



MINISTÈRE DE LA DÉFENSE

COMMISSION ARMEES-JEUNESSE

SESSION 2012-2013

**Les jeunes en situation de difficulté ou
des zones urbaines sensibles et les armées**

RAPPORT DU GROUPE DE TRAVAIL



Rappel du sujet

« Les jeunes en situation de difficulté ou des zones urbaines sensibles et les armées ».

Dans de nombreuses banlieues françaises, les jeunes ont parfois des a priori et une connaissance limitée des armées et de leurs métiers. De leur côté, les divers professionnels qui travaillent au contact de ces jeunes ne connaissent pas nécessairement toutes les opportunités de carrière dans ce secteur de la défense.

Partant de la perception qu'ont ces jeunes des armées et des notions de Patrie, de Nation, de civisme et de citoyenneté, ce sujet, qui permettra un état des lieux utile sur l'action des armées et du ministère de la défense vis-à-vis de ces jeunes, devrait amener à réfléchir aux modes de transmission des valeurs et à ce que la défense pourrait faire pour rétablir le lien avec eux.

Au-delà, il pourrait s'agir d'approfondir les actions qui pourraient être conduites en direction des éducateurs en charge de jeunes en situation de difficulté (institution d'un module "défense" dans leur parcours de formation, développement des stages du type "cohésion nationale et citoyenneté" actuellement conduit par l'IHEDN, recours plus large aux réservistes locaux à la jeunesse et à la citoyenneté...).

Membres du groupe

Présidente :

UNEF Madame CORPET Marthe

Rapporteurs :

Fondation d'Auteuil Monsieur PONS Olivier
Armée de terre Commandant KENANI Slimane
UNOR Sous-Lieutenant ® KRISTOF Hélène

AGSE Madame MAGNE Hélène
ANAJ-IHEDN Monsieur HERBERT François-Xavier
ANAJ-IHEDN Monsieur ROY David
Armée de terre Lieutenant-Colonel LALANGUE Eric
Armée de l'air Lieutenant-Colonel DUBIETZ Patricia
Association Solidarité Monsieur DUNOYER de SEGONZAC
Défense Bertrand
CFDT Madame VICTORIN Roselyne
CGPME Monsieur JOSSERAN Henri
CGT-FO Monsieur CHAULET Pierre
Chargée de mission Madame BONJEAN Jacqueline
Chargée de mission Madame BUSSON Véronique
Chargé de mission Colonel ® GIROT Jean-Claude
Chargé de mission Colonel ® CAYLA Jean-Pierre
Chargé de mission/
Réserviste EV ® GOUMOT Raphaël
CNAPE Monsieur de MULLENHEIM Philippe
DJEP VA A2 Madame GARGASSON Myriam
DICOd Monsieur IANNUZZELLA Fabio
DILA Monsieur MARTIN Eric
DMJEC/Coord. RLJC Lieutenant-colonel GARREAU Humbert

DMJEC/PEC	Monsieur JONNET Frédéric
DMPA	Monsieur CHAZAUD Quentin
DSN	Colonel DUPLANY Jean-Pierre
DSN	Lieutenant-colonel BERTHE de POMMERY François-Xavier
EPIDE	Monsieur MENAERT Vincent
EPIDE	Monsieur ROY Jean
FNASOR	Sergent ® CRAMPON Patrice
FORR/ FOMSORR	Capitaine ® KUZMANOVIC Djordje
FSCF	Monsieur BARBOTIN Gaël
FSEF	Monsieur PINSON Gérard
Gendarmerie Nationale	Lieutenant-colonel CAPELLE Olivier
Jeunesse et Montagne	Monsieur GEORGES André
Jeunesse et Montagne	Monsieur MALVERT Patrick
Ligue de l'Enseignement	Monsieur LE BORGNE Jean-François
Membre Honoraire	Madame CREVOT Corinne
Membre Honoraire	Monsieur DESLOIRE Gérard
Mer et Universités	Monsieur HELIN Vincent
Mer et Universités	Monsieur RICHE Louis-Romain
Ministère de l'Education nationale	Monsieur AUDUC Jean-Louis
Ministère de l'Intérieur	Chef d'escadron DESNOS Vincent
Ministère de l'Intérieur	Monsieur JAYR Pierre
Ministère de la Ville	Madame de TRENTINIAN Isabelle
Ministère de la Ville	Capitaine ® DEHARO Gilles
Mouvement des étudiants	Monsieur PARISY Rostaing
ONISEP	Monsieur KUPPERS Bernard
PDE	Madame GUESNE Lucie
PDE	Monsieur VUILLEUMIER Valentin
Scouts Musulmans de France	Monsieur SAHLI Abdelhak

UNEF
UNOR

Monsieur BOIX Romain
LV ® GATEAU-LEBLANC Marc

Avant-Propos :
Les propositions formulées par le Groupe de Travail

4 Grands Axes / 15 Propositions

- Améliorer les processus d'intervention des armées auprès des jeunes dans les ZUS.
- Le recrutement, clé de l'insertion des jeunes.
- Le rôle social des armées et sa fonction de transmission des valeurs.
- Quelle stratégie de communication entre les armées et les jeunes en difficultés.

• Améliorer les processus d'intervention des armées dans les ZUS

1. Mettre en place une boîte à outil qui mette en commun les expériences pour les RLJC (Réservistes Locaux à la Jeunesse et à la Citoyenneté), ainsi que favoriser les binômes de RLJC.
2. Développer la communication sur les stages infra Baccalauréat.
3. Développer le dialogue avec les jeunes, surtout dans les ZUS, même lorsqu'elles sont en désert militaire.

• Le recrutement, clé de l'insertion des jeunes

4. Permettre aux CIRFA (centre d'information et de recrutement des forces armées) d'avoir des places de recrutement réservées.
5. Mettre en avant les critères de recrutement pour vaincre l'ignorance.
6. Elargir les lieux de recrutement pour aller plus vers les jeunes en difficulté.
7. Rendre systématique les procédures de VAE (validation des acquis de l'expérience) pour les contrats.
8. Renforcer les liens entre les CQP (certificats de qualification professionnelle) et les VAE.
9. Elargir les reconnaissances de CQP dans l'ensemble des branches professionnelles.

- **Le rôle social des armées et sa fonction de transmission des valeurs**

10. Renforcer un socle commun d'enseignement avec les institutions éducatives (écoles, universités...).
11. Permettre aux armées de participer à la formation des enseignants sur les questions de défense.
12. Multiplier les contacts directs entre les jeunes en difficultés et les armées, afin de favoriser la transmission de valeurs (commémoration, visites).
13. Renouveler les grands concours de la défense tels que celui de la Résistance sur des formes accessibles à tous (musique, arts...).
14. Agir sur les acteurs de la vie des jeunes dans les ZUS (former les éducateurs...).

- **Quelle stratégie de communication entre les armées et les jeunes en difficultés**

15. Lancer un plan de communication, qui prenne en compte les particularités, les attentes et les besoins des jeunes en difficulté.

Etape 1 : Etablir un état des lieux et définir des objectifs concrets.

Etape 2 : Optimiser et promouvoir les actions déjà existantes.

Etape 3 : Initier de nouvelles actions et des opérations de promotion partenariales.

SOMMAIRE

Avant-propos : Les propositions formulées par le groupe de travail	p.9
Introduction	p.13
Partie 1 : Etat des lieux	p.18
Partie 2 : Le recrutement, clé de l'insertion	p.25
Partie 3 : Le rôle social des armées et sa fonction de transmission des valeurs	p.32
Partie 4 : Elaborer un plan de communication des armées vers les jeunes en difficulté	p.40
Conclusion	p.47
Liste des récents travaux publiés par la commission armées-jeunesse	p.49

INTRODUCTION

Notre groupe de travail et notre méthode.

Le groupe de travail était composé d'une cinquantaine de personnes issues de toute la diversité que peut compter la Commission armées-jeunesse. Cette richesse a permis de faire se confronter les avis et les thèses des uns et des autres afin de trouver des consensus qui participent à la qualité des débats et du rapport.

L'ensemble des forces armées étaient représentées permettant d'apporter leur expertise sur les interventions qui existent déjà, et sur ce sujet, l'expérience de l'armée de terre dans les CIRFA et dans le travail de recrutement et d'occupation du terrain a été particulièrement précieuse, au même titre que celle de la Gendarmerie nationale. Plusieurs représentants de la société civile ont également pu faire profiter de leurs connaissances, notamment ceux venant de structures qui s'occupent de jeunes en difficultés dans les ZUS, comme la Fondation d'Auteuil, la CNAPE (Convention nationale des associations de protection de l'enfant) ou l'EPIDE (Etablissement public d'insertion de la défense). Il convient également de faire mention de l'apport du représentant de l'Education nationale (expert reconnu dans les domaines du décrochage scolaire et des politiques d'intégration) et de ceux des associations de réservistes ou proches de la défense, ainsi que des membres des organisations professionnelles ou syndicales, entre autres de la représentante de l'UNEF (Union nationale des étudiants de France) qui a assuré la présidence du groupe.

L'objectif de ce groupe de travail a été de trouver une méthode permettant à la fois de faire participer les expériences personnelles de chacun, mais aussi de puiser dans des interventions extérieures d'experts.

