

COMMISSION ARMÉES-JEUNESSE

Session 2020-2021

**VALORISATION DES EXPÉRIENCES MILITAIRES JEUNESSE
DANS LA VIE ACTIVE**

FICHE DE SYNTHÈSE DU GROUPE DE TRAVAIL



Depuis sa création, en 1955, la Commission armées-jeunesse contribue à promouvoir l'esprit de défense, préparer les jeunes à leur responsabilité de citoyen et resserrer les liens entre la communauté nationale et les armées. Elle est un lieu unique de dialogue entre des associations, mouvements de jeunesse et organismes aux sensibilités très différentes. Les idées et recommandations exposées ne peuvent être considérées comme l'expression d'une position officielle du ministère des Armées.

Les membres du groupe de travail:

Président(e) : Camille QUEDOT

Rapporteurs : Béatrice VERDAGUER, (UNEO) et Manon FONTAINE-ARMAND, (SGDF)

HAROUTOUNIAN Philippe (ACOMAR), BONED Nicolas, (ACOMAR),
FOUGERIT Alain (ACOMAR), MARCHAND Michel (ACOMAR), HUSSON Jérôme
(AGSE), DESJONQUERES Dominique (AJE), FANJEAU Laure (ANORAA), COL de
BREBISSON Thibaut (AT), HUGUEL Christophe (CFDT), FRIES Pascal (CFE-CGC),
LABOURE Eric (CFE-CGC), SAUVEZ Laurence (FSCF), LCL CONDEMINÉ Bruno
(EMA), JACQUELIN Maxime (J-IHEDN), SAVARIT-LEBRERE Augustin (MEDEF),
BALLEREAU Anne (ONISEP), REIGNIER Benoît (SGDF), HAMON Patrick (SSA),
DU COUEDIC DE KERERANT Charles (UNEO), PADBERG Nicolas (UNEO),
DANEL Mathias (UNOR)

SOMMAIRE

- 1) Le contexte
- 2) Les parties prenantes concernées par ce sujet
- 3) Nos préconisations

1) Le contexte

1.1 L'apport d'une expérience militaire

L'armée possède de nombreuses qualités et valeurs sur lesquelles vont reposer toute sa force et sa réputation. Au cours d'une expérience militaire, chaque personnel est amené à les partager et les vivre. Ainsi cette expérience donne des hommes et des femmes de confiance, pro-actifs, dynamiques, loyaux et collaboratifs. Par ailleurs, les différents enseignements qu'ils ont reçu dans le cadre de leur formation, leur transmettent la rigueur, le dépassement de soi, le sens du service ainsi que de nombreux savoir-faire pouvant être propre à chaque première affectation.



1.2 Les besoins de l'entreprise

Le recrutement est, pour une entreprise, un point stratégique. Pour chaque recrutement, le recruteur parie sur la prochaine personne qui pourra aider à faire progresser l'entreprise ou au contraire qui n'apportera rien et lui fera perdre du temps et de l'argent.

Recruter un jeune est d'autant plus compliqué qu'il est difficile de prévoir l'investissement qu'il faudra faire pour qu'il soit opérationnel.

C'est en cela que l'armée peut apporter une plus-value. En effet, les valeurs et savoir-faire déclinés dans le paragraphe précédent font partis des besoins des entreprises. Ainsi une expérience militaire pourrait constituer un gage de confiance pour une entreprise qui chercherait à recruter un jeune.

1.3 L'entrée d'un jeune dans la vie active

L'entrée sur le marché du travail est bien souvent une étape cruciale pour un jeune qui découvre alors un monde bien différent de ce qu'il a connu tant dans ses codes que dans les attentes.

En effet, même si un jeune a eu la chance de vivre une première expérience militaire et a donc acquis de nombreux savoirs-être et savoir-faire, il lui reste encore à les identifier et à les mettre en avant sur un *Curriculum Vitae*, une lettre de motivation ou encore lors d'un entretien de recrutement.

