



**HAL**  
open science

## Les classes préparatoires de proximité, entre démocratisation et loi du marché

Yves Dutercq, Xavière Lanéelle, Christophe Michaut, Pauline David

### ► To cite this version:

Yves Dutercq, Xavière Lanéelle, Christophe Michaut, Pauline David. Les classes préparatoires de proximité, entre démocratisation et loi du marché. *Éducation & formations*, 2019, 100, pp.169-184. 10.48464/ef-100-08 . halshs-02427904

**HAL Id: halshs-02427904**

**<https://shs.hal.science/halshs-02427904>**

Submitted on 10 Feb 2021

**HAL** is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

# LES CLASSES PRÉPARATOIRES DE PROXIMITÉ, ENTRE DÉMOCRATISATION ET LOI DU MARCHÉ

Yves Dutercq,  
Xavière Lanéelle,  
Christophe Michaut et  
Pauline David  
CREN, Université de Nantes

**Pour lutter contre les inégalités de recrutement des classes préparatoires aux grandes écoles (CPGE), de nouvelles filières scientifiques ont été implantées dans des lycées moins élitistes, avec l'objectif de se rapprocher socialement et spatialement des publics populaires. Pour assurer leur recrutement, ces CPGE de proximité ont dû développer leur attractivité sur un marché spécifique. En s'appuyant sur une enquête analysant les vœux d'orientation des lycéens, les conditions de la concurrence entre établissements et les stratégies que développent leurs personnels pour attirer des candidats, notre recherche met en évidence des pratiques de communication voire de marketing qui témoignent de l'acceptation d'un fonctionnement marchand. Les arguments qu'avancent enseignants et chefs d'établissement pour décrire et justifier leurs actions montrent qu'ils sont conduits à construire des compromis entre différentes logiques. Ces logiques relèvent d'une part des impératifs de la concurrence et de l'efficacité, d'autre part de leur volonté de répondre à leur mission civique de démocratisation par plus de proximité et de familiarité avec leur public potentiel.**

**L**es classes préparatoires aux grandes écoles (CPGE), filières sélectives et attractives de l'enseignement supérieur, sont depuis de longues années interrogées [BAUDELLOT, DETHARE *et alii*, 2003 ; SÉNAT, 2007 ; LEMAIRE, 2008]. Elles accueillent en effet essentiellement des jeunes issus des milieux économiquement favorisés ou disposant d'un important capital culturel [SAINT-MARTIN, 2008] : ainsi, en 2017-2018, 48,5 % des étudiants inscrits dans une CPGE classique ou dans une CPGE intégrée dans une école sont des enfants de cadres et professions intellectuelles supérieures, alors que cette catégorie ne représente que 30 % des effectifs universitaires.

Plusieurs réformes ont cependant été mises en œuvre dans un souci d'élargissement social et spatial de leur recrutement [ALLOUCH et VAN ZANTEN, 2008 ; BUISSON-FENET et LANDRIER, 2008 ; DUTERCQ et DAVERNE, 2009 ; VAN ZANTEN, 2010 ; DARMON, 2012]. Ainsi, le nombre des CPGE

a été accru pour accueillir de nouveaux publics par des implantations dans des lycées de villes moyennes ou à la périphérie de grandes villes. De plus, les filières proposées ont été diversifiées, avec l'objectif d'attirer les bacheliers technologiques, voire les bacheliers professionnels, plus fréquemment issus de la tranche inférieure des classes moyennes ou bien des classes populaires. À ces mesures globales s'ajoute un ensemble d'actions plus spécifiques : conventions entre lycées à CPGE et établissements scolarisant des élèves d'origine sociale défavorisée, création de classes préparatoires aux études supérieures (CPES) permettant potentiellement d'accéder à des CPGE [ZINGRAFF-VIGOUROUX, 2017], création par les universités de cycles universitaires préparatoires aux grandes écoles (CUPGE), mais aussi instauration de voies parallèles d'accès aux grandes écoles sans recours aux CPGE.

La volonté politique de démocratisation d'accès à ce segment de l'enseignement supérieur a été particulièrement perceptible dans le cas des CPGE scientifiques préparant aux écoles d'ingénieurs, sans doute considérées comme plus favorables à l'accueil des élèves des milieux populaires que les CPGE littéraires ou économiques parce que moins soumises aux codes des pratiques langagières des catégories supérieures [BERNSTEIN, 1975]. Elles ont donc fait l'objet d'une suite de mesures d'élargissement du vivier tout au long des quarante dernières années. Nous nous sommes plus particulièrement intéressés aux CPGE scientifiques qui ont été implantées dans des établissements dits « de proximité », parce que situés ailleurs que dans le centre-ville des grandes métropoles universitaires. Ces classes, *a priori* destinées à accueillir un public aux caractéristiques différentes de celles du public traditionnel, contribuent en même temps à une accentuation et une diversification de la concurrence au sein du secteur sélectif de l'enseignement supérieur. Leur émergence contraint la majorité des établissements à développer leur attractivité et l'information des candidats potentiels. D'une part, les nouveaux venus doivent se constituer une « clientèle », d'autre part, les moins prestigieux des anciens lycées à CPGE doivent se protéger de cette concurrence inédite pour attirer suffisamment de candidats d'un niveau compatible avec les exigences des grandes écoles.

Nous avons par conséquent fait l'hypothèse que les classes préparatoires constituent un marché scolaire [FELOUZIS, MAROY, VAN ZANTEN, 2013] où l'offre est celle des établissements et la demande celle des élèves, mais que ce marché est désormais clairement segmenté. Le marché primaire regroupe les classes préparatoires les plus sélectives qui fonctionnent dans une logique de performance, visent l'entrée dans les très grandes écoles et recrutent de ce fait, sur l'ensemble du territoire national voire au-delà, des lycéens essentiellement sur la base de leurs excellents résultats. Le marché secondaire correspond aux classes de proximité, recrutant sur un territoire restreint des lycéens moins performants, mais d'origine sociale plus diversifiée, auxquels elles permettent d'intégrer une école d'ingénieurs de second rang.

Nous nous sommes de ce fait interrogés sur les vœux d'orientation émis par les lycéens, sur les conditions de la concurrence sur ce marché secondaire peu connu et sur les dispositifs et stratégies mis en place par les établissements pour attirer des candidats.

---

## UNE HYBRIDATION DES PRINCIPES DE JUSTICE ET DES LOGIQUES D'ACTION

Notre enquête a pris en compte les déterminants globaux de la concurrence entre CPGE scientifiques (pratiques de choix des parents, politiques de responsabilisation, marchandisation

de l'éducation) aussi bien que les déterminants plus locaux (espaces de concurrence, identité des établissements). Ce sont autant d'éléments de régulation de la situation de marché dans laquelle elles se trouvent et auxquelles leurs responsables répondent en cherchant à concilier des principes de justice en tension.

