



L'image des militaires dans les entreprises

Rapport final adressé

au C2SD

par la Société de Calcul Mathématique SA

en application de la convention

DEF/C2SD/2000/ Conv. 32 du 12 juin 2001

mars 2002

Résumé Opérationnel

Cette étude, qui porte sur 819 questionnaires, est destinée à connaître, par des techniques statistiques, l' « image » que les entreprises se font des militaires. Le mot « image » est pris en un sens très large : les questions portaient aussi bien sur le sens des responsabilités, sur les compétences techniques, que sur la capacité à s'intégrer à une nouvelle équipe. De même, les entreprises questionnées appartiennent à un panel très large, couvrant à peu près tous les secteurs d'activité. Nous avons voulu aller au delà des tâches considérées comme communément ouvertes aux anciens militaires, à savoir la sécurité et la logistique.

Un résultat étonnant, que nous n'attendions absolument pas, est que l'image est la même, que les entreprises aient ou non été en contact avec d'anciens militaires. Ce qu'on nous avait dit, ce que nous avons nous-mêmes découvert au travers des premiers entretiens qualitatifs, c'est que les militaires souffraient d'une image stéréotypée ; les entreprises ayant embauché d'anciens militaires, et donc ayant un point de vue motivé, devaient avoir une opinion différente. Le résultat obtenu ici est exactement l'inverse. Quel que soit le secteur d'activité, quelle que soit la question posée, il n'y a pas de différences significatives entre les réponses des entreprises qui ont déjà embauché des militaires et les réponses de celles qui n'en ont jamais employé.

Il convient certes de se méfier des statistiques, nous en sommes conscients, mais il convient aussi de se méfier des entretiens qualitatifs : l'intéressé, en toute bonne foi et pour rendre service (consciemment ou non), donne des réponses biaisées, des réponses différentes de celles qu'il fournirait à un questionnaire anonyme.

Venons-en aux résultats de l'étude. Les questions ont été regroupées en trois planches : compétences techniques, facultés d'organisation, attitude personnelle. Les secteurs d'activité ont été regroupés en six classes : vente de biens et services aux personnes ; habitation ; industrie lourde ; informatique et télécoms ; automobile et transports ; secteur public.

Tous secteurs confondus, plus de la moitié des entreprises ont répondu « oui » à l'ensemble des trois planches de questions.

Ce que les entreprises estiment le plus chez les anciens militaires, ce sont leurs qualités personnelles, entre autres leurs capacités à motiver une équipe, conseiller et s'intéresser aux autres, ainsi que leur faculté d'organisation et le respect des délais et des procédures.

Là où les entreprises doutent, c'est sur les compétences techniques, la gestion et l'administration, et sur la capacité à résoudre des problèmes.

Par secteur d'activité, les résultats sont les suivants :

Les entreprises du secteur A (services à la personne) estiment que les militaires ont peu de compétences techniques utiles. Dans le domaine de l'organisation, les compétences les plus reconnues sont le respect des délais et des procédures. Les capacités relationnelles sont également appréciées.

Le secteur B (habitation) est le plus réservé en ce qui concerne les anciens militaires : il ne leur reconnaît pas de manière significative des compétences techniques. Cependant,

dans le domaine de l'organisation, les qualités les plus représentatives sont l'organisation du travail, le contrôle des résultats, l'autonomie et le respect des délais et des procédures. En terme d'attitude humaine, les résultats sont favorables.

Pour le secteur C (industrie), les qualités premières des militaires sont la capacité à respecter les délais et les procédures, à organiser le travail et à motiver une équipe, la connaissance de l'informatique et l'aptitude à contrôler les résultats. Par contre les domaines où les militaires ne semblent pas reconnus sont la gestion, et l'intérêt aux autres.

Les entreprises du secteur D (informatique et télécoms) ne semblent pas convaincues des compétences techniques des militaires. Sont appréciés : le sens de l'organisation, le contrôle des résultats, l'autonomie, le respect des délais et des procédures, l'intégration dans une nouvelle équipe, l'intérêt aux autres, la capacité à motiver une équipe et à la conseiller.

Les entreprises du secteur E (automobile et transport) sont les plus convaincues des qualités des militaires, estimant à 79 % l'utilité de leurs compétences. Les réponses de ce secteur sont très positives, en particulier pour les questions concernant la logistique, l'organisation du travail, le respect des délais et des procédures, la motivation d'une équipe et le conseil.

Le secteur F (secteur public) présente une contradiction apparente. En effet seulement 25,9 % des entreprises souhaitent avoir accès à une base de données (sans doute parce que l'emploi y est difficile pour le moment) mais les réponses de ce secteur sont parmi les plus favorables. Les seuls points négatifs sont la gestion et la capacité à diriger une cellule de l'entreprise.

En conclusion, nous dirons que les facultés d'organisation et l'attitude personnelle des anciens militaires sont jugées bonnes partout, même si les secteurs présentent certaines variations. Par contre, les compétences techniques subissent des évaluations qui diffèrent fortement selon les secteurs.

En conséquence, si le Ministère de la Défense veut aider l'accès aux emplois dans les entreprises, pour les anciens militaires, il pourra incontestablement s'appuyer sur les qualités reconnues (et que la pratique ne dément pas !); mais, pour accéder à des secteurs nouveaux, hors transports, il faudra donner une formation complémentaire aux intéressés.

Equipe en charge de l'étude

Phase I : entretiens qualitatifs et réalisation des questionnaires

Brigitte Beauzamy, Paris
Lieutenant Colonel Pierre Bouc, Marseille

Phase II : Envoyer les questionnaires et recueillir les réponses

– Pour Paris :

Patricia Berthier, coordination de l'équipe
Stéphanie Moyal
Nadia Mazioui

– Pour Marseille : Lieutenant Colonel Pierre Bouc

Phase III : dépouillement et statistiques

Emmanuelle Charroppin
Inès Gaucherot
Nabila Saber

Coordination générale du projet : Bernard Beauzamy

La SCM tient à remercier l'Etat Major de l'Armée de Terre, pour l'intérêt porté à l'étude et pour ses encouragements :

- Lieutenant Colonel Xavier Michel,
- Lieutenant Colonel Prieur, Bureau Condition du Personnel,

et tout particulièrement, pour son accueil et pour son aide, le BIRT (Bureau Information Reconversion de l'Armée de Terre) :

- Lieutenant Colonel Auribault,
- Mme Roch.

et à Marseille :

- le BARC (Bureau d'Aide à la Reconversion Civile) : Adjudant Martin,
- le CIR (Centre Interarmées de Reconversion) : Lieutenant Colonel Prignon

Table des matières

I.	Les objectifs de l'étude.....	6
II.	Le déroulement de l'étude	6
A.	Phase I : juin à septembre 2001	6
B.	Phase II : septembre 2001 à janvier 2002	6
C.	Phase III : janvier 2002 à mars 2002	6
1.	Les listes d'entreprises fournies par le BIRT	7
2.	Le Kompas	8
3.	Contacts directs : salons, manifestations, expositions, etc	8
4.	Internet	8
III.	Justification du questionnaire	10
IV.	Analyse statistique	11
A.	Analyse globale	11
B.	Définition de variables synthétiques	11
C.	Premières indications	12
D.	Coefficients de corrélation	14
E.	Ecart-type des variables synthétiques	14
F.	Comparaison des entreprises en fonction de leur contact professionnel avec les militaires	18
G.	Localisation des entreprises	20
V.	Analyse par secteurs d'activité.....	24
A.	Répartition des secteurs d'activité	24
B.	Secteurs d'activité et contacts professionnels avec des militaires	25
C.	Demandes de base de données	26
D.	Etude des réponses par secteurs	27
VI.	Conclusion.....	36

I. Les objectifs de l'étude

Rappelons que cette étude a pour objectif de mieux connaître l'image que les entreprises se font des militaires. Les jeunes, après des contrats de 4 à 8 ans au sein du Ministère de la Défense, vont chercher des emplois dans le civil. Pour préparer cette reconversion, le Ministère de la Défense souhaite disposer d'une information a priori : comment les entreprises civiles voient-elles les anciens militaires ? Quels sont, selon elles, leurs points forts et leurs points faibles ?

Il faut bien préciser, dès l'abord, que notre étude n'avait pas pour but de recueillir l'adhésion des entreprises à tel profil de militaire ou à telle formation. Nous ne sommes pas allés les voir en leur demandant : « que pensez-vous des jeunes ayant passé quatre années dans telle affectation ? ». Ce type de question aurait, de toute façon, été impossible : la professionnalisation des armées est trop récente.

La question que nous avons posée concernait l' « image » que les entreprises se font des « militaires ». Nous n'avons pas précisé, intentionnellement, si ces militaires étaient vieux ou jeunes, gradés ou non, diplômés ou non. A l'inverse, nous avons proposé trois blocs de questions : le premier bloc concernait les compétences techniques, prises dans leur ensemble ; le second concernait les compétences d'organisation et le troisième les qualités personnelles. Le détail des questions apparaît plus loin.

Nous n'avons pas non plus précisé que nous nous plaçons dans une perspective de recrutement : nos questions se situaient dans l'abstrait, hors de toute préoccupation d'embauche immédiate. Cependant, une question (posée en dernier) évoquait le recrutement : « souhaitez-vous avoir accès à une base de données constituées d'anciens militaires ? ». Même ainsi, cette question ne mentionnait ni le profil, ni le délai.

II. Le déroulement de l'étude

Pour nous, ce travail s'est décomposé en trois phases très distinctes :

A. Phase I : juin à septembre 2001

Entretiens qualitatifs préliminaires. Réalisation d'une première version du questionnaire. Présentation du questionnaire au C2SD en septembre 2001.

B. Phase II : septembre 2001 à janvier 2002

Envoi des questionnaires aux entreprises. Amélioration du questionnaire. Relances téléphoniques. Prises de rendez-vous, rencontres diverses (salons, expositions, etc), de manière à obtenir les réponses aux questionnaires.

C. Phase III : janvier 2002 à mars 2002

Dépouillement, analyse et traitement statistique des questionnaires.

Nous ne revenons pas ici sur l'élaboration des questionnaires, qui a fait l'objet d'un rapport remis au C2SD en décembre 2001. Nous allons maintenant décrire la phase II.

Le cahier des charges de l'étude prévoyait l'envoi d'environ 800 questionnaires. En fait, nous nous sommes très vite rendu compte que le taux de retour était extrêmement faible, même après relance téléphonique. De plus, le traitement statistique envisagé (décrit plus loin) requiert un découpage par catégorie de métiers. Pour obtenir un échantillon satisfaisant, nous avons considéré qu'il était nécessaire d'avoir un retour d'au moins 800 réponses (et pas seulement des envois pour ce nombre). Nous avons donc dû envoyer ou remettre plus de 1 600 questionnaires au total.

Nous avons utilisé successivement :

1. Les listes d'entreprises fournies par le BIRT

Le Bureau d'Information Reconversion Terre, que nous remercions chaleureusement ici, a pour mission de favoriser la reconversion des anciens militaires de l'Armée de Terre. Il reçoit donc spontanément des demandes émanant d'entreprises ; ces demandes concernent essentiellement certains profils bien répertoriés.

En s'adressant d'abord au BIRT, nous avons un échantillon d'entreprises facile, mais biaisé. Facile, au moins en apparence, puisque, par définition, il s'agissait d'entreprises connaissant les anciens militaires et ayant des besoins. Biaisé, parce que ces entreprises avaient déjà eu un contact avec le BIRT ; par définition encore, elles n'étaient pas représentatives des entreprises « ordinaires ». De plus, en faisant appel au BIRT de manière excessive, nous aurions eu l'impression de tricher : le but final de l'étude, au travers de l'image des militaires, est tout de même de trouver de nouvelles pistes d'emploi !

