



# Dossier de Presse

Baromètre Groupe Rocher  
Reconnect People to Nature ©

18/03/2021

Paris, le 18 mars 2021

## Table des matières

Tribune pour la nature de Bris Rocher .....	3
Baromètre de connexion à la nature, pourquoi ? comment ? .....	5
Enseignements clés du baromètre .....	7
Infographie .....	10
A propos du Groupe Rocher .....	11
A propos de BVA .....	12
A propos du Baromètre Groupe Rocher Reconnect people to nature© : .....	12
Annexe/Communiqué de presse .....	13

---

GROUPE ROCHER  
7, chemin de Bretagne  
92130 Issy-Les-Moulineaux  
[www.groupe-rocher.com](http://www.groupe-rocher.com)

Laboratoire de Biologie Végétale Yves  
Rocher  
S.A. au capital de 4 483 405 euros  
n° 876 580 077 R.C.S. Vannes



## TRIBUNE POUR LA NATURE DE BRIS ROCHER

Cette année singulière a montré à quel point nous avons besoin de remettre la nature au cœur de nos vies, en particulier dans les grandes métropoles. La perte temporaire de nos libertés individuelles nous a fait prendre conscience de ce manque de nature dans notre quotidien. Ce besoin, exprimé comme une intuition collective, nous interroge sur notre propre sauvegarde.

Car c'est en nous reconnectant à la nature, que nous apprendrons à prendre soin de nous, des autres et de notre planète. C'est en nous reconnectant à elle que nous puiserons l'inspiration pour innover et l'énergie pour la préserver.

Depuis toujours, l'humain a entretenu avec la nature un lien intime. Pendant des milliers d'années, elle a été notre foyer. Pourtant, cette relation si essentielle s'est distendue au fil du temps, jusqu'à disparaître de notre quotidien. Notre foyer originel est passé en arrière-plan. En poussant les murs pour faire place à l'urbain et aux technologies, nous avons fragilisé nos propres fondations. Nous, qui sommes tous des produits de la nature, nous l'avons chassée de nos vies. La dernière décennie a été celle de la prise de conscience ; nous avons pris la mesure de notre impact sur l'environnement.

L'enjeu est aujourd'hui de taille :

D'abord parce qu'on peut supposer que chaque génération considère la situation climatique et environnementale comme la norme alors que celle-ci est déjà dégradée et se détériore de manière ininterrompue depuis plusieurs décennies. Ensuite, il est vital de prendre conscience que notre santé et celle de la planète sont liées. Pas de santé humaine sans planète saine. La préservation de notre planète est devenue un enjeu capital pour notre propre bien être.

Le chemin à suivre semble tout aussi évident que nécessaire : il est temps de renouer avec l'essentiel en réintégrant la nature dans nos vies à travers des expériences de nature immersives et contemplatives.

Il n'y a pas de petites ou de grandes expériences de nature. Les expériences sensorielles comme sentir le soleil sur son visage ou toucher un arbre sont des

moteurs de connexion puissants avec la nature. Ces derniers sont tout aussi puissants qu'une balade en forêt ou qu'une plongée sous-marine.

Ces expériences sont autant de promesses d'en comprendre les bienfaits et d'appréhender toute la richesse du vivant.

Nous sommes génétiquement destinés à vivre et à mieux vivre au contact de la nature. C'est dans notre ADN.

C'est en prenant conscience de notre nature, tant la nôtre que celle qui nous entoure, que nous trouverons des solutions pour l'avenir.

C'est en nous rapprochant de notre foyer originel, au cœur de la nature, que nous trouverons l'impulsion pour progresser.

Bris Rocher

## BAROMETRE DE CONNEXION A LA NATURE, POURQUOI ? COMMENT ?

### Pourquoi un baromètre de connexion à la nature ?

Depuis **2019**, le Groupe Rocher s'est fixé une mission : reconnecter les femmes et les hommes à la nature. Cette matrice anime toutes les équipes du groupe et guide l'action du groupe au quotidien.

