

ENTRETIEN DES TEXTILES : LES CONSIDERATIONS ENVIRONNEMENTALES AU CŒUR DES NOUVELLES HABITUDES DES EUROPEENS



Le COFREET dévoile les résultats du troisième baromètre Européen IPSOS 2021 du GINETEX sur l'entretien des textiles :

- **Plus de 8 Européens sur 10 jugent utile l'étiquette d'entretien textile.** Cette proportion s'élève à 75% en France et grimpe jusqu'à 87% en Suède.
- **La grande majorité (71%) suit les consignes d'entretien.** Ce résultat est d'ailleurs de 81% en Suède, contre seulement 65% au Royaume-Uni. La France est quant à elle dans la moyenne européenne puisque 71% des Français déclarent suivre les conseils d'entretien.
- **74% des Européens (contre 69% des Français) n'achètent jamais ou rarement un vêtement sans étiquette d'entretien.**
- **Les Européens ont une volonté de consommer de manière plus éthique et responsable :** Cette tendance est encore plus ancrée en France puisque 68% des sondés (contre 65% des Européens) souhaitent voir figurer davantage d'informations environnementales sur l'étiquette d'entretien de leurs textiles. Les Européens plébiscitent à cet égard, la mise en avant de recommandations d'entretien écologique



(65%), ou encore la mise en avant de la part de tissus recyclés (57%). **L'éco-score environnementale, quant à lui, est bien plus populaire en France (64%) que chez nos voisins européens (56%).**

Le COFREET et GINETEX, Groupement International de l'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles, annoncent les résultats du troisième baromètre Européen 2021 « L'étiquette d'entretien textile et les Européens » mené avec IPSOS. L'enquête présentée aujourd'hui a été réalisée dans sept pays européens : la France, le Royaume-Uni, l'Allemagne, l'Italie, la Suède, la Tchéquie et l'Espagne.

Les Européens, des consommateurs réguliers qui ont besoin d'être informés.

49% des Européens sont attentifs à la qualité du vêtement qu'il s'apprête à acheter. C'est 4 points de plus par rapport à 2019 !

Selon les résultats de ce troisième baromètre, les Européens, grands consommateurs de vêtements, sont de plus en plus avisés lorsqu'ils effectuent leurs achats textiles. Ainsi, dans les sept pays sur lesquels porte l'étude, **la quasi-totalité des personnes interrogées (93%) s'est acheté au moins un vêtement au cours des six derniers mois.** Dans le détail, ce sont les Italiens (95%), les Tchèques (96%) et les Espagnols (97%) qui sont les plus nombreux à avoir, acquis un vêtement dans les six derniers mois. **Les Français** sont quant à eux dans la moyenne européenne puisque 92% des sondés déclarent avoir acheté au moins un vêtement au cours des six derniers mois.

Soucieux de la qualité de leurs vêtements, les Européens accordent une grande importance aux aspects techniques du vêtement. Si le **prix reste le principal critère de choix d'un vêtement**, le rapport qualité-prix, la qualité, le confort et l'aspect général du vêtement sont également des critères importants pour les consommateurs. **En France, si ces deux critères dominant toujours le choix des consommateurs (57% pour chaque), leur importance est de plus en plus pondérée par l'apparition de nouveaux critères notamment éthiques et environnementaux.**

Ainsi, par rapport au précédent baromètre européen réalisé en 2019, certaines caractéristiques comme **la qualité du vêtement sont de plus en plus déterminantes dans l'acte d'achat.** Ainsi, aujourd'hui, 49% des Européens, considèrent que la qualité du vêtement qu'ils s'apprêtent à acheter est un critère important, soit une hausse de 4 points en deux ans. On remarque que d'autres critères comme la marque (+ 4 points), ou le pays d'origine du vêtement (+ 1 point) deviennent eux aussi de plus en plus importants.

L'étiquette textile, une source d'information plébiscitée par les Européens

Si la taille (96%) et la composition des textiles (74%) restent les informations les plus recherchées par les Européens, la présence ou non de consignes d'entretien a elle aussi un impact important sur la décision d'achat.



Près de six Européens sur dix (59%), sont attentifs à l'étiquette d'entretien lorsqu'ils achètent un vêtement. Cette proportion s'élève à 59% en France, 63% en Allemagne, 65% en Suède, et même 66% en Italie.

74% des Européens refusent ou évitent d'acheter des vêtements dépourvus d'étiquette d'entretien !

