



Place à la Relève en Gestion

Épreuve de Marketing #1

ZedBed



Édition 2010
13/11/2010

ZedBed¹

Si jamais on vous posait la devinette suivante : « Quel point commun y a-t-il entre un boucher, un vendeur et un assistant à la direction d'une entreprise ? », vous seriez sans doute perplexe pour donner une réponse. À la limite, vous pourriez penser que le marketing les unis, ce qui n'est pas faux. Cependant, au sein de cette discipline, plusieurs activités cohabitent et la plupart sont courantes au sein des organisations actuelles.

Quoi qu'il en soit, vous vous demandez sans doute quelle était la solution. La réponse est que ces trois métiers sont ceux des fondateurs de Zedbed. Cela laisse rêveur ? Cela tombe bien, car ces trois personnes sont devenues les dirigeants d'une usine de matelas. Remontons quelques 20 ans en arrière pour situer notre histoire.

Songe d'une nuit d'été...²

Même si la vie n'est pas toujours un long fleuve tranquille, Denis Gélinas, qui était alors boucher, menait une vie consacrée à sa famille et à sa carrière de boucher. Dans la petite entreprise qu'il avait créée, il avait à cœur son métier, et sa passion se transposait dans la qualité des produits qu'il vendait, les conseils qu'il donnait à ses clients et le respect de ses employés. Son fils, le petit David, alors âgé de 5 ans, s'en souvient encore. C'était le bon temps, mais depuis l'environnement économique a bien changé.

Les épiceries ont pris de l'ampleur, non pas forcément par leur taille, mais plus par leur spécialisation. De leur métier de base, elles ont voulu intégrer des professions spécifiques liées à l'alimentation. Dans un souci de rendre encore plus commode la vie des consommateurs, ces grandes chaînes ont ainsi intégré des professionnels tels que des boulangers, poissonniers, bouchers, primeurs sous leur toit. Cela permettait alors d'avoir des produits plus nobles, mieux présentés et dans certains cas, d'une toute aussi bonne qualité que chez les artisans des métiers de bouche. Bien évidemment, si ce nouvel avantage stratégique a été bénéfique aux grandes surfaces, dans la majorité des cas, cela a nui aux commerces indépendants. La clientèle a déserté peu à peu la boucherie et avant l'hémorragie totale, Denis Gélinas a décidé de vendre son commerce.

¹ Cas rédigé par le professeur William Menvielle avec la collaboration de David Gélinas de Zedbed.

² Titre inspiré de l'œuvre de William Shakespeare écrite entre 1594 et 1595.

Épreuve Officielle

Marketing



Puisqu'un malheur n'arrive jamais seul, c'est aussi au cours de ces années, que le frère de Denis, Mario Gélinas, alors représentant pour une manufacture de matelas dans le village de St-Narcisse (à une vingtaine de kilomètres à l'est de Trois-Rivières) perd son emploi. La délocalisation vers des pays où la main d'œuvre est toujours moins chère semble être l'une des principales raisons de cette situation.

Bref, seule la situation professionnelle du troisième frère, Alain Gélinas semblait être confortable, puisque, en tant qu'assistant de direction pour une manufacture de fil de fer et de clous de la région de Trois-Rivières (Québec), il aurait pu se contenter de son emploi et continuer de mener une vie tranquille et prospère, mais la situation économique de ses frères lui faisait sentir qu'il leur était redevable. L'esprit de famille sans doute, le lien du sang... Alors, il démissionna, tout simplement.

Sur une note d'espoir, les trois frères réalisèrent donc qu'ils avaient plus d'atouts qu'ils ne le croyaient :

- Denis Gélinas avait appris à gérer de la marchandise, des hommes et avait le sens du service à la clientèle. En outre, la vente de sa boucherie lui avait rapporté une coquette somme d'argent qu'il était prêt à réinvestir.
- Mario Gélinas, quant à lui, avait une expertise dans le domaine du matelas, en plus d'avoir des contacts avec des clients et de l'entregent pour les convaincre d'acheter.
- Alain Gélinas, enfin, avait pu lui aussi mettre de l'argent de côté, mais son véritable avantage résidait dans ses connaissances en comptabilité, finance et en vente dans le domaine manufacturier.

