



SciencesPo

LABORATOIRE INTERDISCIPLINAIRE
D'ÉVALUATION DES POLITIQUES PUBLIQUES

LIEPP Working Paper

Novembre 2015, n°40

Axe "Politiques éducatives"

Les stratégies statutaires des établissements d'enseignement supérieur

Une étude des « journées portes ouvertes »

Agnès van Zanten

Sciences Po – OSC, CNRS

agnes.vanzanten@sciencespo.fr

Alice Olivier

Sciences Po – OSC, INED – iPOPs

alice.olivier@sciencespo.fr

www.sciencespo.fr/liepp

© 2015 by the authors. All rights reserved.

**Les stratégies statutaires des établissements
d'enseignement supérieur**
Une étude des « journées portes ouvertes »

Agnès van Zanten (Sciences Po - OSC, CNRS)

Alice Olivier (Sciences Po - OSC, INED - iPOPs)

Introduction

Les « journées portes ouvertes » (JPO) des institutions d'enseignement supérieur (IES) sont présentées par leurs organisateurs et par les divers prescripteurs intervenant auprès des futurs étudiants comme des occasions pour ces derniers de découvrir les offres de formation de différentes IES, de s'informer sur l'organisation des études, leur coût ou leurs débouchés professionnels ainsi que de demander des conseils concernant les procédures d'admission ou les attentes du corps professoral. Ces journées sont néanmoins aussi le lieu où prend place un processus social d'« appariement statutaire » (*status matching*) (Podolny, 1993) des établissements et des futurs usagers.

Pour étudier ce processus, nous analysons dans ce chapitre des observations des JPO de 9 IES situées dans l'espace francilien, conduites dans le cadre du projet « L'orientation vers l'enseignement supérieur : le rôle des réseaux, des

institutions et des marchés (ORSUP) » dirigée par A. van Zanten¹. Pour opérer des distinctions entre les institutions, suivant la définition du statut de Podolny (1993, 2005), nous avons non seulement consulté leur position dans des classements récents, quand il en existe, mais aussi tenu compte de leurs liens avec différents types d’usagers et avec certaines organisations, notamment les lycées de provenance des élèves et diverses institutions partenaires. Avec une part d’arbitraire due à la difficulté d’accès à certaines données², nous distinguons trois types d’IES —à statut élevé, intermédiaire et bas— et comparons leurs messages institutionnels et les moyens par lesquels ces derniers sont transmis aux visiteurs, le but étant de mettre en évidence des différences significatives concernant les stratégies de présentation des établissements.

Le dispositif méthodologique mis en œuvre comprend des observations *in situ* de l’organisation des JPO ainsi que des différentes activités proposées. Pendant chaque observation, menée par 2 à 4 enquêteurs simultanément pendant des périodes de 2 à 4h, ont également été effectués des courts entretiens avec les organisateurs et les animateurs des JPO et avec des visiteurs, étudiants ou parents. A cela s’ajoutent des entretiens conduits avec quelques organisateurs des JPO et l’analyse des informations écrites disponibles sur des sites internet et dans les brochures mises à disposition des visiteurs dans le cadre de ces journées. Dans la plupart des JPO étudiées

¹ Ce projet bénéficie du soutien apporté par l’ANR et l’État au titre du programme d’Investissements d’avenir dans le cadre du labex LIEPP (ANR-11-LABX-0091, ANR-11-IDEX-0005-02). Les observations ont été menées au cours des années universitaires 2012-2013, 2013-2014 et 2014-2015 par des étudiants du cours « Sociologie de l’éducation » de l’Ecole Normale Supérieure de Cachan et des cours “Méthodes qualitatives” et « Sociology of educational policies » de Sciences Po (travaillant sous la direction d’A. van Zanten et, pour le dernier cours, sous le tutorat d’A. Olivier). S. Da Costa et J. Lindbom, membres de l’équipe de recherche ORSUP, ont également participé à deux d’entre elles.

² Les classements annuels d’IES par des groupes de presse ne concernent généralement en France que les classes préparatoires et les écoles accessibles après le baccalauréat ou deux ou trois ans de classes préparatoires. Les données concernant l’origine sociale, le niveau scolaire et l’établissement d’origine des étudiants, ainsi que celles concernant les partenariats institutionnels sont très disparates d’un IES à un autre.

ici ont également été distribués auprès des visiteurs des questionnaires visant à cerner leurs profils, leurs attentes et leurs démarches.

L'appariement statutaire au sein d'un dispositif de jugement « semi-personnel »

L'approche des échanges marchands en termes d'« appariement statutaire » développée par Podolny (1993, 2005) permet d'enrichir l'étude de l'accès à l'enseignement supérieur grâce à la possibilité d'établir des ponts entre des approches structuralistes, centrées sur les déterminants *ex-ante* des choix, très présentes en sociologie de l'éducation, et des approches pragmatistes, dominantes dans la sociologie économique, se focalisant sur le cadrage physique et symbolique des interactions concrètes entre offreurs et consommateurs (Cochoy, 2002 ; Callon et al., 2007 ; Karpik, 2007). L'application de ce modèle d'analyse aux choix scolaires (van Zanten, 2011, 2013) comme aux choix d'études supérieures nécessite néanmoins d'introduire des modifications destinées à l'adapter à des univers où l'on observe une imbrication de logiques institutionnelles et marchandes ainsi qu'à y intégrer la prise en compte des stratégies des consommateurs ou usagers.

Podolny utilise la notion de statut pour désigner une hiérarchie de positions. Il indique cependant qu'alors que la sociologie des classes sociales, prenant appui sur les travaux fondateurs de Veblen (1970) et de Bourdieu (1979), s'intéresse surtout à la compétition entre groupes de statut en considérant que les pratiques de consommation ne sont qu'un des terrains de cette compétition, il entend se focaliser quant à lui sur les producteurs et les échanges marchands. Nous proposons toutefois d'utiliser le terme de statut pour évoquer à la fois les positions des usagers dans des hiérarchies sociales et celles des IES dans des hiérarchies institutionnelles/marchandes, ce qui permet une approche plus compréhensive du processus d'appariement. Celui-

ci implique en effet une double action, plus ou moins consciente, de la part d'acteurs collectifs, marchands ou institutionnels, et individuels, consommateurs ou usagers, visant à s'affilier à d'autres égaux ou supérieurs à eux en termes de statut.

