

**Le COFREET présente les résultats du baromètre GINETEX 2023 :
quelles sont les habitudes d'entretien textile en Europe ?**

Le GINETEX (Groupement International de l'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles) a dévoilé les résultats de son 5^{ème} Baromètre sur l'entretien textile, réalisé en partenariat avec IPSOS. Cette nouvelle édition offre un éclairage sur les habitudes des Européens (Allemands, Italiens, Espagnols, Suédois, Britanniques, Tchèques et Français).

« Ce baromètre est un outil riche d'enseignements, et nous permet, tous les deux ans, de suivre l'évolution des pratiques d'entretien adoptées par les consommateurs en Europe. Alors que les considérations environnementales sont toujours aussi importantes, la conjoncture économique vient davantage influencer les habitudes des consommateurs quant à l'entretien de leurs vêtements » commente Thomas Lange, Président du GINETEX.

LE FACTEUR ECONOMIQUE, PRINCIPALE RAISON AU CHANGEMENT D'HABITUDES D'ENTRETIEN DES TEXTILES

La conjoncture économique et les problèmes environnementaux actuels sont au cœur des préoccupations des Français et concourent à l'évolution des pratiques d'entretien textile chez les consommateurs. En Europe, les motivations économiques ont aussi pris davantage le pas sur les raisons environnementales : 54% de la population européenne est guidée par des motivations économiques lors de l'entretien de ses textiles (+8 points depuis 2021), tandis que 46% de la population l'est par des motivations environnementales (- 8 points depuis 2021).

Ainsi, 9 européens sur 10 sont attentifs à la température à laquelle ils lavent leurs textiles, dont un peu plus de la moitié pour des raisons économiques.



Dans le détail, certaines nuances subsistent en Europe :

- La **République Tchèque** est le pays dans lequel les habitants sont le plus influencés par le facteur économique. 58 % de sa population choisit ainsi des cycles de lavage à basse température pour raisons économiques, contre en moyenne 46% en Europe. **Le Royaume-Uni**, particulièrement impacté par la hausse des prix, se démarque également avec 50% de sa population faisant ce choix.
- A l'inverse, les comportements éco-responsables s'installent durablement dans les mentalités en **Allemagne et en France**, même s'ils sont près de 40% à nettoyer leur linge à basse température par motif économique.

Pratiques de séchage

- Le séchage à l'air libre reste la pratique la plus courante pour une très grande majorité de répondants : 79% des Européens utilisent cette pratique, et ce, quelles que soient les motivations (économiques et environnementales).
- En Europe, en 2021, le séchage à l'air libre était pour 46% des répondants privilégiés pour des raisons purement environnementales. En 2023, ce chiffre est en recul significatif (-7 points). La baisse concerne tous les pays européens investigués, à l'exception de la France et de la Suède.

LES HABITUDES D'ACHAT EN EUROPE

Si la crise sanitaire de 2019 avait ralenti les fréquences d'achat des consommateurs, la part d'Européens ayant acheté des vêtements durant les 6 derniers mois a retrouvé son niveau d'avant COVID (97%, dont 39% tous les mois en 2023 vs 35% en 2019). Dans le détail, les fréquences d'achat sont plus hautes en Espagne (50% d'acheteurs réguliers¹) et en Italie (52%), alors qu'elles sont plus faibles en France (32%), Suède (32%) et République Tchèque (27%).

Certains critères prennent de plus en plus d'importance aux yeux des consommateurs lors de leur processus d'achat : si le prix reste le premier critère pour les européens, qui sont 59% à le prendre en compte dans leur shopping, ils sont 51% à souhaiter acheter des vêtements confortables tandis que 20% d'entre eux privilégient des vêtements faciles à laver. Enfin, un nouveau critère a fait son entrée dans le baromètre : l'origine « eco-friendly » des textiles, dont 10% des européens tiennent compte. Ce chiffre monte à 18% pour les Allemands.

LE ROLE CROISSANT DES ETIQUETTES D'ENTRETIEN DANS LE PROCESSUS D'ACHAT DES TEXTILES

Le rôle des instructions d'entretien dans la décision d'achat a augmenté au fil des ans puisque plus de 6 européens sur 10 s'en soucient (+5% en Europe par rapport à 2019), avec notamment une hausse significative en Allemagne (72%) et en Italie (73%).

