

# LAVAZZA

TORINO, ITALIA, 1895

**BAROMÈTRE LA VAZZA x IFOP DES CONVERSATIONS EN ENTREPRISE LORS DES MOMENTS CAFÉ**
**ÉPISODE 2 "DE QUOI A-T-ON PARLÉ À LA PAUSE CAFÉ CES DEUX DERNIÈRES SEMAINES ?"**

## LES TROIS SUJETS DE PRÉDILECTION DES SALARIÉS FRANÇAIS EN ENTREPRISE MÉTÉO, RÉCIT ET PROJETS DE VACANCES : A LA RENTRÉE, LORS DE LA PAUSE-CAFÉ, LES DISCUSSIONS LÉGÈRES PRÉDOMINENT !

- Plus de quatre salariés sur dix (43%) s'accordent encore un peu de temps dans la semaine qui suit le retour de congés (pauses plus fréquentes, temps de pauses allongé).
- Un peu plus de trois salariés sur dix (31%) préparent dès la rentrée leurs prochaines vacances !
- Plus de quatre salariés sur dix souhaitent mieux concilier vie personnelle et vie professionnelle (42%).
- 37% des salariés interrogés évoquent leur volonté de faire plus attention à leur alimentation lors de la pause-déjeuner et 36% soulignent l'idée de se mettre (ou de se remettre) au sport à l'occasion de la rentrée.

Après s'être intéressé aux sujets de conversation préférés des salariés lors des moments café à l'approche des vacances estivales, Lavazza, spécialiste de l'offre café en entreprises depuis plus de 25 ans, présente les résultats de sa seconde étude\* menée avec l'IFOP en cette période de rentrée.

Synonyme d'excellence à travers le monde Lavazza apporte au bureau grâce à sa gamme FIRMA, la qualité d'un authentique Espresso italien du café-bar pour répondre aux différents goûts et instants de dégustation de la journée de travail !

\* L'étude a été menée auprès d'un échantillon de 1 002 salariés, représentatif de la population salariée française âgée de 18 ans et plus. Les interviews ont été réalisées par questionnaire auto-administré en ligne du 3 au 7 septembre 2018.

\* L'étude « Episode 1 » réalisée en juin 2018 est disponible sur demande auprès du service de presse.

**DE QUOI A-T-ON PARLÉ À LA PAUSE-CAFÉ CES DEUX DERNIÈRES SEMAINES ?**
**TOP 3 DES CONVERSATIONS**


la météo  
**72 %**

Comme en juin dernier la météo reste le sujet privilégié des salariés français à la machine à café (72%) et ce, quel que soit le profil des salariés



les vacances passées  
**65 %**

Interrogés dans les premiers jours de septembre, les salariés de retour au bureau évoquent majoritairement les vacances, encore très présentes dans les esprits !

Qu'il s'agisse de débriefer des vacances passées (en relatant les découvertes, les mésaventures, en montrant les photos) où qu'il s'agisse dès à présent de faire des projets pour les prochains mois, ces deux sujets occupent respectivement les deuxième et troisième positions des sujets les plus abordés (respectivement 65% et 45%).



les projets de vacances  
**45 %**



Tandis que la coupe du monde de football occupait une place importante dans les conversations au mois de juin, en cette période de rentrée, les sujets de conversations sont plus hétérogènes.

Au-delà de la météo et des récits/projets de vacances, les autres sujets de conversation sont restitués dans des proportions comparables par les salariés. Ainsi, **près d'une personne** sur deux déclare avoir évoqué avec ses collègues les **potins de l'été de l'entreprise (45%), l'actualité politique en France (44%) ou encore l'incontournable sujet de la période : la rentrée scolaire (43%)**.

**Viennent ensuite trois autres sujets** (restitués à hauteur de 38% - 34%) : **les projets et idées de sorties culturelles**, un sujet qui apparaît nettement moins abordé qu'en juin dernier (38%, - 11 points), **la situation économique de l'entreprise** (38%, également en retrait de 9 points) **et l'avancée des dossiers transmis à des collègues pendant les congés** (34%).

Enfin, un sujet est nettement moins abordé durant la pause-café en ce retour de congés d'été, probablement parce que plus impliquant à titre personnel, à savoir les résolutions au travail (26%).

## DE FORTS CLIVAGES SELON LE SEXE, L'ÂGE ET LE LIEU DE RÉSIDENCE DES SALARIÉS INTERROGÉS.

Si **les hommes évoquent davantage que les femmes les sujets relatifs à la météo**, (74% contre 69%) et à l'actualité politique (49% contre 40%), **les femmes se distinguent en parlant davantage des vacances passées** (68% vs 61%), des projets de vacances à venir (49% vs 40%) **mais également et surtout des sujets liés à la rentrée scolaire qui constitue le troisième sujet le plus évoqué** (51%). Les hommes sont nettement plus en retrait sur ce sujet (36%) pour qui le sujet n'arrive qu'au 7ème rang des sujets les plus traités, ces derniers privilégiant notamment l'actualité politique.

