



RAPPORT MONDIAL

The State of Student Recruitment 2026



Rejoignez- nous



LinkedIn

Keystone Education Group



Instagram

@keystone_edu



Site web

www.keg.com



State of Student Recruitment en 2026

S'il y a une chose que les douze derniers mois nous ont apprise, c'est que le recrutement étudiant est en constante évolution. Les changements de politique, les tensions géopolitiques et l'essor rapide de l'IA ont modifié la façon dont les étudiants envisagent les études à l'étranger et choisissent leur destination.

C'est ce qui rend le rapport de cette année si intéressant. Nous avons recueilli les témoignages de plus de **67 000 étudiants originaires de 150 pays**, et leur constat est clair : il est temps de revoir notre approche.

Les quatre grandes destinations universitaires font face à une concurrence accrue. Les étudiants se tournent de plus en plus vers l'Europe et l'Asie, privilégiant la valeur ajoutée du diplôme plutôt que des critères traditionnels comme la réputation. Ils utilisent désormais l'intelligence artificielle pour explorer leurs options, mais consultent encore les sites web des universités et s'appuient sur des personnes de confiance au moment de prendre leur décision.

Notre rapport State of Student Recruitment 2025 a été téléchargé par 1 200 professionnels du secteur et continue de l'être en 2026. Nous espérons que le rapport de cette année vous apportera des informations encore plus précieuses et vous aidera à affiner vos stratégies de recrutement pour les années à venir.

Que vous repensiez votre stratégie marketing et de recrutement, que vous affiniez votre message ou que vous essayiez simplement de comprendre l'évolution du marché, **notre objectif chez Keystone reste le même : vous aider à réaliser votre meilleure année de recrutement à ce jour.**



Saba Davenport
Directeur Marketing
Keystone Education Group



Table des matières

01 Nos données

02 Les conclusions à retenir

03 Mobilité étudiante

06 Score Keystone de satisfaction des étudiants

07 Matières et compétences

10 Flexibilité

12 Motivations et influences

17 Communications et réseaux sociaux

22 Facteurs de prise de décision des étudiants

Nos données

Il est plus important que jamais de comprendre pourquoi et comment les étudiants choisissent d'étudier. Pour y voir plus clair, Keystone Education Group a analysé les réponses à un sondage mené auprès de plus de 67 000 étudiants dans 150 pays.

Il ne s'agit pas simplement d'un recueil de données. Ce rapport nous offre une image claire de l'évolution des choix des étudiants et des points auxquels les universités doivent prêter attention.

Les résultats mettent en évidence des changements notables dans les destinations envisagées par les étudiants, montrent comment les changements de politique influencent ce processus et identifient d'autres facteurs clés qui font la différence dans le parcours des futurs étudiants : les outils utilisés, leurs attentes, et le contenu qu'ils recherchent réellement.

Ce rapport rassemble nos principales conclusions de manière pratique, aidant les universités à comprendre – et à planifier – l'état du recrutement étudiant en 2026.

Nos sources de données :

01 Données du sondage Pulse

Notre sondage unique interroge les publics de Keystone, révélant des informations cycle après cycle :

- Tendances remontant à 2021
- Mesurant le sentiment, l'intention et l'impact

Les données proviennent d'un sondage à participation volontaire mené sur les principales plateformes de recherche et de découverte de Keystone.



Ce rapport dresse un état des lieux du recrutement étudiant à l'heure actuelle. Mais les données sur lesquelles il s'appuie vont bien au-delà d'un simple sondage ponctuel.

La combinaison de nos données de recherche et de sondage nous permet de comprendre le comportement des étudiants et ses motivations. Nous analysons leurs actions et leurs propos, leurs recherches et leurs raisons. Grâce à l'intégration de nos études d'audience à nos plateformes, nos deux sources de données sont constamment mises à jour, permettant ainsi un suivi précis des tendances et une validation continue des données.

J'espère que ces points saillants vous seront utiles – mon équipe et moi-même serions ravis de discuter des questions qu'ils suscitent et de partager davantage de nos observations.

Dr Mark Bennett, vice-président Recherche et Analyse – Keystone Education Group

LES CONCLUSIONS À RETENIR

Qu'est-ce qui change pour les étudiants en 2026 ?

EN BREF

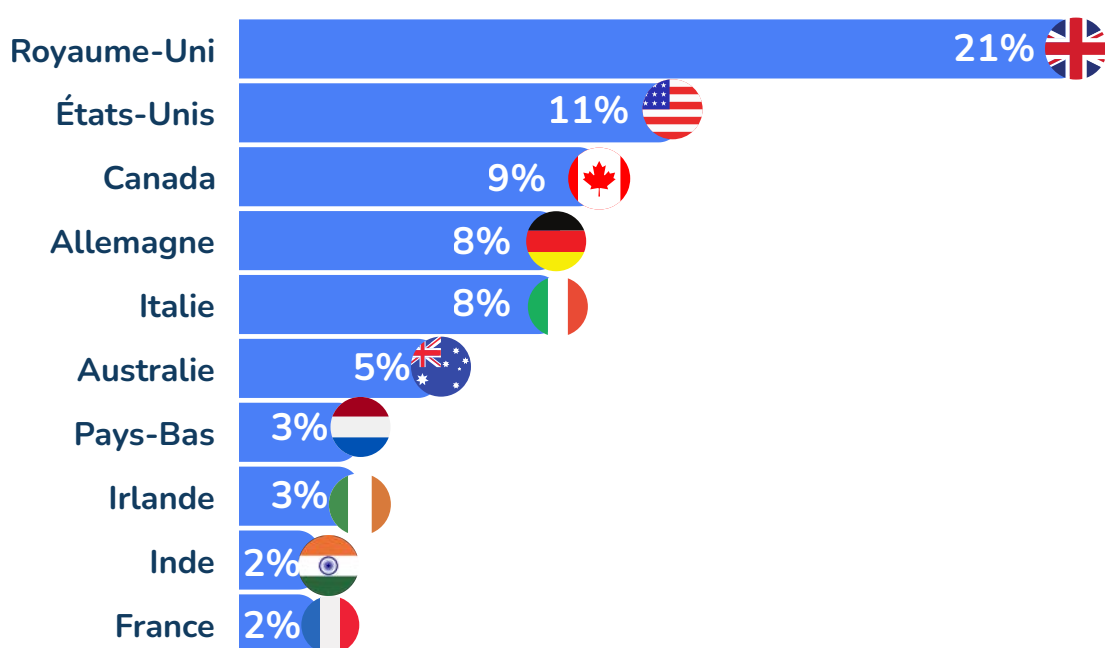
Changement de destination d'études	Les destinations asiatiques et européennes rivalisent avec les quatre grandes destinations d'études en termes d'attrait, et l'emportent sur des points pratiques.
Retour sur investissement	Le public s'intéresse de plus en plus à la valeur à long terme et privilégie les résultats concrets au prestige.
L'authenticité prime sur l'automatisation	Les étudiants utilisent fréquemment la recherche par IA, mais ils font davantage confiance à des ressources précises et aux échanges humains pour les décisions importantes.
Des compétences pour le long terme	Les étudiants n'ont pas besoin d'un diplôme pour apprendre les outils de l'IA. Ils recherchent des compétences et des expériences qui leur permettront de rendre ces outils utiles.



Mobilité étudiante



Destinations les plus populaires en 2026



Bien que les États-Unis restent la destination la plus recherchée (19 %), moins d'étudiants interrogés dans notre enquête la choisissent comme destination d'études, une tendance qui se confirme pour la deuxième année consécutive. Le Royaume-Uni est le principal bénéficiaire de cette évolution, avec un fort intérêt de la part de notre public malgré les difficultés croissantes liées à l'obtention de visas.

Le Canada et l'Australie se sont tous deux légèrement redressés cette année après un repli en 2025 dû à l'instabilité politique, et ils occupent désormais respectivement la troisième et la sixième place.

La diversification des intérêts des étudiants ne ralentit pas : elle s'accélère.

On observe une évolution majeure de l'intérêt manifesté pour les pays en dehors des Big 4 (les quatre destinations anglophones traditionnellement les plus populaires pour les études supérieures). De plus en plus d'étudiants se tournent vers l'Europe, l'Italie et l'Irlande ayant également vu leur part augmenter dans notre enquête. À eux seuls, les pays européens figurant dans ce « top 10 » représentent désormais 45 % de l'intérêt total des étudiants internationaux, contre 41 % l'an dernier. Par ailleurs, preuve manifeste de l'intérêt croissant des étudiants asiatiques pour les études dans leur région, l'intérêt pour l'Inde a doublé cette année, permettant au pays de figurer pour la première fois dans notre top 10.

Qu'est-ce qui motive les étudiants à bouger ?

01 Les changements de politique redéfinissent la manière dont les étudiants recherchent

Le « **programme** » reste systématiquement le facteur le plus important lorsque les étudiants choisissent une option d'études à l'étranger, mais les choses commencent à changer.

De plus en plus d'étudiants indiquent que le « **pays** » est leur priorité lorsqu'ils choisissent leurs options d'études (**de 20 % en 2025 à 28 % en 2026**), ce qui place cette option à son plus haut niveau en trois ans et représente une augmentation de 40 % par rapport à l'année précédente.

