



# Les Français et leur linge de lit

Novembre 2021

*“opinionway*

15 place de la République 75003 Paris



Bonsoirs.

# “ LA MÉTHODOLOGIE

*“opinionway*



# La méthodologie



Echantillon de **1017 personnes** représentatif de la population française âgée de 18 ans et plus.

L'échantillon a été constitué selon **la méthode des quotas**, au regard des critères de sexe, d'âge, de catégorie socioprofessionnelle, de catégorie d'agglomération et de région de résidence.



L'échantillon a été interrogé par **questionnaire auto-administré en ligne sur système CAWI** (Computer Assisted Web Interview).



Les interviews ont été réalisées **du 27 au 28 octobre 2021**.

*Pour les remercier de leur participation, les panélistes ont touché des incentives ou ont fait un don à l'association proposée de leur choix.*



OpinionWay a réalisé cette enquête en appliquant les procédures et règles de la **norme ISO 20252**.



Les résultats de ce sondage doivent être lus en tenant compte des **marges d'incertitude** : 1,5 à 3 points au plus pour un échantillon de 1000 répondants.

**Toute publication totale ou partielle doit impérativement utiliser la mention complète suivante :**

**« Sondage OpinionWay pour Bonsoirs »**

**et aucune reprise de l'enquête ne pourra être dissociée de cet intitulé.**



# Le profil des personnes interrogées

Population française âgée de 18 ans et plus.

Source : **INSEE**.



	Sexe	%
	Hommes	48%
	Femmes	52%



	Age	%
	18-24 ans	10%
	25-34 ans	16%
	35-49 ans	25%
	50-64 ans	25%
	65 ans et plus	24%



	Région	%
	Ile-de-France	18%
	Nord ouest	24%
	Nord est	22%
	Sud ouest	11%
	Sud est	25%



	Activité professionnelle	%
	Agriculteurs	1%
	<b>Catégories socioprofessionnelles supérieures</b>	<b>26%</b>
	Artisans / Commerçants / Chefs d'entreprise	3%
	Professions libérales / Cadres	9%
	Professions intermédiaires	14%
	<b>Catégories populaires</b>	<b>30%</b>
	Employés	17%
	Ouvriers	13%
	<b>Inactifs</b>	<b>43%</b>
	Retraités	26%
	Autres inactifs	17%



	Taille d'agglomération	%
	Une commune rurale	24%
	De 2000 à 19 999 habitants	17%
	De 20 000 à 99 999 habitants	13%
	100 000 habitants et plus	30%
	Agglomération parisienne	16%