A l'instar des résultats du mois de juin, les femmes sont également plus coutumières des discussions autour des projets et des idées de sorties culturelles (45% contre 31% chez les hommes).

Du point de vue de l'âge quelques clivages apparaissent également. Tandis que les salariés (moins ou plus de 35 ans) traitent tous de la météo et des vacances passées, **les millennials abordent un peu plus leurs projets de vacances à venir que leurs aînés** (51% vs 42%) **ainsi que les potins de l'été au sein de l'entreprise** (51% vs 43%) **et les projets et idées de sorties culturelles** (46% vs 34%), un dernier sujet notamment plus abordé par les femmes de moins de 35 ans.

A contrario, les salariés de plus de 35 ans vont privilégier l'actualité politique de la France qui apparaît au troisième rang des sujets les plus abordés par ces derniers (48% contre 37% chez les millennials).

**Enfin, les Franciliens abordent davantage de sujets (plus nombreux et plus variés) que leurs homologues de province.** Ils évoquent ainsi davantage la météo (79% contre 70%), les vacances qu'elles soient passées (76% vs 62%) ou à venir (53% contre 43%). L'écart entre franciliens et ruraux est également très marqué s'agissant de l'actualité politique française (52% vs 43%) et des projets de sorties culturelles (47% vs 35%).

## DES RÉOLUTIONS DE RENTRÉE TOURNÉES VERS LE BIEN-ÊTRE ET L'AVENIR PROFESSIONNEL.

Invités à désigner les résolutions qu'ils ont pris pour la rentrée ou qu'ils pourraient prendre, **plus de quatre salariés français sur dix évoquent en premier lieu le souhait de s'organiser différemment pour mieux concilier vie personnelle et vie professionnelle (42%)**. Cette résolution est plus particulièrement le fait des femmes de moins de 35 ans (44%), des hommes de plus de 35 ans (43%) ou encore des femmes de plus de 35 ans (41%). Pour les hommes de moins de 35 ans, ce sujet n'est pas du tout prioritaire et apparaît complètement en retrait (33%).

Deux résolutions également liées au bien-être sont restituées dans des proportions équivalentes. **Ainsi, 37% des salariés interrogés évoquent leur volonté de faire plus attention à leur alimentation lors de la pause-déjeuner et 36% soulignent l'idée de se mettre (ou de se remettre) au sport à l'occasion de la rentrée.** Cette idée est notamment évoquée par les salariés millennials (46%) au premier rang desquels les femmes de moins de 35 ans (49% de citation **S**, contre 38% pour leurs homologues masculins). A contrario les salariés de plus de 35 ans sont nettement en retrait sur ce point (31%).

Les citations restituées de manière plus secondaire ont trait à la vie professionnelle : **21% des salariés interrogés évoquent l'idée de suivre une formation pour acquérir de nouvelles compétences ou une nouvelle expertise et 14 % envisagent de négocier une augmentation et/ou une promotion à l'occasion de la rentrée.** Sur ce dernier sujet, les hommes de moins de 35 ans sont sensiblement plus concernés (19% contre 13% les femmes de moins de 35 ans).





## UNE RENTRÉE EN DOUCEUR DANS LA SEMAINE QUI SUIV LE RETOUR DE CONGÉS !

Pour près de quatre salariés sur dix les temps de pause, lors de la semaine qui a suivi les retours de congés, sont moins nombreux afin de se remettre au travail et rattraper le retard (39%). Les salariés de plus de 35 ans se révèlent être les plus impliqués (43% contre 31% pour les Millenials) et notamment les femmes de plus de 35 ans (47% contre 40% chez les hommes de la même tranche d'âge).

Pourtant, près de trois salariés sur dix (28%) avouent s'accorder des temps de pause un peu plus long pour se préserver et vivre une reprise en douceur du travail, et 15% admettent faire un peu plus de pauses du fait d'une moindre motivation à se remettre au travail.

**Au final donc, ce sont plus de quatre salariés sur dix (43%) qui s'accordent encore un peu de temps dans la semaine qui suit le retour de congés !**

On notera par ailleurs que près de deux salariés sur dix ne sont pas encore partis en vacances à fin août (18%), une situation qui est davantage le fait des salariés de moins de 35 ans (23% contre 16% chez les salariés de plus de 35 ans).

En outre, si les pauses à la rentrée sont l'occasion de nombreuses discussions entre les salariés, il n'en demeure pas moins que certains d'entre eux en profitent pour faire autre chose.