Les stratégies visant à accroître l'attractivité des établissements scolaires sont apparues dans l'enseignement public pour répondre à l'amplification des pratiques de choix des parents et des élèves. Ce phénomène est à rapporter aussi bien à l'exacerbation des préoccupations quant à l'avenir professionnel et social des jeunes qu'à l'évolution des politiques publiques. En effet, le système productif exige de plus en plus une main-d'œuvre qualifiée, comme en témoigne le taux de chômage des non-diplômés, quatre fois supérieur à celui des titulaires d'un bac + 3 (Observatoire des inégalités, 2017). Or, une des réponses repose sur la promotion de politiques publiques de responsabilisation et l'institutionnalisation de la concurrence scolaire [BALL et YOUDELL, 2007 ; MAROY et VAN ZANTEN, 2007 ; MONS et DUPRIEZ, 2010]. La régulation par la concurrence, solution libérale désormais choisie dans la plupart des pays, est présentée comme devant permettre de rendre les systèmes éducatifs mieux adaptés et plus performants. Si cette expansion varie d'un pays à l'autre, selon le mode de régulation dominant et l'effectivité des mécanismes de marché [WHITTY et POWER 2000 ; FELOUZIS et MAROY, VAN ZANTEN, 2013 ; DRAELANTS et DUMAY, 2016], elle a toutefois partout incité les établissements à développer leur attractivité. Celle-ci est définie comme la capacité à être choisi par les élèves et leurs parents pour répondre à un contexte de concurrence accrue et mesurée par le ministère : le taux d'attractivité correspond au rapport entre le nombre d'élèves ayant choisi un établissement (vœu 1) et sa capacité d'accueil. Les établissements ont recours pour cela à toute une panoplie d'outils en rapport avec la clientèle visée et dépendant des ressources dont ils disposent. Plus on monte dans les niveaux d'enseignement, plus les voies possibles sont nombreuses et diverses, et de ce fait plus les choix sont prégnants, plus la concurrence est vive, plus les stratégies doivent être incisives. C'est tout spécialement le cas dans l'enseignement supérieur sélectif, par exemple en France dans les CPGE.

Le choix des usagers en matière de classes préparatoires se fonde traditionnellement sur la qualité de l'offre proposée, rapportée aux résultats des élèves aux concours d'accès aux grandes écoles. Ces résultats, classés par établissements, sont publics et largement accessibles dans les médias. Mais, pour les établissements moins réputés et dont le public potentiel est académiquement moins performant, le critère des résultats aux concours n'a pas la même importance, si bien qu'ils doivent développer une argumentation alternative fondée sur la qualité pédagogique, les conditions d'études, le suivi des étudiants et la probabilité d'accès à des écoles plus modestes, mais aux bons débouchés professionnels.

On peut ainsi assimiler le marché des CPGE à ce que la sociologie des marchés [KARPIK, 2007 ; FRANÇOIS, 2008] qualifie de marché de biens singuliers. La valeur de ces biens singuliers ne peut pas être mesurée, comme c'est le cas des biens marchands habituels, par leur prix rapporté au rapport entre l'offre et la demande, si bien que le consommateur est amené à fonder son jugement sur des critères variables et peu prévisibles [FELOUZIS et PERROTON, 2007 ; LANÉELLE, DAVID *et alii*, à paraître]. Ces critères doivent cependant lui permettre de clarifier le marché et les biens qui y sont proposés de manière à aboutir à un choix raisonnable. Ces conditions sont bien celles d'un marché dit secondaire sur lequel sont en concurrence des établissements dont les résultats sont irréguliers, dont l'attractivité repose sur des arguments subjectifs ou encore renvoyant à des logiques autres que celles de l'efficacité mesurable.

DEROUET [1992] et DEROUET et DUTERCQ [1997] ont montré que les principes de justice définis par BOLTANSKI et THÉVENOT [1991] ont pénétré le monde de l'éducation : ils suscitent des tensions entre les acteurs, mais peuvent aussi se conjuguer dans le fonctionnement ordinaire des établissements scolaires. Ainsi, dans les établissements à classes préparatoires du marché secondaire, les acteurs agissent en se référant à un compromis entre des principes *a priori* contradictoires : le civisme, la familiarité, l'efficacité, la réputation, le marché. C'est en effet au nom de ces différents principes que les stratégies d'attractivité se déploient et définissent des démarches de promotion adaptées à la population d'élèves visée. En quelque sorte, ces stratégies influencent le fonctionnement des établissements et de leurs CPGE qui se spécialisent (dans l'accès à certaines écoles, à certaines formations ou encore comme destinées à certains publics) pour assurer leur recrutement, renforçant ainsi la segmentation du marché et permettant une limitation de la concurrence, chacun s'adressant à un public spécifique [DAVERNE-BAILLY et DUTERCQ, 2017].

Paradoxalement, cette segmentation conduit à sélectionner des publics selon des critères socio-scolaires qui brident la mobilité sociale espérée par les promoteurs des CPGE de proximité. En même temps, la spécialisation des CPGE assure à chacun, quel que soit son niveau et sauf rares exceptions, l'intégration dans une école qui elle-même offrira de bonnes opportunités d'emploi dans une logique d'efficacité, contribuant à répondre à une aspiration de justice.

Nous nous appuyons pour le montrer sur le point de vue des proviseurs et enseignants d'établissements cherchant à recruter en classes préparatoires des élèves issus de milieux moins favorisés. Agissant en porte-parole dans le cadre de leur campagne de recrutement, ils sont amenés à développer un ensemble d'arguments se référant à des logiques en tension, mais qu'ils essaient de concilier.

---

## UNE ENQUÊTE SUR LES CLASSES PRÉPARATOIRES SCIENTIFIQUES DE PROXIMITÉ : MÉTHODOLOGIE ET CORPUS

Notre recherche s'est centrée sur les classes scientifiques qui constituent plus de 60 % des effectifs des CPGE et ont été plus spécialement concernées par les réformes visant la démocratisation d'accès, avec notamment l'ouverture aux bacheliers technologiques<sup>1</sup> – filière technologie et sciences de l'ingénieur, TSI, puis technologie, physique, chimie, TPC<sup>2</sup> – et même aux bacheliers professionnels. Beaucoup de ces classes préparatoires se caractérisent par leur implantation dans des établissements de villes moyennes (unités urbaines de moins de 200 000 habitants) ou de la périphérie de Paris et de quelques métropoles universitaires, par l'offre réduite de l'établissement qui les propose (rarement plus de deux classes pour chacune des deux années), par leurs effectifs (moins de 35 voire de 30 élèves par classe), par leur spécialisation (place importante accordée aux sciences de l'ingénieur), par la faible

---

1. Ces élèves sont majoritairement issus de catégories populaires : 26 % des bacheliers issus de la PCS employés et 23 % de celle des ouvriers ont obtenu un bac technologique contre 14 % chez les cadres supérieurs [Observatoire des inégalités, 2017].

