

## OEKO-TEX® novosti

**OEKO-TEX®**  
CONFIDENCE IN TEXTILES

Prikaz

### Drugi val informacija iz globalnog istraživanja potrošača u organizaciji Udruženja OEKO-TEX®

OEKO-TEX® udruženje objavilo je rezultate istraživanja: Ključ povjerenja: Potrošači i održivost tekstila - stavovi, promjene ponašanja i izgledi ("The Key to Confidence: Consumers and Textile Sustainability - Attitudes, Changing Behaviors, and Outlooks") koje je bilo usmjereno na milenijalce i roditelje. Najnoviji izvještaj daje profil dviju najvažnijih skupina potrošača na globalnom tekstilnom tržištu koje će utjecati na ta tržišta sljedećih desetljeća. Rezultati će biti objavljeni u seriji webinara i prikaza. Snimljeni webinar koji je predstavila istraživačica „The Key to Confidence – ključ povjerenja“, **Ellen Karp** iz Amerike, dostupan je na <http://www.oeko-tex.com/webinars>.

Online studija „The Key to Confidence“ provedena je u drugoj polovici 2017. na svjetskom uzorku više od 11 000 korisnika odjeće i kućanskih tekstilija. Od ukupnog uzorka, oko 30 %, otpada na dobnu skupinu rođenu između 1981. i 2000. koji su poznati pod nazivom milenijalci u skladu s globalnim stanovništvom. U drugom nizu nalaza OEKO-TEX® pokazuje koliko milenijalci drukčije misle o održivosti tekstilija i kako roditeljstvo utječe na ova mišljenja.

Na primjer, zbog korištenja interneta i društvenih medija milenijalci su svjesniji ekoloških i društvenih nedostataka tekstilne industrije nego stariji ispitanici. Skloniji su smatrati tekstilnu industriju značajnijim zagađivačem okoliša. Zato su milenijalci zabrinutiji zbog štetnih tvari u odjeći i kućanskom tekstilu. Roditeljstvo povećava brige o svemu. Roditelji male djece naročito ističu zabrinutost zbog štetnih tvari u raznim proizvodima, posebno u kućanskom tekstilu i odjeći. Zabrinutost zbog sigurnosti proizvoda veća je kod roditelja

nego onih koji nisu roditelji. Njihova svijest i kupovina ekološki prihvatljive odjeće i kućanskog tekstila značajno su veći nego kod ljudi koji nemaju malu djecu u kući.

Zato je zanimanje za certificirane tekstilne proizvode veća kod milenijalaca i roditelja. Obje ove potrošačke skupine traže prečace prema povjerenju i transparentnosti, kaže poznata istraživačica Ellen Karp. Milenijalci i roditelji žele učiniti pravu stvar za društvo i planet kao i za svoje obitelji. Proizvođači robnih marki i ispitne kuće imaju važne uloge u priopćavanju informacija koje pomažu ovim angažiranim potrošačima za odgovornu kupovinu.

**Anna Czerwinska**, voditeljica Marketinga i komunikacija u Udruženju OEKO-TEX® kaže da žele podijeliti ove spoznaje s korisnicima i tekstilnom industrijom što je potpora 25-godišnjoj misiji pomaganja proizvođačima i potrošačima. Informacija potvrđuje da neovisne OEKO-TEX® certifikacije i oznake značajno pomažu milenijalcima i roditeljima u odabiru održivih tekstilnih proizvoda koji su bolji za njihove obitelji i planet.

### OEKO-TEX® uvodi novi postupak ispitivanja organskog pamuka

Posljednjih godina raste popularnost organskog pamuka. Potrošači su sve više zabrinuti zbog okoliša i štetnih tvari u proizvodima koje kupuju za sebe i svoju obitelj. Za njih su organska hrana i organski tekstil pravi izbor i za te proizvode spremni su platiti višu cijenu. Ali, zauzvrat toj većoj investiciji, potrošači očekuju da dobiju istinske organske proizvode koji se kao takvi mogu i dokazati. Novi postupak ispitivanja institucije OEKO-TEX® pomaže proizvođačima u čitavom opskrbnom lancu da lako testiraju svoj organski pamuk na genetski modificirane organizme (GMO), čime se na molekularnoj

razini utvrđuje zadovoljava li pamučni proizvod definiciju organskog.

Danas je oko 70 % pamuka u svijetu genetski promijenjeno. Npr., neki oblici pamuka projektirani su tako da budu otporni na herbicide. Neke su vrste pamuka obrađene insekticidima koji uništavaju parazite poput žiška. Dok industrija ima čvrste argumente u korist modifikacije DNK pamuka, proizvođači i potrošači ih odbijaju. Oni pridaju veću važnost sigurnosti okoliša, društva i proizvoda kakve dobivaju od organskog pamuka.

Za kvalifikaciju i označavanje pamuka kao organskog, pamuk mora zadovoljavati opsežan popis kriterija vezan za uzoj, preradu i segregaciju pamuka. Glavni je zahtjev da biljka pamuka ne bude genetski modificirana. Kako proizvođač može biti siguran da proizvodi od organskog pamuka nisu kontaminirani s neorganskim pamukom uz današnji složeni, globalnim opskrbi lanac iz više izvora, te da su očekivanja kupaca i potrošača te propisa zadovoljeni?

Novo OEKO-TEX® GMO ispitivanje osigurava jasne upute za testiranje genetski modificiranih organizama u organskom pamuku. Uzorci se analiziraju RT-PCR tehnologijom, odnosno tehnologijom reverzne transkripcije – lančanom reakcijom polimeraze, kojom se mogu identificirati poznate genetski modificirane tvari uz granicu detekcije od 0,1 %. Rezultati jasno pokazuju prisutnost ili nepprisutnost genetski modificiranih organizama. Proizvodi od organskog pamuka koji trebaju zadovoljiti OEKO-TEX® Standard 100 moraju se testirati na GMO. Danas je taj postupak ispitivanja ograničen na pamuk.

Prema riječima **Georga Dienersa**, glavnog tajnika u OEKO-TEX®, novi postupak ispitivanja pamuka osigurava proizvođačima i tržištu povjerenje da njihovi proizvodi od organskog pamuka zadovoljavaju odredbe i očekivanja potrošača u pogledu GMO-a.

(A.B./M.H.)