L'identification repose sur deux étapes : avoir conscience de ses acquis et pouvoir les rattacher à des besoins venant des entreprises. Ces derniers peuvent être parfois difficile à cerner pour un jeune qui ne connaît pas le domaine privé et tous les enjeux qui s'y rattachent.

La mise en avant des acquis identifiés suppose non seulement la connaissance du vocabulaire applicable mais aussi les codes de forme et de fond concernant des produits comme un *Curriculum Vitae* ou encore une lettre de motivation.

Toutes ces étapes peuvent être simplifiées grâce à un accompagnement. Cela permettrait à l'armée de faire valoir son apport et, de fait, devenir un gage de recrutement ; et aux entreprises de pouvoir plus facilement faire le pari du recrutement d'un jeune en toute confiance.

Trois groupes d'acteurs concernés par le sujet ont été identifiés. Pour chacun, il s'agit d'identifier et les attentes et les dispositifs déjà existants, sources d'inspiration. Il s'agit aussi de prendre en considération les réserves et contraintes liées à ses activités et à ses moyens.

2) Les parties prenantes concernées par ce sujet

2.1 Les Armées

- **Les attentes**

Les armées voient dans la valorisation des expériences militaires jeunesse une possibilité de **renforcer leur image de marque, leur rôle social et plus largement le lien armée-jeunesse**.

Cette valorisation constitue aussi un levier de **recrutement et fidélisation** pour certains engagements (ex : réservistes et préparations militaires).

- **Les dispositifs déjà existants**

Les armées ont déjà établi **des liens avec des entreprises** dans une logique de recrutement ou de rayonnement. Ainsi, des **dispositifs structurés existent déjà et sont opérationnels**. On peut citer :

- Le réseau de partenaires de **Défense mobilité** (reconversion des militaires),
- La politique partenariale du **Service militaire adapté** (insertion socio-professionnelle des jeunes ultramarin en difficulté)
- Les conventions de **la Garde national** (Réserve)
- Le **Comité de liaison Défense du Medef**

De plus, des documents ou des réflexions ont déjà été mis place pour valoriser des expériences militaires comme le **passport réservistes** mis en place il y a 10 ans dans le cadre des conventions de partenariats entreprises/défense.

La DSNJ construit aussi **un parcours citoyen**.

A noter : il n'y a **pas de règle relative aux lettres de recommandations** à l'issue d'un engagement. L'écriture reste donc à l'appréciation du responsable.

- **Les réserves et les contraintes**

De façon générale, la valorisation des expériences jeunesses **ne doit pas entrer en concurrence avec la politique de recrutement des Armées**.

De plus, tout nouveau dispositif (passport de compétence, tutorat, temps de formation...), doit être accompagné au risque de ne pas répondre aux attentes, ou même de desservir le processus en raison d'une mauvaise réalisation. Ainsi, il ressort des échanges au sein du groupe de travail, des ateliers et des auditions que l'élaboration des nouveaux documents doit être **accompagné de ressources associées (temps et humains)**.

2.2 Les jeunes

Dans le rapport, les jeunes ont entre **16 et 25 ans** et les expériences militaires sont des **engagement volontaires** (préparation militaire, réserve, contrats courts).

- **Les attentes**

Les jeunes questionnés voient dans la valorisation des expérience militaire un moyen de :

- Renforcer leur **confiance en eux**
- Disposer d'outils **différenciant**
- Rendre **lisibles les compétences acquises** (savoir-faire et savoir-être)
- Être **accompagnés** par les armées, y compris ceux qui ne veulent pas intégrer les armées

- **Les dispositifs déjà existants inspirant**

Certaines PMM délivrent déjà des **attestations** et réalisent des actions de rayonnement avec les jeunes.

De plus, des associations de jeunesse proposent aussi des **référentiels de compétences**, comme les Scouts et Guides de France.