Sous l'égide de leur père, ne voulant pas non plus abandonner ses fils à leur triste sort, il leur donna le coup de main que tous les enfants attendent de leur père. En avril 1994, « les Literies Champlain voient le jour à Grand-Mère en tant qu'entreprise incorporée se spécialisant principalement dans la fabrication de matelas à ressorts et de sommiers »³. Par contre, pas question de ne faire que du matelas traditionnel à faible valeur ajoutée. Il fallait pouvoir être distinctif.

Comme on fait son lit, on se couche ...

On dit souvent que les PME disposent d'une structure très simple. C'est encore plus vrai ici, du moins à ses débuts, car avec trois propriétaires-dirigeants, l'organisation du travail a permis une répartition des tâches selon deux postes :

³ Repris de zedbed.com

Épreuve Officielle

Marketing

- L'un des frères fabriquait les matelas et les sommiers à l'usine.
- Les deux autres vendaient les matelas; pour l'un dans la salle de montre située à l'avant de l'usine et pour l'autre en se déplaçant dans différents centres commerciaux.

Cette forme de marketing direct, encore prisée par de grandes entreprises d'aujourd'hui, a tenu promesse. C'est en effet cette technique qui a permis la croissance de l'entreprise, technique qui fut assortie d'une autre stratégie de marketing : la diversification. Aux matelas et sommiers alors fabriqués par l'entreprise, Les Literies Champlain ajoutent un nouveau produit : le lit à commandes électriques, qu'ils ne font que distribuer au départ. Désormais, le consommateur pourra non seulement dormir dans les bras de Morphée, mais se lever en minimisant ses efforts grâce à ce nouveau produit.

Le lit à commandes électriques procure des avantages indéniables. Il consiste en un sommier articulé dans ses parties inférieures et supérieures, ce qui procure aux dormeurs la possibilité de lire dans leur lit, regarder la télévision, surélever leurs jambes en cas de problèmes de circulation sanguine ou de lourdeur. Bref, trouver sa position de sommeil idéale. Qui plus est, ce produit se distingue des sommiers conventionnels dans la mesure où chaque côté est personnalisable. Madame peut lire en relevant sa tête de sommier, pendant que Monsieur dort à plat et Monsieur peut regarder ses émissions sportives à la télé, bien au chaud dans son lit, les pieds en éventail, pendant que Madame dort avec une autre inclinaison de son sommier.



Techniquement parlant, ce sommier articulé nécessite aussi un matelas plus souple que celui à ressort, traditionnellement commercialisé. C'est dans cette ligne de pensée que l'entreprise développe un matelas mousse. Désormais, ils ne se contenteront plus de jouer le rôle de distributeur; ils endossent celui de manufacturier, car la demande pour ce genre de produit au Québec est croissante. En 2000, les premiers lits ajustables sortent de l'entreprise de Grand-Mère (à une quarantaine de kilomètres au nord de Trois-Rivières, en Mauricie) et on leur attribue le marque de commerce ZedBed.

Zzzzzz.....

Zedbed ? Pourquoi ce nom, semblez-vous demander ? Z, c'est la dernière lettre de l'alphabet, Z, cela tout le monde le sait. Dans les arts, z, c'est aussi le nom du personnage principal du film d'animation

Épreuve Officielle

Marketing

fourmiz. Z, c'est la signature de Zorro, le nom de certains dessinateurs de BD ou encore le titre d'un roman de Vassilis Vassilikos. Dans le domaine des sciences, Z c'est l'ensemble des nombres entiers relatifs, le symbole d'une inconnue (après x et y), un symbole chimique. Z, c'est aussi le nom d'un type de voiture sport chez Nissan ou le nom d'une ex-équipe cycliste.