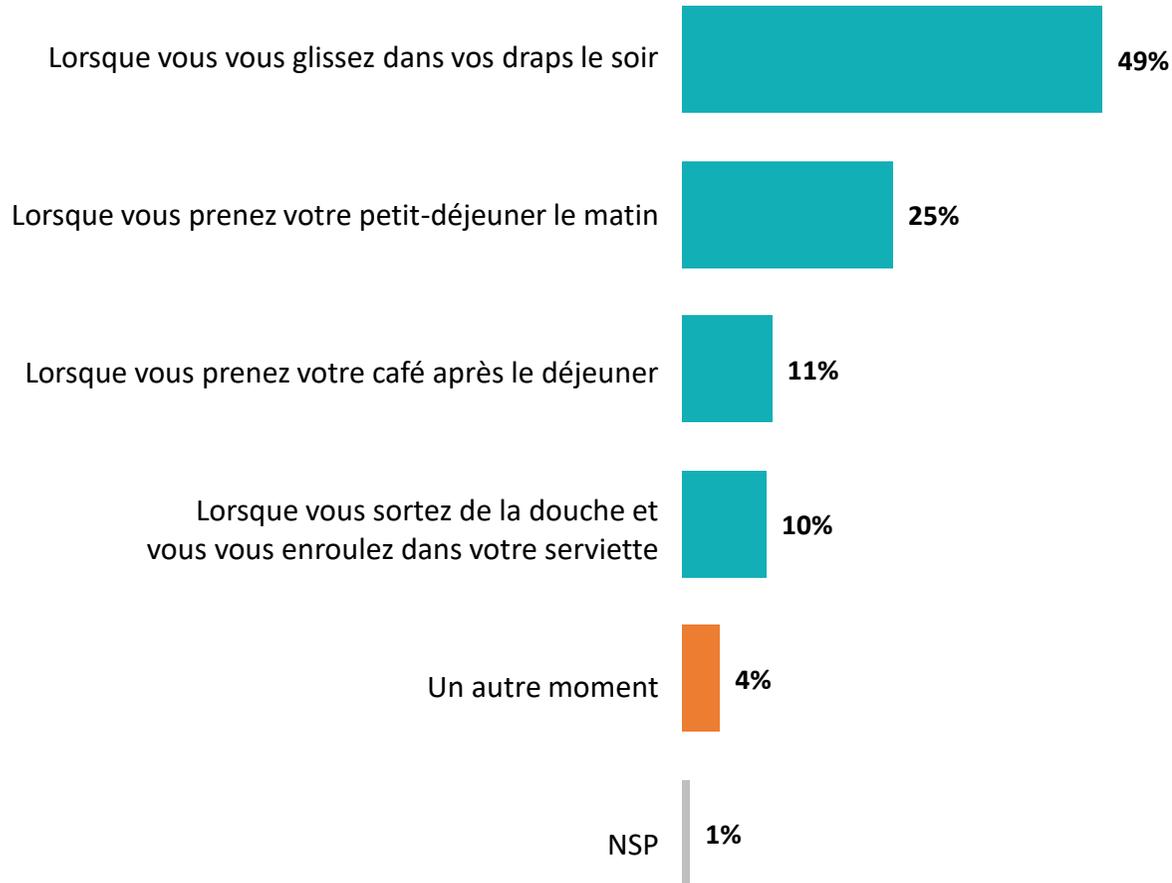
# “ LES RÉSULTATS

*“opinionway*



# Le moment préféré de la journée

Q. Parmi les moments de la journée suivants, quel est votre moment préféré ?





# Le moment préféré de la journée

Q. Parmi les moments de la journée suivants, quel est votre moment préféré ?



	% Total	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Lorsque vous vous glissez dans vos draps le soir	<b>49%</b>	47%	52%	57%	54%	57%	49%	37%	52%	55%	43%
Lorsque vous prenez votre petit-déjeuner le matin	<b>25%</b>	26%	24%	5%	15%	17%	31%	40%	20%	18%	33%
Lorsque vous prenez votre café après le déjeuner	<b>11%</b>	14%	8%	13%	8%	14%	7%	11%	13%	11%	9%
Lorsque vous sortez de la douche et vous vous enroulez dans votre serviette	<b>10%</b>	8%	11%	24%	18%	8%	6%	5%	11%	12%	8%
Un autre moment	<b>4%</b>	5%	4%	1%	3%	3%	7%	5%	3%	3%	6%



# Le moment préféré de la journée

Q. Parmi les moments de la journée suivants, quel est votre moment préféré ?



	% Total	Situation personnelle		Niveau de revenus mensuels		
		Seul	En couple	Moins de 2000€	De 2000 à 3499€	3500€ et plus
Lorsque vous vous glissez dans vos draps le soir	<b>49%</b>	50%	49%	52%	47%	48%
Lorsque vous prenez votre petit-déjeuner le matin	<b>25%</b>	22%	26%	20%	28%	30%
Lorsque vous prenez votre café après le déjeuner	<b>11%</b>	9%	11%	8%	13%	13%
Lorsque vous sortez de la douche et vous vous enroulez dans votre serviette	<b>10%</b>	11%	10%	13%	9%	5%
Un autre moment	<b>4%</b>	7%	3%	6%	3%	4%