2. Les sigles correspondant aux différentes classes préparatoires scientifiques sont développés en **annexe 1** p. 182.

fréquence d'admissions dans une « très grande école <sup>3</sup> ». Ces « CPGE de proximité » sont destinées à attirer un nouveau public, que peuvent intimider tout à la fois l'éloignement et le prestige des traditionnels « lycées-bastions » situés dans le centre des grandes villes [DAVERNE et DUTERCO, 2013].

Nous avons d'abord procédé à une analyse des vœux d'orientation des élèves à partir de l'exploitation de la base APBStat <sup>4</sup> à laquelle la sous-direction des systèmes d'information et des études statistiques (SIES) du ministère en charge de l'enseignement supérieur et de la recherche nous a donné accès. Cette base est constituée des vœux de l'ensemble des candidats en 2016 à une formation supérieure sur l'application Admission Post-Bac (APB) et de leurs caractéristiques sociodémographiques (sexe, âge, nationalité, commune de résidence, professions des responsables légaux des élèves, revenu fiscal du ménage, etc.) et scolaires (série et mention du baccalauréat, etc.). Elle comporte 1 065 691 candidats et 5 759 000 vœux. Dans le cadre de cette recherche, seul le premier vœu a été retenu. Cette analyse a permis d'évaluer l'attractivité de chaque établissement à travers le volume des candidatures <sup>5</sup> et d'identifier les caractéristiques des candidats désirant prioritairement suivre des études dans l'établissement visé.

Nous avons ensuite mené une étude portant principalement sur l'attractivité et les stratégies de marketing des établissements où sont implantées des CPGE de proximité telles que définies. L'enquête, par entretiens compréhensifs auprès de chefs d'établissements et d'enseignants de classes préparatoires dans 11 lycées de 4 académies (Amiens, Créteil, Nantes, Poitiers), visait à mettre en relief l'état du marché des CPGE, le point de vue des acteurs sur leurs concurrents et sur l'attractivité de leurs classes, ainsi que les stratégies de marketing déployées. Les entretiens, retranscrits, ont fait l'objet d'une analyse de contenu.

Les 11 établissements proposent un large panel de classes scientifiques, au-delà de la spécialisation dans les sciences de l'ingénieur (MPSI/MP, PCSI/PC, PTSI/PT, TSI) ↘ **Annexe 2** p. 182. Pour constituer cet échantillon, nous avons distingué, dans un premier temps, cinq territoires, en reprenant la catégorisation de l'Insee « Types de communes » (rurale ou isolée, banlieue, centre d'une agglomération) et « Tranches d'unité urbaine » (nombre d'habitants) : unités urbaines de moins de 100 000 habitants (par exemple, La Roche-sur-Yon), unités urbaines de 100 000 à 200 000 habitants (par exemple, Saint-Nazaire, La Rochelle, Poitiers), unités urbaines de plus de 200 000 habitants (hors banlieues et Paris, par exemple, Nantes), communes de banlieues et Ville de Paris. Dans le cadre de cette recherche, la cible correspondait aux établissements situés dans une unité urbaine de moins de 200 000 habitants ou dans une commune de banlieue.

Nous avons présélectionné et contacté 15 établissements. Les 11 lycées qui ont accepté de contribuer à cette recherche se répartissent entre trois ensembles urbains diversifiés : 3 lycées d'unités urbaines de moins de 100 000 habitants, 3 lycées d'unités urbaines de moins de 200 000 habitants, 5 lycées de la périphérie parisienne (banlieue de la petite couronne ou

3. Les « très grandes écoles » regroupent : les Écoles normales supérieures (ENS), Polytechnique, Centrale, l'École des mines de Paris (Mines), l'École des ponts et chaussées (Ponts), l'École supérieure d'électricité (Supélec).

4. Nous nous limitons ici à la présentation des enquêtes sur lesquelles s'appuie cet article, qui s'inscrivent dans le cadre d'un programme de recherche plus large, soutenu par les ministères en charge de l'éducation nationale, de l'enseignement supérieur et de la recherche (direction de l'évaluation, de la prospective et de la performance et sous-direction des systèmes d'information et des études statistiques).

5. C'est le critère retenu par le ministère pour mesurer l'attractivité.

de la grande couronne). Ils disposent d'une à deux divisions en première année et d'effectifs restreints pour chaque division.

Les établissements appartenant à une unité urbaine de moins de 200 000 habitants se caractérisent par une importante proportion d'élèves enfants d'ouvriers ou d'employés (25,5 % contre 19,8 % sur l'ensemble du territoire). La surreprésentation des filières techniques dans les établissements de notre corpus induit un taux de filles par établissement moins élevé qu'à l'échelle nationale. Certaines variations nuancent l'apparente homogénéité des CPGE dites « de proximité » : la proportion d'enfants d'ouvriers ou d'employés varie de moins de 15 % à plus de 43 % selon les établissements enquêtés ; le pourcentage de filles de 6,8 % à 33,5 % ; l'endorecrutement au sein des établissements de 8,4 % à 39,3 %, et ce, quelles que soient les unités urbaines ↘ **Annexe 2** p. 182.

En matière d'attractivité et de stratégies de recrutement des CPGE, l'enquête a mis en évidence des organisations et des modes de fonctionnement communs aux CPGE scientifiques dites « de proximité », quels que soient les filières ou les territoires concernés, sur lesquels la présentation et l'analyse des résultats vont principalement porter.

---

## LE MARCHÉ SEGMENTÉ DES CPGE

Depuis les années 1990, la concurrence en matière d'éducation se manifeste à l'échelle mondiale par l'affirmation de quasi-marchés, où se combinent de façon hybride une coordination de type bureaucratique et une coordination marchande [LE GRAND et BARTLETT 1993 ; VANDENBERGHE 1998 ; MAROY 2006]. Selon les pays, le mode de régulation dominant peut être marqué soit par la prégnance de l'État ou d'une autorité publique, soit par la liberté de choix accordée aux usagers ainsi que par la répartition du financement [OPLATKA et HEMSLEY-BROWN, 2004]. Le quasi-marché français se caractérise quant à lui par un mode intermédiaire qui combine certains éléments des autres formes de régulation, mais où jouent les mécanismes de marché, tout spécialement à la fin de l'enseignement obligatoire et plus encore dans l'enseignement supérieur. Nous avons donc été conduits à considérer que les classes préparatoires constituent un marché où l'offre est celle des établissements dotés de CPGE et la demande celle des élèves.

