

## FICHE n° 33 SUR LA PROMOTION DES MÉTIERS ET PROFESSIONS DE LA COMMUNAUTÉ DU VÉGÉTAL ET DU PAYSAGE AU QUÉBEC

Comité de travail du secteur des services de la compétitivité  
de l'horticulture ornementale, environnementale et nourricière

### Secteur(s) visé(s)

- Architecture du paysage
- Aménagement paysager
- Entretien paysager
- Irrigation
- Arboriculture
- Surintendance de golf

### Titre/Nom de l'action proposée

Promotion et valorisation des métiers et professions de la communauté du végétal et du paysage

### Description de l'action proposée (*quoi*)

Déployer un projet de promotion et de valorisation des métiers en demande et d'avenir du secteur des services en horticulture ornementale, environnementale et nourricière (HOEN)

### Justification : contexte/objectifs/problématique que cette action veut résoudre (*pourquoi*)

HortiCompétences estime qu'il y aura une croissance forte de l'emploi dans les prochaines années, compte tenu des tendances suivantes liées à la transition verte :

- Verdissement des villes et infrastructures végétalisées ;
- Utilisation des végétaux à des fins environnementales et d'amélioration de la santé publique ;
- Agriculture urbaine ;
- Demande des consommateurs pour les produits de jardinage intérieur et extérieur, dont l'engouement pour le jardinage « comestible » et l'autonomie alimentaire ;
- Croissance des besoins en élagage, notamment à proximité du réseau d'Hydro Québec.

Il est également pertinent de mentionner que le domaine de l'horticulture s'inscrit en complémentarité directe avec le secteur de la construction, qui figure parmi les priorités de l'*Opération main-d'œuvre*. À l'heure de la transition verte, où les infrastructures végétalisées (IV) font partie prenante des projets de construction, autant résidentiels qu'institutionnels, les métiers de l'horticulture représentent une suite logique à ceux de la construction. Les entreprises du secteur devront tout autant combler les besoins en main-d'œuvre pour répondre à la demande grandissante quant à l'aménagement des végétaux et à leur entretien à long terme.

Plus que jamais, les entreprises de services du secteur horticole connaissent des difficultés de recrutement et de rétention de main-d'œuvre qualifiée et sont à la recherche de solutions pour attirer des travailleurs formés ou disposés à être formés. De fait, beaucoup d'entreprises de services mettent actuellement sur pause leur projet d'expansion en raison notamment du manque de main-d'œuvre.

Selon le document *État d'équilibre du marché du travail (2021)*, les deux professions suivantes sont en déficit dans certaines régions de la province et en léger déficit à l'échelle du Québec :

- CNP 8612 : Manœuvres en aménagement paysager et en entretien des terrains ;
- CNP 2225 : Techniciens/techniciennes et spécialistes de l'aménagement paysager et de l'horticulture.

De plus, HortiCompétences estime qu'il y aura une croissance forte de l'emploi (plus de 2 % par année) pour la période 2022-2026, qui risque d'exacerber le déficit actuel.

L'industrie de l'horticulture ornementale a besoin de tout le monde. Selon la firme spécialisée en marketing RH, HRM, les gens qui travaillent dans l'industrie horticole partagent tous la même motivation, soit de contribuer à la qualité de vie des gens et à l'amélioration de la qualité de l'environnement. Car en plus de leur beauté, les végétaux, les jardins et les espaces verts procurent de nombreux bienfaits sur l'environnement, l'économie, la santé et la vie sociale. Ce sont des atouts que l'industrie gagne à faire connaître, notamment auprès des jeunes et des personnes en réorientation de carrière à la recherche d'un métier porteur de sens.

À l'heure où le travail a été lourdement affecté par la pandémie, nombre de travailleurs sont à la recherche d'un nouvel équilibre professionnel. L'horticulture, grâce à ses bienfaits sur la santé physique et mentale, représente une alternative de choix.

Le déploiement d'une stratégie de promotion nous semble nécessaire. Elle devrait comporter des actions diversifiées réparties sur plusieurs mois, tel que :

- Faire connaître le secteur de l'horticulture ornementale comme un secteur d'avenir aux multiples possibilités pour les jeunes, les futurs étudiants et les travailleurs en réorientation de carrière, notamment en lien avec la transition verte ;
- Attirer de nouveaux travailleurs dans les métiers en demande ;
- Faire connaître les possibilités de formation et augmenter le nombre d'inscriptions dans les programmes de formation liés aux métiers en demande ;
- Mettre de l'avant les avantages et les bienfaits à travailler en horticulture, tels que ciblés dans l'étude réalisée par HRM en 2021 ;
- Mettre en lumière l'ouverture du secteur à la diversité sous toutes ses formes et à l'inclusion ;
- Faire connaître les différents emplois d'avenir (les perspectives d'emploi) et les bienfaits du secteur.

En 2021, HortiCompétences a mandaté la firme HRM pour faire un état de situation et produire un plan de promotion complet, lequel a été élaboré en janvier 2022. Ce plan de promotion est toujours d'actualité et pourrait servir de base de travail pour l'initiative.

