



Etude IFOP pour NAVSA : Sur leur lieu de travail, 55% des Français actifs le font au moins deux fois par jour... de préférence le matin !

Paris - Le 10 septembre 2013 - A l'occasion de la rentrée, NAVSA (Chambre syndicale NAtionale de Ventes et Services Automatiques) et l'IFOP analysent les habitudes de consommation des Français actifs qui achètent des boissons chaudes en distributeur automatique. Cette étude* révèle un attachement certain à des pratiques régulières, fréquentes et ritualisées. La morosité budgétaire s'affiche pourtant ici aussi puisque qu'ils sont 49% à se déclarer prêts à renoncer à ce petit plaisir ou à en diminuer la fréquence si son prix augmentait.

Au travail : tous les jours et même plusieurs fois par jour !

9 salariés français sur 10 (91%) affirment acheter des boissons dans un distributeur automatique : 52% y consomment du café, 45% une autre boisson chaude (thé, chocolat, soupe...). Près d'1 Français actif sur 2 (44%) consomme le plus souvent des boissons chaudes achetées dans un distributeur automatique sur son lieu de travail. Les trois quarts d'entre eux (77%) en achètent au moins une dans la journée, 55% au moins deux et 28% au moins trois.



Surtout le matin et pour se détendre...

Étape incontournable pour démarrer la journée, 59% des personnes interrogées déclarent prendre une boisson dans la matinée et 46% en arrivant sur leur lieu de travail.

La dégustation est aussi associée à un moment de pause et de détente : seuls 3% des salariés interrogés disent consommer une boisson chaude du distributeur automatique en réunion.

Véritable rituel du quotidien, la prise d'une boisson chaude au distributeur automatique rythme le temps de travail des Français.



Un lien indéfectible...

77% des personnes interrogées qui consomment une boisson chaude sur leur lieu de travail, affirment être attachées à ce moment privilégié ; un tiers (32%) se disent même « très attaché ». Logiquement, plus la consommation est importante, plus le degré d'attachement est élevé : au-delà de trois boissons chaudes consommées par jour, le niveau d'attachement oscille entre 86% et 98%.

Pour autant, il est également possible d'être attaché à cet instant même s'il est occasionnel. Ainsi, un tiers des consommateurs qui achètent une boisson par jour ou moins, se déclarent attachés au moment où ils la dégustent.

Les salariés les plus attachés à leur moment de consommation de boissons chaudes au travail font preuve d'habitudes plus ritualisées : leur achat intervient à des instants précis de la journée, comme l'arrivée sur le lieu de travail (59%, +13 points par rapport à l'ensemble) ou après le déjeuner (47%, +15 points).

Un besoin primordial bientôt sacrifié ?

En dépit de l'attachement des salariés français au moment où ils boivent une boisson chaude sur leur lieu de travail, près de la moitié d'entre eux (49%) affirme qu'ils diminueront leur consommation si son prix vient à augmenter. Cette hausse potentielle des tarifs aurait plus d'incidence auprès des clients les plus jeunes, au pouvoir d'achat probablement plus faible (60% diminueraient leur consommation, +11 points par rapport à la moyenne), et sur ceux qui ne consomment que des boissons chaudes autres que le café (68%, +19 points).

Face à l'imminence du relèvement des taux de TVA et à l'impact qu'il aurait sur les prix des boissons, les professionnels du secteur s'inquiètent et se mobilisent pour proposer des solutions qui préservent ce moment de détente plébiscité par les salariés français.

Aujourd'hui, NAVSA propose une solution fiscale simple, précédemment utilisée en France et applicable à tous les produits à emporter au-delà des boissons chaudes en distributeur automatique :

D'une part, l'application d'un taux de TVA à 5% lorsque les Français effectuent des dépenses d'alimentation, partout en France, quel que soit le produit consommé et le lieu d'achat de ce produit (en grande surface, en boulangerie, en distributeur). En effet, actuellement un produit rigoureusement identique peut être considéré comme produit de première nécessité à taux réduit en grande surface, mais pas en distribution automatique où il sera taxé plus fortement.

D'autre part, un taux de TVA à 10% lorsque les Français effectuent des dépenses de restauration (en bénéficiant d'un service sur place). Ce taux est d'ailleurs déjà prévu pour 2014.

« *D'autres associations professionnelles (comme la Fédération de la Boulangerie ou Alimentation et Tendances) s'engagent aux côtés de NAVSA et soutiennent cette démarche de préservation du pouvoir d'achat des Français* », explique Nicolas BODILIS-REGUER – Délégué général de la Chambre syndicale Nationale de Ventes et Services Automatiques. « *Dans le contexte actuel de restriction général des dépenses, chaque action en faveur du consommateur devient essentielle* », conclut-il.

*Méthodologie : étude exclusive IFOP/NAVSA réalisée en ligne du 26 au 30 août 2013 sur un échantillon national de 1002 salariés représentatifs des salariés français des secteurs privé et public, âgés de 18 ans et plus, constitué d'après la méthode des quotas (taille d'entreprise, secteur d'activité, statut) après stratification par région.



A propos de NAVSA

Créée en 1955, NAVSA, la Chambre syndicale Nationale de Vente et Services Automatiques regroupe tous les acteurs du secteur de la Distribution automatique (DA) : entreprises gestionnaires de DA, industriels fabricants d'automates ainsi que de produits. En plus de défendre les intérêts de ses adhérents, NAVSA les informe et coordonne les différents corps de métiers au sein de la profession. Son rôle est de promouvoir et de faire respecter l'éthique de la profession. Les adhérents NAVSA représentent près de 70% du CA de la profession.

NAVSA est la seule organisation représentative du secteur de la DA auprès des pouvoirs publics et des administrations, tant sur le plan national qu'europpéen.



Contacts presse

HOPSCOTCH

Charlotte Poulain

cpoulain@hopscotch.fr

Tél. : 01 58 65 01 21

Port. : 06 42 23 41 06

Anne Gautier

agautier@hopscotch.fr

Tél. : 01 58 65 10 80