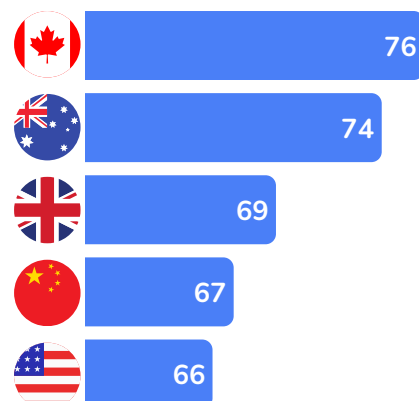
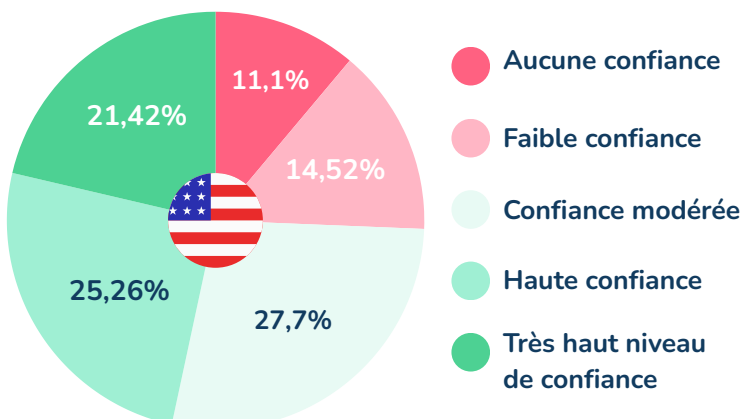
Pour les répondants d'**Asie du Sud** en particulier, le **pays (35 %)** prime désormais sur le **programme (31 %)**. Il s'agit du seul groupe régional où ce phénomène se produit, et celui qui est le plus exposé aux récentes modifications des politiques et des visas.

Cela laisse supposer que les étudiants s'assurent de l'accessibilité des destinations qu'ils ont choisies avant même de pouvoir envisager des établissements ou des formations.



02 La confiance est au plus bas – et polarisée – aux États-Unis

Lorsqu'on a demandé aux personnes interrogées dans quelle mesure elles faisaient confiance à l'engagement de chaque pays à accueillir des étudiants internationaux, **les États-Unis se sont classés derniers** au classement pondéré – et la répartition de ce score est significative. Parmi toutes les destinations, les États-Unis enregistrent à la fois les pourcentages les plus élevés de réponses « Aucune confiance » et « Très grande confiance », ce qui révèle une perception très contrastée de l'accueil dans le pays.



Le prestige se partage. La praticité, pas vraiment.

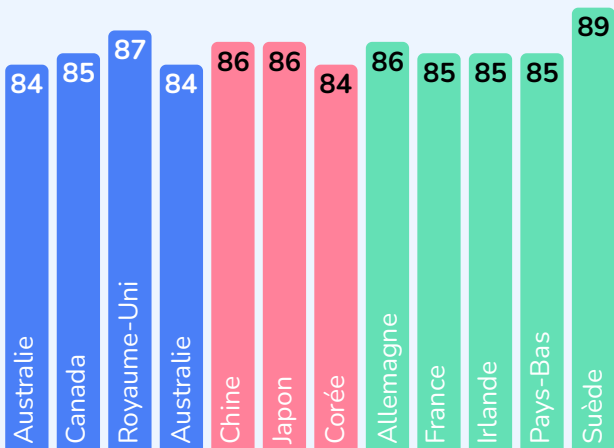
Les quatre grandes destinations restent compétitives en termes d'attractivité, notamment en ce qui concerne leur réputation académique et leur offre de formations. Mais elles ne détiennent plus une avance considérable. Et elles accusent un retard en matière de prise en compte des aspects pratiques qui rendent les études à l'étranger accessibles à un grand nombre de personnes.

Le coût des études, par exemple, est un facteur déterminant pour les étudiants aux **États-Unis** et au **Royaume-Uni**, surtout comparé à d'autres pays comme la **Corée**, la **Chine** et l'**Allemagne**. En matière de visas, de conditions d'entrée, de sécurité et de stabilité, les États-Unis se classent parmi les derniers.

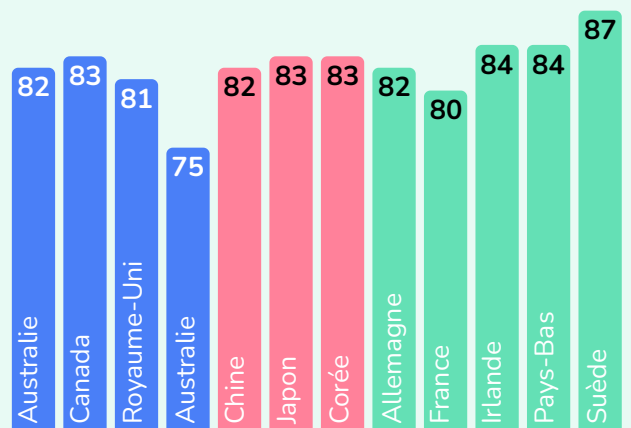
Ce fossé entre l'attrait et l'aspect pratique pour les quatre grands montre que, même s'ils restent en tête en termes de réputation, cet avantage spécifique s'amenuise à mesure que d'autres destinations deviennent des concurrents de plus en plus sérieux. Parallèlement, ils continuent de perdre du terrain sur des questions plus pratiques en raison des perturbations politiques.

● Les Big 4 ● Asie ● Europe

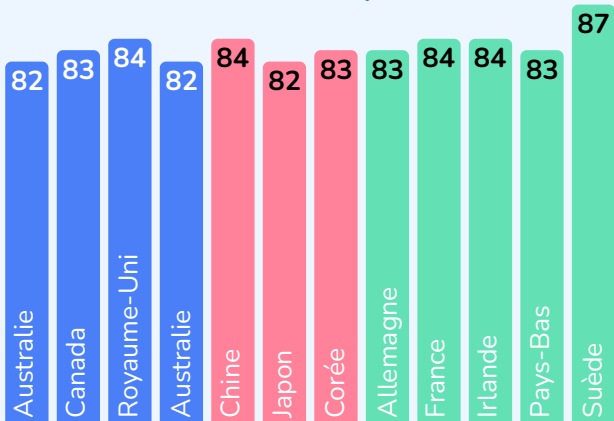
Réputation académique



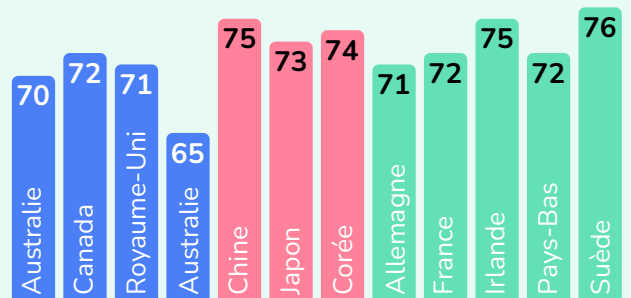
Sécurité et stabilité



Formations disponibles



Visas et entrée



NOUVEAU: le score Keystone de satisfaction des étudiants

Le **Keystone Sentiment Score** (le score Keystone de satisfaction des étudiants, actuellement en version bêta, rassemble trois sources de données distinctes — les données d'inscription, le comportement de recherche et l'opinion des étudiants — pour produire un score unique et traçable pour chaque destination d'études.

En combinant ces aspects, notre score de satisfaction se met à jour en fonction de l'évolution du marché, ce qui en fait un outil pratique pour suivre le positionnement concurrentiel en temps réel, et non seulement a posteriori.

Comment nous le mesurons

Nombre d'inscriptions historiques

Données de l'UNESCO sur le nombre total d'inscriptions internationales pour l'année la plus récemment achevée (actuellement 2023)

Pourquoi?

Pour prendre en compte la notoriété d'une destination et compenser les fluctuations du comportement actuel du public.

20%

+

Perceptions des étudiants

Évaluations moyennes des étudiants concernant la réputation, les filières proposées, l'accessibilité financière, les visas, la sécurité et la culture, d'après l'enquête Pulse de Keystone.

Pourquoi?

Mesure la façon dont les internautes perçoivent et évaluent les destinations qu'ils ont choisies, et comment cela évolue au fil du temps.

