

Baromètre européen GINETEX 2024 : Les Français et l'entretien textile

Le COFREET dévoile les résultats France du baromètre européen réalisé par l'institut IPSOS pour le GINETEX sur l'entretien textile. Cette nouvelle édition présente de nouveaux enseignements sur les habitudes des Français par rapport à leurs voisins européens à l'instar de l'Espagne, l'Allemagne, l'Italie, la Suède, la République tchèque et le Royaume-Uni, en matière de soin du linge.

- **Plus d'un Français sur deux (53 %)** achète des vêtements de seconde main au moins une fois tous les 6 mois, tandis que 95 % effectuent un achat de vêtements neufs au moins une fois tous les six mois.
- En France, **le prix reste déterminant pour 64 %** des Français dans l'achat d'un vêtement, suivi du rapport qualité-prix (61 %) et du confort (52 %).
- En France, **81 % des individus considèrent les consignes d'entretien** comme une information importante sur les étiquettes d'entretien et 82 % accordent également de l'importance envers la composition des vêtements.
- **53 % des Français** estiment que le transfert des consignes d'entretien sur une étiquette digitale aurait des conséquences sur leur suivi au quotidien.

Seconde main : une tendance portée par les jeunes générations



Le marché de la seconde main représente aujourd'hui près de 12 % du marché de l'habillement, des chaussures et de la maroquinerie, selon l'Institut Français de la Mode (IFM).

Cette dynamique s'inscrit dans une tendance européenne plus large, où **52 % des consommateurs des sept pays étudiés déclarent acheter des vêtements de seconde main au moins une fois tous les six mois**. Si les Français sont dans la moyenne (53 %), et se placent devant les Allemands (46 %) et les Espagnoles (47 %), les Britanniques se démarquent davantage (62 %).

Ce phénomène est largement porté par les jeunes générations, plus enclines à adopter des pratiques de consommation responsables. En effet **à l'échelle des sept pays européens, la pénétration de la seconde main est de 70% sur la tranche des 18-24 ans, 65% sur la tranche des 25-34 ans**.

La multiplication des plateformes et applications dédiées à la mode circulaire contribue à cet essor, en rendant ces achats plus accessibles et attractifs.

Toutefois, si la seconde main séduit de plus en plus les jeunes générations, elle ne remet pas en cause la prééminence du neuf dans les habitudes de consommation des Français : **95 % d'entre eux achètent des vêtements neufs au moins une fois tous les six mois**.

Des critères d'achat majoritairement guidés par les préoccupations économiques

- Des référentiels clés qui se renforcent dans le choix d'un vêtement



Alors que le secteur de l'habillement est impacté par l'inflation, **le prix continue d'être un critère déterminant** en matière d'habillement pour 62 % des consommateurs européens (vs 59 % en 2023). Cette tendance est encore plus marquée **en France, où 64 % des individus placent le prix comme l'une de leurs priorités au moment de l'achat.**

Par ailleurs, **le rapport qualité-prix devient également un critère de poids pour 61 %** des consommateurs français traduisant une volonté de concilier pouvoir d'achat et durabilité des produits. Un chiffre supérieur à la moyenne européenne (56 %).

En revanche, si **la qualité du vêtement gagne en importance dans le choix d'un vêtement à l'échelle européenne (55% en 2025 vs 52% en 2023) et notamment au Royaume-Uni où le chiffre monte à 63 %, ce critère est moindre chez les consommateurs français (50%)**. Cette tendance peut s'expliquer par l'importance du facteur prix dans les décisions d'achat des Français, mais aussi par l'essor de l'ultra fast-fashion, qui redéfinit les attentes des consommateurs en matière de renouvellement des collections et d'accessibilité des produits.

- L'étiquette d'entretien : un repère essentiel dans l'acte d'achat



L'étiquette des vêtements demeure une source d'information essentielle pour les consommateurs, mais l'importance accordée aux différentes informations **pouvant impacter la décision d'achat** varie selon les critères et les générations.

