

Direction des ressources humaines de l'armée de Terre



Rapport d'activités 2019

Quelques chiffres



130 000

militaires gérés

8 500

Personnel civil

23 900

Réservistes

13 900 femmes

1 200

L'équivalent d'un régiment de blessés administrés en lien avec la CABAT

4,6 Md€ gérés

Responsable budgétaire de la masse salariale T2 de 121 500 militaires

40% de la masse salariale du MINARM

Moins de 0,1% entre la programmation initiale du T2 et la consommation 2019

16 000

Un plan de recrutement atteint à 100%

Prospecter : 9 millions *détermination des profils*

Evaluer : 140 000 *contacts identifiés*

Sélectionner : 30 000 dossiers *(agilité, personnalisation)*

Recruter : 16 000 *soldats*

75%

Taux de renouvellement de contrat toutes catégories confondues

13 000

Nombre d'ordres de mutation avec changement de résidence édités à 80% 5 mois avant la mise à poste

Classes **P**réparatoires aux **G**randes **E**coles

ESM 30%

Air 7%

Naval 9%

Autres 13%

Plus de 55% des candidats des lycées militaires admissibles à Navale, St-Cyr ou l'Ecole de l'AIR

99,8%

de réussite au bac dans les lycées militaires dont 84% avec mention

Sommaire

I. Elaborer la politique RH	9
A. La fidélisation	10
B. La prime de lien au service (PLS)	11
C. La maîtrise de la masse salariale et la réalisation des effectifs	12
D. Le taux d'encadrement officiers d'ici à 2025 : l'ambition	13
E. Un effort sur les sous-officiers, entre jeunesse et fidélisation	14
F. Le plan mixité	14
G. Le BTS cyber	15
II. Recruter	19
A. Le bureau marketing	20
B. Le bureau recrutement	25
C. Le bureau études - évaluation	29
D. Le bureau concours	30
III. Former en 2019	33
A. Un projet englobant et fédérateur : UniverSI-Terre	34
B. La formation initiale	40
C. Les lycées militaires : une formation d'excellence	43
D. La certification professionnelle : un besoin et une opportunité	45
IV. Gérer les hommes et les femmes de l'armée de Terre	47
A. Accompagner de l'incorporation à la reconversion	48
B. Le recrutement interne, « escalier social »	51
C. La nouvelle gestion à 3 (NG3) : vers une co-construction personnalisée des parcours	53
D. Mobilité modernisée : expérimentation 2020-2021	55
V. Soutenir et accompagner	59
A. La situation	59
B. De nombreuses mesures de portée générale	60
C. En 2019, les efforts portent sur le déploiement de mesures de long terme	60
D. Les attentes et les priorités de l'armée de Terre	61
VI. Se transformer	63
A. La transformation numérique	63
B. Porter la gestion RH de l'armée de Terre sur Internet	64



« Il ne s'agit pas seulement de prévoir l'avenir mais surtout de le permettre » (A. de Saint Exupéry).

La mission de la sous-direction des études et de la politique de la DRHAT vise à définir une politique RH permettant, dans la durée, d'armer quantitativement et qualitativement l'armée de Terre et les autres employeurs avec des soldats aptes à répondre au besoin opérationnel.

Jouant également le rôle de sous-chefferie RH de l'EMAT, la SDEP s'assure de la cohérence entre les exigences opérationnelles de l'armée de Terre et les évolutions de la société, des métiers et des technologies.

Comme vous pourrez le constater dans les pages qui suivent, la SDEP met en oeuvre, aux côtés des autres sous-directions, son énergie, son sens de l'innovation et sa rigueur pour permettre l'adéquation entre la ressource humaine et le besoin opérationnel. Vaincre sur le champ de bataille de demain se prépare aussi dans la détermination et la mise en oeuvre de la politique RH d'aujourd'hui.

Les chantiers sont majeurs : attractivité, fidélisation des effectifs, maîtrise de la masse salariale, modernisation de la rémunération et réforme des retraites, hausse du taux d'encadrement des forces, suivi des blessés, définition des compétences SCORPION à la hauteur de la transformation capacitaire, évolution RH du MCO-Terre¹, parcours professionnels, égalité professionnelle homme-femme, mise en oeuvre de formations innovantes, plan famille, etc.

Autant de réalisations concrètes en 2019 qui seront poursuivies en 2020 afin de toujours mieux adapter notre ressource humaine aux enjeux de défense et, *in fine*, préparer le succès de nos armes.

*Le général Marc CONRUYT
sous-directeur des études et de la politique de la DRHAT*

¹ Maintien en condition opérationnelle des matériels terrestres

I. Elaborer la politique RH

A. La fidélisation

Politique générale de fidélisation de l'armée de Terre 2019.

En 2019, la bataille des effectifs s'est poursuivie. L'objectif de limiter les départs dans les 6 premiers mois n'a pas été totalement atteint. La recherche d'une **fidélisation accrue des effectifs** a donc nécessité la rédaction d'une **politique générale de fidélisation (PGF)**.

Elle renforce la prise de conscience collective de l'impératif de fidélisation et donne des recommandations. Elle s'appuie sur trois observations :

- les attentes renouvelées de la jeunesse ;
- une armée de haute technologie qui nécessite des compétences consolidées ;
- une maturité opérationnelle qu'il est désormais indispensable d'accroître.



L'état d'esprit insufflé par des cadres formés et convaincus crée les conditions d'une fidélité naturelle. Il est ancré dans la **singularité de l'état**

militaire portée par l'armée de Terre. Cet état d'esprit repose également sur l'épanouissement personnel dans un cadre collectif. Il est obtenu en personnalisant les parcours professionnels, en valorisant les compétences et en récompensant les mérites de chacun, sans transiger avec le niveau d'exigence demandé par l'excellence opérationnelle.



Le **rôle crucial du commandement** est rappelé, en assurant l'acceptation des sujétions militaires par les subordonnés, notamment grâce à une autorité juste et une personnalisation de la relation. Enfin, l'action de fidélisation répond à une logique concertée et décentralisée avec une RH exercée en subsidiarité, où chaque acteur dispose de leviers d'action.

Lancée en 2019, cette politique volontariste doit permettre, dès 2020, de gagner quelques marges sur la fidélisation de manière à faire baisser la pression qui s'exerce sur le recrutement.

B. La prime de lien au service (PLS)

Une autre réalisation ambitieuse de 2019 ayant pour but une meilleure fidélisation des militaires a été la mise en place d'une prime de lien au service, remplaçant les anciennes primes d'engagement et de spécialités. L'objectif de ce dispositif unique incitant à poursuivre son parcours au service de l'armée de Terre est triple :

- mieux conserver les plus expérimentés pour tenir le contrat opérationnel dans un contexte de suractivité durable et de durcissement des opérations ;
- consolider le vivier de personnel formé et sélectionné pour tenir des postes de techniciens supérieurs et de chefs tactiques ;
- réduire les coûts liés au recrutement et à la formation qui immobilise une partie des forces terrestres.



En 2019, 850 militaires du rang renouvelant un contrat (soit globalement l'équivalent d'un régiment qu'il ne faut pas reformer *ex nihilo*) ont bénéficié de la PLS. Ces renouvellements préservent les compétences, les expériences et renforcent la robustesse de nos unités. Ils permettront à l'avenir un allègement des

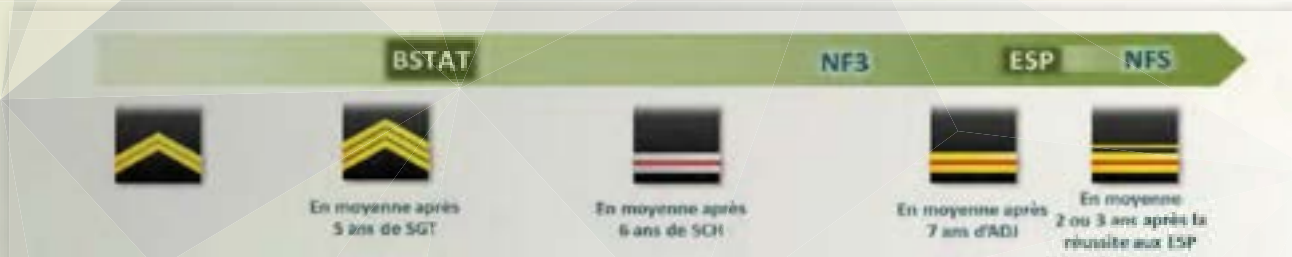
recrutements qui réduiront d'autant les actions de formation.



