

## À l'occasion de la Journée internationale du Sommeil, Campanile révèle les réflexes, attentes et petits rituels des Français à l'hôtel

À l'occasion de la Journée Mondiale du Sommeil, le 13 mars prochain, Campanile célèbre le « mieux dormir » et met à l'honneur ses nouveaux standards de confort supérieurs. Matelas et sommiers renouvelés, oreillers premium, douches repensées... la marque midscale iconique de Louvre Hotels Group fait du sommeil une priorité absolue. Pour marquer cet événement, Campanile dévoile en exclusivité les résultats d'une étude OpinionWay consacrée aux habitudes des Français lorsqu'ils passent la nuit hors de chez eux. Seul, à plusieurs, pour le plaisir ou par nécessité, dormir à l'hôtel demeure une expérience singulière, où qualité de la literie, calme et intimité figurent parmi les critères clés, soulignant toute l'importance des nouveaux standards de confort supérieurs déployés par Campanile.

*Déployés progressivement au sein du réseau, les nouveaux standards de confort de Campanile reposent sur une literie intégralement renouvelée - matelas et sommiers sélectionnés pour être au-dessus des standards du marché 3\*, oreillers premium, couettes enveloppantes - ainsi que sur des équipements pensés pour optimiser la qualité du repos, comme des douches repensées et des chambres favorisant calme, fonctionnalité et sérénité. Une attention portée aux essentiels du séjour, en écho direct aux attentes exprimées par les Français lorsqu'ils dorment à l'hôtel.*

### Le sommeil comme point de départ d'une expérience mémorable

Sans surprise, les Français sont particulièrement attentifs aux conditions qui vont influencer la qualité de leur sommeil à l'hôtel. Mais si l'un des premiers réflexes, dès l'arrivée dans la chambre, consiste bien à évaluer le confort de la chambre, en particulier la qualité du lit, **près de 2 Français sur 3 (65 %) déclarent avoir des critères bien précis au moment de s'endormir** : silence, obscurité, exigences de confort... Seul **1 Français sur 4 (24 %) estime qu'une chambre confortable suffit à garantir une bonne nuit**, sans autre exigence particulière.

Certains voyageurs préfèrent ne rien laisser au hasard pour bien dormir loin de chez eux. Si **10 % emportent leur oreiller personnel** afin de retrouver leurs repères familiers, d'autres ont besoin de recréer leur environnement sonore : **8 % des répondants déclarent ainsi s'endormir plus facilement avec un bruit de fond**. Chez Campanile, nous savons combien la qualité du sommeil est essentielle à l'expérience du séjour. C'est pourquoi, parmi nos nouveaux standards de confort, une attention toute particulière a été portée aux oreillers, pensés pour être à la fois moelleux et confortables, afin de convenir au plus grand nombre. Les chambres sont ainsi conçues pour permettre à chacun de retrouver rapidement ses

# Campanile

repères et de créer les conditions d'un sommeil réparateur, afin que chaque nuit à l'hôtel reste un moment simple et agréable, prolongeant durablement le bien-être du séjour.

## Petits imprévus, grands réflexes : quand les essentiels font la différence

En déplacement, certains réflexes inattendus en disent long sur le besoin de se sentir « comme chez soi » pour bien dormir. Une réalité qui rejoint la philosophie de Campanile, pensée pour offrir des séjours simples et confortables, où chacun peut rapidement trouver ses marques.

- > **32 % des 18-24 ans voyagent avec un doudou ou une peluche.** Une habitude également adoptée par 9 % des Français,
- > 1 Français sur 10 applique un principe de précaution très concret **en glissant un rouleau de papier toilette dans sa valise,**
- > **76 % des Français trouvent également une solution alternative lorsqu'ils oublient leur brosse à dents.** En effet, les Français sont 45% à déclarer avoir déjà utilisé leur doigt comme brosse à dents en cas d'oubli de cette dernière. Parmi les autres solutions citées, 34 % préfèrent mâcher un chewing-gum, prendre un bonbon ou une pastille à la menthe (19 %), utiliser un mouchoir (6 %), manger un snack (2 %). Plus inattendu encore, certains vont jusqu'à utiliser une taie d'oreiller (1 %) ou même une serviette de toilette (9 %) !

## Famille, animaux, collègues : partager la chambre pour le meilleur et parfois, pour le pire !

Près de 8 Français sur 10 (79 %) partagent leur chambre lors de leurs déplacements, le plus souvent avec leurs enfants, leurs parents ou leurs frères et sœurs. Une cohabitation parfois rassurante, mais rarement neutre pour la qualité du sommeil.

