

ÉTUDE EXPLORATOIRE

Compréhension des relais d'orientation
et des aspirations des jeunes pour
les métiers de la jardinerie

Introduction	Page 03
---------------------	---------

RECENSEMENT

Mieux comprendre les différentes offres de formation	Page 04
---	---------

Annexe1_Listeformations_2025

Identifier les différents acteurs, parties prenantes	Page 05
---	---------

COMPRÉHENSION DU FONCTIONNEMENT DES PSY-EN

Le questionnaire	Page 07
-------------------------	---------

Annexe2_ListeCIOFrance_2025

Synthèse nationale	Page 09
---------------------------	---------

Les 5 enseignements clés à retenir	Page 14
---	---------

IDENTIFICATION DES BESOINS ET ASPIRATIONS DES JEUNES DANS LE CHOIX D'UN MÉTIER

Le questionnaire	Page 16
-------------------------	---------

Synthèse	Page 17
-----------------	---------

Les 5 enseignements clés à retenir	Page 21
---	---------

Conclusion	Page 22
-------------------	---------



INTRODUCTION

Réaliser cette étude était une étape essentielle pour mieux comprendre les attentes, les questionnements et les représentations que les jeunes se font des métiers de la jardinerie. Il est toujours précieux de recueillir directement la voix des principaux intéressés : leurs perceptions réelles, leurs freins, leurs motivations et leurs influences ne peuvent être pleinement appréhendés qu'en allant à leur rencontre. Cette démarche permet de réduire l'écart entre ce que l'on pense savoir d'eux et ce qu'ils expriment réellement, et constitue un point d'appui indispensable pour construire une communication plus juste, plus proche et plus efficace.

Être à l'écoute de leurs besoins rend possible une approche beaucoup plus fine du ciblage, en intégrant leurs codes, leurs usages et les formats auxquels ils sont réceptifs. Dans un environnement saturé de contenus — réseaux sociaux, vidéos, notifications, publicités — les jeunes ne retiennent que ce qui les touche directement et ce qui trouve une résonance dans leur réalité. De nombreuses études en communication montrent d'ailleurs qu'un message clair, ciblé et immédiatement compréhensible a un impact nettement supérieur à un discours généraliste, en particulier auprès des 15–25 ans, dont l'attention est fragmentée et fortement sollicitée.

C'est précisément pour cette raison que cette étude s'avera utile : elle fournit les clés pour élaborer des messages plus pertinents, choisir les bons points d'entrée narratifs, adopter le ton juste et concevoir des supports qui parlent leur langage. En comprenant mieux leurs attentes, leurs représentations et leurs leviers d'intérêt, il devient possible de développer une communication plus incarnée, plus authentique et réellement connectée à leurs aspirations.

MIEUX COMPRENDRE LES DIFFÉRENTES OFFRES DE FORMATION

Pour travailler en jardinerie, il est vivement conseillé de suivre une formation agricole – CAP, Bac Pro ou BTSA en horticulture ou en technico-commercial univers jardin. Ces cursus apportent une maîtrise solide des végétaux, de leur culture et de leur entretien, tout en développant des compétences commerciales essentielles. Cette double expertise, à la fois technique et orientée client, est particulièrement recherchée dans le secteur, où l'on attend des professionnels capables de conseiller et de comprendre les produits en profondeur. Les diplômes agricoles (CAP, Bac Pro horticole, BTSA technico-commercial UJAC, etc.), souvent préparés en alternance, constituent ainsi la voie privilégiée pour accéder aux métiers de la jardinerie.

À savoir qu'en réalité, il n'existe pas un diplôme unique obligatoire pour entrer en jardinerie : le secteur recrute à différents niveaux, selon le poste visé même si les employeurs privilégient les profils ayant une formation agricole ou commerciale spécialisée.

L'organigramme ci-dessous présente les formations les plus adaptées pour exercer dans ce secteur. Pour plus de détails sur chaque cursus ainsi que sur les établissements qui les proposent, se reporter à [l'annexe 1](#).

ENSEIGNEMENT AGRICOLE / VÉGÉTAL 2025

NIVEAU 3 (2 ANS)

Après la classe de troisième

CAP FLEURISTE

CAPA

Certificat Aptitude Agricole

CAPA MAGRI

Certificat Aptitude des métiers de l'agriculture

BPA

9 SPÉCIALITÉS

NIVEAU 4

**BAC PRO
FLEURISTE**
(2 ANS)

**BAC PRO
AGRICOLE**
(3 ANS)

**BREVET PRO
AGRICOLE**
(2 ANS)

**BREVET TECHNIQUE
DES MÉTIERS - FLEURISTE**
(2 ANS)

**BAC TECHNO
STAV**
(2 ANS)

17 SPÉCIALITÉS

10 OPTIONS

NIVEAU 5

BM FLEURISTE
(2 ANS)

BTS AGRICOLE
(2 ANS)

21 SPÉCIALITÉS

CERTIFICAT DE SPÉCIALISATION (1 AN)