Ce dispositif a également bénéficié à 145 sous-officiers et 90 officiers sous contrat. Le succès de la PLS est au rendez-vous et a ainsi permis de préserver des compétences rares et cruciales pour l'encadrement de l'armée de Terre.

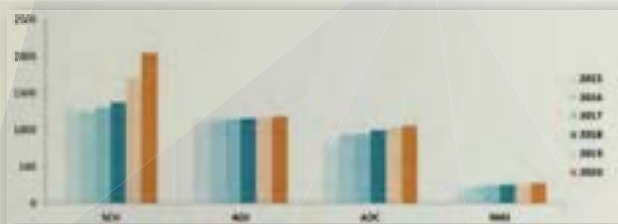
En résumé, la PLS c'est :

- une mise en oeuvre coordonnée entre des échelons de conception (DRHAT) et d'exécution (unités) déterminés ;
- un processus d'application simple et efficace avec des décisions au plus près du terrain (subsidiarité au profit des commandants de formation).



E. Un effort sur les sous-officiers, entre jeunesse et fidélisation

L'augmentation des tableaux d'avancement (TA) des sous-officiers s'inscrit entièrement dans le nouveau modèle RH mais aussi dans l'impératif de fidélisation à tous les grades. En 2019, la DRHAT a poursuivi son objectif d'amélioration de la situation des régiments et des employeurs, déficitaires en sous-officiers de qualification supérieure (BSTAT), en valorisant les jeunes potentiels et les talents.



L'augmentation globale des volumes d'avancement, initiée depuis 2017, se poursuit : + 4,23% en 2018, + 9,11% en 2019, + 9,88% prévu en 2020.

Ce tableau, avec une stricte équité entre les sous-officiers servant dans et hors de l'armée de Terre, traduit la volonté du commandement de maximiser les volumes et encourage les plus jeunes en leur offrant des possibilités de progression accrues vers le grade de sergent-chef (au sein du corps des sous-officiers).

En 2020, cette recherche de fidélisation des jeunes potentiels se traduit par une augmentation de 374 places pour le grade de SCH par rapport à 2019 (+22,30%) sans pour autant oublier les choix plus anciens à tous les grades.

Le taux de sélection reste très satisfaisant grâce à la qualité des viviers.

F. Le plan mixité

Avec 13 900 femmes sur un effectif de 130 000 gérés, l'armée de Terre est le plus grand pourvoyeur de femmes militaires du ministère.

Les 22 mesures du plan ministériel présenté le 8 mars 2019 lors de la journée de la Femme par la ministre des Armées ont été déclinées en 52 tâches à accomplir.

Ainsi, afin de promouvoir la mixité, l'armée de Terre cible ces actions principalement sur le recrutement, la formation et la gestion du personnel.

Dans la chaîne recrutement, laquelle est féminisée à plus de 25% (235 femmes sur 967 civils et militaires), l'armée de Terre veille à avoir au moins une femme par centre d'information et de recrutement des forces armées (CIRFA). La campagne de communication de recrutement de mars 2019 a été orientée vers l'équité professionnelle et a permis une augmentation des contacts féminins de 23% ainsi qu'une hausse de 15,5% de contrats souscrits par des femmes entre mars et septembre 2019 par rapport à la même époque en 2018.

La féminisation de la sélection aux formations militaires est également au cœur de ces mesures. La DRHAT a, par exemple, décloisonné certaines voies de recrutement afin d'accroître le nombre de candidates. Les concours au diplôme technique et à l'école de guerre 2019 ont ainsi

« [...] La légitimité des femmes est pleinement reconnue dans l'armée de Terre et ses unités et participe à sa performance générale [...] »

été ouverts aux officiers sous contrat, ce qui s'est traduit par une augmentation du nombre d'inscriptions de candidates : 28 femmes, soit 22,5% en 2020 (contre 16 femmes, soit 19% en 2019). Enfin, le taux de féminisation des quatre lycées de la défense de l'armée de Terre est de 32% à l'issue de la rentrée 2019 (contre 28,6% en 2014).

En outre, l'armée de Terre accentue son effort sur la mixité et l'égalité au moyen de formations (informations, sensibilisations) sur le sexisme, la mixité et le harcèlement, la discrimination et les violences sexuelles (HDVS). Ces thématiques sont abordées dans les écoles de formation initiale (écoles de Saint-Cyr-Coëtquidan et école nationale des sous-officiers d'active) et dans les centres de formation initiale des militaires du rang. En 2019, dans l'armée de Terre, 15 000 militaires ont été sensibilisés sur le thème du harcèlement, de la discrimination et des violences sexuelles en formation initiale.



G. Formations innovantes, l'exemple du BTS cyber

Innovante, unique en France, la classe expérimentale de techniciens supérieurs délivrant un BTS en « systèmes numériques option informatique et réseaux » avec la spécificité cyberdéfense, a produit ses premiers diplômés en juin 2019. Au nombre de 27, ces étudiants entrés en scolarité en septembre 2017, formés aux techniques modernes de la cyberdéfense, ont vocation à devenir des experts au service du ministère des Armées.

Projet initialement construit en collaboration entre le ministère des Armées et le ministère de l'Enseignement supérieur, cette formation est inédite au sein de la fonction publique. En effet, elle permet, après la formation, de recruter aussi bien des militaires que des agents civils dans une spécialité recherchée et soumise à forte concurrence.

« Grâce à cette opportunité qui m'a été offerte cette année, je vais pouvoir accéder à des postes à responsabilité dans une spécialité de haute technicité et d'avenir. J'en suis ravie et très fière ! Il me semble important de laisser à



tout officier, quel que soit son statut, l'opportunité de pouvoir évoluer tout au long de sa carrière et d'acquérir de nouvelles compétences ».

Capitaine Claire, OSC-E activée par concours du DT 2019 dans la spécialité cyber.



Cette formation ciblée est un nouveau levier pour permettre à de jeunes Français attirés par un métier de pointe dans la cybersécurité, de développer des compétences riches et nombreuses et d'exercer un métier qui a du sens au profit de la sécurité nationale. Le choix d'un lycée de la Défense, en l'occurrence celui de Saint-Cyr-l'Ecole, permet de conjuguer à la fois excellence académique et excellence technologique.

