



## COMMENT LES FRANÇAIS ACHÈTENT-ILS LEUR LITERIE ?

L'Association Pour la Literie dévoile les résultats de son enquête sur les habitudes d'achat des Français en matière de literie en 2014.



Sur un marché de l'ameublement en retrait depuis plusieurs années, le secteur de la literie est le seul qui maintient une légère croissance. Afin de mieux comprendre le comportement des consommateurs sur ce marché, l'Association Pour la Literie (APL) a renouvelé son enquête sur les habitudes des Français lors de l'achat d'une nouvelle literie, en partenariat avec TNS Sofres<sup>1</sup>.

L'enquête s'est penchée sur les intentions d'achat des consommateurs, les sources d'information et les circuits d'achat qu'ils privilégient, ainsi que les critères qui influencent leurs choix. Elle a comparé les résultats de 2014 avec ceux, sur des questions similaires, de 2011 et 2012, pour en analyser l'évolution.

### 42 % DES FRANÇAIS ONT ACHÉTÉ UNE LITERIE IL Y A MOINS DE 2 ANS

Le nombre de personnes possédant une literie neuve, achetée lors des 2 dernières années, reste identique à 2012 (42 %). Ceux ayant prévu un achat dans les deux prochaines années sont également en nombre stable, avec près de 20% anticipant l'achat d'une literie neuve (18% en 2014 comme en 2011).

C'est une bonne nouvelle, puisqu'il est recommandé de renouveler sa literie tous les 8 à 10 ans pour conserver une qualité de sommeil optimale. Le sommeil des Français, tout comme le marché de la literie, devrait bien se porter dans les années à venir !

### 9 ACHETEURS SUR 10 SE FIENT AUX CONSEILS DES VENDEURS

La toute première source d'information des acheteurs de literie, lorsqu'ils se renseignent avant l'achat, est le conseil des vendeurs (87 %), principalement dans des magasins spécialistes de literie ou dans des magasins de meubles. En effet, pour s'y retrouver dans le choix des matières, des technologies, des tailles, les conseils d'un professionnel restent essentiels pour faire le bon choix.

Ils comptent ensuite sur les informations trouvées sur internet (70 %) et sur les conseils de leur entourage (65 %), notamment pour les jeunes (25-34 ans). Près de 33% disent également faire confiance à la presse pour leur permettre de faire le meilleur choix de literie.

Les acheteurs ont besoin de croiser plusieurs sources pour s'informer au mieux, puisqu'ils utilisent en moyenne 6 sources différentes avant de prendre leur décision.

### 3/4 DES ACHETEURS OPTENT POUR UN MAGASIN SPÉCIALISÉ EN LITERIE OU EN MEUBLES

Pour acheter leur nouvelle literie, la grande majorité des Français privilégie un magasin spécialisé en literie (85 %) ou un magasin de meubles (73 %). En revanche, les autres circuits d'achat sont positionnés loin derrière : sur internet (34 %), dans un hypermarché (28 %), dans un catalogue par correspondance (22 %).

La position dominante des magasins de literie et de meubles, en forte augmentation depuis quelques années (respectivement 78 % et 60 % en 2011), démontre la confiance croissante des consommateurs dans des enseignes spécialistes qui pourront leur apporter plus de choix et de conseil.

En effet, le choix de l'endroit où ils vont concrétiser leur achat repose sur plusieurs critères : la diversité de l'offre de confort (94 %), le prix (92 %) et la possibilité d'être conseillé par un vendeur (83 %) arrivent en tête pour les acheteurs.

### LES FRANÇAIS DE PLUS EN PLUS SÉDUITS PAR LES LITERIES DE GRANDE TAILLE

La dimension 140x190 cm a longtemps été considérée comme la norme en France. Les mentalités évoluent et aujourd'hui, 74 % des personnes interrogées pensent que la literie idéale est une literie de taille supérieure : 160x200 cm, 180x200 cm, voire 200x200 cm.

Et ils ont raison : l'étude Acticouple, réalisée par le Centre du Sommeil et de la Vigilance de l'Hôtel Dieu de Paris et l'European Sleep Center, a prouvé qu'une literie de grande taille améliore non seulement la qualité du sommeil mais également les relations et la manière de dormir ensemble<sup>2</sup>.

1 - Enquête APL/TNS Sofres réalisée auprès de 859 individus âgés de 25 ans et plus, issus d'un échantillon national représentatif de la population française, février 2014.

2 - Etude clinique Acticouple réalisée pour l'Association Pour la Literie en collaboration avec l'European Sleep Center et le Professeur Damien Léger, spécialiste du sommeil et responsable du Centre du Sommeil et de la Vigilance de l'Hôtel Dieu de Paris, 2011. Etude sur le sommeil des couples sur literie de dimension traditionnelle (140x190 cm) vs literie de grande largeur (160x200 cm) réalisée sur 10 couples (hommes et femmes de 20 à 60 ans) sans pathologie de sommeil.



**L'Association Pour la Literie** est une structure collective au service de l'ensemble des consommateurs, créée en 2003 par les acteurs du secteur de la literie (fabricants, distributeurs, fournisseurs). Elle rassemble les principaux fabricants : André Renault, Bultex, Ebac, Epéda, Mérinos, Robusta, Technilat, Tempur... ainsi que les principaux distributeurs actifs dans la literie : But, Conforama, Crozatier, Fly, France Literie, Grand Litier, La Compagnie du Lit, La Halle au Sommeil, Alliance Meublena, Meubles Atlas, Mon lit et moi, Monsieur Meuble,... A travers les actions de promotion et de sensibilisation menées conjointement, l'APL souhaite valoriser auprès des professionnels de santé et du grand public, l'impact d'une literie de qualité sur l'efficacité du sommeil, le dynamisme au réveil (progression de plus de 30 %) et l'amélioration des performances tout au long de la journée. L'APL rappelle par ailleurs la nécessité de réduire à moins de 8 à 10 ans le délai de renouvellement de la literie pour garantir les conditions d'hygiène et de bien-être maximales.

Pour plus d'informations et de conseils, connectez-vous sur le site Internet de référence de la literie : [www.infoliterie.com](http://www.infoliterie.com) et sur la page [facebook.com/llovementlit](https://www.facebook.com/llovementlit).