80%

×

Changement dans les recherches

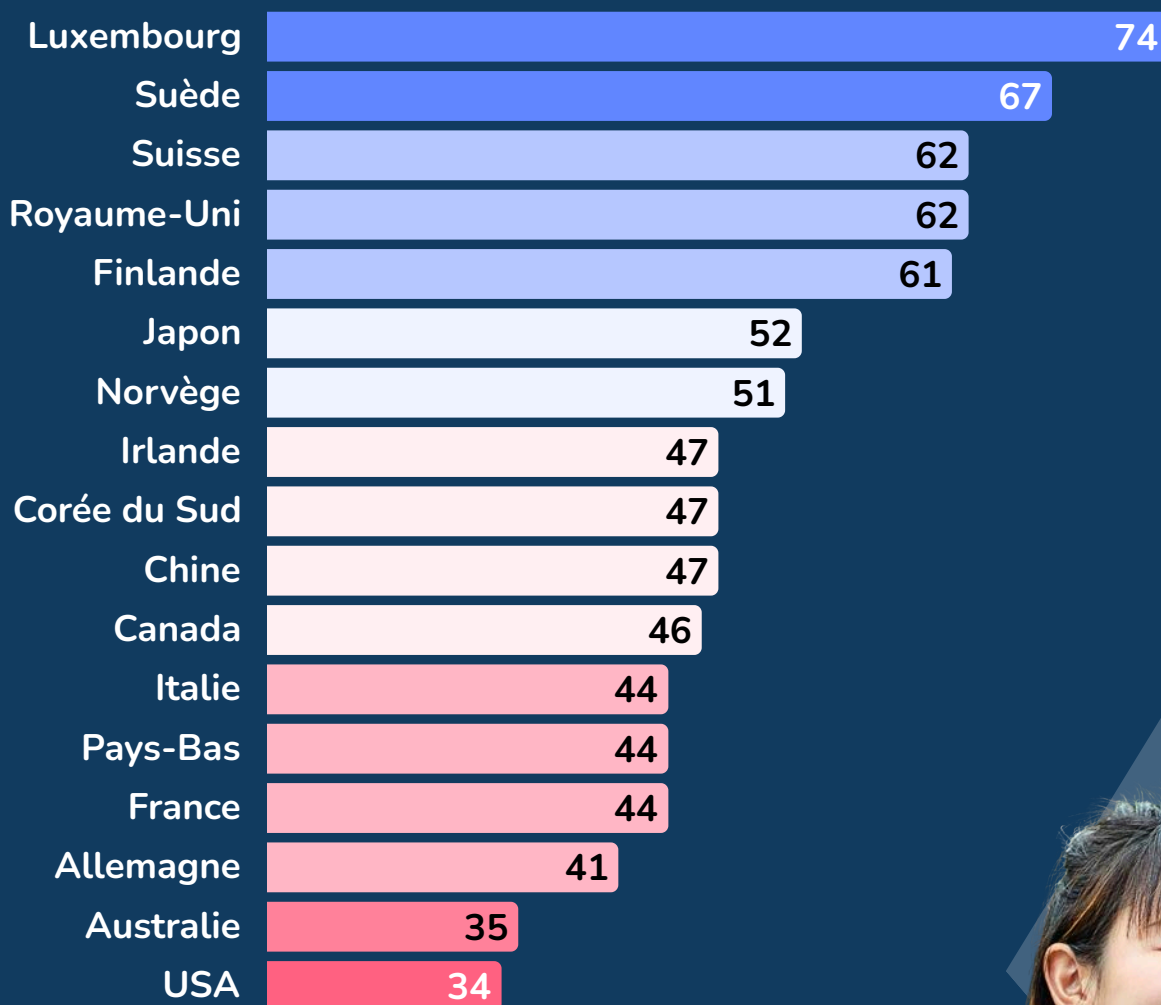
Évolution actuelle des recherches des étudiants internationales sur les différentes plateformes de Keystone, intégrée au calcul global pour refléter la dynamique de la demande en temps réel.

Pourquoi?

Mesure si les publics sont plus ou moins susceptibles de rechercher une destination, reflétant la demande relative actuelle.

Score Keystone de satisfaction des étudiants

Mars 2026



Regrouper les données issues des études, des recherches et des avis en un seul point de données

Les destinations européennes — **Luxembourg (74)**, **Suède (67)**, **Suisse (62)**, **Finlande (61)** — dominent le haut du tableau.

Pendant ce temps, le **Royaume-Uni (62)** est la seule destination du Big 4 à dépasser la barre des 60, car le **Japon**, la **Corée du Sud** et la **Chine (tous à 47)** surpassent l'**Australie (35)** et les **États-Unis (34)**.

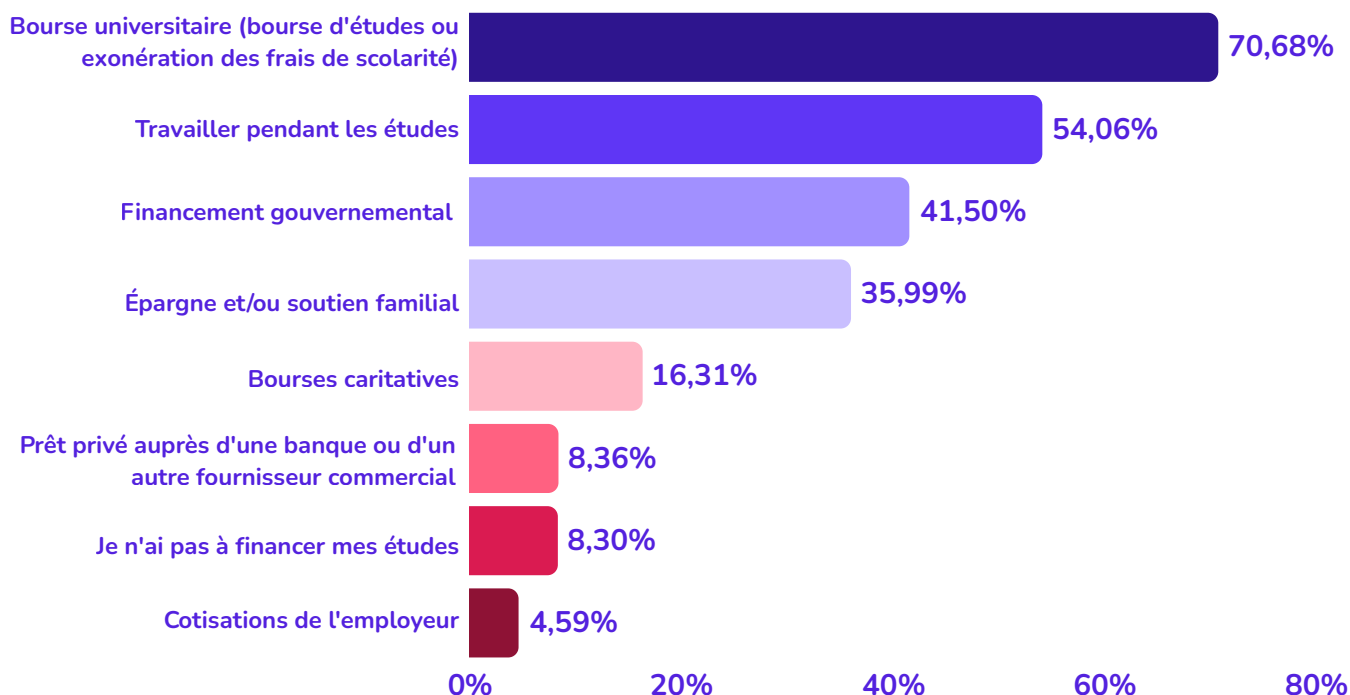


Financement et obstacles



Le soutien des universités occupe la première place dans la composition des sources de financement, mais la plupart des étudiants s'appuient sur plusieurs sources

Nous avons demandé : Comment comptez-vous financer vos études ? (Choisissez jusqu'à 3 réponses)



Bien que **les bourses universitaires** soient la principale source de financement pour les étudiants internationaux (70,68%), la plupart des étudiants combinent en réalité plusieurs sources de financement.

Plus de **la moitié (54,06 %)** prévoient de **travailler pendant leurs études**, tandis que certains envisagent de faire appel à des **bourses gouvernementales (42 %)**, voire à leurs économies ou au **soutien de leur famille (36 %)**.

Matières et compétences

Qu'est-ce que tu veux étudier ?

Nos données Share of Search le démontrent clairement : les étudiants privilégient les compétences pratiques aux diplômes théoriques.



Les filières **Business et Économie**, **Médecine et Santé** et **Études en Éducation** ont toutes connu une croissance cette année, tandis que les Arts et les Sciences Humaines et Sociales ont été durement touchés.

L'informatique fait figure d'exception : malgré son caractère hautement professionnalisant, l'intérêt pour cette discipline a légèrement diminué. Cela pourrait s'expliquer par la plus grande disponibilité et l'utilisation croissante de l'intelligence artificielle, qui incitent les étudiants à reconsidérer l'intérêt d'un diplôme en informatique pure comme voie d'accès à certaines carrières.

« Nos données Share of Search révèlent ce que les étudiants recherchent activement sur les sites web de Keystone et nous permettent de dégager de grandes tendances au fil du temps. On observe clairement une croissance des disciplines plus professionnelles et appliquées, telles que l'ingénierie, la médecine et l'éducation, tandis que les domaines relativement académiques et théoriques, comme les arts et les sciences humaines et sociales, sont en déclin. Cela indique que les futurs étudiants se concentrent davantage sur des sujets qui leur offrent des perspectives de carrière concrètes. »

Dr Mark Bennett,
Vice-président, Recherche et Analyse
Keystone Education Group



1	Business et économie	27%	23%
2	Arts et sciences humaines	20%	24%
3	Médecine et santé	19%	18%
	Ingénierie	14%	12%
	Sciences sociales	13%	15%
	Sciences de la vie	9%	9%
	L'informatique	7%	9%
	Sciences de l'éducation	7%	5%
	Droit	5%	5%
	Sciences physiques	4%	4%
	Psychologie	4%	4%

L'IA change l'intérêt des étudiants

Alors que la demande en IA en tant que compétence spécifique a à peine évolué depuis l'année dernière, son influence façonne les compétences qui y sont liées.