Avec 100% de réussite, et des notes de 14,6 en moyenne à l'examen de juin 2019, le BTS SIN-R de Saint-Cyr-l'Ecole est à présent reconnu comme une des meilleures formations dans ce domaine au niveau national. Pour obtenir de tels résultats, en plus de l'exigence qui caractérise les lycées de la Défense, la scolarité est dispensée par une équipe aux profils variés : enseignants, experts

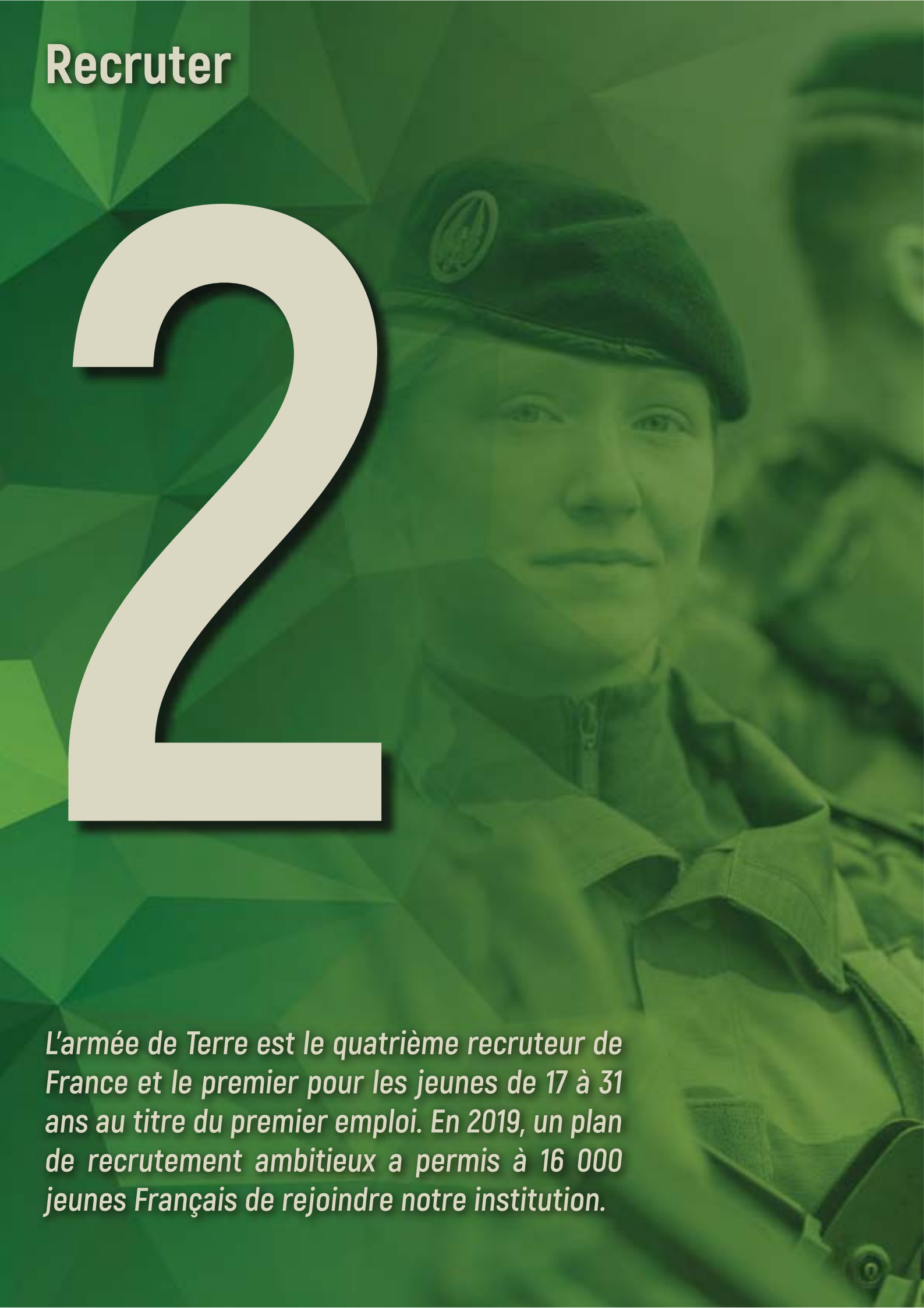
de la défense et ingénieurs venant du monde de l'industrie. L'encadrement quotidien est constitué de militaires dont certains réservistes qui viennent faire partager leur expérience professionnelle afin de mieux préparer ces jeunes à leurs futurs emplois.

Sélectionnés parmi plus de 700 candidats dans le cadre de Parcoursup, la troisième promotion des nouveaux étudiants a rejoint le lycée en septembre 2019.

Face aux évolutions de la société et aux besoins de l'institution militaire, cette formation innovante illustre la volonté de répondre aux défis du XXI^e siècle et pour la DRHAT sa capacité à trouver des solutions pour former des talents dans des spécialités de pointe, et leur offrir un parcours professionnel riche et attractif.

La 1^{re} promotion de diplômés





Recruter

2

L'armée de Terre est le quatrième recruteur de France et le premier pour les jeunes de 17 à 31 ans au titre du premier emploi. En 2019, un plan de recrutement ambitieux a permis à 16 000 jeunes Français de rejoindre notre institution.



Nous sommes tous des recruteurs !

Depuis la remontée en puissance de l'armée de Terre, la « **brigade du recrutement** » se mobilise pour attirer, évaluer et sélectionner les jeunes Français dont notre institution a besoin comme officiers, sous-officiers ou militaires du rang.

Cet effort dans la durée de **15 000 recrutés par an est historique**. Nous sommes une des seules armées européennes à réussir ce défi. Ce fut encore le cas en 2019, même si cela a été possible « sans marge » et au prix d'une relative dégradation de la qualité de notre ressource.

Cela n'est possible que parce que nous nous appuyons sur des principes éprouvés :

- un militaire recrute un militaire ;
- un terrien recrute un terrien ;
- un maillage territorial (+ de 100 CIRFA) qui permet un accès à un conseiller en recrutement en métropole comme outre-mer ;
- une prise de décision centralisée pour avoir la meilleure vision possible des candidatures.

En 2020, le volume à recruter s'élève à **16 000**.

Dans ce cadre, nous nous sommes d'abord mobilisés en modernisant notre outil de recrutement de nouvelle génération (**REC NG**).

Nous avons adapté les évaluations en les rendant plus attractives, fluidifié notre processus décisionnel pour garantir une réponse plus rapide au candidat, utilisé les **outils numériques de manière plus agile** pour capter notre jeunesse. Cette dernière, assez versatile, très convoitée par un marché de l'emploi plus dynamique, voit ses centres d'intérêt évoluer vers les problématiques plus proches de l'environnement que de la sécurité. Aussi, une **plateforme conversationnelle** permet aux candidats d'échanger en ligne directement **avec les ambassadeurs** de l'armée de Terre. Nous expérimentons également un **nouveau système d'information (SPARTA)** qui a vocation à remplacer, dans quelques années, les différents systèmes actuels qui se juxtaposent. Enfin, nous préparons une **nouvelle campagne de marketing** de recrutement associée à notre site « **sengager.fr** », qui sera rénové pour l'automne 2020.

Tous ces efforts méritent enfin **d'être accompagnés par les employeurs**, afin de limiter le départ des jeunes recrues au cours de leur période probatoire (**attrition initiale**), et d'améliorer le taux de signature du deuxième contrat (**fidélisation**).

Une attrition initiale importante et une mauvaise fidélisation ont en effet un impact direct sur les volumes de recrutement. **Les employeurs** sont ainsi incités à créer de véritables synergies avec les acteurs locaux du recrutement que sont les **CIRFA¹** et les **GRS²**.

Moins de 1000 hommes et femmes du recrutement sont au service de cette fonction « stratégique » pour l'armée de Terre. Ils réussiront leur mission avec tous, en renforçant le lien avec les employeurs et en **prêtant l'attention** que méritent ces jeunes volontaires qui ont la grande vertu de faire un pas vers nous, pour se mettre au service de leur pays et d'en porter les armes.

Nous sommes tous des recruteurs !

*Le général Rémi SEIGLE
sous-directeur du recrutement de la DRHAT*

¹ CIRFA : centre d'information et de recrutement des forces armées (Terre-Air-Mer)

² GRS : groupement de recrutement et de sélection

II. Recruter

A. Le marketing

1. Marque employeur armée de Terre « Employeur de référence »

Pourquoi cette démarche ?

Alors que l'armée de Terre jouit d'une excellente image dans la nation, elle reste méconnue ou mal connue comme employeur : qui sommes-nous, quelle image d'employeur souhaitons-nous diffuser, comment y entre-t-on, pourquoi y reste-t-on, quels sont les profils et les parcours... ?