Plusieurs exposés ont ainsi été tenus :

- une présentation des centres pour jeunes par des responsables du CNAPE, de l'EPIDE et de la Fondation d'Auteuil ;
- une présentation par M. Frédéric JONNET, chargé de mission du plan Egalité des Chances du ministère de la défense ;
- une présentation sur la reconversion après une expérience dans les armées.

Le contexte dans lequel s'est ouverte la réflexion que nous avons portée.

Notre sujet traitait de l'intervention des armées dans les Zones Urbaines Sensibles et auprès des jeunes en difficulté.

Une difficulté grandissante dans les ZUS

Selon une définition de l'INSEE, les ZUS sont des territoires infra-urbains définis par les pouvoirs publics pour être la cible prioritaire de la politique de la ville, en fonction de considérations locales liées aux difficultés que connaissent les habitants de ces territoires. La loi du 14 novembre 1996 de mise en œuvre du pacte de relance de la politique de la ville distingue trois niveaux d'intervention :

- les zones urbaines sensibles (ZUS) ;
- les zones de redynamisation urbaine (ZRU) ;
- les zones franches urbaines (ZFU).

Les trois niveaux d'intervention ZUS, ZRU et ZFU, caractérisés par des dispositifs d'ordre fiscal et social d'importance croissante, visent à répondre à des degrés différents de difficultés rencontrées dans ces quartiers.

Le contexte dans lequel nos travaux se sont ouverts n'est pas anodin. Le récent rapport ONZUS¹, rapport annuel remis au ministère de la ville, traduit un accroissement des difficultés et des inégalités dans les Zones Urbaines Sensibles. Il constate, cette année, que les habitants de ces zones sont plus touchés par la crise que le reste de la population nationale. Ainsi, la part de la population vivant sous le seuil de pauvreté y est de 36,1%, soit presque trois fois plus élevée que dans les autres agglomérations ; tandis que le taux de chômage est en augmentation, touchant particulièrement les jeunes (40,7 % chez les garçons) et, de plus en plus, les seniors. S'agissant de l'éducation, le rapport constate le retard scolaire des collégiens de ZUS et l'orientation majoritaire en filière professionnelle des lycéens qui sont résidents de ZUS.

¹ Rapport de l'Observatoire National des Zones Urbaines Sensibles remis le 16 novembre 2012 au ministre de la Ville.

Une situation des jeunes préoccupante

La France compte aujourd'hui 22,7% de chômeurs chez les jeunes, la tranche d'âge retenue pour cette étude étant celle de 15 à 24 ans. Ce taux est à nuancer selon le niveau de formation. Chez les jeunes n'ayant aucun diplôme, ce taux s'élève à 45%, contre 10% pour les jeunes titulaires d'un diplôme de l'enseignement supérieur. L'accès au diplôme est donc primordial dans la lutte pour l'accès à l'emploi et notamment celui des jeunes. Mais seul un jeune sur deux s'engage dans des études supérieures et 27% atteindront le niveau licence². Selon les chiffres du Conseil Economique Social et Environnemental (CESE), ce sont près de 900 000 jeunes qui ont, d'une manière cumulée, quitté le système scolaire sans diplôme.

Mais ce qui caractérise particulièrement la période d'insertion professionnelle des jeunes, diplômés ou non, c'est la précarité à laquelle ils doivent faire face. Près de 33% des jeunes sont en CDD (contre 12% sur le reste de la population). Beaucoup de jeunes ne sont pas comptabilisés comme chômeurs, mais alternent des périodes de travail entrecoupées de chômage ou de temps partiels. Il faut en moyenne 5 ans à un jeune pour signer son premier CDI. Cette précarité professionnelle se traduit par une situation financière compliquée, puisque 20% des jeunes vivent aujourd'hui sous le seuil de pauvreté. Ce constat est accentué selon les inégalités sociales, territoriales, financières.

Le CEREQ, Centre d'Etude et de Recherche sur les Qualifications, a rendu un rapport en 2011 traduisant les difficultés prononcées des jeunes issus des Zones Urbaines Sensibles lorsqu'il s'agit de leur insertion professionnelle :

« Le lieu de résidence des jeunes à la fin de leurs études influe sur leurs conditions d'accès à l'emploi. Un géocodage, réalisé en partenariat avec le secrétariat général du Comité interministériel à la ville, a, en effet, permis d'identifier finement le lieu de résidence des jeunes. Sont ici distingués les jeunes qui habitaient en 2004 dans une zone urbaine sensible (ZUS), ceux qui habitaient dans un autre quartier de la politique de la ville et ceux qui étaient dans une unité urbaine contenant un quartier de la politique de la ville, mais hors de ce quartier. Deux résultats principaux résultent des modélisations économétriques réalisées.

² Niveau Licence, Bac +3 obtenue à l'Université, ou école d'ingénieurs et autres écoles reconnues par l'Etat.

- *Le premier est que l'« effet quartier » est réel. Autrement dit, les jeunes qui habitaient dans un quartier de la politique de la ville à la fin de leurs études ont plus de difficultés que les autres à accéder à l'emploi.*
- *Le second est que cet effet peut être qualifié d'hétérogène dans la mesure où il n'existe pas pour toutes les catégories de jeunes. Résider dans un quartier de la politique de la ville à la fin des études ne les pénalise pas forcément tous. »*

Des propositions pragmatiques, conscientes des contraintes budgétaires des armées.

Les réflexions du groupe de travail se sont ouvertes dans un contexte qui n'est pas banal pour les armées. Le Livre blanc de la défense a été remis au président de la République le 29 avril dernier à l'Élysée, après neuf mois de discussions et d'arbitrages. Il prévoit la poursuite des baisses d'effectifs prévues jusqu'en 2015 (soit 10 000 postes) et la suppression de 24 000 postes supplémentaires dans les quatre années qui suivent. L'objectif, donc, des solutions proposées par le groupe de travail, était qu'elles répondent à la nécessité de pragmatisme issue de la situation budgétaire.

Quelle(s) intervention(s) des armées auprès des jeunes en difficultés et dans les Zones Urbaines Sensibles ?

La première mission de notre groupe de travail a été de définir le sujet qui nous est posé.

Dès les premières séances, c'est en s'appuyant sur l'expérience des centres d'accueil pour jeunes, que nous avons repris leur définition des jeunes en difficulté. A savoir :

Un jeune de 11 à 25 ans, faisant face à des difficultés sociales familiales et, ou scolaires, lui faisant perdre confiance en lui, rompre avec sa famille et les institutions, est en risque ou en état de marginalisation. Les types de difficultés peuvent être variées, d'origines sociales, familiales (relations conflictuelles, carences parentales...) ou scolaires (absentéisme, déscolarisation...).

Le choix qui a été fait est de privilégier une définition sociale à une définition géographique. Les Zones Urbaines Sensibles sont définies par la politique de la ville selon des zones géographiques ciblées. Les jeunes en difficultés ne sont pas tous dans les Zones Urbaines Sensibles, et les Zones

Urbaines Sensibles ne sont pas uniquement composées de jeunes en difficultés. Notre groupe s'est donc attaché aux jeunes en difficulté, telles que la définition a été constituée. Tout en étant conscients que les Zones Urbaines Sensibles concentrent, plus que partout ailleurs, nombre de ces jeunes en déshérence sociale et sortis du système scolaire.

Plusieurs problématiques ont été soulevées.

Ce n'est pas la première fois que les armées abordent la question de leur intervention auprès des jeunes en difficulté. Plusieurs initiatives ont déjà été prises, notamment le Plan Egalité des Chances. Nous nous devons ainsi de répertorier ce qui a déjà été fait afin d'envisager ce qui pourrait être fait avec les moyens dont les armées disposent.

D'autre part, Il a été plusieurs fois rappelé que la première préoccupation des jeunes en difficulté est celle d'avoir une situation sociale stable, et d'avoir un emploi. La question du recrutement s'est donc naturellement posée.

Ensuite, l'objet de ce rapport concerne directement la mission sociale des armées, celle de la transmission des valeurs et de la participation des armées au parcours citoyen.

Enfin, il s'agissait d'aborder la manière dont les armées peuvent s'adresser aux jeunes concernés par cette étude. Que ce soient les supports ou les messages qu'elles peuvent porter, nous nous devons d'avoir une réflexion sur la communication.

PARTIE 1 – ÉTAT DES LIEUX.

Le sujet de l'intervention de la défense auprès des jeunes en difficulté n'est pas nouveau, la défense agit déjà à travers plusieurs actions :

- Le plan égalité des chances, mis en place en 2007, qui a pour objectif de développer les valeurs de citoyenneté, de mieux faire connaître la communauté de défense, et de rendre plus accessibles les métiers de la défense aux jeunes et, plus particulièrement, à ceux issus de milieux modestes³ ;
- La Journée Défense et Citoyenneté, qui a remplacé en 2010 la Journée d'Appel et de Préparation à la Défense ;
- Le Service Militaire Adapté qui est un dispositif militaire d'insertion socioprofessionnelle destiné aux jeunes volontaires les plus éloignés de l'emploi au sein des Outre-mer français ;
- Le recrutement de 15 000 jeunes par an, dont 10 000 peu ou pas qualifiés.