Pour agir toujours plus concrètement et œuvrer en faveur de la connexion des femmes et des hommes avec la nature, il est apparu crucial de mettre en place des outils permettant d'étudier cette connexion pour en comprendre les ressorts, les dynamiques et les implications.

Le Groupe Rocher s'est donc appuyé sur l'expertise de l'institut d'études BVA spécialisé dans l'analyse des opinions et des comportements, pour sonder les citoyens de 19 pays (soit 19 000 sondés<sup>1</sup>) et ainsi quantifier concrètement leur connexion à la nature, en identifier les leviers et les facteurs. L'objectif de ce baromètre était aussi d'étudier la pertinence d'une intuition majeure portée par le groupe selon laquelle la proximité avec la nature était génératrice de bien être chez les individus.

Avec ce baromètre, le Groupe Rocher veut inciter les entreprises, les décideurs politiques, les ONG et les citoyens à agir pour favoriser la connexion à la nature et ainsi la préserver et la valoriser. Fidèle à sa mission de « Reconnecter les femmes et les hommes à la nature », le Groupe Rocher ambitionne de suivre l'évolution de cette relation à un rythme bisannuel (tous les deux ans).

### Comment évaluer le score de connexion à la nature ?

La connexion à la nature est évaluée par un indice calculé à partir de trois scores : cognitif, comportemental et émotionnel. Le premier mesure le degré de connaissance de la nature et de ce qui la compose, le second mesure l'intensité de la relation physique et le degré de contact avec la nature, enfin, le troisième mesure le degré d'attachement à la nature. Ces trois scores, évalués sur une

---

<sup>1</sup> Enquête réalisée par Internet auprès d'échantillons représentatifs de 1000 personnes par pays du 7 au 21 septembre 2020. La représentativité des échantillons a été assurée par la méthode des quotas appliquée aux quatre variables suivantes : sexe, âge, région et revenu.

échelle de zéro à dix, permettent de rendre, sur dix aussi, un indice de connexion à la nature par pays, ainsi que d'en calculer la moyenne mondiale. Par exemple, si l'indice français de connexion à la nature s'élève à 7,0, l'indice moyen des 19 pays étudiés s'élève à 7,2.

### Quels enseignements ?

Au-delà du calcul d'un score de connexion, l'étude permet de tirer des enseignements majeurs sur les bienfaits d'une connexion intense à la nature. En effet, à la lecture des résultats, un lien très fort entre la connexion à la nature et le niveau de bonheur et de confiance émerge : plus les citoyens ont un score de connexion à la nature élevé, plus leur niveau de bonheur, leur résilience et leur confiance en l'avenir sont élevés. C'est là l'enseignement clé de ce baromètre. Il est donc temps d'agir pour permettre aux citoyens de se reconnecter à la nature et ainsi améliorer le bien-être de la société tout entière.

Ces enseignements vont permettre de nourrir la démarche du groupe en identifiant des domaines d'actions prioritaires et de mesurer la progression de cette connexion via une mise à jour bisannuelle du baromètre.

## ENSEIGNEMENTS CLÉS DU BAROMETRE

### Des scores de connexion à la nature très différents selon les pays

- Certains pays affichent un score de connexion à la nature très élevé (Inde, Mexique, Brésil) alors que certains ont un score très faible (Japon, Corée) ;
  - o Ces différences sont d'autant plus intéressantes qu'elles concernent parfois des pays situés dans les mêmes zones géographiques (Mexique : 7,8 vs États-Unis : 7,3) ;
  - o Elles s'expliquent par des facteurs culturels et géographiques : densité de population, degré de ruralité, place prépondérante des grandes villes, tradition rurale, etc.

### Un degré de connexion influencé par des critères socio-économiques

Un fossé générationnel apparaît clairement dans le baromètre : il existe une nette différence de degré de connexion à la nature en fonction de l'âge des répondants. Plus ils sont âgés, plus ils sont connectés à la nature : indice de 7,3 pour les 35-64 ans, 6,9 pour les 16-24 ans ;

- La catégorie socio-professionnelle est un vrai marqueur : les CSP+ culminent à 7,4 alors que l'indice de connexion des chômeurs et inactifs est de 6,9 ;
- Le type d'habitation a lui aussi naturellement un impact majeur sur le degré de connexion : l'indice des occupants de maison avec jardin est de 7,5 contre 6,9 pour les occupants de logements sans extérieur.