Il s'agit donc de positionner l'armée de Terre comme un employeur de référence.

Instrument de réflexion et de stratégie RH, la marque employeur a pour finalité de renforcer l'attractivité de l'armée de Terre comme employeur de référence vers les jeunes et vers la société tout entière et de contribuer ainsi à fidéliser ceux qui ont déjà rejoint ses rangs.

Le message contenu dans la marque employeur est spontanément porté par la fonction recrutement. Il s'agit désormais que chacun s'approprie le discours pour recruter, fidéliser, rayonner.

Quelle mise en oeuvre ?

Réalisée sous la conduite de la sous-direction recrutement, l'étude intitulée « l'armée de Terre, employeur de référence » a été présentée le 21 janvier 2019 au chef d'état-major de l'armée de Terre, qui en a validé les conclusions.

L'instrument marque employeur est donc entré en 2019 dans une phase de mise en œuvre. Un pilotage à l'échelle de l'armée de Terre est assuré par le DRHAT.

Les enjeux RH que l'on souhaite valoriser ?

- réaffirmer la singularité du métier de soldat ;
- s'adapter aux évolutions de la société ;
- attirer de nouveaux talents, via l'enseignement supérieur avec effort sur la mixité ;
- assumer un recrutement soumis à la logique de flux ;
- s'assurer de la fidélité de ceux que nous souhaitons garder ;
- capitaliser sur une offre de formation dense.

Un projet phare de cette stratégie marque employeur a été lancé en octobre 2019. Il s'agit d'une plateforme conversationnelle, qui permet aux jeunes intéressés par les parcours professionnels de l'armée de Terre de poser des questions à des soldats volontaires, les « ambassadeurs » sur leur spécialité et leur vie quotidienne (cf. plateforme ambassadeurs du recrutement).



La plateforme des ambassadeurs de l'armée de Terre

La plateforme des ambassadeurs de l'armée de Terre, déployée sur Internet en 2019, permet à n'importe quel jeune de poser des questions sur l'engagement et la vie militaire, en s'adressant à des hommes et des femmes, de tout grade, qui exercent des spécialités différentes dans les régiments et unités de l'armée de Terre.

Témoignages d'ambassadeurs du recrutement

Caporal-chef Valentin, chef d'engin de secours à la Brigade de sapeurs-pompiers de Paris. Comment se déroule votre mission d'ambassadeur ?

« Ma mission est de répondre sur la plateforme à des visiteurs qui souhaitent avoir des renseignements sur ma spécialité de pompier à la Brigade de sapeurs-pompiers de Paris. Je reçois un mail de la plateforme qui m'indique qu'on m'a posé une question et j'y réponds très facilement depuis mon smartphone ».



Lieutenant Isabeau-Marie, chef de peloton suivi des flux au 503^e Régiment du train. Le fait d'être une femme vous confère-t-il une mission particulière par rapport aux autres ambassadeurs ?



« Je pense que certaines candidates doivent se sentir rassurées de pouvoir parler directement à des femmes militaires au moment où elles envisagent de s'engager. Nous sommes d'ailleurs plusieurs femmes sur la plateforme. Mais cela ne m'empêche pas de répondre aussi à des questions sur mon statut de militaire ou sur mon rôle de chef de peloton ».

Posez vos questions, nos soldats vous répondent !

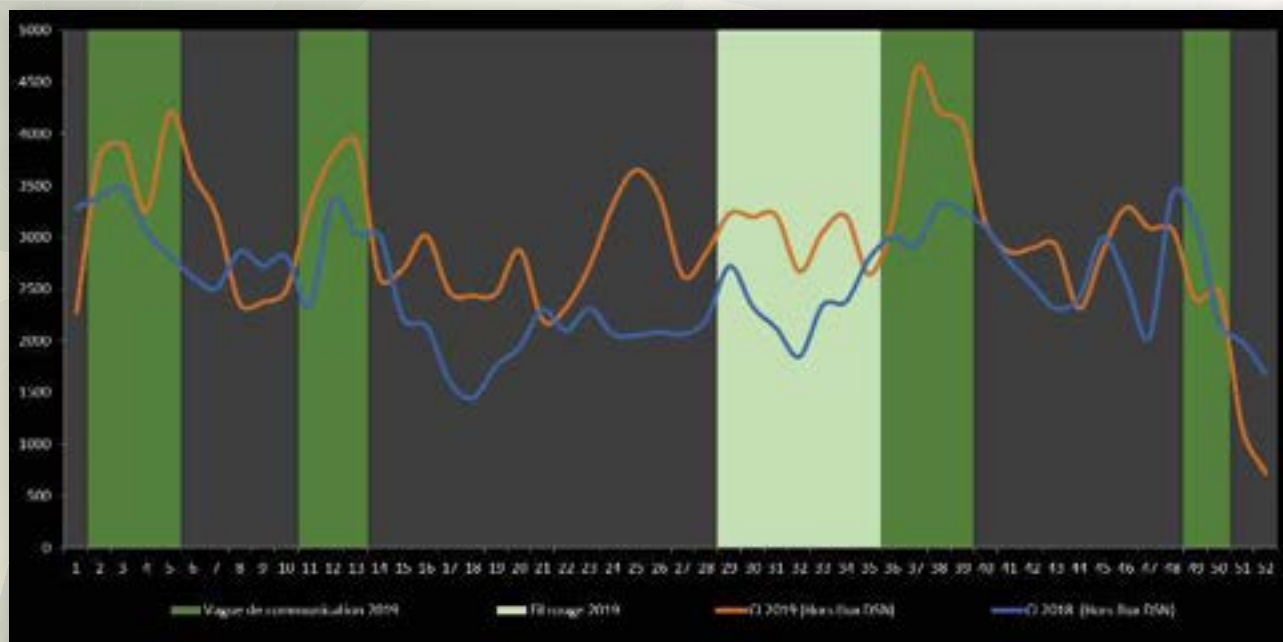


La plateforme des ambassadeurs du recrutement en chiffres depuis octobre 2019 :

- 1 066 questions-réponses ;
- 3 500 visiteurs uniques en moyenne par mois ;
- 23 340 pages vues en moyenne par mois ;
- 800 nouveaux candidats inscrits dans le vivier de la plateforme.

2. Campagne de recrutement 2019 :

Le déroulement de la campagne 2019 aura été positif avec l'enregistrement au total de 154 482 contacts, soit une augmentation de 17,41 % par rapport à 2018 (hors Journées Défense Citoyenneté). On note toutefois des fluctuations importantes (écart type) en 2019 par rapport à 2018, indiquant à la fois l'efficacité de l'investissement publicitaire, mais également l'affaiblissement de la prospection hors investissement publicitaire. Pour continuer à répondre aux objectifs des plans de recrutement, le maintien à l'esprit de l'offre armée de Terre semble donc devoir être particulièrement recherché.



En mars 2019, le bureau marketing de recrutement a diffusé une campagne media consacrée à « l'équité professionnelle ».

Cette campagne avait pour objectif essentiellement de combattre les préjugés et les idées reçues, expliquer aux femmes qu'elles ont leur place dans l'armée de Terre, par exemple comme combattante, pilote d'hélicoptère, ou mécanicienne.

Les résultats :

Les visuels exposant des femmes ont été plus performants que les visuels exposant les hommes avec de très bons taux de transformation, c'est-à-dire qu'ils ont été « cliqués » sur le web un plus grand nombre de fois pour ensuite être redirigés vers le formulaire de création de compte du site sengager.fr.

Au 1^{er} semestre 2019, le nombre de candidatures de femmes a augmenté de 20 % par rapport à 2018.



