



Parlons Literie présente son **Observatoire 2023** **Literie, sommeil et santé** ⁽¹⁾

Inédit depuis 2018

Si le marché de l'ameublement a surperformé suite aux confinements, la literie a connu une progression plus douce ⁽²⁾. Le collectif Parlons Literie, porte-parole de la filière, a très largement sondé les Français (10 000), pour disposer d'un référentiel clé. Niveau de satisfaction, motivations, modalités d'achat, sources d'informations et attentes : autant de précieux résultats auxquels se référer pour favoriser le développement du secteur, et mieux informer le grand public !

Une « culture literie » en progression !

L'Observatoire montre qu'une large part des sondés bénéficie d'un bon sommeil : **73 % des Français donnent une note supérieure à 5 sur 10 pour la qualité de leur sommeil** (stable depuis 2018). Serait-ce notamment parce que les messages des professionnels de la literie ont été compris ? De longue date, **ils expliquent l'importance de dormir sur une literie adaptée à ses besoins et sa morphologie, au bénéfice de la santé et du bien-être**. Et ils semblent avoir été entendus :

96 % des répondants sont convaincus qu'une bonne literie est bénéfique pour la santé, et que c'est une question de choix personnalisé ;

94 % pensent qu'une bonne literie est de nature à soulager un mal de dos ;

81 % pensent qu'elle prévient les troubles du sommeil ;

80 % pensent qu'une bonne literie réduit le niveau de stress, et qu'elle réduit les risques allergiques ;

Une majorité déclare qu'il est recommandé de changer de literie tous les 10 ans.

Pour autant, le besoin d'informer reste important : 40 % des répondants se disent pas du tout ou mal informés. Voilà qui confirme l'importance de la mission que se donne le collectif vis-à-vis du grand public !



Des intentions d'achat impactées par l'inflation

Pour 81 % des répondants, **le confort reste la priorité dans les critères de choix. La qualité du sommier prime également pour 64 % des sondés.** Mais les Français revoient à la baisse le montant intentionnel de leur achat literie (matelas + sommier). Et **57 % des Français considèrent le prix comme un critère très important lors de l'achat d'une literie.** À noter que les critères de marque & label restent faibles, à respectivement 25 % et 16 %.



François Duparc,
Président de Parlons Literie.

« Notre métier manque d'une reconnaissance des bienfaits d'une literie haut de gamme. Ce que les Français perçoivent très bien en matière de voiture, nous devons réussir à mieux le faire comprendre en matière de literie. Lors d'un tel achat, il est bien plus avantageux de commencer par essayer les produits, pour trouver ce qui nous convient, puis d'opérer des arbitrages tarifaires dans un second temps. »

Internet a-t-il supplanté les achats en magasins ?

L'Observatoire a de quoi rassurer les distributeurs : **en matière de literie, le conseil et l'essai en magasin restent prioritaires pour les achats des Français, même si internet occupe une place importante et complémentaire.**

Les achats de literie sont réalisés à + de 60 % en magasin. En parallèle, les acheteurs se renseignent de plus en plus sur Internet, notamment au sujet du prix et des promotions.

20 % des personnes interrogées ont réalisé leurs recherches & achats 100 % en ligne, probablement confortées par la promesse des nuits d'essais.

L'avantage au magasin est encore plus net pour les oreillers (76,5 %), les couettes (70 %) et les draps (66,4 %). À noter, le poids d'Internet pour l'achat des plus de 60 ans en ce qui concerne les protège-matelas (33,6 % vs. 28,7 %), les draps (39,4 % vs. 33,6 %) et les couettes (33,3 % vs. 30 %), reflet d'une habitude d'achat dans les enseignes de vente à distance.

Le « made in France » : vraiment déterminant ?

Si le sujet de la fabrication française semble intéresser le grand public, et si **elle est considérée comme très importante par 29 % des répondants, pour autant elle arrive seulement en 11e position dans les critères,** et plutôt en recul (32 % sur une base de 1000 répondants en 2018).



Parlons Literie : pour collecter, partager & informer

En tant que porte-parole de la filière rassemblant à la fois fabricants de literie et accessoires, distributeurs et fournisseurs de la filière, **Parlons Literie s'est donné pour mission de recueillir et diffuser des informations relatives au marché, de mener de manière collective des réflexions sur le métier, d'aider les acteurs du marché à mieux comprendre les attentes des consommateurs... et participer à porter un discours clair et objectif auprès du grand public.** Un an après sa naissance, le collectif se dote de cette importante étude, la première depuis 2018, menée auprès de 10 000 consommateurs, comme base de travail commune, outil de référence pour l'ensemble des membres.



Consulter la synthèse [ici](#)

de l'étude avec les chiffres détaillés

⁽¹⁾ Étude réalisée par l'institut de la Maison - IPEA. Un échantillon de 10 000 ménages a été interrogé via une enquête en ligne (CAXI) du 12 au 25 mai 2023. Cet échantillon était représentatif de la population française selon la méthode des quotas.

⁽²⁾ Les segments du canapé et de la literie ont connu une croissance de +0,3 % en 2022 (source : IPEA mars 2023).

À propos

l'Association Pour la Literie naît en mars 2022, avec l'ambition de créer la seule organisation qui représente tous les métiers du secteur, sous le nouveau nom de Parlons Literie. Mi 2023, 50 membres adhèrent. Objectif : défendre ses savoir-faire, clarifier l'offre pour donner aux consommateurs des repères fiables, et placer la literie au cœur des solutions de bien-être des Français.

[Parlonsliterie.com](https://parlonsliterie.com)

Dossier de presse Parlons literie [ici](#)

Contact média

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