Le BIRT, en la personne du Lieutenant Colonel Auribault et de sa collaboratrice Mme Roch, nous a accueillis de manière extrêmement aimable et nous a fourni des listes d'entreprises : faute de moyens humains, le BIRT ne peut pas exploiter complètement ces listes.

De la même façon, à Marseille, nous avons utilisé les informations fournies par le BARC.

Nous avons donc envoyé environ 300 questionnaires à des entreprises référencées sur ces listes. Le taux de retour spontané a été très faible, contrairement à notre attente, s'agissant d'entreprises « sympathisantes ». Nous voyons plusieurs explications à ce phénomène, au travers des divers contacts que nous avons eus :

Tout d'abord, les informations du BIRT étaient assez anciennes (un à deux ans, parfois davantage) ; la rotation des personnels, au sein des entreprises, fait que les nouveaux ne sont pas informés de la démarche de leurs prédécesseurs.

Ensuite, et surtout, notre enquête, qui était de type sociologique, ne répondait pas aux attentes de nos interlocuteurs ; ces attentes étaient plus immédiates et plus pragmatiques. Nous aurions eu plus de succès si nous leur avions demandé : quels profils voulez-vous recruter, et quand ?

2. Le Kompass

Il s'agit d'un annuaire d'entreprises, qui permet une recherche par secteurs d'activité. Nous avons envoyé environ 400 questionnaires à des entreprises choisies de façon aléatoire à l'intérieur d'un secteur d'activité déterminé (voir plus loin la classification des secteurs). Même avec des relances téléphoniques, envoi de fax, etc, il a été difficile d'obtenir plus d'un retour pour deux questionnaires envoyés.

3. Contacts directs : salons, manifestations, expositions, etc

Nous avons interrogé directement des exposants sur différents salons et manifestations qui se sont tenus à Paris, Région parisienne et à Marseille entre septembre et janvier. Il a ainsi été possible d'obtenir plus de 400 réponses au questionnaire. Ces salons représentent des secteurs d'activité extrêmement variés et les exposants viennent en général de province : la Région parisienne n'a absolument pas été favorisée, non plus que la Région PACA. La localisation géographique est de toute façon sans importance pour nous : c'est le secteur d'activité qui nous intéresse.

De manière générale, et quel que soit le mode de contact utilisé, recueillir des réponses a été difficile. Nous avons pensé, initialement, que la perspective, proposée aux entreprises, d'avoir accès à une base de données contenant les CV de militaires cherchant une reconversion pouvait constituer un attrait suffisant pour les inciter à répondre. Ce point de vue s'est avéré naïf : moins de la moitié des réponses aux questionnaires ont souhaité avoir accès à une telle base de données. Nous y revenons plus bas.

On trouvera sur la page suivante le questionnaire diffusé, sous sa forme définitive. Ce questionnaire résulte de simplifications par rapport aux versions initiales : plusieurs questions ont été fondues en une seule. Mais, même ainsi, le questionnaire a été considéré comme trop complexe par une large proportion des utilisateurs.

4. Internet

Nous avons mis en ligne sur notre site web (<http://members.aol.com/scmsa>) un questionnaire au format html, avec des indications sur le contenu de l'étude et une question en première page du site : voulez-vous participer ? Une seule réponse a été obtenue de cette manière !

Enquête réalisée pour le Ministère de la Défense

Questionnaire destiné aux responsables du recrutement

Votre entreprise :

Nom :

Adresse :

Activité :

	Code APE	

Vos effectifs

Cadres :	Agents de maîtrise / techniciens :	Employés / ouvriers :
----------	------------------------------------	-----------------------

Dont anciens militaires

Cadres :	Agents de maîtrise / techniciens :	Employés / ouvriers :
----------	------------------------------------	-----------------------

Pensez-vous qu'un ancien militaire :

Puisse avoir des compétences utiles à l'entreprise ?

	OUI	NON	Sans Opinion
En administration	OUI	NON	Sans Opinion
En gestion / management	OUI	NON	Sans Opinion
En logistique	OUI	NON	Sans Opinion
En informatique	OUI	NON	Sans Opinion
Autre	OUI	NON	Sans Opinion

Sache diriger une cellule de l'entreprise ?

	OUI	NON	Sans Opinion
Organiser le travail	OUI	NON	Sans Opinion
Contrôler les résultats	OUI	NON	Sans Opinion
Résoudre les problèmes	OUI	NON	Sans Opinion
Faire preuve d'autonomie et d'initiative	OUI	NON	Sans Opinion
Respecter les délais et les procédures	OUI	NON	Sans Opinion

Sache s'intégrer dans une nouvelle équipe ?

	OUI	NON	Sans Opinion
S'intéresser aux autres	OUI	NON	Sans Opinion
Motiver son équipe	OUI	NON	Sans Opinion
Conseiller ou aider	OUI	NON	Sans Opinion

Avez-vous déjà été en contact professionnel avec des militaires ?

Si OUI, en avez-vous été satisfait

OUI	NON	
OUI	NON	Indifférent

Souhaitez-vous avoir accès à une base de données contenant les profils ou les CV résumés de militaires disponibles pour un recrutement ?

OUI	NON
-----	-----

Avez-vous des suggestions quant aux possibilités d'emploi des anciens militaires au sein des entreprises ?

.....

.....

.....

III. Justification du questionnaire

Le questionnaire est composé de deux parties :

- l'identification de l'entreprise
- les questions (20)

Explication des différents blocs de questions :

- 1° partie : Compétences utiles à l'entreprise

Cette partie est relative aux compétences techniques des militaires. Elle est composée de six questions : une question générale "Pensez-vous qu'un ancien militaire pourra avoir des compétences utiles à l'entreprise ?", Puis quatre questions plus précises sur les compétences du militaire concernant l'administration, la gestion/management, la logistique et l'informatique. La dernière question permet à la personne interrogée de donner une autre compétence utile à l'entreprise.

Cette partie permet d'analyser les compétences du militaire, d'évaluer son utilité et d'orienter le militaire vers des domaines appropriés.

- 2° partie : Faculté de diriger une cellule de l'entreprise

Cette partie représente les facultés des militaires dans le domaine de la direction d'une cellule de l'entreprise. Elle est composée de six questions : la première introduit le sujet et les cinq autres évaluent l'opinion du responsable du recrutement afin d'établir les facultés du militaire dans l'esprit de celui-ci. Ce bloc permet d'analyser les facultés de diriger, d'organiser, de motiver du militaire. Les résultats montrent quel rôle on pourrait lui attribuer dans l'entreprise.

- 3° partie : L'attitude humaine

Cette partie est composée de quatre questions. Elle montre si le militaire peut s'intégrer dans une équipe, s'il a sa place dans celle-ci et s'il peut lui apporter une aide.

Ce bloc analyse le potentiel d'adaptation du militaire au sein de l'entreprise.

- 4° partie : Contact

Les dernières questions concernent le contact, la satisfaction de la relation professionnelle entre l'entreprise civile et les militaires. On demande si les responsables du recrutement sont intéressés par une base de données contenant des profils et des CV des militaires pour un recrutement.

IV. Analyse statistique

A. Analyse globale

Au total, nous avons eu 819 contacts identifiés (c'est à dire dont le nom, l'adresse et le secteur d'activité sont connus). Parmi ces 819, 72 (soit 8,8 %) ont refusé de répondre à l'enquête, en déclarant qu'elle était « sans intérêt ». Ce refus de répondre, lorsque le secteur d'activité est connu, est instructif en soi et doit être comptabilisé. Il souligne le fait que l'entreprise ne s'intéresse pas au recrutement d'anciens militaires ou ne trouve pas justifié le fait de faire une enquête sur leur réinsertion dans les entreprises civiles.

Restent donc 747 entreprises pour lesquelles le questionnaire a pu être exploité.

Remarquons ici que très peu d'entreprises ont répondu aux aspects « composition des effectifs » du questionnaire. Très peu savent si oui ou non leur entreprise a embauché d'anciens militaires, et encore moins savent quels grades ils avaient !

Nous allons donc utiliser ces 747 questionnaires pour réaliser l'étude statistique. On constate que 377 entreprises ont déjà été en contact professionnel avec des militaires et que 76 % d'entre elles ont été satisfaites. Mais seulement 26,5 % des personnes interrogées souhaitent avoir accès à une base de données contenant les profils ou les CV résumés de militaires. Parmi ces personnes souhaitant avoir des informations plus précises sur les militaires, 79,6 % ont déjà eu un contact avec eux.

B. Définition de variables synthétiques

Au sein du questionnaire, les questions ont été regroupées en trois catégories :

- les compétences techniques,
- la faculté d'organisation,
- l'attitude humaine.

Nous allons maintenant exploiter chacune des catégories.

Pour chaque planche de questions, nous construisons une variable dérivée intermédiaire obtenue en remplaçant :

- les réponses OUI par la valeur 1,
- les réponses NON par la valeur -1,
- les réponses SANS OPINION par 0.

On peut alors « sommer » les résultats ; on obtient trois variables, notées Int1, Int2 et Int3, avec chacune 819 composantes, représentant les réponses des 819 entreprises aux trois planches de questions.

Dans ce modèle, si par exemple une composante de la troisième variable vaut 0, cela correspond soit à quatre réponses SANS OPINION, soit à deux réponses OUI et deux réponses NON, soit à deux SANS OPINION, un OUI et un NON. Nous allons donc étudier ces variables suivant un processus de majorité, dans le but d'avoir une idée des réponses. Le signe de la valeur obtenue exprimera l'avis (positif, négatif ou non clairement exprimé) de l'entreprise sur l'ensemble de la planche de questions.

A partir de ces trois variables intermédiaires, nous construisons trois variables définitives à 819 composantes chacune ; chaque composante est obtenue à partir de la composante de la variable intermédiaire correspondante comme suit :

- si cette dernière est strictement inférieure à -1, la composante de la variable définitive vaut -1,

- si la composante intermédiaire est comprise au sens large entre -1 et 1, la composante définitive vaut 0,

- si la composante intermédiaire est strictement supérieure à 1, la composante définitive vaut 1.

Nous obtenons alors trois variables définitives :

- Def1 pour la première planche de questions,
- Def2 pour la deuxième,
- Def3 pour la troisième.

Chacune de ces variables définitives a 819 composantes valant -1, 0 ou 1, indiquant ainsi l'idée générale de l'entreprise à propos de chaque planche de questions. Nous allons donc baser notre étude sur ces trois variables définitives.

C. Premières indications

Dans le tableau suivant, nous avons résumé le pourcentage d'entreprises ayant donné les réponses comme indiqué.

Def1	Def2	Def3	Pourcentage de réponses	
1	1	1	50,60	
		0	5,62	
		-1	0,54	
	0	1	1	2,95
			0	1,74
			-1	0
	-1	1	1	1,07
			0	0
			-1	0,27
0	1	1	9,24	
		0	2,28	
		-1	0	
	0	1	1	2,68
			0	2,95
			-1	0
	-1	1	1	1,61
			0	0,54
			-1	0,54
-1	1	1	6,56	
		0	1,34	
		-1	0,13	
	0	1	1	0,80
			0	1,74
			-1	0,27
	-1	1	1	2,95
			0	0,80
			-1	2,81

Tableau 1 : Pourcentages de réponses aux trois planches de questions

La première remarque est que 50,6 % des entreprises ont répondu de façon positive aux trois planches de questions, ce qui signifie que plus de la moitié des entreprises questionnées a globalement une bonne opinion des militaires.