Liste des produits marketing réalisés sur l'équité professionnelle :

- un spot de pub diffusé en télévision (15 et 30 secondes) ;
- un film cinéma d'une minute ;
- 2 affiches exposant des femmes soldats ;



- 3 films portraits de femmes au sein de l'armée de Terre (pilote d'hélicoptère, pompier aéronautique et officier en régiment) ;
- des articles en partenariat avec des sites tels que :

○ L'Étudiant



L'objectif de cette communication sponsorisée vise à faire passer les messages par des partenaires connus des jeunes. Dans cette publication sur le site Internet de l'étudiant, il s'agissait de combattre notamment les idées reçues, en particulier concernant l'accès des femmes aux métiers militaires.

○ Studyrama



Studyrama fait aussi partie des partenaires historiques de la DRHAT. Cette publication était spécifiquement orientée sur les métiers plébiscités par les femmes dans l'armée de Terre.

○ Madmoizelle



En complément des partenaires historiques, nous avons souhaité diversifier les sponsors de communication en 2019, pour toucher des cibles plus affinitaires. Cette publication sur le site MadMoizelle a été particulièrement plébiscitée par les jeunes femmes.

- des vidéos en partenariats avec :

○ Minute buzz



Toujours dans ce souci de diversifier la communication en 2019, un partenariat avec MinuteBuzz a permis d'offrir un regard décalé sur ce qu'est la vie militaire. Ce type de média est particulièrement « consommé » par les jeunes et assure une visibilité accrue, hors des traditionnels vecteurs de communication jugés trop institutionnels.

○ BRUT



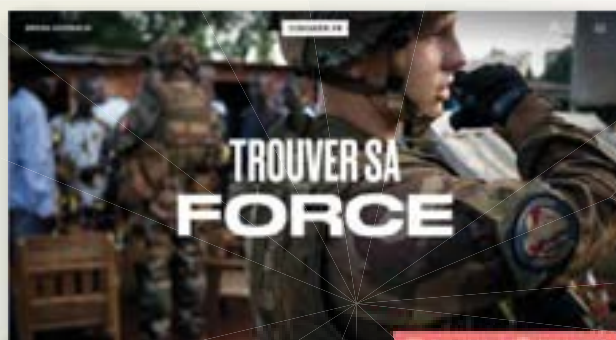
A l'instar du partenariat avec MinuteBuzz, celui conclu avec Brut a permis de concevoir des formats courts et percutants sur les réseaux sociaux. Pour cette publication, la thématique équité/mixité avait pour objectif de faire témoigner deux jeunes sous-officiers sur la réalité de leur métier en régiment.

3. Préparation campagne 2020-2023 :

A l'issue d'une procédure concurrentielle menée par la plateforme du commissariat d'Ile-de-France, l'accord-cadre avec la société INSIGN a été notifié en décembre 2019.

Ce contrat triennal ouvre sur la production d'une nouvelle campagne aux objectifs numériques ambitieux : virage « mobile first », capacités hors connexion, prise de rendez-vous en ligne avec les conseillers en recrutement, chatbot, création d'un data lake, etc.

Le projet contient les outils pour mettre l'activité de marketing de recrutement au meilleur niveau du marché.



Pensé pour le téléphone portable, le futur site « s'engager.fr » sera également décliné pour l'ordinateur de bureau. Le futur écosystème proposera plusieurs services destinés à faciliter la mise en contact avec les CIRFA, tel un chatbot (outil conversationnel géré par l'intelligence artificielle) et la prise de rendez-vous en ligne.

B. Les objectifs du recrutement

Un plan de recrutement 2109 très ambitieux atteint dans un contexte concurrentiel.

Nos futurs soldats



En 2019, défi relevé de recruter le volume de 17 régiments :

Le contexte général du recrutement est marqué par une réelle concurrence dans les métiers de la sécurité et des domaines sous tensions : « niches techniques » mais aussi mécaniciens ou cuisiniers. La jeunesse demeure mobilisable mais versatile. Elle a une excellente opinion de l'armée de Terre mais elle se détache peu à peu des questions de sécurité, au bénéfice des causes liées à l'environnement.



Participation aux différents salons : la pédagogie sur le recrutement est l'art de la répétition - FAB DEF - Paris janvier 2020.

Le besoin



Atteinte des plans de recrutement officiers, sous-officiers et militaires du rang à 100%.

L'année 2019 se termine globalement « sur le fil », avec des tensions en fin d'année essentiellement dues aux grèves des transports. Le plan de recrutement des engagés volontaires sous-officiers (EVS0) est atteint en quantité même s'il comporte des distorsions selon les domaines de spécialités. Celui des officiers est atteint également, quoique marqué par une sélectivité un peu plus réduite pour les officiers sous contrat (OSC) encadrement et une tension relative sur les OSC pilotes.



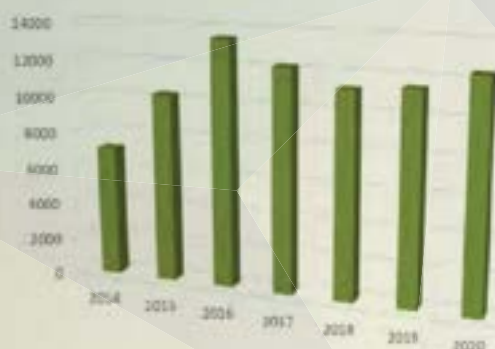
Témoignage de l'adjudant Grégory, du centre d'enseignement technique de l'armée de Terre

C'est avec un brin de fierté que l'adjudant Grégory, militaire d'active dans les troupes de montagne, a accompagné son fils Sven au CIRFA de Chambéry à l'heure où il actait son choix de rejoindre le centre d'enseignement technique de l'armée de Terre à Bourges (CETAT). Cet établissement forme les militaires spécialistes du secteur de la maintenance aéronautique. Sven va commencer une scolarité de trois ans sous régime d'internat. Il en sortira comme sous-officier avec son BAC pro en poche.



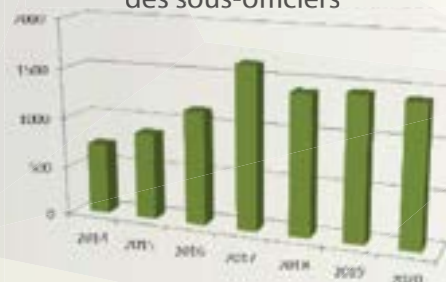
Mise en œuvre de la politique des contrats longs pour les militaires du rang (8-10 ans)

Evolution du recrutement des militaires du rang



Le recrutement des engagés volontaires de l'armée de Terre (EVAT) est en hausse depuis 3 ans (12 000 par an).

Evolution du recrutement direct des sous-officiers



Le recrutement des sous-officiers de l'armée de Terre est en hausse depuis 3 ans (1 400 par an).

Evolution du recrutement direct des officiers



Le recrutement des officiers de l'armée de Terre est en légère hausse (450 par an).

Le modèle militaire du rang prévoit une durée moyenne des services de 7 ans, et les contrats peuvent varier de 1 à 10 ans. C'est pourquoi il est proposé aux tout meilleurs candidats des contrats longs de 8 ou 10 ans. Cela permet de donner d'emblée une visibilité sur les perspectives de parcours professionnel.

Le taux atteint en 2019 est de plus 7% de contrats longs signés, soit près de 750 jeunes recrues.

« Mon conseiller en recrutement du CIRFA de Grenoble m'a proposé un contrat de 8 ans, suite à mon passage en évaluation au GRS de Lyon que j'avais plutôt bien réussi. Un peu surpris au départ, il m'a expliqué tous les avantages à donner des perspectives à mes futurs chefs et cela me donnait aussi une certaine stabilité professionnelle. Je suis heureux d'avoir rejoint le 4^e RCh de GAP dans ces conditions. J'espère ensuite devenir sous-officier ».

1CL Gatien - 4^e Régiment de chasseurs.