Nous conservons deux idées centrales et étroitement liées dans l'approche de Podolny. La première concerne la définition de la notion de statut qui englobe celle de « réputation », plus souvent mobilisée dans la sociologie économique mais aussi dans des travaux en sociologie de l'éducation qui s'en inspirent (Felouzis et Perroton, 2007) ou qui prennent appui sur la sociologie des organisations (Draelants et Dumay 2010). Le statut d'un pourvoyeur repose ainsi non seulement sur les démonstrations passées d'un certain type de conduite ou performance (réputation) mais aussi et surtout sur ses affiliations. Autrement dit, le statut d'une IES dépend certes de ses résultats mais davantage encore des réseaux dans lesquels elle est encadrée du fait de son public et de liens institutionnels et marchands qui influent sur la perception extérieure de la valeur des formations et des diplômes. La seconde a trait à la possibilité d'altérer le statut. Si ce dernier est plus stable que la réputation du fait que la performance connaît des fluctuations plus importantes que l'insertion dans des réseaux, il peut faire l'objet de manipulations destinées à le réaffirmer ou à le rehausser de la part des pourvoyeurs qui envoient des « signaux de statut » (*status signals*) (Podolny, 2005).

Si la possibilité d'agir sur le statut ouvre la porte à des analyses empiriques des échanges entre pourvoyeurs et usagers comme ceux qui ont lieu lors des JPO, il apparaît utile de compléter les apports des travaux de Podolny par ceux de deux autres types d'approches. La première concerne des recherches portant sur les nouvelles technologies de gouvernement, notamment celles qui s'intéressent aux processus de « commensuration », autrement dit de traduction de dimensions qualitatives en indicateurs quantitatifs (Espeland et Stevens, 1998). Ces travaux montrent, à propos

des classements dans le champ universitaire, que les opérations sous-jacentes peuvent être manipulées par certaines IES et des agents extérieurs pour améliorer la position d'institutions ne bénéficiant pas d'un statut élevé (Espeland et Sauder 2007 ; Mignot-Gérard et Sarfati, 2015). La seconde est celle développée à propos des « dispositifs de jugement » permettant de réduire l'incertitude des consommateurs (Karpik, 2007). En effet, si du fait de sa stabilité relative et sa reconnaissance collective, le statut permet, davantage que la réputation, de réduire cette incertitude, les consommateurs ont quand même besoin de s'appuyer sur des dispositifs pour cerner de plus près la position statutaire relative des biens et des services et leur adéquation avec leur propre statut.

Les JPO peuvent ainsi être analysées dans une double perspective. Elles constituent des « technologies de gouvernement » (Foucault, 1975) ou des « instruments » (Lascoumes et Le Galès 2004) mixant information et communication, utilisés par l'Etat dans l'optique d'une régulation post-bureaucratique de l'offre et de la demande d'enseignement supérieur, mais aussi par les IES pour réaffirmer ou rehausser leur statut grâce à des mises en scène relevant à des degrés divers de techniques de marketing (Maguire et al., 1999). Elles ont aussi des dispositifs de jugement mobilisés comme tels par les usagers, dotés de traits singuliers. En effet, il ne paraît pas possible de les classer suivant la typologie binaire proposée par Karpik : elles ne reposent ni sur des relations de confiance fondées sur l'interconnaissance comme les réseaux (« dispositifs personnels »), ni sur la mise en forme de connaissances génériques (« dispositifs impersonnels »). Nous proposons alors de les qualifier, comme les salons de l'enseignement supérieur (van Zanten et Legavre 2014), de « dispositifs semi-personnels » qui combinent le recours à des informations standardisées et à des interactions interpersonnelles.

Le type d'informations et de jugements qui circulent dans ce cadre a été récemment analysé par Slack et al. (2012) comme relevant de

connaissances « tièdes », en référence au travail de Ball et Vincent (1998) qui distinguait, à propos du choix des établissements d'enseignement secondaire en Angleterre, les connaissances « chaudes » circulant dans les réseaux personnels des connaissances « froides » dominantes dans les dispositifs impersonnels. Slack et al. insistent à ce propos sur le fait que ces connaissances sont essentielles pour les étudiants les moins familiers avec l'enseignement supérieur car elles leur permettent d'accéder à des expériences peu présentes parmi les membres de leurs réseaux personnels et leur semblent plus honnêtes que celles véhiculées sur les sites web des universités. Nous pensons toutefois que si la perspective des usagers est essentielle, il est important aussi de se situer du côté de la production de telles connaissances par des pourvoyeurs cherchant à donner une image favorable de leur institution. Deux autres dimensions de ces connaissances « tièdes » diffusées dans les JPO méritent alors d'être soulignées : d'une part, ces connaissances mêlent différents registres (instrumental, expressif, axiologique) ainsi que différents types de rhétoriques (conviction, persuasion) ; d'autre part, elles agissent à la fois à un niveau conscient où interagissent des stratégies de mise en valeur par les offreurs et les usagers de leurs qualités et affiliations et à un niveau plus inconscient d'articulation des identités et des habitus institutionnels et sociaux (Ball et al., 2002 ; Draelants et Dumay, 2010).

Les établissements de statut élevé.

Les JPO comme outils de reproduction de la prééminence statutaire

Etant donné que les IES de statut élevé ne semblent avoir besoin ni d'améliorer une réputation déjà très bonne, ni d'attirer des nouveaux usagers (le nombre des candidats étant le plus souvent très supérieur au nombre de places), on pourrait supposer qu'elles n'ont d'autre raison d'organiser des JPO que celle de marquer leur appartenance à l'enseignement supérieur en souscrivant à une pratique devenue rituelle.