10 SPÉCIALISATIONS

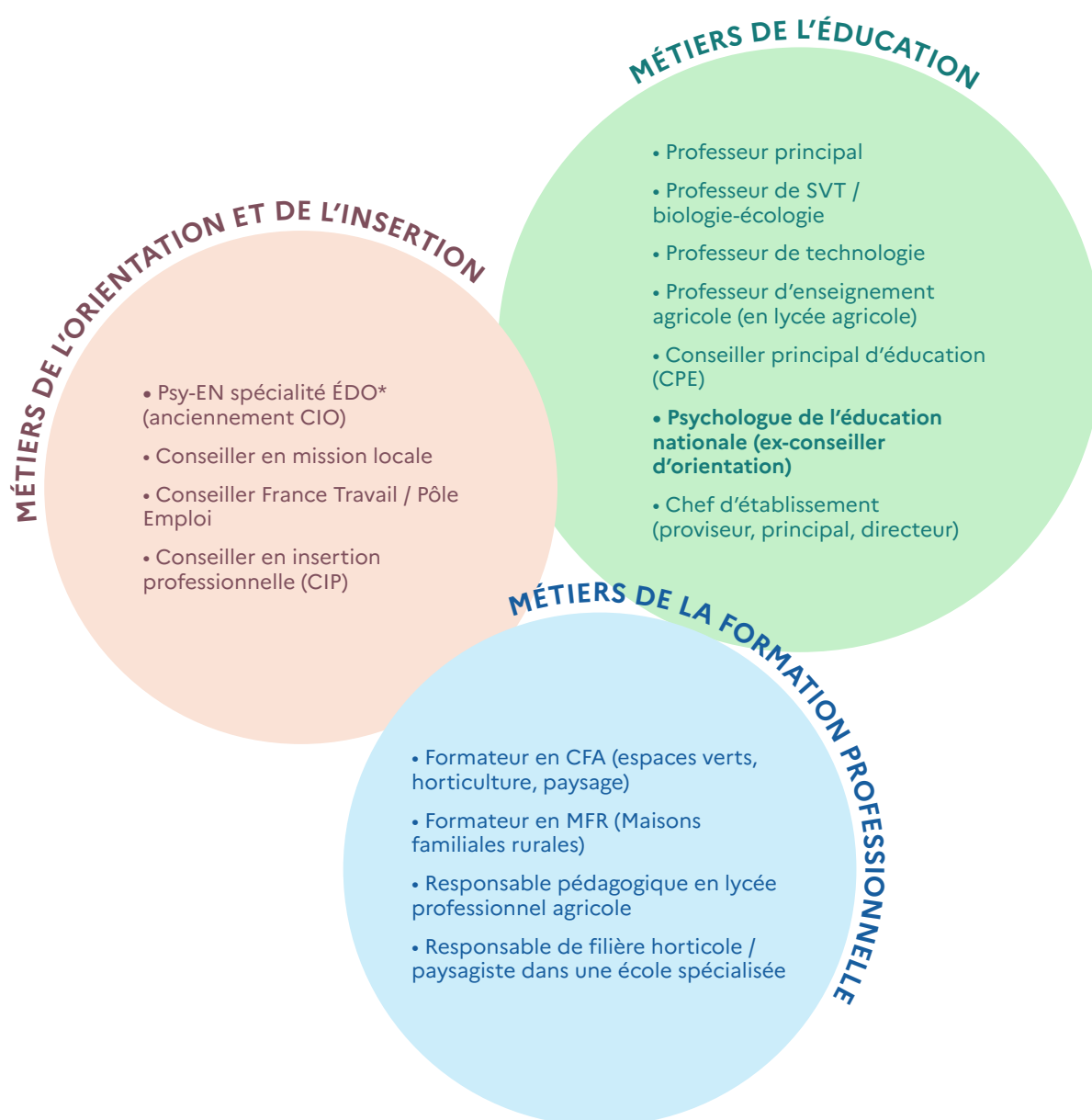
NIVEAU 6

BUT GÉNIE BIOLOGIQUE PARCOURS AGRONOMIE
(3 ANS)

IDENTIFIER LES DIFFÉRENTS ACTEURS, PARTIES PRENANTES

L'orientation des élèves vers le métier de jardinier ne dépend pas d'un seul acteur, mais d'un ensemble de professionnels et de relais d'information. Ces intermédiaires jouent un rôle clé pour faire connaître la diversité des débouchés, susciter des vocations et accompagner les choix d'orientation. Afin de mieux visualiser cet écosystème, le schéma ci-dessous présente les différents métiers impliqués dans l'information, la sensibilisation et l'accompagnement des jeunes vers les carrières du jardinage et des espaces verts.

LES ACTEURS DE L'ACCOMPAGNEMENT SCOLAIRE ET PROFESSIONNEL



* Psychologue de l'Éducation nationale – spécialité Éducation, développement et conseil en orientation scolaire et professionnelle

AUTRES :

Métiers de la sphère professionnelle

- Jardinier salarié (en collectivité, en entreprise privée)
- Jardinier indépendant / entrepreneur du paysage
- Paysagiste concepteur
- Ouvrier paysagiste
- Horticulteur
- Pépiniériste
- Responsable d'équipe espaces verts
- Responsable de parc et jardin (dans une mairie, un parc, une collectivité)
- Représentant d'une fédération professionnelle (ex. UNEP)

Métiers liés aux collectivités

- Responsable des services techniques municipaux (espaces verts)
- Responsable environnement ou cadre vert dans une mairie ou un département
- animateur nature dans un parc ou jardin public

Métiers associatifs et éducatifs

- animateur environnement / animateur nature
- animateur de jardins partagés
- Responsable d'association écologique ou de sensibilisation au jardinage
- Encadrant technique en chantier d'insertion (espaces verts)

Relais indirects

- Parent d'élève (non métier, mais rôle clé)
- Ancien élève (apprenti jardinier, ouvrier paysagiste)
- Journaliste spécialisé jardinage / écologie
- YouTubeur ou créateur de contenu spécialisé dans le jardinage

Sources : 1. Éducation et orientation scolaire : education.gouv.fr, onisep.fr, service-public.fr – CIO / 2. Insertion et emploi : francetravail.fr, unml.info, Pôle emploi – ROME K1801 / 3. Formation professionnelle et agricole : chlorofil.fr, mfr.asso.fr, reseauucfa.org / 4. Monde professionnel du paysage et du jardinage : labettdutravail.fr, f-f-p.org, chambres-agriculture.fr

FOCUS : PSY-EN SPÉCIALITÉ ÉDO (CIO), UN ACTEUR CLÉ DÈS L'ÉCOLE

Dans l'ensemble des acteurs susceptibles d'orienter les élèves vers les métiers, le Psy-EN spécialisé ÉDO, occupe une place singulière. C'est lui qui, au sein même de l'école, est chargé d'accompagner les jeunes dans la construction de leur projet scolaire et professionnel. Son rôle est déterminant car il intervient à un moment clé : lorsque se dessinent les premières représentations du monde du travail et que les choix d'orientation commencent à se préciser. Alors que d'autres relais – enseignants, familles, structures d'insertion ou de formation – jouent un rôle complémentaire, le conseiller d'orientation est le point de convergence où se rencontrent les aspirations des élèves, les attentes des familles et la réalité du marché de l'emploi. C'est pourquoi il est pertinent de faire un focus sur ce métier, afin de comprendre en quoi il constitue un levier essentiel pour sensibiliser les jeunes aux professions parfois méconnues mais porteuses d'avenir, comme celle de jardinier.



COMPRÉHENSION DU FONCTIONNEMENT DES PSY-EN

Échange avec les Psychologues
de l'Éducation nationale

LE QUESTIONNAIRE

Dans le cadre de notre réflexion sur les problématiques d'attractivité des filières liées à la jardinerie, nous avons décidé de mener une enquête nationale auprès des Psy-EN spécialisés ÉDO.

Nous avons ainsi adressé un questionnaire complet aux Psy-EN spécialisés ÉDO répertoriés dans [l'annexe 2](#). L'objectif de cette enquête était multiple :

- Mieux comprendre leurs besoins et leurs attentes,
- Identifier les leviers de communication les plus efficaces pour attirer leur attention sur une filière donnée,
- Et à terme, établir un plan de communication ciblé et pertinent à destination de ces relais d'information incontournables dans le parcours des élèves.

Ce projet s'inscrit dans une volonté plus large de comprendre pourquoi les jeunes ne se tournent pas spontanément vers les métiers de la jardinerie.

En échangeant avec les psychologues, nous avons pu identifier les freins éventuels à cette orientation, mais aussi les opportunités d'intervention en amont : par exemple, est-il possible d'agir dès la scolarité, au collège ou au lycée, pour mieux faire connaître cette filière et susciter des vocations ?

Notre ambition est donc de construire, sur la base des réponses reçues, une stratégie de communication adaptée, qui tienne compte des réalités de terrain et du rôle clé des conseillers dans le processus d'orientation.

Le questionnaire était divisé en 4 parties :

Part 1 : Comprendre leur profil,

Part 2 : Comprendre les jeunes d'aujourd'hui à travers l'orientation

Part 3 : Perception et connaissance des filières/ métier liées à la jardinerie

Part 4 : Déterminer les leviers de communication les plus efficaces pour les sensibiliser et les impliquer.