**Pour près du tiers des salariés interrogés les pauses sont l'occasion de faire le point sur les dossiers confiés à des collègues au moment du départ en vacances (32%),** une habitude qui est notamment le fait des cadres (52%) et des franciliens (42%).

**Un peu plus de trois salariés sur dix (31%) préparent ainsi dès la rentrée leurs prochaines vacances.** Là encore, les cadres (37%) et les franciliens (39%) se distinguent.

Pour un peu plus du quart des salariés interrogés les moments de pause à l'occasion de la reprise du mois de septembre constituent un moment privilégié pour échanger avec leur supérieur hiérarchique et faire part de leurs souhaits quant à leur évolution professionnelle (26%). Les hommes de moins de 35 ans sont parmi les plus nombreux à penser ainsi (30%).

**Enfin, pour 15% d'entre eux, ces moments de pause sont l'occasion de mesurer leur niveau d'employabilité en envoyant leur CV à d'autres entreprises,** une pratique qui est davantage le fait des femmes de moins de 35 ans (20%) et des employés (20%).

## LE CAFÉ EN RÉUNION, DES HABITUDES ASSEZ DIFFUSES

La présence de café (ou autre boissons chaudes) est loin d'être systématique dans les entreprises françaises. Près de quatre salariés interrogés sur dix déclarent en effet qu'il n'y a jamais de boissons chaudes mises à disposition des salariés à l'occasion de réunions internes (37%), ce qui semble particulièrement être le cas dans les entreprises relevant des secteurs de l'industrie (41%) et dans une moindre mesure dans l'administration (39%).

Dans les autres situations, toutes les configurations considérées sont citées dans des proportions équivalentes (environ un quart de citations). Ainsi, 26% des salariés interrogés déclarent que les participants arrivent avec un peu d'avance pour échanger autour d'un café et 25% qu'ils s'attardent plutôt à l'issue des réunions pour poursuivre les échanges.

Enfin, près de trois salariés concernés sur dix (28%) partagent l'idée selon laquelle servir du café est l'occasion de faire une pause pendant la réunion.

D'une manière générale, on notera que ces perceptions sont partagées de manière assez homogène au sein des différentes catégories de salariés considérées.

### *A propos du groupe Lavazza*

Fondée en 1895 à Turin, la société du torréfacteur italien est la propriété de la famille italienne depuis quatre générations. Figurant parmi les plus grands torréfacteurs dans le monde, le groupe est présent dans plus de 90 pays par le biais de filiales et de distributeurs, exportant 63 % de sa production. Lavazza compte 3 000 employés au total et son chiffre d'affaires était de plus de 2 milliard d'euros en 2017. Lavazza, dans ses jeunes années, a inventé le concept d'assemblage, en d'autres termes, l'art de combiner différents types de cafés provenant de régions géographiques différentes, et c'est encore aujourd'hui une caractéristique différenciatrice pour la plupart de ses produits.

L'entreprise est également forte de 25 ans d'expérience dans la production et la commercialisation de systèmes et de produits de café en portions individuelles. Elle a été la première entreprise italienne à offrir des systèmes d'expresso en capsule.

Lavazza est présente dans tous les circuits de l'industrie : pour la maison, pour le hors-domicile et pour le bureau, toujours avec le souci de l'innovation dans les technologies et les systèmes de consommation. Lavazza a été en mesure de faire connaître sa marque au moyen de partenariats tactiques en parfaite harmonie avec sa stratégie d'internationalisation, par exemple, dans le monde du sport avec les tournois de tennis du Grand Chelem, et dans le monde de l'art et de la culture en s'associant à des musées prestigieux comme le musée Guggenheim de New York, la Collection Peggy Guggenheim à Venise et le musée d'État de l'Ermitage à Saint-Petersbourg, en Russie.

Alors que l'entreprise poursuit sa stratégie de mondialisation, le Groupe Lavazza a acquis des perles locales sur des marchés clés tels que Carte Noire en France (2015), le Merrild au Danemark (2015) et Kicking Horse Coffee en Amérique du Nord (2017). Par ailleurs, en 2017, le Groupe a élargi son réseau de distribution avec l'acquisition d'Espresso Service Proximité en France et de Nims en Italie.

[www.lavazza.fr](http://www.lavazza.fr)

[www.facebook.com/Lavazza.France](https://www.facebook.com/Lavazza.France)

[www.instagram.com/lavazzafr](https://www.instagram.com/lavazzafr)

**Pour en savoir plus sur FIRMA**

<https://www.lavazza.fr/fr/business/bureaux/firma.html>



CONTACTS PRESSE | Agence Burson-Marsteller i&e  
Alice Dalla Costa : [alice.dalla-costa@bm.com](mailto:alice.dalla-costa@bm.com) - 01 56 03 12 26  
Mathilde Jolis : [mathilde.jolis@bm.com](mailto:mathilde.jolis@bm.com) - 01 56 03 12 82