Pourtant l'analyse des celles organisées par les trois IES étudiées dans cette section, une classe préparatoire aux grandes écoles (CPGE)³ réputée, (*CPGE 1*) un « grand établissement »⁴ très attractif (*GRET*) et une université publique comportant un nombre important de filières sélectives (*UNIV 1*), montre que cette activité fait l'objet d'un fort investissement qui s'explique par la présence au sein du champ de l'enseignement supérieur, et de façon particulièrement marquée dans l'espace francilien (Frouillou, 2015), d'importantes dynamiques concurrentielles concernant aussi bien la définition de l'excellence que la captation des usagers le plus à même de contribuer à sa (re)production.

Des stratégies de visibilité et de distinction

Les IES de statut élevé occupent souvent cette position de longue date et peuvent de ce fait mobiliser efficacement vis-à-vis des visiteurs des ressources patrimoniales d'ordre matériel, culturel, social et symbolique. Les animateurs de la JPO de *CPGE 1* sont ainsi fiers de convier les visiteurs à faire le tour des locaux de l'établissement, situés dans l'un des arrondissements parisiens les plus bourgeois et s'étendant sur une superficie de 3,5 hectares. *UNIV 1* n'utilise pas ses locaux les plus prestigieux pour les JPO, mais fait jouer très fortement son association avec l'ancienne Sorbonne dont elle faisait autrefois partie et dont elle utilise encore le nom dans son intitulé actuel. Les établissements moins pourvus en patrimoine historique mobilisent davantage leur patrimoine actuel : c'est le cas au *GRET* où une partie des activités de la JPO ont lieu dans un bel amphithéâtre récent de 800 places. Toutes ces ressources impressionnent très favorablement les visiteurs dont le statut personnel est lui-même rehaussé par l'association éphémère avec ces IES.

³ Localisées au sein de lycées, les CPGE proposent à des étudiants sélectionnés sur dossier une formation intensive préparant en deux ou trois ans aux concours d'entrée des « Grandes Écoles » (Écoles Normales Supérieures, Écoles de commerce et Écoles d'ingénieur notamment).

⁴ Le statut « grand établissement » est un statut juridique attribué en France depuis 1984 à une trentaine d'établissements publics à caractère scientifique, culturel et professionnel (EPSCP).

Les messages verbaux explicites sont également essentiels dans l'affirmation d'une prééminence statutaire. On observe dans ce domaine une répartition des tâches entre les différents acteurs des JPO qui correspond à la fois aux rôles qu'ils assument au quotidien dans les IES et au souci de leurs responsables de sensibiliser les visiteurs aux multiples dimensions au fondement de la « grandeur » (Boltanski et Thévenot, 1991) de l'établissement. Le rôle des étudiants qui y poursuivent des études est moins de donner des informations précises aux élèves visiteurs dont ils sont souvent les principaux interlocuteurs, que de susciter par l'intermédiaire de la mise en scène de leur expérience une identification expressive et axiologique à l'établissement. Les enseignants de leur côté mobilisent un registre plus intellectuel et réflexif, mettant surtout en valeur les exigences et la qualité académiques de l'institution.

Les directeurs des établissements, facultés ou départements se situent quant à eux principalement dans un registre instrumental, vantant les performances en termes d'intégration des grandes écoles pour *CPGE 1* et de taux de diplomation pour le *GRET* et *UNIV 1*, ainsi que la bonne insertion professionnelle des diplômés. Etant garants du statut élevé de l'IES, leur discours comporte aussi de fréquentes références à l'association de l'IES avec d'autres établissements prestigieux français ou étrangers par le biais des parcours ultérieurs des étudiants, de réseaux informels ou de partenariats institutionnels. Les visiteurs doivent ainsi avoir l'impression, s'ils choisissent l'institution et celle-ci les choisit, d'accéder à la fois à une « marque » comportant un ensemble de produits prestigieux et à un club très exclusif :

« Nous avons souhaité nous allier avec des établissements qui nous ressemblaient. Et nous avons réalisé une très belle union avec des écoles, académiques pour la plupart d'entre elles (...) L'établissement reste focalisé sur son objet mais partie prenante d'un ensemble plus vaste. » (Conférence du Président du *GRET*)

Pour préserver le monopole de l'excellence et attirer des élèves permettant de la reproduire, les IES de statut élevé ont néanmoins besoin de se distinguer les unes des autres, ce qu'elles font en mettant en valeur certains traits institutionnels et options pédagogiques (Draelants, 2010). En jouant sur son statut de « grand établissement », *GRET* insiste sur le fait d'offrir simultanément les avantages d'une très bonne université en termes de recherche et d'une grande école en termes de professionnalisation, correspondant ainsi à un modèle encore rare au plan national et très prisé au plan international. *CPGE 1* met en avant une formation généraliste de haut niveau par rapport à la spécialisation « précoce » au sein des facultés et, surtout, un bien meilleur encadrement pédagogique à l'opposé de l'« anomie » associée en France à l'université (Daverne et Dutercq 2013). L'établissement cherche néanmoins aussi à se distinguer d'autres CPGE de prestige égal ou supérieur au travers d'une rhétorique à dominante expressive mettant en avant le climat très convivial qui règnerait dans l'établissement, comparativement à des CPGE beaucoup plus compétitives :

« Dans nos classes préparatoires, le souci de la progression de tous et la bonne émulation l'emportent sur la compétition sauvage. »
(Professeur de mathématiques, *CPGE 1*)

A *UNIV 1*, les responsables de la JPO développent un double discours. D'une part, vis-à-vis des élèves de bon niveau mais peu au fait des différences entre les universités, ils jouent à fond la distinction entre l'université de masse, renvoyée à un imaginaire expressif dévalorisé, et leur établissement. Ce dernier est présenté, dans un discours qui s'adresse beaucoup plus aux parents qu'aux étudiants, comme un établissement sérieux, mettant au centre le travail des étudiants et son encadrement rigoureux par les enseignants:

« L'université, ce n'est pas le Club Med ! Si on se contente d'aller en cours et en TD, on a peu de chances pour les examens. Pour préparer un TD, il faut compter entre 10 à 15h de travail par semaine. (...) Nous voulons donc rassurer les parents : ce n'est pas

la jungle non plus. Les étudiants seront encadrés. » (Conférence du directeur-adjoint d'une des facultés, UNIV 1)

D'autre part, l'IES, visant aussi des élèves et des parents plus avertis des hiérarchies internes à l'enseignement supérieur et tentés par les CPGE, valorise ses filières sélectives comme des « prépas universitaires », opérant une sélection à l'entrée et proposant un modèle académique encore plus exigeant que les filières ouvertes, mais permettant néanmoins de profiter de la diversité de l'offre éducative universitaire et d'une vie sociale étudiante plus épanouissante qu'en CPGE.