L'intérêt pour les compétences « assistées par l'IA » ou « fonctionnant grâce à l'IA », telles que la **conception web**, la **recherche** et la **programmation**, s'est accru, tandis que la **maîtrise des données** (une compétence qui complète et enrichit l'utilisation des outils d'IA) a connu une forte progression. Les compétences plus « indépendantes de l'IA », comme la résolution de problèmes ou la pensée critique, affichent un léger recul, mais restent très recherchées.

Les données générales indiquent que, plutôt que de vouloir apprendre la technologie de l'IA, les étudiants s'intéressent davantage aux compétences qui complètent ses applications. Et ils continuent d'accorder de l'importance à ce que les universités ont à offrir.

	Bachelors		Masters		Doctoral	
	2026	2025	2026	2025	2026	2025
Recherche	36%	33%	56%	45%	81%	78%
Data	24%	17%	33%	24%	43%	33%
Résolution de problèmes	41%	46%	45%	51%	44%	53%
Travail d'équipe	42%	44%	44%	44%	38%	38%
Esprit critique	38%	43%	42%	46%	44%	53%
Gestion de projet	33%	27%	39%	33%	35%	29%
Management	30%	31%	34%	36%	22%	23%
Gestion du temps	34%	31%	27%	25%	21%	22%
Communication Écrite	24%	18%	26%	20%	27%	24%
Présentation Orale	19%	22%	20%	22%	20%	23%
Conception de sites web	22%	10%	13%	7%	9%	2%
Coding	15%	13%	12%	10%	12%	12%
IA	13%	12%	12%	12%	10%	13%
Ventes & Marketing	16%	19%	9%	13%	3%	4%
Communication Visuelle	12%	15%	8%	12%	5%	7%

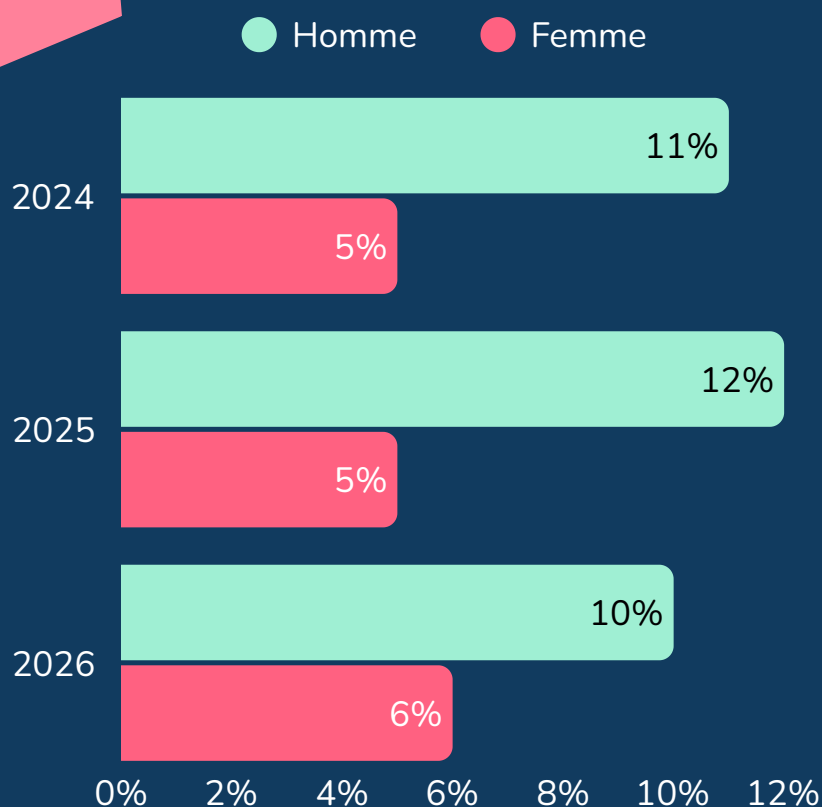
Les genres divergent au sujet de l'informatique

Dans le domaine plus vaste de la technologie, une autre tendance intéressante se dégage : l'informatique est le seul sujet de l'ensemble des données où l'intérêt des hommes et des femmes évolue dans des directions opposées.

L'intérêt des hommes pour l'informatique a diminué, passant de 12 % en 2025 à 10 % en 2026, tandis que l'intérêt des femmes a augmenté, passant de 5 % en 2025 à 6 % en 2026.

Une explication possible de cette divergence pourrait être que les hommes et les femmes interprètent différemment l'impact de l'IA sur le domaine : le public masculin pourrait percevoir l'IA comme une réduction de la valeur d'un diplôme en informatique, tandis que le public féminin pourrait la percevoir comme un simple abaissement des barrières à l'entrée.

Ce type de changement lié au genre pour une seule discipline pourrait avoir des implications sur la manière dont les institutions positionnent leurs programmes d'informatique, notamment en ce qui concerne la définition d'un public cible.



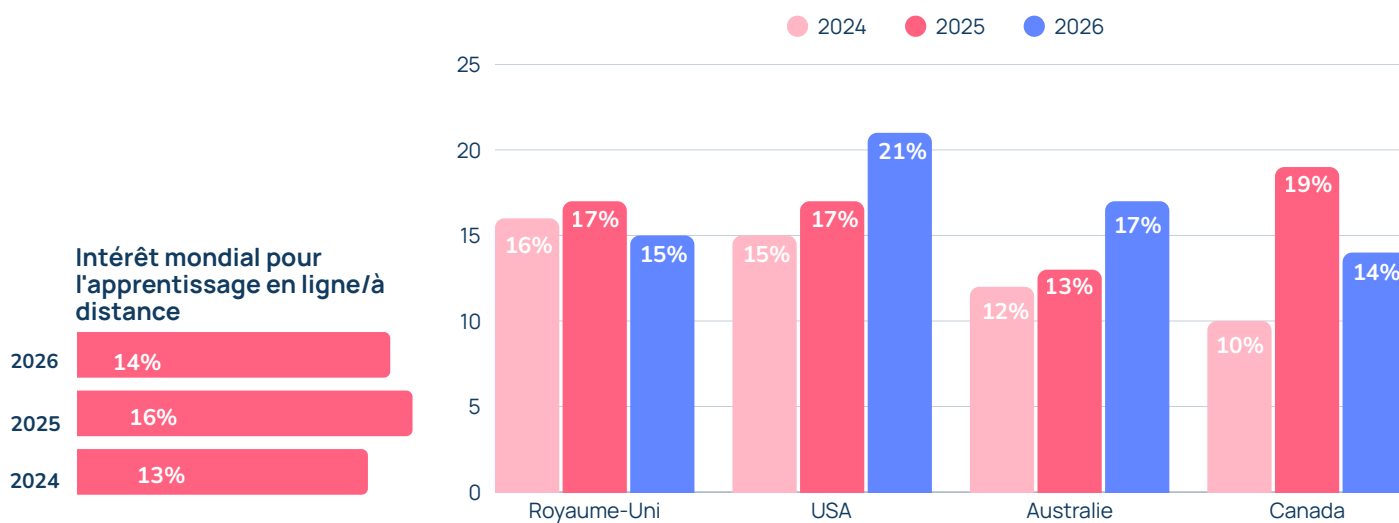
Flexibilité

Comment préférez-vous étudier ?

La préférence pour les séjours d'études à l'étranger en présentiel reste forte, se maintenant à environ **85 % en moyenne**. Cependant, les données par destination révèlent une réalité différente, notamment aux États-Unis où l'intérêt pour les études entièrement en ligne a bondi de 40 % depuis 2024 pour atteindre 21 %, bien au-dessus de la moyenne mondiale de 14 % prévue pour 2026. Le Royaume-Uni et le Canada affichent des chiffres stables, tandis que l'Australie progresse légèrement.



L'intérêt pour les études entièrement en ligne varie selon la destination.



La solution de contournement américaine :

Pour les établissements américains, l'enseignement en ligne n'est plus une solution de repli ; **c'est une voie stratégique pour les étudiants dont l'attrait pour les États-Unis reste intact**, même si leur envie de voyager a diminué. Et comme ils font parfois ce choix à contrecœur, la qualité de l'enseignement et le sentiment d'appartenance seront déterminants.

La leçon à retenir ? La flexibilité n'est pas en hausse partout ; l'intérêt général est en baisse cette année. Le contexte de destination influence la manière dont les étudiants souhaitent s'impliquer.



Pourquoi les étudiants souhaitant étudier aux États-Unis choisissent l'enseignement en ligne

Il existe une forte corrélation entre le mode d'enseignement préféré des étudiants pour leurs études aux États-Unis et leur perception de ce pays comme destination. Les étudiants envisageant des études en ligne sont 10 points de pourcentage moins susceptibles d'avoir une opinion positive quant à leur sécurité pendant leurs études aux États-Unis. Ce qui démontre clairement que la perception influence les comportements.

