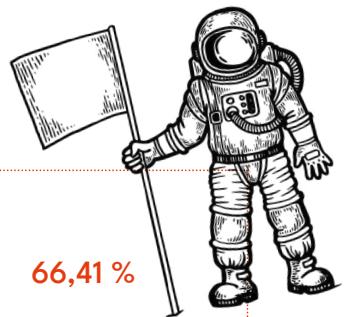
3. ESCP Business School 78,12 %

4. EDHEC Business School 76,16 %

5. emlyon business school 74,77 %

HEC Paris domine ce premier palmarès de la réputation. Mais au-delà de la première place, c'est la solidité d'un **trio historique**, HEC, ESSEC, ESCP, qui se détache nettement. L'EDHEC et emlyon confirment leur capacité à s'inscrire durablement dans ce premier cercle.

LE TOP 10 : stabilité et nuances



6.	Audencia Business School	66,41 %
7.	SKEMA Business School	66,25 %
8.	NEOMA Business School	64,70 %
9.	Grenoble Ecole de Management	64,41 %
10.	KEDGE Business School	63,19 %

14

Audencia Business School retrouve ici la 6ème place qui fut longtemps la sienne au classement SIGEM, construit à partir des choix des préparationnaires, quand SKEMA et NEOMA Business School cèdent chacune une marche par rapport à leur rang SIGEM 2025. Dans les palmarès traditionnels, la taille et l'effet de fusion peuvent favoriser naturellement les grandes marques issues de regroupements d'établissements.

De la 11^e à la 23^e place : la bataille de la visibilité

11.	Inseec Grande école	58,15 %
12.	TBS Education	56,92 %
13.	EM Strasbourg	55,09 %
14.	Rennes SB	54,91 %
15.	ISC Paris	54,76 %
16.	MBS School of business	53,68 %
16.	Burgundy SB	53,61 %
18.	IMT-BS	52,12 %
19.	INC BS	51,58 %
20.	Clermont BS	50,35 %
21.	Excelia BS	48,52 %
22.	South Champagne BS	44,35 %
23.	Brest BS	44,19 %

La seconde partie du classement met en lumière un enjeu central : **la notoriété**. L'INSEEC Grande École se distingue par une notoriété très importante auprès des répondants. D'autres écoles aux marques plus récentes peinent encore à s'imposer dans l'esprit des recruteurs, malgré leurs atouts académiques réels.

4.

Lire les classements autrement



Ce que les étudiants ignorent souvent

Comme le rappelle Hugo Foyer dans le podcast 20/20 :

"Le poids des classements est extrêmement important en termes d'influence auprès des étudiants.

Pourtant, les critères qui comptent le plus pour eux ne sont quasiment jamais pris, ou alors mal pris en compte."



17

Un paradoxe qui invite à la pédagogie.

Derrière chaque palmarès se cachent nécessairement des choix éditoriaux et méthodologiques. Les comprendre, c'est déjà mieux les utiliser.

5.

Ressources complémentaires

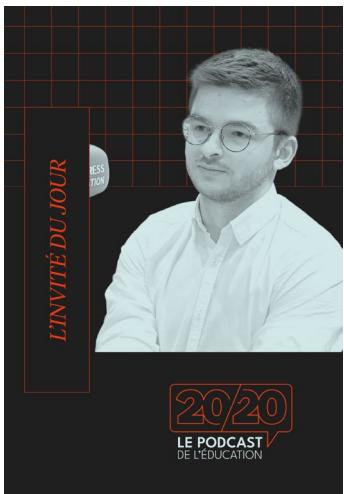




→ Retrouvez la méthodologie complète et détaillée

[À retrouver ici](#)

En donnant la parole au marché, ce classement ouvre un nouveau chapitre. Les écoles se réinventent, changent de nom, fusionnent ou s'affirment en solo, rivalisent de stratégies. Les prochaines éditions diront lesquelles auront durablement gagné la bataille de la réputation... et celles qui devront encore convaincre le marché !



→ Podcast 20/20 – avec Hugo Foyer

[À retrouver ici](#)

Au micro de Philippine Dolbeau, Hugo Foyer décrypte les coulisses des classements : construction des palmarès, rôle des choix éditoriaux, effets parfois brutaux sur la trajectoire des écoles. Un échange indispensable pour apprendre à lire entre les lignes.

19

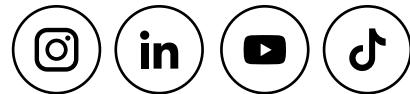


→ Vidéo-enquête YouTube

[À retrouver ici](#)

Le jeu d'influence des classements : une enquête vidéo exclusive pour comprendre comment les palmarès façonnent le paysage de l'enseignement supérieur, bien au-delà des chiffres.

LEXPRESS-EDUCATION.COM



CONTACT

 →

LIVRE BLANC

CLASSEMENT

DES GRANDES ÉCOLES DE COMMERCE

L'EXPRESS
ÉDUCATION x NextEdu
Europe



En partenariat avec **opinionway**