



L'étiquette et les Français

Pour la seconde édition de son baromètre, le Cofreet a fait appel au cabinet d'études IPSOS pour évaluer l'impact et l'évolution des habitudes et des comportements des consommateurs français quant à l'étiquette et aux symboles d'entretien des produits textiles.

L'étude révèle que 87 % des Français se sentent préoccupés par les questions d'économie d'eau et d'énergie et 64 % ont connaissance de l'existence des pratiques possibles pour ces économies lors de l'entretien de leurs produits textiles. Ainsi, des précautions particulières pour un entretien textile respectueux de l'environnement semblent être prises par les consommateurs puisque 69 % pratiquent un « séchage naturel dès que possible » ; 68 % font des « lavages à basse température principalement », et 58 % utilisent « le programme – Eco ».

73 % d'entre eux suivent les consignes d'entretien représentées par les symboles sur les étiquettes. 59 % déclarent le faire souvent et 14 % toujours. Ainsi seulement 27 % des Français ne suivent que rarement ou jamais les consignes d'entretien présentes sur les étiquettes. Parmi eux 40 % coupent leurs étiquettes et ne peuvent donc plus s'y référer. Enfin, dans l'ensemble, ils jugent les étiquettes trop encombrantes et 73 % avouent la couper : pour 74 % de ces derniers, elle grattent et irritent la peau, et pour 65 % elles sont souvent trop longues et gênantes.

Les résultats de ce second baromètre Cofreet Ipsos sont positifs et encourageants. Ils illustrent bien l'intérêt grandissant des consommateurs en faveur de l'adoption d'un entretien écologique, indique le Président du Cofreet, François-Marie Grau ■