L'intérêt croissant pour les études en ligne aux États-Unis depuis deux ans constitue une véritable exception par rapport aux tendances globalement stables ou à la baisse observées ailleurs.

Une analyse plus approfondie de ce public révèle les facteurs qui sous-tendent cette tendance. Dans un contexte d'annulations de programmes SEVIS et de perturbations des voyages, les étudiants perçoivent les études en ligne comme un moyen d'obtenir un diplôme américain prestigieux sans les risques actuels.

	En ligne	Sur le campus
Pas du tout	14%	10%
Un peu confiant.e	10%	9%
Assez confiant.e	26%	22%
Très confiant.e	32%	36%
Extrêmement confiant(e)	17%	23%
Moyenne pondérée	65%	71%



Dr Mark Bennett
Vice-président de la recherche et de l'analyse

« L'intérêt pour les études en ligne est aujourd'hui davantage lié aux politiques publiques qu'à la praticité. Nous observons depuis deux ans un intérêt croissant pour les études en ligne aux États-Unis, et nos données révèlent que les étudiants internationaux sont nettement plus préoccupés par leur sécurité. Cependant, nous ne constatons pas un désintérêt total des études aux États-Unis : l'attrait des études américaines est tel que les étudiants chercheront d'autres moyens d'y accéder. »

Motivations et influences

Comme on peut s'y attendre, les **motivations varient selon le niveau d'études**. Les étudiants en licence sont davantage attirés par des motivations liées à l'expérience, telles que l'aventure et le défi. Mais au-delà de ces différences, on observe une évolution plus marquée dans la manière dont les étudiants perçoivent la valeur d'un diplôme : l'accès à la vie professionnelle perd de son importance (en particulier pour les étudiants en licence), tandis que l'évolution de carrière gagne en importance. L'acquisition de compétences utiles reste la principale motivation et les revenus progressent de manière constante.



« Les étudiants ne pensent peut-être pas seulement à ce qu'ils peuvent faire l'année où ils obtiennent leur diplôme, mais davantage à ce que leur diplôme leur apportera encore plusieurs années plus tard. »

Dr Mark Bennett,
Vice-président, Recherche et Analyse
Keystone Education Group



Principales raisons pour lesquelles les étudiants souhaitent étudier à l'étranger

- 1 Développer des compétences utiles
- 2 Pour être admissible à une carrière spécifique
- 3 Pour être admissible à des études supérieures
- 4 Pour progresser dans ma carrière actuelle
- 5 Vivre une aventure
- 6 Me mettre au défi
- 7 Le sujet m'intéresse.
- 8 Pour améliorer mes revenus
- 9 Je préfère travailler plutôt qu'étudier.

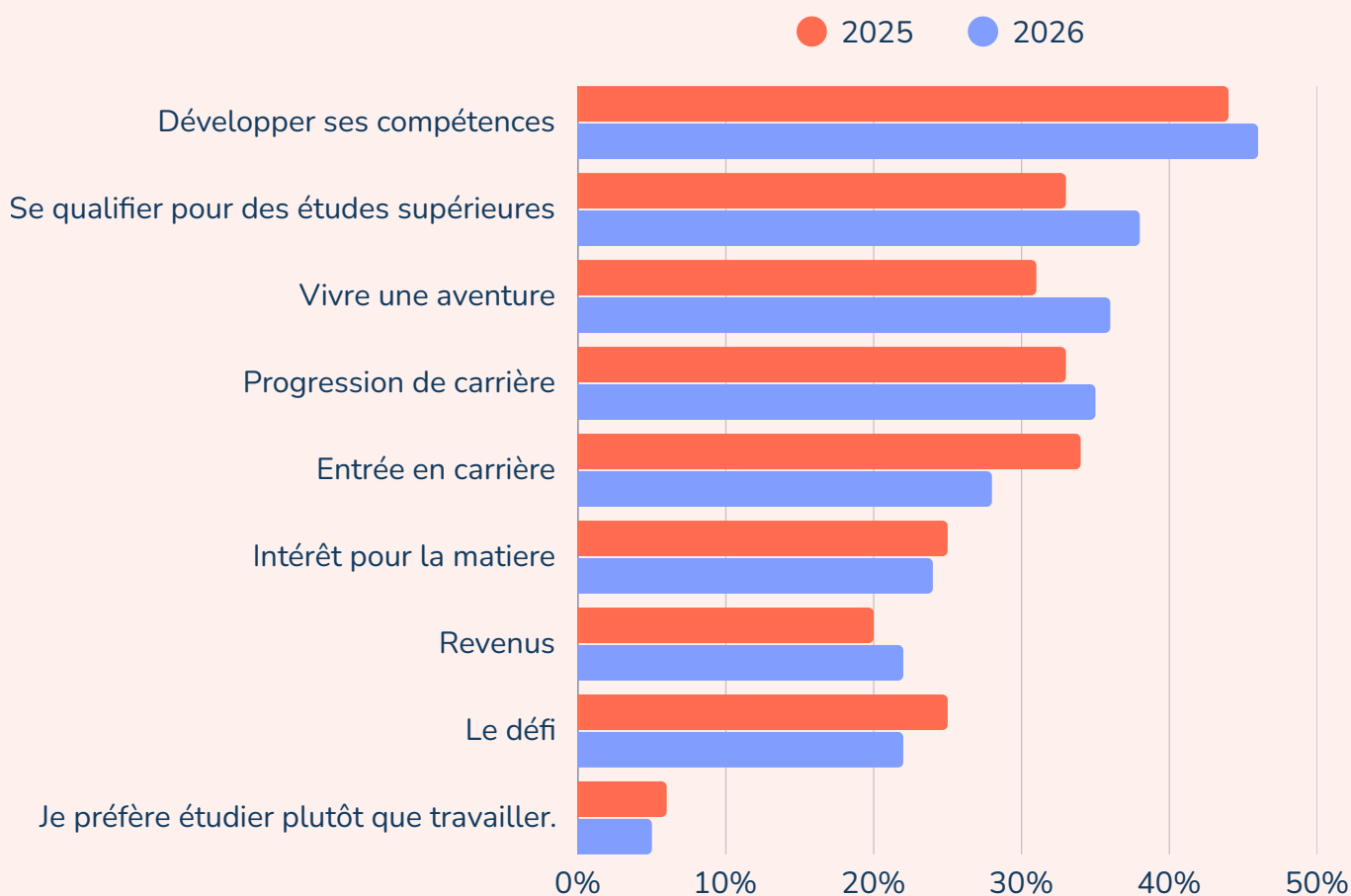
Pour les établissements, cela modifie la façon dont la communication doit être axée. L'insertion professionnelle, autrefois un argument de poids, perd de son importance, tandis que les motivations qui persistent (compétences, progression, aventure) se projettent davantage dans l'avenir. Les messages de recrutement qui mettent l'accent sur « trouver un emploi après l'obtention du diplôme » sont de plus en plus déconnectés des attentes réelles des étudiants.

La véritable opportunité réside dans la valorisation du diplôme comme un atout à long terme : **un investissement qui prend de la valeur**, ouvre des portes dans les années à venir et offre des expériences formatrices. Il faut mettre l'accent sur la décennie, et non sur l'année.



Nous avons demandé :

Quelles sont vos 3 principales motivations pour étudier ?



Comment les motivations évoluent selon le niveau

	Licences		Masters		Doctorat	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
Se qualifier pour des études	31%	32%	36%	43%	/	/
Le défi	27%	24%	23%	20%	28%	23%
Progression de carrière	23%	26%	39%	40%	44%	46%
Préférer les études au travail	7%	6%	5%	4%	8%	7%
Entrée sur le marché du travail	38%	26%	33%	26%	31%	28%
Développer ses compétences	43%	46%	44%	47%	43%	44%
Revenus	19%	23%	20%	22%	20%	22%
Intérêts pour la matière	26%	26%	24%	22%	40%	39%
L'Aventure	35%	38%	30%	36%	22%	27%

Les différences selon le niveau sont globalement cohérentes. La progression de carrière a plus d'importance aux niveaux supérieurs, tandis que l'aventure et le défi sont plus marquants aux niveaux inférieurs. Dans l'ensemble, cependant, le récit général reste assez constant d'un niveau à l'autre.

