

Contrat d'étude prospective Île-de-France – Synthèse Août 2017

**Impact des travaux du Grand Paris sur le
Paysage en Île-de-France : volume de marchés,
besoins en emplois, compétences et
formations**



Liberté • Égalité • Fraternité
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

PRÉFET
DE LA RÉGION
D'ÎLE-DE-FRANCE

Direccte Direction régionale des entreprises,
de la concurrence, de la consommation
du travail et de l'emploi
ÎLE-DE-FRANCE

Sommaire

- **Partie 1** : Etat des lieux du secteur du Paysage en Île-de-France **p.6**
- **Partie 2** : Analyse des opportunités de marchés associées au Grand Paris **p.13**
- **Partie 3** : Scénario prospectif à horizon 10 ans **p.21**
- **Partie 4** : Perspectives d'évolution de la filière et des besoins en compétences des professionnels **p.25**
- **Partie 5** : Plan d'action **p.31**

Août 2017

Publiée par la DIRECCTE Ile-de-France

Service Mutations de l'emploi et des compétences
Département Politiques de l'Emploi

Conception : Nomadéis et Menway Carrières

Crédits photos : UNEP, Lebunetel architectes urbanistes, EPA Orsa / TGTFP / Yam studio, BIG - Silvio d'Ascia - Société du Grand Paris / Gare Pont de Bondy, © Farbkombinat / Fotolia, © Shadommoon30 / Fotolia, © ElenaMirage / Fotolia, © Reichdernatur / Fotolia.

Direccte Direction régionale des entreprises,
de la concurrence, de la consommation
du travail et de l'emploi
ÎLE-DE-FRANCE

Direccte Île-de-France

DIRECTION RÉGIONALE DES ENTREPRISES, DE LA
CONCURRENCE, DE LA CONSOMMATION, DU
TRAVAIL ET DE L'EMPLOI

19, rue Madeleine Vionnet 93 300 Aubervilliers

Tél. 01 70 96 13 00

www.direccte-idf.gouv.fr



LES ENTREPRISES DU PAYSAGE

Union Nationale des Entreprises du Paysage

Délégation régionale Île-de-France

80 Rue du Gros Noyer

95120 Ermont

Tél. 01 30 72 62 50

www.lesentreprisesdupaysage.fr

Présentation des parties prenantes

La DIRECCTE Île-de-France et la délégation francilienne des entreprises du paysage (UNEP Île-de-France) ont souhaité mener une étude pour évaluer l'impact des travaux du Grand Paris sur l'emploi et les compétences dans les métiers du Paysage en Île-de-France. Nomadéis et Menway Carrières les ont accompagnés dans cette démarche.

La **DIRECCTE (Direction Régionale des Entreprises, de la Concurrence, de la Consommation, du Travail et de l'Emploi)** constitue le service déconcentré commun au Ministère de l'Economie, des Finances et du commerce extérieur et au Ministère du Travail, de l'Emploi, de la formation professionnelle et du dialogue social. Elle assure le pilotage coordonné des politiques publiques du développement économique, de l'emploi, du travail et de la protection des consommateurs.

L'**Union des Entreprises du Paysage de la région Île-de-France** (UNEP Île-de-France) est le syndicat professionnel destiné à regrouper les personnes physiques ou morales exerçant la profession d'entrepreneurs du paysage soumis à la Convention Collective Nationale des Entreprises du Paysage en Île-de-France.

Les missions de l'UNEP Île-de-France sont de :

- Représenter ses adhérents auprès de tous les organismes administratifs, sociaux, professionnels ou interprofessionnels ;

- Agir pour la promotion professionnelle de ses adhérents, notamment en facilitant les échanges d'expérience sur les problèmes techniques, de commercialisation et de gestion d'entreprise ;
- Soutenir toutes les actions d'intérêt commun tendant au développement de la profession et notamment les actions diligentées par l'Union nationale des entreprises du paysage, qu'il doit mettre en œuvre au niveau régional.

Nomadéis est un cabinet d'études et de conseil stratégique et opérationnel indépendant, spécialisé en environnement et développement durable.

Menway Carrières est un groupe de conseil en ressources humaines, qui accompagne les entreprises dans la gestion de leurs projets RH et les salariés dans leur transition professionnelle.

Liste des membres du Comité de pilotage du CEP :

DIRECCTE Île-de-France, Délégation régionale de l'Union des entreprises du paysage Île-de-France (UNEP Île-de-France), FAFSEA, VIVEA, Direction régionale et interdépartementale de l'environnement et de l'énergie (DRIEE Île-de-France), Direction Régionale de l'Agriculture et de la Forêt (DRIAAF), GRAFIE (Groupe régional des acteurs franciliens de l'insertion par l'activité économique).

Objectifs du Contrat d'Etude Prospective

Le Contrat d'Etude Prospective (CEP) a pour objectif de proposer aux pouvoirs publics et aux partenaires économiques et sociaux des scénarios et un plan d'action en faveur de l'emploi et de l'accès aux compétences de la Branche professionnelle du Paysage afin de saisir les opportunités portées par le chantier du Grand Paris.

Le Grand Paris est un projet urbain, social et économique d'intérêt national dont le but est de promouvoir un développement économique durable, solidaire et créateur d'emplois de la région Île-de-France pour les 20 années à venir. Le Grand Paris devrait générer de nombreuses opportunités pour les entreprises du paysage, qu'il s'agisse d'interventions sur des lieux d'habitation, des lieux de détente ou encore des parcs d'entreprises.

Ces opportunités liées au Grand Paris s'insèrent dans un contexte plus global favorable au développement du marché du paysage caractérisé à la fois par des initiatives périphériques (ex : l'appel à projets « Parisculteurs » lancé par la Ville de Paris dans le cadre de sa stratégie de verdissement) et des textes stratégiques destinés à orienter le développement paysager dans les différents territoires de la région Île-de-France.

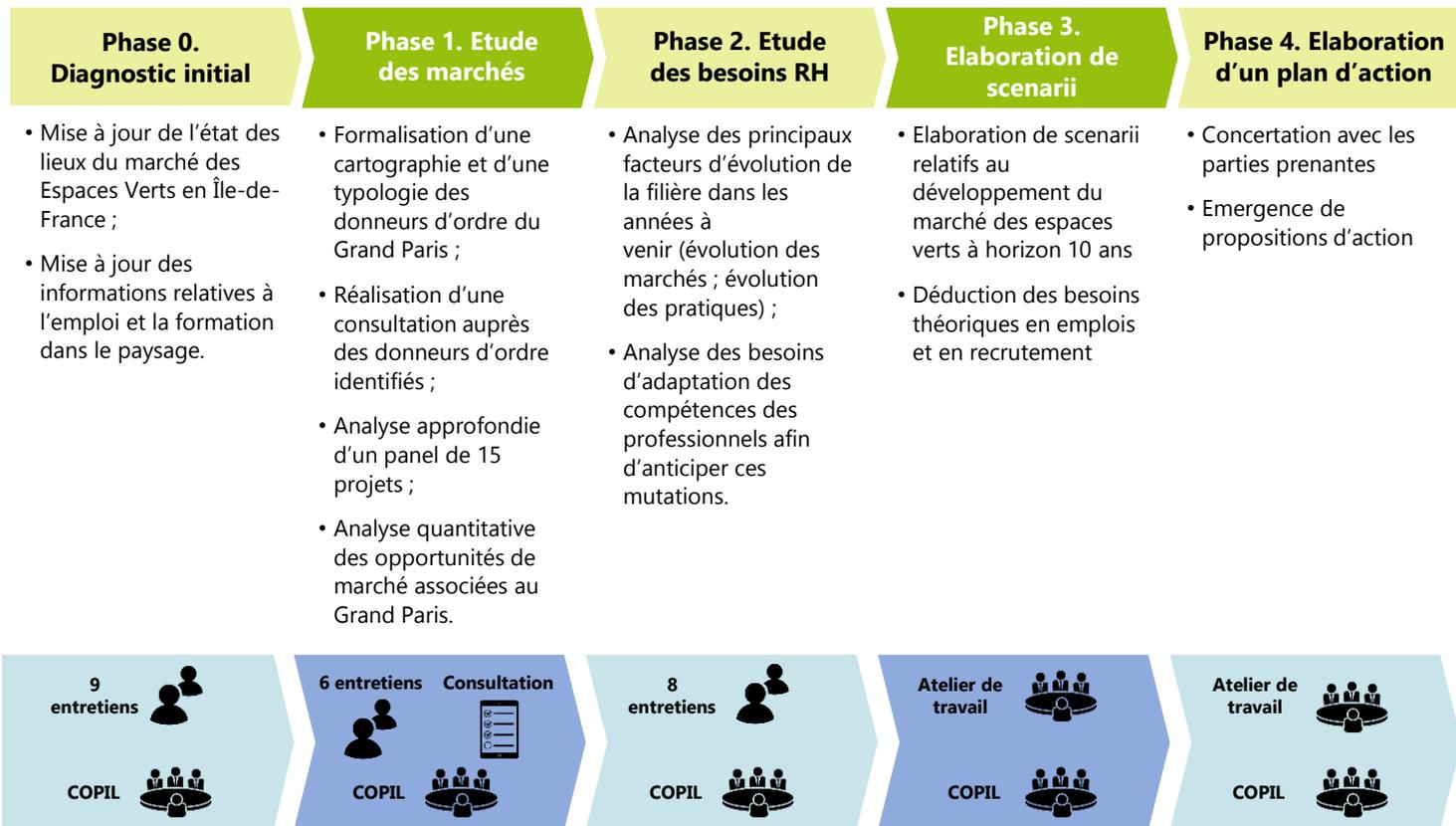
Avant même la prise en compte des perspectives ouvertes par le Grand Paris, le secteur du paysage en Île-de-France doit également se positionner par rapport à plusieurs enjeux :

- **Faire face à l'évolution des compétences**, en allant vers l'intégration de pratiques de gestion écologique dans les métiers du paysage et vers une proactivité supplémentaire en termes d'innovation ;
- **S'adapter aux marchés d'intervention émergents**, stimulés notamment par l'élaboration de nouvelles fonctions des végétaux et de nouveaux espaces ;
- **Professionaliser la gestion des compétences**, tant au niveau de la formation continue que de l'insertion des jeunes actifs ou de l'élaboration des politiques d'organisation des ressources humaines.