Des stratégies de captation... et de découragement

La reproduction du statut élevé de ces établissements implique de capter les meilleurs élèves sur le plan académique, qui à la fois entretiennent la réputation méritocratique de l'établissement, attirent des enseignants eux-mêmes réputés en rendant plus gratifiant leur travail et permettent d'accroître des financements étatiques de plus en plus indexés, dans le cas des universités notamment, sur les taux de diplomation et d'insertion. Cette captation repose, comme nous venons de le voir, sur la mise en avant de l'excellence et des atouts distinctifs mais aussi, à CPGE 1 et d'autres CPGE d'élite, sur des tactiques comme l'émission d'avis personnalisés après examen individuel des dossiers scolaires des élèves par les enseignants et la prise de leurs noms et adresses pour effectuer une forme de préinscription avant qu'ils fassent transiter leur candidature par le dispositif Admission Post-Bac (APB)⁵, ce qui revient de fait à le contourner. La reproduction du statut élevé implique néanmoins de décourager d'autres élèves qui n'ont pas le profil idéal du point de vue des objectifs institutionnels, ce que certains responsables avouent de façon assez décomplexée dans les entretiens :

⁵ APB est une plateforme nationale créée en 2009 pour simplifier la pré-inscription des bacheliers dans l'enseignement supérieur en regroupant un très grand nombre de formations d'enseignement supérieur sur un même site et en triant les vœux de poursuite d'études.

« Notre but est d'accueillir au final les étudiants qui sont les plus à même de réussir. Nous adressons donc un message aux deux extrêmes des futurs étudiants : décourager les moins bons et favoriser ainsi une "sélection naturelle", tout en incitant les meilleurs lycéens à venir à l'Université 1 (...). D'ailleurs, ce discours est nécessaire à l'entretien d'un cercle vertueux pour notre institution, puisque nous avons ensuite des financements corrélés aux taux de réussite de nos étudiants. » (Responsable de l'organisation des JPO d'UNIV 1)

Si les résultats scolaires et les appréciations des professeurs sont mis en avant comme les critères d'admission les plus importants, deux autres critères non officiels jouent aussi un rôle important et en défaveur des élèves issus des milieux populaires. Le premier concerne le lieu de résidence. L'introduction du système APB aurait dû faire disparaître cette dimension qui constituait un élément pivot de l'ancien dispositif informatisé d'allocation des futurs étudiants aux universités. Certaines universités comme UNIV 1 l'ont néanmoins maintenue pour décourager les candidatures d'élèves de banlieue dans les filières non sélectives. Le second concerne le lycée d'origine. La pratique de prise en compte de ce critère pour recalculer les notes des futurs élèves à la hausse ou à la baisse en fonction de la valeur statutaire attribuée de façon très largement arbitraire à son établissement a commencé d'abord dans les classes préparatoires (van Zanten, 2016) mais s'est progressivement répandue parmi les établissements comportant des filières sélectives. Elle est actuellement très répandue et en vigueur dans les trois établissements étudiés.

Le découragement de certains visiteurs est aussi le résultat de la prise en compte par ces derniers d'éléments plus diffus, comme les caractéristiques et comportements des étudiants présents et des autres visiteurs, qui leur permet de saisir les profils sociaux attendus par chaque IES. Ces éléments les conduisent à évaluer de façon subjective mais très puissante le sentiment de pouvoir ou non y trouver leur place (Reay, 1998).

Les établissements de statut intermédiaire. Les JPO comme outils de lutte pour une élévation du statut

Trois autres établissements – un lycée proposant des Sections de Technicien Supérieur (STS)⁶ (*STS 1*), une école de commerce privée accessible sur concours dès le baccalauréat (*ÉC*) et un Institut Universitaire de Technologie⁷ (*IUT*) – sont dotés d’un statut intermédiaire sur le marché de l’enseignement supérieur. Dans ce contexte, leurs responsables saisissent les JPO comme des outils clés de lutte pour une amélioration de leur statut : pendant une ou deux journées, les établissements sont entièrement consacrés à l’accueil des visiteurs ; de nombreux enseignants et étudiants sont mobilisés ; des ressources financières importantes sont investies. Il s’agit alors de souligner d’une part la qualité des formations proposées, d’autre part l’ambiance chaleureuse qui les caractérise et, ce faisant, de se placer en concurrence directe avec les établissements dotés d’un statut plus élevé.

Des stratégies de légitimation académique et professionnelle

Dans les trois IES, les JPO ont d’abord pour objectif de faire connaître le niveau académique des formations proposées et de valoriser la reconnaissance dont ces dernières bénéficient dans différentes sphères professionnelles. Ainsi, les taux de réussite aux diplômes de fin d’études, les possibilités de poursuites d’études ou encore l’intégration des étudiants sur le marché du travail sont autant d’éléments mentionnés à plusieurs

⁶ Accessibles sur dossier, les STS, localisées au sein de lycées, proposent en deux ans des formations dans des domaines techniques diversifiées, sanctionnées par un Brevet de Technicien Supérieur (BTS).

