

DORMIR PLUS RESPONSABLE

LITERIE Matières naturelles, locales, véganes ou recyclées, les marques rivalisent de promesses environnementales

Il y a deux ans, Cédric Mathon et Félix Hanicotte, deux amis trentenaires, rachetaient une usine de literie dans le Nord en faisant deux constats : d'une part, le marché du matelas est opaque, avec des marges successives du fabricant au vendeur qui gonflent les prix ; d'autre part, 95 % des produits sont issus de la pétrochimie, avec des matériaux comme les mousses à mémoire de forme. « *Nous voulions créer une marque plus responsable et plus transparente* », témoigne Cédric Mathon. Bonnuît est né, avec une attention à tous les détails : les ressorts sont en métal recyclé à 40 %, les tissus contiennent de la laine des Pyrénées, le latex est en sève d'hévéa, solution la plus naturelle même si elle vient d'Amérique latine.

Pour les sommiers, l'entreprise travaille avec un menuisier et un tisseur de lin de sa région. La vente en direct aux consommateurs, par Internet ou dans son magasin à Bondues, près de Lille, permet de supprimer les coûts intermédiaires. « *Notre matelas haut de gamme de 140 centimètres est vendu 1 180 euros ; il coûterait 2 500 à 3 000 euros chez un revendeur au même niveau de qualité* », assure le cofondateur.

Un enjeu de santé publique

Bien dormir est un enjeu de santé publique. S'y ajoutent désormais le prix juste et la préservation de la planète. Selon l'Institut du sommeil et de la vigilance, 45 % des Français souffrent de difficultés de sommeil, un phénomène accentué par la crise sanitaire. Dans le même temps, les confinements ont incité les consommateurs à investir dans leur confort intérieur, au bénéfice du marché de l'ameublement. Et la préoccupation environnementale s'étend à la literie, dans laquelle on passe en moyenne sept heures par nuit.

Tediber, nouvelle star du matelas, est devenue une entreprise à mission avec la volonté de développer l'écoconception pour tous ses produits et de réduire de 30 % ses émissions de CO₂ d'ici à 2030. Wopilo, jeune pousse créée en 2017 grâce à du financement participatif, vient de lancer Wopilo Fair, une gamme d'oreillers dont 50 % du garnissage au moins est issu de bouteilles recyclées. La marque a été la première à commercialiser du linge de lit en précommande, démarche qui évite les stocks et amortit au passage la hausse des coûts des matières premières. « *Nous proposons de renouveler nos oreillers ergonomiques en rachetant seulement l'enveloppe, sans la partie intérieure en mousse qui a une durée de vie plus longue* », précise Thomas Hervé, président fondateur. Il est en effet recommandé de changer d'oreiller tous les trois ans, pour des raisons d'hygiène et de maintien.

Sans plumes ni laine

Ces jeunes entreprises utilisent habilement les réseaux sociaux pour promouvoir une consommation plus responsable. Mais cet engagement n'est pas limité aux nouveaux acteurs. Simmons a lancé l'année dernière le matelas Génération, fabriqué en France en matières non pétrochimiques, recyclées à 70 % et recyclables à 87 %. Dodo, un des leaders du marché, a créé la gamme d'oreillers et de couettes Ocean Care à partir de plastique recueilli dans les océans. « *Nous récupérons le duvet de couettes et de doudounes usagées pour créer de nouveaux garnissages*, détaille Jonathan Hannaux, directeur général adjoint du groupe. *Nous organisons des collectes avec certains de nos distributeurs pour transformer les anciens oreillers en matériaux d'isolation. Pour les plumes de canard de notre marque Drouault, qui équipe les palaces, nous avons des contrats d'approvisionnement très contrôlés avec des producteurs français.* »

D'autres acteurs se revendiquent végans (sans plumes ni laine) comme la marque suédoise ColourSleep, car le bien-être animal est aussi une demande à prendre en compte. « *Nous n'avons pas l'intention d'être parfaits mais au moins meilleurs que l'année précédente* », résume Jonathan Hannaux. Car le confort sans l'éthique ne fait plus rêver. ●

PASCALE CAUSSAT

45%

La part des Français qui disent connaître un sommeil difficile