Mise en place de la task force enseignement supérieur (TFES)

La mission de la TFES est de se rapprocher de l'enseignement supérieur pour mieux faire connaître les métiers auprès des jeunes étudiants et universitaires et élargir le vivier de candidats hautement qualifiés intéressés par un recrutement comme officier et sous-officier. Cette task force enseignement supérieur agit en coordination étroite avec tous les acteurs du recrutement et de la formation, dont le conseiller enseignement supérieur du général directeur des ressources humaines de l'armée de Terre.

Témoignage :

« L'université et l'enseignement supérieur au sens large constituent un vivier dans lequel l'armée de Terre pourra trouver la ressource qualifiée dont le recrutement officiers et sous-officiers a besoin. Cet univers de plus d'un million et demi de jeunes regorge de talents. A nous de les conquérir. Nous avons beaucoup à leur offrir comme employeur de référence ».
GBR SEIGLE, sous-directeur du recrutement.



14 septembre 2019 : signature de contrat emblématique des officiers sous contrat encadrement à l'Ecole militaire, présidée par le général DRHAT. 85 % des jeunes OSCE de la promotion de 2019 détiennent un BAC + 5.

Poursuite de l'effort d'information dans la chaîne recrutement (journées information métiers)

La qualité de l'information dispensée dans les centres de recrutement et les départements d'évaluation, l'information des groupements de sélection sont un point clé pour le succès du recrutement. C'est pourquoi, chaque année, le personnel du recrutement est accueilli soit dans les écoles soit dans les formations pour mettre à jour ses connaissances. Ainsi, en 2019, la brigade du recrutement a été reçue à la 27^e brigade d'infanterie de montagne (27^e BIM), à l'école du génie (EG) et à l'école de l'aviation légère de l'armée de Terre (EALAT).

Valorisation du recrutement : la « brigade du recrutement » dans la bataille des effectifs.



Dans le cadre des traditions de l'armée de Terre, la sous-direction recrutement a choisi d'utiliser le vocable de « brigade du recrutement » symbolisé par l'attribution par le CEMAT d'un insigne de grande unité en 2019. Cela revêt à la fois une réalité en organisation (le général brigadier, son état-major et 5 « régiments » de recrutement) et renforce l'esprit de cohésion autour d'une mission commune.

Ainsi, les GRS se sont vu confier la garde d'emblèmes de très belles unités et en ont pris les appellations :

- GRS Ile-de-France / Outre-mer - 8^e Bataillon de chasseurs à pieds ;
- GRS Nord-Est - 8^e Régiment d'artillerie ;
- GRS Sud-Est - 99^e Régiment d'infanterie ;
- GRS Sud-Ouest- 7^e Régiment d'infanterie de marine ;
- GRS Nord-Ouest- 41^e Régiment d'infanterie.



Les emblèmes des régiments de recrutement de la « brigade du recrutement » ; école militaire, le 14 septembre 2019.

Déploiement de la certification professionnelle.

Depuis le 1^{er} janvier 2019, afin de valoriser les compétences professionnelles et reconnaître leur formation et l'expérience acquise, la DRHAT a créé une certification professionnelle (CP)

de conseiller en recrutement (CeR). Elle offre la possibilité aux officiers et sous-officiers de cette fonction d'obtenir un titre professionnel de niveau BAC +2 (titre RNCP de niveau III). Près de 400 cadres en ont déjà bénéficié.



Depuis 2019, tout le personnel de la brigade, à la fois dans un objectif de visibilité et de reconnaissance, s'est vu attribuer un « kit du recruteur ».



Il s'agit de concevoir et de mettre en oeuvre la transformation du recrutement, de la formation et de la gestion en tirant profit des plus-values de l'innovation

C. Modernisation

Modernisation des vecteurs de prospection

Dans le cadre de la manoeuvre globale de modernisation du recrutement, le remplacement des 33 camionnettes de recrutement (dont 3 de la Légion étrangère) est contractualisé en trois tranches de 2020 à 2022.



Livraison au GRS Nord-Ouest – 41^e RI d'une caravane du recrutement, moyen complémentaire à la camionnette.



Le « covering » a également été repensé afin de donner un aspect plus moderne aux vecteurs de prospection. Ce même covering servira également pour la remise à niveau des camions podium.

6 véhicules tactiques sont venus renforcer la capacité du recrutement à présenter du matériel militaire récent dans le cadre des actions de prospection.



Le projet SPARTA

Lancé en 2015, au moment des réflexions sur la modernisation du recrutement (REC NG), le projet SPARTA (Système du PARcours de RecruteMent des Armées) est un projet de transformation numérique ambitieux. Il fait partie des projets « à fort enjeu » du ministère et a été présenté à la ministre le 19 juillet 2019 lors de sa visite à Tours.

SPARTA répond à trois objectifs principaux :

- moderniser le recrutement (numérisation) ;
- mieux cibler les candidats au recrutement à partir d'un moteur de recommandations prédictives (outil d'aide à la décision du recruteur) ;
- mieux accompagner les candidats pendant leur recrutement (expérience candidat).

SPARTA doit permettre de recentrer les recruteurs sur leur cœur de métier pour leur permettre de se consacrer pleinement à leur mission. Celle de créer un lien de confiance avec les candidats en les accompagnant pas à pas avec bienveillance, de manière à favoriser leur adaptation au premier contact avec le métier des armes.

Etudes sur l'évaluation NG

L'évaluation des candidats à l'engagement se concentre sur la performance de la personne et son adaptation au poste afin de pouvoir recruter des soldats de qualité. Les études sur l'évaluation nouvelle génération (NG) cherchent à élargir les domaines d'investigation avec des outils plus performants développés pour la spécificité militaire et adaptés aux systèmes d'information modernes. Demain, l'évaluation pourrait s'effectuer tout au long du processus de recrutement, en partie à distance, pour mieux répondre aux interrogations du candidat et mieux l'accompagner. Une étude portant sur 20 000 candidats a permis de créer 3 tests innovants et originaux qui sont actuellement expérimentés auprès de 1 100 personnes suivies sur une année.

Parcours de mise en situation

S'approchant des « escape game », le parcours de mise en situation est une pratique innovante au service d'une évaluation modernisée. Il s'adapte aux générations actuelles tout en étudiant certaines aptitudes des candidats, qui n'étaient jusqu'alors pas mesurées. Il s'agit d'une épreuve collective permettant de mieux percevoir le comportement des candidats au sein d'un groupe face à des difficultés. Testé pendant un an pour évaluer son efficacité, il fait maintenant partie du processus d'évaluation des candidats. C'est une expérience attrayante qui sollicite les valeurs clés que porte l'institution

en termes de cohésion, d'esprit d'équipe, de travail collectif, permettant également de faire ressortir des qualités de leadership.



« Lors du parcours de mise en situation, les candidats, répartis en équipe de 4 avec des personnes qui ne se connaissent pas, devront s'organiser pour franchir deux fois les 7 obstacles, tout en respectant des consignes particulières. L'entraide, la ténacité, l'esprit d'équipe sont des qualités nécessaires pour venir à bout du parcours dans le temps imparti. »
CNE Alezra – SDR/BEE

D. LES CONCOURS :



Les chiffres clefs concours (2019)

8 concours génériques externes (recrutement initial) et internes (parcours professionnels) ont été organisés par le bureau concours de la SDR en 2019, soit :

4 101 candidats inscrits, 3 551 ayant composé, 1 888 admissibles, 897 lauréats, 846 membres de jurys, 2 167 jours de convocations de réservistes.