1. Le Service Militaire Adapté (SMA)

Le Service Militaire Adapté existe depuis 50 ans en Outre-Mer. Il est financé par le ministère de l'Outre-Mer, et propose 3000 places de stage par an. Ce dispositif associe une formation citoyenne, militaire et professionnelle, en travaillant à la fois sur le « savoir », le « savoir-faire » et le « savoir-être » de jeunes ayant été confrontés à l'échec scolaire. Il permet par cet esprit à plus de 3000 jeunes de bénéficier d'une préparation à 50 métiers, avec un taux d'insertion de près de 80 %. L'objectif fixé pour 2014-2015 est de toucher 6000 jeunes par an.

2. Le Plan Egalité des Chances (PEC)

Le plan égalité des chances du ministère de la défense revêt plusieurs aspects. Il est suivi par le Délégué ministériel à la jeunesse et à l'égalité des chances (DMJEC), nouveau poste créé par le ministre de la défense Jean-Yves Le Drian. Le délégué anime, coordonne et fait connaître les actions de

³ Définition du Plan Egalité des Chances du ministère de la Défense, disponible sur le site : www.defense.gouv.fr

l'ensemble du ministère vers la jeunesse et peut s'appuyer, entre autres, sur les travaux de la commission armées-jeunesse.

Les Réservistes Locaux à la jeunesse et à la citoyenneté (RLJC)

Les RLJC ont été mis en place en 2003 mais réellement relancés depuis 2009. Leur rôle est d'assurer une sensibilisation grâce à 163 bénévoles présents dans tous les quartiers sensibles prioritaires, et notamment des Zones Urbaines Sensibles (ZUS). Afin de coordonner l'action des RLJC avec les actions publiques, les élus locaux, municipaux, départementaux principalement sont avertis de l'existence du RLJC. Pour son fonctionnement, le RLJC est rattaché au Délégué Militaire Départemental (DMD) qui est placé auprès du préfet. Un coordinateur existe au niveau de chaque zone de défense, le coordinateur national appartient lui, directement à l'équipe du DMJEC.

Il a trois rôles principaux :

- La diffusion des principes de citoyenneté et civisme ;
- La sensibilisation des jeunes à l'institution militaire ;
- L'information sur le PEC (Plan Égalité des Chances) et les possibilités d'insertion professionnelle offertes par les armées.

Afin de remplir sa mission, le RLJC dispose de moyens de communication, comme la revue « Armées d'aujourd'hui » ou des publications et flyers à la destination des jeunes publiés par la Dicod.

Le suivi des RLJC est délicat. D'une part, les risques de dérive étant réels, il est nécessaire de rester attentif à toute maladresse. D'autre part, les RLJC font parfois remonter des difficultés liées à un sentiment d'isolement, bien compréhensible au regard d'une mission dont la réussite repose principalement sur l'engagement et le dévouement individuel.

Afin d'améliorer le fonctionnement des RLJC et de les irriguer par un flux d'information suffisant au bon déroulé de leur mission et de s'appuyer sur les bonnes pratiques qui sont mises en place, le groupe de travail propose d'instaurer un système de mailing adressé aux RLJC avec des fiches pratiques, des idées d'action et un journal de bord. Ces différents outils ont pour but de mutualiser les bonnes pratiques afin de constituer une boîte de ressources. Jumeler les RLJC afin qu'ils agissent par équipe et qu'ils s'aident mutuellement semble également une idée sur laquelle il faudra s'appuyer dans le futur. Enfin, dans la même dynamique que le Comité interministériel à la jeunesse, l'augmentation du nombre de RLJC est

préconisée pour leur permettre d'être plus efficaces, notamment en couvrant un plus large territoire et en étant encore plus au contact des jeunes.

PROPOSITION N°1

Mettre en place une boîte à outils qui mette en commun les expériences pour les RLJC, ainsi que favoriser les binômes de RLJC.

Les stages du ministère de la défense

Les stages proposés par le ministère de la défense sont réalisés dans le cadre du PEC. La partie des stages du niveau Bac +3 à Bac +7 est gérée par la commission armées-jeunesse, qui possède donc une offre de 500 stages dont 300 sous contrats rémunérés au SMIC. Les autres stages, ouverts de la 3^{ème} à un niveau Bac+2 sont gérés par la DRH-MD et ouvrent droit, en fonction des secteurs, aux gratifications prévues par la loi. Ces stages sont ouverts à tous les jeunes y compris ceux en situations de difficultés sans qu'il existe de quotas ou de places réservées.

L'ensemble des stages est répertorié dans une banque de stages disponible sur internet. Au total 13 000 places sont proposées dont 9 000 infra-bac. Il serait nécessaire d'améliorer la publicité et la communication sur ces stages et leurs débouchés.

PROPOSITION N°2

Développer la communication sur les stages infra Baccalauréat

Le tutorat par des élèves des grandes écoles

Afin de valoriser la mixité sociale et de lutter contre l'autocensure de certains jeunes, le Plan Egalité des Chances a mis en place un tutorat entre des jeunes issus des grandes écoles militaires et des jeunes en difficulté, notamment dans les ZUS.

L'extension de cette opération semble difficile, entre autres pour des raisons géographiques liées à la distance entre certaines de ces grandes écoles militaires et les ZUS et d'effectifs relativement limités dans ces écoles. L'augmentation des places en lycée militaire, tel que le prévoit le PEC pourrait constituer une priorité mais il peut, par ailleurs, apparaître utile de

ne pas remettre en cause les équilibres existant au sein de ces établissements. D'autres solutions, comme un travail interministériel sur l'accompagnement scolaire, se doivent donc d'être déployées.

Les « périodes » militaires

La défense propose 14 000 stages de périodes militaires d'initiation (PMI) par an. Ces stages semblent plutôt correspondre à la volonté d'inculquer les connaissances requises pour rejoindre les armées (engagés volontaires ou réservistes). Ces stages sont ouverts pour les jeunes d'un niveau d'étude équivalent à la 3^{ème}. Afin d'en faire un véritable outil, il s'agit d'améliorer la communication à leur sujet.

Les partenariats qui agissent en faveur de la jeunesse

Ils recouvrent des formes très diverses comme l'illustrent les formules mentionnées ci-dessous :

- Les partenariats de formation défense, qui touchent 500 jeunes de lycées professionnels ;
- Les opérations Villes-vie-vacances : les armées pendant l'été, accueillent sur leurs sites, organisent les transports et les activités de plus de 150 jeunes encadrés par leurs animateurs ;
- Le Permis Sport-Emploi : Initiée par GDF SUEZ et la Fondation Agir Contre l'Exclusion (FACE), en partenariat avec le ministère de la Défense, l'opération « Permis sport-emploi » a permis à près de 200 jeunes d'accéder à l'emploi après un parcours formateur de six mois ;
- « L'Armada de l'espoir » : 4 jours à bord de 7 voiliers traditionnels pour 140 jeunes.

L'EPIDE

L'EPIDE (Etablissement Public d'Insertion de la Défense) est un établissement public administratif, créé en août 2005 et placé sous la triple tutelle des ministères chargés de la Défense, de l'Emploi et de la Ville.

La mission de l'EPIDE est l'insertion sociale et professionnelle de jeunes adultes en difficulté âgés de 18 à 25 ans révolus, sans qualification professionnelle ni emploi, en situation de retard ou d'échec scolaire (plus de 10% sont illettrés), ce qui les place en risque de marginalisation. Il accueille des jeunes pendant une période de 6 à 9 mois.

Les jeunes correspondant à ce profil intéressés par cette offre de services s'inscrivent librement dans un centre, en général le plus proche de leur lieu de résidence habituel : ils peuvent s'inscrire à l'EPIDE auprès de leur Mission Locale, lors de leur Journée Défense et Citoyenneté (JDC) ou directement via le site Internet de l'EPIDE : www.epide.fr. C'est ainsi que l'EPIDE attire chaque année une petite partie des jeunes⁴ en difficulté.

Pour réaliser cette mission, l'EPIDE propose à ces jeunes un parcours pédagogique adapté à leur situation et exclusivement dispensé sous le régime de l'internat de semaine. L'EPIDE intervient comme un maître d'œuvre agissant sur quatre composantes permettant l'insertion sociale et professionnelle, compte tenu du profil des jeunes volontaires.

Le bilan en 2012 :

- 2500 places et, en tout, 3500 jeunes accueillis ;
- 34% des jeunes viennent de ZUS ;
- 18 centres surtout dans le Nord et l'Ouest de la France (rien en Midi-Pyrénées, 1 seul centre dans le Sud-Est).

L'implantation des EPIDE montre tout de même une difficulté quant à leur accès. Un développement homogène de ces établissements sur l'ensemble de la France permettrait, au travers d'une meilleure couverture territoriale, de mieux répondre aux besoins.

Conclusion :

Le Plan Egalité des Chances, même si les armées connaissent des limites pour le mettre en œuvre plus largement, montre que la bonne volonté existe pour faire de l'intervention et du lien avec les jeunes en difficulté un objectif.