Questionnaire disponible dans le dossier Éléments ainsi que sur le lien ci dessous :

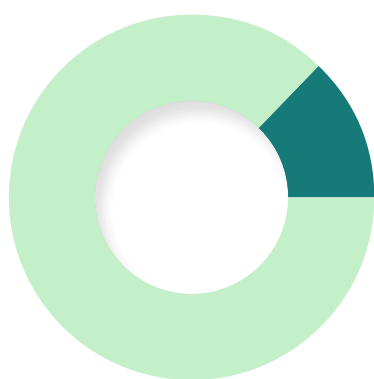
<https://forms.gle/5Zq91ioUKZprgeDb6>



SYNTHÈSE NATIONALE : FAIRE GERMER DES VOCATIONS EN JARDINERIE

Questionnaire envoyé le 02 octobre 2025 à 411 contacts

1. Qui a répondu ? Le profil des professionnels

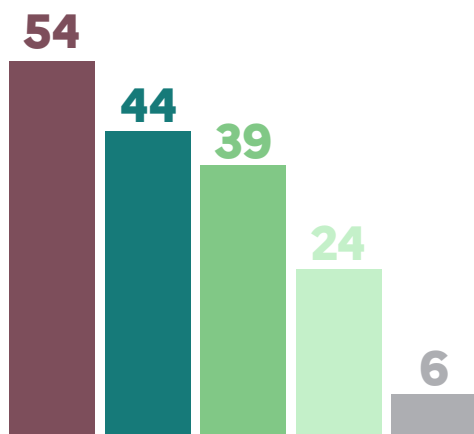


14,6%

de répondants soit 60 réponses

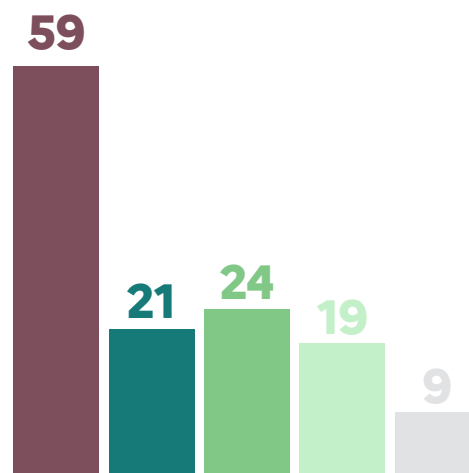
- Majoritairement des **Psy-EN** et **Directeurs de CIO**, répartis sur toutes les académies.
- **+ de 60 % exercent depuis plus de 10 ans**, donc possèdent une forte expérience de terrain.

À quels niveaux d'élèves êtes-vous principalement confronté(e) ?



- Collège
- Lycée général et technologique
- Lycée professionnels
- Post-bac
- Autre : adultes en reconversion

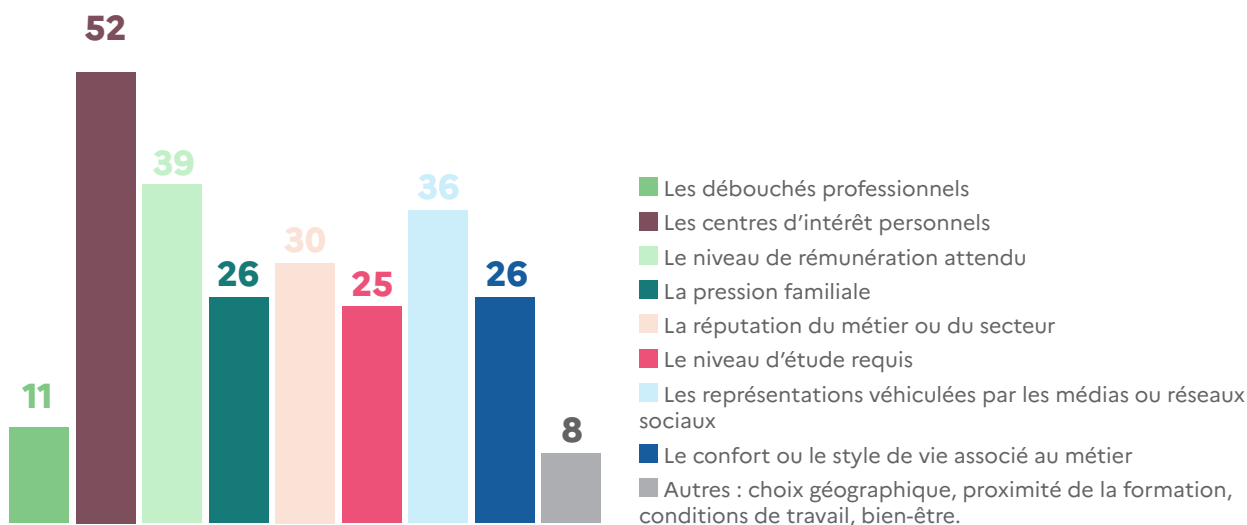
Comment identifiez-vous les filières à présenter aux jeunes ?



- En fonction de leurs centres d'intérêt
- En lien avec les secteurs qui recrutent
- À partir des ressources institutionnelles
- Grâce aux partenariats locaux
- Autres : formations possibles dans le bassin ou dans l'agglomération, ONISEP, tissu local des entreprises

2. Comprendre les jeunes d'aujourd'hui à travers l'orientation

Quels sont selon vous les principaux critères qui influencent le choix d'orientation des jeunes aujourd'hui ?



Attentes les plus fréquentes :

Question ouverte (Les réponses sont très éclatées : pas de tendance dominante)

→ Un métier qu'ils aiment, bien payé, apportant du sens et permettant un équilibre de vie.

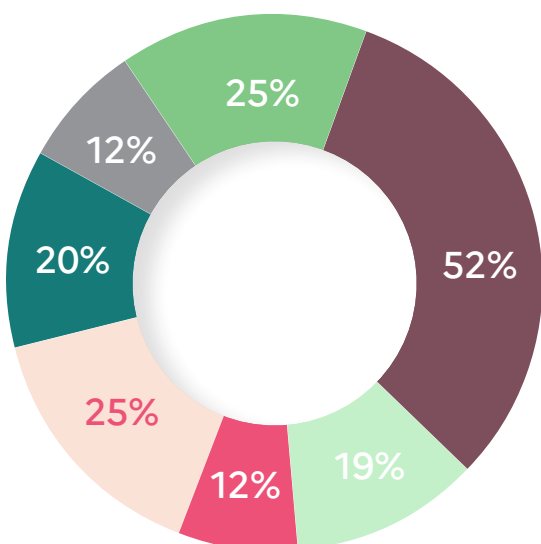
Avez-vous remarqué une évolution des profils ou des comportements en matière d'orientation ces dernières années ? Si oui, en quoi ?

50%

estiment que « oui, il y a une légère évolution sur les comportements en matière d'orientation ces dernières années » :

- Anxiété face à l'avenir (climat, instabilité, guerre...)
- Difficulté à se projeter
- Indécision & changements fréquents de projet
- Influence forte des réseaux sociaux & des métiers "de rêve"
- Recherche de confort, bien-être et peu de contraintes
- Baisse de la persévérance (phénomène de "zapping")

Parmi les freins à l'orientation que vous observez, quels sont les plus fréquents ?