Une proportion de 9,24 % des entreprises estime que les militaires ont de bonnes facultés d'organisation et des attitudes humaines positives, mais n'ont pas d'opinion sur leurs compétences techniques. Dans le même ordre d'idée, 6,56 % des réponses sont positives pour les deux dernières planches de questions, mais négatives pour la première.

De plus, nous constatons que 5,62 % des entreprises admettent que les militaires ont des compétences techniques et des facultés d'organisation, mais ont une idée assez mitigée de leurs attitudes humaines.

Planche 1 : OUI : 469
NON : 130

Planche 2 : OUI : 570
NON : 79

Planche 3 : OUI : 586
NON : 34

Pour la première planche de questions, les entreprises ont répondu OUI 469 fois et 130 fois NON. Pour la deuxième planche de questions, les entreprises ont donné 570 fois la réponse OUI et 79 fois la réponse NON. Pour la troisième planche de questions, nous avons obtenu 586 fois OUI et 34 fois NON.

Donc, de façon générale, les personnes interrogées pensent que les militaires ont surtout des qualités humaines appropriées pour travailler dans une entreprise. De même, elles estiment que leurs facultés d'organisation sont satisfaisantes. Par contre, même si les entreprises pensent majoritairement que les compétences techniques des militaires peuvent être utiles, c'est tout de même la planche de questions contenant le maximum de réponses négatives. Ceci rejoint les commentaires de certaines personnes expliquant qu'il est nécessaire d'avoir de l'expérience technique dans un domaine donné pour y être compétent.

D. Coefficients de corrélation

Pour savoir s'il était utile de distinguer les questions en trois groupes, nous avons calculé les coefficients de corrélation entre chaque variable définitive.

	Def1	Def2	Def3
Def1	1		
Def2	0,47	1	
Def3	0,32	0,43	1

Tableau 2 : Coefficients de corrélation entre les variables synthétiques

Nous remarquons que ces trois coefficients de corrélation ne sont pas proches de 0, mais inférieurs à 0,5, ce qui indique qu'il y a un lien entre ces trois planches de questions, mais montre qu'il était justifié de les distinguer.

E. Ecart-type des variables synthétiques

Après la transformation des réponses en valeurs, nous avons calculé l'écart-type de ces valeurs pour chaque entreprise et pour chaque bloc de questions. Dans le tableau ci-dessous est noté le pourcentage d'entreprises ayant un écart-type nul pour la variable indiquée, c'est à dire les entreprises ayant donné la même réponse aux différentes questions de chacun des blocs.

	Def1	Def2	Def3
Pourcentage d'entreprises	21,55	42,57	59,97

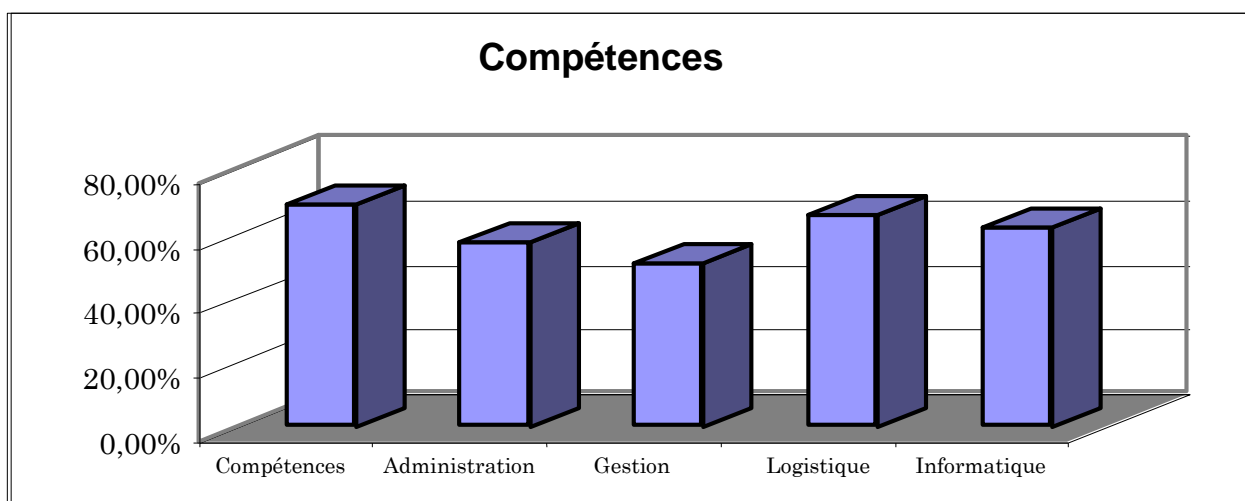
Tableau 3 : Pourcentage d'entreprises ayant donné la même réponse aux questions dans chacun des blocs

Les personnes interrogées ont donc fait plus de différenciations entre les questions dans le premier bloc que dans le deuxième, et plus encore que dans le troisième. Ceci montre que, malgré le peu d'informations sur les compétences techniques utiles à l'entreprise mentionnées dans le questionnaire, chaque question a été bien distinguée des autres dans le premier bloc, alors que dans le dernier bloc, les questions appellent la même réponse ; par exemple, comment peut-on s'intégrer dans une nouvelle équipe si l'on n'est pas capable de s'intéresser aux autres ? Malgré tout, des entreprises (40,4 %) ont noté une différence, ce qui prouve que ces questions n'étaient pas inutiles.

Examinons planche par planche les réponses obtenues.

Les compétences techniques

Parmi les personnes interrogées, 69 % estiment que les militaires ont des compétences utiles à l'entreprise.

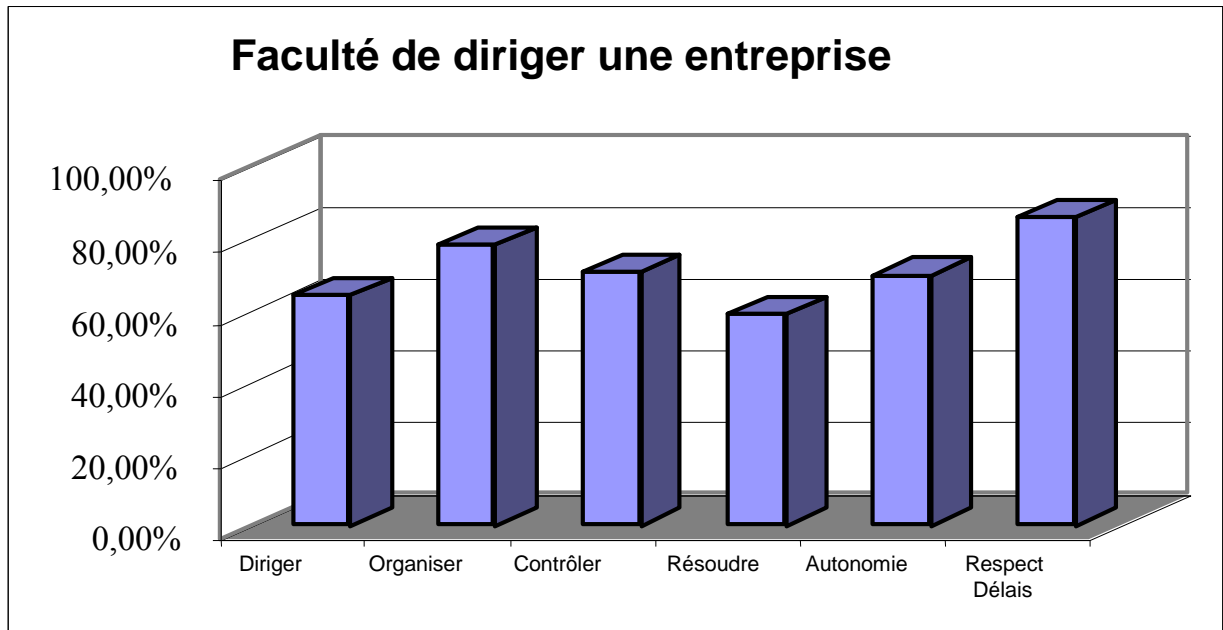


Dans l'ensemble, on constate que les militaires peuvent avoir leur place au sein de l'entreprise. Il en ressort que les compétences les plus reconnues des militaires pour l'entreprise sont l'informatique et la logistique.

En effet, on remarque que 62,2 % des personnes estiment que les militaires ont des compétences dans le domaine de l'informatique et près de 66,1 % reconnaissent qu'ils peuvent avoir des compétences en logistique. Quant à leurs compétences en gestion management et administratives, 51,3 % et 57,7 % de l'échantillon les admettent.

Les facultés d'organisation

En ce qui concerne la faculté des militaires de diriger une cellule de l'entreprise, celle-ci est également favorable dans l'esprit de l'entrepreneur.



63,9 % des entreprises considèrent que les militaires sont capables de diriger une cellule.

78,3 % des personnes pensent que les militaires sont capables d'organiser le travail.

85,7 % estiment qu'ils respectent les délais et les procédures.

70,5 % les considèrent capables de contrôler les résultats.

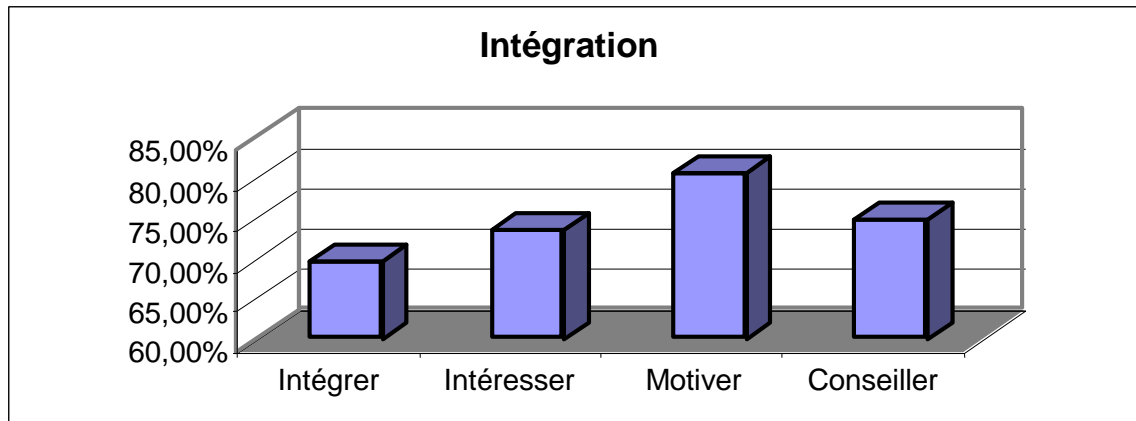
Par ailleurs à la question sur leur autonomie et la prise d'initiative au travail 69,5 % des personnes les jugent capables.

Pour chacune de ces questions, plus de 60 % des entreprises interrogées ont donné des réponses positives, ce qui prouve qu'elles ont plutôt une bonne opinion des militaires quant à leurs facultés d'organisation.

La capacité des anciens militaires à résoudre les problèmes est reconnue par 59 % des personnes interrogées ; cette aptitude est donc la moins reconnue par les entreprises.

Les attitudes humaines

Dans le domaine de l'intégration, certains traits caractéristiques des militaires représentent des atouts pour l'entreprise comme la motivation de l'équipe, l'organisation, le respect, l'intérêt aux autres et le conseil.



69,9 % des entreprises sont assez persuadées de la bonne intégration des anciens militaires dans une nouvelle équipe, leur intérêt aux autres est jugé à 73,6 %.