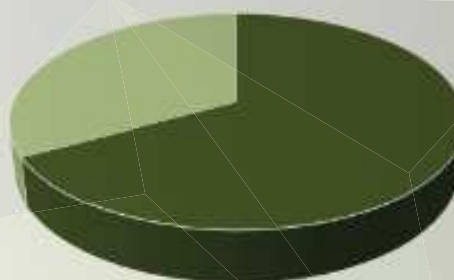
Pour exemple, le concours des officiers des domaines de spécialités (ODS)

La nouvelle voie de recrutement officier semi-direct tardif s'est matérialisée par une première édition du concours en 2019. L'afflux de candidatures a permis d'être sélectif avec un ratio de 3,5 candidats pour une place offerte.

4 améliorations sont au rendez-vous de cette nouvelle organisation :

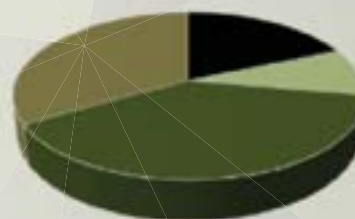
1. **simplification du concours** : une épreuve unique d'admissibilité et une seule épreuve orale ;
2. **meilleure employabilité des candidats** : un temps de préparation réduit pour ce concours ;
3. **plus grande ouverture** : des profils moins scolaires ; une valorisation de l'expérience professionnelle et des qualités intrinsèques ;
4. **plus forte implication personnelle** : le dossier RAEP (reconnaissance des acquis et de l'expérience professionnelle).

Inscrits : 661 (635 candidats)



■ COA ■ CTA

Admissibles : 369 (358 candidats)



■ COA S/OFF ■ COA MDR ■ CTA S/OFF ■ CTA MDR



Former

3

La formation initiale et continue revêt un caractère stratégique pour une armée en constante évolution. Elle doit répondre aux défis des engagements opérationnels contemporains tout en anticipant les métiers et compétences de demain.



Avant l'entraînement et l'engagement opérationnel, la formation constitue le premier échelon du processus opérationnel, celui qui apporte les fondations indispensables au métier du soldat, quelle que soit sa catégorie.

Cette étape repose avant tout sur les trois creusets de formation initiale : les écoles de Saint-Cyr Coëtquidan (ESCC), l'école nationale des sous-officiers d'active (ENSOA) et les centres de formation initiale des militaires du rang (CFIM). Certains cadres, officiers mais aussi dorénavant sous-officiers, suivent au préalable une scolarité dans les lycées militaires de la Défense-Terre, établissements d'excellence dont les deux vocations sont l'aide à nos familles, très souvent sollicitées en raison des nombreuses sujétions de la vie militaire, et au recrutement au profit des grandes écoles et de certaines spécialités techniques sensibles de sous-officiers.

La formation se poursuit ensuite tout au long de la carrière, dans un cycle ininterrompu : formations de spécialité et formations supérieures, formations de cursus souvent après des examens et des concours, formations d'adaptation, par exemple pour mieux endosser les responsabilités d'une nouvelle fonction.

L'ensemble de ce processus de formation doit avant tout permettre de forger des hommes prêts à affronter les champs les plus exigeants de la conflictualité.

Le commandement de la formation (COMFORM) veille en permanence à placer au juste niveau des curseurs sensibles entre des tendances et des besoins apparemment contradictoires : formation académique et militaire, technologie et aguerrissement, personnalisation et sens collectif, temps long et adaptabilité permanente.

Le COMFORM a cristallisé cette adaptabilité indispensable dans son projet emblématique « UniverSI-Terre », qui recouvre les formations innovantes, l'apport des sciences cognitives et la numérisation de l'espace de formation, mais elle imprègne l'ensemble de l'écosystème formation, par exemple dans les dossiers essentiels de la certification professionnelle, intimement liée à la valorisation des compétences comme référence principale du système de formation.

*Le général de division Eric MAURY
commandant la formation de l'armée de Terre*

Les trois facettes dynamiques du projet UniverSI-Terre enrichissent sans cesse les réponses de la formation aux besoins évolutifs des forces

III. Former en 2019

A. Un projet englobant et fédérateur : UniverSI-Terre

Pour répondre aux besoins futurs, liés à la montée en puissance de SCORPION, l'adaptation du système de formation se poursuit, en enrichissant l'offre de formation avec des scolarités innovantes dans des spécialités rares, en expérimentant l'apport des sciences cognitives dans les méthodes traditionnelles d'apprentissage et en poursuivant la numérisation de la formation. L'enjeu est de gagner la bataille des compétences sous le projet UniverSI-Terre lancé en 2019.



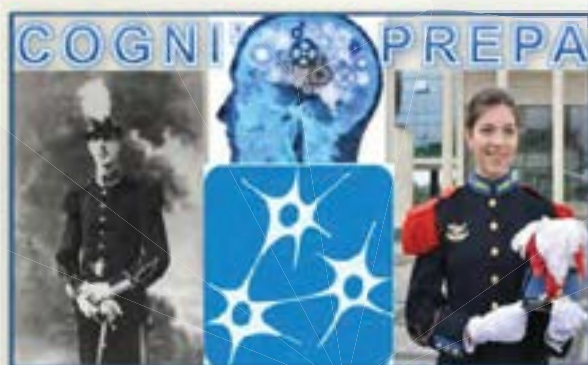
L'offre de formation innovante est déjà concrète, à fins de recrutement et de fidélisation dans des spécialités rares très concurrentielles. Proposée au sein des lycées militaires, elle combine des formations internalisées : BTS cyber à Saint-Cyr-l'Ecole, BAC pro maintenance aéronautique



à Bourges ; des formations semi-externalisées comme le BTS systèmes numériques, électronique et communication à Aix et à Saint-Cyr-l'Ecole et des formations externalisées par le biais de l'allocation financière spécifique de formation (AFSF).

Une méthode d'apprentissage novatrice fondée sur l'apport des sciences cognitives.

La « cogniprépa » du lycée militaire d'Aix-en-Provence a montré toute la potentialité de ce champ d'amélioration des compétences individuelles et collectives pour les militaires.



Une deuxième expérimentation « Assimili » a été lancée début octobre, dans le cadre du projet « NeuroFORM », en vue d'une extension à l'école nationale des sous-officiers d'active (ENSOA).

La **plus-value** numérique est recherchée à travers la numérisation de l'espace de formation (NEF). Il s'agit d'apporter des compléments dans la formation grâce aux opportunités des nouvelles technologies : diffusion et partage des ressources facilités, accessibilité tout temps tous lieux, mise à disposition de contenus plus modernes.

Les formations innovantes

Pour faire face à une concurrence accrue du marché du travail, la DRHAT a mis en place plusieurs formations innovantes pour participer au recrutement des sous-officiers techniciens de spécialités rares ou déficitaires.

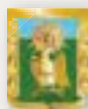
Les spécialités rares sont principalement liées au numérique ou à la maintenance électronique : cyberdéfense, maintenance aéronautique, maintenance SIC/MAI.

Trois formations innovantes ont déjà été mises en place. En s'adossant à un organisme militaire, elles forment académiquement de jeunes spécialistes (jeunes bacheliers pour un BTS ou élèves de première pour un bac pro), en vue de les recruter en tant que sous-officiers au profit des filières déficitaires.



Pour les formations innovantes, le COMFORM s'appuie naturellement sur son expertise en formation non-militaire d'élèves mineurs et majeurs, avec le concours actif de l'Éducation nationale.

Trois types de formations différentes ont déjà été mises en place :



1. depuis 2017 : le BTS cyber (SN-IR : systèmes numériques - informatique et réseaux) a été mis en place au sein du lycée militaire de Saint-Cyr-l'École. Il s'agit de former une trentaine de sous-officiers au

profit du ministère, dont la moitié pour l'armée de Terre ;



2. depuis 2018 : le BAC pro aéro (au CETAT : centre d'enseignement technique de l'armée de Terre de Bourges) a été mis en place au sein du lycée militaire d'Autun. Il s'agit de former 30 sous-officiers par an pour l'armée de Terre ;



3. depuis 2019 : le BTS électro-communications (SN-EC : systèmes numériques - électronique et communications) a été mis en place au sein du lycée militaire d'Aix-en-Provence puis au lycée militaire de Saint-Cyr-l'École en 2020. Il s'agit de former 5 puis 10 sous-officiers par an pour l'armée de Terre.