52%

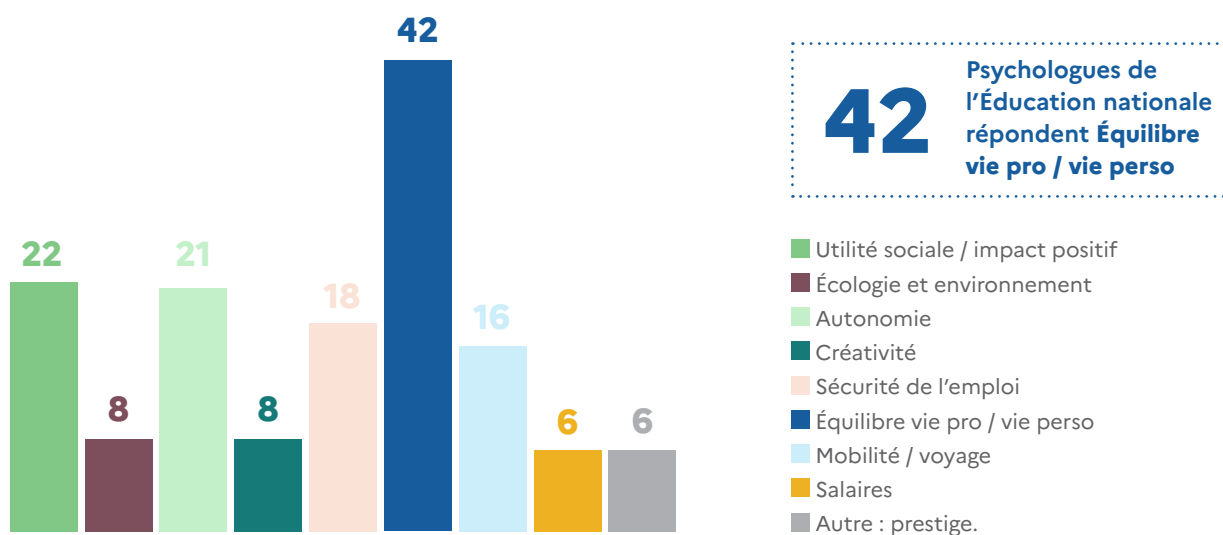
des jeunes ont des difficultés à se projeter.

- Manque de confiance en soi
- Difficulté à se projeter
- Désintérêt pour le monde du travail
- Manque d'information concrète
- Sentiment de pression ou d'urgence
- Refus des filières perçues comme "techniques" ou "manuelles"
- Autres : stéréotype du métier, manque de mobilité, manque de places dans les formations pour les jeunes, intériorisation des inégalités d'accès aux parcours ambitieux, peur du monde du travail, sélection par les notes, dévalorisation des filières professionnelles par la famille, éloignement géographique.

Quels types de métiers ou secteurs semblent aujourd'hui susciter le plus d'intérêt chez les jeunes ?

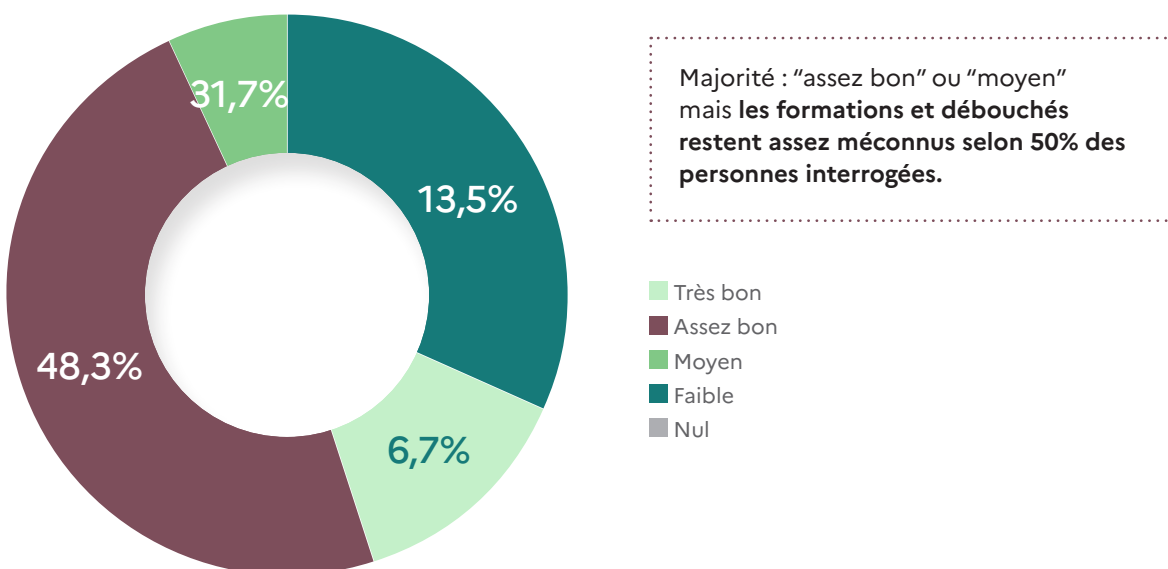
Commerce, Business / marketing, Santé / petite enfance, Informatique / numérique, Métiers liés aux réseaux sociaux (influence, gaming...), Animaux / environnement, Architecture & créativité (intérieur, paysage...)

Quelles valeurs ou causes vous semble-t-il que les jeunes recherchent dans leur futur métier ?



3. Perception et connaissance des filières/ métier liées à la jardinerie

Selon vous, votre niveau de connaissance des métiers de la jardinerie est ...



Avez-vous déjà présenté cette filière à des jeunes ?

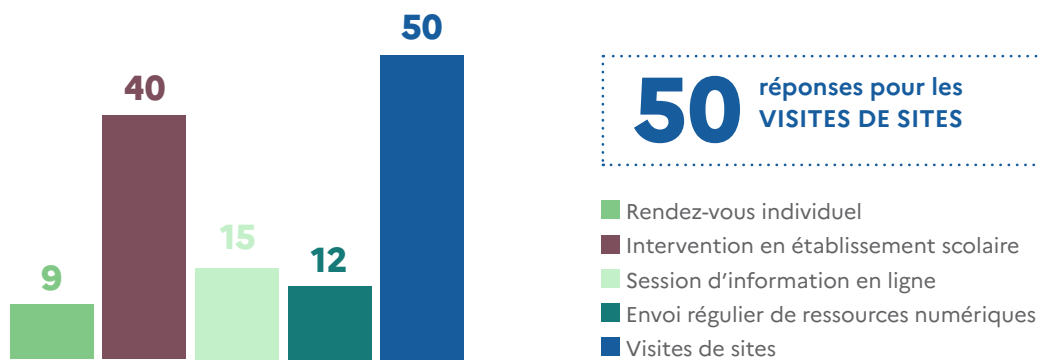
72%

des personnes interrogées répondent «oui, occasionnellement»