### L'impact positif de la nature sur le bien-être est manifeste et partagé

- C'est un des enseignements les plus édifiants de ce baromètre : quel que soit le pays ou le type de répondant, il existe une corrélation très nette entre le degré de connexion à la nature et le bien être des individus :
  - o Lorsque le degré de connexion à la nature est compris entre 0 et 6, la part des répondants déclarant être « très heureux » ou « assez heureux » s'élève à 77%. Lorsque ce degré est compris entre 7 et 8, ce pourcentage grimpe à 86%. Pour un degré supérieur à 8 : 90%.
- Cette corrélation se manifeste aussi sur des items comme la « confiance dans la situation du pays / de la planète »

- Lorsque le degré de connexion à la nature est compris entre 0 et 6, la part des répondants déclarant être « confiant » et « très confiant » dans la situation de leurs pays s'élève à 48%. Pour un degré compris entre 7 et 8, il est de 54%. Enfin, si le degré est supérieur à 8, le pourcentage culmine à 63%.

### **La ville n'est pas un frein à la connexion à la nature**

- Quel que soit le type d'habitation, l'attachement à la nature est élevé. Il est supérieur à 7,4 que les personnes habitent en appartement ou en maison, qu'ils aient un balcon/jardin ou non ;
- Néanmoins, les scores globaux de connexion à la nature (c'est-à-dire la connaissance et l'intensité de contact) les plus élevés se retrouvent chez les habitants de maison avec jardin ;
- Par ailleurs, la manière dont les répondants se connectent avec la nature atteste de la possibilité d'être à la fois citadin et se sentir proche de la nature : les expériences sensorielles comme sentir le soleil sur son visage, toucher des plantes etc. sont plébiscitées comme des moteurs de connexion puissants avec la nature.

### **Un besoin insatiable de nature, non corrélé au degré de connexion**

- Le besoin de nature est insatisfait. Les individus sont frustrés : en effet, 85% des répondants ressentent le besoin d'être en contact plus régulier avec la nature.
- Néanmoins, ce besoin de connexion exprimé n'est pas directement proportionnel au degré de connexion déclaré :
  - Seulement 64% des Japonais expriment le désir d'être plus connectés à la nature, alors que leur indice de connexion est le plus faible au monde (93% des Indiens expriment le même désir, alors que leur indice est le plus élevé (8)).
  - Idem pour la Chine : avec 96%, c'est le peuple le plus désireux d'être plus régulièrement en contact avec la nature alors que son degré de connexion est nettement supérieur à la moyenne mondiale (7,6 vs 7,2) ;
  - En France, ce score s'élève à 81%.