Leurs capacités à conseiller et à motiver sont reconnues respectivement par 74,8 % et 80,7 % des entreprises.

En conclusion la tendance générale montre que l'image des militaires auprès des entreprises est relativement positive. Ils ont des compétences utiles à l'entreprise, ils ont des atouts pour diriger une cellule de l'entreprise et ils s'adaptent facilement selon l'opinion des directeurs de ressources humaines. Malgré ces facultés on peut souligner le fait que les anciens militaires ne sont pas une cible très recherchée.

F. Comparaison des entreprises en fonction de leur contact professionnel avec les militaires

Nous avons voulu comparer les réponses des entreprises ayant déjà eu des contacts professionnels avec d'anciens militaires avec celles des autres entreprises. 50,5 % des entreprises interrogées ont déjà été en relation avec des militaires. Nous avons donc autant d'entreprises ayant eu un contact que d'entreprises n'en ayant pas eu, ce qui nous permettra d'avoir des conclusions parlantes. Nous avons résumé les résultats (exprimés en pourcentage) dans les tableaux suivants :

Première planche	Contact			Total
	Non	Oui	Vide	
Pas content	9,91	7,36	0,13	17,4
Sans opinion	10,04	9,5	0,27	19,81
Content	29,05	33,47	0,27	62,78
Total	49	50,33	0,67	100

Tableau 4 : Pourcentage de réponses à la première planche de questions suivant que l'entreprise ait été en contact professionnel avec des militaires ou non

Dans la première colonne est indiquée la réponse obtenue dans la première planche de questions. Sur la deuxième ligne est indiqué si oui ou non l'entreprise a été en contact professionnel avec des militaires ; la mention vide signifie qu'elle n'a pas répondu à cette question. Ce tableau contient donc les pourcentages de réponses dans la première planche en fonction du fait que l'entreprise a eu des contacts ou non avec des militaires.

Pour le premier bloc de questions, nous remarquons que les entreprises ayant déjà eu un contact avec des militaires estiment très largement qu'ils ont des compétences techniques utiles et qu'il en est de même, à peu de choses près, pour les autres entreprises.

Ceci est une conclusion plutôt positive pour les militaires, puisque les entreprises jugent leurs compétences techniques utiles, qu'elles aient déjà travaillé avec eux ou non. Ceci est confirmé par le fait qu'une minorité des entreprises, surtout celles ayant eu des contacts, estiment ces compétences inutiles. Il y a environ 20 % des entreprises, réparties également suivant qu'elles aient eu des contacts ou non avec les militaires, qui n'ont pas d'opinion précise à propos de ces questions.

Contact				
	Non	Oui	Vide	Total
Deuxième planche				
Pas content	7,1	3,35	0,13	10,58
Sans opinion	6,69	6,29	0,13	13,12
Content	35,21	40,7	0,4	76,31
Total	49	50,33	0,67	100

Tableau 5 : Pourcentage de réponses à la deuxième planche de questions suivant que l'entreprise ait été en contact professionnel avec des militaires ou non

La réponse globale donnée dans le deuxième bloc de questions est indiquée dans la première colonne. Sur la deuxième ligne est indiqué ce que l'entreprise a répondu à la question concernant les contacts avec les militaires.

Comme pour la première planche de questions, ce tableau montre que les entreprises pensent que les militaires ont de bonnes facultés d'organisation, et ceci est valable pour les entreprises ayant déjà été en contact avec eux ou non. On constate aussi que le taux de "sans opinion", élevé à 13,12 % sur l'ensemble des réponses, est quasiment identique pour les deux classes d'entreprises et que le pourcentage de réponses négatives est assez faible, en particulier pour les entreprises ayant déjà été des contacts avec des militaires.

Contact				
	Non	Oui	Vide	Total
Deuxième planche				
Pas content	2,68	1,87		4,55
Sans opinion	9,37	7,23	0,4	17
Content	36,95	41,23	0,27	78,45
Total	49	50,33	0,67	100

Tableau 6 : Pourcentage de réponses à la troisième planche de questions suivant que l'entreprise ait été en contact professionnel avec des militaires ou non

Comme pour les tableaux concernant les deux premiers blocs de questions, dans la première colonne est indiquée la réponse donnée à la troisième planche de questions et sur la deuxième ligne est indiquée la réponse donnée à la question concernant leurs contacts professionnels éventuels avec des militaires. Ce tableau contient donc les pourcentages de réponses au troisième bloc de questions suivant que l'entreprise a eu ou non des contacts avec des militaires.

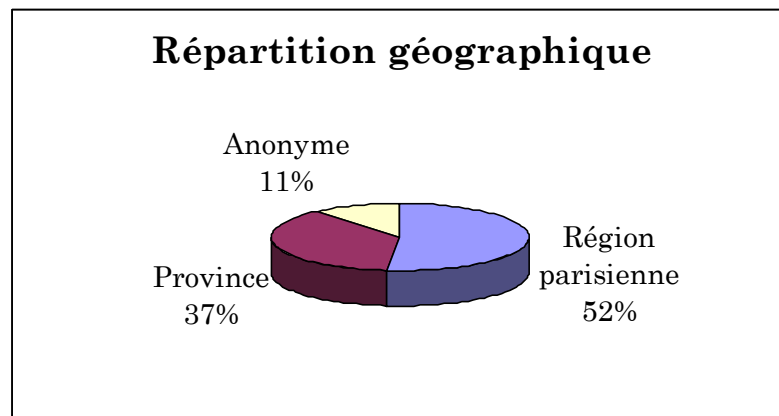
Nous constatons que la conclusion est identique pour la troisième planche de questions aux conclusions des deux planches précédentes : les entreprises estiment globalement

que les militaires ont de bonnes attitudes humaines, et c'est encore plus vérifié pour celles ayant déjà eu des contacts avec eux.

40,3 % des entreprises ayant déjà été en contact avec des militaires souhaitent avoir accès à une base de données contenant leurs profils. Ceci peut s'expliquer par le fait que les entreprises ayant déjà travaillé avec des militaires en ont été satisfaites (76 % ont répondu positivement à cette question et ceci est confirmé par les conclusions précédentes) et souhaitent avoir plus de renseignements. Mais seulement 19,4 % des entreprises n'ayant pas eu de contacts avec eux souhaitent avoir accès à une base de données contenant leurs profils et leurs CV.

G. Localisation des entreprises

Dans cet échantillon, 51,7 % des entreprises se situent dans la région parisienne (35,5 % pour Paris), 37,1 % en province et 11,2 % préfèrent rester anonymes.

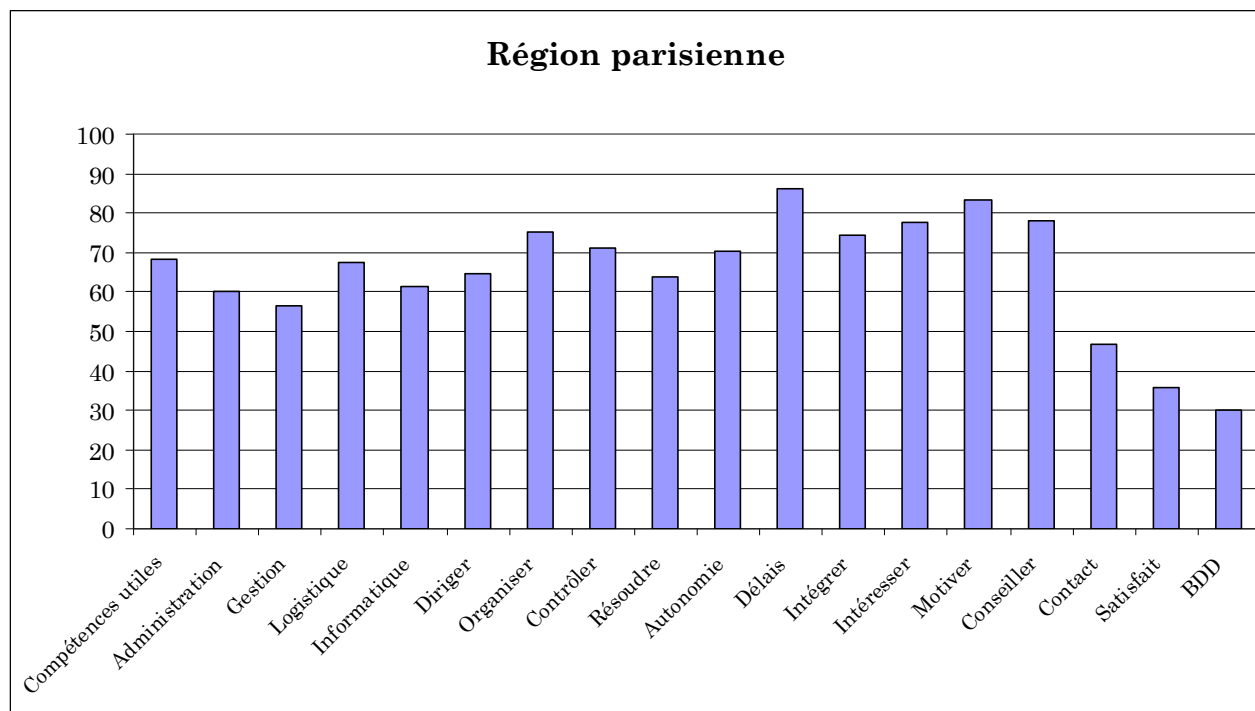


Région parisienne

Le taux de réponses des entreprises de la région parisienne représente 51,7 % des réponses totales.

D'après l'étude, 46,6 % des entreprises parisiennes ont déjà été en contact professionnel avec des militaires et 76,7 % en sont satisfaites. Cependant, seulement 30,1 % souhaitent accéder à une base de données et parmi celles-ci 64,4 % connaissent déjà les militaires dans le monde professionnel.

Donc on constate que moins d'une entreprise sur deux a eu des relations dans le milieu des affaires avec des militaires et moins d'une entreprise sur trois souhaite avoir accès à une base de données.



En ce qui concerne les compétences des militaires, 68,1 % estiment qu'elles sont utiles à l'entreprise ; les plus significatives sont la logistique et l'informatique, avec respectivement 67,4 % et 61,4 % de réponses positives.