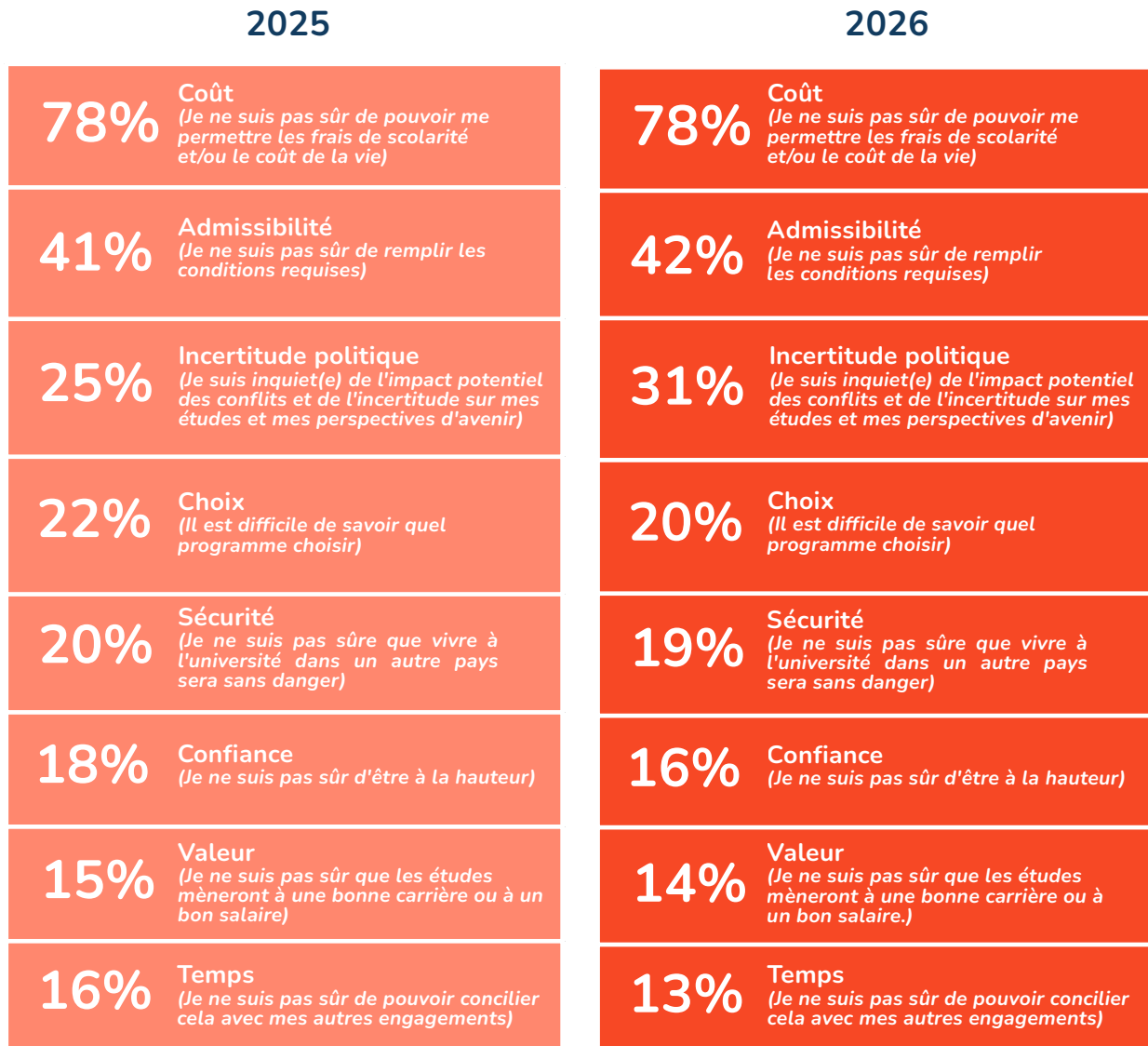
Pour les établissements, cela signifie que le discours sur la valeur à long terme s'adresse à tous les publics, mais son approche doit être flexible : **mettre l'accent sur la croissance et la progression pour les étudiants de master**, et sur **l'expérience et la découverte de soi pour les étudiants de licence**. L'objectif reste le même, à savoir offrir aux étudiants une expérience enrichissante et durable, mais le parcours pour y parvenir diffère à chaque étape.



Doute extérieur, pas doute de soi

L'incertitude politique est la préoccupation qui augmente le plus rapidement concernant les études, surpassant tous les autres facteurs.

Cela coïncide avec la baisse de confiance aux États-Unis, l'incertitude qui règne au Royaume-Uni et l'intérêt croissant pour l'enseignement transnational et les formations en ligne. La confiance est en déclin ; les étudiants s'inquiètent moins de leur capacité à réussir que des opportunités qui s'offrent à eux. Les coûts stagnent, avec peu de marge de progression.



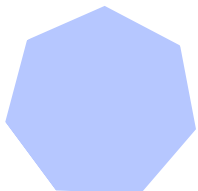
La bonne nouvelle, c'est que les étudiants ont toujours confiance en eux. Le problème n'est pas le manque de confiance, mais plutôt la complexité du monde qui les entoure. C'est en réalité une opportunité. L'accessibilité financière et le soutien pédagogique restent essentiels, mais les établissements qui excellent en matière de clarté, de procédures de visa, d'insertion professionnelle après les études, de sécurité et d'engagement concret envers leur communauté internationale seront ceux que les étudiants choisiront avec conviction.



À chaque étape, ses propres préoccupations

L'analyse par niveau confirme une tendance générale : si la nature des inquiétudes évolue, celles-ci restent universelles. Les étudiants de premier cycle s'inquiètent surtout de questions internes (suis-je prêt, suis-je admissible, ai-je fait le bon choix ?), tandis que les étudiants de troisième cycle se préoccupent davantage de facteurs externes (coût, géopolitique). Le point commun est que l'incertitude politique augmente fortement à tous les niveaux, seule préoccupation qui ne fait aucune distinction entre les différents stades.

	Licences		Masters		Doctorat	
	2025	2026	2025	2026	2025	2026
Coût	73%	72%	80%	83%	85%	82%
Admissibilité	40%	45%	41%	42%	41%	39%
Incertitude politique	23%	29%	26%	33%	24%	30%
Choix	22%	22%	23%	20%	20%	20%
Sécurité	22%	20%	18%	18%	17%	17%
Confiance	23%	20%	15%	13%	15%	15%
Temps	15%	15%	14%	12%	16%	15%
Value	16%	14%	14%	14%	14%	14%



« Ce qui frappe ici, c'est la proportion de répondants qui citent l'incertitude politique comme une préoccupation concernant les études à l'étranger — plus encore que la sécurité, c'est cette préoccupation croissante, avec une augmentation de 24 % depuis 2025. Les futurs étudiants internationaux d'aujourd'hui sont moins susceptibles de remettre en question leurs capacités et plus susceptibles de s'inquiéter de leurs opportunités. »

Dr Mark Bennett, vice-président, Recherche et Analyse – Keystone Education Group



Communications et réseaux sociaux



Les e-mails restent gagnant

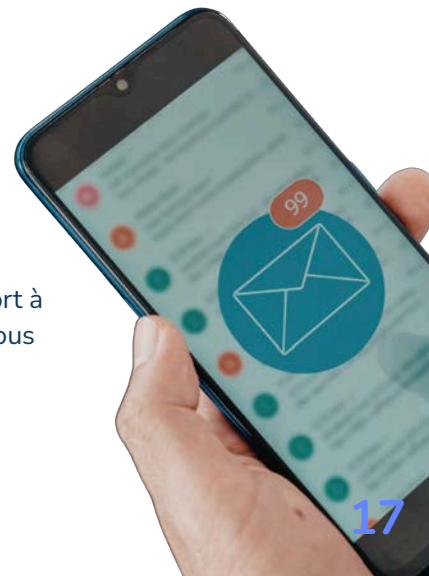
Nous avons demandé :

Comment préférez-vous communiquer avec une école/université ?



L'année dernière, on a constaté un net regain d'intérêt pour les échanges directs et humains, triplé face au rejet de l'IA et des communications impersonnelles. Cette année, les interactions en présentiel conservent leur place, tandis que la messagerie instantanée et la visioconférence sont en perte de vitesse. La discrète reprise du courrier électronique suggère que le public se méfie de la messagerie instantanée, potentiellement automatisée, et privilégie le courrier électronique, perçu comme plus fiable.

Le courrier électronique reste le canal privilégié, progressant légèrement par rapport à 2025. Les changements cette année sont plus subtils que l'année dernière, mais nous vivons peut-être tout de même le même changement de paradigme plus large.



Pas de préférences universelle en matière de canaux

Étudiants en licence

Une touche personnelle

52%

Je préfère le courriel
(le plus bas de tous les niveaux)

3x

en présentiel depuis 2024

- Le plus grand confort avec la messagerie instantanée (18 %)
- La tendance la plus marquée est au contact direct et au téléphone.
- Vous souhaitez une expérience personnalisée et humaine

Étudiants en master

Retour à l'e-mail

70%

Je préfère le courriel
(contre 65 % en 2025)

+10%

Je préfère la messagerie instantanée.
(contre 13 % en 2025)

- Le plus fort retour au courriel électronique, tous niveaux confondus.
- Le public plus âgé privilégie les chaînes vérifiables

Doctorants

Les relations comptent

72%

Je préfère le courriel
(niveau le plus élevé)

10%

Je préfère les appels vidéo.

6%

Je préfère le présentiel

- La forte augmentation des candidatures en personne reflète la complexité du processus de candidature.
- La plupart sont ouverts à la vidéoconférence, quel que soit le niveau.



“

Les comportements de communication des étudiants évoluent lentement ; il est donc important d'y prêter attention lorsqu'ils changent. Le courriel reste largement utilisé, tandis que la messagerie instantanée perd du terrain et que le besoin de contact humain s'accroît. Ces tendances semblent moins relever de préférences passagères que de réponses réfléchies à un paysage du recrutement façonné par l'IA et l'automatisation : les étudiants privilégient les canaux qui leur paraissent humains et vérifiables, et se détournent de ceux qui ne le sont pas. De plus, ces comportements varient considérablement selon le niveau. Le tableau est plus complexe que jamais, et un seul canal ne suffit plus à lui seul pour mener une conversation.