### L'éducation, vecteur clé de transmission de l'attachement à la nature

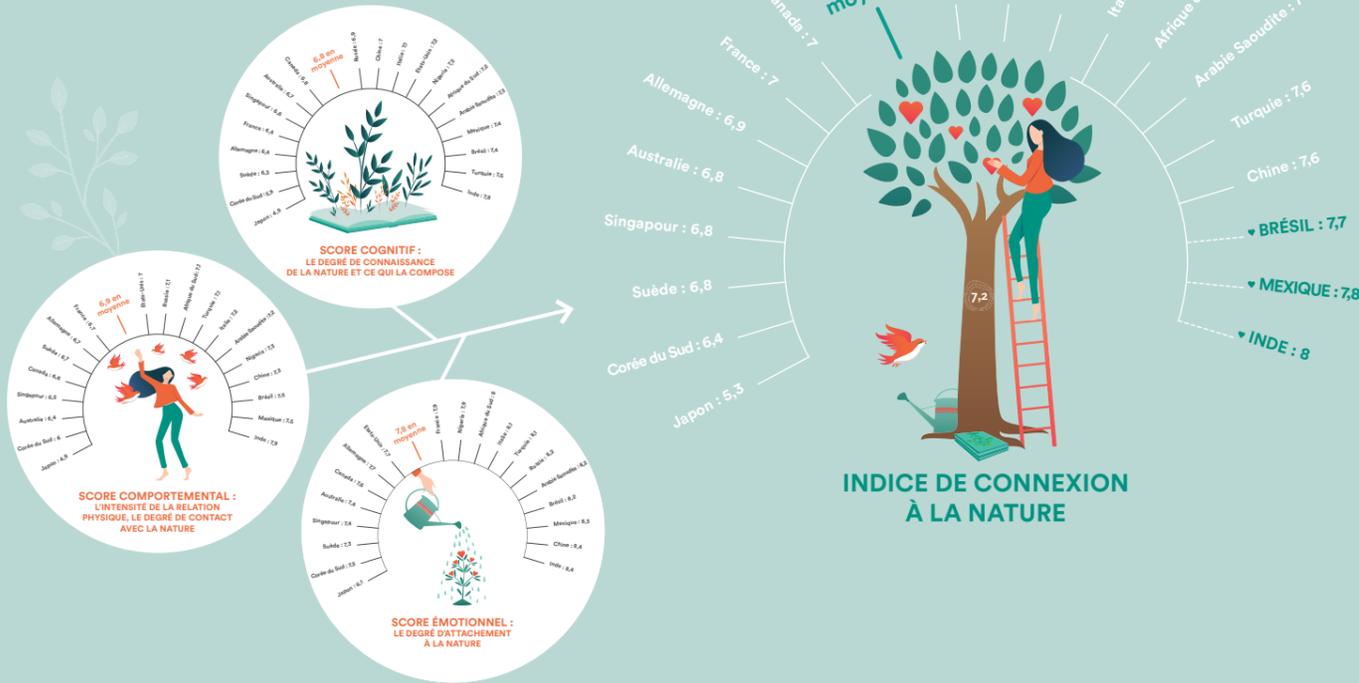
- Le degré de connexion à la nature est corrélé à l'héritage reçu, plus les citoyens ont reçu le goût de la nature en héritage, plus ils sont connectés :
  - L'indice des répondants considérant n'avoir « pas du tout » ou « pas vraiment » reçu le goût et la connaissance de la nature en héritage est de 6.3. Il est de 7,6 pour les individus déclarant avoir « plutôt » ou « tout à fait » reçu cet héritage.
- L'envie de transmission est bien présente : 86% des répondants déclarent veiller à transmettre aux enfants et à leur entourage leur goût et leur connaissance de la nature.

# La création d'un score de connexion à la nature

## Un besoin de nature insatisfait

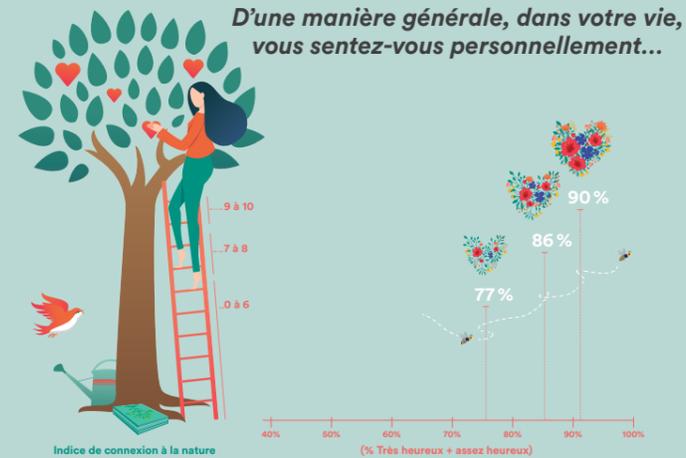
85% SOUHAITENT ÊTRE EN CONTACT PLUS RÉGULIÈREMENT AVEC LA NATURE

Le score de connexion à la nature a été calculé sur la base d'une moyenne (sans pondération) de trois dimensions notées de 0 à 10 :