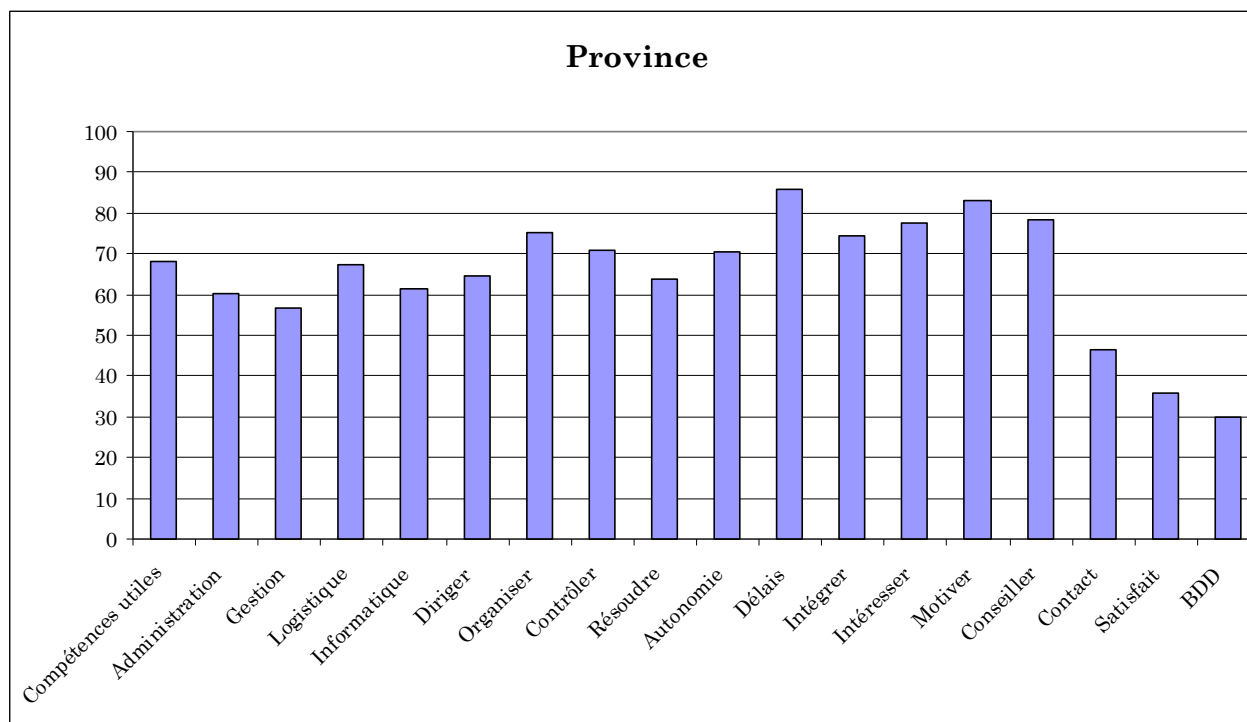
Dans le domaine de la direction, 64,5 % des entreprises estiment que cette population a la capacité de diriger une cellule, notamment en matière d'organisation (75,1 %), de contrôle (71 %), et de respect des délais et des procédures (86 %).

Dans le domaine de l'intégration, 74,4 % des entreprises pensent que les militaires ont la faculté de s'adapter facilement à une nouvelle équipe, particulièrement en ce qui touche l'intérêt aux autres (77,7 %), la motivation d'une équipe (83,2 %) et le conseil (78,2 %).

Les compétences d'adaptation du militaire au sein de l'entreprise et de son équipe sont très favorables alors que les réponses à propos des compétences en management et en administration sont plus nuancées.

Province

Le taux de réponses des entreprises en province représente 37,1 % des réponses totales.



64,6 % des entreprises interrogées pensent que les militaires ont des compétences utiles à l'entreprise, surtout en logistique (59,9 %) et informatique (59,2 %), mais seulement 42,6 % d'entre elles estiment qu'ils sont compétents en gestion.

Quant à leur capacité à diriger une cellule de l'entreprise, les deux points importants sont l'organisation et le respect des délais et des procédures (85,6 %) alors que seulement 60,3 % des personnes interrogées estiment qu'ils sont aptes à résoudre des problèmes.

L'attitude humaine qui les caractérise le mieux aux yeux des entreprises est la motivation d'une équipe (75,5 %), ensuite viennent le conseil (69 %), l'intérêt aux autres (66,8 %) et enfin l'intégration dans une nouvelle équipe (63,5 %).

On peut remarquer qu'en province plus d'une entreprise sur deux a déjà été en contact professionnel avec des militaires et 72,4 % d'entre elles en ont été satisfaites.

Bien que ces résultats soient positifs, seulement une entreprise sur quatre souhaite avoir accès à une base de données contenant des profils et des CV des militaires pour un recrutement.

En conclusion on constate que les avis des responsables du recrutement ont la même tendance quel que soit le lieu d'activité de l'entreprise. Dans l'ensemble ils pensent que les militaires ont leur place au sein d'une entreprise, mais ne semblent pas intéressés par cette cible.

V. Analyse par secteurs d'activité

A. Répartition des secteurs d'activité

Les questionnaires sont regroupés en 6 secteurs selon leur activité. Cette classification a été réalisée par nous pour les besoins de l'étude ; elle ne correspond pas à une classification antérieure.

Le secteur A regroupe toutes les activités vendant des biens et des services en relation directe avec les particuliers (l'alimentation, le textile, l'édition, la culture...).

Le secteur B regroupe les domaines qui concernent l'habitation (le bois, le mobilier, la construction, le BTP, l'énergie et les déchets).

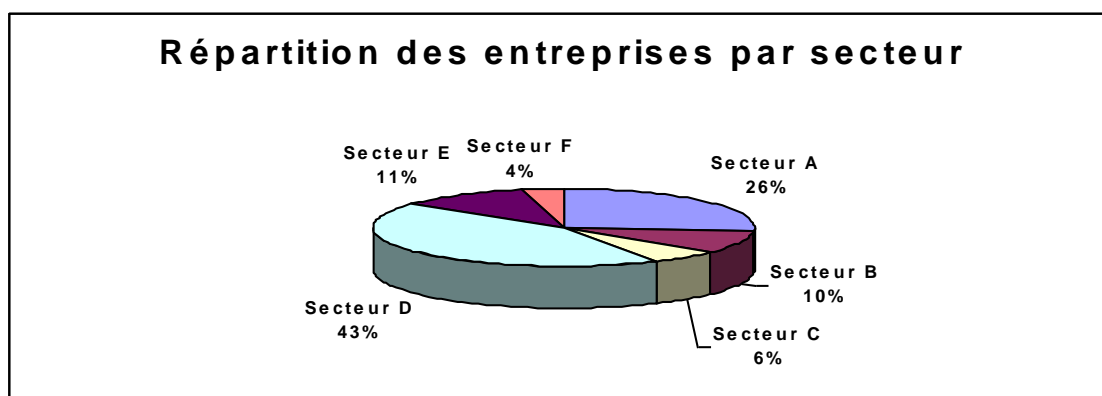
Le secteur C regroupe le domaine de l'Industrie lourde (la métallurgie, la chimie, le plastique...).

Le secteur D regroupe les domaines de l'informatique, des télécoms, de la banque, des assurances, etc.

Le secteur E regroupe les domaines de l'automobile et des transports.

Le secteur F regroupe le secteur public (les ministères, les hôpitaux, l'éducation...).

Cette nomenclature, qui nous est propre, est rendue nécessaire par le fait que les codes APE ne donnent pas une bonne indication du secteur d'activité de l'entreprise. Ils correspondent souvent à une nomenclature administrative. Par exemple, un holding d'entreprises est classé dans "administration", quelle que soit l'activité de ladite entreprise.



Le secteur A représente 26,2 % de l'échantillon.

Le secteur B représente 9,9 % de l'échantillon.

Le secteur C représente 5,6 % de l'échantillon.

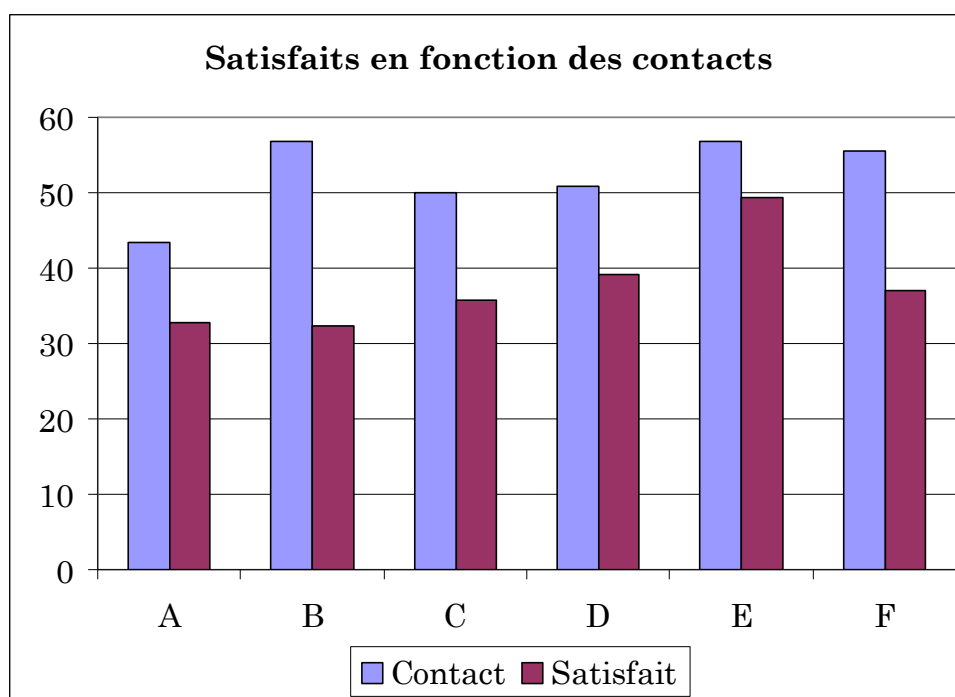
Le secteur D représente 43,1 % de l'échantillon.

Le secteur E représente 10,8 % de l'échantillon.

Le secteur F représente 3,6 % de l'échantillon.

B. Secteurs d'activité et contacts professionnels avec des militaires

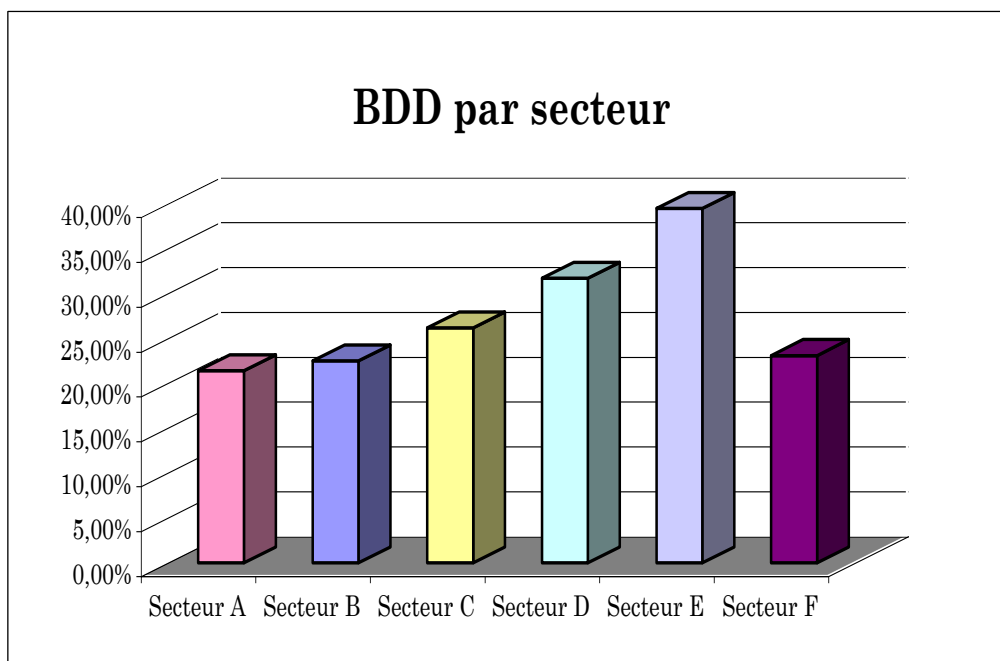
Ce graphique a pour intérêt de montrer le secteur qui a été le plus en contact avec les militaires dans le monde professionnel.



Les secteurs E et F ont été les plus en contact avec les militaires (respectivement 56,8 % et 55,6 %). Le secteur E est le plus satisfait de cette population (87 %).

Les secteurs A, C et D sont également satisfaits des contacts avec cette population (respectivement 75,3 %, 71,4 % et 76,8 %). Le secteur le plus réservé à propos des relations professionnelles avec les militaires (67,1 %) est le secteur B.