Pour autant, les différentes mesures du Plan Egalité des Chances montrent qu'il n'y a aujourd'hui pas de grandes mesures plus générales pour participer à l'émancipation sociale des jeunes en difficulté.

⁴ Il ne s'agit que de jeunes volontaires pour l'insertion.

3. Les Journées défense et citoyenneté (JDC)

Une occasion unique pour les armées (voir près de 800 000 jeunes chaque année)

La Journée Défense et Citoyenneté a remplacé en 2010 la Journée d'Appel et de Préparation à la Défense (JAPD). Cette journée est organisée en modules thématiques : notamment découverte des métiers de la défense.

Les armées soulignent la difficulté pour animer ces journées. Les animateurs, qui bénéficient d'une formation assez succincte, ne sont pas forcément des volontaires. Les JDC nécessitent plus de 36 000 intervenants par an. Il a semblé judicieux au groupe de ne pas limiter aux seuls sous-officiers ou officiers la possibilité d'animer ces JDC et de les ouvrir aux jeunes caporaux ou quartiers maitres dès lors que ceux-ci seraient en mesure de témoigner efficacement de leur expérience et des raisons de leur engagement.

De nombreux retours amènent à penser que la densité de la journée, l'enchaînement des modules, sont assez indigestes et permettent d'autant moins de communiquer véritablement que la JDC est le lieu d'expression de plusieurs ministères. D'autre part, la journée n'est pas très interactive, avec environ 50 personnes par salle.

Au cours de cette JDC, les jeunes décrocheurs sont reçus individuellement pour les orienter vers des plateformes de décrochage ou vers l'EPIDE. Il s'agit de 10% des effectifs, soit 80 000 jeunes. Les jeunes intéressés par un engagement seront ensuite contactés par les CIRFA. Les centres du service national s'assureront, de leur côté, du suivi des décrocheurs.

Le ministère semble avoir pris en compte les diverses difficultés mentionnées puisqu'une réflexion est en cours pour rénover cette JDC afin de la rendre plus attractive et son contenu plus lisible.

4. Autres actions ponctuelles du ministère de la défense

Intervention au cours des parcours de formation des éducateurs

Aujourd'hui les armées n'interviennent pas dans les écoles de travail social, notamment dans les Instituts Régionaux du Travail Social. Il serait

intéressant de faire intervenir des CIRFA dans ces écoles dans un esprit citoyen de recrutement dans les armées mais aussi pour contribuer au développement d'une connaissance mutuelle.

PROPOSITION N°3

Développer le dialogue avec les jeunes, surtout dans les ZUS, même lorsqu'elles sont en désert militaire.

PARTIE 2 – LE RECRUTEMENT, CLÉ DE L'INSERTION

Dans une société où le niveau de diplôme demeure une référence pour l'emploi et la rémunération, nombreux sont ceux qui ne se sentent pas suffisamment « armés » pour intégrer le monde du travail et se construire un avenir. Pourtant, c'est le potentiel des candidats, et non leurs diplômes, qui intéresse les armées et fait l'objet d'une évaluation. Les armées peuvent se révéler un tremplin, pour celles et ceux qui satisfont aux quelques critères de recrutement, grâce aux méthodes de formation, aux outils d'évaluation et aux comportements acquis.

1. Recruter pour insérer.

Le premier outil de recrutement : le CIRFA

Depuis le 1er septembre 2008, les organismes d'information et de recrutement des trois armées portent l'appellation de « Centre d'Information et de Recrutement des Forces Armées » (CIRFA). Situé en centre-ville, il a pour rôle de renforcer la capacité de recrutement des trois armées, tout en préservant leur identité au travers de l'élaboration et de la mise en œuvre de leur propre politique de recrutement. *In fine*, d'une part, il améliore la qualité du service rendu au candidat à l'engagement (affirmation du CIRFA comme **point d'entrée unique pour les candidats**, élargissement des plages d'ouverture au niveau de l'accueil...), d'autre part, il simplifie pour tous les partenaires externes (lycées, collèges, Centres d'Information Jeunesse, missions locales...) l'accès à l'information, par l'identification d'un point de contact.

Les missions du CIRFA au-delà de l'accueil physique des candidats à l'intérieur de ses locaux, de la constitution des dossiers, des entretiens d'information et d'orientation, se déroulent au travers de différentes informations délivrées soit :

- dans le cadre de la **campagne scolaire**, sous forme de conférences, de forums ou de point-rencontre à la demande des chefs d'établissements ;
- dans le cadre **d'actions événementielles** (foires, forums emploi, salons diverses...) ;
- directement **auprès des professionnels de l'emploi et de l'insertion** des jeunes (pôles emplois, BIJ, CIO, missions locales, AFIJ, CIDJ...) ;

- directement **auprès des jeunes** qui se rendent sur les permanences tenues dans différentes villes de la région.

Le CIRFA constitue dans ces campagnes le préalable au travail des recruteurs. Afin de toucher de plus en plus ces jeunes et d'être toujours au plus près de leurs problématiques, les recruteurs doivent investir de nouveaux terrains et notamment les lycées professionnels et technologiques, ainsi que les Centres de Formation des Apprentis (CFA) qui ne sont que très rarement concernés par les forums d'études supérieures mais qui constituent pourtant une terre de recrutement favorable.

Un frein a toutefois été constaté venant de l'impossibilité de pouvoir toujours répondre positivement à un candidat à l'engagement faute de pouvoir disposer immédiatement d'une place disponible.

PROPOSITION N°4

Permettre au CIRFA d'avoir des places de recrutement réservées au profit de ces jeunes venant des ZUS et susceptibles de donner satisfaction au sein des armées

Avantages et inconvénients du recrutement dans les armées

L'existence d'une non-discrimination à l'embauche est primordiale. À ce sujet, les jeunes ont bien conscience de la possibilité d'être recrutés sans être victimes de leurs origines sociales (lieux de vie, quartiers, départements) ou ethniques. La présence de différents autres facteurs sont gages d'attractivité : leur CV qui sera étudié dans tous les cas et ne finira pas directement dans une corbeille, la rencontre avec un employeur (conseiller en recrutement) est garantie avec un rendez-vous à la clé. L'armée est un lieu synonyme d'ascension sociale reconnue (escalier social).

L'assurance de sa propre autonomie par l'indépendance financière constitue un débouché recherché par les candidats à l'engagement. L'hébergement gratuit est assuré dès l'engagement. L'alimentation en service est prise en charge. Un jeune même sans diplôme a toute sa place s'il réussit les tests de recrutement (entretiens, visite médicale, tests physiques et psychotechniques).

Aussi paradoxale que cela puisse paraître, l'image de rigueur, de discipline et de valeurs ne freinent pas les ardeurs des candidats issus de zones dites sensibles. Cette recherche d'un cadre structuré (souvent absent dans leurs repères familiaux) est même souvent un atout décrit dans leurs motivations. Enfin, si le poids de l'uniforme n'est certes pas forcément facile à porter

(l'Etat régalien n'a pas forcément, toujours et de plus en plus, toute sa place au cœur des ZUS), le port de celui-ci, une fois l'engagement effectué, gomme toute différence sociale au sein de l'univers militaire et de sa caserne proprement dite. On retrouve ainsi une neutralité qui garantit l'égalité de traitement de tous les soldats.

Il existe pourtant, aujourd'hui, toujours une autocensure très prononcée chez les jeunes en difficulté dans leur projection dans l'univers militaire. On la retrouve à tous les niveaux, même chez les jeunes diplômés pour qui un choix de carrière élitiste (type Saint-Cyr) est trop complexe (pas ou peu éprouvé par des personnes connues de leur réseau) ou hors de portée avec tous les poids précédemment évoqués.

La limite posée par la question du casier judiciaire laisse tout de même un questionnement : peut-on reprocher à un être humain d'avoir fait une erreur, et de vouloir repartir de zéro dans les armées ?⁵

Les jeunes femmes semblent plus prêtes à « franchir le pas » que leurs homologues masculins, les limites venant de leur entourage extérieur : la sphère familiale souvent pesante (religion, père, frères) mais aussi la cité ou le quartier avec ses règles peu propices à l'épanouissement personnel et souvent vécues de façon étouffante.

Remarque : La présence depuis 2007 des aumôniers musulmans au contact des unités de combat est accueillie de manière positive en termes de reconnaissance.

PROPOSITION N°5

Mettre en avant les critères de recrutement pour vaincre l'ignorance

⁵ Ce point ne fait pas l'unanimité dans le groupe de travail, une partie de celui-ci ayant argumenté que la présence d'un casier judiciaire ne doit pas justifier le refus d'embauche et considérant qu'à partir du moment où la condamnation a été effectuée, la dette à la société a été payée.

Aller toujours plus au contact des jeunes

Se positionner sur le terrain du recrutement ne consiste pas seulement à exploiter son bassin selon un format défini et avec des acteurs identifiés, mais à élargir son champ de vision en allant directement au contact des jeunes en difficulté. Il s'agit d'innover au travers d'opérations de promotion et de recrutement atypiques afin de permettre aux jeunes en recherche d'emploi ou en phase d'orientation, d'obtenir des informations sur les spécialités, sur la vie au quotidien de soldat ou encore sur les différents parcours professionnels proposés par les trois armées.