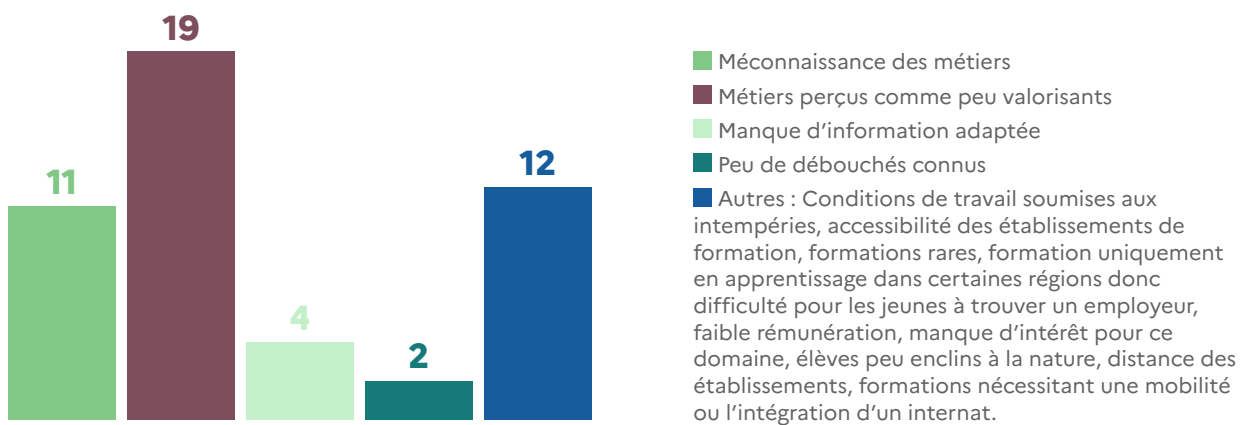
Combien de temps pourriez-vous consacrer à une intervention ou présentation sur les métiers de la jardinerie ?

- Format privilégié : 10–15 minutes (40 %),
- Mais une part importante ouverte à 1 heure ou demi-journée.

Quels types de formats d'intervention des professionnels de la jardinerie seraient les plus utiles et attractifs pour vous ?



Selon vous, pourquoi les élèves ne s'orientent-ils pas spontanément vers cette filière ?



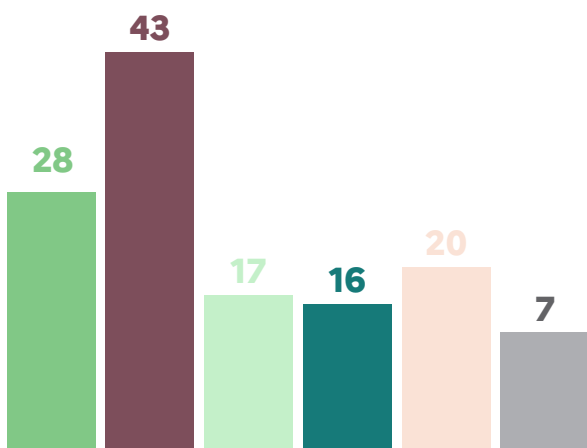
Quels élèves pourraient être sensibles à la filière ?

Les réponses montrent que la filière jardinerie attire surtout des jeunes qui aiment la nature, le travail en extérieur et les activités concrètes. Elle concerne aussi bien des collégiens, notamment en 3^{ème} ou en parcours plus pratiques (SEGPA, prépa-métiers), que des élèves manuels, curieux ou déjà sensibilisés au vivant dans un cadre familial ou rural. Il a également été mentionné que, pour certains, ces métiers sont associés à la vie à la campagne, un aspect qui peut parfois susciter des appréhensions.



4. Communication et leviers d'action envers les étudiants

Quels supports utilisez-vous le plus pour présenter les filières aux jeunes ?

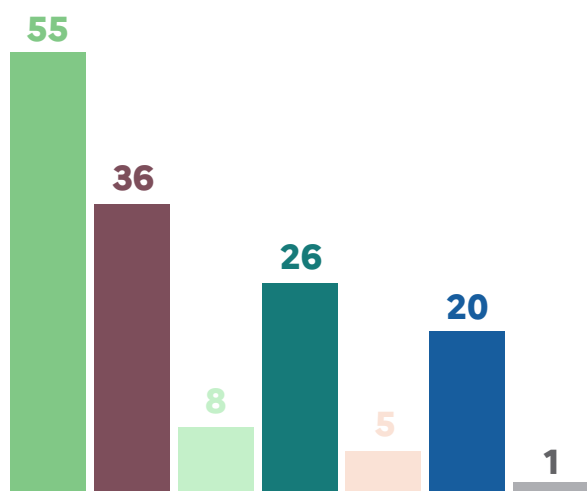


71,7%

répondent des vidéos courtes

- Plaquettes papier
- Vidéos courtes
- Témoignages
- Fiches interactives
- Ateliers ou rencontres métiers
- Autres : PPT, Padlet, séance en classe ou entretien individuel, salon de l'orientation, WorldSkills, visite de LEGTA, liens vers des sites internet.

Quels supports digitaux captent le plus leur attention selon vous ?

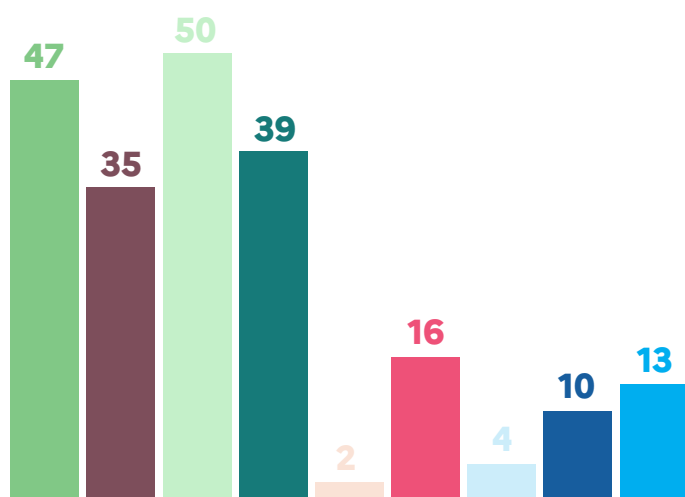


91,7%

sont favorables aux vidéos courtes

- Vidéos courtes (type YouTube, TikTok)
- Témoignages de jeunes en ligne
- Podcasts / formats immersifs
- Stories / formats réseaux sociaux
- Plateformes interactives
- Jeux / simulateurs
- Autre : Quizz

Les messages ou d'expérience les plus susceptibles de convaincre les élèves :



Immersion / stages et ateliers pratiques au coude à coude.

- Témoignages d'anciens élèves
- Témoignages de professionnels proches de leur âge
- Immersion / stages
- Ateliers pratiques
- Plateformes interactives
- Accompagnement individuel
- Données d'employabilité / insertions
- Sens du métier
- Possibilités d'évolution

Supports accessibles hors CIO (multi-réponses)

- Événements internes → 71,7 %
- ENT / plateformes internes → 48,3 %
- Affichage dans les couloirs → 46,7 %

Réponses libres

- Utiliser influenceurs / ambassadeurs
- Faire pratiquer les jeunes
- Proposer des stages sur <https://1eleve1stage.education.gouv.fr/>

LES 5 ENSEIGNEMENTS CLÉS À RETENIR

1. Les jeunes recherchent rémunération, sens et équilibre.

Ils souhaitent des métiers qui apportent une utilité réelle, tout en permettant une vie stable et épanouissante. Leur choix s'oriente vers des professions perçues comme porteuses de sens et compatibles avec leur bien-être personnel.