⁷ Accessibles sur dossier, les IUT proposent des formations professionnalisées en deux ans, sanctionnées par un Diplôme Universitaire de Technologie (DUT).

reprises aux visiteurs. Lors de son discours d'accueil, la directrice d'IUT insiste sur le niveau scolaire assez élevé qu'elle attend des étudiants de son établissement, y compris dans les disciplines qu'elle qualifie « *d'ouverture culturelle* » (la littérature, la philosophie ou encore les sciences sociales). *ÉC* est présentée par les intervenants comme une « *école d'excellence* » dotée d'un « *corps enseignant de haut niveau* ». La reconnaissance internationale dont elle bénéficie est particulièrement mise en avant : des brochures en anglais sont distribuées, un « Atelier International » est organisé et un test d'anglais est mis à disposition des visiteurs pour qu'ils puissent évaluer leur niveau par rapport aux exigences de l'établissement.

Toutefois, dans son discours d'accueil, le directeur d'*ÉC* assure que son établissement est accessible à tous ceux qui sont prêts à s'investir dans la préparation du concours, au-delà de leur niveau scolaire antérieur. À *STS I* également, la motivation des candidats et la façon dont ils se présentent lors de la JPO comptent autant pour leur sélection, voire davantage, que leurs résultats scolaires :

« Ce que font mes collègues [à la JPO], c'est qu'ils prennent les noms. (...) Si vous avez un gamin ou une gamine qui arrive hyper pêchu, volontaire, qui présente bien, (...) c'est pas mal quand même (...). Parfois mes collègues me disent que pour deux dossiers à peu près équivalents, si on a rencontré le jeune et qu'on a senti qu'il avait du potentiel (...), ça peut le favoriser » (Conseillère Principale d'Éducation, *STS 1*).

Les discours des représentants de ces établissements semblent volontairement ambivalents : en se montrant exigeants mais accessibles, ouverts à des candidats aux profils scolaires hétérogènes mais motivés par les formations proposées, il s'agit de faire bénéficier aux institutions de la légitimité académique habituellement associée aux établissements les plus prestigieux, tout en se mettant clairement à distance de l'élitisme reproché à ces derniers. Cette volonté est particulièrement remarquable à *ÉC*, qui se

positionne explicitement en concurrence avec les écoles de commerce post-classes préparatoires les plus prestigieuses :

« Nous faisons tout pour que nos étudiants rivalisent demain sur le marché du travail avec des gens qui sortent d'HEC, de l'ESSEC, de l'ESCP (...). La caractéristique d'[ÉC] est d'avoir un stage chaque année. Autrement dit, on sort d'[ÉC] non seulement avec un diplôme de grade Master, mais aussi avec un CV. » (Discours d'accueil du directeur, ÉC)

Des stratégies d'attraction

Cette valorisation du contenu des formations et des perspectives qu'elles offrent va de pair avec la mise en avant d'une atmosphère chaleureuse, perçue comme attractive pour le public visé. Ce type d'ambiance caractérise en premier lieu la JPO en tant que telle. Ainsi, à *STS 1*, la campagne de communication qui entoure l'évènement, entièrement pensée et réalisée par les étudiants, se compose d'affiches aux couleurs très vives sur lesquelles le public est tutoyé et de vidéos sur fond de musique populaire actuelle. Ce sont aussi des étudiants qui sont en charge de l'orientation des visiteurs au cours de l'évènement, suite au choix explicite des organisateurs de provoquer une connivence entre jeunes d'âge comparable et de valoriser ainsi les connaissances « tièdes » (Slack et al. 2012) :

« On estime que le message de jeune à jeune passe mieux, qu'ils peuvent se dire ce qui a été facile, pas facile, ce qu'ils ont aimé, pas aimé. » (Conseillère Principale d'Éducation, STS 1).

À *ÉC*, les visiteurs sont accueillis par des étudiants vêtus de pulls aux couleurs de l'établissement, reçoivent de nombreux petits cadeaux tels que des sacs, des porte-clés ou des stylos, et se voient offrir divers rafraîchissements. Des enseignants se tiennent ensuite à leur disposition pour discuter avec eux de leur projet d'orientation. Au cours de ces

entretiens individuels, ils mettent clairement en avant leur volonté de paraître sympathiques, proches de leurs étudiants et sensibles à leurs préoccupations :

Un enseignant de sciences discute avec un visiteur en employant des mots familiers : « *Non mais je comprends, la physique que tu fais là en Terminale, c'est chiant... mais à [ÉC], c'est pas vraiment scientifique, tu vas pas étudier la physique en soi, mais avoir la partie business du truc et être capable de comprendre les scientifiques de l'entreprise* ». Il s'adresse ensuite à l'une des enquêtrices, âgée d'une vingtaine d'années : « *Et toi, tu es plutôt comment dans la life ? Plutôt leader ?* ». Face à la façon dont elle lui répond, il réagit immédiatement : « *Qu'est-ce que tu parles bien, toi !* ». Dans la suite de l'interaction, il utilise un vocabulaire beaucoup plus soutenu.

Les représentants des établissements insistent toutefois sur le fait que cette ambiance chaleureuse ne se limite pas à la seule JPO. Ainsi, à *IUT*, les étudiants venus représenter leur filière témoignent avec enthousiasme de l'entraide qui règne dans leur établissement. S'appuyant sur les représentations négatives qui entourent d'autres formes d'enseignement supérieur sélectif, notamment les CPGE (Darmon, 2013), l'une d'entre eux plaisante : « *On n'est quand même pas en prépa ici !* ». À *ÉC*, l'accent est mis dans les brochures distribuées sur les activités de loisirs proposées : vacances au ski, après-midis à la piscine ou encore de parties de golf. Ces pratiques ont la spécificité d'être onéreuses : il s'agit ici, pour l'institution, de « vendre un futur imaginaire », des « valeurs, des attitudes et des modes de vie » (Maguire et al. 1999) qu'elle considère comme potentiellement attractifs pour des visiteurs qui envisagent de payer chaque année plusieurs milliers d'euros de frais de scolarité.

À travers ces différents discours et pratiques, les organisateurs des JPO de ces trois établissements semblent donc vouloir valoriser le statut de leurs institutions en les présentant comme un bon compromis entre, d'une part, les qualités académiques et professionnelles des établissements les plus

prestigieux et, d'autre part, une ambiance chaleureuse, voire festive, qui apparaît souvent manquer dans ces derniers. Ce faisant, ils visent des candidats issus de milieux plutôt favorisés qui, malgré des parcours scolaires hétérogènes, sont à la recherche d'un certain prestige social et qui pourront, à terme, participer à leur tour à la valorisation du statut de l'institution.

