



## Mezinárodní výzkum trhu „Symboly údržby a Evropané“ 2019

Kontext:

GINETEX, mezinárodní asociace pro označování textilií, byla založena v Paříži v roce 1963 a vytvořila mezinárodně použitelný systém označování textilií na principu symbolů, jehož cílem je informovat textilní společnosti a spotřebitele o nejlepší způsobu péče o jejich textilie. Používané piktogramy jsou registrovanou ochrannou známkou a jsou vlastnictvím GINETEXu. GINETEX propaguje symboly po celém světě a koordinuje jejich technický obsah v celosvětovém měřítku, což je nezbytné pro definování a použití správného způsobu. V současnosti GINETEX sdružuje celkem 22 zemí včetně České republiky.

### **Metodologie:**

Tuto studii realizoval IPSOS Institut pro GINETEX, Mezinárodní asociaci pro značení textilu symboly údržby se vzorkem 1000 osob ve věku 18 až 65 let v sedmi zemích (celkem 7 000 osob): Česká republika, Francie, Itálie, Německo, Španělsko, Švédsko a Velká Británie. Studie byla provedena online 21.-27. listopadu 2018 ve Francii a 21. června až 5. července 2019 v České republice, Itálii, Německu, Španělsku, Švédsku a Velké Británii. Data byla sbírána prostřednictvím IPSOS online panelu s průměrnou délkou dotazování 7 minut na 18 uzavřených otázek. Vyhodnocení bylo provedeno pomocí statistických metod globálně pro všechny oslovené, ale i specificky pro každou zemi.

Výzkum byl rozdělen na 3 sekce – nákupní chování, symboly a instrukce k péči o textil, údržba textilu

### **ČESKÁ REPUBLIKA**

#### **NÁKUPNÍ CHOVÁNÍ:**

V průběhu uplynulých 6 měsíců nakoupilo alespoň jeden oděvní kus 97 % Čechů. 39 % mají frekvenci nákupu oděvů častější – několikrát do měsíce. Z výzkumu vyplynulo, že ženy, mladí lidé a rodiny s dětmi nakupují oděvy častěji.

Při nákupu jsou nejdůležitější kritéria:

- komfort 58 %
- cena 56 %
- vzhled 54 %
- materiálové složení 37 %

Devět z deseti Čechů občas koupí výrobek bez etikety. Jedná se o mladé lidi anebo rodiny s dětmi (!)

Při nákupu je nejdůležitější informace o:

- velikosti pro 98 % dotázaných (oproti 2016: 81 %)



- materiálovém složení pro 73 % dotázaných
- značka kvality pro 70 % dotázaných (oproti 2016: 65 %)

Oproti minulému průzkumu je označení pro udržitelný rozvoj významnější – 2016: 29 %, nyní 35 %.

## **SYMBOLY A INSTRUKCE K ÚDRŽBĚ:**

Nejlépe rozpoznatelný je symbol pro žehlení v 99 %

Dále je dobře rozpoznatelný symbol pro praní v 90 %

Ostatní symboly jsou hůře rozpoznávány a to i oproti poslední vlně:

- Bělení – 18 % (2016: 29 %)
- Sušení – 26 % (2016: 36 %)
- Profesionální péče – 16 % (2016: 23 %)

65 % respondentů dodržuje doporučené postupy a to z důvodu:

- Udržet své oděvy v dobré kondici, aby je mohli nosit co nejdéle 37 % (2016: 31 %)
- Předcházet problémům při praní (srážení, šednutí apod.)

Jedním z hlavních důvodů, proč spotřebitelé nedodržují předepsané postupy je, že odstříhnou etiketu. Tento důvod (že nedodrží postup, protože nemají informace o vhodné údržbě) je pro 42 % dotázaných (2016: 34 %)

Když spotřebitelé neznají význam symbolu anebo narazí na problém s údržbou, využijí internet v 56 % (průměr Evropy je 49 %).

Tentokrát se zvýšil počet lidí, kteří odstřihávají etikety na 76 % (2016: 72 %). Hlavní důvod je to, že škrábou a dráždí pokožku a také proto, že jsou dlouhé a rozčilují je.

## **PÉČE O TEXTIL**

44 % respondentů čte etiketu při prvním praní, přičemž 49 % ze vzorku jsou ženy. 23 % respondentů čtou etiketu ve chvíli nákupu, 18 % respondentů čtou etiketu po návratu z nákupu.

55 % se starají o oblečení sami. Rodiče jsou hlavním zdrojem informací ohledně správné údržby textilu pro všechny, kteří se starají o své oblečení sami.

86 % respondentů považuje etikety za užitečné, přičemž ve věkové kategorii 60 – 65 let je to až 94 %.

Při údržbě textilu jsou hlavními zájmy udržet oblečení co nejdéle v dobré kondici a roztřídit je podle barvy, abych předešel/předešla zbarvení ve 48 %.



V průměru pere 8 z deseti respondentů 1-6 náloží prádla týdně. Ženy a rodiny s malými dětmi perou prádlo častěji (přibližně jednu pračku denně).

Po vyřazení oblečení zhruba 36 % českých respondentů je věnuje charitě, 19 % rozdává oblečení po rodině anebo přátelům. Z tohoto vzorku je třeba připomenout, že muži více vyhazují oblečení do komunálního odpadu (18 %).