

PARLONS
LITERIE

Bien choisir pour mieux dormir

Enquête sur la Gen-Z : quel nouveau rapport à la chambre & à la literie ?

Jeux, animaux, travail, numérique, « bed rotting »*... les 17-27 ans utilisent la chambre et le lit différemment de leurs aînés. Acheteurs de demain et déjà influenceurs auprès des consommateurs d'aujourd'hui, la Gen-Z annonce-t-elle la fin du lit assigné à la seule fonction du sommeil ?



La chambre comme une **pièce à vivre** !

Les 17-27 dorment davantage : 66 % dorment au moins 8 heures, contre 50 % toutes générations confondues.

30 % passent 4 heures et plus dans leur chambre en dehors du temps de sommeil, contre 7 % toutes générations confondues. Pour 51 % de l'ensemble des répondants, la durée est portée à moins de 30 minutes.

Cette génération utilise le lit pour bien **d'autres fonctions que le sommeil** :



* *Bedrotting* : littéralement « pourrir au lit », ou passer sa journée au lit.



La literie en France : chiffres clés

DE L'ART DE MIEUX DORMIR

- **96 %** sont convaincus qu'une bonne literie est bénéfique pour la santé⁽¹⁾
- **40 %** se disent pas du tout ou mal informés⁽¹⁾
- **Une literie neuve augmente** chez les jeunes la durée du sommeil (+21 minutes), le Sommeil Lent Profond (+19,8 minutes), et réduit le temps d'endormissement (-7,4 minutes)⁽³⁾
- **Avec une literie** grande largeur, l'efficacité du sommeil augmente, le temps de sommeil efficace dépasse les 90 % du temps passé au lit et le nombre d'éveils dans la nuit baisse de plus de 25 %.⁽⁴⁾

(1) Observatoire Parlons Literie 2023 : Literie, sommeil et santé.

(3) Étude actijeunes 2.

(4) Étude acticouples.

pour naviguer sur les réseaux sociaux (72 %, contre 27 % de l'ensemble des répondants), regarder des séries (64 %, contre 33 % de l'ensemble de la population), lire (56 %, contre 45 % de des personnes interrogées), écouter de la musique (43 % vs. 12 % toutes générations confondues) et téléphoner (29 % contre 13 % de la totalité des répondants).

Est-ce pour adapter leurs positions à leurs différentes activités que les 17-27 ans utilisent plus de **2 fois plus de coussins** que l'ensemble des répondants (18 % vs. 7 %) ?



Une génération plus à l'aise avec l'occasion

Prônant une consommation plus responsable et davantage **attachée à la valeur d'usage des objets** – illustrée entre autres par le phénomène Vinted –,



La literie en France : chiffres clés

MARCHÉ

- **+ de 60 % des achats** literie sont réalisés en magasins ⁽¹⁾
- 2023 : **2,1 milliards** d'euros TTC ⁽²⁾
- **+5,4 % en valeur** de 2019 à 2023 ⁽²⁾
- Avec -2 % en valeur, la literie réalise début 2024 la **meilleure performance du marché du meuble**, qui affiche -6 % ⁽²⁾
- **Canaux de vente :**
 - 40 % grande distribution,
 - 29 % internet,
 - 25 % spécialistes literie,
 - 5 % multi-spécialistes

(1) [Observatoire Parlons Literie 2023 : Literie, sommeil et santé.](#)

(2) Source : IPEA - à fin août 2024 - cumul en valeur sur 8 mois - Voir aussi [tendances 1^{er} trimestre 2024.](#)

la Gen-Z montre une plus grande ouverture à l'occasion en matière de literie (28 % contre 8 % pour l'ensemble de la population), ainsi que pour le reconditionné (41 % contre 27 %). Idem pour les produits literie en location (21% contre 10 %).



Une génération très favorable à l'essai

Plus encore que ses aînés, la Gen-Z se dit largement favorable (85% contre 80 % toutes générations confondues) à l'essai de la literie avant achat, et de préférence en magasin (70 %). Surprenant, la GenZ conserve donc un attachement particulièrement marqué avec le commerce traditionnel.





S'informer : d'abord via **Google** et **Instagram**

Si Google figure au **1^{er} rang des sources d'informations** en ligne pour les 17-27 ans (33 %) comme pour l'ensemble de la population (31 %), on observe des

différences concernant les usages des réseaux sociaux. Instagram arrive en seconde position pour la GenZ, quand il figure seulement en 4^e pour l'ensemble des répondants, qui lui préfèrent Facebook puis Youtube. Enfin, les 17-27 ans prêtent attention aux informations sur la literie qu'ils voient sur Tik Tok (22 % contre 5 % de l'ensemble des personnes interrogées) et sur Pinterest (17 % contre 6 %).

Chiffres issus de l'enquête Parlons Literie/IPEA 2024 : « le rapport de la Gen-Z à la chambre et la literie », réalisée auprès d'un échantillon de 1 500 personnes, dont 500 âgées de 17 à 27 ans.



François Duparc,
Président de Parlons Literie.

« La Gen-Z investit largement le lit, avec des activités particulièrement variées, ce qui nous réjouit bien sûr ! Voilà de quoi interroger les pratiques et inviter les acteurs du marché à imaginer de nouvelles propositions ! Nous constatons également l'importance qu'ils accordent à l'essai en points de vente. Globalement, cette étude montre de nouvelles opportunités pour les fabricants comme pour les distributeurs. L'ensemble de la filière est concernée par ces perspectives. »



À propos

Créée en mars 2022, Parlons Literie représente tous les métiers du secteur. Ses 67 membres poursuivent l'objectif de valoriser leurs savoir-faire, de clarifier l'offre pour donner aux consommateurs des repères fiables, et de placer la literie au cœur des solutions de bien-être des Français.

parlonsliterie.com | [Dossier de presse Parlons literie ici](#)

Contact Média

Florentine COLLETTE
Tél. : 06 58 72 21 42
florentine@florentinecollette.fr

#[parlonsliterie](#)



[parlonsliterie](#)



[@parlonsliterie](#)