De plus, la méconnaissance des armées et du métier de soldat va grandissante au sein de la population française (2013 : début de la génération Z, dont les pères n'ont pas fait le service militaire du fait de sa suspension). Promouvoir et entretenir un lien le plus étroit possible avec la population, en particulier les jeunes Français, est une nécessité pour assurer la réussite du recrutement. Changer l'image des armées - et permettre une véritable communication avec ces jeunes - doit passer par un échange direct d'information.

Dans les Zones Urbaines Sensibles, l'accueil des conseillers en recrutement n'est pas hostile mais pour plus d'efficacité il est souvent mieux de se faire accompagner par des personnes « connues » ou « reconnues » ce qui facilite le contact et permet une communication apaisée.

Ce travail de terrain n'est malheureusement que très peu effectué sur les ZUS qui ne sont pas à proximité d'une unité militaire. Il est donc nécessaire que le plan de recrutement national soit vraiment coordonné pour pouvoir toucher l'ensemble des zones.

PROPOSITION N°6

Elargir les lieux de recrutement pour aller plus vers les jeunes en difficulté

2. Un premier emploi dans les armées, une clé d'insertion pour les jeunes en difficultés

Dans un rapport du centre d'analyse stratégique de 2009⁶, la capacité de l'économie nationale à proposer à une génération, une situation équivalente ou améliorée par rapport à celle de la génération précédente, est décrite « en panne ». Pire, la société française observe même une tendance au déclassement. Le sociologue Camille Peugny illustre cette situation en pointant les 22 à 25 % de trentenaires et de quadragénaires qui, aujourd'hui, se situent plus bas dans l'échelle sociale que ne l'étaient leurs parents, contre 18% au début des années 1980 (« *Le déclassement* », Camille Peugny, éd. Grasset 2009). D'où l'importance pour les armées d'être en mesure de proposer en leur sein de remettre en route l'échelle sociale, et de préparer ensuite ces jeunes à une insertion professionnelle de qualité.

Un rôle social des armées : promotion et reconnaissance

Bien intégrés dans leurs unités, ils seront régulièrement évalués par leurs cadres de contact et le commandement dans les domaines, entre autres, du sport et du rendement dans la fonction. **Cette évaluation du « travail bien fait » leur donnera la reconnaissance à laquelle ils aspirent fortement** : confiance en soi, passage au grade supérieur, accès à des responsabilités supérieures, voire changement de corps (sous-officiers, par exemple).

L'ascension sociale permet à ceux qui le veulent de dépasser leur « statut initial de non diplômé », en se donnant un avenir immédiat au sein des armées, avant de faire fructifier ce vécu militaire au sein de la société civile. Par l'intégration dans leurs unités, les engagés sont régulièrement évalués par leurs cadres de contact et le commandement, dans des domaines comme le sport ou le rendement dans la fonction. Cette évaluation continue leur donnera une reconnaissance de leur travail, tant en termes de confiance en soi, de passage au grade supérieur ou encore de l'accès aux responsabilités supérieures, voire même un changement de corps (sous-officiers, par exemple). L'escalier social est une réalité : par exemple en 2012 dans l'armée de Terre, 70 % des sous-officiers sont recrutés parmi les militaires du rang, et 50% des officiers de carrière sont recrutés dans le corps des sous-officiers.

⁶La mesure du déclassement : informer et agir sur les nouvelles réalités sociales, 9 juillet 2009.

Une acquisition de qualification par l'expérience, permettant une reconversion réussie.

À la fin de son contrat de 4 ans, tout militaire peut avoir accès à l'Agence de reconversion de la défense qui organise sa reconversion vers le monde civil. Aujourd'hui « Défense mobilité » souhaite affirmer sa volonté d'être reconnue et identifiée comme « l'Agence emploi de la Défense ». À ce titre, elle a lancé mi-mars 2011 une nouvelle campagne de communication avec pour ambition de s'établir comme une marque dans le paysage des professionnels pour l'emploi et de créer un réflexe Défense Mobilité.

A ce jour, 3 militaires sur 4, ayant recours aux services de l'agence, réalisent pleinement leur **transition professionnelle externe** vers le monde de l'emploi civil. L'objectif est donc de le faire savoir et de rendre plus visible l'offre de service tant en interne auprès des bénéficiaires de la défense (militaires, civils de la défense et leurs conjoints), que vers les entreprises et le réseau des professionnels du recrutement.

Pendant toute leur expérience dans les armées, les jeunes recrutés seront formés à des qualifications spécifiques. Les acquis seront mis en œuvre durant le contrat d'engagement au sein des unités lors d'exercices ou de missions, que ce soit en métropole ou à l'étranger. Leur motivation et les moyens mis à disposition en termes de formation continue permettront, le moment venu, de préparer au mieux leur retour à la vie civile, notamment grâce aux équivalences des brevets et qualifications obtenus en tant que militaire, et aux formations d'adaptation existantes. Par les CQP (les certificats de qualifications et de compétences professionnelles) et les VAE (Validation des Acquis et de l'Expérience) l'expérience au sein des armées permet une reconnaissance d'un niveau de qualification supérieur plus élevé à la sortie des armées qu'à l'entrée.

Le processus de CQP est quasiment automatique. Cependant, ceux-ci doivent être négociés par les organisations syndicales et patronales branches par branches et ne concernent aujourd'hui qu'une partie du monde professionnel. D'où l'importance d'étendre cette possibilité de reconnaissance au milieu le plus large possible.

Les VAE sont plus rares dans les armées. Ouvertes à la fin d'un contrat, et facultatives, peu de jeunes, surtout ceux issus des milieux les plus défavorisés, se lancent dans le processus long et complexe des VAE. Pourtant elles constituent la méthode de reconnaissance des qualifications la plus reconnue tant dans le milieu professionnel qu'universitaire. Elles permettent ainsi une insertion dans le monde du travail mais également la

possibilité d'une continuation d'études. Il apparaît nécessaire de rendre automatique la VAE à l'ensemble des militaires et de leur faire valider de manière continue tout au long de leur contrat (et pas simplement dans les derniers mois de leur expérience) les étapes des VAE. Cela permettrait de lutter contre l'autocensure qui est particulièrement élevée, ainsi que contre la démotivation qui peut toucher les engagés à la fin de leur contrat.

PROPOSITION N°7, 8, 9

Rendre systématique les procédures de VAE pour les contrats

Renforcer les liens entre les CQP et les VAE

Elargir les reconnaissances de CQP dans l'ensemble des branches professionnelles.

PARTIE 3 – LE RÔLE SOCIAL DES ARMÉES ET SA FONCTION DE TRANSMISSION DES VALEURS.

En France, le rôle social des armées participe de son identité. Depuis la conscription et en particulier depuis la fin du XIX^{ème} siècle, l'armée s'est interrogée sur son rôle en interne de promotion sociale et sur son rôle en externe dans la société. Avec la conscription, de fait les armées avaient un rôle social dans la Nation, puisque l'ensemble d'une génération masculine passait sous les drapeaux. Les armées étaient ainsi en mesure, par la formation civique, l'éducation, le sens du bien commun, la solidarité et la fraternité, de diffuser ces valeurs inhérentes au milieu militaire dans une grande partie de la société. Le service national participait donc à la formation du parcours citoyen et mettait en avant la mixité sociale, les valeurs républicaines et les valeurs de solidarité.

1. Promouvoir les valeurs des armées et de la République.

Les armées ont joué un rôle d'éducation assez primordial. En étant en mesure de faire un véritable bilan sur l'état de santé et de lettrisme dans la société, le service militaire avait également un rôle d'insertion professionnelle. Il offrait, par exemple, aux jeunes la possibilité de passer le permis de conduire, ou simplement d'aider les plus démunis à apprendre à lire. Avec la suspension du service national, il y a des valeurs universelles de la société que les armées doivent pouvoir contribuer à transmettre aux jeunes comme l'esprit de solidarité, de défense, de citoyenneté qui visent à forger l'identité de la Nation et le sens collectif et trouver d'autres biais pour y parvenir.

Néanmoins le rapport aux jeunes n'a pas toujours été si simple et linéaire, et les conflits auxquels ont dû répondre les armées ont dissocié la cohésion induite par le service militaire et l'engagement individuel des jeunes (pour exemple : la guerre d'Algérie, ou encore l'intervention en Afghanistan). Aujourd'hui, les plus jeunes ne connaissent le monde militaire que par bribes : reportages télévisés, défilé du 14 juillet, jeux vidéo, les témoignages et la Journée défense citoyenneté (JDC).

Pour la jeunesse en difficulté, souvent c'est l'exclusion sociale qui prédomine dans ses rapports à la société. Ruptures familiales, rupture

éducative, isolement social sont des sentiments qui traversent une partie des jeunes. L'élévation du niveau de chômage des jeunes, et le sentiment d'être la génération sacrifiée qui vivra moins bien que ses parents ne font qu'accentuer cette situation. Dans les Zones Urbaines Sensibles, cette réalité prend particulièrement tout son sens. C'est le sens de notre problématique. Comment les armées, qui sont d'une manière générale et caricaturale considérées comme ayant un rôle plutôt d'agresseur que de soutien, peuvent-elles assumer cette fonction de cohésion, de transmission des valeurs auprès des jeunes en difficulté et dans les zones urbaines sensibles ?

