

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

21 Mai 2020

Le Groupe Rocher lance un baromètre international pour évaluer la manière dont les individus perçoivent leur relation à la nature

Convaincu que la nature a un impact positif sur le bien-être des personnes et sur leur envie d’agir pour la planète, le Groupe Rocher souhaite faire de ce baromètre le premier score de référence sur le lien que les individus entretiennent avec la nature. D’une ampleur sans précédent, il suivra à un rythme annuel l’évolution de cette relation dans 19 pays (dont la France). Imaginé avant la crise sanitaire, cet outil visionnaire permettra de mener à bien la mission que le Groupe s’est fixée pour l’avenir: reconnecter les personnes à la nature.

Construit en collaboration avec l’institut de sondage BVA, le baromètre « Groupe Rocher reconnect people to nature© » apporte un éclairage inédit sur la société qui prend tout son sens dans le contexte actuel.

Tout d’abord, par la création, d’un score (entre 0 et 10) qui permet d’évaluer la connexion des individus à la nature©. Celui-ci a été calculé à partir de 3 dimensions : l’attachement, la connaissance et le degré de contact des individus à la nature. Le premier volet de l’étude qui a été conduit en France au mois de février révèle ainsi qu’avant le confinement, le score de connexion des Français à la nature s’élève à 7,07.

Ce baromètre fournit, par ailleurs, des renseignements précieux sur les besoins que les individus éprouvent vis-à-vis de la nature et l’influence que cela peut avoir sur leur bien-être. On observe ainsi que près de 40% des Français passeraient moins de 2h dans la nature par semaine alors que 77% ressentent le besoin d’être en contact plus régulier avec celle-ci. La nature génère en effet un sentiment positif pour 70% d’entre eux auxquels elle procure de la sérénité (45%) ou de l’émerveillement (30%).

Alors que de nombreuses personnes s'interrogent sur ce que sera « le monde d'après », le second volet de l'étude dont les résultats seront consolidés à l'automne permettra d'observer s'il y a eu une évolution dans cette relation à la nature à la suite de la crise sanitaire. Il apportera également une analyse comparative précieuse entre les 19 pays sélectionnés afin d'en tirer des leçons pour l'avenir.

« Les premiers résultats de ce baromètre montrent combien notre raison d'être et notre mission sont porteuses de sens et répondent à un besoin réel ! L'intuition et la philosophie de mon grand-père qui irriguent notre Groupe depuis plus de soixante ans sont plus que jamais d'actualité. Nous avons été parmi les premiers à voir le bien-être que la nature pouvait procurer aux personnes en inventant la cosmétique végétale. Nous avons le devoir de continuer à montrer le chemin. Mon souhait le plus cher est que les enseignements de ce baromètre servent à toutes les entreprises, ONG ou politiques qui souhaitent agir sur ce sujet. » Bris Rocher

A propos du Groupe Rocher :

Le Groupe Rocher est un groupe familial français d'envergure internationale qui compte aujourd'hui 10 marques (Yves Rocher, Arbonne, Petit Bateau, Stanhome, Dr Pierre Ricaud, Daniel Jouvance, Kiotis, ID Parfums, Flormar et Sabon), 18 000 collaborateurs, 50 millions de clientes et près de 2,7 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Pour plus d'informations :

Marion Moulin, Directrice Communication Corporate du Groupe Rocher

marion.moulin@yrnet.com