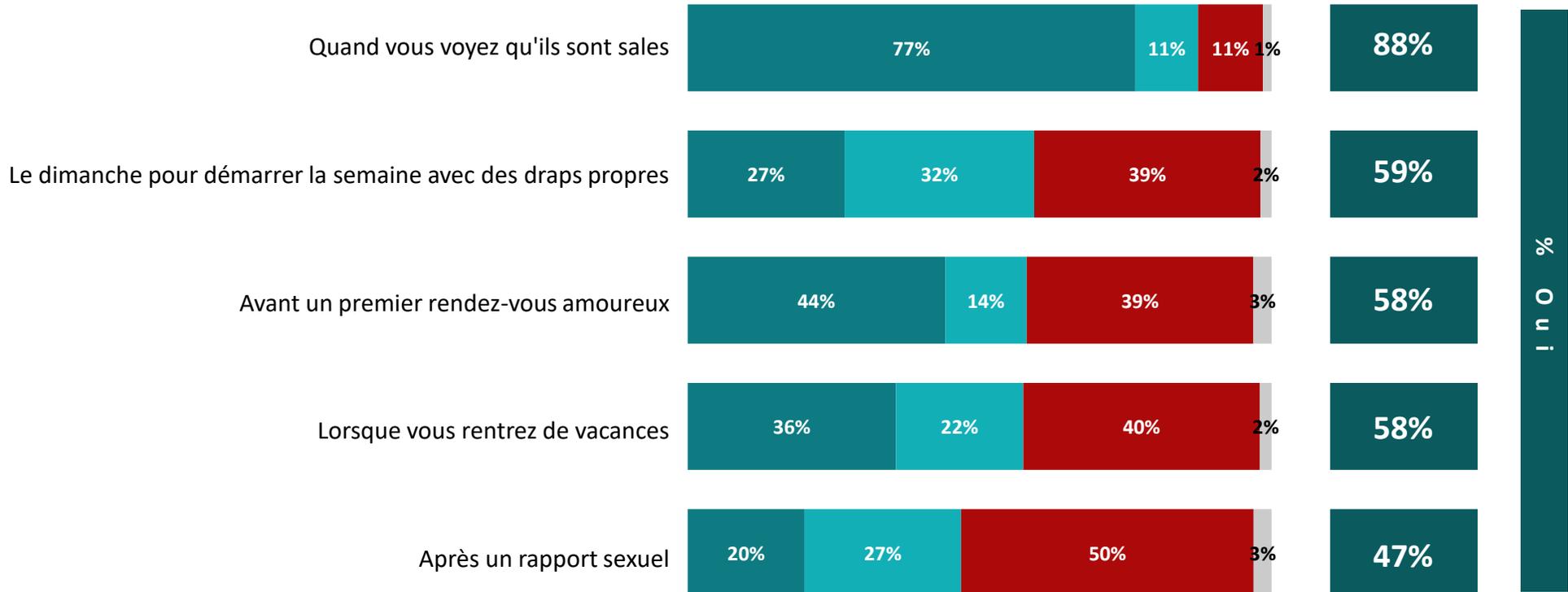
# Le moment pour changer ses draps

Q. Vous personnellement, changez-vous vos draps à chacun des moments suivants ?



1017

personnes



**Oui, systématiquement**    **Oui, de temps en temps**    **Non**    **NSP**

%  
i  
n  
o



# Le moment pour changer ses draps

Q. Vous personnellement, changez-vous vos draps à chacun des moments suivants ?



	% Oui	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Quand vous voyez qu'ils sont sales	<b>88%</b>	88%	87%	90%	85%	89%	86%	87%	87%	86%	89%
Le dimanche pour démarrer la semaine avec des draps propres	<b>59%</b>	58%	61%	73%	60%	65%	58%	49%	68%	63%	52%
Avant un premier rendez-vous amoureux	<b>58%</b>	62%	55%	64%	58%	67%	57%	47%	68%	62%	48%
Lorsque vous rentrez de vacances	<b>58%</b>	58%	57%	72%	61%	63%	52%	49%	59%	65%	51%
Après un rapport sexuel	<b>47%</b>	47%	46%	47%	53%	52%	53%	31%	52%	53%	39%



