



COMMUNIQUÉ DE PRESSE



RANGER POUR ÊTRE HEUREUX : UNE NOUVELLE PASSION FRANÇAISE

À la demande de l'Ameublement Français, Sociovision a réalisé une étude sur l'influence du rangement sur le bien-être des Français et les solutions de rangement qui s'offrent à eux aujourd'hui. L'institut a interrogé un échantillon représentatif de 1514 personnes âgées de 18 à 70 ans et a conduit des entretiens ethnographiques dans différents logements (appartement, petite maison, grande maison...). Le logement fait aujourd'hui partie des priorités pour les ménages. Signe des temps : les modes d'emploi sur la façon de ranger font florès sur Internet ou dans les librairies. Dans une société aux perspectives d'avenir incertaines, le rangement est aujourd'hui devenu une condition du bonheur.

LES LOGEMENTS DES FRANÇAIS SONT DE PLUS EN PLUS ENCOMBRÉS

Depuis une dizaine d'années, **la maison est devenue le refuge préféré des Français** : lieu de cocooning, de lien familial, de ressourcement, de sécurité, de loisirs créatifs. Mais elle devient aussi un lieu où l'on entasse de plus en plus de choses. Ainsi 57% des Français disent avoir tendance « à tout garder, à accumuler beaucoup de choses ». Conséquence : ils se sentent de plus en plus à l'étroit et manquent de place.

La preuve : **69% disent avoir envie de « désencombrer leur maison, leur appartement, de faire de l'espace »**. Et plus d'un tiers d'entre eux (38%) reconnaissent avoir « trop de choses chez eux » et que « cela leur pèse ».

FACE AU DÉSORDRE, UN QUART DES FRANÇAIS SONT PRÊTS A PASSER A L'ACTION

Face à cette situation, les Français ne restent pas inactifs. **La moitié de la population (49%) est consciente de « manquer d'espaces de rangement »**. Surtout, **25% des personnes interrogées sont prêtes à revoir leur façon de ranger chez eux**. Et 27% envisagent d'acheter des rangements supplémentaires dans les prochains mois.

Par où commencer ? Par la cuisine ! En effet, pour 35% des Français, les ustensiles de cuisine (casseroles, poêles, louches...) sont les objets qu'ils ont le plus de mal à ranger. Viennent ensuite les chaussures (35% éprouvent des difficultés à les ranger), les appareils de cuisine qu'on sort occasionnellement de type appareil à raclette (33 %), les vêtements (30 %) et les produits d'hygiène et de soin (29 %).

LES ATTENTES PRIORITAIRES EN MATIÈRE DE MEUBLES POUR RANGER : FLUIDITÉ, RESPONSABILITÉ ET ESTHÉTISME

Quels seront leurs critères au moment du choix des meubles de rangement ? Leurs priorités traduisent les tendances de consommation contemporaines. **Les consommateurs ne veulent pas attendre et insistent sur la facilité d'acquérir le produit. Ainsi, 35% des personnes interrogées jugent importante la disponibilité rapide du meuble**. Par ailleurs, l'ampleur de la crise écologique rend les Français plus exigeants. **Dans leurs choix de rangements, ils valorisent des critères de consommation responsables tels que les matériaux naturels (34%) et la fabrication française (34%). Enfin l'esthétique fait partie intégrante de leurs besoins**. Si ranger est essentiel d'un point de vue pratique, posséder des meubles de rangement qui s'intègrent avec style dans les appartements ou les maisons apparaît important pour 31% des sondés.

LE RANGEMENT, CLÉ DU BIEN-ÊTRE : LA MOITIÉ DES FRANÇAIS S'EPANOUISSENT EN RANGEANT

Dans le climat parfois morose de notre société, **disposer d'un rangement bien rangé fait partie des conditions du bien-être. Ainsi 46% des Français ont besoin que leur logement soit bien rangé pour se sentir bien**. Et 45% le jugent préférable, même si ce n'est pas essentiel pour eux. Au total, le rangement apparaît pour beaucoup comme un véritable **booster de bien-être**.