Signe de l'importance que les Européens lui accordent, l'étiquette d'entretien textile est une donnée indispensable pour une grande majorité des personnes interrogées : **74% des Européens n'achèteraient jamais, ou rarement, un vêtement ne comportant pas d'étiquette d'entretien.** Les Britanniques et les Allemands sont les plus attachés à l'étiquette puisque pour 83% des habitants, l'achat d'un textile sans étiquette n'est pas envisageable, ou rare. Les Français sont quant à eux, moins attentifs que leurs voisins à ce détail, puisque 31% des Français achètent au moins occasionnellement des vêtements sans étiquette d'entretien.

68 % des Européens coupent les étiquettes de leurs vêtements.

Malgré son intérêt et sa popularité, la relation qu'entretiennent les Européens avec l'étiquette d'entretien est paradoxale.

En moyenne, **71% des Européens et des Français déclarent suivre les consignes d'entretien indiquées sur l'étiquette - ils sont même 82% à juger cette dernière comme utile.** Ce chiffre varie grandement d'un pays à un autre. Ainsi, seulement 65% des Britanniques et 67% des Espagnols déclarent suivre les consignes d'entretien contre plus de 80 % des Suédois. Pourtant, ils sont **68%**

à déclarer couper leurs étiquettes de vêtements. A noter que les Britanniques préfèrent quant à eux les conserver. Seuls, 46% coupent ladite étiquette d'entretien.

Comment expliquer un tel écart ? Les Européens consultent les consignes inscrites sur leurs étiquettes **le plus souvent au moment du premier lavage** (47%) ou lors de l'achat d'un vêtement (25%).

Deux raisons principales expliquent ce phénomène : **34% d'entre eux déclarent suivre les consignes pour conserver leurs vêtements en bon état et ainsi les porter plus longtemps alors qu'ils sont 32% à les suivre pour éviter tout problème lors du lavage de leurs vêtements.** Ces proportions sont similaires à celles observées en France.

Enfin, alors que les consommateurs se plaignent que les étiquettes soient trop longues (56%), ils aimeraient que ces dernières contiennent davantage d'informations notamment environnementales. De fait, **65% des sondés aimeraient par exemple que les étiquettes proposent des consignes d'entretien écologiques.** Ce score est particulièrement important en France (68%), en Espagne (69%) ou en Italie (80%). De la même manière, les Européens souhaitent être mieux informés sur la part de tissus recyclés que comporte le vêtement (57%). L'attente est encore plus forte de la part des consommateurs espagnols (60%) et italiens (72%).

Enfin, **56% des Européens souhaitent que les vêtements soient dotés d'un éco-score environnemental.** Ici encore, ce sont les consommateurs français (64%), espagnols (64%) et italiens (71%) qui sont les plus demandeurs.

Cette fibre écologique de la part des consommateurs du sud de l'Europe, s'accompagne **d'une volonté de consommer de manière plus éthique et responsable.** Ainsi, le pays d'origine du vêtement, est un critère bien plus important pour les consommateurs français (59%) et italiens (66%) que pour le reste des Européens. Au contraire, les consommateurs britanniques (39%) et tchèques (32%) n'accordent que peu d'importance à la provenance du vêtement.



L'étiquette textile, une étiquette aux symboles parfois méconnus



Si l'utilité de l'étiquette d'entretien textile est reconnue par tous, la compréhension des symboles d'entretien reste hétérogène. **98%** identifient parfaitement le symbole du **repassage**. Il en est de même pour le symbole du **lavage**, bien reconnu par neuf personnes sur dix (90%). Pour les autres en revanche, les proportions sont bien moindres. **Seules 27% des personnes interrogées connaissent le symbole du blanchiment (mais 38% en Espagne et 37% en Italie), 25% pour le séchage et à peine 16% pour le lavage professionnel.**

85% des Européens s'occupent eux-mêmes de l'entretien de leurs vêtements.

Les résultats du baromètre révèlent en outre, que **85% des sondés s'occupent eux-mêmes de l'entretien de leurs vêtements**. C'est au Royaume-Uni (88%) et en Suède (90%) que les sondés entretiennent le plus eux-mêmes de leurs vêtements. Surtout, les résultats montrent que **les femmes sont plus nombreuses à s'occuper elle-même de l'entretien du linge que les hommes (94% vs 75%)**. C'est en Italie, en Espagne et en Tchéquie que la part d'hommes s'occupant de leur linge est la plus faible.