# Le moment pour changer ses draps

Q. Vous personnellement, changez-vous vos draps à chacun des moments suivants ?



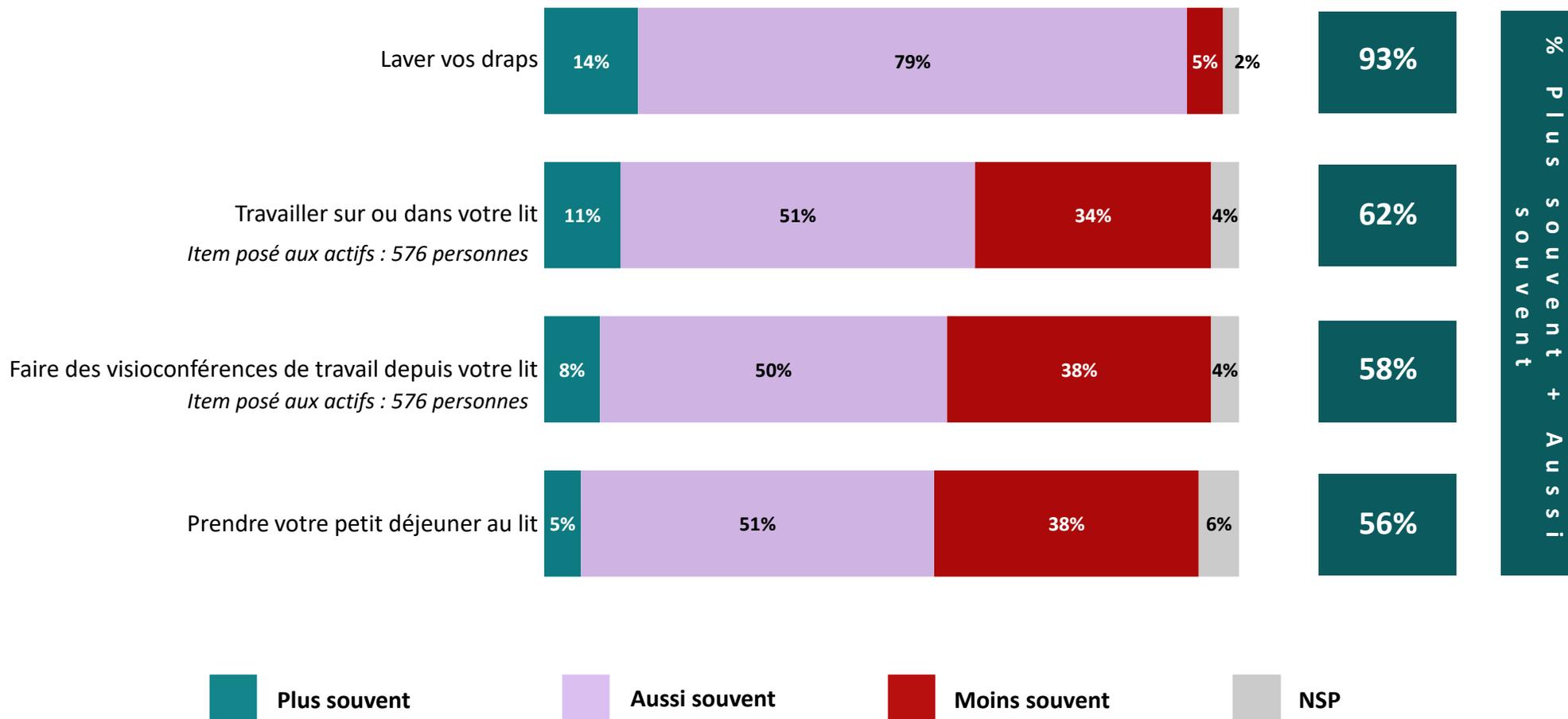
	% Oui	Situation personnelle		Niveau de revenus mensuels		
		Seul	En couple	Moins de 2000€	De 2000 à 3499€	3500€ et plus
Quand vous voyez qu'ils sont sales	<b>88%</b>	86%	88%	83%	90%	89%
Le dimanche pour démarrer la semaine avec des draps propres	<b>59%</b>	57%	61%	57%	61%	58%
Avant un premier rendez-vous amoureux	<b>58%</b>	63%	56%	57%	63%	55%
Lorsque vous rentrez de vacances	<b>58%</b>	53%	60%	57%	59%	55%
Après un rapport sexuel	<b>47%</b>	52%	43%	53%	48%	35%