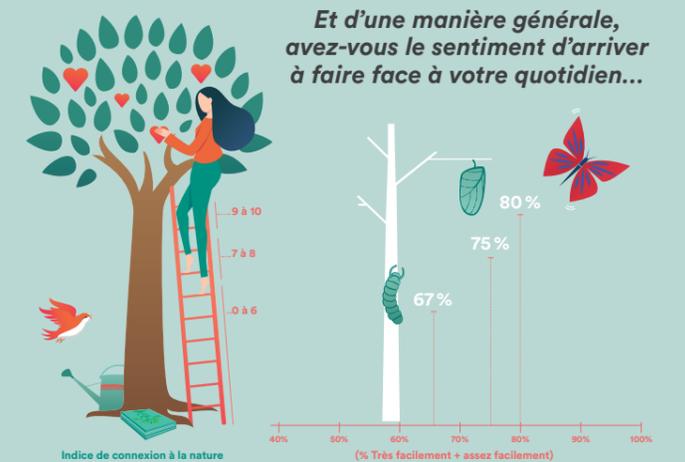


## Nature et confiance

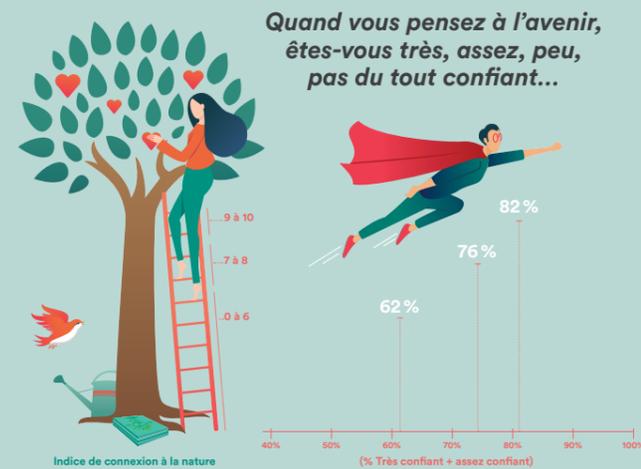
### BONHEUR



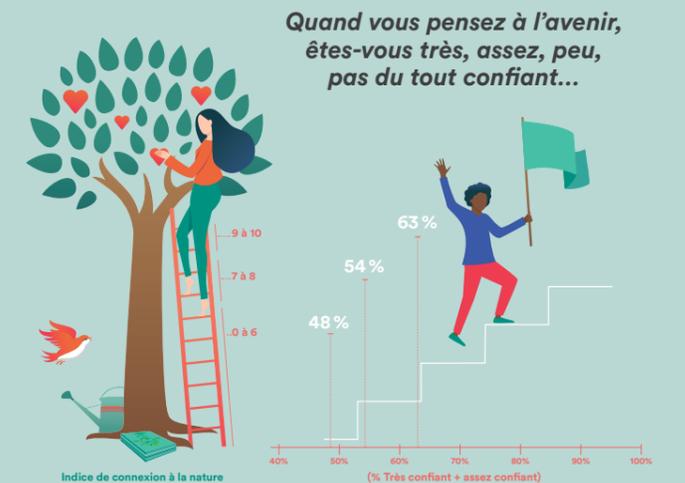
### CAPACITÉ À FAIRE FACE AU QUOTIDIEN



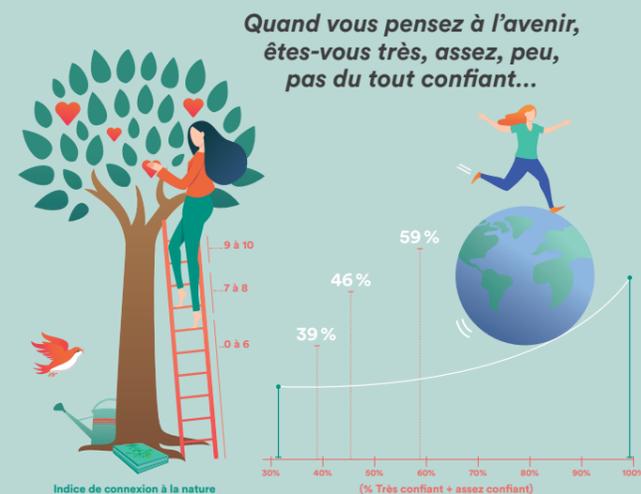
### CONFIANCE DANS SA SITUATION PERSONNELLE



