



**MINISTÈRE
DE L'AGRICULTURE
ET DE LA SOUVERAINETÉ
ALIMENTAIRE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

Ministère de l'agriculture

Fonction publique

L'Aventure du Vivant est une initiative du ministère de l'Agriculture pour promouvoir les formations et métiers liés à la nature, l'environnement, l'agriculture et l'alimentation. Elle vise à faire découvrir ces filières aux jeunes à travers différents dispositifs de communication, événements et ressources en ligne. L'objectif est d'informer sur les débouchés variés et innovants de l'enseignement agricole, en mettant en avant les opportunités d'emploi et les enjeux du développement durable.

• **CHIFFRE D'AFFAIRES : N/A**

• **PRÉSENCE À L'INTERNATIONAL : Non**

• **COLLABORATEURS ET COLLABORATRICES : N/A**

Ministère de l'agriculture

#LycéeHanté

POURQUOI CETTE CAMPAGNE ?

Malgré la qualité de leurs formations, les établissements agricoles peinent à recruter, freinés par de nombreux préjugés : filières réservées aux enfants d'agriculteurs, carrières limitées, enseignement perçu comme secondaire... Bien qu'une diversification des élèves soit visible, ces parcours restent rarement un premier choix. Pourtant, les métiers du vivant sont essentiels, et le vieillissement des professionnels impacte lourdement l'économie française. Le ministère de l'Agriculture entend briser ces idées reçues en valorisant ces formations pour les rendre attractives et en faire des choix prioritaires.

02-2024 / 02-2024 - BUDGET : 140 000 €

Le budget comprend : Conception, production, partenariat créateurs & diffusion



Ministère de l'agriculture

#LycéeHanté

POUR QUI ?

La campagne s'adresse en priorité aux collégiens et lycéens. Des audiences qui ne considèrent que très rarement l'enseignement agricole comme une possibilité d'orientation. "Si je faisais un test et qu'on me disait que je suis fait pour l'enseignement agricole, je le prendrais un peu mal" Témoignage issu d'une enquête menée auprès d'un panel de jeunes.

En pleine période de vœux sur Parcoursup, nous avons souhaité mettre un coup de projecteur sur ces formations en allant chercher les 13-17 ans : sur le réseau qu'ils fréquentent le plus : TikTok, via une vingtaine de créateurs de contenus très suivis sur la plateforme, notamment : @anttonracca / @viteovideo / @batzair et en ayant recours à un format particulièrement apprécié : les enquêtes et récits et à plusieurs voix.

COMMENT ?

En nous appuyant sur un binôme de créateurs, Antton Racca et Vito et une vingtaine de créateurs de la la Creative School, nous avons décidé de créer une rumeur de toutes pièces : celle d'un lycée hanté en Île-de-France.

La campagne a été construite en 3 temps :

Deux semaines où les créateurs - avec la complicité des élèves - ont lancé et alimenté la rumeur en partageant des images et témoignages exclusifs de phénomènes inquiétants dont ils ont prétendu avoir été témoins. Alerté par le buzz, Antton Racca a ensuite mené son enquête en deux épisodes pour faire monter le suspense et le hashtag #LycéeHanté

Enfin, Vito a partagé une vidéo reveal pour partager les coulisses de l'opération. L'occasion pour les créateurs de vanter les mérites des formations agricoles.

Ministère de l'agriculture

#LycéeHanté

LES RÉSULTATS

Plus de 15 millions de vues sur TikTok et YouTube, accompagnées de retombées presse marquantes.

Un réel engouement des communautés, qui se sont prêtées au jeu de l'enquête, contribuant à l'essor du #LycéeHanté. Certains ont même créé des vidéos pour partager leurs hypothèses !

Mais pour nous, le plus beau succès reste l'abondance de commentaires positifs sur l'enseignement agricole et l'intérêt suscité pour ces formations, au-delà des idées reçues.

PROCESS DE COMMUNICATION RESPONSABLE

Nous sommes engagés depuis plusieurs années dans une démarche d'éco-production pour rendre nos productions audiovisuelles plus responsables. Adhérents du réseau Eco-prod, nous sensibilisons nos équipes aux bonnes pratiques et appliquons un cahier des charges éco-production sous la supervision de notre référente dédiée. Pour le projet #LycéeHanté, cet engagement s'est traduit par des actions concrètes : dématérialisation des documents de tournage, transports en commun et covoiturage pour l'ensemble des déplacements, y compris pour les créateurs de contenus, et recours à la seconde main pour la décoration. Une approche responsable pour concilier créativité et impact positif.