2. Promouvoir le rôle social des armées

L'un des rapports du groupe de travail pour l'année 2009-2010, définit le rôle social des armées en plusieurs missions essentielles :

Le développement de l'esprit de défense

Afin d'assurer le complément indispensable à la constitution d'une armée essentiellement professionnelle, les armées se doivent de faire adhérer le citoyen aux objectifs de défense. Étape essentielle du parcours citoyen, la JDC, par exemple, contribue à légitimer l'effort de défense auprès des 780 000 jeunes reçus annuellement.

Le rôle d'insertion

En travaillant à la fois sur le « savoir », le « savoir-faire » et le « savoir-être » de jeunes ayant été confrontés à l'échec scolaire, les armées doivent participer à cet esprit en mettant en avant auprès des jeunes les valeurs de citoyenneté, faisant mieux connaître la communauté de défense et en rendant plus accessibles les métiers de la défense à tous les publics de jeunes.

L'éducation à la citoyenneté

Les armées participent à la constitution du parcours citoyen en étant promoteur des valeurs nécessaires à la cohésion, et à l'adhésion à la République.

L'assistance à la population

Même s'il ne s'agit pas de leur mission première, les armées participent aux valeurs de fraternité et de solidarité en étant directement sur le terrain, aux côtés des sinistrés lors de catastrophes naturelles par exemple.

3. Les pistes de travail

Le lien avec l'éducation nationale

Les deux grandes institutions républicaines que sont l'Éducation et la Défense partagent cette triple exigence de dispenser des savoirs, de développer des capacités à les appliquer et de former aux attitudes civiques indispensables au vivre ensemble. Quinze ans après la suspension du service national, le lien armées-Nation doit être tissé au travers de l'éducation. Depuis une soixantaine d'années, il y a eu une transition entre les armées et l'éducation nationale sur la mission de formation des jeunes citoyens aux principes de notre défense.

S'appuyer sur ce qui existe déjà pour donner une nouvelle dimension au partenariat éducation nationale-défense.

Inclus dans le cadre d'un partenariat formalisé depuis 1982 entre l'Éducation nationale et la Défense, les principes d'une coopération sont inclus dans le protocole d'accord signé le 31 janvier 2007 entre la Défense et l'Éducation nationale et qui a été complété depuis par un accord spécifique à l'enseignement supérieur. Tout en respectant la distinction entre les métiers propres à chaque ministère, il n'est pas lieu de penser que le personnel militaire doit exercer une fonction enseignante. Ces protocoles tendent à donner plus de clarté à l'action commune des deux ministères, et ont vocation à permettre de constituer un schéma directeur pour les initiatives nationales et locales. De plus, les deux ministères doivent inscrire leur démarche dans le cadre des politiques interministérielles de promotion de l'égalité des chances et d'insertion professionnelle et sociale des jeunes comme des adultes.

Ces textes réaffirment la volonté commune de former des citoyens conscients et actifs, autonomes et engagés, aptes à contribuer à la vie politique, économique, intellectuelle et sociale de notre pays, à défendre sa liberté et ses valeurs, ce qui constitue un des objectifs fondamentaux de la République. L'école de la Nation, et l'université sont chargées de mettre en œuvre les moyens nécessaires pour y parvenir.

Cependant, les militaires ne franchissent souvent la grille des lycées et des campus que dans la perspective de recruter. Il est temps de faire preuve de pédagogie au profit du jeune citoyen et non uniquement pour le possible candidat à l'engagement.

Dans ce contexte, il est nécessaire de définir le socle commun de connaissance des compétences et de la culture Défense que tout élève doit avoir acquises à la fin de la scolarité obligatoire.

Dans cette logique la redéfinition (prévue par la loi de refondation de l'école), dans les mois qui viennent, par le conseil supérieur des programmes des nouveaux contenus du *socle commun de connaissances, des compétences et de culture* serait certainement l'occasion de mieux préciser dans les compétences l'enjeu de la politique de défense au services des libertés fondamentales et des valeurs de la République.

Dans cet esprit, l'enseignement laïc de la morale, prévu pour la rentrée 2015, doit reprendre en compte pour les développer tout au long de la scolarité des jeunes, les enseignements existants aujourd'hui en classe de 3^{ème} sur les enjeux de la politique de défense et en classe de première d'ECJS concernant « La nation, sa défense et la sécurité nationale ».

Le thème obligatoire retenu pour les **TPE** dans les lycées pour la période 2013-2015 « Ethique et responsabilité » est également une bonne occasion pour présenter et travailler sur la pratique et la défense des valeurs de la République dans les armées.

Pour ce faire, il peut être important de rappeler que les réservistes, les RLJC, les militaires retraités ou d'active peuvent intervenir à cette occasion dans les établissements.

Les actions menées dans le cadre des « **Classes Défense et sécurité globales** », qui sont appelées à se développer dans les ZUS, peuvent être des points d'appui aux établissements du secteur.

PROPOSITION N°10

Renforcer un socle commun d'enseignement avec les institutions éducatives (écoles, universités...)

Participer à la formation des personnels de l'éducation nationale

La présence dans les textes réglementaires de tous les concours de recrutement de l'éducation nationale d'une formulation concernant la possibilité d'interrogations sur « *le contexte dans ses différentes dimensions (classe, équipe éducative, établissement, institution scolaire, société), et les*

valeurs qui le portent dont celles de la République. » montrent bien que **tout enseignant, conseiller principal d'éducation, chef d'établissement, conseiller d'orientation / psychologue** a un rôle à jouer dans l'éducation à la citoyenneté des jeunes.

C'est d'ailleurs ce que rappelle le texte relatif aux « missions du professeur et du CPE exerçant en collège, en lycée d'enseignement général et technologique ou en lycée professionnel » qui précise : « *Le professeur participe au service public d'éducation qui s'attache à transmettre les valeurs de la République, notamment l'idéal laïc qui exclut toute discrimination de sexe, de culture ou de religion (...)* le professeur aide les jeunes à développer leur esprit critique, à construire leur autonomie et à élaborer un projet personnel. Il se préoccupe également de faire comprendre aux élèves le sens et la portée des valeurs qui sont à la base de nos institutions et de les préparer au plein exercice de la citoyenneté ».

Dans cette logique, une formation au rôle des armées dans la mise en œuvre de la défense des valeurs de la République devra être proposée à **tous** les personnels de l'éducation nationale, même si compte tenu des contenus qu'ils ont à enseigner ou de leurs missions, des modules plus spécifiques sur les questions de défense seront à proposer aux enseignants d'histoire-géographie, de SES ou des Sciences et Techniques Industrielles (STI), des CPE, des chefs d'établissements, et des conseillers d'orientation psychologues.

Avec l'appui des trinômes académiques, des conventions sont à prévoir - notamment pour des interventions ou des visites dans le cadre de ces formations - entre les Ecoles supérieures du professorat et de l'éducation (ESPE) et les forces armées présentes sur leur territoire.

PROPOSITION N°11

Permettre aux armées de participer à la formation des Enseignants sur les questions de défense.

Multiplier les contacts directs entre les jeunes et les armées

Alors que les armées sont souvent perçues dans leur fonction répressive, afin que l'uniforme ne fasse pas obstacle à la transmission des valeurs, il est nécessaire d'encourager les projets pédagogiques qui constituent une manière directe de transmission de la mémoire.

Dans le cadre de la coopération avec le ministère de la défense, des projets pédagogiques sont mis en place, comme la visite de Verdun ou des plages

du débarquement où le témoignage est un marqueur essentiel de la rencontre entre les jeunes et les armées.

Ces projets doivent être développés dès le primaire dans les zones urbaines sensibles, où un budget doit être attribué à ces visites. Afin d'étendre leur efficacité, ces initiatives ne doivent pas être réservées à l'éducation nationale, mais doivent être ouvertes aux clubs de sport, de culture et aux associations d'éducation populaire.

PROPOSITION N°12

Multiplier les contacts directs entre les jeunes en difficultés et les armées, afin de favoriser la transmission de valeurs (commémoration, visites).

Ces actions peuvent se traduire également par des initiatives des armées à destination des jeunes, par exemple par l'organisation de concours destinés aux jeunes, tel que le Concours national de la Résistance et de la Déportation (CNRD). Un travail sur la démocratisation de ces concours, qui semblent plutôt réservés dans les faits aux meilleurs élèves des meilleurs lycées, et très peu développés chez les jeunes en difficulté, doit être trouvé. Notamment en changeant la forme des épreuves : plutôt qu'une épreuve écrite, cela pourrait se faire sous la forme d'un projet musical ou artistique, afin de limiter l'autocensure et de valoriser la richesse de la culture populaire.

PROPOSITION N°13

Renouveler les grands concours de la défense tels que celui de la résistance sous des formes accessibles à tous (musique, arts...).

Agir sur les acteurs de la vie des jeunes dans les Zones Urbaines Sensibles.