Bref, la liste de l'utilisation de cette lettre est longue, mais quel peut être le lien avec des lits et des matelas ? Vous donnez votre langue au chat ? Voici l'explication :

- Z, c'est la forme du lit ajustable (vue de profil), lorsque les parties supérieures et inférieures sont relevées (\wedge).
- Z, c'est aussi le terme que l'on retrouve dans les phylactères⁴, lorsque le personnage de la bande dessinée dort.
- Z, c'est la dernière lettre de l'alphabet français.

Quand au suffixe, Bed, il signifie « lit » tout simplement en anglais. Tout était alors réuni pour décider de choisir ce nom comme marque pour le concept de lit électrique assorti d'un matelas mousse. Le produit distribué chez Signature Maurice Tanguay connaît un succès phénoménal. Avec les années, la demande pour le matelas devient plus populaire que le lit complet et pour permettre aux consommateurs de faire le lien entre le produit et l'entreprise qui le manufacture, « en 2002, Les Literies Champlain changent de nom d'entreprise pour Corporation Zedbed International Inc. »

Dormir sur ses deux oreilles ?



Au cours de la même année, Zedbed international inc. décide de ne plus seulement commercialiser le lit complet, mais de proposer aux consommateurs la possibilité d'acheter le matelas mousse de façon indépendante. Ils pourront alors choisir un sommier traditionnel sur lequel reposera ce nouveau concept de matelas. Fabriqué à partir de mousses à mémoire de forme, ZedPur, ce matelas connaît un succès fulgurant sur le marché, propulsant du même coup l'entreprise comme le leader en Amérique du Nord dans le domaine de ce type de produit.

⁴ Le phylactère est un moyen graphique utilisé en illustration puis en bande dessinée pour attribuer des paroles aux personnages. Il est habituellement constitué d'une forme ovale ou rectangulaire avec des coins plus ou moins arrondis. (source : wikipedia.org)

Épreuve Officielle

Marketing



Les ventes triplent confirmant la popularité du produit, une popularité que l'on peut aussi expliquer par deux autres principes. D'une part, l'entreprise est située sur le continent nord-américain, ce qui lui permet de répondre à l'ethnocentrisme⁵ des consommateurs canadiens et américains, privilégiant les produits fabriqués sur leur continent. Il faut aussi ajouter que les conditions climatiques de certaines régions de l'Amérique du Nord (en particulier du Québec avec ses hivers froids et secs et ses étés chauds et humides) ont poussé l'entreprise à adapter ses produits à ces contraintes. De plus, la morphologie des Nord-Américains est différente de celle des Européens; leur taille, mais surtout leur poids sont des contraintes physiques que Zedbed international inc. a dû prendre en considération lors de la fabrication des ZedPur.

La deuxième raison vient de la quasi-inexistence de concurrence pour ce type de produit. Seule l'entreprise suédoise Tempur Pedic propose un produit de qualité similaire, mais à un prix supérieur. Même si ses produits sont associés à des labels scientifiques (Nasa) ou médicaux (Fondation pour l'arthrite aux États-Unis), cela laisse quand même une place de choix sur le marché pour Zedbed international inc.

Armé d'un acharnement hors pair, l'entreprise axe ses efforts sur le développement de nouveaux produits, l'utilisation de matériaux plus nobles et la conquête de distributeurs.

Aujourd'hui, j'ai fait un rêve....

....un rêve dans lequel tous les consommateurs pourraient dormir sur des produits sains, des produits biologiques, tout en leur permettant de passer la meilleure des nuits qui soit. Si ce n'est plus uniquement un rêve, mais une réalité depuis 2006, l'entreprise n'a toutefois pas voulu se positionner à tout prix comme une entreprise inscrite dans le développement durable uniquement au détriment de la qualité de ses produits.

Le développement du ZedPur, matériau à base d'huile de soya, a permis une amélioration de la qualité de la mousse entrant dans la composition des matelas : la densité y est de 5 lbs., alors que les entreprises concurrentes atteignent maximum 3 lbs. Une nouvelle collection de matelas et d'oreillers est née, dénommée Zedbed Nature et conçue à base d'huile de soya pure.

