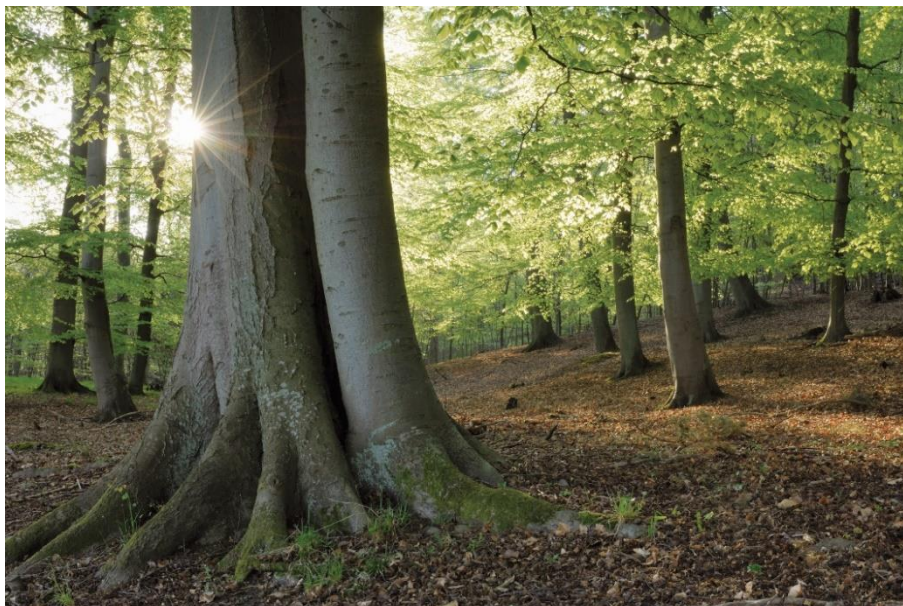


**STIHL**

Communiqué de presse

A Paris, le 19 mars 2021

**La crise pandémique renforce l'attachement des Français à la forêt : 89% d'entre eux estiment qu'elle appartient au patrimoine français au même titre que la gastronomie ou les monuments historiques**



Alors que la crise sanitaire frappe la France depuis plus d'un an et réduit les occasions de profiter de la nature, les Français affirment plus que jamais leur attachement à la forêt. Déjà en juin 2020, à la sortie du confinement, 2/3 des Français déclaraient dans un sondage OpinionWay pour STIHL France, vouloir consacrer plus de temps à la nature.

Véritable choc existentiel, surtout chez les plus jeunes et les citadins, la crise sanitaire a révélé un besoin de plus de forêt. C'est l'un des enseignements d'un nouveau sondage OpinionWay réalisé en mars 2021 pour STIHL France.

### Grands enseignements

- 92 % des Français déclarent aimer la forêt. Avec son lot de confinements et de couvre-feux, la crise sanitaire a suscité ou intensifié l'envie de forêt d'une large majorité de Français : 57 % ont ressenti cet effet, et plus encore les citadins (64 % dans les villes de plus de 100 000 habitants) et les plus jeunes (73 % des 18-24 ans).

- L'immense majorité des Français (89 %) estime que les forêts font partie du patrimoine national, un plébiscite qui place la forêt au niveau des grands fleurons nationaux que sont les monuments historiques et la gastronomie.
- Malgré les restrictions, les Français ont maintenu un lien privilégié avec la forêt : 56 % s'y promènent ou y pratiquent des loisirs au moins une fois par mois. Plus d'un Français sur cinq s'y rend au moins une fois par semaine. Parmi les raisons qui poussent les tricolores à se rendre en forêt figurent : la proximité avec la nature (67 %), l'éloignement de l'agitation (65 %) et la beauté des lieux (51 %).
- 61% de parents estiment que leurs enfants préserveront mieux la forêt que leur génération.
- Une large majorité des Français (67 %) se dit préoccupée par l'avenir des forêts en France et presque autant (62 %), souhaite une exploitation minimale, en privilégiant des outils manuels et des petites machines.

### Un fort attachement personnel au patrimoine vert national

- **92 % des Français déclarent leur amour de la forêt.** Bien que ce sentiment s'avère le plus prégnant chez les plus âgés (98 % chez les 50-64 ans et même 100 % chez les 65 ans et plus), il reste très élevé parmi les plus jeunes (80 % des moins de 35 ans), qui malgré la culture du virtuel et de l'ultra-connexion, expriment une grande préoccupation pour la cause environnementale.
- A la question « **les forêts font-elles partie du patrimoine français au même titre que ses monuments historiques ou que son patrimoine gastronomique ?** », **89 % des Français répondent « oui »**. Ce taux augmente selon l'âge pour atteindre 95 % chez les plus de 65 ans. De même, les habitants des communes rurales sont plus nombreux à reconnaître la valeur patrimoniale des forêts (94 %).
- Avides de reconnexion avec la nature, **les Français citent en priorité trois raisons qui les portent à aimer la forêt** : la proximité avec la nature (67 %), l'éloignement de l'agitation (65 %) et la beauté des lieux (51 %).
- **Plus de la moitié des Français (56 %) se rend en forêt au moins une fois par mois.** La proximité géographique favorise ce lien puisque les plus assidus habitent les régions les plus boisées (ils sont 30 % dans le sud-ouest, 26 % dans nord-est, 25 % dans le sud-est), des communes rurales (27 %) et de moins de 20 000 habitants (26 %).