Il est essentiel pour le secteur du Paysage d'appréhender l'évolution du nombre et du contenu des emplois afin de préparer une offre de formation adaptée. **L'étude prospective porte sur les besoins en qualifications, en emplois, en recrutements et en formation continue.** Il s'agit d'apporter aux entreprises du secteur de toute taille, les moyens et les outils leur permettant de bénéficier de ces marchés de façon pérenne.

Introduction

Méthodologie mise en œuvre (Décembre 2016 – Mai 2017) :





Partie 1

Etat des lieux du secteur du
Paysage en Île-de-France

Partie 1 - Etat des lieux du secteur du Paysage en Île-de-France

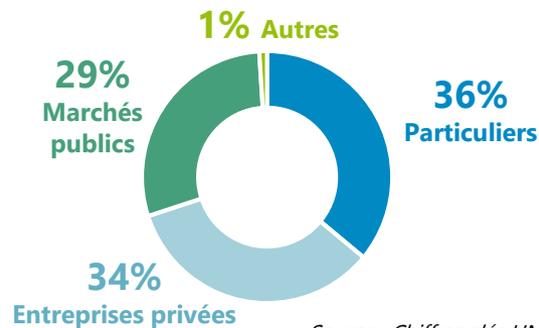
1. L'activité du secteur du Paysage en Île-de-France

Les 2 270 entreprises du paysage franciliennes interviennent dans la gestion d'espaces paysagers, et plus ponctuellement, dans la gestion d'espaces naturels. Elles se positionnent sur des activités d'amélioration du cadre de vie.

Les entreprises du paysage interviennent sur deux grands types de marchés : **l'aménagement** et **l'entretien d'espaces paysagers** (parcs et jardins, terrains de sport, milieux aquatiques et génie végétal, terrasses et toitures végétalisées, etc.). A ce cœur de métier s'ajoutent un nombre croissant d'activités complémentaires (systèmes d'arrosage...), preuve de la diversité du secteur.

Après une croissance forte du secteur du paysage entre 2000 et 2010 en France, l'activité de ce secteur s'est stabilisée depuis le début des années 2010. Ce constat est également valable à l'échelle de l'Île-de-France, le volume d'entreprises ayant été constant entre 2012 et 2015, et le nombre d'actifs ayant seulement augmenté de 0,9% sur la même période (11 800 actifs en 2015 contre 11 700 en 2012).

Répartition du chiffre d'affaires (745 M€ en 2015) selon les commanditaires



Source : Chiffres clés UNEP, 2016

Les marchés des entreprises du paysage se répartissent en trois grandes catégories : marchés des particuliers, autres marchés privés (syndicats de copropriété et entreprises), et marchés publics, représentant respectivement 36%, 34%, et 29% du chiffre d'affaires global en 2015.

On observe un phénomène de **hiérarchisation des entreprises et des marchés principalement suivant un facteur de taille de l'entreprise**. Globalement, plus l'effectif d'une entreprise est élevé, plus elle s'oriente vers des travaux de création voire d'aménagement et vers des marchés publics ; les très petites entreprises (y compris les entreprises de services d'aide à la personne) réalisent quant à elles plutôt des travaux d'entretien chez les particuliers.

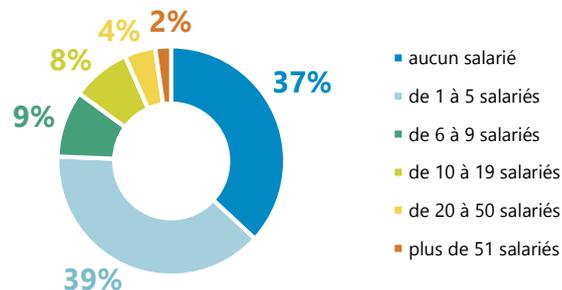
Partie 1 - Etat des lieux du secteur du Paysage en Île-de-France

2. La structure du secteur du Paysage

Les entreprises du paysage en Île-de-France forment un ensemble hétérogène à plusieurs titres.

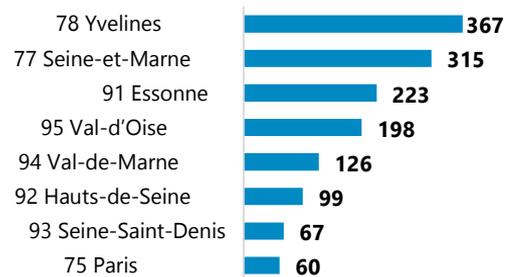
- **Hétérogénéité spatiale** : en 2015, sur les 1 455 entreprises franciliennes disposant d'au moins un salarié, 352 étaient basées à Paris ou dans la petite couronne (Seine-Saint-Denis, Hauts-de-Seine, Val-de-Marne) et 1 103 en grande couronne (Val d'Oise, Essonne, Seine-et-Marne et Yvelines) ;
- **Hétérogénéité de taille** : en 2015, le secteur était polarisé entre une grande majorité d'entreprises de petite taille (85% des entreprises du secteur comptaient au maximum 10 salariés et 37% d'entre elles étaient unipersonnelles) et quelques entreprises de moyenne et grande taille (en 2015, seulement 2% des entreprises dépassaient les 51 salariés) ;
- **Hétérogénéité des métiers** : la typologie réalisée dans un précédent CEP distinguait trois pôles : métiers de bureau, métiers d'encadrement et métiers d'exécution. Ces trois domaines de travail mobilisent des compétences variées, et des effectifs contrastés (les travaux d'exécution demandant par nature beaucoup de main d'œuvre) ;
- **Hétérogénéité des formations** : les différents métiers du secteur nécessitent des parcours de formation allant du Certificat d'Aptitude Professionnelle (CAP, niveau V) aux diplômes de gestion ou d'architecte paysagiste obtenus au terme d'une formation initiale longue (niveau I).

Répartition des entreprises du paysage franciliennes en fonction du nombre de salariés



Source : Chiffres MSA 2015

Répartition géographique des entreprises du paysage avec au moins un salarié



Source : Chiffres clés UNEP, 2016

3. Les actifs et le marché de l'emploi

Répartition des actifs

Le secteur du Paysage comptait **11 800 actifs en Île-de-France en 2015**. L'emploi à plein temps et en CDI représentaient à la même date les conditions de travail les plus répandues au sein du secteur francilien du paysage, recouvrant respectivement 94% et 85% des situations individuelles. Par ailleurs, et malgré une amélioration récente, on notait toujours en 2015 une forte disparité dans la représentation hommes/femmes au sein des effectifs salariés du secteur, avec seulement 10% de femmes dans les entreprises du paysage d'Île-de-France.

Les salariés des entreprises du paysage sont relativement jeunes. En Île-de-France, **l'âge moyen d'un salarié est de 35 ans** (33 ans en moyenne nationale), et **un salarié sur quatre a moins de 26 ans**. En Île-de-France, ces salariés sont confrontés à des contraintes socio-économiques fortes telles que le coût du logement élevé et des distances domicile-travail souvent importantes.

Parcours professionnels et mobilité inter-entreprise

Les évolutions de carrière peuvent s'effectuer au sein d'une même entreprise ou en changeant d'entreprise. Les passerelles entre les métiers, et entre les entreprises, sont en effet nombreuses, et les salariés des entreprises du paysage sont de plus en plus mobiles. En 2015, **l'ancienneté moyenne d'un salarié dans une entreprise du paysage est de 6,5 ans en Île-de-France**.

Le renouvellement important d'effectifs au sein du secteur impose aux entreprises des démarches de recrutement et de formation.

Les actifs sont relativement peu nombreux à sortir du secteur du paysage (les sortants le sont la plupart du temps pour raison médicale). Des reconversions sont également observées au sein du secteur, notamment pour les élagueurs, qui se réorientent fréquemment passé 40 ans.