Si certains consommateurs sont réceptifs aux matériaux utilisés dans ces produits, en raison de leurs valeurs et leur personnalité, d'autres individus, sont davantage attirés par les gadgets technologiques mis

⁵ L'ethnocentrisme se définit comme tendance, plus ou moins consciente, à privilégier les valeurs et les formes culturelles du groupe ethnique auquel on appartient. (source : Grand dictionnaire de la langue française).

Épreuve Officielle

Marketing



de l'avant par la concurrence pour vendre leurs matelas. Que ce soit Simon's, Serta ou encore Matelas René, ces fabricants ont recours à des bornes interactives et des applications multimédia pour expliquer aux consommateurs les bienfaits et vertus de leurs matelas et leur faire découvrir les étapes de la fabrication. Comme s'il visitait leur usine, le consommateur devient alors spectateur du processus de fabrication et découvre les organes de son matelas : type de mousse, nombre de ressorts, garniture, enveloppe, tissus, tout y passe – du moins tout ce que l'on veut bien montrer au consommateur – pour tenter de donner une supériorité au produit. Certains consommateurs mordent à l'hameçon et achètent des produits de la concurrence.

Qui plus est, cette concurrence offre, en complicité avec ses détaillants, des « assurances » comme les 30 ou 45 nuits de sommeil garanties, à défaut de quoi elle reprend le matelas, le rembourse ou l'échange. Ceux qui possèdent un iPhone disposent aujourd'hui d'une application (Sleep cycle alarm clock) leur permettant de connaître leurs cycles de sommeil et ainsi de savoir si leur position et indirectement leur matelas est fait pour eux ou non... (images ci-dessous). On n'arrête pas le progrès.



Mais chez Zedbed, on se demande bien s'il faut céder à cette technologie ou opter pour des modes de commercialisation plus traditionnels. Jusqu'à présent, l'entreprise s'est contentée de donner le maximum d'informations aux vendeurs de ses distributeurs pour permettre de donner l'heure juste au consommateur final. Mais, Zedbed n'est pas réfractaire pour autant à la technologie, puisqu'elle utilise les réseaux

Épreuve Officielle

Marketing

sociaux (Facebook, Twitter) pour faire connaître ses actions et diffuse régulièrement des communiqués de presse par ces systèmes électroniques.

Un sommeil plutôt agité

L'entreprise a aussi conclu une entente avec un des principaux distributeurs, Ameublement Tanguay et Signature Maurice Tanguay (voir photos). Entente selon laquelle 5 camions sont recouverts d'une publicité à l'effigie des produits de Zedbed. Ameublement Tanguay se distinguant par son service de livraison gratuit à la grandeur de la province, le nom et les photos des produits de l'entreprise seront ainsi présentés à une vaste population, qui pourra se rappeler du produit lors de son prochain achat, un achat effectué en moyenne tous les 10 ans.



Ce seul moyen de communication est loin d'être suffisant et c'est aussi la raison pour laquelle Zedbed commandite de nombreuses œuvres, activités ou équipes sportives voire même des émissions de télévision. Ces activités augmentent la visibilité de l'entreprise en plus d'augmenter sa notoriété et la mémorisation auprès des consommateurs. S'il est vrai que certaines commandites sont plutôt locales (UQTR, l'équipe de hockey de la LHJMQ des Cataractes de Shawinigan, le Défi

Vélo Mag dans le Parc de la Mauricie), d'autres ont une couverture provinciale, comme l'émission Occupation Double sur les ondes de TVA.

Mais lorsque les consommateurs cherchent les produits dont ils ont vu le nom, c'est un nouveau dilemme qui s'opère : l'entreprise est bien présente chez BMT (Brault & Martineau et Tanguay), auprès du groupe Matelas Bonheur ou encore chez quelques regroupements (Maison Éthier, Meubles Branchaud) et chez quelques indépendants. On ne trouve pas l'ensemble de la gamme chez tous ces distributeurs.