De nombreux acteurs de la vie des jeunes partagent des valeurs communes avec les armées. C'est notamment le cas avec le sport qui valorise le dépassement de soi, la progression, la solidarité, l'esprit de groupe et de cohésion. Dans un objectif de sensibiliser les éducateurs sportifs aux valeurs de défense, mais aussi pour leur faire découvrir des méthodes propres aux armées dans l'éducation, les armées devraient prendre contact avec les clubs sportifs afin de leur proposer des modules de formation et de sensibilisation aux valeurs des armées. Cela permettrait également de faire de ces éducateurs sportifs des relais d'information dans la société civile.

Il serait, dans le même esprit, intéressant de considérer le tissu associatif qui est très présent dans les Zones Urbaines Sensibles. Afin notamment de recréer du lien social chez une jeunesse en difficulté isolée, déqualifiée, éloignée du monde du travail, l'intervention des armées se doit de prendre en compte les associations de quartier, les Maisons de la Jeunesse locales. Cela passe par la création d'un matériel spécifique à ces associations sur le rôle de la défense, les débouchés professionnels et les missions des armées ou leur fonctionnement.

PROPOSITION N°14

Agir sur les acteurs de la vie des jeunes dans les ZUS (former les éducateurs, etc.)

Le recrutement social

Lors d'une conférence sur le rôle social des armées, tenue à l'occasion de la première rencontre nationale des RLJC, le 4 avril 2013, le responsable de la communication marketing pour le recrutement de l'armée de Terre est revenu sur la nécessité sociale du recrutement dans les armées :

« Le rôle social des armées est bien une réalité, liée à ce que sont les armées par construction et raison d'être. Rien n'est parfait. Parmi les dizaines de milliers de jeunes qui deviennent militaires, sachez que près de 400 000 se sont engagés depuis la professionnalisation, une fraction n'a pas trouvé sa place chez nous, ou pas réussi ! Soyons honnêtes. Ce métier n'est pas facile, il faut s'y adapter, il a ses contraintes. Il n'est pas fait pour tout le monde, heureusement d'ailleurs. Mais, indubitablement, il offre une large palette de possibilités pour les jeunes qui cherchent un premier emploi. 25% de non qualifiés, 25% de bacheliers et plus, 50% de non bac pour la seule armée de Terre, nos recrutements annuels peuvent attirer toutes les catégories de jeunes, notamment ceux dont vous vous occupez. Je le répète, motivations, potentiel, sont les maîtres mots pour recruter. J'évoquais la méconnaissance grandissante de nos armées par les Français. Sachez aussi, mais sans doute le savez-vous déjà, que bien peu de jeunes viennent à nous spontanément. Chaque candidature est une conquête et cette conquête est d'autant plus difficile que, pour atteindre nos objectifs de recrutement avec un taux de sélection satisfaisant, ce à quoi nous parvenons, l'armée de terre par exemple, doit générer chaque année 120 000 candidatures. Quand on sait que nous recrutons 85% de garçons, cela suppose de toucher chaque année la moitié d'une classe d'âge ».

Les armées ne sont pas une entreprise. L'objectif n'est pas de rentabiliser le recrutement, mais bien au contraire de faire progresser le jeune, de sa sensibilisation à son recrutement, et ensuite pendant son expérience dans l'institution.

Afin de transmettre les valeurs nécessaires aux jeunes, le recrutement doit se faire par la mise en avant de ces qualités. S'engager dans une formation militaire, est une mise en emploi particulière parce qu'elle s'inscrit dans le sacrifice et dans l'abnégation pour la défense de la Nation et de la République. Ces valeurs, qui doivent prendre les devants sur des capacités techniques et physiologiques, sont le cœur de recrutement.

PARTIE 4 – ELABORER UN PLAN DE COMMUNICATION DES ARMÉES VERS LES JEUNES EN DIFFICULTÉS.

Dans le cadre des travaux de ce groupe de travail le mot communication est revenu plusieurs fois, notamment comme une solution à la fracture souvent perçue entre les jeunes et les armées. Il s'agit dans cette partie de proposer un plan de communication, et d'en expliquer les mécanismes, de manière transversale en revenant sur les différents éléments précédemment exposés.

L'expression communication externe désigne l'ensemble des actions de communication entreprises à destination des publics extérieurs à un groupe, à une organisation (communication du latin *communicare* : mettre en commun).

- La communication externe a un rôle fondamental pour l'image et la notoriété d'une organisation quelle qu'elle soit. C'est suite à des actions, que l'institution entreprend, que le public se forge son opinion et son attitude vis-à-vis de celle-ci.
- La communication institutionnelle désigne la communication à travers laquelle une institution fait connaître ses activités, ses métiers.

Avec la suspension de la conscription en 1997, le lien armées-jeunesse s'est par, certains côtés, progressivement distendu. Celle-ci constituait un moment de brassage unique de jeunes personnes issues d'horizons divers et variés. Elle permettait la rencontre d'une institution avec des jeunes, d'une armée avec sa jeunesse et notamment avec celle en difficulté et résidant dans des zones sensibles. L'éloignement géographique des formations militaires, par rapport aux zones urbaines sensibles, n'a fait qu'accroître cette distension. Aujourd'hui, il n'existe pas ou encore trop peu d'« espace de rencontre » entre les armées et cette jeunesse trop souvent délaissée et stigmatisée.

A l'heure des réflexions sur la situation des jeunes en difficulté et du renouvellement du découpage des zones urbaines sensibles, les armées peuvent alors apparaître comme un formidable vecteur de transmission de valeurs et devenir un véritable instrument de cohésion sociale. En se posant comme défenseur ou promoteur de valeurs auprès d'une population désavantagée, les armées inscrivent alors leur communication institutionnelle dans une action de communication sociale⁷.

⁷Expression définie par M. Fausto ROTELLI dans son mémoire ENA 2006 sous la

Promouvoir l'institution militaire auprès de ces jeunes, changer l'image qu'ils ont vis-à-vis de l'armée dans la perspective de les convaincre, par exemple, de modifier leur comportement relève aujourd'hui d'un véritable défi et semble vouloir faire jouer à l'armée une fonction d'éducation par rapport à certains aspects de la vie en collectivité.

Par ailleurs, avant de s'engager dans une stratégie de communication, il faut au préalable définir la stratégie tout court et identifier les besoins et objectifs des armées. La stratégie de communication n'est pas la stratégie. Communiquer auprès des jeunes en difficulté n'est ni un objectif ni une fin en soi. Communiquer certes mais dans quel but ? Réfléchir aux outils de communication avant même d'avoir déterminé et inséré la stratégie de communication dans une stratégie globale et d'avoir défini des objectifs concrets s'avérerait une solution de facilité mais serait contre-performant. Il faut donc effectuer un travail en amont et passer par différentes étapes avant d'aboutir à un plan de communication et au développement d'outils de communication.

Comment communiquer et promouvoir ?

Contexte : Le cadre budgétaire est contraint et restreint. La communication intentionnelle a un coût et celui-ci est déjà important.

Stratégie et objectifs : Pourquoi communiquer ?

Il y a 6 raisons essentielles :

1. Informer le public : informer le public et les jeunes sur l'activité des armées.
2. Promouvoir le recrutement : valoriser les divers métiers exercés au sein des armées et, par l'exemplarité, susciter des vocations.
3. Renforcer le lien armées-jeunesse : rapprocher les jeunes en difficulté des armées.
4. Véhiculer une image positive des armées.
5. Renforcer le sentiment d'appartenance.

direction de M. Pierre ZEMOR, Conseiller d'Etat - Enseignant à l'ENA: « La communication publique : entre réforme et modernisation ».

6. Etablir des partenariats : démontrer l'efficacité de l'armée pour encourager les partenariats publics ou privés, sources de diversification, d'enrichissement et de « réduction des coûts ».

Développer une stratégie de communication repose tout d'abord sur la définition d'objectifs clairs, mesurables et quantifiables.

Cible : les jeunes en difficulté et en ZUS (ceux dont la définition a été donnée en première partie).

Relais d'opinions

- Les médias ;
- Les acteurs et partenaires institutionnels :
 - o les centres d'information et de recrutement des forces armées (CIRFA),
 - o les élus locaux (entre autres les correspondants défense des municipalités),
 - o les conseils régionaux et conseils généraux (dont leurs services en charge de la Mémoire),
 - o le ministère de l'Education nationale.
- Les partenaires non institutionnels :
 - o les missions locales,
 - o le réseau information jeunesse,
 - o les associations (associations des anciens combattants notamment),
 - o les RLJC.

Message :

Chaque action initiée doit faire l'objet d'une communication adaptée. Il faut pour cela réfléchir au message.

- Sur quoi souhaitons-nous communiquer ?
- La Défense, c'est quoi (intérêt et enjeux)?
- Quels messages voulons-nous faire passer ?

Moyens :

Comment ? Au travers d'actions de communication et de promotion partenariales. En développant des outils et supports de communication adaptés à l'action initiée/opération et à l'objectif poursuivi (Internet,

réseaux sociaux, Intranet, plaquettes, dépliants, plaquettes promotionnelles, etc.).

Etape 1 : Etablir un état des lieux et définir des objectifs concrets

- **Etablir un état de l'existant** sur les actions de communication et de promotion, notamment des armées à destination des jeunes en situation difficile : points positifs et limites de ces actions (JDC, stage « cohésion nationale et citoyenneté » de l'IHEDN, réservistes locaux à la jeunesse et à la citoyenneté, sensibilisation des collégiens aux questions de défense dans leur parcours de formation, etc.)