Entreprises du paysage et profils en reconversion

Chaque année, les centres de formation accueillent des personnes en reconversion dans le secteur du paysage ; leur taux d'insertion en entreprise est élevé. **Les profils en reconversion représentent donc un vivier de personnel intéressant pour les entreprises du paysage.**

4. Intégration des pratiques environnementales

Des modes de gestion plus écologiques impulsés par la réglementation et par les marchés publics

L'affirmation des préoccupations environnementales conduit les entreprises du paysage à faire évoluer leurs pratiques. La réglementation est le moteur principal de ce changement.

Une réglementation accrue de l'utilisation de produits phytopharmaceutiques

▪ Encadrement des pratiques

La loi du 6 février 2014 (Loi Labbé) a interdit la mise sur le marché, la délivrance, l'utilisation et la détention de produits phytopharmaceutiques pour un usage non professionnel à compter du 1^{er} janvier 2022, échéance avancée au **1^{er} janvier 2019** par la loi de transition énergétique pour la croissance verte (LTECV).

La loi Labbé a également interdit l'utilisation de produits phytopharmaceutiques dans les espaces verts, forêts, et promenades gérés par les donneurs d'ordre publics à compter du 1^{er} janvier 2020, échéance avancée au **1^{er} janvier 2017** par la loi de transition énergétique pour la croissance verte (LTECV), tandis que ces restrictions ont également été étendues aux voiries.

• Formation des applicateurs

Le Plan Ecophyto I, lancé en 2008, a notamment imposé à l'ensemble des personnels amenés à acheter, vendre et appliquer des produits phytosanitaires, ou à apporter un conseil sur leur utilisation, de **disposer d'un certificat individuel pour l'utilisation de ces produits, le Certiphyto**.

Les donneurs d'ordre publics sont de plus en plus nombreux à promouvoir des modes de gestion plus durables des espaces verts. **Ces nouveaux modes de gestion sont souvent regroupés au sein d'une politique de « gestion différenciée »**, démarche qui consiste à ne pas appliquer à tous les espaces la même intensité ni la même nature de prestations d'entretien selon leur vocation et leur importance écologique ou paysagère.

Les pratiques écologiques recensées au cours de l'étude portent majoritairement sur le passage à une gestion dite plus douce des espaces verts et à une diminution de la **consommation de ressources naturelles** (diminution de la consommation d'eau, réutilisation des déchets végétaux).

Le passage à une gestion écologique amène les collectivités à **modifier les cahiers des charges relatifs aux prestations d'aménagement et d'entretien de leurs espaces verts**. Si les nouvelles demandes exprimées dans les cahiers des charges sont globalement bien exécutées par les entreprises prestataires, les représentants des collectivités rencontrés dans le cadre de l'étude expriment souvent le sentiment **d'attendre des entreprises du paysage qu'elles se montrent davantage forces de proposition sur les nouveaux modes de gestion** qu'il est possible de mettre en œuvre.

Les marchés privés évoluent plus lentement au regard de l'intégration des éco-pratiques.

5. La formation continue dans le secteur du Paysage

Une offre diversifiée mais insuffisamment exploitée

Les entreprises du paysage comptant au moins un salarié ou un apprenti cotisent au FAFSEA (le Fonds Assurance Formation Salariés Exploitations Agricoles) au titre de la **formation professionnelle des salariés**.

Les entrepreneurs du paysage non-salariés cotisent au VIVEA (le fonds pour la formation des entrepreneurs du vivant) pour leur **formation professionnelle**. En Île-de-France, les entrepreneurs du paysage représentent 21,2% des contributeurs au VIVEA Île-de-France (contre 4,5% à l'échelle nationale)..

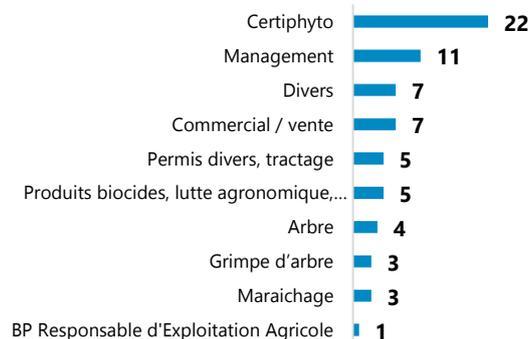
Les entreprises du paysage rencontrées dans le cadre de cette étude témoignent rencontrer des difficultés à **dégager du temps pour leur formation continue** (en 2016, seuls 2,9% des contributeurs au VIVEA-IDF ont bénéficié d'une formation), **mais également pour celle de leurs salariés**.

Les formations que les entreprises du paysage font suivre en priorité à leurs salariés sont les **formations obligatoires et certifiantes**. Ces formations doivent souvent être renouvelées d'année en année, en raison du taux de rotation important des effectifs. Lorsque le budget formation est utilisé en totalité pour des formations réglementaires, les autres formations entraînent alors un surcoût pour l'entreprise.

En ce qui concerne les formations des salariés exerçant des métiers de chantier, les besoins des entreprises du paysage franciliennes (après les formations réglementaires) portent prioritairement sur la **reconnaissance des végétaux** et sur les **techniques de taille**.

Pour les entreprises de plus de quelques salariés, **les besoins en formation continue concernent également le personnel d'encadrement** (gestion des plannings, gestion des stocks, relation clients, etc.).

Répartition des formations financées par VIVEA en 2015, en fonction du nombre de bénéficiaires



Source : VIVEA, chiffres 2016

6. Visibilité et attractivité de la filière

La vision du grand public sur les métiers du paysage est généralement très positive ; la contribution au cadre de vie des travaux d'entretien et d'aménagement paysager est en effet largement reconnue et appréciée. Cependant, cette vision est souvent partielle. Ainsi, les clients actuels et potentiels de prestations d'entreprises du paysage sont peu informés, d'une part sur la qualité qui peut être attendue de prestations d'entretien et d'aménagement, d'autre part sur l'étendue des prestations qui peuvent leur être proposées.

Le secteur de la gestion des espaces paysagers est également peu visible par les services de l'Etat et des collectivités locales en charge des politiques et projets d'aménagement. Les urbanistes et bureaux d'études sont fréquemment, en revanche, les interlocuteurs privilégiés des maîtres d'ouvrage.

Au déficit de visibilité du secteur du paysage et des compétences de ses actifs s'ajoute un déficit de valorisation des prestations réalisées. Cette tendance s'explique en partie par les différents phénomènes de concurrence auxquels font face les entreprises du paysage. Sur les marchés publics en particulier, les phénomènes de sous-traitance en cascade favorisent la baisse des montants des contrats finalement confiés aux entreprises du paysage.



Partie 2

Analyse des opportunités de marchés associées au Grand Paris

Partie 2 – Analyse des opportunités de marchés associées au Grand Paris

1. Des marchés traditionnels doublés de nouvelles opportunités de diversification

Le Grand Paris va générer de nombreuses opportunités pour les entreprises du paysage, qu'il s'agisse d'intervention sur des lieux d'habitation, des lieux de détente ou encore des parcs d'entreprises. Ces opportunités s'insèrent dans un contexte plus global favorable au développement du marché du paysage.

De nouveaux marchés d'aménagement se développent parallèlement depuis plusieurs années, basés sur l'intégration du végétal dans le tissu urbain, notamment pour restaurer les continuités écologiques et promouvoir la biodiversité, lutter contre les îlots de chaleur, contribuer à la production alimentaire, ou encore accroître la résilience des espaces urbains aux précipitations.

Cette reconnaissance grandissante de l'importance fonctionnelle des végétaux et des espaces paysagers amène **de nouveaux marchés potentiels** à explorer par les entreprises du paysage.

La végétalisation du bâti (toitures et murs)

Si la végétalisation du bâti n'est pas véritablement une tendance nouvelle, celle-ci s'est véritablement **accélérée au cours des dernières années**.

A l'heure actuelle, la plupart des toitures végétalisées installées en Île-de-France sont réalisées par des entreprises d'étanchéité. **Les compétences des entreprises du paysage en matière de connaissances du végétal pourraient être davantage capitalisées, afin de renforcer leur positionnement sur ce marché**, en proposant la mise en œuvre de dispositifs de qualité

(espèces végétales sélectionnées, conditions d'installation, etc.) et d'entretien des systèmes installés dans la durée.

La restauration / gestion des milieux naturels

L'urbanisation croissante de l'Île-de-France entraîne une augmentation des espaces construits au détriment des espaces naturels. Les politiques d'aménagement actuelles visent donc à lutter contre l'étalement urbain, entraînant **une réappropriation par les collectivités des espaces naturels**. Cette dynamique est également potentiellement source de marchés pour les entreprises du paysage.

L'entretien des espaces naturels et semi-naturels fait **appel à des compétences particulières concernant le matériel adéquat, les techniques alternatives de désherbage et de taille, la connaissance des végétaux, etc.** En plus de ces compétences, proches de celles nécessaires pour la gestion d'espaces paysagers, la gestion d'espaces naturels fait également appel à des **compétences naturalistes** et nécessite généralement l'intervention d'un écologue en amont des travaux d'entretien.

Le développement de l'agriculture urbaine et périurbaine

La transition d'un végétal ornemental à un végétal fonctionnel se traduit également par un développement marqué de l'agriculture en milieu urbain et périurbain. Ce développement est notamment soutenu par des initiatives publiques telles que l'appel à projets « Les Parisculteurs » de la Ville de Paris.