Les établissements de statut bas. Les JPO comme outils de maintien d'un équilibre statutaire

Trois dernières IES – un lycée proposant des STS (*STS 2*), une classe préparatoire dite « de proximité »⁸ (*CPGE 2*) et une université non sélective (*UNIV 2*) –, enfin, sont dotées d'un statut bas en dépit duquel elles doivent trouver une place sur le marché de l'enseignement supérieur. Leurs JPO remplissent alors la fonction de déconstruire deux images négatives associées à l'enseignement supérieur : le fait d'être anonyme, d'une part, le fait d'être réservé à une certaine élite scolaire et sociale, d'autre part. Ce faisant, il s'agit de viser un public en apparence peu impliqué dans les démarches d'orientation en s'affirmant comme un « autre enseignement supérieur » (Orange, 2013), et d'assurer ainsi le maintien d'un certain équilibre statutaire.

Des stratégies pour dissiper les peurs associées à l'anonymat

Les organisateurs des JPO cherchent tout d'abord à faire apparaître leurs établissements comme des institutions de proximité, à taille humaine. Pour mettre en avant cette composante expressive de leur identité pouvant

⁸ Les CPGE dites « de proximité » ont été créées à partir du milieu des années 1990 dans des lycées situés dans des quartiers défavorisés accueillant des publics hétérogènes sur le plan académique et social, dans le but de diversifier le recrutement de ces classes réputées très élitistes.

partiellement compenser leur réputation académique peu flatteuse, les interactions personnalisées entre représentants des institutions et visiteurs sont largement favorisées : de nombreux étudiants et membres des équipes pédagogiques et administratives sont présents pour accueillir les visiteurs, leur faire faire le tour l'établissement et les accompagner vers les salles qui les intéressent. À *UNIV 2*, des étudiants « tuteurs » tâchent d'aiguiller au mieux les visiteurs, y compris lorsque les interrogations de ces derniers ne portent pas directement sur les formations dispensées mais sur des enjeux plus larges de l'orientation comme le fonctionnement du système APB⁹. À *CPGE 2*, les enseignants proposent des entretiens individuels aux visiteurs pour discuter avec eux de leur projet d'orientation, mais aussi et surtout pour les rassurer sur le fonctionnement parfois anxiogène de la classe préparatoire (Darmon, 2013). Ils se placent alors explicitement en opposition aux établissements les plus prestigieux :

« Les journées portes ouvertes dans les grands lycées, j'ai l'impression que c'est des espèces d'énormes usines où on vient avec les bulletins, et que l'information principale à donner c'est « Est-ce que l'élève sera pris ou pas pris ? ». (...) Moi, ce que j'essaie plus de faire, c'est de rassurer, de dire : « C'est faisable, on y arrive, on s'en sort ». » [Professeur de mathématiques, *CPGE 2*]

Les représentants des institutions soulignent également que, au-delà de la JPO, un accompagnement des étudiants est mis en place sur le long terme, depuis leur projet d'orientation jusqu'à l'obtention de leur diplôme. Ce type de message est particulièrement remarquable à *UNIV 2* : en tant qu'institution de très grande taille – elle compte plusieurs dizaines de milliers d'étudiants –, elle doit plus encore que les autres se prémunir de la représentation d'un enseignement supérieur anonyme. Ainsi, dans son

⁹ La quantité d'informations disponibles et la complexité des étapes et des procédures à respecter pour la prise en compte réussie des vœux d'orientation sur APB suscitent beaucoup d'inquiétude chez les élèves et les parents, notamment ceux des milieux défavorisés.

discours d'accueil, la directrice de l'établissement mentionne l'attention continue que ses équipes portent aux parcours des étudiants :

« Avant la date de la clôture d'APB, vous pouvez solliciter pour chaque Licence un conseil d'orientation de la part d'un enseignant. (...) Vous avez des aides qui sont proposées par l'université pour assurer cette transition entre le lycée et l'université (...) Notre université se distingue, depuis plusieurs années, par sa volonté d'accompagner personnellement l'étudiant, depuis sa première année d'inscription jusqu'au terme de ses études. » [Discours d'accueil, UNIV 2]

Par la suite, chaque intervenant insiste sur le fait que, *« contrairement à d'autres universités »*, tout est fait à UNIV 2 pour que les étudiants se connaissent entre eux et interagissent avec leurs enseignants : les cours ont lieu en petits comités, un voyage d'intégration est organisé en début d'année et la vie associative est vivement encouragée. Le témoignage d'une étudiante est tout à fait symbolique de ce discours institutionnel ; parce qu'il relève d'une expérience vécue, il en renforce sans doute la crédibilité auprès des visiteurs (Ball et Vincent, 1998) :

« A [UNIV 2], il n'y a pas l'anonymat tel qu'on se le représente à la fac, tout le monde se connaît ici. (...) [UNIV 2] est un bon compromis entre le lycée où vous êtes suivis et les universités où le risque est que vous lâchiez. Ici vous êtes assez autonomes dans les choix des cours, mais vous avez quand même des profs qui vous suivent (...), vous savez à quoi ressemble votre prof. » [Etudiante en histoire, UNIV 2]

Des stratégies de réassurance scolaire et sociale

En parallèle de cet effort de déconstruction de l'image d'un enseignement supérieur impersonnel, les organisateurs des JPO de ces trois établissements cherchent à montrer que leurs formations ne s'adressent pas prioritairement à des élèves de très bon niveau académique ou à haut potentiel, prenant ainsi le contre-pied des messages explicites ou implicites

que délivrent dans le même cadre des établissements de statut plus élevé. À *UNIV 2*, une enseignante du département de littérature insiste ainsi sur l'accessibilité des formations de Licence, sous réserve de sérieux et de motivation de la part des étudiants : « *Si vous lisez, écrivez, vous êtes un peu curieux, vous aurez votre année* ». À *STS 2*, des ateliers de travaux pratiques sont proposés aux visiteurs afin qu'ils s'initient de façon ludique aux différentes filières proposées et puissent éventuellement s'imaginer y étudier. C'est cependant à *CPGE 2* que l'accent est mis le plus clairement sur l'accessibilité des formations : les CPGE sont très critiquées pour leur élitisme scolaire et social (Daverne et Dutercq, 2013), et c'est précisément en opposition à cette représentation que les responsables de l'établissement cherchent à s'inscrire. Dans la brochure distribuée aux visiteurs, on peut ainsi lire :