### CONFIANCE DANS LA SITUATION DU PAYS

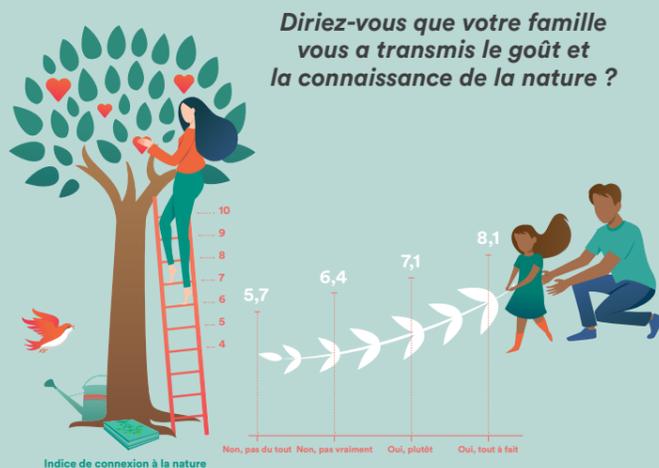


### CONFIANCE DANS LA SITUATION DE LA PLANÈTE



## Les enseignements de l'édition 2020 et pistes d'actions

PLUS LES CITOYENS ONT REÇU LE GOÛT DE LA NATURE EN HÉRITAGE, PLUS ILS SONT CONNECTÉS



86% TRANSMETTENT À LEURS ENFANTS ET À LEUR ENTOURAGE LEUR GOÛT ET LEUR CONNAISSANCE DE LA NATURE

LE RAPPORT À LA TERRE, UN INSTRUMENT PUISSANT DE LA CONNEXION À LA NATURE



57% DÉCLARENT MANQUER DE TEMPS, 20% JUGENT QUE LA NATURE EST TROP ÉLOIGNÉE DE LEUR LIEU DE VIE

## A PROPOS DU GROUPE ROCHER

Le Groupe Rocher est un groupe familial français d'origine bretonne qui compte aujourd'hui 10 marques (Yves Rocher, Arbonne, Petit Bateau, Stanhome, Dr Pierre Ricaud, Daniel Jouvance, Kiotis, Flormar, Sabon et ID Parfums), plus de 16 000 collaborateurs, 50 millions de clients et plus de 2,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires.

Présent dans plus de 115 pays, le Groupe Rocher se développe de plus en plus à l'international sous l'impulsion de Bris Rocher, Président-Directeur Général depuis 2010, et petit-fils du fondateur Monsieur Yves Rocher.

À l'origine de ce projet entrepreneurial, la volonté de rendre la beauté accessible au plus grand nombre à travers des marques de bien-être authentiques, respectueuses de la nature et au service des femmes et des hommes. Le Groupe Rocher s'est ainsi déployé dans le secteur de la cosmétique, du textile, de l'embellissement de la maison et du bien-être avec des produits qui sont aujourd'hui plébiscités à travers le monde.

C'est à La Gacilly, en plein cœur de sa Bretagne natale, que naît la passion de Monsieur Yves Rocher pour le monde végétal. Botaniste précurseur, il fabrique ses produits de beauté à base de plantes dans le grenier de sa maison familiale, qui devient son laboratoire. Il invente alors une nouvelle beauté, dans le pur respect des femmes, des hommes et de la nature. C'est dans ce village qu'il choisit de fonder son entreprise.