Partie 2 – Analyse des opportunités de marchés associées au Grand Paris

2. Analyse des dynamiques et des objectifs de création d'espaces verts en Île-de-France (hors dynamique Grand Paris)

Une intégration croissante de l'objectif de préservation de la biodiversité dans les politiques nationales et territoriales

La loi pour la reconquête de la biodiversité, de la nature et des paysages du 8 août 2016 devrait offrir de nouvelles opportunités aux entrepreneurs du paysage. Le code de l'urbanisme a été modifié de sorte que les constructions neuves de magasins de commerce de détail d'une surface de vente supérieure à 1 000 mètres carrés devront disposer « *sur tout ou partie de leurs toitures, et de façon non exclusive* » d'un **système de végétalisation** ; de **procédés de production d'énergies renouvelables** ou d'autres dispositifs aboutissant au même résultat.

Le Plan Vert de la Région Île-de-France

Le Plan Vert de la Région Île-de-France vise à répondre aux carences que connaissent 16 des 20 arrondissements de Paris, 53% des communes de petite couronne et 42% des communes de grande couronne. En effet, 919 communes franciliennes sont carencées en espaces verts, parmi lesquelles 53 communes sont très carencées (sur la base de la définition de l'Organisation Mondiale de la Santé).

Face à ce constat, le Plan Vert de la Région Île-de-France a pour ambition d'**accompagner la création d'environ 500 ha d'espaces verts et boisés d'ici 2021** (prioritairement dans les secteurs carencés), d'**améliorer l'accessibilité de ces espaces** pour les Franciliens, ainsi que de **préserver et d'entretenir les espaces verts et boisés existants**.

La stratégie de végétalisation de la Ville de Paris

Depuis 2006, 46 nouveaux jardins ont été créés au sein de la ville, pour une superficie totale de plus de 27 hectares. Afin de poursuivre cet effort, la Ville de Paris s'est fixée des objectifs ambitieux à horizon 2020 :

- Développement de **100 ha de toitures et murs végétalisés** (dont 20 ha sur les toitures et murs de la Ville), dont **un tiers d'agriculture urbaine**;
- Accroissement de **30 ha de la superficie d'espaces verts ouverts au public** ;
- Plantation de **20 000 arbres dans Paris** ;
- Développement de la végétalisation des **quartiers nouvellement aménagés**.

2. Analyse des dynamiques et des objectifs de création d'espaces verts en Île-de-France (dans le cadre de la dynamique du Grand Paris)

Travaux du Grand Paris Express

La Société du Grand Paris (SGP) est l'établissement public créé par l'État dont la mission est de piloter le déploiement et le financement du Grand Paris Express. Elle assure la construction des infrastructures qui composent le réseau et l'acquisition des matériels roulants qui le parcourront. Elle peut également être amenée à conduire des opérations d'aménagement et de construction sur les territoires de communes concernées par le Grand Paris Express.

Les travaux du Grand Paris Express prévoient la création de 200 km de lignes, dont 90% en réseau souterrain, ainsi que de 68 nouvelles gares et de 7 sites de maintenance et postes de commandement. Les nouvelles lignes du réseau du Grand Paris Express seront mises en service progressivement : dès 2019 pour la prolongation de la ligne 14 et jusqu'à 2030 pour les derniers tronçons des lignes 15,16, 17 et 18.

Végétalisation des gares du Grand Paris Express

Des consortia de maîtres d'œuvre auront la charge, sous l'autorité de la Société du Grand Paris (SGP), de concevoir les 68 nouvelles gares du réseau en prenant en compte leur performance environnementale, notamment du point de vue de leur intégration paysagère. La Direction de l'ingénierie environnementale de la SGP a établi des orientations concernant l'intégration du végétal aux nouvelles gares, (bâti et proximité directe). L'insertion des nouvelles gares dans le tissu urbain et paysager constitue donc une opportunité de création de nouveaux espaces végétalisés.

Compétences assumées par la Métropole du Grand Paris

La Métropole du Grand Paris, créée le 1^{er} Janvier 2016, est un établissement public de coopération intercommunale. La Métropole du Grand Paris exerce quatre compétences obligatoires, qui lui sont transférées de manière progressive de 2016 à 2018, dont notamment :

- Le développement économique, social et culturel, la protection et mise en valeur de l'environnement et la politique du cadre de vie au 1^{er} janvier 2016 ;
- L'aménagement de l'espace métropolitain et la politique locale de l'habitat au 1^{er} janvier 2017.

En matière d'aménagement de l'espace métropolitain, la MGP est plus particulièrement en charge des « **actions de valorisation du patrimoine naturel et paysager** ».

La compétence « Gestion des milieux aquatiques et prévention des inondations » (GEMAPI), directement liée à la restauration des espaces naturels aquatiques, deviendra également une compétence métropolitaine au 1^{er} janvier 2018.

2. Analyse des dynamiques et des objectifs de création d'espaces verts en Île-de-France (dans le cadre de la dynamique du Grand Paris)

Intégration du végétal dans les quartiers de gare

Au sein de la SGP, des comités de pôle ont été mis en œuvre autour de chaque projet de création de gare, réunissant notamment les élus locaux, le Stif, la RATP (le cas échéant) et la SGP. Les projets d'aménagement attendant directement aux futures gares (tels que les projets de création d'espaces verts accompagnant les sites) pourront être discutés dans ces instances.

Les travaux de ces comités seront restitués au sein d'études de pôles, qui sont actuellement en cours de déploiement. Ces études de pôles (financées par la SGP et d'une durée d'environ deux ans – les dernières études de pôle ont été lancées fin 2016) ont vocation à préfigurer les modalités d'aménagement de l'espace public dans les quartiers de gares (800 m autour des gares) et d'intermodalité.

Compensation environnementale

Les espaces naturels impactés par l'implantation d'une base chantier ou par les travaux de construction des ouvrages annexes, feront l'objet par la SGP de mesures compensatoires permettant la requalification des sites. Les mesures compensatoires sont prévues avec l'Office National des Forêts (ONF) lorsque les sites impactés sont des espaces boisés, ou avec l'Agence des Espaces Verts (AEV) pour les sites naturels.

Les défrichements de boisements les plus importants sont pour l'heure rencontrés pour les travaux de la gare de Noisy-Champs (environ 6,9 ha de défrichement, le site le plus touché étant le boisement de Noisy-Champs).

Actions portées par la Métropole du Grand Paris

La MGP est active à la fois sur le plan de la création de nouveaux espaces verts, ainsi que sur celui de la reconversion (ou de la transformation temporaire) d'espaces existants non-végétalisés.

La MGP a par exemple l'ambition de créer un « **Fonds Nature** » **visant à participer au financement de la création d'espaces verts**. Ce fonds, dont la dotation reste à déterminer, sera alimenté par le Fonds d'investissement métropolitain.

Partie 2 – Analyse des opportunités de marchés associées au Grand Paris

3. Un développement des opportunités en lien avec les marchés publics

Les entreprises du paysage sont les prestataires privilégiés pour l'aménagement et l'entretien des espaces paysagers gérés par les collectivités. Elles interviennent dans **une chaîne de compétences** regroupant, en amont, les acteurs de la maîtrise d'ouvrage et de l'assistance au maître d'ouvrage (bureaux d'études, concepteurs paysagistes) et en aval d'éventuels co-traitants. Cette chaîne de compétences est également **transversale** : les espaces paysagers sont aménagés dans le cadre de projets de construction de bâtiments et d'infrastructures.

Les marchés du Grand Paris seront porteurs d'opportunités réelles pour les PME. L'accès à ces nouveaux marchés suppose **une présence effective** et **un positionnement clair** des entreprises du paysage dans les mécanismes de décision et d'action relatifs à la commande publique. Les entrepreneurs du paysage doivent donc trouver les moyens de répondre à ces enjeux, pour **affirmer leur place dans cette chaîne de compétences**.

Cet enjeu de présence et de positionnement est d'autant plus clair que des parts de marchés sont destinées aux PME : par exemple, la Société du Grand Paris demande à ce qu'une part minimale de 20% de chacun de ses marchés soit exécutée par des PME.

Par ailleurs, la création et le développement des passerelles entre entrepreneurs du paysage et autres professionnels (étanchéistes, associations environnementales, SIAE, *start up* innovantes sur le marché de l'agriculture urbaine, etc.) constituent un levier-clé dans la réponse à ces enjeux.

Un autre enjeu clé : maîtriser les nouvelles formes de marchés

Afin d'être pleinement en mesure d'exploiter les nouvelles opportunités du Grand Paris, il est important que les entrepreneurs du paysage soient informés des nouvelles formes sous lesquelles celles-ci peuvent se présenter. En effet, dans le cadre de la dynamique du Grand Paris, les marchés publics classiques ne constituent pas à eux seuls l'intégralité des opportunités dont les entreprises du paysage pourraient se saisir. Deux nouvelles formes de marchés peuvent en particulier être signalées :

- **Les appels à projet innovants** (exemple de l'appel à projet « *Inventons la Métropole du Grand Paris* », lancé par la Métropole du Grand Paris, ou encore de l'appel à projets « Les Parisculteurs » de la Ville de Paris) ;
- **Les initiatives d'urbanisme transitoire**, qui consistent en la mise à disposition de terrains pour leur réaménagement temporaire dans l'attente d'une transformation plus pérenne (dans le cadre d'opérations de renouvellement urbain par exemple).