« Ces classes ne sont pas réservées à une élite ou aux premiers de la classe : elles sont aussi ouvertes à ceux qui font preuve de motivation, de volonté, de sérieux, et qui sont prêts à appliquer tous les conseils prodigués par l'équipe éducative. »

L'objectif est clair : il s'agit de proposer un modèle alternatif de CPGE, de se démarquer des établissements les plus réputés en donnant leur chance à des élèves plus faibles scolairement mais prêts à s'investir dans la formation. Le témoignage d'un enseignant au sujet des critères de sélection mobilisés dans l'établissement est à ce titre révélateur :

« Cette prépa a été créée ici principalement parce qu'il n'y avait pas de prépa du même type dans le [département] (...) Je dirais qu'on va plus cibler des élèves qui ont peur... qui franchiraient pas le pas si on n'existait pas (...). Sur APB, on regarde les appréciations plus que les notes parce que ce qu'on veut c'est des élèves capables d'aller au bout (...). C'est différent [des autres CPGE] parce qu'on prend tous ceux qui ont envie de venir. »
[Professeur de mathématiques, CPGE 2]

Au-delà de cette ouverture sur des profils scolaires plus faibles que ceux recherchés dans d'autres établissements, l'accent est également mis sur l'ouverture sociale de *CPGE 2*. Ceci est notamment perceptible à travers les témoignages d'étudiants de l'établissement. Revenant sur leur propre orientation, ils soulignent l'importance qu'a eue pour eux l'identification aux étudiants qu'ils avaient rencontrés lors de la JPO, et leur souhait de jouer aujourd'hui ce rôle auprès des visiteurs :

« Le fait qu'on soit dans une zone d'excellence ça peut (...) rassurer des élèves (...) qui se disent « J'ai pas le niveau pour aller [dans un grand lycée] » alors que peut-être ils l'ont, mais peut-être qu'ils se « freinent », entre guillemets. Et le fait que ce lycée soit proche d'eux, du fait de la proximité géographique et surtout en matière d'appartenance... Voilà si tu viens d'un lycée [du même département] par exemple c'est un lycée qui te correspond plus avec une population d'élèves qui te correspond plus. Ça les rassure peut-être, ça les encourage peut-être plus à se dire qu'ils sont capables de faire une prépa (...). Moi, mon niveau était pas exceptionnel, sans pour autant être nul. J'avais un niveau plutôt lambda, et je voulais savoir si j'étais capable. Donc voilà, à partir des interventions des différents élèves, j'ai pu comprendre que c'était possible ». [Etudiant, CPGE 2]

Si les organisateurs des JPO cherchent donc à mettre en avant l'ouverture de leurs établissements à des profils scolaires et sociaux peu favorisés, ils insistent toutefois sur la qualité des formations dispensées, argumentant que la motivation des étudiants, couplée à la pédagogie de l'accompagnement qui caractérise leurs institutions, leur permet de bénéficier d'une certaine reconnaissance dans les mondes académiques et professionnels :

« L'université offre des parcours très diversifiés, allant de Bac+1 à Bac+8. Elle est le lieu de la recherche, qui est excellente à [UNIV 2], et c'est aussi celui de la professionnalisation qui peut intervenir dès la licence professionnelle (...) Notre université est une grande université. » [Discours d'accueil, UNIV 2]

Les efforts développés autour des JPO de ces trois établissements sont donc notables. Ils sont cependant freinés par les ressources financières limitées qu'il est possible d'allouer à ces événements. Ainsi, la communication antérieure aux JPO est réduite, empêchant certains visiteurs d'être informés des horaires de présentation des filières qui les intéressent. Faute de signalisation suffisante, d'autres se perdent, se plaignant alors du manque d'organisation. Dans ce contexte, les JPO représentent avant tout un dispositif pour le maintien d'un certain équilibre statutaire, plutôt que pour une véritable amélioration du statut.

Conclusion

L'analyse des JPO d'un groupe réduit mais diversifié d'IES montre que ce dispositif est utilisé par tous les établissements pour mettre en valeur, de façon plus concrète et sensible que dans leurs sites web, leurs atouts distinctifs par rapport à d'autres IES et pour attirer, et si possible capter, des futurs étudiants pouvant contribuer à reproduire ou à rehausser leur statut. On y observe cependant des différences notables dans la façon dont chaque IES agence les dimensions instrumentales et expressives, la dimension axiologique se trouvant plus en retrait, et dont elle a recours tantôt à une rhétorique de la conviction, faisant appel à des éléments objectifs et à des arguments rationnels pour susciter l'adhésion utilitariste des visiteurs, tantôt à une rhétorique ou à des supports encourageant la persuasion, faisant appel aux impressions et aux émotions pour engendrer des processus d'identification.

Les IES de statut élevé s'appuient sur leurs ressources matérielles, culturelles, sociales et symboliques pour séduire les visiteurs en même temps qu'elles cherchent à les convaincre du caractère exceptionnel de leurs performances par le recours à des indicateurs chiffrés. Elles combinent un affichage direct voire brutal de leurs critères de sélection avec des échanges personnalisés visant un ajustement aussi fin que possible

entre leurs profils et ceux des visiteurs. Les IES de statut intermédiaire mobilisent également des données objectives en cherchant à persuader leurs interlocuteurs qu'elles reflètent des visées réalistes pour eux, et utilisent en même temps de façon privilégiée « l'ambiance » pour susciter l'engagement des visiteurs dans des projets d'études accordant une place centrale au plaisir. Enfin, les IES de statut bas se situent davantage dans un registre mixant des composantes expressives et axiologiques autour de la notion d'« accueil ». Elles se présentent dans les JPO comme des établissements accessibles et ouverts cherchant à inclure tous les élèves et remplissant de ce fait une fonction sociale qui dépasse celle de former sur le plan intellectuel de petits groupes de jeunes chaque année.