C'est cette stratégie de distribution qui a été choisie, permettant d'éviter le cannibalisme. Ainsi, si un détaillant se trouve à proximité d'un magasin Tanguay ou Brault et Martineau, on ne proposera pas la même gamme de produits dans les deux magasins. Si c'était le cas, le détaillant ne pourrait réellement

Épreuve Officielle

Marketing



pas contrer l'offre de ces géants du meuble et le consommateur irait bénéficier des conseils chez le vendeur indépendant et des modes de paiement auprès du grand magasin. Par contre, dans les régions éloignées ou celles dans lesquelles on trouve peu de ces grandes surfaces, la gamme de produits est plus vaste. Le consommateur a alors le choix d'opter pour un matelas Zedbed ou de s'en passer...

Si logique il y a, cela complexifie un peu la gestion des produits et des relations entre Zedbed et ses distributeurs. Plusieurs interrogations se posent dans la tête des dirigeants :

- Doit-on conserver le système de distribution actuel ?
- Doit-on donner plus de pouvoir aux petits détaillants, les soutenir davantage ?
- Doit-on opter pour de nouveaux modes de communication et de commercialisation des produits ?

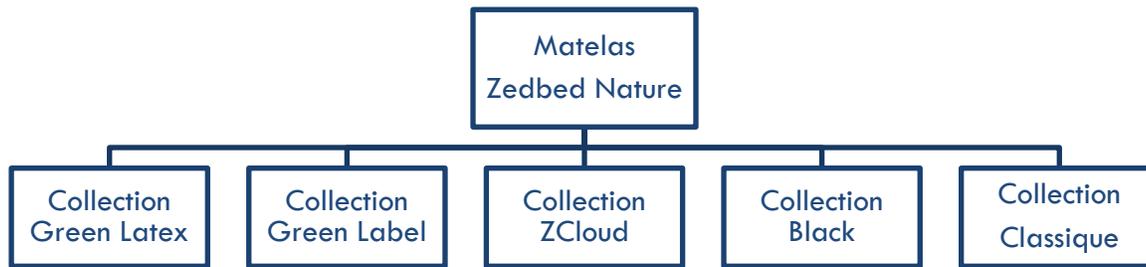
Telles semblent être quelques-unes des questions en suspend.

Votre travail

Dans ce contexte, l'entreprise vous confie le mandat de réfléchir sur les modes de commercialisation de ses produits, tout en lui permettant de continuer à innover et de rester le chef de file en Amérique du Nord en matière de matelas de mousse et de lits électriques.

Pour vous aider dans votre démarche, Zedbed vous fournit les gammes des produits qu'elle commercialise.

Annexe - Les produits



Les matelas

Zedbed offre actuellement cinq collections de matelas regroupant au total plus d'une trentaine de modèles différents. Chacune des collections se différencie par son look alors que chacun des modèles est quant à lui fabriqué selon une configuration spécifique (choix des matériaux et de leurs épaisseurs ou de leur emplacement dans le matelas). Les collections sont présentes dans la plupart des détaillants de leur réseau de distribution alors que les modèles sont différents chez chacun d'entre eux.

	Principales caractéristiques	Marché cible	Distributeurs
Green latex	<ul style="list-style-type: none"> - Fabriqué entièrement de latex provenant de l'arbre d'hévéa (nature) - Le matériau utilisé dans ces produits apporte une grande fraîcheur - Matelas recouverts d'une housse verte et beige - Collection reconnue pour avoir un confort plus conventionnel (se rapprochant de celui des matelas ressorts) - Collection Haut de Gamme 	<p>Nous ciblons une clientèle féminine âgée de plus de 50 ans résidant en Amérique du Nord.</p> <p>(Clientèle habituée de dormir sur des matelas ressorts mais qui désire bénéficier des avantages de la mousse sur leur santé physique)</p>	<p>Matelas Bonheur (Montréal)</p> <p>Brault & Martineau (Montréal)</p> <p>Ameublement Tanguay (Est du Québec)</p> <p>Maison Éthier (Montréal)</p>
Green label	<ul style="list-style-type: none"> - Fabriqué entièrement de Zedpur Enviro (viscoélastique) fait à base d'huile de soya. - Le matériau utilisé est réputé pour épouser parfaitement les formes du corps - Matelas recouverts d'une housse verte et beige. 	<p>Nous ciblons une clientèle féminine âgée entre 35 et 50 ans résidant en Amérique du Nord et qui ont un revenu supérieur à la moyenne.</p> <p>(Clientèle professionnelle et qui désire bénéficier des</p>	<p>Brault & Martineau (Montréal)</p> <p>Ameublement Tanguay (Est du Québec)</p> <p>Maison Éthier (Montréal)</p>