Le marché des CPGE, tel que nous l'avons envisagé, est un marché segmenté dont chaque segment cible une « clientèle » : le marché primaire vise la formation des élites et par conséquent ne concerne que peu d'établissements ; le marché secondaire vise un public plus large caractérisé par un bon niveau scolaire et l'aspiration à une formation exigeante et encadrée. Au sein de ce marché secondaire, les CPGE de proximité proposent une mobilité sociale ascendante, mais limitée à des élèves davantage issus de milieux populaires et souvent moins dotés scolairement. De cette manière, les CPGE prétendent répondre à différents besoins : besoin en professionnels à haut potentiel – et particulièrement en ingénieurs – de la part de l'économie nationale, besoin de proximité spatiale exprimé par les familles, besoin d'accompagnement et de promotion des élèves de certains milieux socio-culturels, etc.

Nous avons donc choisi comme critère de segmentation la moyenne des reçus aux concours des « très grandes écoles » au cours des 5 dernières années. Ce critère permet d'identifier les deux marchés principaux : le marché primaire et le marché secondaire ↘ **Tableau 1**.

Le marché primaire est constitué des 38 lycées ayant un taux de reçus à l'un des concours des « très grandes écoles » supérieur à la moyenne : pour l'essentiel des lycées parisiens, des lycées des communes riches de l'Ouest de Paris et des lycées des grandes métropoles.

Le marché secondaire rassemble les 186 autres lycées. Il est éclairant de scinder ce second marché en distinguant les 134 lycées ayant au moins 1 reçu au cours des 5 dernières années (marché secondaire A) des 52 lycées n'ayant aucun reçu ou n'ayant aucun candidat aux concours donnant accès aux « très grandes écoles » (marché secondaire B).

Le marché primaire, celui des CPGE visant l'entrée dans les très grandes écoles, est très attractif puisqu'il rassemble 64 % des candidatures en premier vœu, alors qu'il ne représente que 17 % des établissements. Sur ce segment de marché, le recrutement est donc assuré, les positions stabilisées, la concurrence renvoyant à la capacité à attirer les lycéens les plus performants en référence aux résultats obtenus aux précédents concours d'entrée aux très grandes écoles. Le recrutement s'opère au niveau national, est constitué majoritairement des membres des catégories sociales supérieures (revenu annuel familial brut moyen = 66 692 €) et repose sur une logique de performance par élimination des étudiants qui n'ont pas d'excellents résultats (72 % des étudiants ont eu une mention Bien ou Très bien au baccalauréat). Ces CPGE permettent chaque année la réussite aux concours les plus sélectifs d'un grand nombre de leurs étudiants. Nous ne nous y attarderons pas, car elles ne correspondent pas à la cible de notre enquête.

Le marché secondaire, celui auquel appartiennent les CPGE de proximité, assure pour la majorité de leurs étudiants l'intégration à des écoles d'ingénieurs de second rang, mais rarement, voire jamais, aux très grandes écoles. Le territoire de recrutement visé est local (le tiers de leurs préparateurs provient d'un lycée situé dans la même commune) et associé à une plus grande ouverture sociale qui se traduit notamment par le fait que les familles ont en moyenne un revenu annuel brut inférieur à 50 000 €, bien moindre donc que celui des familles concernées par le marché primaire. La plus faible mobilité des candidats à ce marché peut s'expliquer par une contrainte de coûts (logement, transport).

📊 **Tableau 1** Caractéristiques du marché des CPGE scientifiques

Marchés	Nombre moyen de candidatures vœu 1 /établissement	Revenu brut moyen	% Mention B et TB	% même commune établissement origine et vœu
Primaire (N = 38)	521	66 692	72 %	20,0 %
Secondaire A (N = 134)	69	49 823	51 %	33,1 %
Secondaire B (N = 52)	27	41 363	42 %	36,8 %
<b>Ensemble (N = 224)</b>	<b>136</b>	<b>60 520</b>	<b>64 %</b>	<b>24,8 %</b>

*Éducation & formations n° 100 © DEPP*

**Lecture :** le nombre moyen de candidatures en vœu 1 correspond à la moyenne des effectifs des candidats ayant classé en premier vœu l'établissement visé. Les établissements du marché primaire recueillent en moyenne 521 candidatures en premier vœu. Le revenu brut moyen correspond à la moyenne des revenus fiscaux du ménage des candidats. La dernière colonne indique la proportion de candidats dont le lycée d'origine est situé dans la même commune que celle de l'établissement à CPGE.

**Champ :** France métropolitaine. Sous-population des établissements à CPGE scientifiques publiques (hors CPGE technologiques et lycées militaires).

**Source :** MESRI-SIES, base APB'Stat 2016 ; calculs CREN.



Le marché secondaire est néanmoins hétérogène. Certains établissements reçoivent moins d'une dizaine de candidatures en premier vœu alors que d'autres en reçoivent plusieurs centaines. Cela nous a conduits à distinguer deux sous-segments dans ce marché secondaire. Le segment A est constitué des établissements ayant suffisamment de candidatures en premier vœu pour remplir leurs classes, aux effectifs compris entre 25 et 42, tout en recrutant des élèves de bon niveau scolaire, même si leurs résultats ne leur ont pas permis d'être admis dans un établissement du marché primaire (51 % ont obtenu une mention Bien ou Très bien au baccalauréat). Le segment B rassemble des établissements qui sont peu demandés en premier vœu (27 candidatures vœu 1 en moyenne par établissement contre 69 pour les établissements du marché secondaire A). Patrick (Sciences de l'ingénieur, Archimède) ne s'en cache pas : « *Les gros lycées de centre-ville renommés vont avoir un flux de dossier important et donc vont trier là-dedans les dossiers qu'ils veulent, hein. Et nous on est sur un deuxième choix* ». Ces lycées peinent même à atteindre leur capacité d'accueil. Leur recrutement est plus local (+ 3,7 points) et socialement moins favorisé (le revenu moyen des familles y est d'un tiers inférieur à celui de celles du marché primaire et de 17 % inférieur à celui des familles du segment A), ce qui montre qu'ils participent effectivement à la démocratisation des CPGE même si la mobilité sociale est limitée.