4. Appels à projets innovants

Appel à projets « Inventons la Métropole du Grand Paris »

L'appel à projets « Inventons la Métropole du Grand Paris » vise à **sélectionner des projets urbains** en vue de leur réalisation à court terme dans le cadre d'un **transfert de droits**.

Les candidats retenus pour chacun des 59 sites mis à disposition peuvent solliciter des financements auprès de plusieurs partenaires de l'appel à projets « Inventons la Métropole du Grand Paris ». Parmi ces bailleurs potentiels figurent notamment le Programme d'investissements d'avenir et le groupe Caisse des Dépôts, l'Agence de l'Eau Seine-Normandie, ainsi qu'Action Logement.

Appel à projets « Réinventer la Seine »

Organisé par la Mairie de Paris, la Métropole Rouen Normandie, la Communauté d'Agglomération du Havre, HAROPA et l'Etat, *Réinventer la Seine* propose à des architectes, des entrepreneurs et des artistes de repenser de manière innovante **41 sites répartis tout au long de l'Axe Seine**.

Le règlement de l'appel à projets insiste sur le rôle de l'axe Seine en tant que corridor biologique et présente la préservation et la mise en valeur des fonctions écologiques et paysagères du fleuve comme un objectif à part entière. Les aménagements qui seront effectués sur les 21 sites franciliens de cet appel à projets constituent ainsi des opportunités de marché potentiellement intéressantes et innovantes pour les entreprises du paysage d'Île-de-France

Les Parisculteurs

Dans le cadre de l'appel à projets « Les Parisculteurs », 33 sites dont 13 appartenant à la Ville de Paris et 20 appartenant à d'autres propriétaires ont été mis à disposition afin de développer de nouveaux espaces végétalisés dans la capitale, notamment dédiés à l'agriculture urbaine.

Les lauréats de l'appel à projet ont été annoncés officiellement le 3 novembre 2016, et les travaux prévus sur les 33 sites (pour un total de 5,5 ha de nouveaux espaces végétalisés) seront déployés en 2017 (22 sites), 2018 (9 sites) et 2019 (2 sites).

La Ville de Paris compte relancer cette démarche en 2017, les modalités pratiques de ce nouvel appel à projets restant à définir.

5. Un paysage concurrentiel en tension

La dynamique récente de promotion de l'agriculture urbaine dans le cadre de l'aménagement paysager des zones denses franciliennes s'est accompagnée de l'émergence de nombreuses entreprises sur ce segment de marché, dont un certain nombre de start-ups innovantes qui connaissent un fort développement en France et à l'international.

Ces start-ups, parmi lesquelles on peut notamment citer *Agricool*, *Cycloponics*, *Topager*, ou encore *Sous les fraises*, adoptent pour l'instant un positionnement relativement haut de gamme, à haute valeur ajoutée technologique, et donc limité en termes de surfaces aménagées et de volumes produits. En cela, les acteurs présentés ci-dessus ne représentent pour l'heure qu'une concurrence marginale pour les entreprises du paysage. Toutefois, le potentiel de développement à moyen terme de ces nouvelles entreprises ne doit pas être négligé. **Il apparaît donc crucial d'anticiper les transformations à venir dans le secteur en définissant des stratégies de positionnement des entreprises du paysage vis-à-vis de ces nouveaux acteurs innovants.**

Par ailleurs, une autre tendance identifiée dans le cadre de la dynamique du Grand Paris a trait au développement de services innovants liés à la préservation des milieux naturels, à la restauration des continuités écologiques et à la promotion de la biodiversité. Les collectivités territoriales sont notamment demandeuses de services de phytoremédiation pour convertir les friches urbaines et industrielles en espaces verts, sans toujours savoir quels acteurs solliciter pour de telles prestations.

En vue de se positionner sur certains des marchés de travaux du Grand Paris, les entreprises du paysage pourraient donc envisager de se rapprocher d'acteurs spécialisés dans le domaine de l'écologie (pour effectuer des prestations en co-traitance), voire d'internaliser des compétences d'écologie.



Partie 3

Scénario prospectif à horizon
10 ans

1. Méthodologie

Une prospective à horizon 10 ans a été élaborée, permettant d'évaluer la trajectoire potentielle de développement de l'activité de la filière Paysage en tenant compte de la concrétisation des projets du Grand Paris, et d'en déduire les besoins théoriques en emplois et en recrutement.

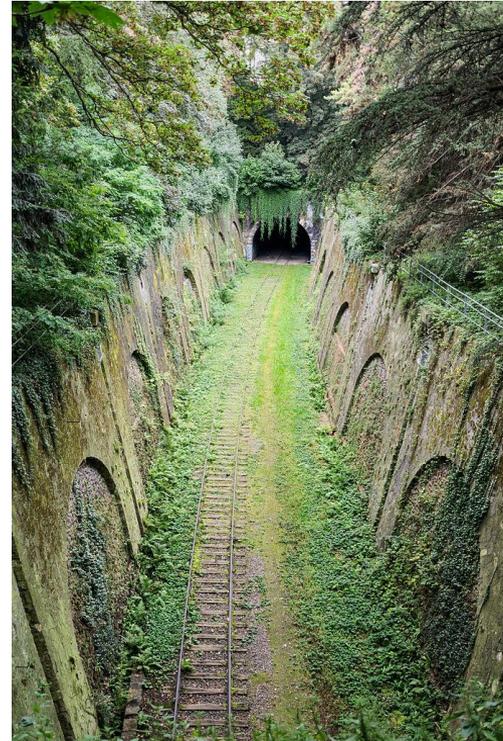
Pour la construction de ces scénarios, deux dynamiques différentes ont été prises en compte :

Le développement tendanciel du marché (au « fil de l'eau »)

Cette dynamique correspond au développement naturel du marché, en tenant compte également des projets structurants portés par la Ville de Paris (stratégie de végétalisation et intégration d'espaces verts dans les principaux projets d'aménagement qui seront livrés à horizon 10 ans).

Les travaux du Grand Paris

Cette dynamique prend en compte la concrétisation des principaux projets d'aménagement publics qui seront livrés à horizon 10 ans à l'échelle du périmètre du Grand Paris (travaux de création et d'entretien d'espaces verts).



Partie 3 – Scénario prospectif à horizon 10 ans

2. Les scénarios et les hypothèses fixées

L'analyse prospective prend comme variable essentielle **la superficie des espaces verts qui devraient être créés à horizon 10 ans dans le cadre de travaux liés directement et indirectement au Grand Paris**. Cette estimation s'est fondée sur l'exploitation des informations disponibles au sein de bases de données publiques (Institut d'Aménagement et d'Urbanisme d'Île-de-France, Atelier Parisien d'Urbanisme) et de la réalisation d'une consultation auprès des donneurs d'ordres du Grand Paris.

400 projets d'aménagement identifiés à l'échelle du périmètre d'intérêt ont été analysés pour contribuer à l'exercice d'estimation des surfaces d'espaces verts.

Les superficies d'espaces verts qui devraient être créées n'étant pas connues pour l'ensemble des projets, une extrapolation a été réalisée en fixant des hypothèses par classes de projets, définies selon deux variables :

- **L'emprise totale du projet au sol ;**
- **La densité de population de la commune d'implantation du projet**, cette variable ayant montré avoir une influence sur la superficie d'espaces verts effectivement créée.

Trois hypothèses supplémentaires ont été fixées pour la construction du modèle d'analyse prospective, en étroite concertation avec les acteurs de la filière :

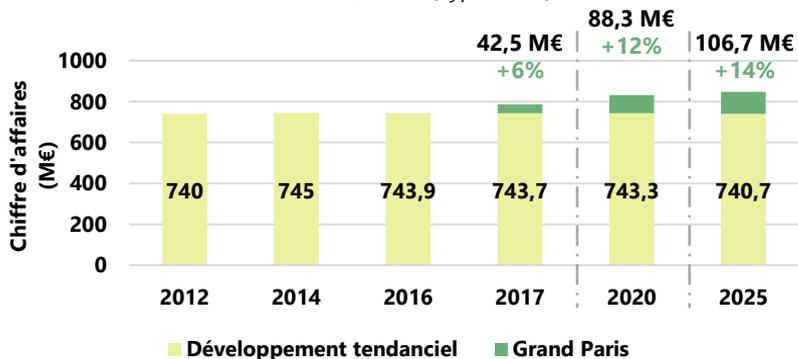
- **Une hypothèse relative à la part des marchés de création / entretien d'espaces verts qui pourrait effectivement être déléguée par les donneurs d'ordre publics à des prestataires externes.** La création et l'entretien des projets d'espaces verts qui devraient se concrétiser dans les années à venir ne seront en effet pas délégués entièrement à des entreprises du paysage, et une part de ces travaux pourront être réalisés par les collectivités en régie, *via* leurs services espaces verts.
- **Une hypothèse relative aux volumes des marchés du Grand Paris qui pourront effectivement être captés par les entreprises du paysage**, qui seront mises en concurrence sur ces marchés avec d'autres structures (étanchéistes, *start up* innovantes sur le marché de l'agriculture urbaine, etc.).
- **Des hypothèses relatives aux coûts moyens de création / entretien d'espaces verts, et aux besoins quantitatifs en main d'œuvre nécessaires pour la réalisation de ces chantiers**, en distinguant trois profils : les ouvriers paysagistes, les chefs d'équipe et les chefs de chantier / conducteurs de travaux.