C. Demandes de base de données



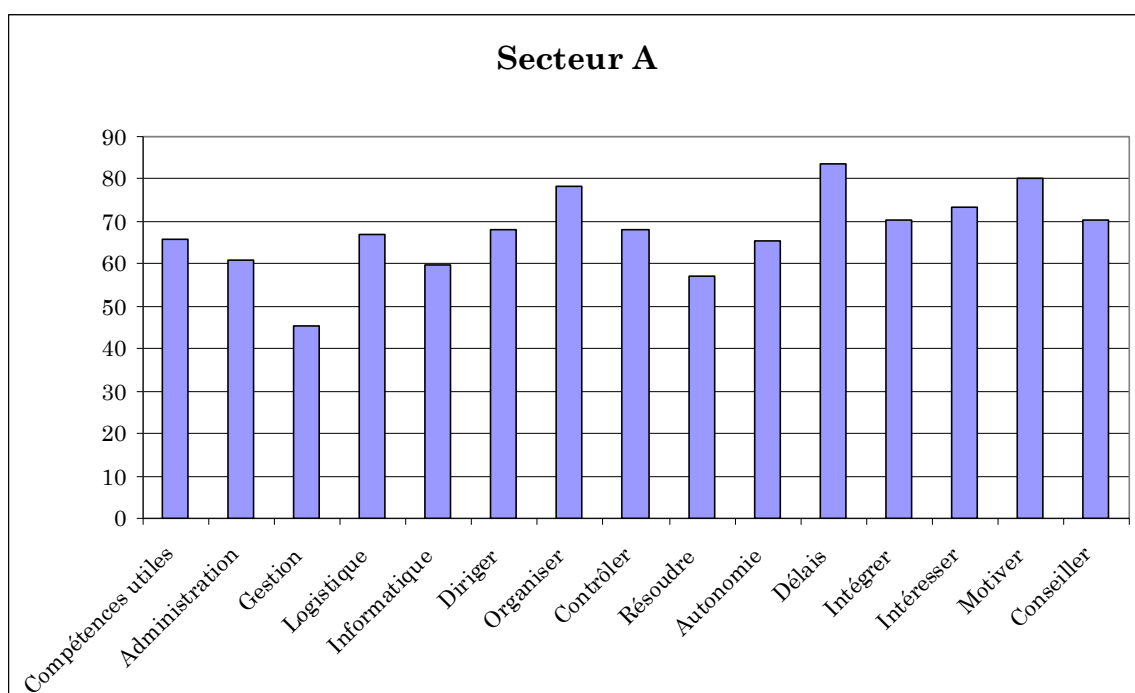
On remarque sur ce graphique que le secteur le plus intéressé est le secteur E, c'est à dire les domaines du transport et de l'automobile ; 39,5 % des directeurs de ressources humaines souhaitent avoir accès à une base de données contenant leur profil et leur curriculum vitae.

Dans les secteurs C et D, 26,2 % et 32,6 % des personnes interrogées veulent une base de données pour recruter.

Enfin les secteurs les moins intéressés sont les secteurs A, B et F ; moins d'une entreprise sur quatre veut avoir accès une base de données. Ceci peut correspondre au fait que peu de recrutements sont envisagés dans ces secteurs.

D. Etude des réponses par secteurs

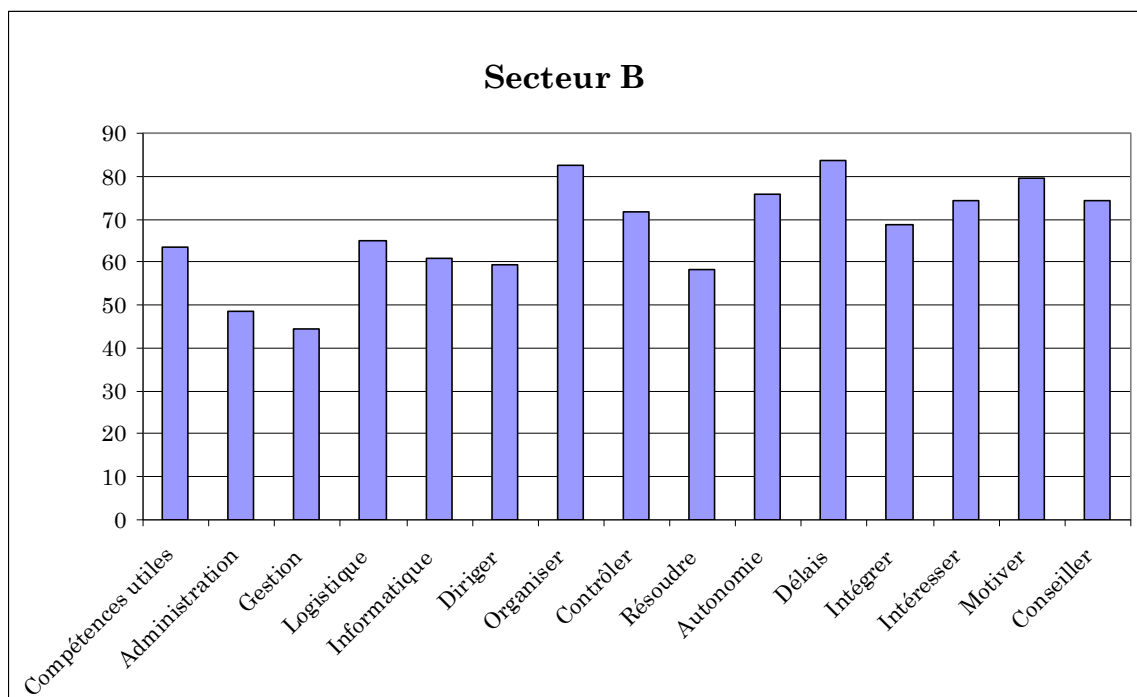
Secteur A



Les entreprises du secteur A estiment que les militaires ont peu de compétences techniques utiles, notamment en gestion (45,4 %). Dans le domaine de l'organisation, les facultés les plus significatives sont l'organisation (78,1 %) et le respect des délais et des procédures (83,7 %). Cependant les personnes interrogées pensent qu'ils ont de bonnes capacités relationnelles (intégrer une équipe : 70,4 %, s'intéresser aux autres : 73,5 %, motiver son équipe : 80,1 %, conseiller ou aider : 70,4 %).

Le fait que les militaires aient de bonnes capacités relationnelles est un atout pour être recruté par des entreprises de ce secteur, qui est en relation directe avec sa clientèle. Mais ce secteur ne semble pas intéressé (seulement 21,4 % des entreprises ont demandé à avoir accès à une base de données), parce que les militaires n'ont pas de compétences techniques suffisantes. Donc il semble indispensable que les militaires aient une formation avant d'intégrer la vie professionnelle.

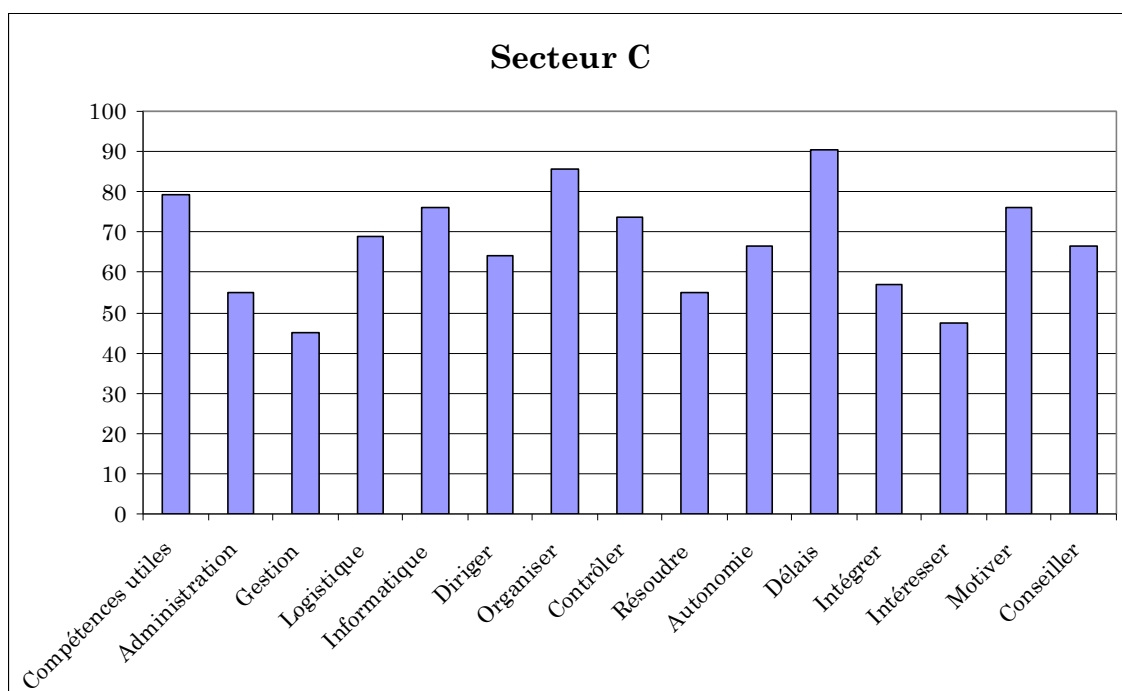
Secteur B



Le secteur B est le moins satisfait des militaires : il ne leur reconnaît pas de manière significative de compétences techniques (gestion : 44,6 %, administration : 48,6 %). Cependant dans le domaine de l'organisation, les qualités les plus représentatives sont l'organisation du travail (82,4 %), le contrôle des résultats (71,6 %), l'autonomie (75,7 %) et le respect des délais et des procédures (83,8 %). En terme d'attitude humaine, les résultats sont favorables. Ce secteur estime que les militaires s'intéressent aux autres à 74,3 %, sont capables de motiver et de conseiller une équipe à 79,7 % et 74,3 %.

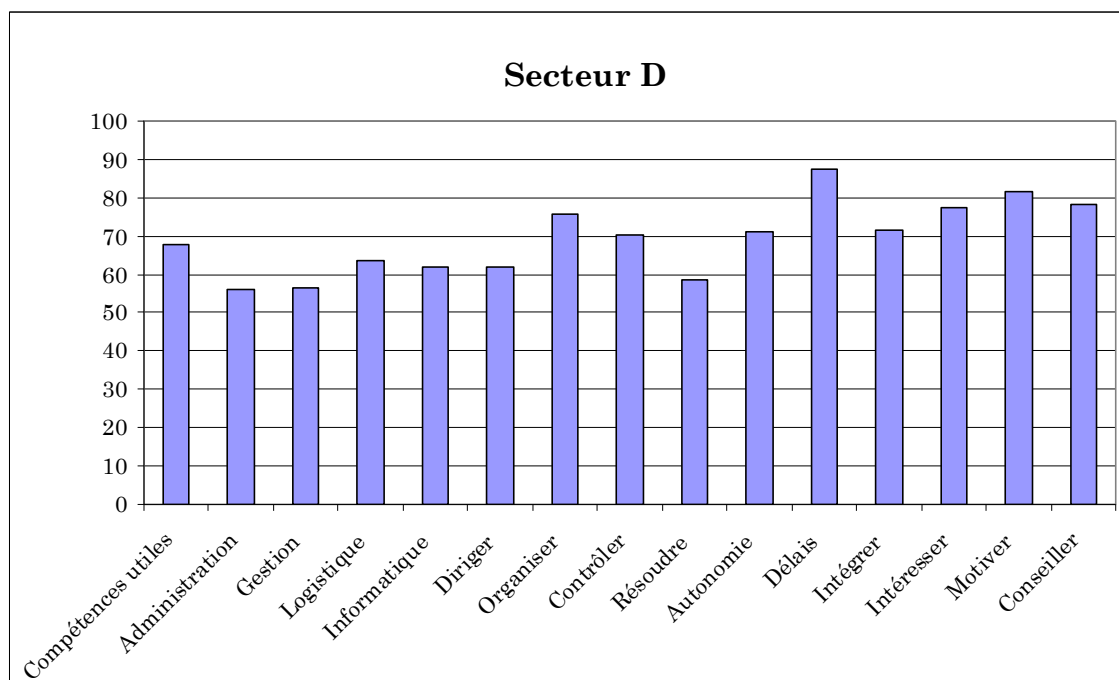
Comme pour le secteur A, leurs capacités à diriger une équipe et leurs attitudes humaines sont appréciées, mais le manque de compétences techniques fait que les militaires ne sont pas des cibles recherchées dans ce secteur d'activité.

