



Tisková zpráva
Paříž, 19. června 2026

Péče o textil v Evropě: Téměř 90 % spotřebitelů vnímá brand jako záruku trvanlivosti svého oblečení

GINETEX představuje výsledky exkluzivní evropské studie provedené společností Ipsos v devíti zemích, zaměřené na vnímání role brandu v péči o textil.

- **87 %** Evropanů má pocit, že jsou dostatečně informovaní o tom, jak se o své oblečení starat.
- **Pro 91 %** z nich má dobrá péče vliv na životnost jejich oblečení.
- **Téměř 90 % věří**, že by jim výrobci značkového zboží měli radit, jak se o své oblečení starat.
- **60 %** evropských spotřebitelů již přestalo kupovat výrobky určité značky kvůli špatné zkušenosti spojené s péčí.
- **78 %** spotřebitelů by chtělo získat více rad a doporučení přímo v obchodě a **71 %** po nákupu oblečení.
- Během celé zákaznické cesty **zůstává štítek péče hlavním zdrojem informací** pro více než polovinu Evropanů.

Evropští spotřebitelé jsou dobře informovaní, ale neustále hledají další informace



Zjištění studie ukazují, že **87 % Evropanů se cítí dobře informovaných o doporučené péči o své oblečení.**

Studie však poukazuje na rozdíly ve vnímání mezi zeměmi. Severoevropské země vykazují obzvláště vysokou úroveň povědomí, například Spojené království (90 %), Nizozemsko (90 %) a Itálie (92 %). Naopak spotřebitelé ve Španělsku (77 %) a ve Francii (84 %) jsou opatrnější ohledně úrovně svých znalostí.

V celé Evropě si **68 % spotřebitelů přečte pokyny k péči o výrobky při nákupu**. Tento zvyk je zvláště zakořeněný v jižní Evropě: 83 % Italů a 78 % Španělů si tuto informaci předem ověřuje, zatímco nizozemských spotřebitelů je to jen 57 %.

Značka výrobku zůstává hlavním zdrojem informací během celé zákaznické cesty pro více než polovinu Evropanů, což je trend ještě výraznější v Nizozemsku (62 %) a Švédsku (57 %).

Udržitelnost a loajalita zákazníků: hlavní obchodní výzva pro značky

Respondenti se shodují na souvislosti mezi péčí a trvanlivostí oblečení: **91 % Evropanů** (a až 96 % v Itálii a 93 % ve Španělsku a Švédsku) věří, že **konkrétní rady pomáhají prodloužit životnost oděvu**. V důsledku toho **téměř 90 % spotřebitelů očekává, že výrobci značkového oblečení plně převezmou roli informování svých zákazníků**.

Studie tak zdůrazňuje přímé komerční riziko pro značky, které toto očekávání zanedbávají. **Průměrně 60 % Evropanů uvádí, že přestali kupovat konkrétní značku po negativní zkušenosti s péčí** (poškozený oděv, změna barvy, ztráta tvaru atd.).

Naopak relevantní podpora od maloobchodníků je Evropany, zejména v jižní a východní Evropě, vnímána velmi pozitivně. Poskytování jasných rad spotřebitelům tedy pomáhá:

- **Posílit důvěru ve značku** u 95 % Italů, 92 % Španělů a 89 % Čechů (evropský průměr: 86 %).
- **Zlepšit image značky** pro 94 % Italů a 93 % Španělů (průměr: 85 %).
- **Zvýšení nákupního záměru** mezi 91 % Italů a 89 % Španělů (průměr: 81 %).

Očekávání v obchodě: potřeba praktických a cílených rad

Ačkoliv většina Evropanů věří, že výrobci značkových oděvů poskytují dostatek informací, poptávka po pomoci přímo při prodeji zůstává vysoká: **78 % zákazníků chce více rad přímo v obchodě**. Podrobněji, nejvyšší očekávání mají Italové (91 %), následují Španělé (88 %) a Češi (88 %).

Evropští spotřebitelé chtějí informace přizpůsobené jejich nákupům, zejména pokud jde o jemné a prémiové oblečení. Nejčastěji žádaná témata jsou:

- Pokyny k praní (74%)
- Odstraňování skvrn (57 %)
- Sušení (44 %) a tipy na prodloužení životnosti oděvu (42 %)

Digitální doba: QR kódy pro doplňkové informace po nákupu

Maloobchodníci musí také nadále podporovat své zákazníky po návratu domů. 71 % Evropanů (a až 84 % v Itálii a České republice) by po nákupu v obchodě chtělo získat radu.

Pro přístup k podrobnějším pokynům k péči po koupi (např. informace o pracích prostředcích apod.) dávají evropští spotřebitelé přednost QR kódu přímo na oděvu. Tento komunikační kanál se ukazuje být populárnější než webové stránky a newslettery značek. 65 % Němců, 62 % Nizozemců a 60 % Italů uvádí, že preferují QR kódy jako způsob, jak obecně získat doplňující informace o produktu.

Navíc otevřené otázky studie ukazují, že spotřebitelé také chtějí větší transparentnost ohledně materiálového složení oděvu a konkrétní doporučení, například používání ekologických detergentů podle materiálu.

"Výsledky této evropské studie dokazují, že péče o textil přesahuje praktickou stránku. Je to klíčový faktor zapojení maloobchodníků. Španělští a italští spotřebitelé mají od značek vysoká očekávání. Zjištění jsou stejná ve všech studovaných zemích: lepší informace pomáhají oděvům vydržet déle a posilují vztah se značkou," říká Adam Mansell, prezident GINETEX.

O průzkumu:

Online průzkum provedený společností IPSOS mezi **9 000 lidmi** ve věku 18 až 75 let v **devíti evropských zemích** (vzorky reprezentující populaci každé země) – Česká republika, Dánsko, Francie, Německo, Itálie, Nizozemsko, Španělsko, Švédsko a Spojené království.

Data sběru dat: květen 2025 pro Francii, únor 2026 pro ostatní země.

O GINETEX:

GINETEX, založený v Paříži v roce 1963, stojí za mezinárodním systémem označování textilní péče, který má informovat textilní firmy i spotřebitele o nejlepších způsobech péče o jejich textilní výrobky. Používané symboly ošetřování jsou registrované ochranné známky GINETEX a COFREET. Skupina tyto symboly podporuje a koordinuje svůj technický obsah, který je zásadní pro označování doporučené textilní péče na mezinárodní úrovni. Dnes má GINETEX 20 členských zemí.

O SOTEX GINETEX CZ, z.s.

Založen byl v roce 1996 několika oborovými organizacemi s cílem zajistit pro české firmy legální označování textilních a oděvních výrobků symboly ošetřování. SOTEX je aktivním členem GINETEX a v České republice uděluje licence k používání symbolů ošetřování, pomáhá firmám se správným označováním a spotřebitele informuje o vhodné péči o textil. Propůjčuje také prestižní značku kvality pro textilní výrobky QZ – Zaručená kvalita a uděluje licenci I pro environmentálně zaměřenou značku clevercare.info. Má zhruba 900 členských firem.

Kontakty:

Kontakt GINETEX

Pascale FLORANT – generální sekretářka

+ 33(0)1 47 56 31 71

p.florant@ginetex.net | www.clevercare.info

www.ginetex.net

Aplikace MY CARE LABEL (dostupná v App Store a Google Play)



Kontakt v České republice

SOTEX GINETEX CZ, z.s.

sotex@sotex.cz | www.sotex.cz