Partie 3 – Scénario prospectif à horizon 10 ans

3. Synthèse des résultats du scénario

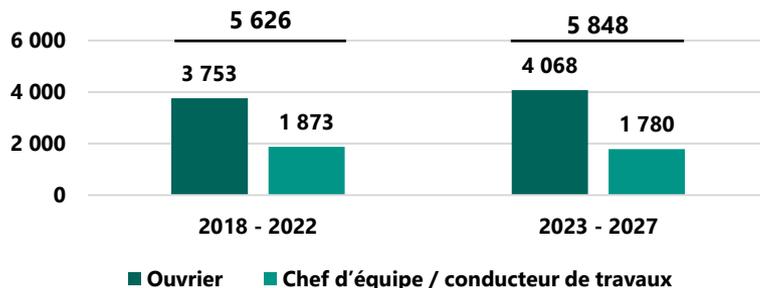
Evolution du chiffre d'affaires annuel*

Île-de-France, M€ HT (hyp. basses)



Estimation des besoins en recrutement par métier par période

Île-de-France, emplois ETP (hyp. basse)



Evolution du chiffre d'affaires

Par rapport à la trajectoire au fil de l'eau, le chiffre d'affaires du secteur du Paysage pourrait connaître une hausse de :

- **+441 M€** sur la période 2018 – 2022 (%+12% du chiffre d'affaires) ;
- **+ 554 M€** sur la période 2023 – 2027 (+14% du chiffre d'affaires).

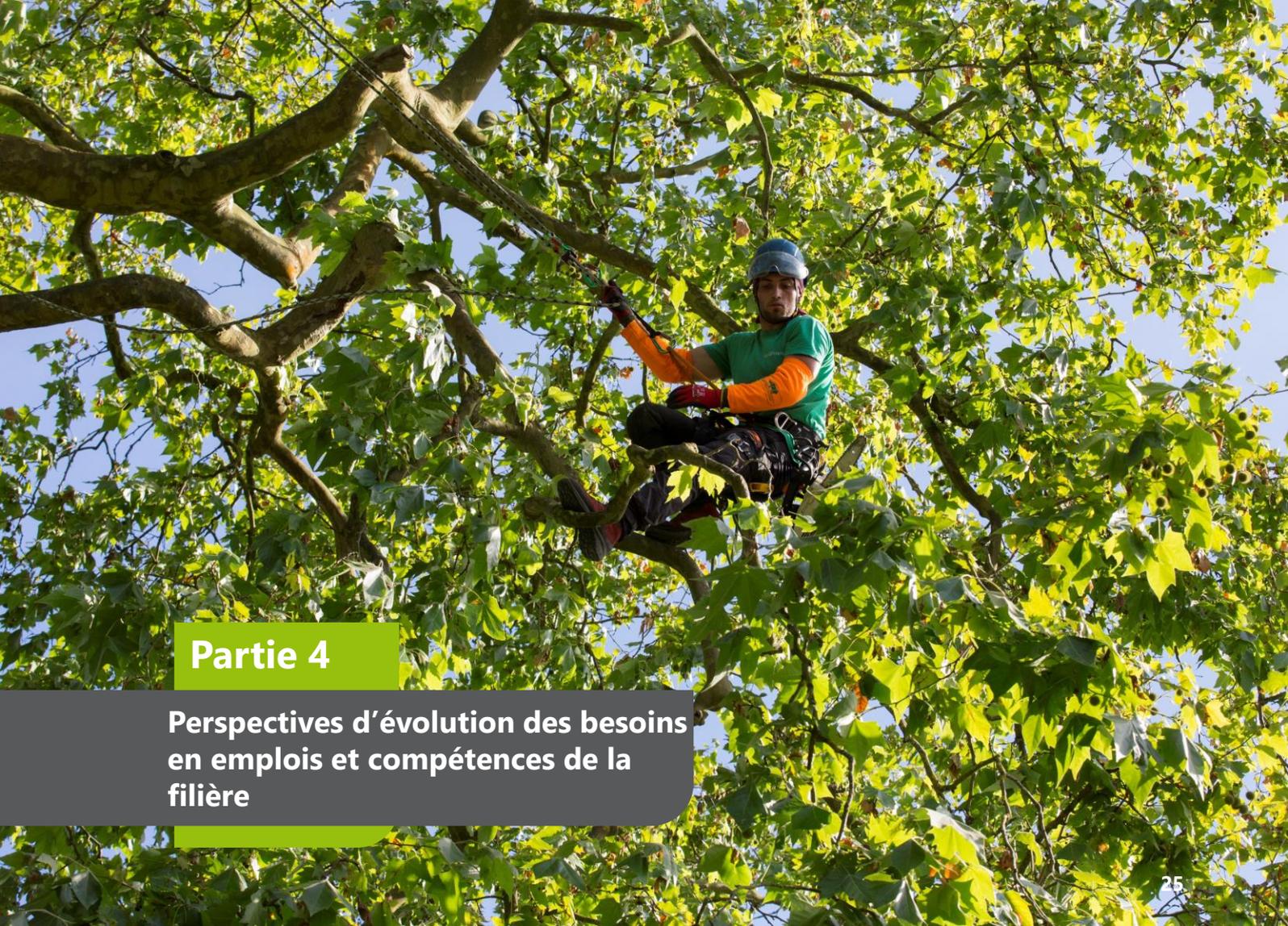
**Le taux de croissance annuel moyen du marché est de -0,07% entre 2006 et 2014. Le taux de croissance annuel moyen correspondant au développement naturel (développement tendanciel) du marché du Paysage en Île-de-France après 2016 est aligné sur ce taux moyen. L'hypothèse retenue dans la projection du chiffre d'affaires est donc conservatrice.*

Evolution des besoins en emplois additionnels

Les recrutements nécessaires pour permettre la concrétisation des deux dynamiques « Développement tendanciel du marché » (projets structurants portés par la Ville de Paris) et « Grand Paris » et remplacer les départs anticipés à la retraite sont estimés à :

- **5 626 emplois ETP** sur la période 2018-2022 (soit environ 1 125 emplois ETP par an sur la période en moyenne) ;
- **5 848 emplois ETP** sur la période 2023-2027 (soit environ 1 170 emplois ETP par an sur la période en moyenne)

Le besoin annuel en recrutements est obtenu par la somme des départs (seuls les départs à la retraite ont été estimés dans le cadre de ces travaux) et des besoins d'emplois supplémentaires (exprimés en ETP pérennes dans le temps).



Partie 4

**Perspectives d'évolution des besoins
en emplois et compétences de la
filière**

1. Défis structurels pour la filière

Des difficultés de recrutement rencontrées par de nombreux entrepreneurs du paysage

Les entreprises du paysage sont nombreuses à éprouver des difficultés à recruter du personnel : selon l'UNEP Île-de-France, 40% des entreprises du paysage franciliennes ont fait état de cette problématique en 2015.

La quasi-totalité des entrepreneurs rencontrés indiquent en particulier **avoir des difficultés à identifier les candidats disposant des compétences requises** pour le métier proposé.

La rareté des candidats constitue un deuxième facteur important de cette difficulté à recruter. La faible attractivité du secteur est parfois mise en lien avec un niveau de salaire inférieur à celui proposé dans le secteur du BTP pour des niveaux de compétences et des conditions de travail en extérieur comparables. Par ailleurs, la perspective d'un travail sur le végétal à l'air libre, non « confiné dans un bureau » peut être considérée comme un point positif notamment par un public jeune.

Les entreprises invitées à s'exprimer sur les profils de formation recherchés pour leurs recrutements indiquent des besoins allant du CAPA au BTS. Aux besoins d'ouvriers paysagistes débutants et qualifiés, d'élagueurs avec CS, et de chefs d'équipe, s'ajoute un besoin de techniciens disposant également de compétences commerciales.

Toutefois, pour la majorité des entreprises du paysage rencontrées, le profil de formation importe moins que la motivation et l'assiduité du candidat pour les postes impliquant du travail sur chantier. Les critères d'embauche privilégiés par les entreprises du paysage comprennent ainsi l'expérience, l'autonomie, le savoir-être, la bonne volonté et enfin la passion du métier.

Des politiques de ressources humaines et de gestion des compétences à développer

Le renouvellement rapide des effectifs salariés des entreprises du paysage génère des besoins en matière de gestion des actifs. Ce renouvellement entraîne de nombreux coûts pour les entreprises, notamment en termes de formation, auxquels s'ajoutent les difficultés d'un recrutement chronophage. Les entreprises du paysage doivent donc trouver les moyens de fidéliser leurs salariés afin de réduire la mobilité croissante de ces derniers.