Une volonté commune des Européens de mieux prendre en compte la dimension environnementale dans l'entretien des textiles.

A l'heure d'une prise de conscience des enjeux écologiques, cette tendance se dégage nettement de notre baromètre. Si, les Européens souhaitent obtenir davantage d'informations sur l'entretien écologique des textiles, c'est qu'ils sont **eux-mêmes enclins à modifier leurs habitudes d'entretien pour qu'elles deviennent plus écologiques.**

Ainsi, **ils sont 54%** à utiliser la juste dose de lessive pour des raisons environnementales (contre 36% pour des raisons économiques). En outre **la moitié (51%)** essaie de laver son linge à **une température plus froide** (36% le font pour des raisons économiques), et **49%** des sondés remplissent leur machine à laver à leur capacité maximale (40% le font pour des raisons économiques).

Les consommateurs Français sont plus attentifs encore que leurs voisins européens à l'environnement. Dans le détail, 57% des personnes interrogées déclarent utiliser la juste dose de lessive pour des raisons environnementales, 54% lavent leur linge à des températures plus froide pour des raisons environnementales et plus d'un Français sur deux (51%), déclare, remplir leur machine à laver au maximum pour l'environnement.

Ces efforts se retrouvent lors de l'étape du séchage. Lorsqu'ils laissent sécher leur linge naturellement à l'air libre, 46% des sondés (50% pour les sondés Français) expliquent le faire pour protéger l'environnement (31% pour des raisons économiques). Enfin, pour le repassage, là encore les Européens essaient de prendre soin de leur linge, en repassant à bonne température (40% le font pour des raisons écologiques contre 32% pour des raisons économiques), 39% des sondés expliquent également moins repasser pour protéger l'environnement (contre 32% pour des raisons économiques).



Le saviez-vous ?



Clevercare.info propose aux consommateurs de se tourner vers un entretien plus écologique et plus durable des textiles. Consultable en ligne, en 23 langues, il permet d'obtenir des conseils et astuces pour adopter les bons réflexes au quotidien tout en respectant les symboles d'entretien présents sur les étiquettes des vêtements.

55% des sondés envisageraient de le consulter prochainement pour connaître les gestes simples et accessibles à tous pour un éco-entretien des textiles :

- Laver ses vêtements seulement lorsque cela est nécessaire
- Réduire la température de lavage pour réduire votre consommation d'énergie
- Privilégier un séchage naturel du linge
- Recourir au nettoyage professionnel lorsqu'il est recommandé

Méthodologie de l'étude

Cette étude a été réalisée par l'institut IPSOS pour le GINETEX, Groupement International d'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles auprès d'un échantillon de 1000 personnes âgées de 18 à 65 ans dans chacun des 7 pays (soit un total de 7 000 personnes) : France, Allemagne, Tchéquie, Royaume-Uni, Suède, Italie et Espagne. Cette étude a été menée en ligne du 18 au 21 décembre 2020 pour la France et du 25 janvier au 15 février 2021 pour l'Allemagne, la Tchéquie, le Royaume-Uni, la Suède, l'Italie et l'Espagne.

A propos du COFREET :

Créé en 1964, le Comité Français de l'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles (COFREET) est une association loi 1901, mandatée par le GINETEX (Groupement International d'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles). Son rôle est de faire connaître, en France, le code d'étiquetage des textiles au moyen de ses 5 symboles, copropriété du GINETEX, auprès des consommateurs et des professionnels. Le COFREET, présidé par François-Marie Grau, regroupe aujourd'hui plus de 900 entreprises adhérentes, issues du textile, du prêt-à-porter, du linge de maison et plus généralement des entreprises fabriquant des articles en matière textile, qui possèdent une étiquette où figurent les symboles d'entretien des textiles.

Retrouvez l'actualité du COFREET sur les réseaux sociaux :



[@lavermonlinge.cofreet](https://www.facebook.com/lavermonlinge.cofreet)



[lavermonlinge](https://www.instagram.com/lavermonlinge)



[COFREET](https://www.linkedin.com/company/cofreet)

Contacts presse

Agence MAARC

Maxence Lepinoy - maxence.lepinoy@maarc.fr - 06 64 96 57 39

Victoria Bareille - victoria.bareille@maarc.fr - 01 86 95 41 95

Contact COFREET

Pascale FLORANT - Secrétaire Générale - 01 47 56 31 71

www.lavermolinge.com

www.clevercare.info

L'appli MON ETIQUETTE (disponible sur l'App store et sur Google Play)

