

Extrait du Spyworld Actu

<https://www.spyworld-actu.com/spip.php?article12599>

# Les trois armées, premier recruteur de France

- Défense - France -



Date de mise en ligne : mardi 2 février 2010

---

Spyworld Actu

---

"Devenez vous-mêmes". Avec ce slogan, l'armée de terre lance, mercredi 3 février, une campagne de recrutement d'ampleur historique. Confiée à l'agence TBWA Corporate, elle coûtera 15 millions d'euros sur trois ans. Cinéma, télévision, radio, presse, Internet : des moyens qu'aucune administration publique n'a encore déployés.

L'enjeu est de trouver 15 000 recrues de 17 à 29 ans, de tous niveaux, en 2010. Au printemps, la marine communiquera elle aussi, pour embaucher 3 000 jeunes. Dans leur sillage, l'armée de l'air espère trouver 2 500 personnes. La défense sera le premier recruteur de France.

Douze ans après la fin de la conscription, "on ne peut plus compter sur la diffusion de l'expérience de ceux qui étaient passés par le service militaire", rappelle le commandant Loïc Finaz, patron du recrutement de la marine. Ensuite, "pour la majeure partie des jeunes de 18 ans, il n'est pas naturel d'imaginer le métier de soldat", souligne le général Philippe Pontiers, de l'armée de terre. D'autant que les armées, en pleine restructuration, donnent, depuis 2008, l'image d'une institution qui se rétracte : elles perdront 60 000 emplois d'ici à 2015.

### Guichet unique

Dans ce contexte, seule la crise économique joue favorablement. La fréquentation des centres d'information de la défense a bondi de 25 % entre 2008 et 2009. Pour être plus efficace, le ministère s'est réorganisé. Les 110 centres d'information et de recrutement des forces armées (Cirfa) forment depuis un an un guichet d'entrée unique.

En plus des classiques interventions dans les collèges et lycées, des salons et des forums, voici venus les bureaux de recrutement 3D, les sites Internet interactifs, les applications "smartphone", les séjours en immersion dans les régiments, les opérations séduction en direction des mères de famille... Les sergents recruteurs français ne se fixent qu'une limite : "Pas question d'utiliser des "wargames" comme le font les Américains, on ne veut pas accrédi-ter l'idée que la guerre est un jeu", assure le général Pontiers.

Afin de recruter 15 000 personnes, l'armée de terre doit "entrer en contact direct avec 150 000". Les nouveaux messages visent les parents, car, analyse-t-on à la direction des ressources humaines, "si les jeunes ont une claire conscience du risque du combat et en acceptent l'augure avec maturité, ce n'est pas le cas des familles".

Les trois quarts des embauches concernent les militaires du rang, au niveau BEP et CAP. Dans la même proportion, les contrats offerts sont des CDD : un, trois, cinq, huit ans. Or, 25 % des recrues dénoncent leur contrat dans les six premiers mois.

Pour la marine, il s'agit de continuer à exister dans l'imaginaire des jeunes générations : "Nous ne sommes pas visibles", explique Loïc Finaz. La marine, qui recevait 20 000 candidatures par an jusqu'en 2005, a vu ce nombre soudain chuter à 7 000 en 2007. La communication a repris, avec un budget de 9 millions d'euros sur trois ans. Depuis, les candidatures se sont stabilisées (12 000).

L'armée de l'air, portée par l'image du métier de pilote, s'en sort. Mais elle souffre de la concurrence du secteur privé sur ses métiers très spécialisés. Elle cherche à fidéliser ses sous-officiers, dont l'évaporation, trop importante (2 000 départs pour 1 000 entrées par an), menace ses savoir-faire.

*Post-scriptum :*

<http://www.lemonde.fr/societe/artic...>