



*Communiqué de presse
Paris, le 23 octobre 2025*

Etude Ipsos bva – COFREET

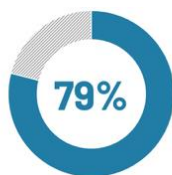
Plus de 9 Français sur 10 estiment que les marques ont un rôle à jouer dans l'entretien des vêtements et des textiles

Le Comité Français de l'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles (COFREET) dévoile les résultats d'une étude exclusive réalisée par Ipsos bva sur la perception qu'ont les Français du rôle des marques et des enseignes dans l'entretien des textiles, sur l'accompagnement dans le parcours d'achat.*

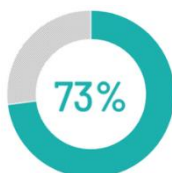
Un impact sur la durabilité des textiles

Plus de 9 Français sur 10 considèrent qu'il revient aux marques de les conseiller sur les bonnes pratiques d'entretien des textiles achetés pour conserver les qualités d'origine du vêtement et augmenter sa durée de vie.

Un meilleur accompagnement tout au long du parcours d'achat



Près 80 % des Français seraient intéressés que les marques leur fournissent des conseils précis concernant l'entretien des vêtements et des textiles **au moment de l'achat en magasin**.

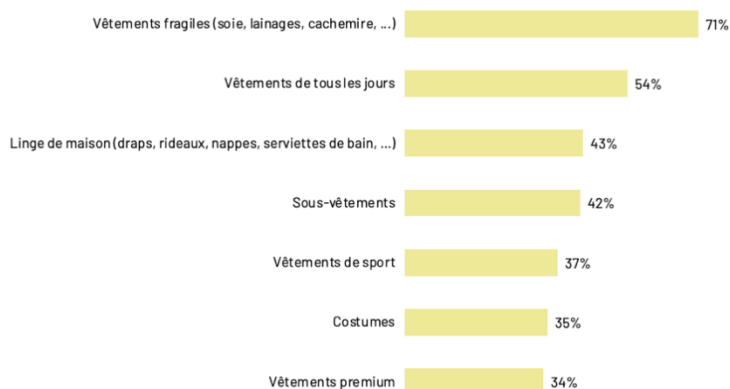


Plus de 70 % déclarent être demandeurs d'informations de conseils d'entretien complémentaires de la part des marques **après l'achat**. En termes de profils, les personnes de moins de 35 ans sont davantage demandeuses d'un accompagnement que les plus seniors (55 ans et plus).

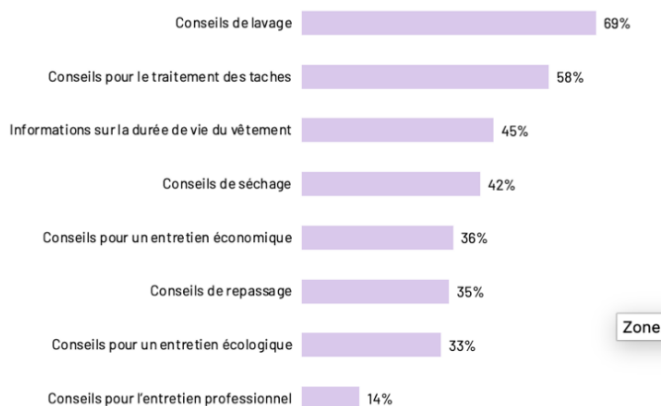
* Etude en ligne réalisée en mai 2025 auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 Français âgés de 18 ans et plus.

Les vêtements fragiles concentrent les attentes des consommateurs

Au moment de l'achat en magasin, les principales attentes de ces Français à l'égard des marques résident autour des conseils de lavage pour les vêtements et textiles (69%).



Au moment de l'achat en magasin, les principales attentes de ces Français à l'égard des marques résident autour des conseils de lavage pour les vêtements et textiles (69%).



Le conseil relatif à l'entretien textile : un levier marketing efficace pour les marques

L'étude révèle que les marques ont un intérêt à proposer un accompagnement adapté et personnalisé à leur clientèle pour améliorer l'expérience client :

- 88 % des consommateurs estiment qu'un conseil avisé susciterait la confiance envers la marque.
- 86 % des Français affirment qu'une marque qui fournit un conseil avisé à sa clientèle sur l'entretien de ses vêtements contribuerait à améliorer son image.
- 83 % des consommateurs déclarent qu'une marque qui leur donne des recommandations les incite à acheter des vêtements de la même marque.

L'absence de conseils d'entretien a un impact direct sur l'acte d'achat

En effet, 56 % des Français déclarent avoir déjà renoncé à racheter le produit d'une enseigne après une mauvaise expérience d'entretien par exemple lors d'un lavage inadapté en machine (déformation d'un vêtement, perte de couleur, etc.). En termes de profils, ce sont les CSP+ - à plus de 62% - qui sont les plus concernés par ce refus d'acheter et les moins de 35 ans (67%).

L'étiquette d'entretien des textiles : un repère incontournable

L'étude montre également que 74 % des Français identifient l'étiquette disponible sur les textiles parmi les principales sources d'informations pour leur entretien, plaçant ce support en première position devant sa propre expérience (69 %) et la famille et les amis (58 %).

La prise en compte de l'étiquette comme étant la référence de l'information est particulièrement forte chez les 55 ans et plus (90 %). En revanche, les moins de 35 ans (54 %) privilégient davantage les recherches sur internet et les médias. A noter que les femmes (79%) sont plus attentives à l'étiquette que les hommes (68%).

Concernant la compréhension des symboles de l'étiquette, elle se révèle inégale. Si 96 % des consommateurs reconnaissent le symbole du repassage et 86 % celui du lavage, seuls 22 % identifient correctement le blanchiment, 21 % le sèche-linge et 12 % le nettoyage professionnel. A terme, l'ignorance et/ou la mauvaise compréhension des symboles de l'étiquette peut compromettre la durabilité des vêtements.

« L'étude Ipsos bva est riche d'enseignements. Elle révèle notamment que l'entretien des textiles n'est pas seulement une question technique mais un levier stratégique qui contribue à la construction d'une image de marque responsable. Plus que jamais, nous sommes mobilisés aux côtés des marques pour leur apporter des clés de compréhension et un accompagnement dans la construction d'un parcours client efficace » **déclare Pascale FLORANT, Secrétaire Générale du COFREET.**

À 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 Yves Dubief, regroupe aujourd'hui plus de 960 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 :



Contacts presse :

Agence Maarc

Adrien Jibidar – Consultant Junior
adrien.jibidar@maarc.fr – 06 95 46 31 43

Contact COFREET

Pascale FLORANT – Secrétaire Générale – 01 47 56 31 71
p.florant@cofreet.com | www.clevercare.info

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