# L'impact de la crise sanitaire sur les habitudes



Q. Depuis le début de la crise sanitaire, diriez-vous que vous faites chacune des choses suivantes plus souvent, moins souvent ou aussi souvent qu'auparavant ?





# L'impact de la crise sanitaire sur les habitudes

Q. Depuis le début de la crise sanitaire, diriez-vous que vous faites chacune des choses suivantes plus souvent, moins souvent ou aussi souvent qu'auparavant ?



	% Plus souvent + Aussi souvent	Sexe		Age			Statut		
		Homme	Femme	Moins de 35 ans	35-49 ans	50 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Laver vos draps	<b>93%</b>	91%	94%	93%	94%	92%	94%	91%	92%
Travailler sur ou dans votre lit <i>Item posé aux actifs : 576 personnes</i>	<b>62%</b>	65%	58%	72%	66%	47%	65%	57%	-
Faire des visioconférences de travail depuis votre lit <i>Item posé aux actifs : 576 personnes</i>	<b>58%</b>	63%	53%	69%	62%	42%	62%	54%	-
Prendre votre petit déjeuner au lit	<b>56%</b>	57%	56%	68%	66%	45%	61%	60%	50%



# L'impact de la crise sanitaire sur les habitudes

Q. Depuis le début de la crise sanitaire, diriez-vous que vous faites chacune des choses suivantes plus souvent, moins souvent ou aussi souvent qu'auparavant ?