L'effet rangement est réel : 87% des Français déclarent se sentir beaucoup mieux après avoir rangé. De fait, ranger est une activité aux multiples bénéfices. Pour 48%, c'est « plus beau une fois rangé ». 43% trouvent qu'ils ont « gagné de la place ». 33% se sentent « propres ». 32% valorisent le gain de temps (ils savent où retrouver leur affaires). Et 30% y voient un bénéfice psychologique : « ça met de l'ordre dans leur vie ».

SIX PROFILS DE FRANÇAIS FACE AU RANGEMENT

Ranger est donc essentiel, mais jusqu'où et selon quelle ligne de conduite ? De fait, l'étude révèle **que les Français n'ont ni la même sensibilité au désordre ni la même attitude face au rangement**. Sociovision a identifié **six types de Français dans leur relation au rangement**.

Les « bordéliques désinvestis », 13% de la population française, vivent dans le désordre et ne s'en portent pas plus mal. Pour eux le lien entre rangement et bien-être est faible.

Les « cools du rangement » représentent le segment le plus important (30%). Un peu de désordre ne leur fait pas peur. Ils rangent en général le weekend et, surtout, avant de recevoir des invités pour préserver les apparences.

Les « accumulateurs débordés » (16%) ont beaucoup de mal à jeter. Incapables de faire le tri, ils préfèrent accumuler. Conséquence, ils ont de plus en plus de mal à vivre dans leur logement où s'entassent de nombreux objets.

Les « habitués du joyeux bazar » sont 11% et pleins de paradoxes. Ranger fait partie de leurs routines et cependant ils ont tout le temps l'impression de vivre dans le bazar. Ils passent leur temps à remettre les choses à leur place, à nettoyer et même, parfois, à cacher pour préserver un semblant d'ordre chez eux.

Les « pros du rangement » (17%) ne veulent pas perdre de temps. Ils organisent, ils jettent, ils nettoient avec efficacité : c'est une routine quotidienne et bien huilée.

Les impliqués contrariés (13%) pensent qu'en rangeant, ils mettent de l'ordre dans leur tête et dans leur vie. Ils sont en quête permanente de perfectionnement et recherchent les meilleures solutions de rangement et les méthodes de tris les plus efficaces.

À l'heure où chacun rêve de sa bulle rassurante et protectrice, l'étude montre que **réduire durablement le désordre dans sa maison n'a jamais paru aussi capital.** Dans ce contexte, **ranger n'est plus seulement une routine de la vie domestique, mais devient une dimension clé du bonheur.** « Je range donc je m'épanouis » n'est pas une mode de spécialistes ou de coachs de développement personnels : c'est une tendance porteuse pour l'avenir.

À propos de l'Ameublement français

L'organisation professionnelle qui rassemble 350 entreprises françaises de la fabrication d'ameublement et de l'aménagement des espaces de vie. Accélérateur de son industrie, l'Ameublement français facilite la conquête de ses adhérents vers les marchés nationaux et internationaux, encourage l'innovation et les savoir-faire afin de s'adapter aux enjeux de demain. L'Ameublement français met à leur disposition des ressources et initie des actions collectives favorisant le partage avec tous les acteurs de la chaîne de valeur, de l'objet au projet. Convaincu de la force du collectif, l'Ameublement français est un acteur engagé sur les scènes politiques, économiques, et sociales pour faire rayonner l'excellence industrielle et l'art de vivre à la française. Pour en savoir plus : www.ameublement.com

Etude réalisée par Sociovision, institut spécialisé dans le suivi et l'anticipation des valeurs, des modes de vie et de consommation, filiale du groupe Ifop. Méthodologie : enquête quantitative réalisée en ligne auprès d'un échantillon de 1 514 individus, représentatif de la population française âgée de 18 à 70 ans. Le recueil des données a eu lieu du 3 au 11 octobre 2019.