### La crise sanitaire révélateur de l'envie de plus de forêt

- Alors que **57 % des Français ont ressenti davantage l'envie d'aller en forêt en raison de la crise sanitaire**, les conséquences de la pandémie diffèrent selon les classes d'âges. Ainsi, pour les deux tiers des générations Y et Z (moins de 35 ans), la pandémie a joué un rôle de révélateur, tandis que la moitié des générations du babyboom (65 ans et plus) restent sur leur rapport antérieur à la forêt.
- Cette envie a surtout grandi chez les habitants des villes de plus de 100 000 habitants (64 % déclarent avoir davantage envie d'aller en forêt), une preuve du besoin d'évasion en pleine nature.

## Un sentiment d'inquiétude pour l'avenir... mais une confiance envers les nouvelles générations

- **Plus de la moitié de la population (52 %) pense que la surface forestière décline**, un indicateur de l'inquiétude des Français, alors qu'en réalité des études montrent une extension de la superficie des forêts depuis le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle (source IGN).
- **Deux Français sur trois sont inquiets pour l'avenir de la forêt en France** (67 %, dont 21 % beaucoup), avec des différences marquées, notamment selon l'âge générations. Les seniors s'avèrent les moins inquiets (58 %) alors que les jeunes de moins de 35 ans le sont davantage (69 %). Plus proches des forêts, les habitants des communes rurales se disent préoccupés à 72 %, contre 65 % dans les grandes villes.
- **Pour les trois quarts des parents (77 %), la génération de leurs enfants a davantage besoin de la forêt que la leur.** Pour autant, ils leur font confiance puisque près des deux tiers (61 %) estiment que leurs enfants préserveront mieux la forêt.

## Une aspiration à une exploitation minimale de la forêt

- **Si les professionnels (gardes-forestiers à 61 % et bûcherons à 34 %) sont considérés parmi les plus proches de la forêt**, les promeneurs (à 45 %) et cueilleurs de champignons / baies (à 33 %) bénéficient également de cette reconnaissance.
- **62 % de la population préférerait une exploitation des forêts aussi réduite que possible.** Là aussi les plus jeunes se distinguent puisque 70 % des 18 à 24 ans sont partisans d'une exploitation minimale et 16 % d'une exploitation zéro.
- Les Français rejettent clairement les méthodes industrielles de masse pour la forêt puisque **45 % des sondés estime qu'elles devraient être entretenues avec des haches et des tronçonneuses manuelles et 37 % avec de petites machines automatiques**, contre 5 % avec des robots et machines d'abattage de gros volumes.

Ce sondage sur « Les Français et la forêt » réalisé pour STIHL par OpinionWay fait suite à celui du [printemps 2020, juste après le confinement, qui soulignait l'attachement des Français au jardinage et leur souhait de s'y consacrer davantage](#). Une fois de plus, la preuve est apportée que l'amour de la nature, sa préservation et le besoin de s'y connecter ont été accentués par la crise sanitaire.

*« Les résultats de ce sondage OpinionWay pour STIHL montrent clairement le puissant attachement des Français à la forêt, renforcé par la crise sanitaire », déclare Alexandre Thorn, président de STIHL France. « Avec ses partenaires professionnels, STIHL porte une responsabilité particulière vis-à-vis de la forêt et s'engage plus que jamais dans sa préservation à travers une exploitation durable et un entretien respectueux de la nature. »*

Plus d'informations ou de données sur demande auprès du service de presse.

### Méthodologie

Sondage réalisé par OpinionWay pour STIHL les 3 et 4 mars 2021 auprès d'un échantillon de 1002 personnes représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

### **A propos de STIHL**

Le groupe STIHL développe, fabrique et distribue des outils motorisés destinés aux professionnels de la sylviculture et de l'agriculture ainsi qu'à l'entretien des jardins et des installations paysagères, au secteur de la construction et aux propriétaires de jardins privés. Cette gamme de produits est assortie de solutions et de services numériques. Ces produits sont distribués en ligne et par l'intermédiaire de revendeurs agréés, dont 41 filiales de vente et de commercialisation, environ 120 importateurs et plus de 53 000 revendeurs dans plus de 160 pays. STIHL dispose de ses propres usines de fabrication dans sept pays : Allemagne, États-Unis, Brésil, Suisse, Autriche, Chine et Philippines. STIHL est la marque de tronçonneuses la plus vendue au monde depuis 1971. La société a été fondée en 1926 et est basée à Waiblingen près de Stuttgart. En 2019, STIHL a réalisé un chiffre d'affaires mondial de 3,93 milliards d'euros avec un effectif de 16 722 personnes.

### **A propos de STIHL France**

La filiale française de STIHL a été créée en 1984 et a généré un chiffre d'affaires de 303 millions d'euros en 2019.

STIHL France collabore avec un réseau de 1880 revendeurs et compte 193 collaborateurs répartis dans 3 sites. [stihl.fr](https://www.stihl.fr)

### **Contacts presse – Agence Rumeur Publique**

[stihl@rumeurpublique.fr](mailto:stihl@rumeurpublique.fr)

Julie Fontaine - 06 26 73 39 03

Stéphane Chevalier - 06 26 63 69 08