Secteur C



Pour ce secteur, les qualités premières des militaires sont : la capacité de respecter les délais et les procédures (90,5 %), celles d'organiser le travail (85,7 %) et de motiver une équipe (76,2 %), la connaissance de l'informatique (76,2 %) et l'aptitude à contrôler les résultats (73,8 %). Par contre les domaines où les militaires ne semblent pas performants sont la gestion (45,2 %), et l'intérêt aux autres (47,6 %). Les réponses du secteur C sont mitigées : aucun bloc de questions ne se distingue particulièrement.

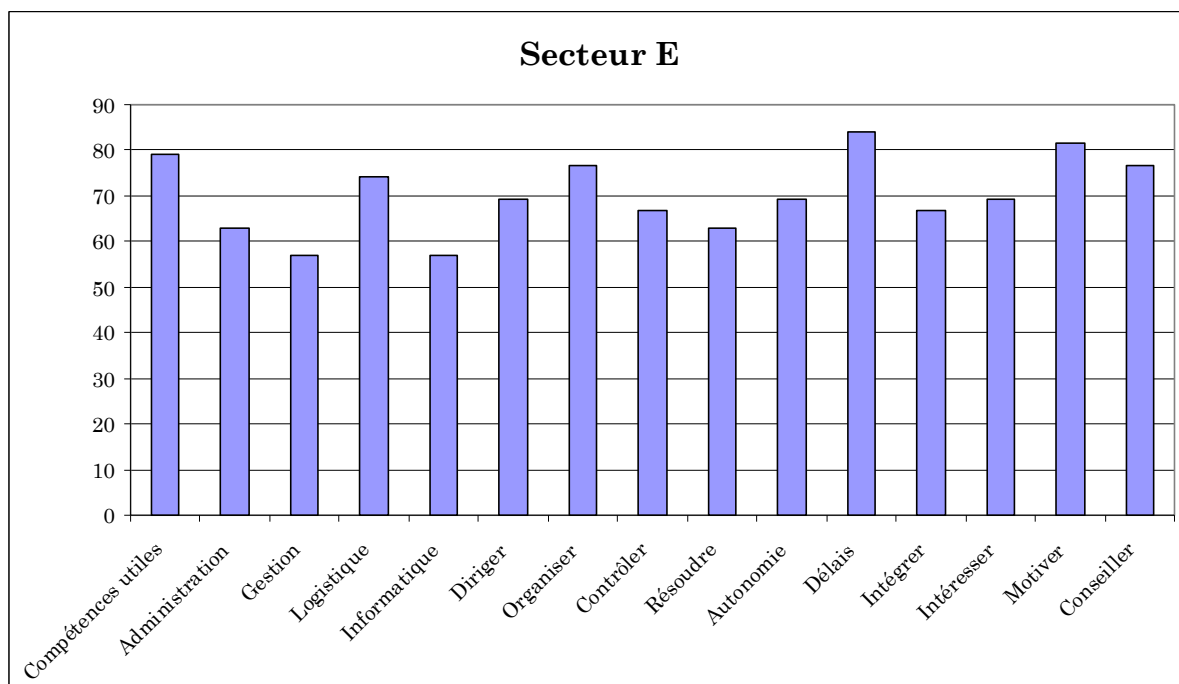
Secteur D



Les entreprises du secteur D ne semblent pas convaincues des compétences techniques des militaires, notamment en administration (55,9 %) et en gestion (63,7 %). Cependant dans les domaines de l'organisation et de l'attitude humaine, leurs compétences sont appréciées : l'organisation (75,8 %), le contrôle des résultats (70,5 %), l'autonomie (71,1 %), le respect des délais et des procédures (87,3%), l'intégration dans une nouvelle équipe (71,4 %), l'intérêt aux autres (77,6 %), la motivation d'une équipe (81,4 %) et le conseil (78,3 %).

Le profil que se font ces entreprises des militaires semble convenir. Cependant le manque de compétences techniques utiles prouve qu'une formation leur est nécessaire pour être recruté dans ce secteur.

Secteur E

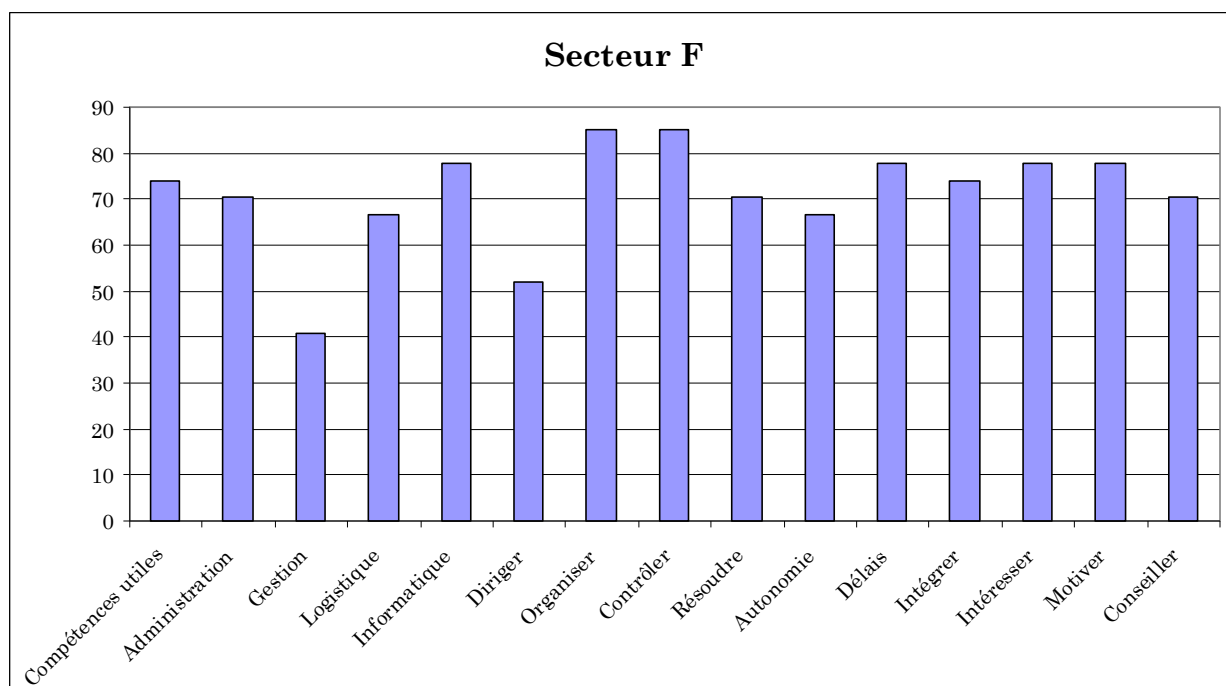


Les entreprises du secteur E restent les plus convaincues des qualités des militaires, estimant à 79 % l'utilité de leurs compétences. Les réponses de ce secteur sont très positives, en particulier pour les questions concernant la logistique (74,1 %), l'organisation du travail (76,5 %), le respect des délais et des procédures (84 %), la motivation d'une équipe (81,5 %) et le conseil (76,5 %).

Ce secteur est le plus demandeur pour avoir accès à une base de données contenant les CV et les profils de militaires. Il les considère comme compétents pour travailler.

Ce secteur est le plus directement prometteur pour recruter des militaires.

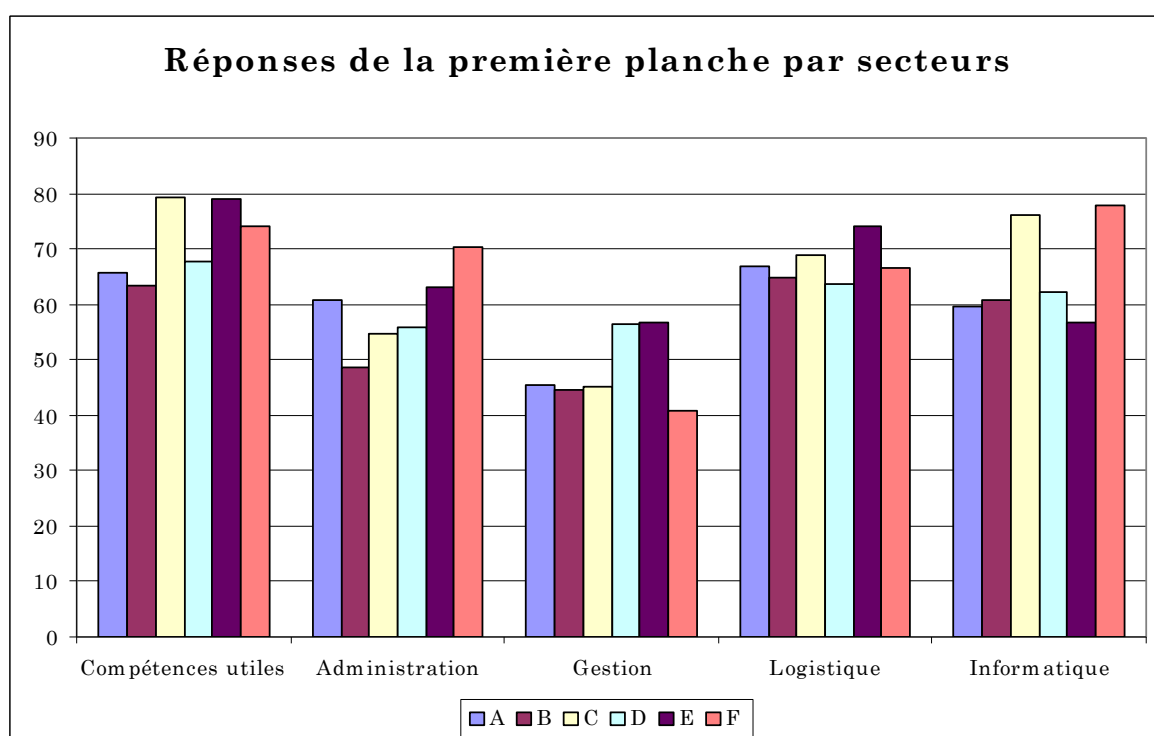
Secteur F



Le secteur F représente une certaine contradiction apparente. En effet seulement 25,9 % des entreprises souhaitent avoir accès à une base de données (sans doute parce que l'emploi y est difficile pour le moment) mais les réponses de ce secteur sont les plus favorables. Les seuls points négatifs sont la gestion (40,7 %) et la capacité à diriger une cellule de l'entreprise (51,9 %). Toutes les réponses aux autres questions sont positives à plus de 70 %.