Reste néanmoins à comprendre comment ces différents messages et stratégies sont appréhendés et interprétés par les visiteurs, ainsi que le rôle que remplissent les JPO dans leurs projets d'études supérieures. Les analyses futures incorporant cette dimension tiendront compte de la façon dont des établissements de statut différent ciblent inconsciemment ou consciemment certaines catégories de visiteurs et anticipent leurs attentes, mais aussi, inversement, de la façon dont des visiteurs dotés de statuts sociaux contrastés filtrent les discours institutionnels et s'identifient ou non aux établissements.

Références

- Ball S., Davies J., David M. & Reay D. 2002. 'Classification' and 'Judgement': Social class and the 'cognitive structures' of choice of Higher Education. *British Journal of Sociology of Education*, 23:1, 51-72.
- Ball S., Vincent C. 1998. 'I heard it on the grapevine': 'hot' knowledge and school choice. *British journal of Sociology of Education*, 1:3, 377-400.
- Boltanski L, Thévenot, L. 1991. *De la Justification. Les économies de la grandeur*. Paris, Gallimard.
- Bourdieu P. 1979. *La Distinction : critique sociale du jugement*. Paris, Editions de Minuit.
- Callon M., Millo Y., Muniesa F. (eds). 2007. *Market devices*. Oxford, Blackwell.
- Cochoy F. 2002. *Une sociologie du packaging, ou l'âne de Buridan face au marché*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Darmon M. 2013. *Classes préparatoires. La fabrique d'une jeunesse dominante*. Paris, La Découverte.
- Daverne C., Dutercq Y. 2013. *Les bons élèves. Expériences et cadres de formation*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Draelants H. 2010. Les effets d'attraction des grandes écoles : Excellence, prestige et rapport à l'institution. *Sociologie*, 1:3, 337-356
- Draelants H., Dumay X. 2010. *L'identité des établissements scolaires*. Paris, Presses Universitaires de France.
- Espeland W., Stevens M. 1998. Commensuration as a social process. *Annual Review of Sociology*, 23, 312-343.

Espeland W., Sauder M. 2007. Rankings and reactivity: how public measures recreate social worlds. *American Journal of Sociology*, 113:1, 1-40.

Felouzis G., Perroton J. 2007. « Les « marchés scolaires » : une analyse en termes d'économie de la qualité. *Revue française de sociologie* 48 :4, 693-722.

Foucault M., 1975. *Surveiller et punir. Naissance de la prison*. Paris, Gallimard.

Frouillou L. 2015. Mobilités et sens du placement universitaire. Enquêtes sur les logiques du « choix » de l'établissement en Ile-de-France, in G. Courty (ed.) *La mobilité dans le système scolaire*. Lille, Presses du Septentrion, 125-141.

Karpik L. 2007. *L'économie des singularités*. Paris, Gallimard.

Lascoumes P., Le Galès P. 2004. *Gouverner par les instruments*. Paris, Presses de Sciences Po.

Maguire M., Ball S.J., Macrae S. 1999. Promotion, persuasion and class-taste: Marketing (in) the UK post-compulsory sector. *British Journal of Sociology of Education*, 20:3, 291-308.

Mignot-Gérard S., Sarfati F. 2015. Dispositif de jugement sur la qualité ou instrument de construction de la réputation? Le cas d'un classement universitaire, *Terrains & Travaux*, 26, 167-185.

Orange S. 2013. *L'autre enseignement supérieur. Les BTS et la gestion des aspirations scolaires*. Paris, Presses Universitaires de France.

Podolny J. 1993. A Status-based model of market competition. *American Journal of Sociology*, 98:4, 829-872.

Podolny J. 2005. *Status Signals: a sociological study of market competition*. Princeton, Princeton University Press.

Reay D. 1998. 'Always Knowing' and 'Never Being Sure': Familial and Institutional Habituses and Higher Education Choice. *Journal of Education Policy*, 13: 4, 519-29.

Slack K., Mangan J., Hughes A., Davies, P. 2012. 'Hot', 'cold' and 'warm' information and higher education decision-making. *British Journal of Sociology of Education*, 35:2, 1–20.

Veblen T. 1970 [1899]. *Théorie de la classe de loisir*. Paris, Gallimard.

van Zanten A. 2011. Compétition et choix dans le champ scolaire. Un modèle statutaire d'analyse des logiques institutionnelles et sociales. *Lien social et politiques*, 44, 179-196.

van Zanten A. 2013. A good match: appraising worth and estimating quality in school choice, in Beckert J., Musselin C. (eds), *Constructing Quality. The Classification of Goods in the Economy*. Oxford, Oxford University Press 77-99.

van Zanten A. 2016. *La formation des élites. Sélection et socialisation*, Paris, Presses Universitaires de France (à paraître).

van Zanten A., Legavre A. 2014. Engineering access to higher education through higher education fairs, in Goastellec G., Picard F. (eds), *Higher education in societies. A multi-scale perspective*. Rotterdam: Sense Publishers, 183-204.



**Le LIEPP (Laboratoire interdisciplinaire d'évaluation des politiques publiques) est un laboratoire d'excellence (Labex).
Ce projet est distingué par le jury scientifique international désigné par l'Agence nationale de la recherche (ANR).
Il est financé dans le cadre des investissements d'avenir.**

(ANR-11-LABX-0091, ANR-11-IDEX-0005-02)

www.sciencespo.fr/liepp

Directeurs de publication:
Bruno Palier et Etienne Wasmer

Sciences Po - LIEPP
27 rue Saint Guillaume
75007 Paris - France
+33(0)1.45.49.83.61
liepp@sciencespo.fr