- > **Parmi les Français ayant déjà partagé une chambre, 84 % déclarent avoir déjà été dérangés.** Les ronflements arrivent largement en tête des nuisances citées (66 %), devant les mouvements nocturnes (32 %) et les personnes qui parlent dans leur sommeil voire somnambules. Cette expérience est vécue différemment selon les profils : **les hommes se déclarent globalement moins dérangés que les femmes,** révélant une sensibilité différente aux perturbations nocturnes,
- > **16 % des Français ont déjà amené leur chien ou leur chat à l'hôtel lors de leurs déplacements.**
- > Certains voyageurs vont encore plus loin : **poisson rouge ou tortue font aussi partie des compagnons de nuit** évoqués, même s'ils ne concernent qu'1 % des répondants.

Pour répondre à ces nouvelles habitudes, Campanile s'inscrit dans un programme d'accueil permettant aux clients de séjourner avec leurs animaux dans des conditions adaptées. Les chambres peuvent ainsi accueillir jusqu'à deux animaux par nuit, tandis que des équipements dédiés, comme des gamelles dans les espaces communs, facilitent une cohabitation harmonieuse pour tous. Par ailleurs, des protocoles de nettoyage spécifiques et une attention particulière portée à l'hygiène des chambres garantissent un accueil adapté aux animaux, sans compromis sur le confort et la tranquillité des autres voyageurs. Une organisation pensée pour simplifier les déplacements des clients, préserver la sérénité de chacun et permettre de voyager sans renoncer à la compagnie de son animal.

# Campanile

## Déplacements professionnels : quand la nuit et le petit déjeuner deviennent les vrais temps forts du séjour

En déplacement professionnel, le souvenir d'un séjour se construit souvent bien au-delà du travail lui-même. Repos, moments pour soi et rituels du matin occupent une place centrale dans l'expérience vécue à l'hôtel :

- > Parmi les Français effectuant des déplacements professionnels, **20 % déclarent accorder davantage d'importance au petit-déjeuner** qu'au temps consacré au travail (moment le plus important pour seulement 4 %).
- > **9 % des Français déclarent avoir déjà partagé une chambre avec un(e) collègue, une proportion identique à celle observée pour le partage avec un(e) amant(e).**

Le réveil apparaît ainsi comme un moment clé du séjour. Pourtant, il ne se vit pas toujours de la même manière :

- > **56 % des Français qui font des déplacements professionnels déclarent ne pas prendre plaisir à partager le petit déjeuner avec leurs collègues**, dont 8 % reconnaissent ne pas vouloir être jugés sur ce qu'ils mangent au réveil,
- > 22 % d'entre eux estiment que **le petit déjeuner est sacré**, un temps de calme indispensable pour bien commencer la journée.

Entre besoin d'échanges informels et recherche de tranquillité, les attentes varient selon les voyageurs. Fidèle à la tradition hôtelière qui fait du petit déjeuner un véritable rendez-vous du séjour, Campanile propose des espaces pensés pour s'adapter à chacun : tables conviviales pour discuter, configurations plus intimistes pour travailler ou profiter d'un moment calme avant de repartir. Cette organisation accompagne la nouvelle offre petit déjeuner de la marque, conçue pour offrir davantage de choix et de flexibilité, afin que chacun puisse commencer sa journée à son rythme, dans la continuité d'une nuit reposante, autour notamment de la brioche signature à partager, véritable moment de convivialité.

*Source : Sondage OpinionWay pour Campanile, réalisé en janvier 2026. Méthodologie : Etude réalisée auprès d'un échantillon représentatif de 1 031 personnes âgées de 18 ans et plus, interrogées en ligne du 16 au 20 janvier 2026.*

### À propos de Louvre Hotels Group

Louvre Hotels Group est un acteur majeur du secteur de l'hôtellerie mondiale, dont le portefeuille compte aujourd'hui plus de 1 750 hôtels dans 70 pays. Il dispose d'une offre hôtelière complète de 1 à 5 étoiles avec les marques : Première Classe, Hoshō, Kyriad, Campanile, TULIP Hotels & Residences, Golden Tulip et Royal Tulip ; les 5 marques du réseau Sarovar en Inde, le groupe Hôtels & Préférence et les marques Unique Boutique Hotels et TemptingPlaces Collection.

Louvre Hotels Group est une filiale de Jin Jiang International Holdings Co., Ltd., 2ème groupe hôtelier mondial.

### À propos de Campanile

Fondée en 1976, Campanile est la marque midscale historique de Louvre Hotels Group (trois étoiles), qui compte 410 hôtels majoritairement en France, en Europe et en Chine. Séjourner chez Campanile, c'est se sentir simplement bien, comme à la maison. C'est profiter d'un accueil chaleureux, de chambres cosy, d'une cuisine française simple et savoureuse, d'animations joyeuses, le tout dans une démarche responsable. Un confort et un service qui font de Campanile la maison des bons moments.



Kyriad



SAROVAR HOTELS



TEMPTINGPLACES  
COLLECTION

ROYAL  
TULIP

Louvre Hotels  
GROUP