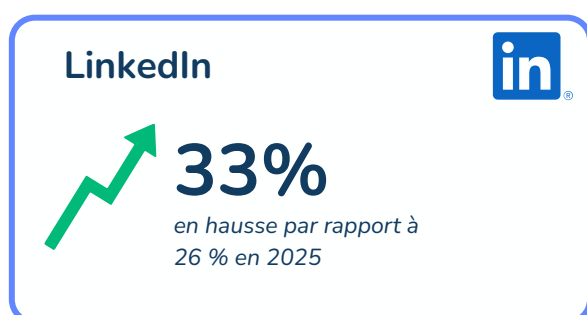
Jennifer Parsons - Services d'inscription UniQuest et Keystone

Le tournant professionnel des réseaux sociaux

LinkedIn gagne en influence sur le choix des études, tandis que YouTube est en recul, reflétant une tendance plus générale vers des motivations professionnelles à long terme : les internautes, ayant une vision plus professionnelle de leurs études, se renseignent sur les universités via des plateformes plus spécialisées. TikTok gagne également en influence, notamment auprès des étudiants de licence, tandis que Facebook reste stable.

Nous avons demandé :

Quels réseaux sociaux influencent le plus votre choix d'études ?



L'influence de LinkedIn augmente fortement avec le niveau d'études.

de 17 % au niveau licence à 60 % au niveau doctorat

L'influence de LinkedIn croît régulièrement avec le niveau d'études, reflétant une professionnalisation croissante des utilisateurs. Les changements les plus importants s'observent aux niveaux Licence et Master, tandis que les tendances restent relativement stables au niveau Doctorat.

Soyez présents là où leur avenir professionnel prend forme !

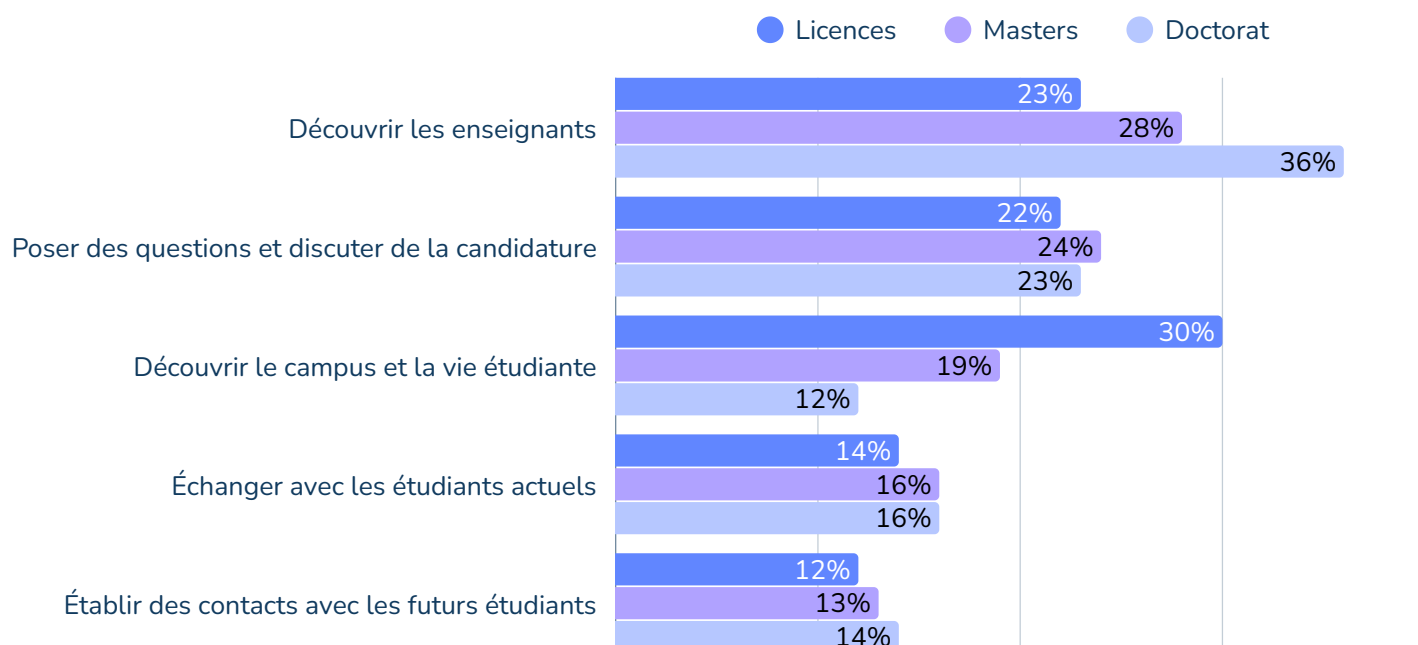


L'information plus que le contact

Malgré leur présence sur les réseaux sociaux, les futurs étudiants les utilisent davantage pour se renseigner que pour nouer des relations, le networking représentant moins d'un tiers de leur utilisation à tous les niveaux. Leurs recherches varient cependant sensiblement selon l'étape : la vie sur le campus prédomine pour les étudiants en licence, le corps professoral est primordial pour les doctorants, tandis que les questions relatives aux candidatures demeurent une priorité constante pour tous.

Nous avons demandé :

Quels contenus et informations sur l'éducation sont les plus importants pour vous sur les réseaux sociaux ?



Ce que cela signifie en pratique



Adaptez le contenu au niveau d'études

Vie de campus pour les licences, enseignement et recherche pour les doctorats, un mélange pour les masters.



Considérer les réseaux sociaux comme un outil de recherche, et non comme une communauté

Les étudiants viennent pour se renseigner sur l'établissement, et non principalement pour nouer des liens avec leurs pairs.

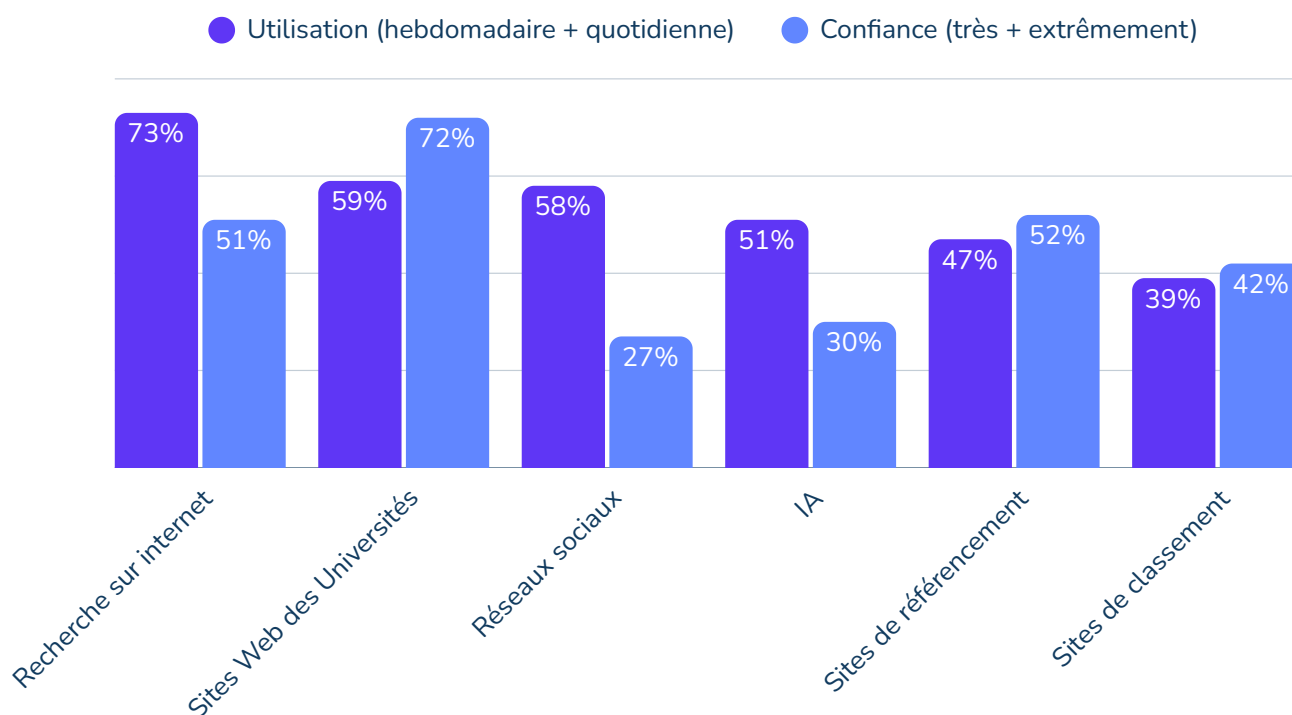


Mettez le contenu à jour régulièrement

Les questions relatives aux candidatures sont une priorité constante – veillez à ce que ce contenu soit facile à trouver toute l'année.