1. Défis structurels pour la filière

Accompagner la formation continue des entrepreneurs du Paysage

L'évolution rapide des métiers et marchés d'intervention du paysage, ainsi que les nouvelles opportunités majeures liées au Grand Paris entraînent des besoins importants en matière de nouvelles compétences. Les organismes de formation initiale et de formation continue doivent en permanence s'adapter pour proposer des formations en cohérence avec les besoins actuels des entreprises tout en anticipant leurs besoins futurs. La gestion des compétences et des actifs au sein des entreprises du paysage se trouve également confrontée à des enjeux importants, dans un contexte de besoin en main d'œuvre et de dynamique de renouvellement rapide des actifs.

L'offre de formation continue proposée aux entrepreneurs du paysage est abondante, mais manque de visibilité, notamment auprès des chefs d'entreprises (qui constituent fréquemment des relais à destination de leurs salariés).

Malgré l'augmentation du taux de salariés bénéficiant d'une formation continue, les entreprises du paysage franciliennes parviennent difficilement à dégager du temps pour ce dispositif.

Tel que précédemment mentionné, les formations suivies en priorité sont réglementaires, et l'étendue des formations existantes n'est pas entièrement exploitée.

Différents axes de formation prioritaires ont été identifiés dans le cadre du CEP (*cf. encadré*).

- **Renforcement des fondamentaux** : connaissance des végétaux et des sols. Les entrepreneurs du paysage ont besoin de recruter des salariés disposant de connaissances solides en matière de reconnaissance des végétaux, et rencontrent de réelles difficultés sur ce point ;
- **Développement des éco-pratiques** : la mise en œuvre de pratiques écologiques fait appel à des compétences propres aux entreprises du paysage, et porte aussi bien sur la connaissance des végétaux, des milieux, et des techniques culturales, que sur l'utilisation de matériel adapté. Les pratiques de gestion écologique font également appel à des compétences organisationnelles. Par exemple, la mise en œuvre d'une gestion différenciée entraînant une réduction du nombre de tontes implique de planifier ces interventions en avance ;
- **Entretien des créations spécialisées** (toitures, murs végétalisés, etc.) ; les méthodes d'entretien de ces créations végétalisées nécessiteront des process d'intervention sécurisés, en milieu urbain, avec des coûts d'entretien limités ;
- **Compétences transverses** : vendre et promouvoir les savoir-faire des entrepreneurs du paysage, expérimenter, marketer, etc. ;
- **Mobilité** : La détention du permis B est en effet une condition indispensable pour l'autonomie des salariés du secteur du paysage. Il peut ainsi être intéressant d'envisager dans certains cas de financer le passage du permis de conduire via le Compte Personnel de Formation (CPF).

Partie 4 - Perspectives d'évolution des besoins en emplois et compétences de la filière

2. Evolution des pratiques et des compétences sur le plan des métiers

Ouvrier paysagiste

L'ouvrier paysagiste devrait **gagner en autonomie** dans les années à venir, sous l'influence de plusieurs facteurs :

- Une dynamique de **réappropriation des espaces et des techniques**, en lien avec l'évolution des attentes des donneurs d'ordre en faveur du développement des éco-pratiques notamment (l'ouvrier paysagiste intervient de moins en moins selon un référentiel défini, mais selon sa connaissance des attentes du client et des spécificités des milieux) ;
- L'**évolution technologique des équipements**, ces derniers évoluant vers une plus grande facilité d'utilisation ;
- Une **mobilité facilitée** par l'éligibilité du permis B à un financement *via* le compte personnel de formation (CPF).

Il est par ailleurs à noter que les collectivités recherchent de façon croissante des ouvriers paysagistes à même de **communiquer sur les éco-pratiques mises en œuvre à destination du grand public**, notamment afin d'en accroître l'acceptabilité (la mise en œuvre d'une politique de gestion différenciée peut rencontrer une certaine résistance de la part des riverains à son déploiement).

Le métier d'**ouvrier paysagiste** constitue le métier le plus fréquent dans le secteur de la gestion des espaces paysagers. L'ouvrier paysagiste exécute les travaux d'entretien, de création et d'aménagement d'espaces paysagers. Ce métier se décline en **nombreuses spécialisations**, souvent acquises au moyen d'une formation spécifique (formations courtes, certificat de spécialisation, certificat de qualification professionnelle) : installation de systèmes d'arrosage, taille des végétaux, réalisation de construction paysagères...



7 800

Ouvriers paysagistes

Dédiés aux activités de création et d'entretien d'espaces verts.

100%

Localisation

Sont itinérants et effectuent des travaux à l'extérieur.

50/50

Interventions

En moyenne, 50% des interventions concernent des créations d'espaces verts ; et 50% des prestations d'entretien.

24%

Formation

Près d'un quart des ouvriers suivent une formation chaque année.

Chiffres clés associés au métier d'ouvrier paysagiste

Source : UNEP IDF, MSA, Estimations Menway Carrières

Partie 4 - Perspectives d'évolution des besoins en emplois et compétences de la filière

2. Evolution des pratiques et des compétences sur le plan des métiers

Chef d'équipe

Le chef d'équipe est le plus souvent un ouvrier paysagiste possédant une expérience conséquente et ayant développé des compétences fonctionnelles supplémentaires (organisation, supervision, etc.). Par conséquent, les constats précédents concernant l'évolution des compétences techniques des ouvriers paysagistes s'appliquent également aux chefs d'équipes.

Du fait d'un engouement croissant des donneurs d'ordre pour les éco-pratiques et les nouveaux marchés d'aménagement paysagers, mais également du développement des nouvelles technologies de l'information et de la communication (NTIC), qui démocratisent l'accès à l'information sur ces sujets, les entreprises du paysage **font face à des clients de plus en plus informés**. Cette dynamique **renforce la nécessité pour le chef d'équipe de proposer à ses clients une information personnalisée** (adaptée à l'interlocuteur) et **contextualisée** (adaptée à la nature de l'intervention). Ce savoir-faire va au-delà de l'information et de la communication pour s'étendre à **des aptitudes pédagogiques** (savoir expliquer, transmettre, expliciter...).

Au-delà du développement des compétences de communication, il convient de noter que **l'évolution des chefs d'équipes vers des fonctions technico-commerciales** peut également être encouragée, notamment via le suivi de formations de courtes durées.

Le **chef d'équipe** encadre les ouvriers dans la réalisation des opérations techniques et participe à l'exécution de ces dernières. Le chef d'équipe maîtrise les compétences techniques de l'ouvrier paysagiste ainsi que des compétences fonctionnelles supplémentaires, concernant particulièrement l'encadrement des équipes d'ouvriers ainsi que le suivi et le contrôle de l'avancée des activités. Le chef d'équipe supervise la bonne utilisation du matériel et garantit le respect des règles de sécurité dans l'exécution des travaux.



2 600

Chefs d'équipe

Dédiés aux activités de création et d'entretien d'espaces verts.

Bac

Formation initiale

Bac à Bac+2.

2 à 3

Taille d'équipe

Le chef d'équipe supervise ou encadre des équipes de 2 à 3 ouvriers paysagistes en moyenne.

10%

Genre

10% des chefs d'équipe sont des femmes.

Chiffres clés associés au métier de chef d'équipe

Source : UNEP IDF, MSA, Estimations Menway Carrières

2. Evolution des pratiques et des compétences sur le plan des métiers

Chef de chantier / Conducteur de travaux

Les chefs de chantiers / conducteurs de travaux, devraient de plus en plus fréquemment être amenés à **interagir directement avec les donneurs d'ordre sur les marchés publics**, du fait de deux dynamiques :

- L'inclusion des travaux d'aménagement paysager au sein de lots plus larges (lots de « voirie et réseaux divers (VRD) ») amène souvent les entreprises du paysage à se placer en sous-traitance de grandes sociétés du BTP. Il est toutefois à noter que les collectivités sont de plus en plus nombreuses à distinguer ces lots ;
- La volonté de soutenir le positionnement des entreprises en Groupements Momentanés d'Entreprises (GME) sur les marchés publics.

Ce positionnement accru en tant qu'interlocuteur direct à destination des donneurs d'ordre supposera pour les chefs de chantiers / conducteurs de travaux de **renforcer leurs compétences en matière de gestion de la relation commerciale**.

Dans la perspective d'un positionnement renforcé sur les marchés publics issus, les chefs de chantier / conducteurs de travaux seront également amenés à **parfaire leurs compétences en matière de réponse à des appels d'offres**.

Le **chef de chantier / conducteur de travaux** constitue l'une des figures principales de l'encadrement au sein des entreprises du paysage. Cette fonction est assurée par le chef d'entreprise lorsque la taille de l'entreprise ne permet pas le recrutement d'un tel profil.

Le conducteur de travaux garantit la tenue des délais ainsi que le respect des règles de sécurité. Par ailleurs, il est également en charge de négocier et de contractualiser les prestations relatives au chantier avec le maître d'ouvrage.



1 200

Chefs de chantier / Conducteurs de travaux

Une représentation de cadres plus forte en Ile-de-France (10%).

Bac
+2

Formation initiale

Bac+2 ou Bac+5 ou grande expérience.

+10

Taille d'entreprise

Cette fonction est assurée par le Chef d'entreprise dans les entreprises de moins de 10 salariés.