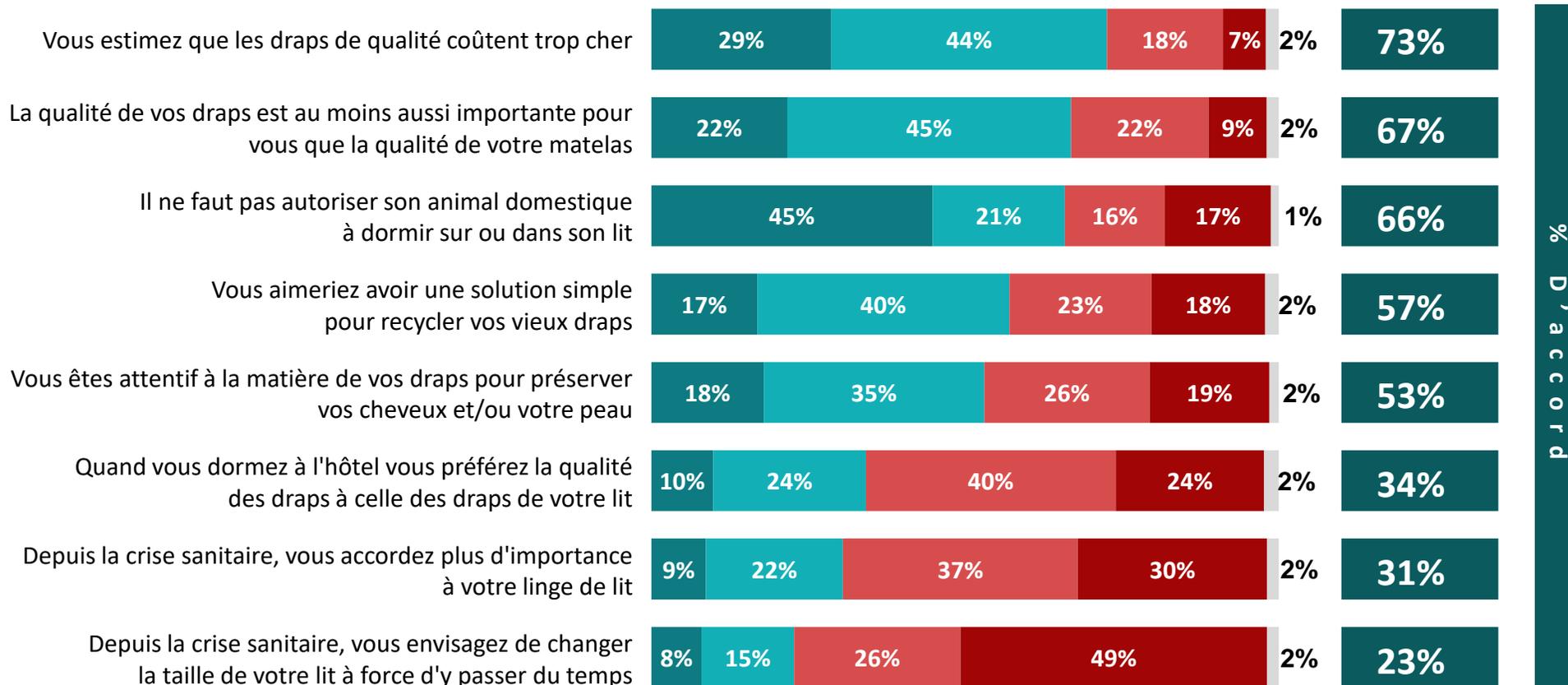


	% Plus souvent + Aussi souvent	Situation personnelle		Niveau de revenus mensuels		
		Seul	En couple	Moins de 2000€	De 2000 à 3499€	3500€ et plus
Laver vos draps	<b>93%</b>	92%	93%	89%	93%	95%
Travailler sur ou dans votre lit <i>Item posé aux actifs : 576 personnes</i>	<b>62%</b>	66%	59%	63%	56%	71%
Faire des visioconférences de travail depuis votre lit <i>Item posé aux actifs : 576 personnes</i>	<b>58%</b>	60%	57%	56%	56%	64%
Prendre votre petit déjeuner au lit	<b>56%</b>	58%	55%	55%	54%	66%



# L'opinion à l'égard du linge de lit

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



% D'ACCORD



# L'opinion à l'égard du linge de lit

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



	% D'accord	Sexe		Âge					Statut		
		Homme	Femme	18-24 ans	25-34 ans	35-49 ans	50-64 ans	65 ans et plus	CSP+	CSP-	Inactif
Vous estimez que les draps de qualité coûtent trop cher	<b>73%</b>	71%	74%	73%	77%	75%	74%	65%	68%	79%	71%
La qualité de vos draps est au moins aussi importante pour vous que la qualité de votre matelas	<b>67%</b>	63%	70%	71%	61%	65%	67%	71%	65%	66%	68%
Il ne faut pas autoriser son animal domestique à dormir sur ou dans son lit	<b>66%</b>	70%	62%	53%	66%	64%	64%	75%	68%	63%	67%
Vous aimeriez avoir une solution simple pour recycler vos vieux draps	<b>57%</b>	55%	60%	66%	63%	62%	52%	50%	62%	60%	52%
Vous êtes attentif à la matière de vos draps pour préserver vos cheveux et/ou votre peau	<b>53%</b>	49%	57%	60%	59%	50%	48%	55%	56%	52%	52%
Quand vous dormez à l'hôtel vous préférez la qualité des draps à celle des draps de votre lit	<b>34%</b>	35%	34%	56%	53%	40%	26%	17%	37%	44%	26%
Depuis la crise sanitaire, vous accordez plus d'importance à votre linge de lit	<b>31%</b>	28%	32%	39%	45%	32%	24%	24%	34%	32%	27%
Depuis la crise sanitaire, vous envisagez de changer la taille de votre lit à force d'y passer du temps	<b>23%</b>	20%	25%	46%	40%	28%	13%	6%	28%	27%	15%