Épreuve Officielle

Marketing

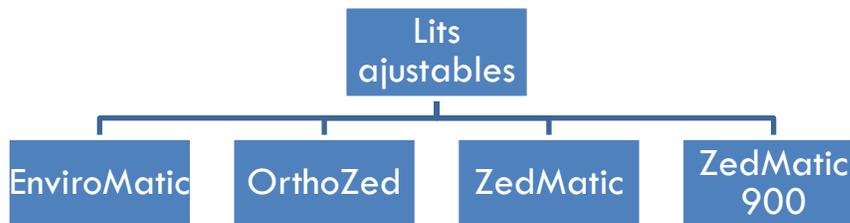


	<ul style="list-style-type: none">- Collection Haut de Gamme	biens faits de la mousse mémoire)	Boutique Toquade (Mont-Tremblant)
Zcloud	<ul style="list-style-type: none">- Fabriqué d'un matériau ZX (Un Hybride se situant à mi-chemin entre le latex et le ZedPur Enviro)- Le matériau utilisé offre un confort unique difficilement comparable sur le marché.- La housse du matelas est d'un blanc immaculé très tendance- Collection moyen de gamme	Nous ciblons les personnes âgées entre 20 et 35 ans faisant l'achat d'un premier matelas et qui habitent en Amérique du Nord. Une clientèle en quête de produit innovateur.	Ameublement Tanguay (Est du Québec) Meubles Branchaud (Abitibi) Matelas Bonheur (Montréal) 6 clients américains (Nord Est des USA)
Black	<ul style="list-style-type: none">- Fabriqué d'un matériau R2 (offrant une réponse rapide aux mouvements du corps).- Le matériau utilisé offre un confort unique sur le marché difficilement comparable- Les matelas sont recouverts d'une housse blanche et noire, des couleurs très tendances en décoration.- Collection moyen de gamme	Nous ciblons les femmes âgées entre 20 et 35 recherchant l'innovation, le design et le confort en Amérique du Nord.	Tous nos détaillants.
Classique	<ul style="list-style-type: none">- Fabriquée entièrement de Zedpur Enviro (viscoélastique) fait à base d'huile de soya.- Le matériau utilisé est réputé pour épouser parfaitement les formes du corps- Matelas recouverts d'une housse beige au look plus ordinaire- Collection moyen de gamme	Nous ciblons une clientèle féminine âgée entre 35 et 50 ans ayant un revenu moyen résidant en Amérique du Nord.	Tous nos détaillants

Épreuve Officielle

Marketing

Les lits



La gamme de lits ajustables, proposée par Zedbed, se retrouve chez la plupart des détaillants. Les différents modèles se différencient principalement par leur design et leurs fonctionnalités.

	Principales caractéristiques	Marché cible	Distributeurs
ZedMatic	<ul style="list-style-type: none">- La base de lit se dépose sur un sommier conventionnel- Possibilité de mettre n'importe quel matelas sur le lit ajustable- Possibilité d'avoir un système de massage intégré	Toutes les personnes ayant des problèmes articulaires résidant en Amérique du Nord. Les femmes âgées de plus de 35 ans aimant lire ou écouter la télévision dans leur lit et résidant en Amérique du Nord.	Ameublement Tanguay (Est du Québec) Brault & Martineau (Montréal)
OrthoZed	<ul style="list-style-type: none">- Les mêmes avantages que le ZedMatic mais lorsqu'on élève la partie haute du lit, le lit se rapproche de la table de chevet.	Toutes les personnes ayant des problèmes articulaires résidant en Amérique du Nord. Les femmes âgées de plus de 35 ans aimant lire ou écouter la télévision dans leur lit et résidant en Amérique du Nord.	Ameublement Tanguay (Est du Québec) Brault & Martineau (Montréal)