L'utilisation fréquente ne signifie pas la confiance

Les canaux les plus utilisés par les futurs étudiants ne sont pas ceux auxquels ils font le plus confiance, et cet écart est particulièrement marqué pour l'IA. Bien que l'IA soit utilisée presque aussi fréquemment que les sites web universitaires, les étudiants font près de quatre fois plus confiance à ces derniers. Malgré l'essor des outils de génération automatique, le public privilégie toujours les sources institutionnelles et officielles lorsqu'il s'agit d'obtenir des informations pertinentes.



Ce constat est rassurant pour les établissements : même si l'IA et les réseaux sociaux transforment la manière dont les étudiants effectuent leurs recherches, ils n'ont pas modifié leurs critères de confiance. **Les sites web universitaires demeurent le pilier de la crédibilité**, le seul canal que les publics consultent avec conviction plutôt qu'avec incertitude.

Les outils de recherche IA peuvent dominer la phase de découverte, mais la confiance se porte toujours sur des sources sélectionnées et élaborées par des humains. La conclusion est claire : investir dans des canaux propriétaires et des partenariats ciblés n'est pas seulement justifié, c'est là que se prennent réellement les décisions.



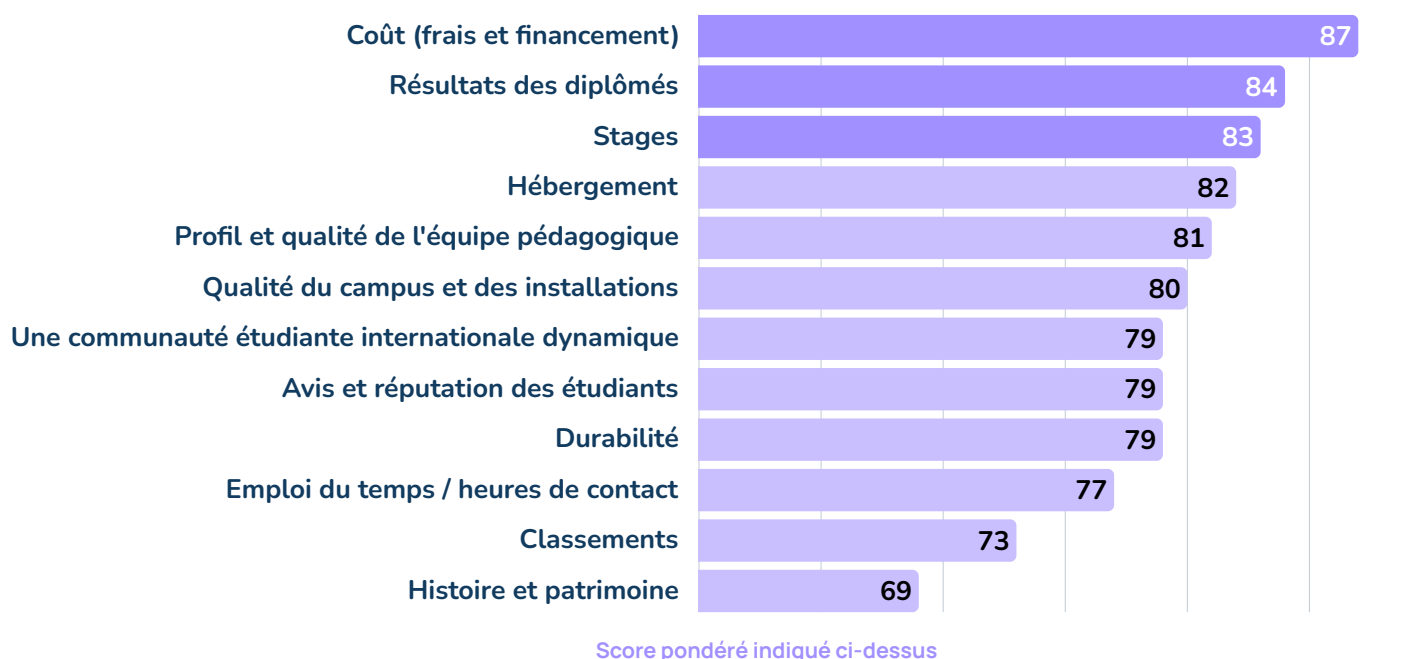
Facteurs de décision des étudiants

Les étudiants s'inquiètent peut-être du coût, mais ils évaluent activement les avantages potentiels. Nous leur avons demandé ce qui est important pour eux au moment de choisir leurs études.



Le retour sur investissement est un facteur déterminant dans les choix.

Les étudiants accordent désormais moins d'importance aux indicateurs traditionnels de réputation, tels que les classements et le prestige de l'établissement, et se concentrent sur les aspects pratiques de leur diplôme et sur ce qu'il peut leur apporter à long terme. **Ils privilégient une carrière prometteuse au prestige institutionnel.**



C'est **une bonne nouvelle pour les établissements d'enseignement supérieur**, car dans un contexte difficile de hausse des coûts et d'instabilité politique, **il s'agit d'un facteur qu'ils peuvent maîtriser.**

Mettre en avant les résultats des diplômés, souligner la réussite des anciens élèves et fournir des conseils sur les perspectives de carrière peuvent apporter aux étudiants des preuves concrètes de la rentabilité d'un programme.



Alors qu'il est difficile de modifier le « prix affiché » d'un diplôme (et peut-être encore plus pour les étudiants internationaux dans certains pays), nous pouvons parler du retour sur investissement (en termes de stages et de débouchés pour les diplômés) ainsi que de ce que cet investissement apporte en termes de campus, de communauté et de contenu des cours.

Dr Mark Bennett
Vice-Président, Recherche et Analyse
Keystone Education Group



Combien de candidatures les étudiants déposent-ils ?

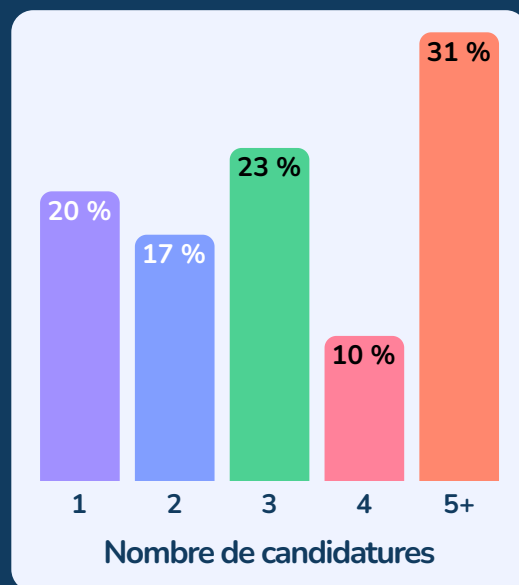
S'étaler, pas se regrouper

Les étudiants se regroupent de plus en plus aux extrémités du spectre des candidatures. Ils sont plus nombreux que jamais à déposer cinq candidatures ou plus, tandis que le nombre d'étudiants postulant à trois ou quatre candidatures diminue.

Déposer une application (20 %) et trois applications (23 %) restent des choix populaires, mais **le changement le plus clair d'une année sur l'autre est la croissance du dépôt de plus de 5 candidatures, qui est maintenant l'approche la plus courante à 31 %.**

C'est particulièrement vrai pour les candidats au doctorat, dont près de la moitié (49 %) prévoient de déposer cinq candidatures ou plus.

Cela montre que, malgré un contexte d'incertitude partagé, les étudiants se divisent en deux camps distincts : ceux qui élargissent leurs horizons et ceux qui se concentrent sur un seul objectif.



Combien de temps les étudiants consacrent-ils à la recherche ?

Ils prennent leur temps

Les étudiants prennent plus de temps pour étudier leurs options avant de s'engager.

La proportion d'étudiants qui prévoient de terminer leurs recherches et de prendre une décision en moins de six mois a chuté à son niveau le plus bas depuis 2022, tandis que le nombre d'étudiants qui prévoient d'y consacrer un an ou plus a légèrement augmenté. Ce ralentissement est également observé à tous les niveaux d'études.

Face à l'incertitude politique croissante, cette prudence accrue n'est pas surprenante. Les étudiants doivent composer avec un contexte de plus en plus complexe, marqué par des changements de politiques et une hausse des coûts ; ils prennent donc davantage de temps pour s'assurer de faire le bon choix pour leur avenir.

	2026	2025	2024	2023	2022
Moins de 6 mois	47 %	53 %	51 %	56 %	45 %
6 à 12 mois	30 %	28 %	28 %	29 %	35 %
Moins d'un an	77 %	81 %	79 %	85 %	81 %
12 à 24 mois	13 %	12 %	13 %	10 %	12 %
24 à 48 mois	9 %	8 %	9 %	5 %	7 %
12 mois et plus	22 %	20 %	21 %	15 %	19 %



The State of Student Recruitment 2026

Participez à notre webinaire en direct pour en savoir encore plus



À VOIR EN DIRECT OU À LA DEMANDE

Jeudi 18 juin

10h00 (côte Est USA)

15h00 Royaume-Uni / 16h00 Europe centrale





KEYSTONE
EDUCATION GROUP

Rendez-vous sur keg.com