Or, en avril 2022, une première demande de financement avait été déposée à la Commission des partenaires du marché du travail (CPMT) par HortiCompétences dans le cadre de l'appel de projet *Promotion des métiers et professions*. Ce projet, auquel Québec Vert était étroitement

associé en tant que collaborateur principal, visait à faire rayonner tant le secteur horticole que tout l'éventail des emplois d'avenir disponibles et des programmes de formation offerts. À ce moment, la CPMT n'avait pas retenu le projet et avait transmis quelques directives pour le bonifier et répondre à certains critères revisités. Lors de la deuxième phase de l'appel de projets en septembre 2022, une seconde demande de financement a été déposée par HortiCompétences à la CPMT. Cette demande est actuellement en cours d'analyse et une réponse est attendue au début de 2023. Si le projet est accepté, il permettra de mettre le secteur en valeur de différentes façons : campagne d'attraction sur les réseaux sociaux, site Web ludique et dynamique présentant le secteur, les bienfaits des végétaux et les multiples possibilités en termes de formations, de métiers et d'emplois (témoignages, capsules vidéo, fiches de métier), etc. Le projet s'échelonne sur trois ans avec une enveloppe globale de près de 500 000 \$.

Il est à noter que dans le cadre de la première phase du même appel de projets, AGRlcarrières avait également soumis un projet de promotion des emplois agricoles incluant les emplois en production horticole. La CPMT a accordé 45 000 \$ à ce projet qui a servi à l'élaboration d'un page d'atterrissage redirigeant les chercheurs d'emploi vers des ressources existantes. Ce projet n'est toutefois pas spécifique aux emplois horticoles et ne s'appuie pas sur la valorisation du secteur ni sur les facteurs de motivation et les recommandations émanant de l'étude de HRM.

Nous espérons ardemment que cette deuxième demande déposée sera acceptée par la CPMT.

#### **Impact \$ sur la compétitivité/retombées anticipées (*qu'est-ce que cela va donner*)**

Comme indiqué plus haut, HortiCompétences estime qu'il y aura une croissance forte de l'emploi (plus de 2 % par année) pour la période 2022-2026, c'est une opportunité que les entreprises de services veulent se prévaloir. À défaut de pouvoir rencontrer cette estimation, plusieurs projets d'entretien, d'aménagement paysager, d'IV ne pourront voir le jour, affectant la croissance de la production ornementale et celle du secteur dans son ensemble et impactant sur notre rythme collectif de verdissement de notre société en vue, notamment de combattre les changements climatiques.

À cet effet, une étude menée par la firme Marcon auprès des consommateurs en 2020 a mis en lumière que pour plusieurs d'entre eux, s'ils ne pouvaient compter sur des services d'entretien paysager et d'espaces verts notamment, ils réduiraient ou arrêteraient carrément de jardiner, faute de temps pour entretenir le terrain et les aménagements. Cela aurait des conséquences négatives sur les ventes de végétaux et de produits de l'horticulture ornementale, environnementale et nourricière.

#### **Principales étapes et échéanciers de réalisation (*quand*)**

1. Présenter une demande à la CPMT
2. Acceptation du projet
3. Sur 24 mois, mettre en œuvre le projet à partir du plan de promotion élaboré par HRM en janvier 2022, en fonction des personas (publics cibles), et en suivant un calendrier planifié, le déploiement de la campagne sera réalisé via les stratégies de diffusion suivantes :

- lancement de l'image de marque de la campagne pour l'industrie à l'Expo Québec Vert, incluant le lancement du nouveau site et des pages des réseaux sociaux ;
- relations de presse ;
- contenu sur les réseaux sociaux et microciblage ;
- publicités dans les magazines et sites Internet spécialisés ;
- infolettres pour les influenceurs et relayeurs ;
- présence lors des événements (salons de l'emploi, colloques professionnels, portes ouvertes du milieu scolaire, etc.) ;
- partenariat avec les influenceurs-relayeurs.

#### **Coût et comment serait-elle financée (*combien*)**

**Coût total demandé :** 498 000 \$

Une demande révisée de projet a été déposée par HortiCompétences en septembre dernier dans le cadre du 2<sup>e</sup> appel de projet *Promotion des métiers et professions* de la CPMT.

Cette demande est actuellement en cours d'analyse et une réponse est attendue au début de 2023.

#### **Qui serait responsable de la réaliser (*qui*)**

HortiCompétences : Organisme demandeur

#### **Qui seraient les partenaires et pour quoi (*avec qui*)**

- **Québec Vert** : développement de la stratégie globale de la campagne, de la conception de l'image de marque, à la création des contenus, de la mise en ligne des outils, des publications, tournage et montage vidéo, photos, placement publicitaire, webinaires, etc. ;
- **Table filière en horticulture ornementale** : publicités ;
- **Associations sectorielles** : promotion de la campagne au fil des semaines sur les réseaux sociaux et infolettres aux membres, selon la trousse d'outils remise, sollicitation auprès de leurs membres pour participation au développement de contenu et à la tenue de kiosque ;
- **Bureaux régionaux de Services Québec, organismes d'employabilité et scolaires** : relais de la campagne promotionnelle auprès des clientèles cibles ;
- **Entreprises de services de l'industrie horticole** : apport en végétaux et matériaux pour tenue des kiosques, experts de métiers pour développement de contenu et tenue de kiosques, relais de la campagne promotionnelle via leurs actions de recrutement.

#### **Pour plus d'informations sur la fiche, contacter :**

Nom : Annie Champagne

Tél. : 438 827-1545

Courriel : [annie.champagne@quebecvert.com](mailto:annie.champagne@quebecvert.com)