

## Nye krav til økologisk tøj og kosmetik sikrer forbrugertillid og glæder økologer

Der er ros fra Økologisk Landsforening til Forbrugerombudsmandens ny vejledning for miljømæssige og etiske påstande i markedsføring. Foreningen, som repræsenterer de økologiske landmænd, fødevarer virksomheder og forbrugere, havde bedt forbrugerombudsmanden om at fastsætte mere troværdige krav til økologisk kosmetik og tøj. Disse produkter har ikke haft de samme krav til fast standarder og kontrol, som der er for de Ø-mærkede økologiske fødevarer.

Forbrugerombudsmanden stiller med den ny vejledning krav til virksomheders brug af budskaber om miljø, klima, bæredygtighed mm., når de markedsfører deres produkter. Økologisk Landsforening, som har deltaget i arbejdet med vejledningen, har krævet mere klare retningslinjer for anprisningen 'Økologisk' på tekstiler og kosmetik, herunder sæbe og hudplejeprodukter. Foreningen hilser de nye krav velkommen og ser det som en sejr for økologiens samlede troværdighed.

- Forbrugerombudsmandens vejledning er et meget vigtigt skridt på vejen til at sikre en høj troværdighed til de økologiske tekstiler og kosmetik, og dermed beskytter den også den høje forbrugertillid, der er til de økologiske fødevarer, siger Henrik Hindborg, markedschef, Økologisk Landsforening og uddyber:

- Det stigende salg af økologiske fødevarer skyldes i høj grad den store tillid til det røde Ø-mærke og de regler og den kontrol, der ligger bag. Man må slet ikke markedsføre fødevarer som 'økologisk', uden at de lever op til krav til produktion og kontrol. Sådan har det ikke været på kosmetik- og tekstilområdet, hvor produkter har kunnet markedsføres som 'økologisk', uden klare regler for, hvilke krav produkterne skulle overholde. Forbrugerombudsmanden har hjulpet os med dette potentielle problem for økologiens samlede troværdighed, siger Henrik Hindborg.

### Beskytter forbrugerne og producenterne

De store vindere af klare retningslinjer for økologisk tøj og kosmetik, er forbrugerne og de mange økologiske virksomheder, der arbejder seriøst med området.

- Vejledningen sikrer, at forbrugerne får det de forventer af et 'økologisk' produkt, og at de virksomheder, der arbejder med certificeret økologisk kosmetik og tekstiler, ikke udsættes for unfair konkurrence fra produkter, der slet ikke fortjener anprisningen 'økologisk', siger Sybille Kyed, fagpolitisk chefkonsulent, Økologisk Landsforening.

### Vejledningen: Om økologiske tekstiler og kosmetik

I Forbrugerombudsmandens vejledning hedder det blandt andet om økologisk tøj og kosmetik:

- Et tekstilprodukt kan påføres betegnelsen økologisk, når mindst 95 % af samtlige fibre i produktet (inklusive syntetiske fibre) stammer fra certificeret vegetabilsk og/eller animalsk økologisk produktion, der er omfattet af forordning (EF) nr. 834/2007.
- Et kosmetisk produkt kan påføres betegnelsen økologisk, hvis mindst 95 % af samtlige produktets råstoffer/ingredienser (dvs. der bortses fra tilsat vand) stammer fra certificeret vegetabilsk og/eller animalsk økologisk produktion, der er omfattet af forordning (EF) nr. 834/2007
- For begge produktgrupper gælder desuden, at produktet ud over de økologiske ingredienser ikke må have et unødigt indhold af syntetiske stoffer, som forbrugerne med rette kan forvente ikke optræder i økologiske produkter. Se hele vejledningen på [www.forbrugerombudsmanden.dk](http://www.forbrugerombudsmanden.dk)

### For yderligere oplysninger og/eller kommentarer

Henrik Hindborg, markedschef, Økologisk Landsforening, 87 32 27 13 | 51 55 84 82

Sybille Kyed, fagpolitisk chefkonsulent, Økologisk Landsforening, 87 32 27 17 | 24 65 23 92

Joachim Plaetner Kjeldsen, pressemedarbejder, Økologisk Landsforening, 87 32 27 07 | 28 93 18 06