Enfin, les jeunes peuvent bénéficier d'un **PEC**, outil (civil) numérique de valorisation des expériences de formation, professionnelles et personnelles.

- **Les réserves et les contraintes**

Pour les jeunes, mettre en place des supports « standardisés » pourraient entraîner une **banalisation des parcours** et avoir l'effet inverse que celui recherché (différentiation).

De plus, beaucoup d'entreprises ne sont **pas familières des expériences comme les PMM**.

2.3 Les entreprises

- **Les attentes**

Le recrutement est un défi pour les entreprises :

- il est chronophage => comment gagner du temps ?
- Besoin de se rassurer sur les compétences et le savoir-être du candidat => quelles garanties sur les savoir-être et faire des candidats ?

- **Les dispositifs déjà existants**

Des outils comme le **CPF**, ou les **VAE** sont connus des entreprises. De plus certaines sont **partenaires de la défense** (voir paragraphe « Les Armées »).

Toutefois, l'appétence de l'entreprise pour les profils militaires dépend de **la culture d'entreprise, de la personnalité du recruteur**.

- **Les réserves et les contraintes**

La multiplication des documents (lettre de motivation et recommandation, CV, CPF, passeport de compétence...), peut entraîner de la **confusion**.

Les solutions proposées doivent **parler aux recruteurs** (sur leur fond et le forme).

3) Nos préconisations

3.1 Les préconisations du GTP2



✓ Proposition un temps d'aide à l'insertion

L'objectif de cette proposition est une action concrète d'aide à la rédaction de lettre de motivation et CV – savoir vendre sa première expérience militaire jeunesse.



✓ Capitaliser sur les partenariats Entreprises/Défense

L'objectif de cette recommandation est de créer de nouveaux ponts entre le monde de l'Entreprise et de la Défense en capitalisant sur ceux existant.

✓ Recommandations

Systématiser la recommandation à travers des lettres de félicitations dans le but d'appuyer la candidature des jeunes ayant une expérience militaire jeunesse.

✓ Système de marrainage/parrainage

Offrir aux jeunes un appui dans le monde de l'entreprise à travers un réserviste ou un jeune plus âgé étant déjà dans le monde de l'entreprise. Un appel à volontaire pourrait être fait par arme ou centralisé par la Garde Nationale.



✓ Création du passeport des compétences

La solution la plus opérationnelle est la production d'un passeport de compétences à l'image du valorise-toi des scouts de France. Les jeunes pourraient alors traduire les compétences acquises lors de leur première expérience militaire dans un langage davantage civil qui soit compréhensible par les entreprises.

Conclusion :

Le groupe de travail a réfléchi sur la valorisation des différentes expériences militaire jeunesse dans la vie active.

Les jeunes engagés à travers les différents dispositifs de jeunesse de nos armées ont acquis des savoir-être et savoir-faire précieux dans la vie active.

Les valeurs guidant le monde militaire telles que l'engagement, le service, la loyauté, l'honneur et le dépassement de soi sont très précieuses dans notre société. Notre jeunesse issue, principalement de la génération Bataclan, est celle de l'engagement. C'est aussi celle qui sera demain sur le marché du travail. Une expérience militaire jeunesse donne des armes à nos jeunes pour faire la différence lors de la recherche d'un stage ou d'un premier emploi.

Malheureusement ces expériences ne sont pas assez valorisées lors d'un recrutement. Le fruit d'un long travail de prospective mêlant l'étude de document et les rencontres entre la jeunesse, les armées et le monde de l'entreprise nous amène à recommander:

- ✓ Création d'un passeport de compétences,
- ✓ Valorisation de l'engagement des jeunes via le CPF ou bénéfice d'un trimestre de retraite supplémentaire,
- ✓ Temps d'aide à l'insertion,
- ✓ Capitaliser sur les dispositifs de partenariats Entreprises/Défense,
- ✓ Encourage les recommandations,
- ✓ Dispositif de marrainage/parrainage.