

Le 27 novembre 2023

La CDEFM et l'APHEC dévoilent les résultats d'une étude d'envergure sur les freins et les leviers liés à la classe prépa

Une étude qualitative inédite pour mieux connaître les représentations liées à la prépa

Déterminées à agir en faveur de l'attractivité de la classe préparatoire, la CDEFM (Conférence des Directeurs des Écoles Françaises de Management) et l'APHEC (Association des professeurs des classes préparatoires économiques et commerciales) ont conjointement lancé en Mars 2023 une étude qualitative pour identifier les représentations que les CPGE véhiculent. Dans le cadre de cette étude, pilotée par une agence spécialisée, plus de 100 personnes ont été interrogées, soit lors d'interviews individuelles, soit en groupes, avec des profils très différents, à la fois en termes de cursus et d'origines géographique et sociale. Il s'agissait à la fois de lycéens et d'étudiants dans des cursus les plus variés. L'approche qualitative retenue a permis d'appréhender la complexité du sujet dans les meilleures conditions, en présentiel.

Cette étude inédite a mis en lumière les principaux enseignements suivants :

Le prestige de la classe préparatoire a une grande force d'attractivité. Les jeunes interrogés évoquent principalement le prestige des professeurs et des anciens de prépa. Pour eux, la classe préparatoire mène vers la réussite, celle-ci se caractérisant par une aisance intellectuelle et par l'intégration d'une grande École et de son réseau. Loin d'effrayer les candidats, le prestige devient alors un vrai facteur de motivation.

Autre enseignement de l'étude : **le besoin de casser les clivages entre les sciences dures et les sciences humaines.** Les personnes interrogées montrent un intérêt fort pour les cursus pluridisciplinaires qui conjuguent cette double dimension. Les prépas aux écoles de management rendent ce cursus pluridisciplinaire possible pour tous.

La prépa est aussi perçue comme un véritable accélérateur de promotion sociale : par exemple, les lycéens ambitieux issus de quartiers populaires sont séduits par le prestige et l'accompagnement qu'elle offre. La gratuité des classes prépas, complétée bien souvent d'internats intégrés à l'établissement, permet à chacun de se lancer dans ce projet ambitieux et transformationnel.

La valeur de transformation de la prépa est ainsi très reconnue. Selon l'étude, la prépa fait toujours rêver et les lycéens qui la choisissent sont identifiés à une certaine élite intellectuelle. La prépa a une forte valeur initiatique, elle est perçue comme un véritable accomplissement, qui peut cependant parfois paraître trop exigeant, alors qu'il est salué par tous les jeunes interrogés à l'issue de leur parcours de préparatoire.

En effet, **la prépa souffre d'être associée à un modèle sacrificiel** alors qu'aujourd'hui les jeunes interrogés aspirent à ce que certains appellent la « performance heureuse », avec du temps libre pour le sport, les passions et les amis. Ils se demandent si la prépa est compatible avec une harmonie entre le corps et l'esprit. Pour eux, le travail doit être un investissement pour l'avenir. Son intensité doit être compatible avec un équilibre qui doit apporter de l'énergie et du plaisir pour s'investir dans la durée.

L'étude montre également que très peu de jeunes savent ce qu'ils veulent faire après le bac. Il s'agit alors de **gagner du temps pour se trouver**. Pour beaucoup de lycéens interrogés, leur avenir reste flou et ils expriment une forte demande à ne pas choisir trop tôt pour ne pas se fermer des portes trop rapidement. Ce temps pour se chercher et se trouver s'inscrit dans un processus long mais dynamique. La prépa propose ce temps nourri, qui conjugue enrichissement intellectuel et ouverture aux possibles.

La valeur de coaching de la prépa devient un atout majeur qui la distingue des autres formations. La proximité et l'accompagnement que peuvent offrir les professeurs de prépa sont très valorisés. Les jeunes veulent se sentir encadrés. Cette génération plébiscite les échanges personnalisés et recherche des relations horizontales avec des adultes qu'ils admirent. La prépa répond à cette spécificité, avec des moments privilégiés entre le professeur et l'élève au moment des colles par exemple.

Enfin, l'étude montre **une véritable attente des jeunes à être mieux informés**. Des perceptions négatives, et notamment une vision « sacrificielle » liée à la prépa peuvent être renforcées par le bruit des réseaux sociaux.

« Par le biais de cette enquête, notre objectif était d'explorer de manière très fine les aspirations des lycéens, des étudiants et des parents. Elle a montré que la prépa est perçue comme un outil d'ascension sociale car elle accompagne et donne les moyens d'aller vers la réussite. Cependant, elle doit aussi revendiquer son prestige, et, sans perdre de son exigence, s'adapter à une génération prête à travailler et qui a le goût de l'effort mais qui souhaite tirer sa performance de l'équilibre et non du sacrifice » explique Vincenzo Vinzi, Vice-président de la CDEFM.

Une campagne de promotion avec une promesse forte : « être entouré pour réussir »

Forts de ces enseignements, la CDEFM et l'APHEC lancent une campagne de promotion visant à améliorer l'image de la prépa, au moment même où se façonnent les choix d'orientation après le bac, et mettre en évidence ses spécificités auprès d'une cible jeune, ambitieuse et inclusive.

Lancée en novembre 2023 sur Instagram et Tik Tok, cette campagne joue sur les codes de la jeunesse et fait témoigner des anciens de prépa. *« C'est la première fois que nous lançons conjointement, avec toutes les Écoles et l'APHEC, une action de promotion de ce type »* explique Alain Joyeux, président de l'APHEC. *« Nous voulons faire évoluer les idées reçues, valoriser les atouts de la prépa et séduire de nouveaux publics, notamment les jeunes qui ont peu accès à l'information et qui viennent de milieux éloignés des prépas. Pour concrétiser cette ambition, nous avons choisi un ton, des couleurs et des illustrations en cohérence avec ce que les jeunes plébiscitent aujourd'hui sur les réseaux sociaux ».*

Labellisée « #PREPARETOI », cette campagne de communication capitalise sur les enseignements clés de l'étude : un accompagnement pour réussir (grâce aux professeurs et aux camarades de classe), un équilibre entre le travail et les passions, un cursus accessible à tous les jeunes aux talents divers, des disciplines pour comprendre le monde, l'accès garanti aux Grandes écoles de management.

« La CDEFM réaffirme son attachement fort aux classes préparatoires aux Grandes écoles, l'un des fleurons de la France, et se mobilise pour promouvoir cette filière auprès du plus grand nombre. Nous voulons contribuer à l'attractivité de ce cursus d'excellence en valorisant la grande qualité de la formation que délivrent les CPGE et leur capacité à offrir aux jeunes qui s'y engagent un monde d'opportunités » conclut Alice Guilhaon, Présidente de la CDEFM.

Pour en savoir plus :

<https://preparetoi.cdefm.fr/>

Contacts presse CDEFM

François GROT – Déléguée Générale
06 22 39 76 65 – francoise.grot@cdefm.fr