C'est bien sur ce dernier segment que la concurrence est la plus vive puisque les établissements qui le composent sont beaucoup moins demandés que les autres et rarement en premier vœu et que leur attractivité est très fluctuante d'une année sur l'autre, composant de ce fait un marché peu stable qui nécessite de la part de ceux qui y participent un surcroît d'énergie pour continuer à exister.

---

## LA VALORISATION DE L'ATTRACTIVITÉ DES CPGE DE PROXIMITÉ

Face au risque de manque de visibilité, la valorisation des CPGE de proximité passe par des supports très divers. Si les établissements où elles sont implantées disposent rarement des compétences techniques et communicationnelles nécessaires à la mise en place d'une stratégie de communication de qualité, l'énergie déployée pour ces réalisations est grande, quoique ni les chefs d'établissement ni les équipes pédagogiques interrogés n'aient su évaluer leur impact sur l'attractivité effective.

### Un investissement collectif

De fait, les actions de valorisation reposent sur la bonne volonté des acteurs (direction, enseignants, étudiants). Chacun, à son niveau, a la possibilité de participer et de s'inclure dans cette entreprise.

De façon générale, les autorités politiques locales cherchent à promouvoir leurs classes préparatoires – quel que soit le segment auquel elles appartiennent – mais de façon plus affirmée quand les proviseurs les y incitent par leur dynamisme et leurs initiatives. Ce sont en effet d'abord eux qui organisent les dispositifs transversaux (journées portes ouvertes, forum des formations, journée d'immersion) et coordonnent des actions de promotion à l'échelle territoriale. Ainsi, le lycée Curie (grande couronne) bénéficie du soutien de la ville où il est implanté, qui organise un forum des formations du supérieur localement offertes

afin de défier le tropisme parisien. Ils sont également les mieux placés pour conclure des partenariats avec des établissements sources afin de drainer plus de candidats vers leurs classes d'enseignement supérieur. Le dispositif national des *Cordées de la réussite* est destiné à la construction d'une telle relation entre deux établissements : créé en 2008, il repose sur l'appariement entre un établissement d'enseignement supérieur, y compris un établissement disposant de classes préparatoires et des établissements secondaires scolarisant des élèves d'origine sociale défavorisée. Mais d'autres formes de partenariat sont également mises en place, au gré des situations locales et des problèmes rencontrés. Par exemple, le lycée Ampère a établi une convention avec une université technologique voisine de très bon niveau : à l'issue de leurs deux années de CPGE, les étudiants sélectionnés peuvent soit passer les concours des grandes écoles, soit bénéficier des équivalences nécessaires pour rejoindre l'université en troisième année. Ce lycée limite ainsi la concurrence avec l'université technologique et valorise ses CPGE en vantant dans ses opérations de marketing un partenariat exemplaire et rassurant.

Dans certains cas, la coordination des actions transversales peut être assurée par le professeur responsable des classes préparatoires, comme c'est le cas du partenariat entre Jamin et Carnot (deux lycées de la même commune de la première couronne parisienne qui partagent leurs CPGE) ou à Langevin, mais les enseignants interviennent plus souvent à l'échelle de la valorisation de leur filière. Dans le cadre de leur travail sur les supports de présentation des classes préparatoires de leur établissement, ils sont ainsi conduits à mettre en valeur la qualité de l'enseignement dispensé, qualité parfois relative : « *C'est les autres qui se situent par rapport à nous. C'est-à-dire qu'ils prennent le modèle et qu'ils l'importent dans leur école intégrée ou dans leur université* » [Sylvie, mathématiques, Archimède], mais aussi celle de l'encadrement et de la relation pédagogique ou encore les conditions d'études favorables. Les arguments utilisés relèvent donc tout autant, sinon plus, du registre domestique que de celui de l'efficacité, pour reprendre les catégories de BOLTANSKI et THÉVENOT [1991]. C'est encore plus net lorsqu'il est insisté sur la bienveillance et la disponibilité des enseignants : « *Les avantages de la petite structure c'est de personnaliser un petit peu. On peut passer du temps avec les élèves en difficulté* » (Patrick, SI, Archimède) avec l'intention de se démarquer de la réputation de compétition des classes préparatoires. Les enseignants confirment eux-mêmes leur adhésion à ces principes, valorisant dans leur discours la proximité avec les étudiants. Cependant, il est à noter que cette valorisation prend un sens différent selon les acteurs.

Ainsi, les chefs d'établissement soulignent l'engagement des enseignants en faveur de la réussite des élèves, un engagement qui renvoie à une tradition civique de recherche d'amélioration des résultats des élèves et de promotion du mérite.

C'est le cas – dans un esprit de captation <sup>6</sup> d'un public plus large, pas forcément informé des possibilités d'accès en CPGE et souvent victime du phénomène d'autocensure – que les enseignants s'engagent dans des actions de démarchage au sein du réseau qu'ils ont su constituer avec des établissements de l'ensemble du département, voire des départements limitrophes, en concertation avec les équipes locales. Pour reprendre leur expression, les professeurs de classes préparatoires prennent « *leur bâton de pèlerin* » (Stéphane, SI, Monod) afin de susciter les vocations, se répartissant de façon très organisée les établissements

---

6. Soulignons que la question de la captation à des fins d'ouverture sociale est aussi celle de filières d'élite à l'étranger et repose sur des stratégies diverses qui peuvent être différentes de celles en jeu ici [ALLOUCH, 2017].

ciblés. Ainsi, c'est dans un esprit civique que Daniel (mathématiques, D'Alembert) considère que « *quand on va dans les lycées on a un travail par rapport à ça, en particulier auprès des lycées du [sud de l'académie]<sup>7</sup> »*. Lors de ces actions, des étudiants de deuxième ou première année de CPGE sont aussi mis à contribution pour représenter leur établissement, faire valoir ses atouts et répondre aux questions des lycéens. Ils constituent pour les enseignants de classes préparatoires un soutien précieux au service de leur opération de promotion, facilitant le contact et suscitant plus de familiarité dans les échanges.

### Des sites internet à la croisée des registres argumentaires

La création et la gestion de supports de promotion sont assurées par les équipes pédagogiques qui prennent en charge l'essentiel des contenus, tout comme le maquettage. À défaut de professionnalisme dans la conception de ces supports – ce dont témoigne le lycée Monod peu à jour dans ses documents – les établissements en multiplient les formes : plaquette, site internet, page ou site dédié à une filière en particulier, vidéo, diaporama, poster, etc. Les enseignants d'informatique peuvent, dans le cas des classes scientifiques, fournir le soutien technique nécessaire, mais ces productions restent largement artisanales, quelques établissements se distinguant par des sites internet plus élaborés que d'autres.