À l'époque, son ambition n'était pas seulement de créer une entreprise, mais de permettre le développement de tout l'écosystème autour. Promesse tenue : La Gacilly est aujourd'hui un véritable lieu de bien-être, illustré par son jardin botanique devenu une référence mondiale.

Créé sous l'angle de la découverte et de l'innovation, cet emblème de la marque Yves Rocher met en lumière de façon vivante ses spécificités : son expertise Cosmétique Végétale®, ses engagements pour la beauté et pour la nature, ses valeurs humaines, son ancrage territorial...

## A PROPOS DE BVA

BVA est un cabinet d'études d'opinion et de conseil reconnu comme l'un des cabinets d'études de marché les plus innovants dans son secteur. Spécialisée dans le marketing comportemental, BVA combine la science des données et les sciences sociales pour rendre les données inspirantes et leur donner vie. BVA est également membre du Worldwide Independent Network of Market Research (WIN), un réseau mondial regroupant certains des principaux acteurs du secteur des études de marché et des sondages, avec plus de 40 membres.

## PLUS D'INFORMATIONS SUR LE BAROMETRE GROUPE ROCHER RECONNECT PEOPLE TO NATURE© :

- Lien vers l'intégralité de l'étude :  
<https://www.dropbox.com/s/xxzkilhasrx1dwa/Barometre%20Groupe%20Rocher%20Reconnect%20people%20to%20nature.pdf?dl=0>
- Site internet : [www.reconnect-to-nature.com](http://www.reconnect-to-nature.com)
- Facebook : <https://www.facebook.com/RTNObservatory>
- LinkedIn : <https://www.linkedin.com/company/reconnect-to-nature-observatory>
- Twitter : <https://twitter.com/RTNObservatory>
- Instagram : <https://www.instagram.com/rtnobservatory/>
- YouTube :  
[https://www.youtube.com/channel/UckLpVIUjfd6hwW588foH\\_3Q](https://www.youtube.com/channel/UckLpVIUjfd6hwW588foH_3Q)

ANNEXE

COMMUNIQUE DE PRESSE

**La nature au cœur du bien-être des citoyens  
selon le premier baromètre international de connexion à la nature**

- Le baromètre a été réalisé dans 19 pays auprès de 19 000 personnes, une première mondiale ;
- Les français moins connectés à la nature que la moyenne mondiale ;
- Le degré de connexion à la nature a un impact majeur sur le bien-être et la confiance des citoyens.

**Paris, le 18 mars 2021** – Le Groupe Rocher est très fier de dévoiler aujourd’hui les résultats de son premier *Baromètre Groupe Rocher Reconnect People to Nature ©*. L’enquête, réalisée avec le concours de l’institut d’études BVA, a été menée dans 19 pays, auprès de 19 000 citoyens et vise à évaluer le degré de connexion des citoyens à la nature et à l’environnement. C’est une première mondiale.

Via la mesure de trois indicateurs principaux que sont le degré d’attachement (i), le degré de connaissance (ii) et le degré de contact (iii) avec la nature – sur une échelle de 0 à 10 – le baromètre permet d’établir un score de connexion à la nature pour chacun des répondants, et d’établir ainsi des scores nationaux.

**L’Inde en tête du classement, les Français moins connectés que la moyenne**

Selon les résultats de cette enquête, les pays dont les citoyens sont les plus connectés à la nature sont l’Inde (score de 8/10), le Mexique (7,8) et le Brésil (7,7) ; alors que les moins connectés sont la Corée du Sud (6,4), et le Japon, pays le moins connecté à la nature avec un faible score de 5,3/10.

Les Français se sentent quant à eux moins connectés à la nature que la moyenne des citoyens mondiaux : 7 vs 7,2.

**Un lien très fort entre la connexion à la nature et le bien être**

Au-delà d’offrir une photographie de la connexion des populations à la nature, cette étude permet tirer des enseignements particulièrement intéressants sur le bonheur, l’optimisme et la confiance des répondants. Il existe par exemple un lien très fort entre le niveau de connexion à la nature et le niveau de bonheur et de confiance : plus les citoyens ont un score de connexion à la nature élevé, plus leur niveau de bonheur et de confiance en l’avenir sont élevés. De la même

manière, le sentiment de parvenir à faire face au quotidien est lui aussi indexé sur le degré de connexion à la nature.

