



Armée de Terre : l'effet « Mali » sur le recrutement

L'intervention militaire française au Mali a eu un effet positif sur le recrutement des jeunes de 18-24 ans, a déclaré, le 28 février 2013 à Paris, le général de brigade Benoît Royal, sous-directeur recrutement à la Direction des ressources humaines de l'armée de terre. Celle-ci compte embaucher 10.000 militaires cette année, sur une population cible de 120.000 civils. Avec un budget de 800 €/jeune, elle arrive en quinzième position parmi les principaux employeurs, mais, en termes d'effectifs, à la deuxième derrière Mac Donald qui souhaite embaucher 20.700 jeunes. L'armée de Terre rencontre en effet de nombreuses difficultés structurelles : baisse générale des effectifs de la classe d'âge concernée ; effet répulsif des pertes humaines en Afghanistan ; perte de visibilité des militaires auprès de la population ; désertification militaire de zones sur le territoire national ; attentisme de la jeunesse ; contraintes du métier. Par ailleurs, les familles n'accompagnent plus leurs enfants dans les bureaux du Service d'information et de relations publiques de l'armée de terre. De plus en plus de

parents n'ont pas connu le service national. Pour combler son déficit d'image, elle recourt surtout à la publicité, de plus en plus chère mais indispensable : télévision, internet, réseaux sociaux, affichage et presse. La part d'internet parmi les origines des candidatures croît régulièrement : 31 % en 2010, 39 % en 2011, 43 % en 2012 et 53 % en 2013. Une campagne de spots télévisés entraîne 140.000 clics par semaine sur le site internet de recrutement, contre 40.000 sans spots. La campagne 2013 est la première où des scènes d'opérations sont reconstituées pour rechercher l'authenticité. Selon le général Royal, les jeunes réfléchissent sur l'idée qu'ils se font de l'armée de Terre et recherchent « *un métier qui sert à quelque chose, qui ait du sens* ». Environ 15 % des recrutés savent dans quelle arme ils veulent servir. Moins de 10 % des jeunes recrutés en 2012 étaient au chômage. La solde d'un engagé, nourri et logé, se monte à 1.200 € net par mois. Enfin, l'armée de Terre poursuit ses efforts de fidélisation du personnel. Le taux de dénonciation de contrat des engagés volontaires est en effet passé de 24,8 % en 2007 à 30 % en 2009 pour retomber à 23 % en 2012.

Loïc Salmon