Si certains se contentent d'un affichage discret sur le site général de l'établissement (Curie, Victor), d'autres vont jusqu'à créer des sites dédiés à chaque filière (D'Alembert, Jamin et Carnot). Le site internet n'a pas nécessairement une vocation de communication : il se présente parfois comme un simple outil de travail, qui permet de délivrer des informations publiques limitées à des éléments factuels tels que le nombre d'heures d'enseignement et les modalités pédagogiques de la filière. Toutefois, plusieurs établissements consacrent une partie de l'espace du site à l'affichage d'arguments destinés à valoriser l'attrait de l'établissement et de ses classes préparatoires, avec un discours qui constitue un compromis entre les différents registres qu'ils cherchent à concilier : efficacité, familiarité, civisme et marché.

Parmi ces arguments, certains apparaissent de manière récurrente. Ainsi, les établissements du corpus sur lequel nous avons travaillé soulignent l'accessibilité de la formation en CPGE et le large éventail d'orientations et de débouchés à l'issue du cursus. Ils valorisent leurs résultats aux concours (comme le lycée Arago), les conditions d'études offertes ainsi que l'entraide ou la solidarité entre étudiants, autant d'arguments d'ordre domestique, pour ce qu'ils supposent de qualité de l'accueil et de proximité au sein d'une promotion, aussi bien que renvoyant au registre de l'efficacité. En effet, la valorisation des résultats vise à démontrer la performance des enseignements dispensés, et ainsi à se positionner sur le marché en dépit de leur déficit de réputation. Sans promettre aux étudiants de rejoindre les écoles les plus prestigieuses (« *On peut pas mentir aux élèves et leur faire croire qu'ils vont intégrer les ENS en sortant de chez nous* » dit Daniel [mathématiques, D'Alembert]), ces établissements revendiquent la possibilité d'intégrer une école d'ingénieur à l'issue des deux années d'études, les plus belles réussites étant en de telles occasions promues par les témoignages ou les portraits d'anciens étudiants : la mise en avant des réussites improbables, celles de

---

7. Il s'agit d'un département où un vivier important existe dans les nombreux établissements classés REP.

jeunes issus de l'immigration<sup>8</sup> et des milieux populaires, situe alors l'argumentation du côté de l'exaltation du mérite et de la justice civique.

### Se rapprocher des lycéens

Les journées portes ouvertes (JPO) mobilisent les équipes autour de trois thèmes : sécurité, efficacité de la formation et collaboration. Elles constituent un dispositif de jugement sensibilisant notamment les parents au fait que la CPGE, quelle qu'elle soit, constitue un « outil de lutte pour une élévation du statut » [VAN ZANTEN et OLIVIER, 2015, p. 13]. Leur organisation combine discours plus ou moins homogènes d'enseignants et d'étudiants, supports visuels (diaporama, vidéo, plaquette) et visite de l'établissement, voire de l'internat lorsqu'il existe (à Victor, l'internat est obligatoire pour tous les étudiants de première année). Ces journées offrent un espace de rencontres et d'échanges directs entre parents, jeunes et enseignants. Elles occupent une place variable dans la stratégie des établissements, soit un moment fort attirant un nombreux public (Archimède par ex.), soit une tradition limitée à la fréquentation de leurs seuls lycéens (comme Jamin-Carnot). De fait, si l'intérêt perçu de ces manifestations est limité, les enseignants et les chefs d'établissement tentent néanmoins d'en mesurer l'impact : auto-inscription des participants lors de l'accueil, possibilité de laisser ses coordonnées pour recevoir des informations complémentaires, micro-questionnaires (lycée d'origine, source de l'information sur les JPO, etc.). Lors du classement des dossiers, certaines commissions de recrutement vont même jusqu'à essayer de valoriser ceux qui se sont présentés aux JPO.

Pour augmenter la visibilité, les établissements se rendent là où est le public : les salons d'orientation et des études supérieures. Mais ces salons constituent un point de tension entre des acteurs en concurrence. Certains établissements s'y pressent (Ampère, Victor, D'Alembert) malgré les difficultés. Ainsi le salon Passerelle affiche « *plus de 15 000 visiteurs et plus de 150 exposants* », mais Karine (SI, Victor) précise qu'ils « *sont souvent trustés par des CPGE privés qui vont noyer l'ensemble des opportunités possibles pour faire ingénieur* » et Daniel (mathématiques, D'Alembert) en rappelle le coût : « *Il faut payer le stand, l'emplacement et la taille* ». Enfin, Carnot se bat pour avoir un stand au grand salon national de l'orientation post-bac « *pour montrer qu'il existe des bonnes petites classes* » (provisure, Carnot). Ils font face à l'obstruction des CPGE parisiennes, particulièrement des moins cotées, qui les considèrent comme de dangereuses rivales : « *Il y a eu une sorte de lobbying et des pressions fortes sur le comité directeur pour qu'il refuse qu'on participe* » (Provisure Carnot). Pour contrer ces embûches, certains établissements organisent des forums de la formation supérieure dans leurs murs, des conférences en invitant des chercheurs ou des professionnels de l'ingénierie, des démonstrations de robotique comme à Thénard.

Enfin, des actions sont mises en place pour aider les lycéens de terminale à préparer le concours général dans les disciplines scientifiques : elles ne répondent pas à l'espoir qu'ils réussissent ces épreuves réservées à une élite scolaire, mais sont destinées simplement à les familiariser avec la préparation à des concours et à leur faire rencontrer les enseignants de CPGE chargés de cette préparation. Des journées d'immersion sont aussi parfois proposées, par exemple à Ampère : les lycéens s'inscrivent pour une demi-journée et peuvent assister à un cours ou participer à un cours spécialement conçu pour leur faire découvrir les modalités

8. Le lycée Archimède recrute des étudiants francophones (Maroc, Afrique subsaharienne).

pédagogiques de la filière, les contenus et les disciplines spécifiques, notamment les sciences de l'ingénieur.

Dans un monde voué à une forte concurrence, y compris parmi les acteurs publics, comme le montrent les mésaventures des classes préparatoires de Jamin-Carnot, exclues du salon national de l'orientation, les stratégies trop peu différenciées (sites internet ou journées portes ouvertes) ne suffisent plus. Ce sont des atouts distinctifs qui sont décisifs pour des établissements encore à la recherche de leur public, mais devant aussi répondre aux exigences de rendement propres aux filières sélectives : démarchage, réseau de partenaires (lycées sources, chefs d'établissement ou professeurs de terminale coopératifs, etc.), internat, etc. Les arguments mobilisés pour promouvoir les classes préparatoires de proximité, dans le cadre du segment de marché sur lequel elles se positionnent, sont de nature diverse et renvoient à une pluralité de principes en tension les uns par rapport aux autres [DEROUET, DUTERCOQ, 1997], ce dont s'accommodent leurs porte-parole : c'est ainsi que l'accompagnement et la familiarité sont mises au service de l'efficacité et contribuent à ce que ces classes répondent à des ambitions méritocratiques et démocratisantes, mais sans craindre le recours à des stratégies clairement marchandes.