2. La jardinerie souffre d'un déficit d'image et d'un manque d'information.

La filière est encore associée à des stéréotypes de pénibilité et à une faible valorisation sociale. Les jeunes ne connaissent ni la diversité des métiers ni les opportunités d'évolution possibles.

3. Le public le plus réceptif : jeunes concrets, sensibles au vivant.

Ces jeunes préfèrent les activités pratiques, tangibles et en lien direct avec la nature. Ils sont attirés par les environnements de travail vivants, variés et stimulants.

4. Les réseaux sociaux influencent massivement les représentations professionnelles.

Les jeunes se projettent à travers ce qu'ils voient sur TikTok, Instagram ou YouTube, souvent via des contenus aspirationalisés. Leur perception d'un métier est largement façonnée par ces formats courts et immersifs.

5. Les formats les plus efficaces : immersion, témoignages, vidéos, visites.

Les jeunes ont besoin d'expériences concrètes et de récits authentiques pour se projeter. Ils réagissent mieux aux formats vivants qu'aux contenus purement informatifs.



Résultats complets : .csv disponible dans le dossier Élément : Echanges_Psy-EN

A photograph of three young adults sitting at a table in a meeting or workshop. A woman with long brown hair and freckles, wearing a grey sweater, is in the foreground, looking intently to the left. Behind her, a man with curly brown hair and a beard, wearing a dark sweater, also looks to the left. To the right, another man with glasses is partially visible, looking towards the center. A clear plastic water bottle is on the table in the lower left. The background is blurred, showing greenery and blue structural elements.

IDENTIFICATION DES BESOINS ET ASPIRATIONS DES JEUNES DANS LE CHOIX D'UN MÉTIER

Échange avec les étudiants

LE QUESTIONNAIRE

Dans le cadre d'une réflexion sur l'attractivité des filières liées à la jardinerie, une enquête nationale est menée auprès des élèves et des étudiants.

Un questionnaire complet leur est destiné afin de mieux comprendre leur perception de ces métiers et de cette filière. L'objectif de cette enquête est multiple :

- Mieux connaître les attentes, les motivations et les centres d'intérêt des jeunes,
- Identifier ce qui pourrait rendre la filière plus attractive à leurs yeux,
- Et, à terme, construire des actions de communication adaptées pour les aider à découvrir ces métiers et à envisager une orientation dans cette direction.

Cette démarche s'inscrit dans une volonté plus large de comprendre pourquoi les jeunes se tournent peu spontanément vers les métiers de la jardinerie.

En recueillant leur point de vue, il devient possible d'identifier les freins éventuels, mais aussi les opportunités : ce qui pourrait susciter leur intérêt, et à quel moment de leur parcours — collège, lycée ou études supérieures — la filière devrait être mieux présentée.

L'ambition est de concevoir, à partir des réponses recueillies, une stratégie de communication cohérente avec les besoins réels des étudiants, leur manière de s'informer et les attentes qu'ils expriment aujourd'hui. Leur contribution constitue ainsi un élément clé pour imaginer des actions plus pertinentes et inspirantes.

Ce questionnaire sera divisé en 4 parties :

Part 1 : Comprendre leur profil,

Part 2 : Leurs critères de choix d'orientation

Part 3 : Connaissance et perception de la jardinerie

Part 4 : Déterminer les leviers de communication les plus efficaces pour les sensibiliser et les impliquer.

Questionnaire disponible dans le dossier Éléments ainsi que sur le lien ci dessous :

<https://forms.gle/pmf5sJmhXLME3aCJ9>

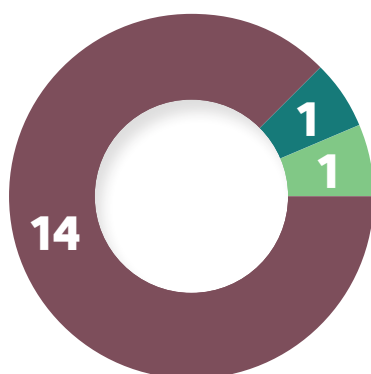


SYNTHÈSE : ET POURQUOI PAS LA JARDINERIE ?

Réponses recueillies en direct le 22 novembre 2025 lors du Salon de l'Étudiant à Paris

16 participants

1. Qui a répondu ? Le profil des professionnels

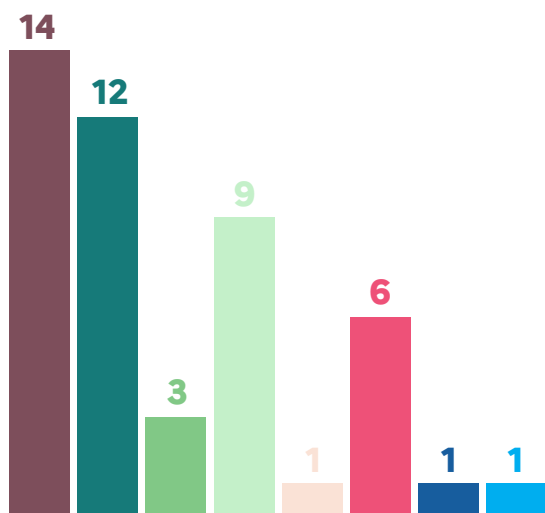


• Il s'agit majoritairement d'**élèves de lycée général et technologique**, avec pour moitié des filières scientifiques ou littéraires.

■ Lycée général et technologique
■ Collège (4e / 3e)
■ Lycée professionnel

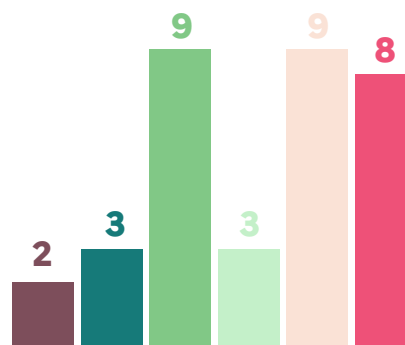
2. Tes critères de choix d'orientation

Qu'est-ce qui compte le plus pour toi dans le choix d'un métier ?



■ Faire un métier qui me plaît
■ Avoir un bon salaire
■ Trouver facilement du travail
■ Avoir une bonne ambiance de travail
■ Faire un métier utile à la société
■ Avoir du temps libre / équilibre vie perso-pro
■ Pouvoir évoluer ou changer facilement
■ Travailler à l'extérieur / en mouvement

Quelles sont les valeurs ou causes qui te tiennent le plus à cœur dans le choix d'un futur métier ?



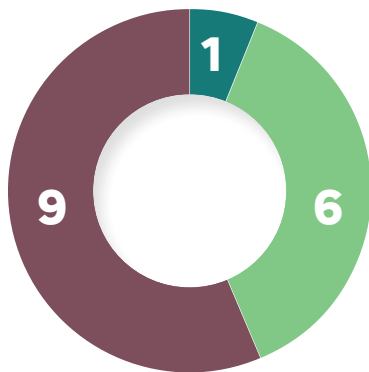
■ Écologie et environnement
■ Aide aux autres / utilité sociale
■ Créativité et innovation
■ Sécurité de l'emploi
■ Liberté / autonomie
■ Voyage / mobilité

Quels secteurs de métiers t'attirent le plus aujourd'hui ?

Le commerce est le secteur qui ressort le plus avec 13,3 %

3. Connaissance et perception de la jardinerie

As-tu déjà entendu parler des métiers de la jardinerie ?