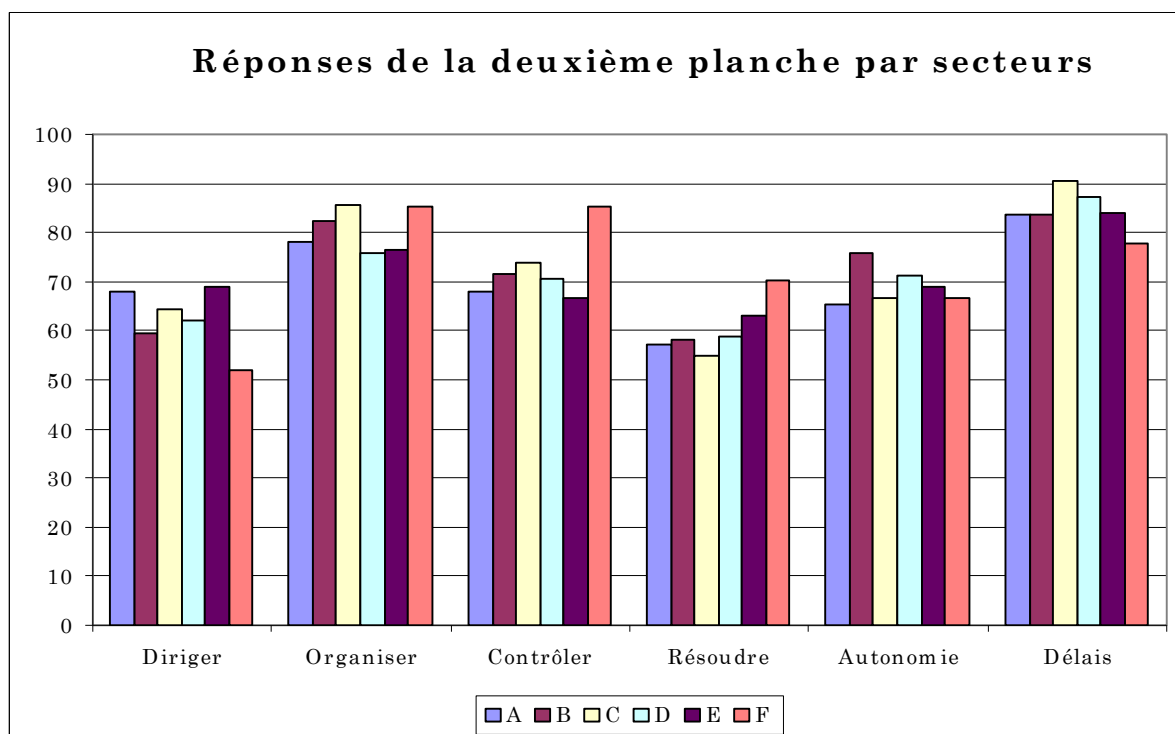
Ce secteur a une bonne image des militaires et malgré le peu d'intérêt qu'il leur porte aujourd'hui, il peut devenir très rapidement un secteur porteur pour la recherche d'un emploi.

Synthèse par planche de questions et par secteur



La gestion et l'administration sont les compétences techniques les moins attribuées aux militaires. La logistique est la qualification la plus reconnue par les entreprises tous secteurs confondus. L'informatique est aussi une connaissance manifeste des militaires, en particulier pour les secteurs C et F.

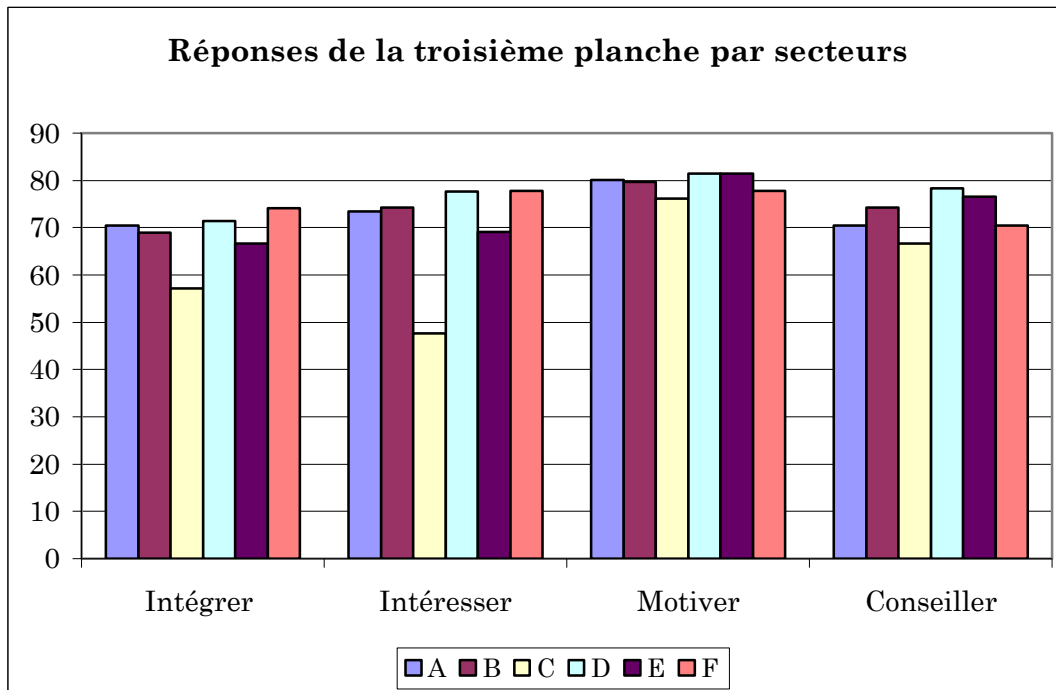
Le secteur E reste le plus convaincu des performances des militaires dans le milieu professionnel, estimant à 79 % l'utilité de leurs compétences pour l'entreprise. Le secteur le plus sceptique est le secteur A, jugeant à seulement 65,8 % que les militaires ont une place dans les entreprises.



En ce qui concerne les facultés d'organisation des militaires, le respect des délais et des procédures et la capacité à organiser le travail sont les plus représentatives pour tous les secteurs d'activité.

Les moins appropriées semblent être les capacités à résoudre des problèmes et à diriger une cellule de l'entreprise.

Malgré tout, les personnes interrogées pensent que les militaires ont de bonnes capacités d'organisation, car toutes les réponses de la deuxième planche de questions sont positives à plus de 50 %.



Les entreprises ont plutôt une bonne opinion de l'attitude humaine des militaires. Le secteur C est le moins confiant quant aux capacités des militaires à intégrer une nouvelle équipe (57,1 %), à s'intéresser aux autres (47,6 %), à conseiller (66,7 %).

Synthèse générale

Le secteur C est le plus sceptique quant aux compétences des militaires dans chacun des domaines exposés. Les entreprises de ce secteur ont une image des militaires très stéréotypée. Pour qu'elles soient intéressées par le recrutement de militaires, ceux-ci doivent prouver leurs qualifications et une formation adaptée rassurerait ces entreprises.

Dans le cadre d'une recherche d'emploi, l'approche des entreprises des secteurs A, B et D est la même, car elles sont toutes en relation directe avec leur clientèle et ont à peu près le même point de vue sur les militaires : elles apprécient leurs qualités humaines, mais pensent qu'ils ont trop peu de compétences techniques. Ces entreprises peuvent devenir une cible potentielle car elles estiment que les militaires ont un bon contact avec les individus. Mais il faudra leur prouver qu'ils sont techniquement compétents soit grâce à l'apprentissage qu'ils ont reçu dans l'Armée, soit en recevant une formation supplémentaire en adéquation avec le secteur d'activité dans lequel ils souhaitent travailler.

Les entreprises du secteur E ont été les plus nombreuses à demander l'accès à une base de données contenant les CV et les profils de militaires. Elles ont globalement une très bonne opinion des militaires.

Les réponses des entreprises du secteur F expriment une contradiction entre l'excellente opinion qu'elles ont des militaires et le fait que peu d'entre elles souhaitent avoir accès à une base de données. On peut en conclure que les recruteurs des entreprises civiles estiment que l'Armée a une activité trop éloignée de la leur ou bien qu'il s'agit d'un secteur qui embauche peu actuellement.

Une formation supplémentaire permettrait de rassurer les recruteurs en leur donnant une garantie du savoir-faire des militaires : ces derniers deviendraient une cible plus convoitée.

Les entreprises ont une bonne image des militaires en ce qui concerne les qualités personnelles, mais pour ouvrir de nouvelles portes et sortir des stéréotypes, il faudra donner une formation technique adaptée.

VI. Conclusion

L'objectif de cette étude est de mieux cerner l'image que donnent les militaires aux entreprises en vue de leur reconversion. A la fin du questionnaire, nous proposons aux personnes interrogées d'avoir accès à une base de données comprenant les profils et CV des militaires disponibles pour le recrutement.

Nous constatons qu'environ la moitié des entreprises interrogées a déjà été en contact professionnel avec des militaires et parmi elles les trois quarts sont satisfaites de leurs prestations.

On remarque que l'image des militaires est d'une manière générale assez positive.

En effet, 50,6 % des entreprises estiment que les militaires ont des compétences dans les trois catégories de questions, à savoir les compétences techniques, la faculté d'organisation et l'attitude humaine.

Les compétences des militaires les plus représentatives selon les responsables du recrutement dans les entreprises sont l'informatique (61,71 %), la logistique (65,73 %), l'organisation (77,51 %), le respect des délais et des procédures (84,87 %) et la motivation d'une équipe (79,92 %). La gestion (50,87 %), l'administration (57,3 %), la direction d'une équipe (63,45 %), la capacité de résoudre des problèmes (58,5 %) et l'autonomie (68,94 %) sont des facultés moins attribuées aux militaires par les entreprises. Même si la plupart des entreprises interrogées ont été en relation professionnelle avec les militaires, elles persistent à garder la même image.

Bien que les entreprises estiment que les anciens militaires peuvent avoir des compétences utiles, les résultats prouvent que les responsables du recrutement sont rarement intéressés par cette cible, car seulement 29 % souhaitent avoir accès à une base de données contenant profils et CV d'anciens militaires désirant travailler dans le civil. De nombreuses entreprises, en remplissant le questionnaire, ont fait la remarque que les compétences des anciens militaires dépendent de leur fonction dans l'armée. Selon les responsables des ressources humaines, un militaire doit bénéficier d'une formation pour pouvoir s'adapter au travail de l'entreprise. Ces remarques sont peut-

être dues au fait que les questions posées, notamment dans la première planche, sont volontairement très générales.

Les secteurs les plus désireux de recruter des militaires sont les domaines de l'automobile, des transports et les domaines de l'informatique, des banques, des assurances.

Le secteur le moins intéressé est le domaine regroupant les activités vendant des biens et des services et en relation directe avec les particuliers.

Les entreprises du secteur de l'automobile et des transports estiment notamment que les militaires ont des compétences utiles ; ce secteur est celui qui a été le plus en contact avec des militaires (56,8 %), ainsi que le plus satisfait de ces contacts (87 %). Ce secteur d'activité est le plus demandeur d'accès à une base de données contenant CV et profils de militaires cherchant du travail dans le civil.

Les entreprises du secteur regroupant les domaines de l'informatique, des télécoms, de la banque, des assurances et de la gestion sont aussi intéressées pour avoir accès à une telle base de données et 76,8 % des entreprises de ce secteur ayant eu des contacts professionnels avec des militaires en ont été satisfaites. 74,1 % de ces entreprises estiment que les militaires ont des compétences en logistique, 46,5 % les jugent capables d'organiser le travail et surtout 81,5 % pensent qu'ils peuvent motiver une équipe.

Ces deux secteurs sont les plus prometteurs pour le recrutement d'anciens militaires.