- **Auditer l'institution** afin d'identifier la stratégie des différentes armées en terme de politique de recrutement notamment mais pas uniquement. Il s'agit de déterminer les besoins de celles-ci et les objectifs poursuivis.

Chaque composante de la stratégie des armées doit être analysée. La communication de l'institution doit s'intégrer à une vision stratégique.

Elle doit aussi intégrer les composantes culturelles et marquantes de l'organisation. Les valeurs prônées et véhiculées constituent un pan fondamental dans une stratégie de communication.

- **Mener une enquête quantitative** pour établir un diagnostic sur l'état des connaissances, des attentes et sur l'image qu'ont les jeunes en difficulté des armées auprès d'un échantillon représentatif de cette population. Il semblerait qu'il y ait une méconnaissance de l'armée et de ses métiers. Des précisions permettraient de déterminer des objectifs clairs, mesurables et quantifiables et d'asseoir des actions notamment en termes de communication.

En fonction des résultats obtenus, l'institution sera plus à même de voir comment elle peut renforcer le lien entre les armées et les jeunes en difficulté et promouvoir la défense auprès de ces jeunes, le but étant d'établir un croisement entre notre intérêt et le leur en vue d'une meilleure adéquation entre les besoins des armées et la demande sociale.

Une enquête sur les jeunes et les armées⁸ menée par l'Institut de Recherche Stratégique de l'École Militaire (IRSEM) nous apporte déjà quelques éléments de réponse à prendre en compte dans des futures actions de communication à destination des jeunes :

- Mieux communiquer sur la diversité des missions/métiers et des compétences/formations des différentes armées (métiers administratifs et techniques notamment) ;
- Communiquer sur les conflits et opérations extérieures (OPEX) auxquels participe l'armée et sur l'implication de celle-ci dans les organisations internationales ;
- Initier des actions de communication auprès des filles qui souffrent d'un déficit d'information sur les opportunités de carrière alors même qu'elles en sont demandeuses.

Mais comme cette enquête ne portait pas spécifiquement sur les jeunes en situation de difficulté, un état des lieux constitue une étape indispensable pour définir des objectifs et initier de nouveaux projets portant sur cette population afin de développer *in fine* des actions de communication.

Etape 2 : Optimiser et promouvoir les actions déjà existantes – quelques exemples.

La communication doit s'appuyer sur des actions concrètes. Des actions sont d'ores et déjà conduites mais pourraient être optimisées notamment en termes de communication.

Cérémonies - commémorations (défilé du 14 juillet / cérémonie du 11 novembre) :

Rappelons, par exemple, qu'après le défilé du 14 juillet à Paris des opérations sont menées dans certains quartiers sensibles et montrent le rôle et l'utilité des armées avec notamment la présentation de matériels militaires.

Afin d'optimiser ces opérations, différentes actions sont à envisager :

- **Démultiplier de façon régulière ce type d'opérations** tout au long de l'année et notamment le 11 novembre lors de prises

⁸ HATTO Ronald, MUXEL Anne, TOMESCU Odette : « enquête sur les jeunes et les armées : images, intérêts et attentes », IRSEM, 2011, pp. 129-132

d'armes a semblé être une bonne solution pour de nombreux membres du groupe (sans toutefois faire l'objet d'un consensus et ce notamment en raison de contraintes budgétaires et opérationnelles : exposer du matériel militaire (chars, véhicules lourds) représente en effet un coût élevé surtout si l'opération dure plusieurs jours et est répétitive) :

- **Utiliser du matériel militaire réformé** peut s'avérer une solution alternative même si cela a déjà fait l'objet de refus pour des opérations de recrutement par l'armée de terre.
- **Associer les jeunes aux cérémonies déjà existantes** : les cérémonies permettent de mélanger les jeunes et les anciens combattants et l'interaction entre les deux peut s'avérer intéressante notamment dans l'objectif de la transmission de valeurs.

Centenaire de la guerre de 1914 :

Les ministères de l'Education nationale et de la Défense travaillent conjointement sur l'anniversaire du centenaire de la guerre de 1914. Un plan de communication peut être envisagé en direction des jeunes des ZUS à partir des orientations déjà arrêtées par les administrations ministérielles concernées et en prenant en compte les initiatives conduites par le GIP (groupement d'intérêt public) « mission du centenaire de la première guerre mondiale 1914-2014 ».

Les salons :

Les participations aux salons comme celui de l'étudiant semblent être des opérations couteuses au regard de leur efficacité, en particulier en direction des jeunes en situation de difficulté. Il pourrait être intéressant de vérifier si les statistiques confirment ce constat et si ce ne serait pas - plus que la participation au salon - la communication qui l'accompagne qui est insatisfaisante.

Etape 3 : Initier de nouvelles actions et des opérations de promotion partenariales

D'autres actions et opérations de promotion partenariales peuvent être envisagées et initiées afin d'asseoir de futures opérations de communication.

City raid Andros :

Organisée par l'association « Défis et Solidarité », le City Raid Andros permet à des enfants issus de quartiers difficiles, âgés de 10 à 13 ans, de découvrir de façon ludique mais citoyenne leur ville, ses monuments, ses institutions à travers une course d'orientation qui se déroule sur une journée. Cette course a lieu annuellement dans plus de 40 villes françaises.

Les enfants munis d'un questionnaire parcourent leur ville et s'arrêtent à des points de contrôle (commissariats de police, caserne de pompiers, tribunal, maison d'arrêt) afin de trouver les réponses à leur questionnaire.

Un des objectifs visés par cette opération est de renforcer le lien institutions/jeunesse en prônant le respect des règles, la solidarité, l'esprit d'équipe et la promotion de la mixité.

Objectifs civiques :

- Créer un rapport positif et constructif entre les enfants et les institutions ;
- Promouvoir la mixité ;
- Lutter contre les discriminations.

Objectifs pédagogiques :

- Découvrir les institutions à travers ses sites et ses monuments/musées ;
- Apprendre à se situer, à lire une carte à se servir d'une carte (boussole) ;
- Aller à la rencontre des personnes travaillant au sein de ces institutions.

Tout comme la Police nationale, puis la Gendarmerie nationale l'ont fait, les armées pourraient à leur tour développer un partenariat avec les organisateurs. Celui-ci pourrait se concrétiser de la façon suivante :

- L'École militaire pourrait être un point de contrôle à Paris, ville étape finale de l'opération. Les militaires pourraient accueillir les enfants et répondre à leur questionnaire. Ils pourraient également leur proposer des animations destinées à faire notamment mieux connaître l'armée et ses métiers au travers, entre autres, de la présentation de certains matériels militaires ;
- L'armée pourrait également proposer des stands et des animations au Stade Charléty (Paris 15^{ème}) où se déroule la finale de l'opération ;
- Les enceintes militaires en région pourraient également constituer des points de contrôle des villes étapes parcourues par le City raid.

CONCLUSION

La réflexion du groupe de travail s'inscrit dans la continuité de travaux entrepris depuis plusieurs années au sein de la Commission armées-jeunesse consistant à améliorer l'action des armées et du ministère auprès de la jeunesse en difficulté. Le projet portait ici sur l'intervention des armées vis-à-vis des jeunes dans les zones urbaines sensibles, dans un contexte difficile démontré par plusieurs rapports qui ont servi de base de travail aux membres.

En établissant un état des lieux des diverses actions entreprises en lien avec ce sujet, ce projet souligne l'importance du recrutement dans l'insertion des jeunes en difficulté et illustre le rôle social des armées qui ont une fonction prédominante dans la transmission des valeurs républicaines.

Ce projet formule ainsi quinze propositions regroupées sous quatre axes majeurs concernant :

- L'amélioration des processus d'intervention des armées dans les ZUS ;
- Le recrutement, clé de l'insertion des jeunes ;
- Le rôle social des armées et sa fonction de transmission de valeurs ;
- La stratégie de communication entre les armées et les jeunes en difficulté.

En tenant compte des contraintes budgétaires, ces propositions d'actions pragmatiques ont pour ambition de consolider le lien entre les armées et les jeunes en difficulté et permettre ainsi à l'esprit de défense d'être mieux diffusé au sein du peuple français.

Liste des récents travaux publiés par la commission armées-jeunesse

Session 2012-2013

La Patrie : quelle signification pour la jeunesse d'aujourd'hui ?
Les jeunes en situation de difficulté ou des zones urbaines sensibles et les armées

Session 2011-2012

Défense et service civique
Promouvoir la résilience chez les jeunes
Contribution de la défense à l'insertion des jeunes en difficulté

Session 2010-2011

La réserve citoyenne des jeunes
Symbolique tradition, cohésion nationale

Session 2009-2010

Le rôle social des armées

Session 2008-2009

La reconversion des jeunes en contrats courts
Scolarité partagée

Session 2007-2008

Egalité des chances, reconnaissance des savoir-être
Les attentes des jeunes en matière d'autorité

Session 2006-2007

Les Cadets de la Défense
La formation en alternance dans les armées