25%

Formation continue

2^{de} catégorie bénéficiaire de formations après les ouvriers paysagistes.

Chiffres clés associés au métier de chef de chantier / conducteur de travaux

Source : UNEP IDF, MSA, Estimations Menway Carrières



Partie 5

Proposition de plan d'action

Partie 5 – Proposition de plan d'action

1. Renforcer l'attractivité de la filière auprès des donneurs d'ordres du Grand Paris, des partenaires stratégiques et des jeunes/futurs employés

ENJEUX

- Les entreprises du paysage ne sont pas toujours identifiées comme les prestataires de choix pour la réalisation de certaines prestations (dispositifs en milieu urbain, aménagement de friches polluées, etc.).
- Les donneurs d'ordre publics sont encouragés à rencontrer les prestataires potentiels en amont du lancement des marchés. Des rencontres avec les donneurs d'ordre du Grand Paris sont notamment organisées par CCI Business Grand Paris.

- La demande croissante de nature en ville s'est traduite par l'émergence de nouveaux acteurs positionnés sur les marchés de végétalisation du bâti et d'agriculture urbaine notamment.

- La filière pâtit d'un déficit d'image, notamment auprès des jeunes ;
- Différents leviers d'attractivité pourraient toutefois être mis en avant (perspectives d'évolution ; diversité des tâches ; travail en extérieur ; etc.).



ACTIONS

Action 1.1. Renforcer l'attractivité de la filière auprès des donneurs d'ordre et prescripteurs (publics et privés) des marchés du Grand Paris

Objectifs :

- Permettre aux entreprises d'identifier les futurs chantiers bien en amont de la publication des marchés ;
- Permettre aux donneurs d'ordre du Grand Paris de mieux connaître les prestations proposées par les entreprises et les modèles économiques d'intervention et ainsi favoriser la rédaction de cahiers des charges contenant des dispositions accessibles à ces dernières.

Action 1.2. Renforcer l'attractivité de la filière auprès des partenaires stratégiques

Le terme de « partenaires stratégiques » regroupe (de manière non-exhaustive) les acteurs du BTP (notamment les étancheurs) impliqués sur les marchés de végétalisation de toitures, les start-up de l'agriculture urbaine, ou encore les écologues travaillant sur des projets de restauration des écosystèmes naturels.

Action 1.3. Renforcer l'attractivité de la filière auprès des jeunes / futurs employés

Objectif : Élargir le vivier de nouveaux entrants souhaitant intégrer la filière du Paysage.

Partie 5 – Proposition de plan d'action

2. Accompagner un positionnement ambitieux de la filière sur les marchés du Grand Paris

ENJEUX

- De nombreuses TPE / PME du secteur du Paysage éprouvent des difficultés à se positionner sur des marchés publics. Répondre à ces marchés suppose, tout d'abord, de détecter les opportunités de marchés le plus en amont possible.
- Souvent spécialisées dans une activité, ou sur un périmètre géographique d'intervention, les TPE / PME ne disposent pas toujours de l'ensemble des compétences techniques pour répondre à l'intégralité d'un marché.
- Le « Réseau d'Excellence UNEP » (créé en 2013 pour favoriser les démarches de Groupements Momentanés d'Entreprise au sein de la filière Paysage), a permis d'accompagner la concrétisation d'un nombre limité de projets à date, notamment du fait d'un manque de moyens dédiés à l'animation / coordination.
- Les besoins en innovation identifiés par les entreprises du paysage concernent aussi bien le matériel que les techniques culturelles.
- Les besoins en innovation concernent également les fonctions supports de l'entreprise, pour le management d'entreprise et le développement.
- Des initiatives collectives d'innovation sont en cours, qu'il s'agirait de poursuivre et d'amplifier.



ACTIONS

Action 2.1. Systématiser le repérage et la qualification des opportunités de marché

Objectif : Recueillir, trier et rendre l'information relative aux opportunités de marché du Grand Paris accessible, en ciblant les offres potentiellement intéressantes pour les entreprises du paysage.

Action 2.2. Proposer aux adhérents UNEP un service d'appui au positionnement sur les marchés du Grand Paris

Objectif : renforcer le positionnement des entreprises sur les marchés publics, qu'il s'agisse d'accompagner :

- Un positionnement conjoint de TPE / PME dans le cadre de Groupements Momentanés d'Entreprises, en accompagnant ces démarches à toutes les étapes ;
- La formation d'alliances plus pérennes entre TPE / PME et ETI.

Action 2.3. Définir 3 à 4 axes d'innovation prioritaires pour la filière et faire émerger deux initiatives pilotes par axe

Premières pistes d'innovation identifiées : structuration de filières de valorisation des déchets verts : évolution du matériel (réduction des nuisances sonores, environnementales et de la pénibilité) ; techniques de restauration et/ou de gestion des milieux naturels ; développement de la nature en ville.

Partie 5 – Proposition de plan d'action

3. Accompagner l'évolution des métiers et des pratiques par la formation et la gestion RH

ENJEUX

- L'offre de formation continue est abondante, et manque de visibilité, notamment auprès des chefs d'entreprises (qui constituent fréquemment des relais à destination de leurs salariés).
- Malgré l'augmentation du taux de salariés bénéficiant d'une formation continue, les entreprises du paysage franciliennes parviennent difficilement à dégager du temps pour ce dispositif.
- Les formations suivies en priorité sont réglementaires, et l'étendue des formations existantes n'est pas entièrement exploitée.

- Le renouvellement rapide des effectifs des salariés des entreprises du paysage (l'ancienneté moyenne des salariés est de 6,5 ans en moyenne) génère des besoins en matière de gestion des actifs ;
- Les entreprises du paysage sont nombreuses à éprouver des difficultés à recruter du personnel (40% des entreprises en 2015 selon l'UNEP IDF).



ACTIONS

Action 3.1. Définir des axes prioritaires d'acquisition des compétences à l'échelle de la filière et enrichir l'offre de formation continue

Objectifs :

- Répondre à l'attente des organismes de formation d'une vision de la profession sur les modules de formation continue à développer pour répondre aux évolutions anticipées de la filière (au-delà des demandes formulées par les entreprises de façon autonome) ;
- Renforcer la lisibilité de l'offre de formation continue, en valorisant les formations identifiées comme stratégiques pour anticiper les mutations de la filière ;
- Elaborer des préconisations à destination des TPE et PME, qui ne disposent pas de ressources pour la gestion des formations (sélection des organismes, financement, démarches administratives...)

Action 3.2. Mieux outiller les TPE / PME de la filière en matière de gestion RH

Objectif : Accompagner les entreprises du paysage à anticiper leurs besoins en recrutement (déploiement de prestations d'Appui Conseil RH, sensibilisation des employeurs à l'effort de formation, etc.).

Conclusion

Les travaux du Grand Paris vont générer de nombreuses opportunités pour les entreprises du paysage. L'évolution des attentes des commanditaires publics, qui sont de plus en plus nombreux à promouvoir des modes de gestion innovants et durables des espaces verts, nécessitera pour les entreprises de faire évoluer leurs compétences, leur organisation et leurs pratiques pour se positionner avec succès sur ces marchés.

Ces opportunités s'accompagnent de l'émergence de nouveaux phénomènes de concurrence qui constituent autant d'occasions pour les entreprises du paysage de faire évoluer leur offre et leurs savoir-faire.

Pour accompagner les acteurs du secteur face à ces nouveaux enjeux, le plan d'actions opérationnel proposé s'articule autour de trois axes stratégiques :

1. **Renforcer l'attractivité de la filière auprès de trois publics cibles ;**
2. **Accompagner un positionnement ambitieux de la filière sur les marchés du Grand Paris ;**
3. **Accompagner l'évolution des métiers et des pratiques par la formation et la gestion RH.**

Dans un contexte de **phase charnière** de la profession, les entreprises du paysage devraient ainsi :

- Faire preuve de volontarisme pour continuer à se développer, aller vers les **nouveaux marchés porteurs** ;
- **Accentuer leurs démarches de qualité** pour se différencier ;
- Fournir un **effort collectif** pour accroître la visibilité de la profession.

Cette étude prospective, menée dans le cadre d'un Engagement de Développement de l'Emploi et des Compétences, éclaire l'avenir et a pour ambition de **déclencher des actions ciblées.**



chaque
jardin
compte

LES ENTREPRISES DU PAYSAGE

Union Nationale des Entreprises du Paysage

Délégation régionale Île-de-France

80 Rue du Gros Noyer

95120 Ermont

Tél. 01 30 72 62 50

www.lesentreprisesdupaysage.fr

Direccte Direction régionale des entreprises,
de la concurrence, de la consommation
du travail et de l'emploi
ÎLE-DE-FRANCE

Direccte Île-de-France

DIRECTION RÉGIONALE DES ENTREPRISES, DE LA CONCURRENCE,
DE LA CONSOMMATION, DU TRAVAIL ET DE L'EMPLOI

19, rue Madeleine Vionnet 93 300 Aubervilliers

Tél. 01 70 96 13 00

www.direccte-idf.gouv.fr

Une étude réalisée par :

nomadéis



GROUPE MENWAY
La Ressource Humaine