---

## CONCLUSION

L'accroissement de l'offre de classes préparatoires a sans doute suscité un élargissement et une diversification de la demande. Ils sont toutefois moindres qu'espérés, car cette filière sélective reste mal connue d'une grande partie de la population d'élèves et associée à une réputation fortement élitiste, en partie seulement avérée, mais cause d'autocensure. C'est ce phénomène de réduction des ambitions chez les lycéens de milieu populaire, résidant hors des grandes villes universitaires, issus des filières technologiques et, pour les filières scientifiques, de genre féminin, que les nouvelles classes préparatoires dites de proximité étaient précisément destinées à battre en brèche.

Dans la nouvelle configuration de l'offre en CPGE qui s'est affirmée depuis le milieu des années 2000, les établissements bastions sont restés très attractifs et ont continué à remplir leurs classes préparatoires avec un public conforme à leur tradition d'excellence, tandis que les établissements anciennement implantés, mais moins prestigieux, se sont retrouvés concurrencés par ceux ayant plus récemment ouvert des classes préparatoires : ces deux catégories de lycées cherchent en effet à capter le même public, à savoir des élèves d'un moindre niveau scolaire, mais d'un potentiel suffisant pour leur permettre de réussir aux concours d'admission aux grandes écoles, en particulier des écoles d'ingénieurs non assimilées aux « très grandes écoles ».

Dans le marché fortement concurrentiel de l'enseignement supérieur sélectif, les établissements sont contraints d'accroître l'attractivité de leurs classes préparatoires et de médiatiser l'offre qu'ils proposent. Ces efforts concernent l'ensemble des établissements à CPGE qui font tous face à une forte concurrence, même si elle n'est pas de même nature et ne revêt pas les mêmes enjeux selon le public qu'ils visent et le niveau d'exigence auquel ils se situent. La publication annuelle, à grand renfort de publicité, des résultats aux concours d'accès aux grandes écoles oblige les établissements d'excellence à lutter pour continuer

à recruter les meilleurs lycéens et ainsi conserver leur prestigieuse réputation, mais cette concurrence concerne tout autant les autres établissements dont l'objectif est moins d'attirer les meilleurs élèves que d'attirer suffisamment d'élèves, de niveaux divers, pour remplir leurs classes préparatoires et ne pas mettre en péril leur pérennité.

Notre étude révèle ainsi comment le secteur public de l'enseignement supérieur français reprend certains des modes d'action empruntés à ceux du secteur privé et propres aux entreprises marchandes : élaboration d'un produit, positionnement sur une niche, publicité, démarchage, etc. Du reste, et c'est un champ qui reste à explorer, c'est sur le marché secondaire de l'enseignement supérieur sélectif que s'est principalement développée ces dernières années une importante offre émanant d'établissements privés. En même temps, et de façon paradoxale, les équipes des CPGE sur lesquelles nous avons enquêté, situées dans des établissements périphériques, à l'écart des territoires socialement et culturellement favorisés, revendiquent avec conviction une mission visant à l'ouverture sociale de filières à la réputation très élitiste. Le défi consiste à convaincre des jeunes de milieux peu favorisés de se lancer dans un monde inconnu puis à les aider à s'y accomplir. C'est, curieusement, les nécessités d'un fonctionnement de marché et d'un univers extrêmement concurrentiel qui conduisent les établissements à travailler à une plus grande ouverture sociale de leurs sections sélectives. Nous ne perdons pas de vue que les stratégies marchandes déployées ne concernent pas l'enseignement obligatoire, encore lié à une relative sectorisation de l'affectation des élèves, mais nous considérons en même temps qu'elles contribuent à les banaliser et à en faire accepter le caractère inéluctable pour l'ensemble du secteur public d'enseignement.

---

## Annexe 1

## SPÉCIALITÉS DES CPGE SCIENTIFIQUES

BCPST : biologie, chimie, physique et sciences de la Terre (1<sup>re</sup> année et 2<sup>e</sup> année)

MP : mathématiques et physique (2<sup>e</sup> année)

MPSI : mathématiques, physique et sciences de l'ingénieur (1<sup>re</sup> année)

PC : physique et chimie (2<sup>e</sup> année)

PCSI : physique, chimie et sciences de l'ingénieur (1<sup>re</sup> année)

PSI : physique et sciences de l'ingénieur (2<sup>e</sup> année)

PT : physique et technologie (2<sup>e</sup> année)

PTSI : physique, technologie et sciences de l'ingénieur (1<sup>re</sup> année)

TB : technologie et biologie (1<sup>re</sup> année et 2<sup>e</sup> année)

TPC : technologie, physique et chimie (1<sup>re</sup> année et 2<sup>e</sup> année)

TSI : technologie et sciences industrielles (1<sup>re</sup> année et 2<sup>e</sup> année)

## Annexe 2

## CARACTÉRISTIQUES DES ÉTABLISSEMENTS À CPGE SCIENTIFIQUES (LES NOMS ONT ÉTÉ ANONYMÉS)

	Unités urbaines et communes pour les banlieues (en milliers d'habitants)	PCS d'origine des étudiants moyenne 2013-2015 en % : – cadres et prof. int. sup. en romain – ouvriers et employés en italique	Classes	Taux d'attractivité Nombre de candidats vœux 1 par rapport à la capacité d'accueil <sup>1</sup>	Endorecrutement (étudiants du département /total)
D'Alembert	127	38,12 22,14	MPSI PCSI	0,7 0,5	59,1
Ampère	70,4	50,87 19,83	MPSI PCSI	Nr Nr	67,8
Arago	Petite couronne 29,9	52,46 14,78	PTSI TSI	1,5 1	23,3
Archimède	151,2	41,17 21,67	TSI PCSI	0,4 0,4	72,5
Curie	71	18,14 34,31	PTSI TSI	0,7 0,8	75,6
Jamin- Carnot	Petite couronne 104,7	35,04 29,91	PCSI	0,8	64,4
Langevin	Petite couronne 144,6	7,83 43,37	MPSI PCSI	1,3 0,8	69,8
Monod	127,8	25,00 18,75	PTSI	0,4	76
Thénard	210,2	35,46 27,42	PTSI TSI	0,5 0,7	55,2
Victor	127	26,99 29,44	TSI	1,3	76

Éducation & formations n° 100 © DEPP

1. Par exemple, un taux d'attractivité égal à 2 signifie que pour la formation en question, on compte deux candidats ayant formulé cette demande en premier vœu pour une place.