Épreuve Officielle

Marketing

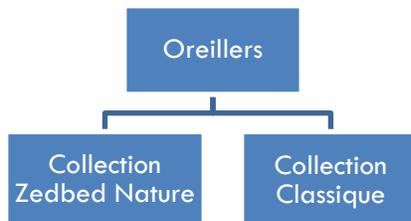


Enviromatic	<ul style="list-style-type: none">- Le mécanisme est intégré dans le matelas comparativement aux autres modèles alors que le mécanisme est intégré dans la base de lit.- Possibilité de déposer le matelas sur n'importe quelle surface	Toutes les personnes ayant des problèmes articulaires résidant en Amérique du Nord. Les femmes âgées de plus de 35 ans aimant lire ou écouter la télévision dans leur lit et résidant en Amérique du Nord.	Ameublement Tanguay (Est du Québec) Brault & Martineau (Montréal) Furniture Land South (USA)
Zedmatic 900	<ul style="list-style-type: none">- Même avantage que la ZedMatic, mais le look est plus conservateur (ancien modèle)	Toutes les personnes ayant des problèmes articulaires résidant en Amérique du Nord. Les femmes âgées de plus de 35 ans aimant lire ou écouter la télévision dans leur lit et résidant en Amérique du Nord.	Matelas Bonheur

Épreuve Officielle

Marketing

Les oreillers



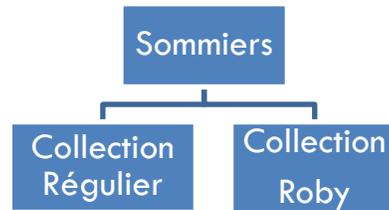
- Zedbed offre plusieurs choix d'oreillers convenant parfaitement à tous les types de dormeurs. Au total, plus de huit modèles se retrouvent sous les deux collections. Les oreillers se différencient en majorité par leur forme ou le choix du matériau assurant un confort unique. Tous les oreillers Zedbed épousent les formes de la tête et du cou, éliminent les points de tension, préviennent le développement des acariens et sont hypoallergènes

	Principales caractéristiques	Marché cible	distributeurs
ZedBed Nature	- Matériau d'allègement des pressions fabriqué d'huile de soya	Toutes les personnes âgées de plus de 18 ans étant prêtes à investir dans leur sommeil et résidant en Amérique du Nord.	Tous nos détaillants
Classique	- Matériau d'allègement des pressions régulier	Toutes les personnes âgées de plus de 18 ans étant prêtes à investir dans leur sommeil et résidant en Amérique du Nord.	Tous nos détaillants

Épreuve Officielle

Marketing

Les sommiers



En ce qui a trait aux sommiers, l'entreprise propose deux types de supports pour le matelas soit un sommier conventionnel (régulier) ou l'un au style plus décoratif (Roby) qui s'agencera au décor de votre chambre à coucher.

	Principales caractéristiques	Marché cible	distributeurs
Régulier	<ul style="list-style-type: none">- Composés de lattes plutôt que de ressorts- Fabriqués de bois très solide- S'agencent parfaitement au couleur du matelas du client	Tous les acheteurs de matelas qui passent dans les détaillants autorisés Zedbed.	Tous nos détaillants.
Roby	<ul style="list-style-type: none">- Ressemblent plus à une base de lit décorative- Possibilité d'ajouter et d'agencer une tête de lit- Fabriqués de la même façon qu'un sommier régulier- Pattes de bois sous le sommier	Tous les acheteurs de matelas qui passent dans les détaillants autorisés Zedbed et qui désirent améliorer le décor de leur chambre à coucher.	Tous nos détaillants à l'exception de Brault & Martineau et Ameublement Tanguay.