Les formations innovantes sont des dispositifs jeunes, qui expérimentent différents modes de fonctionnement.



L'exemple du CETAT à Bourges

Depuis 2018, le CETAT (centre d'enseignement technique de l'armée de Terre) propose des Bac pro aéronautiques, spécifiques, en vue de participer au recrutement des maintenanciers aéronautiques nécessaires à l'armée de Terre. Il fournira plus d'un quart des besoins annuels.

La formation est dispensée en partenariat avec un prestataire extérieur, le GRETA (groupement d'établissements BERRY) pour former 30 élèves par an.

Les sciences cognitives doivent être adaptées tant au formateur qu'à l'apprenant, afin que les intuitions et les processus qui agissent sur la mémoire et l'apprentissage soient maîtrisés.



Madame Geneviève Darrieussecq, secrétaire d'État auprès de la ministre des Armées en visite au BTS cyber du lycée militaire de St-Cyr-l'École.

La scolarité se compose de 2 années de formation au bac pro (1^{re} + Terminale), suivies d'un an de mention complémentaire. Cette année supplémentaire permet d'obtenir la certification PART 147 (nécessaire pour travailler seul sur aéronef) et une formation de spécialité aéronautique militaire.



Les sciences cognitives

Définition et objectif



Les sciences cognitives ont pour objet de décrire, d'expliquer et de stimuler les processus d'apprentissage, permettant de mieux apprendre à apprendre,

pour mieux assimiler, retenir et restituer, et d'améliorer ainsi la performance pédagogique.

Les sciences cognitives ne représentent pas un nouveau concept d'apprentissage, elles sont en effet étudiées depuis 1885 en psychologie. Elles permettaient de donner confiance aux enseignants en appliquant des méthodes pédagogiques innovantes au profit des apprenants, en mettant simplement en œuvre des principes intuitifs et analytiques.



L'armée de Terre intègre déjà les sciences cognitives dans ses méthodes d'apprentissage, comme les séances démonstratives de montage et démontage de l'armement. Le défi est d'identifier ce qui peut être encore amélioré. A ce titre, des méthodes récentes et innovantes sont certainement plus efficaces et plus rapides (cartes mentales, KAHOOT, SOCRATIVE, HANKI, PLICKERS, etc.) que le traditionnel cours magistral. Comment les intégrer ? C'est le but du projet conduit à l'école des sous-officiers (@ssiMili) et aux Ecoles de Saint-Cyr-Coëtquidan (MERCURIO).

Focus sur @ssiMili : paroles de formateurs

Les sciences cognitives mises en œuvre à l'ENSOA propulsent l'école du « s'élever par l'effort » vers un objectif d'expertise de la pédagogie – « mieux apprendre pour mieux servir ».

Il s'agit de concevoir et de mettre en œuvre la transformation du recrutement, de la formation et de la gestion en tirant profit des plus-values de l'innovation.



« Si le TTA 193 a posé les fondements des méthodes d'enseignement, les sciences cognitives proposent des outils pour faire de notre cerveau notre allié en toutes circonstances d'apprentissage. C'est l'objet du projet @ssiMili mis en œuvre à l'ENSOA. »

« Développer l'attention et doper les capacités de mémorisation sont les fondations de ce projet de rénovation de nos pratiques pédagogiques. Il ne s'agit pas d'une révolution mais bien d'une adaptation et d'une généralisation des bonnes pratiques avec des outils de formation transposables tout au long de la carrière militaire. »

« Le projet repose sur 4 piliers : la montée en compétence des cadres de contact, l'optimisation des emplois du temps des élèves, l'appropriation par chaque élève de méthodes d'apprentissage ciblées et la maîtrise des outils numériques. »

@ssiMili propose une **pédagogie renouvelée** fondée sur la **connaissance de soi**, sur des méthodes immédiatement utilisables et sur une émulation individuelle et collective.

Focus sur le projet MERCURIO : vers une « approche neuro cognitive et comportementale ».

Le projet ESCC 2030 des Ecoles de Saint-Cyr-Coëtquidan offre l'opportunité de **moderniser le volet « éducation »** (combativité et intelligence) et de donner une impulsion significative dans le domaine de la « maturité » (autorité et humanité). Dans le cadre de l'optimisation des capacités cognitives des élèves (défi de la connaissance, « chef augmenté ») et de leur maturation de la compréhension de l'action à conduire dans et à travers un environnement partiellement numérisé, les écoles cherchent à :

- redynamiser les interactions entre élèves et instructeurs, y compris sur le terrain, en offrant aux cadres la possibilité de davantage stimuler tous les élèves (chacun devant être actif et concentré) ;
- personnaliser le suivi de la progression individuelle des élèves, afin de tirer le meilleur parti de chaque potentiel ;
- faciliter en tout temps et tous lieux, le recours aux applications et l'accès aux données, qui permettent de consolider les acquis en mode « présentiel ».

Le projet MERCURIO, intrinsèquement transverse et pluridisciplinaire, s'inscrit entre autres dans le champ d'application des découvertes des **sciences neurocognitives**, en mobilisant davantage l'attention, la compréhension, la mémorisation et l'implication des élèves.



La numérisation de l'espace de formation et les innovations

Définition et objectif



S'appuyant sur les opportunités offertes par les nouvelles technologies de l'information et de la communication pour l'enseignement, la numérisation de l'espace de formation est une offre de service numérique favorisant la mise en œuvre de nouvelles méthodes d'apprentissage et l'acquisition continue et réactive des compétences pour l'ensemble du personnel de l'armée de Terre. Dans ce cadre, la DRHAT a pour objectif de développer et d'accompagner le numérique, notamment au sein des organismes de formation.

Il ne s'agit pas de faire du numérique dans l'absolu mais d'apporter des plus-values dans la formation. Le commandement de la formation propose des services et des outils pour moderniser la formation dans le cadre de l'arrivée de SCORPION.

Des services et des outils à fortes plus-values : les plateformes d'apprentissage :

- sur Intradef, le portail FORM@T regroupe près de 2000 ressources pédagogiques mises à disposition par les organismes de formation de l'armée de Terre et propose des modules en enseignement à distance dans le cadre de parcours professionnels.
- sur Internet, la plateforme d'apprentissage interarmées e-form Internet propose des parcours de formation (pré-requis avant la formation générale de 2^e niveau à l'école nationale des sous-officiers d'active - ENSOA) et des aides à la préparation aux épreuves de sélection professionnelle (ESP).

Les innovations au service de la formation :

- impression 3D

Les manches de l'hélicoptère TIGRE ont été imprimés de la sorte afin d'améliorer la maîtrise des nombreux boutons par les équipages avant de débiter une séance de simulation.



- la PEDAGO BOX



Cette plateforme numérique, autonome et de faible encombrement, permet, via le WiFi, de mettre à disposition, sur des terminaux mobiles, des ressources

pédagogiques dans un environnement dépourvu de tout réseau. Elle est testée actuellement à l'ENSOA, à l'école des Transmissions (ETRS) et à l'école des Fourriers de Querqueville (EFQ).

Des modules animés : réalité virtuelle, simulation immersive, visio 360

Depuis octobre 2018, un premier module pédagogique utilisant la réalité virtuelle a été mis en place au profit de l'école du Matériel. De même, des modules en simulation immersive et en visio 360 ont été expérimentés en 2019 au sein du commandement des systèmes d'information et de communication (COMSIC). Les premiers retours prometteurs portent sur l'augmentation du nombre de scénarii de formation et la possibilité de pouvoir disposer d'équipements peu disponibles dans la réalité.

