Communiqué de presse

17 mai 2018

UN SONDAGE TORK RÉVÈLE L'IMPACT DES PAUSES-REPAS SUR LES PROFITS DES RESTAURANTS ET SUR L'ENGAGEMENT AU TRAVAIL

Tork encourage les employés à agir « pour le retour des pauses-repas » afin qu'ils aillent plus au restaurant tout en renforçant l'engagement au travail

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 patrons et employés au sujet des pauses-repas et sur les avantages de ces pauses. Le sondage met en lumière une belle opportunité s'offrant à Tork pour augmenter la clientèle des restaurants le midi et soutenir les employés partout en Amérique du Nord.

La disparition des pauses-repas d'une heure nuit à la satisfaction des employés nord-américains et réduit la fréquentation des restaurants le midi. L'an dernier, la firme d'études de marché NPD Group a établi un lien clair entre la diminution graduelle des pauses-repas et un déclin de la restauration.

Aujourd'hui, les travailleurs sont victimes d'une course à l'efficacité où les repas au restaurant deviennent un luxe plutôt que la norme. Le sondage 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. Par contre, après leur 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 dans un restaurant.

Cependant, il pourrait peut-être suffire d'une pause-repas pour augmenter l'efficacité des employés. 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 leur capacité d'avoir un niveau d'efficacité conforme à leur attente. En prenant à nouveau de véritables pauses-repas, les employés peuvent faire grimper leur efficacité, ainsi que le chiffre d'affaires des restaurants.

« À titre de partenaire de nombreux restaurants dans le monde entier, la marque Tork veut soutenir l'industrie de la restauration », 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 restaurants en Amérique du Nord. « Lorsqu'un employé saute sa pause-repas afin de paraître plus motivé au travail, cette décision a des répercussions négatives sur l'employé et sur la clientèle des restaurants. Une chose aussi simple que l'octroi de pauses-repas complètes peut améliorer le bien-être des employés et augmenter les revenus des restaurants sur l'heure du midi. »

C'est avec fierté que Tork a décidé que le troisième vendredi de juin, chaque année, serait dorénavant la Journée nationale pour le retour des pauses-repas, afin d'encourager les travailleurs à **faire le serment** de quitter leur bureau le midi pour aller au restaurant. Les clients des restaurants peuvent aider à diffuser le message sur la Journée nationale pour le retour des pauses-repas, qui tombe le 15 juin cette année, grâce aux produits Tork et à plusieurs outils de campagne :

• **Résultats de recherche et infographie** – Les propriétaires de restaurants peuvent télécharger des infographies mettant en lumière les principaux résultats de l'étude Tork qui illustrent les

avantages des véritables pauses-repas. Tork encourage les restaurants à utiliser ces informations pour créer leurs propres spéciaux du midi.

- **Modèles Tork Xpressnap AD-a-Glance** – Tork a créé six modèles uniques que les propriétaires de restaurant peuvent insérer dans les distributeurs de serviettes de table Tork Xpressnap pour souligner l'importance des pauses-repas.

- **Modèles pour médias sociaux** – Tork a créé une variété de modèles pour médias sociaux, prêts à utiliser, que les propriétaires de restaurants peuvent reproduire sur leurs canaux Facebook, Twitter et Instagram.

- **Promotion sur notre site Web** – Les propriétaires de restaurants peuvent envoyer leur logo chez Tork afin qu'ils soient présentés comme partenaires engagés pour le retour des pauses-repas.

Essity interne

[Page 2]

Des informations sur la campagne Tork pour le retour des pauses-repas et sur les façons dont les restaurants peuvent participer sont disponibles sur TorkUSA.com/takebacklunch. Ce site propose aussi du contenu pour les restaurants, les résultats complets du sondage et une description de la méthodologie de l'enquête.

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. Pour recevoir des informations sur les nouveautés et les innovations Tork, allez sur www.torkusa.com.

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 faisait, auparavant, partie du groupe SCA. Des informations supplémentaires sont disponibles sur www.essity.com.

Contacts de presse

Catherine Lincoln

Weber Shandwick

Tork_NA_TBTLB@corp.ipgnetwork.com

###

Essity interne