Ainsi, **72% des Européens n'achètent que rarement (ou jamais) de vêtements sans instructions d'entretien sur leurs étiquettes**. La part de consommateurs le faisant régulièrement a cependant légèrement augmenté ces dernières années (+3 points vs 2019).



Ces chiffres ne sont pas étonnants alors que **73% des Européens suivent les consignes d'entretien** et que **83% d'entre eux trouvent les étiquettes et les symboles utiles** lors de l'entretien de leurs textiles.

¹ Achétant des vêtements au moins une fois par mois, voire une fois par semaine

Les deux principales raisons pour lesquelles les consommateurs européens suivent les consignes d'entretien textile sont :

- Éviter les problèmes liés au lavage
- Préserver les vêtements.

Outre la taille qui reste l'information la plus importante pour 95% des européens, les instructions d'entretien et la composition sont les informations essentielles à retrouver sur les étiquettes. 80 % de la population européenne estime ainsi que cette information doit figurer sur l'étiquette, chiffre d'autant plus élevé en Italie, ou 73% de la population trouve ce renseignement important au moment d'acheter des vêtements.

Autre enseignement notable, l'importance de la marque qui ne cesse d'évoluer. 45% des consommateurs Européens y sont aujourd'hui attentifs, une hausse de 4 points par rapport à 2021 et particulièrement significative par rapport à 2019, + 9 points). Ces chiffres montent à 48% pour les Français, 56% pour le Royaume-Uni, et 55% pour les Italiens.

Enfin, le pays d'origine des vêtements s'inscrit progressivement dans les mentalités : la moitié des Français y sont attentifs, tout comme les Italiens (58%) et les Allemands (43%) bien au-dessus de la moyenne européenne (38%).

LES HABITUDES D'ENTRETIEN A TRAVERS LE MONDE

La baromètre IPSOS réalisé pour le GINETEX s'est également intéressé à trois nouveaux pays : **le Brésil, l'Australie et le Japon**. Voici les principaux enseignements à retenir :

Instructions d'entretien sur les étiquettes :

Les instructions d'entretien sont considérées comme importantes dans de nombreux pays. Ainsi le baromètre IPSOS nous révèle que 74% des Australiens, 86% des Brésiliens et 77% des Japonais veulent que ces instructions figurent sur l'étiquette d'entretien de leurs vêtements.

Utilisation de la bonne dose de lessive :

- Si 42% des Européens utilisent la bonne dose de lessive **pour des raisons économiques**, ce chiffre atteint 49% pour les Japonais et les Australiens.
- 47% des Européens suivent également cette habitude, mais cette fois **pour des raisons environnementales** tandis que ce chiffre monte à 55% pour les Brésiliens.

Habitudes d'achat :

Alors que 39% des Européens achètent des vêtements au moins une fois par mois, ce chiffre monte jusqu'à 57% au Brésil ! Les Japonais sont quant à eux moins assidus puisqu'ils ne sont qu'un quart de la population à procéder à des achats tous les mois.

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 François-Marie Grau, regroupe aujourd'hui plus de 950 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 :



A propos du GINETEX :

Créé à Paris en 1963, le GINETEX (Groupement International d'Étiquetage pour l'Entretien des Textiles) est à l'origine d'un système international d'étiquetage d'entretien des articles textiles visant à informer les entreprises textiles, ainsi que les consommateurs, sur les meilleures manières d'entretenir leurs articles textiles. Les symboles d'entretien utilisés sont des marques déposées par le GINETEX et le COFREET à part égale. Le groupement assure la promotion de ces symboles et coordonne, à l'échelle internationale, son contenu technique, essentiel à la définition et à l'application du code d'étiquetage d'entretien. Aujourd'hui, le GINETEX compte 22 pays membres.

Contacts presse

Agence MAARC

Jade SYCHAREUN – jade.sychareun@maarc.fr – 06 99 66 13 83

Victoria BAREILLE – victoria.bareille@maarc.fr – 06 70 73 01 73



Contact COFREET

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

www.lavermonlinge.com

www.clevercare.info