



ENTREPRISES

Cosme Literie dans la mêlée des start-up du matelas

Déjà bénéficiaire, l'entreprise de 15 salariés compte prendre sa part d'un marché en croissance.

THIBAUT DUMAS

LA FERTÉ-BERNARD (SARTHE)

COMMERCE Dans une enseigne de literie, le rituel est immuable. Chacun s'allonge et jauge, un, deux, cinq, dix matelas bien alignés. Pour le plus souvent repartir avec le matelas affiché en promotion, alors qu'on y passe un tiers de sa vie environ.

Depuis sept ans, Cosme Literie, qui fabrique ses matelas à La Ferté-Bernard (Sarthe), tente de bousculer un marché en croissance de 12,5 % en France en 2021 selon l'Institut de prospective et d'études de l'ameublement (Ipea), pour peser 1,86 milliard d'euros. La société, parisienne d'origine, qui compte 15 salariés, atteindra 3 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2022. Elle mise sur le sur-mesure, le bio et le « made in France ».

« Nous n'avons pas de stock de produits finis, nous assemblons à la demande du client qui est guidé dans le choix d'une dizaine de matériaux uniquement naturels, certifiés à 80 % bio. C'est une offre un peu différente, le matelas s'adapte au dormeur et non l'inverse », explique Baptiste Derez, 32 ans, un des deux fondateurs de Cosme Literie, dont le grand-père travaillait déjà dans la région les fibres naturelles. En ligne ou en magasin, l'acheteur choisit la taille, les matériaux pour la fermeté, la face été et la face hiver et enfin le tissu. Latex naturel, crin végétal, fibre de coco, lin, laine, coton...

Après achat, le client peut tester puis faire modifier l'assemblage, car les matelas peuvent s'ouvrir, un peu comme un capot de voiture. « Les gens viennent de loin pour les tester avec comme motivation première des soucis de santé, des soucis de sommeil et l'écologie »,

détaille l'autre fondateur, Alexandre Tepper, 33 ans. Un modèle spécifique pour bébé à deux faces – plus ferme de 0 à 1 an, plus moelleuse de 1 à 5 ans – représente d'ailleurs la moitié des 5 000 ventes annuelles de Cosme Literie, entreprise déjà bénéficiaire. Sur le marché hexagonal, 90 % des 6 millions de matelas vendus par an sont à contrario en synthétique, latex synthétique en tête. Pour une durée de vie moyenne de sept ans. « La durée de vie de nos produits est deux fois plus longue, avance Baptiste Derez. On vise le haut de gamme qui reste accessible à tous, pas le luxe. » « On ne va pas faire de la pub avec Brad Pitt dans un lit ! » s'amuse son associé.

La concurrence est rude

Le prix plancher de Cosme Literie pour une version deux places s'affiche à 1 180 euros. 60 % des produits se vendent via son site internet et 40 % par ses trois enseignes (Paris, Lyon et Nantes), avec un délai de livraison d'un mois environ. La société ne souhaite pas passer par des revendeurs déjà installés « pour limiter les coûts intermédiaires et maîtriser la distribution comme l'accompagnement des clients ».

Reste que la concurrence est rude en France. Sur le milieu de gamme et l'entrée de gamme, l'import domine, de Belgique, des pays d'Europe de l'Est ou d'Asie. Sur le haut de gamme, les entreprises historiques françaises (Dunlopillo ou Treca) cherchent à bénéficier de l'effet « made in France ».

Quant aux start-up hexagonales Mello, Tediber ou Le Matelas vert, qui vendent uniquement en ligne,

elles se positionnent aussi sur l'écoconception. « Le « made in France » est un combat car une marque française ne fabrique pas forcément en France, prévient Alexandre Tepper. Quand un matelas a une enveloppe en coton bio, cela ne signifie pas forcément que pour le reste il est fait de matériaux naturels bio. » ■



Baptiste Derez (à gauche) et Alexandre Tepper, cofondateurs de Cosme Literie, dans leur usine sarthoise.

THIBAUT DUMAS