# L'opinion à l'égard du linge de lit

Q. Etes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?



	% D'accord	Situation personnelle		Niveau de revenus mensuels		
		Seul	En couple	Moins de 2000€	De 2000 à 3499€	3500€ et plus
Vous estimez que les draps de qualité coûtent trop cher	<b>73%</b>	74%	72%	76%	74%	67%
La qualité de vos draps est au moins aussi importante pour vous que la qualité de votre matelas	<b>67%</b>	64%	69%	67%	69%	63%
Il ne faut pas autoriser son animal domestique à dormir sur ou dans son lit	<b>66%</b>	63%	67%	61%	69%	68%
Vous aimeriez avoir une solution simple pour recycler vos vieux draps	<b>57%</b>	55%	58%	53%	58%	62%
Vous êtes attentif à la matière de vos draps pour préserver vos cheveux et/ou votre peau	<b>53%</b>	51%	54%	55%	55%	50%
Quand vous dormez à l'hôtel vous préférez la qualité des draps à celle des draps de votre lit	<b>34%</b>	32%	35%	36%	36%	29%
Depuis la crise sanitaire, vous accordez plus d'importance à votre linge de lit	<b>31%</b>	27%	33%	31%	35%	26%
Depuis la crise sanitaire, vous envisagez de changer la taille de votre lit à force d'y passer du temps	<b>23%</b>	20%	24%	24%	24%	20%

# WE ARE DIGITAL !

Fondé en 2000 sur cette idée radicalement innovante pour l'époque, OpinionWay a été précurseur dans le renouvellement des pratiques de la profession des études marketing et d'opinion.

Forte d'une croissance continue depuis sa création, l'entreprise n'a eu de cesse de s'ouvrir vers de nouveaux horizons pour mieux adresser toutes les problématiques marketing et sociétales, en intégrant à ses méthodologies le Social Média Intelligence, l'exploitation de la smart data, les dynamiques créatives de co-construction, les approches communautaires et le storytelling.

Aujourd'hui OpinionWay poursuit sa dynamique de croissance en s'implantant géographiquement sur des zones à fort potentiel que sont l'Europe de l'Est et l'Afrique.



## Rendre le monde intelligible pour agir aujourd'hui et imaginer demain

C'est la mission qui anime les collaborateurs d'OpinionWay et qui fonde la relation qu'ils tissent avec leurs clients.

Le plaisir ressenti à apporter les réponses aux questions qu'ils se posent, à réduire l'incertitude sur les décisions à prendre, à tracker les insights pertinents et à co-construire les solutions d'avenir, nourrit tous les projets sur lesquels ils interviennent.

Cet enthousiasme associé à un véritable goût pour l'innovation et la transmission expliquent que nos clients expriment une haute satisfaction après chaque collaboration - 8,9/10, et un fort taux de recommandation - 3,88/4.

Le plaisir, l'engagement et la stimulation intellectuelle sont les trois mantras de nos interventions.

# “*opinionway*”

15 place de la République  
75003 Paris

PARIS  
CASABLANCA  
ALGER  
VARSOVIE  
ABIDJAN



## RESTONS CONNECTÉS !

[www.opinion-way.com](http://www.opinion-way.com)



### Envie d'aller plus loin ?

Recevez chaque semaine nos derniers résultats d'études dans votre boîte mail en vous abonnant à notre **newsletter!**