37,5%

des étudiants n'ont jamais entendu parler des métiers de la jardinerie.

- Oui, je connais bien
- Oui, un peu
- Non, pas du tout

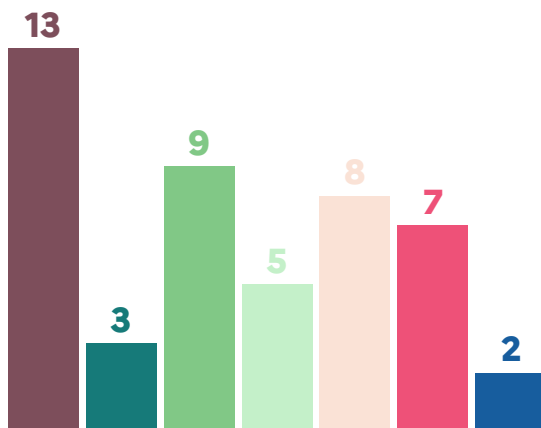
Si oui, où en as-tu entendu parler ?

1. Famille / entourage → 43,8 %
2. À l'école / au lycée → 18,8 %
3. Internet et Salon → 6,3 % ex æquo

Quand tu penses aux métiers de la jardinerie, à quoi penses-tu spontanément ?

Fleuriste, Extérieur, Truffaut, Jardinier, Récolte, Créatif, Botanique, Paysagiste, Agriculture

Selon toi, quels mots décrivent le mieux ces métiers ?

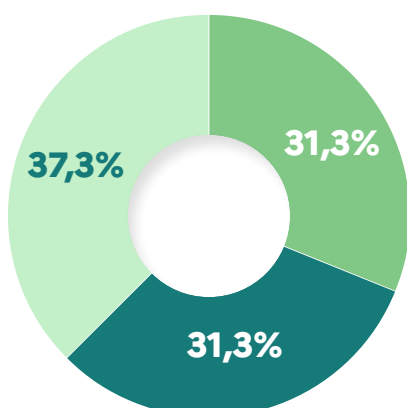


81,3%

parlent de «métier passion»

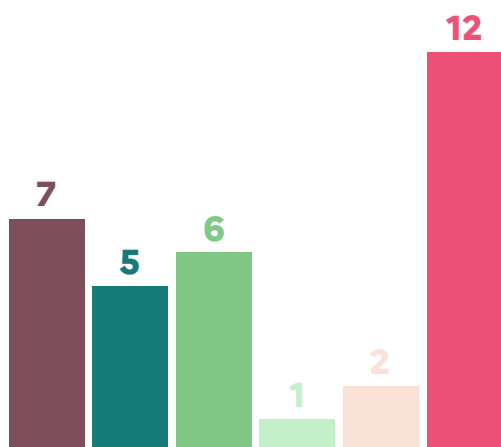
- Passion
- Travail physique
- Nature
- Création
- Métier «vert» ou écologique
- Peu valorisé
- Peu d'avenir

Penses-tu que ces métiers peuvent offrir de bonnes opportunités professionnelles ?



- Oui, sûrement
- Peut-être
- Je ne sais pas

Qu'est-ce qui te freinerait à t'orienter vers ce type de métier ?

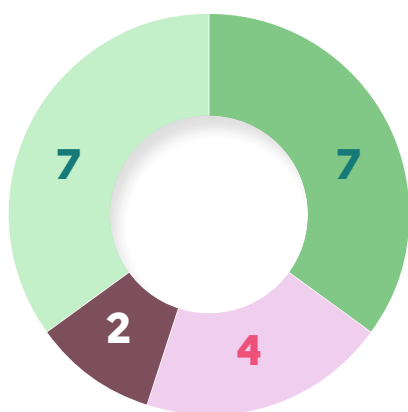


75%

ne sont pas attirés
par ce domaine

- Je ne connais pas assez la filière
- Je pense que ce n'est pas bien payé
- J'ai peur que ce soit trop physique
- Je crois que ce n'est pas un métier «valorisé»
- Je ne sais pas quelles études faire
- Ce n'est pas un domaine qui m'attire

Qu'est-ce qui te freinerait à t'orienter vers ce type de métier ?

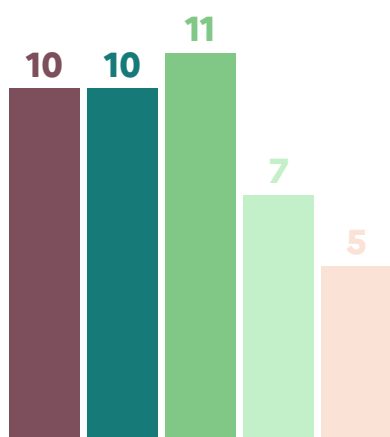


**Travailler dans la nature &
Découvrir des métiers
créatifs ou variés** arrivent
ex aequo

- Travailler dans la nature
- Avoir un métier concret et utile
- Être en lien avec les plantes et l'environnement
- Découvrir des métiers créatifs ou variés

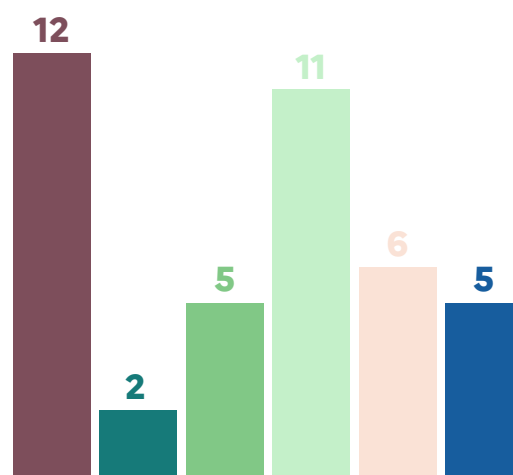
4. Information et communication

Quand tu fais des recherches sur ton orientation, tu utilises surtout :



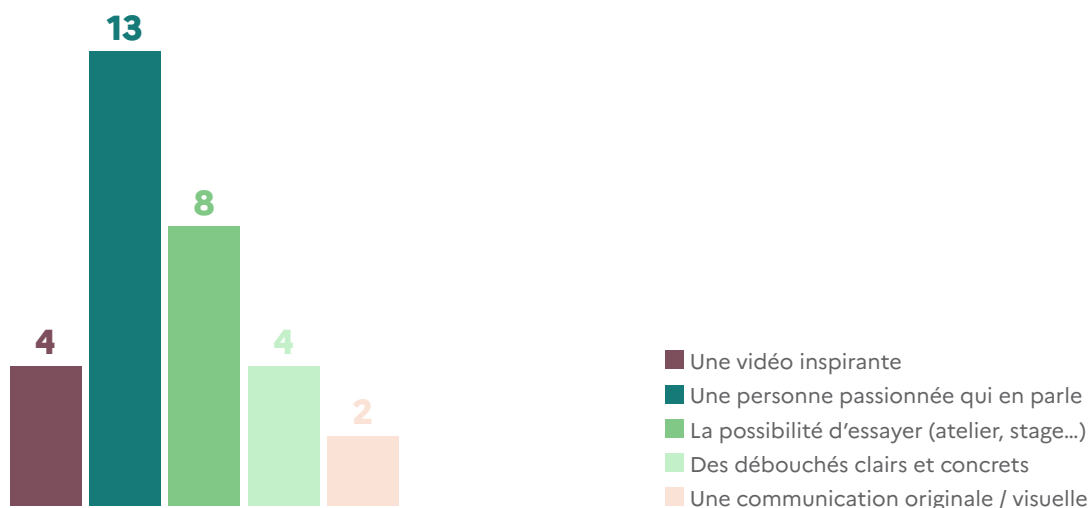
- Les sites officiels (ONISEP, Parcoursup...)
- Les réseaux sociaux (TikTok, Instagram, YouTube...)
- Les salons et forums
- Les professeurs / conseillers
- Les témoignages de jeunes

Quels formats t'aiderait le plus à te projeter dans un métier ?



