

Les Français, élèves exemplaires dans la compréhension des symboles pour l'entretien textile !

Le GINETEX, en collaboration avec IPSOS, présente les résultats de son baromètre européen « Les Européens et l'étiquette d'entretien textile » : les Français révèlent leurs bonnes connaissances en matière d'étiquette !

Le Groupement International pour l'Entretien des Textiles (GINETEX) a fait appel au cabinet d'études français IPSOS pour évaluer les comportements des consommateurs européens face à l'étiquette et aux symboles d'entretien de leurs produits textiles. Cette étude réalisée en Décembre 2016 consolide les résultats de six pays, soit un échantillon de 6000 personnes : Allemagne, Angleterre, France, Italie, République Tchèque et Suède.

Cette étude IPSOS révèle que **70%** des Européens (**73% des Français**) suivent les consignes d'entretien représentées par les symboles. Au niveau européen, **57%** d'entre eux (**59% des Français**) admettent même le faire 'souvent' et **13%** 'toujours' (**14% des Français**). Ces chiffres illustrent l'importance des consignes d'entretien dans l'esprit des consommateurs Européens.

- **38%** d'entre eux (**38% des Français**) déclarent, en tout premier lieu, les suivre pour éviter les problèmes de lavage tels que le rétrécissement ;
- **31%** (**33% des Français**) les suivent, en second lieu, pour préserver les vêtements et ainsi les conserver plus longtemps.

Dans l'ensemble, les Européens jugent les étiquettes trop encombrantes et **62%** (**73% des Français**) avouent la couper : pour **74%** d'entre eux (**74% des Français**), elles grattent et irritent la peau et pour **55%** (**65% des Français**) elles sont souvent trop longues et gênantes. Ces résultats peuvent différer aux niveaux des pays européens.

Cependant, la présence de l'étiquette constitue un véritable critère d'achat puisque **80%** des Européens (**74% des Français**) déclarent qu'ils n'achèteraient jamais ou rarement un vêtement sans étiquette.

Internet et le smartphone, véritables compagnons virtuels de l'étiquette textile

Perspective positive : face à l'incompréhension de certains symboles ou pour un problème d'entretien, **53%** des répondants (**43% des Français**) sont curieux de leur signification et ont le réflexe de rechercher des informations sur internet : **39%** (**34% pour les Français**) se rendent sur un ordinateur, et **21%** (**12% des Français**) consultent depuis leur smartphone.

Les Français meilleurs que la moyenne Européenne pour la (re)connaissance des symboles !



L'étude dévoile que les symboles du repassage et du lavage sont les mieux compris par nos voisins avec respectivement **97%** et **91%** (**98%** et **92%** pour les Français).

Les trois autres symboles laissent les consommateurs dans l'incertitude :

- le symbole du nettoyage professionnel est le moins bien compris avec **21%** des Européens (**19%** des Français) qui l'associent correctement ;
- **39%** (**40%** des Français) ne savent pas ce que représente le symbole du blanchiment ;
- **45%** (**48%** des Français) ne savent pas à quoi correspond le symbole du séchage.

Il en est de même pour les spécificités telles que les barres de soulignement sous les symboles, qui sont remarquées seulement par **1 Européen sur 4**.

En revanche, la présence de points dans les symboles du fer à repasser et/ou du tambour du sèche-linge est davantage remarquée à hauteur d'un Européen sur deux (**54%**) et **51%** pour les Français.

Pourcentage d'Européens associant correctement le symbole et la consigne d'entretien :

- ❖ Repassage : 97% - 98%
- ❖ Lavage : 91% - 92%
- ❖ Blanchiment : 33% - 38%
- ❖ Séchage : 32% - 32%
- ❖ Nettoyage professionnel : 21% - 19%

L'éco entretien, un enjeu majeur pour les consommateurs Européens, et notamment pour les consommateurs Français !

L'étude IPSOS révèle que **84%** des Européens (**87%** des Français) se sentent préoccupés par les questions d'économie d'eau et d'énergie. Parmi les Européens se sentant concernés, **90%** (**64%** pour les Français) prennent des précautions particulières en ce sens lors de l'entretien de leurs produits textiles.

Il est intéressant de constater que les consommateurs Européens semblent déjà adopter les réflexes appropriés pour un entretien textile respectueux de l'environnement :

- **62%** pratiquent un « séchage naturel dès que possible » - **69%** pour les Français ;
- **61%** font des « lavages à basse température principalement » - **68%** pour les Français ;
- **44%** utilisent « le programme – Eco » - **58%** pour les Français.

Le COFREET et le GINETEX attache une importance particulière à l'éco-entretien des textiles, notamment avec le logo clevercare.info, déjà utilisé par certaines grandes marques internationales, en complément des 5 symboles d'entretien textile. Avec son propre site dédié au grand public, ce logo a pour vocation de sensibiliser et informer les consommateurs sur les gestes simples et faciles pour un éco-entretien des textiles.



« Les résultats de ce baromètre GINETEX-IPSOS sont positifs et encourageants. Ils illustrent bien le rôle essentiel du GINETEX et de l'ensemble de nos comités internationaux qui œuvrent pour la bonne compréhension des symboles d'entretien des textiles. Notre mission est un travail sur du long terme avec nos marques adhérentes. Nous devons continuer à renforcer nos actions auprès du grand public pour que tous nos symboles et leurs spécificités soient compréhensibles par tous, et ce dans le monde entier. Notre objectif permanent de standardiser et d'harmoniser notre système d'étiquetage d'entretien textile au niveau mondial y contribue chaque jour » indique le **Président du GINETEX, Adam Mansell**.

« Nous sommes fiers que ce baromètre GINETEX-IPSOS révèle les très bons résultats obtenus par la France. C'est le fruit des actions menées en France par le COFREET auprès du grand public pour la



*bonne compréhension des symboles d'entretien des textiles. Cette belle réussite a été possible grâce à la mise en place de nos outils déjà mis en place, comme notre site internet et notre application Mon Etiquette. », se réjouit le **Président du COFREET, François-Marie Grau**.*

Méthodologie de l'étude :

Dans le cadre de cette étude, un échantillon renouvelé de 6 000 personnes âgées de 18 à 65 ans issu de l'Access Panel Online d'Ipsos et représentatif de la population européenne a été interrogé pour les pays Allemagne, France, Italie, République Tchèque et Suède. L'enquête a été menée en ligne en Décembre 2016.

A propos du COFREET

Créé en 1964, le Comité Français de l'Etiquetage pour l'Entretien des Textiles (COFREET) est une association loi 1901, mandatée par le GINETEX (Groupement International d'Etiquetage 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.

A propos du GINETEX

Ginetex, the International Association for Textile Care Labelling, was first founded in Paris in 1963 following several international Symposiums for Textile Care Labelling at the end of the 1950's. GINETEX has devised an internationally applicable care labelling system for textiles based on symbols. The pictograms used are registered trademarks and are the GINETEX property. The care labelling system gives consumers and textile companies the correct information on the care treatment of textile products. The processes indicated by the symbols will avoid any irreversible damage to the product. GINETEX is composed by 21 national organisation members. These organisations represent all interested parties concerned with textile care and labelling.

Contact COFREET/GINETEX

Pascale FLORANT – Secrétaire Générale – 01 47 56 31 71

www.lavermonlinge.com

www.clevercare.info

Contacts presse

ComCorp

Audrey Pizard – apizard@comcorp.fr - 06 82 92 94 47

Muriel Martin – mmartin@comcorp.fr - 06 70 45 66 46