## ↳ BIBLIOGRAPHIE

- ALLOUCH A., 2017, « L'ouverture sociale par le marché ? Sociologie de la captation des classes populaires à l'université d'Oxford », *Revue française de sociologie*, vol. 58, n° 2, p. 233-266.
- ALLOUCH A., VAN ZANTEN A., 2008, « Formateurs ou "grands frères" ? », *Éducation et société*, n° 21, p. 49-65.
- BALL S. J., YOUDELL D., 2007, *Hidden Privatisation*, Research Report, Brussels, Education International.
- BAUDELLOT C., DETHARE B., HÉRAULT D., LEMAIRE S., ROSENWALD F., 2003, « Les classes préparatoires aux grandes écoles. Évolutions sur vingt-cinq ans », *Les dossiers évaluations et statistiques*, n° 146.
- BERNSTEIN B., 1975, *Langage et classes sociales. Codes sociolinguistiques et contrôle social*, Paris, Éditions de Minuit
- BOLTANSKI L., THÉVENOT L., 1991, *De la justification*, Paris, Métailié.
- BUISSON-FENET H., LANDRIER S., 2008, « Être ou pas ? Discrimination positive et révélation du rapport au savoir. Le cas d'une "prépa ZEP" de province », *Éducation et sociétés*, vol. 21, n° 1, p. 67-80.
- DARMON M., 2012, « Sélectionner, élire, prédire : le recrutement des classes préparatoires », *Sociétés contemporaines*, vol. 86, n° 2, p. 5-29.
- DAVERNE C., DUTERCQ Y., 2013, *Les bons élèves. Expériences et cadres de formation*, Paris, PUF, coll. « Éducation et société ».
- DAVERNE-BAILLY C., DUTERCQ Y., 2017, "The segmentation of elite education institutions and of their students: the new preparatory courses for the French grandes écoles", *International Studies in Sociology of Education*, vol. 26, n° 3, p. 248-266.
- DEROUET J.-L., 1992, *École et justice*, Paris, Métailié.
- DEROUET J.-L., DUTERCQ Y., 1997, *L'établissement scolaire, autonomie locale et service public*, Paris, ESF.
- DRAELANTS H., DUMAY X. (dir.), 2016, *Les écoles et leur réputation. L'identité des établissements en contexte de marché*, Louvain-la-Neuve, De Boeck.
- DUTERCQ Y., DAVERNE C., 2009, « Les parcours composites de l'élite lycéenne. Comment se préparer pour un monde incertain ? », *Les Sciences de l'Éducation. Pour l'ère nouvelle*, vol. 42, n° 4, p. 17-37.
- FELOUZIS G., MAROY C., VAN ZANTEN A., 2013, *Les marchés scolaires*, Paris, PUF.
- FELOUZIS G., PERRONOT J., 2007, « Les "marchés scolaires" : une analyse en termes d'économie de la qualité », *Revue française de sociologie*, vol. 48, n° 4, p. 693-722.
- FRANÇOIS P., 2008, *Sociologie des marchés*, Paris, Armand-Colin.
- KARPIK L., 2007, *L'économie des singularités*, Paris, Gallimard.
- KARPIK L., 2013, « Réalité marchande et réputation », *Communications*, vol. 93, n° 2, p. 121-129.
- LANÉELLE X., DAVID P., DUTERCQ Y., MICHAUT C. (à paraître), « Le recrutement des élèves sur le quasi-marché des classes préparatoires aux grandes écoles scientifique », *Revue Française de Socio-Économie*.
- LE GRAND J., BARTLETT W., 1993, *Quasi-markets and social policy*, Basingstoke, MacMillan Press.
- LEMAIRE S., 2008, « Disparités d'accès et parcours en classes préparatoires », *Note d'information*, n° 08.16, MEN-DEPP.
- MAROY C., 2006, *École, régulation et marché*, Paris, PUF.
- MAROY C., VAN ZANTEN A., 2007, « Régulation et compétition entre établissements scolaires dans six espaces scolaires en Europe », *Sociologie du Travail*, n° 49, p. 464-278.
- MONS N., DUPRIEZ V., 2010, « Les politiques d'*accountability* : Responsabilisation et formation continue des enseignants », *Recherche & formation*, vol. 65, n° 3, p. 45-59.
- Observatoire des inégalités, 2017, *Rapport sur les inégalités en France*, sous la direction de BRUNNER A. et MAURIN L., Tours, Éditions de l'Observatoire des inégalités.



OPLATKA I., HEMSLEY-BROWN J., 2004, "The research on school marketing: Current issues and future directions", *Journal of educational administration*, vol. 42, n° 3, p. 375-400.

*Repères et références statistiques sur les enseignements, la formation et la recherche*, 2018, Paris, MENJ-MESRI-DEPP.

SAINT-MARTIN M. (DE), 2008, « Les recherches sociologiques sur les grandes écoles : de la reproduction à la recherche de justice », *Éducation et sociétés*, n° 21, p. 95-103.

SÉNAT, 2007, *Diversité sociale dans les classes préparatoires aux grandes écoles : mettre fin à une forme de "délit d'initié"*, Rapport de la mission d'information sur la diversité sociale et l'égalité des chances dans la composition des classes préparatoires aux grandes écoles, rédigé par BODIN Y., n° 441.

VANDENBERGHE V., 1998, « L'enseignement en Communauté française de Belgique : un quasi-marché », *Reflets et perspectives de la vie économique*, n° 37, p. 65-76.

VAN ZANTEN A., 2010, « L'ouverture sociale des grandes écoles : diversification des élites ou renouveau des politiques publiques d'éducation ? », *Sociétés contemporaines*, n° 79, p. 69-95.

VAN ZANTEN A., OLMIER A., 2015, Les stratégies statutaires des établissements d'enseignement supérieur. Une étude des « journées portes ouvertes », *LIEPP Working Paper*, n° 2015-40.

WHITTY G., POWER S., 2000, "Marketization and Privatization in Mass Education Systems", *International Journal of Educational Development*, vol. 20, n° 2, p. 93-107.

ZINGRAFF-VIGOUROUX N., 2017, *Les politiques d'ouverture sociale des classes préparatoires aux grandes écoles : le cas d'un dispositif expérimental singulier, la C.P.E.S. (Classe Préparatoire aux Études Supérieures)*, thèse de doctorat en sciences de l'éducation, Université de Lorraine.