- Vidéos courtes (témoignages, reportages, TikTok, YouTube)
- Podcasts ou formats audio
- Articles ou fiches métiers
- Immersions / stages
- Ateliers ou visites
- Jeux / simulateurs

Qu'est-ce qui te donnerait envie d'en savoir plus sur une filière ?



As-tu déjà participé à une visite, un atelier ou une activité en lien avec le monde du végétal, des plantes ou du jardin ?



Selon toi, qu'est ce qui pourrait attirer les jeunes pour les métiers de la jardinerie ?

En conclusion, les réponses montrent que les métiers de la jardinerie peuvent attirer les jeunes s'ils sont présentés comme des métiers créatifs, porteurs de projets concrets et utiles, offrant de véritables débouchés. La dimension de sens, de passion et de création apparaît centrale, mais elle doit être renforcée par davantage de communication, notamment à travers des visites et des expériences de terrain. Enfin, la question du salaire et des perspectives financières reste un levier important pour crédibiliser ces métiers et les inscrire comme de réelles options professionnelles.

LES 5 ENSEIGNEMENTS CLÉS À RETENIR

1. Les jeunes recherchent avant tout un métier qui leur apporte du plaisir, de la créativité et une bonne ambiance.

Ils veulent se projeter dans un environnement où ils pourront s'exprimer et se sentir utiles. Les supports doivent donc mettre en scène des métiers vivants, humains et motivants.

2. Les métiers de la jardinerie évoquent spontanément la nature, la passion et l'écologie, mais leur contenu concret reste flou.

Les jeunes ne savent pas exactement ce qu'on y fait au quotidien. La communication doit expliciter les rôles, les missions et les perspectives d'évolution.

3. Le principal frein vient du manque de connaissance de la filière et d'une perception parfois trop "physique" des métiers.

Ils ont du mal à imaginer la diversité des postes et les compétences mobilisées. Il est donc essentiel de montrer la technicité, la modernisation et la variété des activités.

4. Les formats les plus efficaces pour les toucher sont les vidéos courtes, les immersions et les ateliers.

Ils souhaitent découvrir les métiers de manière vivante et concrète : non pas à travers de longues descriptions théoriques, mais en observant des situations réelles et en expérimentant par eux-mêmes. Les formats immersifs — visites de terrain, rencontres avec des professionnels, participation à des ateliers pratiques, démonstrations en conditions réelles — permettent de rendre les métiers tangibles et accessibles.

5. Ils sont fortement influencés par des personnes passionnées qui témoignent et par la possibilité d'essayer par eux-mêmes.

Au-delà des formats immersifs, c'est la rencontre humaine qui joue un rôle déterminant : entendre un jeune professionnel parler avec enthousiasme de son parcours et de son quotidien a un impact bien plus fort qu'un message institutionnel ou qu'une présentation formelle.

Ces témoignages authentiques permettent aux jeunes de se projeter, de comprendre les réalités du métier et d'en percevoir les aspects valorisants. Combinés à des moments de mise en pratique — manipulation, participation à une activité, découverte accompagnée — ils renforcent la crédibilité du discours et suscitent davantage d'engagement.



Résultats complets : .csv disponible dans le dossier Élément : Echanges_Etudiants



CONCLUSION

CONCLUSION

L'analyse croisée des retours des psychologues de l'Éducation nationale et des étudiants met en évidence une dynamique claire : **les jeunes recherchent aujourd'hui des métiers porteurs de sens, qui leur permettent à la fois de s'épanouir, de se sentir utiles et de bénéficier d'un équilibre personnel.**

Ils veulent des environnements vivants, humains, créatifs et concrets. Or, si la jardinerie évoque spontanément la nature et la passion, elle souffre encore d'un déficit d'image : le contenu des métiers reste mal connu, parfois perçu comme physique ou peu valorisé, et les opportunités d'évolution sont invisibles. **Cette méconnaissance crée un écart entre l'attrait potentiel et la projection réelle.**

Pourtant, la filière possède de forts atouts pour séduire un public spécifique : des jeunes sensibles au vivant, en quête de concret, appréciant la diversité des tâches, l'autonomie, et le lien direct avec la nature. **Ce public existe et se montre réceptif dès lors qu'on lui offre des expériences tangibles et des rencontres authentiques.** Enfin, les jeunes construisent largement leur représentation des métiers via les réseaux sociaux et les formats immersifs : **leur perception est façonnée par les images qu'ils voient, non par des discours institutionnels.**

La clé réside donc dans une communication plus incarnée, moderne et expérientielle, capable de montrer le réel, de valoriser la technicité et la diversité des métiers, et de redonner à la filière une image plus actuelle, professionnalisante et attractive.

SUPPORTS DE COMMUNICATION RECOMMANDÉS À CE STADE

Pour répondre aux besoins identifiés et toucher efficacement les jeunes, plusieurs formats se démarquent :

- 1) Vidéos courtes et immersives (TikTok, Instagram, YouTube Shorts) :** Montrer "un jour dans la vie", des gestes professionnels, la diversité des métiers et l'ambiance réelle. Format idéal car il correspond aux habitudes de consommation et façonne l'image des métiers.
- 2) Témoignages de jeunes professionnels ou alternants :** Des ambassadeurs passionnés, visibles en vidéo ou en présentiel, sont les porte-voix les plus efficaces pour crédibiliser et incarner la filière.
- 3) Ateliers, visites, stages courts et immersions :** Permettre aux jeunes de tester, toucher, essayer. Ce sont les expériences les plus déterminantes pour lever les freins et créer le déclic.
- 4) Supports pédagogiques simplifiés (fiches métiers, parcours d'évolution, infographies) :** Rendre la filière lisible : expliquer clairement les rôles, les missions, les formations, les opportunités d'évolution.
- 5) Présence renforcée sur les salons et forums d'orientation :** Avec un stand visuel, animé, proposant mini-démonstrations ou manipulations, pour capter un public en quête de concret.

...

Pour conclure, il ne s'agit pas seulement de choisir les bons supports : l'essentiel est de trouver les bonnes clés d'entrée, le ton juste et les messages qui résonneront réellement avec les attentes des jeunes. Cette étude nous donne les bases nécessaires pour travailler, dans un projet de communication, non seulement sur les formats, mais aussi sur la manière la plus pertinente de raconter et valoriser ces métiers auprès de ceux qui pourraient s'y reconnaître.

Étude réalisée par l'agence de communication

.Angela Bower.



Agence singulière au profil pluriel

angelabower.fr