En France, **la taille** reste l'élément le plus scruté, avec **97 % des Français la considérant comme une information importante**, un taux légèrement supérieur à la moyenne européenne (95 %).

La composition des textiles suscite également une forte attention pour **74 % des Français**, un niveau stable qui positionne la France parmi les pays les plus sensibles à ce critère (contre 72 % en moyenne en Europe, 59 % au Royaume-Uni et 62 % en Suède).

En outre, **les consignes d'entretien** constituent également une information essentielle pour 6 consommateurs français sur 10 (61%) au moment de l'achat. Un chiffre supérieur à la moyenne européenne (58%).

Soin du linge au quotidien : les consignes d'entretien et la composition, scrutées par les consommateurs au moment de l'entretien

37% des Français prennent connaissance des consignes d'entretien au moment de leur achat ou à réception de leur achat en ligne, et ils sont 1 sur 2 (52%) à consulter les consignes d'entretien au moment du 1^{er} lavage. **Environ 2/3 des Français suivent les consignes d'entretien** qui figurent sur les étiquettes de leurs vêtements. **Leur principale motivation est de bien entretenir leur linge pour augmenter leur durée de vie.**

Indicateur de référence, l'étiquette regorge d'informations essentielles pour accompagner les consommateurs dans l'entretien quotidien de leurs vêtements et textiles.

Pour les Français, quelles sont les informations majeures à retrouver visibles sur une étiquette ?

- **82 % des consommateurs souhaitent voir mentionnée la composition.** Cette attente, comparable à celle observée en Italie (86 %), traduit une volonté de mieux comprendre les matières et les fibres utilisées, dans un contexte où la transparence est devenue un critère de choix déterminant.
- **81 % des consommateurs considèrent également les consignes d'entretien comme un critère important à faire figurer visiblement sur les étiquettes,** un chiffre proche de la moyenne européenne (82 %). Parmi ces derniers, 43 % estiment même qu'il s'agit d'une information très importante. Quant à l'ajout de mentions écrites complémentaires, ils sont $\frac{3}{4}$ à les considérer utiles en particulier pour les vêtements délicats.
- **Les consignes d'entretien plus spécifiquement respectueuses de l'environnement** suscitent également un intérêt. En France, **64 % des consommateurs considèrent** cette information comme importante à y faire figurer, un chiffre aligné à la moyenne européenne (63 %), et bien plus élevé qu'en Allemagne (58 %) ou en République tchèque (48 %).

Enfin, le contexte économique n'est pas sans conséquence sur les habitudes de lavage, de séchage et de repassage. Ainsi certaines pratiques sont aujourd'hui davantage adoptées par choix économiques que par préoccupations environnementales :

- Ainsi si **86 % des consommateurs sont attentifs au bon dosage de lessive,** plus de moitié le feront avant tout pour réaliser des économies alors que 33% le feront pour des raisons écologiques.
- **Une grande majorité (84 %) privilégie davantage le lavage à basse température** dont 55 % pour réduire la facture d'énergie (contre 29 % pour réduire leur impact environnemental).
- Pour le séchage, **65 % des européens laissent leur vêtement sécher à l'air libre** dont 42 % pour ne pas dépenser davantage et 23% par conviction environnementale.
- Le poids économique est encore plus prononcé en République tchèque, alors que les considérations environnementales ont davantage d'influence en Allemagne et en Suède.

Cette étude a été réalisée par Ipsos pour le GINETEX du 2 au 11 décembre 2024 auprès d'un échantillon de 7 000 personnes, soit 1 000 répondants dans chacun des sept pays étudiés : France, Royaume-Uni, Allemagne, Italie, Espagne, Suède et République tchèque. L'échantillon, composé de personnes âgées de 18 à 65 ans, a été recruté de manière aléatoire au sein du panel Ipsos et sélectionné selon la méthode des quotas afin d'être représentatif des populations nationales en termes de sexe, d'âge et de région. L'enquête a été menée en ligne.

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

Ando Razakarisoa – Consultant Senior
ando.razakarisoa@maarc.fr – 09 72 22 00 68

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)

