

## Communiqué de presse

### UN SONDAGE TORK RÉVÈLE L'IMPACT DES PAUSES-REPAS SUR L'ENGAGEMENT AU TRAVAIL

*Tork encourage les entreprises à favoriser le « retour des pauses-repas », ainsi qu'à combler les écarts entre les attentes des employés et des employeurs au niveau des repas*

**PHILADELPHIE (Pennsylvanie), le 17 mai 2018** – **Tork**, une marque Essity, annonce aujourd'hui les résultats d'un sondage sur le retour des pauses-repas, révélant des écarts majeurs entre les patrons et les employés au sujet des pauses-repas.

Si la pause-repas d'une heure est quasiment devenue un vestige du passé, son absence semble très néfaste pour la satisfaction des travailleurs canadiens, selon une recherche Tork. Cette recherche révèle que presque 90 % des employés accordent une grande importance à la possibilité de prendre une pause-repas dans leur décision d'accepter ou non un nouvel emploi. Cependant, après l'entrée en poste, la durée moyenne des pauses-repas est inférieure à 30 minutes pour plus de la moitié des travailleurs nord-américains, ce qui est à peine suffisant pour acheter un repas et encore moins pour l'apprécier.

Les hésitations à prendre une pause-repas complète semblent venir de mauvaises communications entre employeurs et employés. Alors que 89 % des patrons croient que leurs employés s'estiment encouragés à prendre régulièrement une pause-repas, seulement 60 % des travailleurs se sentent encouragés à le faire, ce qui correspond à un énorme écart de 29 % entre dirigeants et employés.

Cet écart pourrait coûter aux employeurs plus qu'ils ne le pensent car l'engagement des employés est actuellement en baisse. Selon l'étude Tork, les travailleurs nord-américains prenant une pause-repas chaque jour obtiennent des valeurs plus élevées sur de nombreux indicateurs d'engagement, incluant la satisfaction au travail, la probabilité de demeurer au sein de la même entreprise et la probabilité de recommander leur employeur à leur entourage. Une simple pause-repas pourrait donc augmenter le degré d'effort au travail, l'enthousiasme et l'engagement des travailleurs.

« À titre de leader mondial de produits et services d'hygiène professionnelle, la marque Tork veut contribuer à l'amélioration des milieux de travail dans le monde », déclare Don Lewis, président de la division d'hygiène professionnelle chez Essity, dont les serviettes de table, les papiers hygiéniques, les serviettes à mains et les savons de marque Tork sont utilisés chaque jour dans une multitude de bureaux en Amérique du Nord.

« Les résultats de notre recherche démontrent l'importance et les avantages de prendre une véritable pause-repas : respirer de l'air frais, faire un peu d'exercice et prendre un repas fournissant l'énergie nécessaire pour terminer la journée. Une chose aussi simple que l'octroi de pauses-repas complètes peut améliorer l'opinion des employés sur leur travail et leur entreprise. Cette étude met en lumière une mesure que les patrons et les entreprises peuvent appliquer immédiatement et qui pourrait avoir un effet positif sur l'engagement des employés. »

Actuellement, les travailleurs canadiens ne prenant pas leur pause-repas aussi fréquemment qu'ils le souhaitent agissent ainsi surtout par crainte d'être jugés sévèrement par leurs patrons et leurs collègues. Ce qui est inquiétant, c'est que le sondage semble leur donner raison, puisque :

- 32 % des patrons tiennent compte de la fréquence à laquelle leurs employés prennent leur pause-repas lorsqu'ils évaluent leur rendement.



- 22 % des patrons croient que les employés prenant régulièrement leur pause-repas sont moins motivés.
- 12 % des travailleurs croient qu'ils seraient jugés négativement par leurs collègues s'ils décidaient de prendre régulièrement leur pause-repas.

« La réticence à prendre ses pauses-repas est souvent perçue comme un signe de motivation au travail », déclare Jennifer Deal, chercheuse senior au Centre de leadership créatif et chercheuse affiliée au Centre pour l'efficacité des organisations au sein de l'USC (University of Southern California). « En réalité, la pause-repas peut aider à réduire le stress, à augmenter l'engagement et à restaurer le niveau d'énergie, de sorte que les employés peuvent reprendre le travail avec plus d'efficacité et de productivité. »

Tork encourage les travailleurs nord-américains à faire le serment de s'éloigner de leur bureau pour ensuite y retourner en meilleure forme. Des informations sur la campagne Tork pour le retour des pauses-repas et sur le serment sont disponibles sur [Tork.ca/en/takebacklunch](http://Tork.ca/en/takebacklunch).

### **À propos de Tork**

Tork offre des produits et services d'hygiène professionnels à une grande variété de clients, notamment des restaurants, des hôpitaux, des bureaux, des écoles et des industries. Cette gamme de produits comprend des distributeurs, des serviettes en papier, du papier hygiénique, du savon, des serviettes de table et des chiffons industriels et de cuisine. Tork possède une expertise réputée en hygiène, en design fonctionnel et en développement durable. Tork est une marque mondiale appartenant à Essity et un partenaire de choix pour des clients dans plus de 90 pays. Des informations sur les nouveautés et les innovations Tork sont disponibles sur [www.tork.ca](http://www.tork.ca).

### **À propos d'Essity**

Essity est une entreprise mondiale de premier plan dans les secteurs de l'hygiène et de la santé qui développe, fabrique et vend des produits et des solutions de soins personnels (soins de bébé, soins féminins, produits d'incontinence et solutions médicales), de consommation en papier jetable et d'hygiène professionnelle. Sa vision est l'amélioration du bien-être de la population mondiale au moyen de solutions novatrices d'hygiène et de santé. Ses produits sont vendus dans environ 150 pays sous plusieurs marques réputées, incluant les grandes marques mondiales TENA et Tork, ainsi que sous plusieurs marques régionales, dont Leukoplast, Libero, Libresse, Lotus, Nosotras, Saba, Tempo, Vinda et Zewa. Essity emploie environ 48 000 personnes et a enregistré en 2016 un chiffre d'affaires d'environ 12 milliards de dollars américains. Ses activités commerciales sont basées sur un modèle de développement durable visant à créer de la valeur pour le public et la nature. La société a son siège social à Stockholm, en Suède, et ses actions sont cotées à la bourse Nasdaq de Stockholm. Essity faisant auparavant partie du groupe SCA. Des informations supplémentaires sont disponibles sur [www.essity.com](http://www.essity.com).

### **Contact de presse**

Toru Levinson, Weber Shandwick  
[Tork\\_NA\\_TBTLB@corp.ipgnetwork.com](mailto:Tork_NA_TBTLB@corp.ipgnetwork.com)  
604-283-1362

###