### **La connexion avec la nature se fait aussi en ville**

Le baromètre permet aussi de dresser un constat particulièrement intéressant alors que les débats sur la place de la nature dans les villes sont toujours plus prégnants.

Quel que soit le type d'habitation, l'attachement à la nature est élevé. Il est supérieur à 7,4 que les personnes habitent en appartement ou en maison, qu'ils aient un balcon/jardin ou non. Néanmoins, les scores globaux de connexion à la nature (c'est-à-dire la connaissance et l'intensité de contact) les plus élevés se retrouvent chez les habitants de maison avec jardin.

De plus, alors qu'on pourrait aisément penser que les personnes inactives (retraités, sans emploi, etc.) ont un attachement à la nature plus élevé car ils auraient plus de temps à y consacrer, la réalité des chiffres est tout autre : 69% des actifs ont un score de connexion à la nature supérieur à 7. Ce pourcentage s'élève à 61% pour les inactifs.

Par ailleurs, la manière dont les répondants se connectent avec la nature atteste de la possibilité d'être à la fois citadin et se sentir proche de la nature : les expériences sensorielles comme sentir le soleil sur son visage, toucher des plantes etc. sont plébiscitées comme des moteurs de connexion puissants avec la nature.

### **Un besoin de proximité à la nature insatiable**

L'autre enseignement majeur de ce baromètre est le besoin insatiable de proximité avec la nature ressenti par les populations du monde et ce, quel que soit leur degré de connexion à la nature : en Inde (le pays avec le plus fort degré de connexion à la nature), 93% des répondants déclarent avoir besoin d'être plus en contact avec cette dernière.

En France, cette proportion s'élève à 81%, à l'échelle mondiale, elle grimpe à 85%. Les principaux freins évoqués pour expliquer ce manque de contact avec la nature sont pour 57% des répondants, le manque de temps et l'éloignement de la nature et de leur lieu de vie (20%).

### **La transmission, clé pour reconnecter l'Homme et la nature**

La transmission est un autre facteur majeur expliquant les différents niveaux de connexion à la nature : plus les citoyens ont reçu le goût de la nature en héritage, plus ils se sentent connectés à la nature : les répondants déclarant avoir reçu cet héritage ont un niveau de connexion de 7,6 alors que ceux ne l'ayant pas reçu

plafonnent à 6,3. Cette proportion est cependant amenée à diminuer dans les années qui viennent : 86% des répondants ont conscience de l'importance de la transmission et déclarent veiller à transmettre à leurs enfants et à leur entourage le goût de la nature.

*« Cette année singulière a montré à quel point nous avons besoin de remettre la nature au cœur de nos vies, en particulier dans les grandes métropoles. La perte temporaire de nos libertés individuelles nous a fait prendre conscience de ce manque de nature dans notre quotidien. Ce besoin, exprimé comme une intuition collective, nous interroge sur notre propre sauvegarde. Car c'est en nous reconnectant à la nature, que nous apprendrons à prendre soin de nous, des autres et de notre planète. C'est en nous reconnectant à elle que nous puiserons l'inspiration pour innover et l'énergie pour la préserver, explique Bris Rocher, Président-Directeur Général du Groupe. Nous sommes génétiquement destinés à vivre et à mieux vivre au contact de la nature. C'est dans notre ADN. C'est en prenant conscience de notre nature, tant la nôtre que celle qui nous entoure, que nous trouverons des solutions pour l'avenir. C'est en nous rapprochant de notre foyer originel, au cœur de la nature, que nous trouverons l'impulsion pour progresser. »*

### Contact Presse

Marion Moulin, Directrice Communication Corporate du Groupe Rocher  
[marion.moulin@yrnet.com](mailto:marion.moulin@yrnet.com)