

РЕКЛАМА СЕРТИФИКАТА. КАК ПРАВИЛЬНО?



Качалов В.А.
Директор по развитию ООО «Интерсертифика-ТЮФ»,
сеньор-аудитор TÜV International Certification по ISO 9001:2008, ISO 14001:2004 и
OHSAS 18001:2007

Опубликована в журнале «Методы менеджмента качества», 2012, № 12

(Статья приводится в авторской редакции)

Наличие у компании сертифицированной системы менеджмента качества стало приметным и заслуживающим уважения атрибутом современной бизнес-деятельности. Разработка, внедрение и последующая сертификация систем менеджмента качества, построенных на получивших мировое признание моделях таких систем, демонстрирует приверженность руководства сертифицированных компаний подходам, ориентированным на максимальное удовлетворение требований и запросов потребителей. Подобный стиль с конца прошлого века демонстрируют все ведущие компании мира, а выражение «компания сертифицирована по ISO 9001» стало во многих случаях необходимой предпосылкой для размещения там заказа.

Вместе с тем, естественное желание сертифицированных компаний использовать этот факт в рекламных целях нередко принимает форму, нарушающую установленные в этой области правила, вводя в заблуждение не только своих прямых, но и потенциальных клиентов.

О некорректности публикуемой в средствах массовой информации, на рекламных проспектах, этикетках и в т.п. изданиях сведений о своем статусе сертифицированной компании автор уже писал ранее в [1]. Там он привел конкретные примеры того, как информация об этом подавалась в таком виде, который:

- вольно или невольно вводил читателей в заблуждение относительно того, ЧТО именно было сертифицировано, часто совершенно ложно «подталкивая» их к мысли о том, что сертифицирована производимая ПРОДУКЦИЯ, притом на некоем «международном уровне»;
- указывал на неоправданно завышенные способности организации с сертифицированной СМК обеспечивать высокое качество продукции, фактически – гарантировать такое качество;
- содержал непонятные и/или необоснованные ссылки на стандарт ISO 9001.

К сожалению, подобная практика продолжает иметь место, незаслуженно дискредитируя тем самым сам институт сертификации систем качества.

Невольно попавшие автору в глаза и собранные в течение двух последних лет новые примеры ошибок отчетливо демонстрируют: рост числа сертифицированных в России и странах СНГ компаний не приводит к снижению осознанно или неосознанно (хотелось бы верить именно в последнее) допускаемых ошибок при рекламировании ими своего сертифицированного статуса. В нарушение требований [2] и положений [3] в таких рекламных материалах продолжают иметь место:

- ссылки:
 - на отмененную и, соответственно, недействующую версию ISO 9001 или на несуществующую версию ISO 9001, что фактически означает: система менеджмента качества таких компаний НЕ ЯВЛЯЕТСЯ сертифицированной;
 - на сертификацию выпускаемой ПРОДУКЦИИ или самой ОРГАНИЗАЦИИ, а не ее СМК;
 - на сертификацию по ISO 9001 как на ГАРАНТИЮ качества продукции;
- надписи:
 - ложно воспринимаемые как ссылка на сертификацию ПРОДУКЦИИ, а не системы менеджмента качества;
 - содержащие НЕПОНЯТНЫЕ ссылки на «какую-то» сертификацию;
- нарушение правил использования ТОВАРНОГО ЗНАКА (логотипа) органа по сертификации.

Примеры таких нарушений приведены в таблице 1.

Примеры неправильного представления информации о статусе сертифицированной компании в рекламе

Место нанесения информации	Нанесенный текст или информация (оригинальные цитаты с сохранением стилистики и орфографии)	Нарушения						
		Ссылки на отмененную и, соответственно, не действующую версию ISO 9001	Ссылки на несуществующую версию ISO 9001	Ссылки на сертификацию организации, а не ее СМК	Ссылка на сертификацию по ISO 9001 или на соответствие ISO 9001 как на гарантию качества продукции или услуги	Надпись, воспринимаемая как признак сертификации продукции, а не СМК	Непонятная ссылка на сертификацию	Нарушение правил использования товарного знака (логотипа)
Выходные данные газеты «Казахстанская правда»	АО «Республиканская газета «Казахстанская правда» сертифицировано в соответствии с требованиями СТ РК ИСО 9001-2001 «Система менеджмента качества»	+	+	+				
Этикетка на бутылке воды минеральной питьевой лечебно-столовой «Новотерская целебная» (производство ЗАО «Кавминводы», Россия)	Действующая на заводе система менеджмента качества сертифицирована на соответствие требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ИСО 9001:2000). Регистрационный номер РОСС RU.ИС38.К00113	+	+/-					
Этикетка на бутылке воды минеральной природной питьевой лечебно-столовой «САРЫАФАШ» (производство ТОО «Рауан», Республика Казахстан)	Надпись: СЕРТИФИКАТТАЛҒАН ISO 9001:2009 СЕРТИФИЦИРОВАН		+			+		

Таблица 1
(продолжение)

Место нанесения информации	Нанесенный текст или информация (оригинальные цитаты с сохранением стилистики и орфографии)	Нарушения					
		Ссылки на отмененную и, соответственно, не действующую версию ISO 9001	Ссылки на несуществующую версию ISO 9001	Ссылки на сертификацию организации, а не ее СМК	Ссылка на сертификацию по ISO 9001 или на соответствие ISO 9001 как на гарантию качества продукции или услуги	Надпись, воспринимаемая как признак сертификации продукции, а не СМК	Непонятная ссылка на сертификацию
Упаковка крекеров, изготовленных специально для авиакомпании «Air Astana» и выдаваемых пассажирам этой авиакомпании в ходе полета (производитель - «АО «Султан Кондитерские изделия», Республика Казахстан)	Автономная надпись, завершающая текст ISO 9000:2001		+ Ошибочно: правильно ISO 9001:2000			+	
Оболочка-упаковка мороженого эскимо с растительным жиром ванильного в шоколадной глазури «ХИТ эскимо» (производитель - ООО «Талосто-3000», Россия)	Главная цель компании «Талосто» - обеспечение стабильно высокого качества продукции, что соответствует и подтверждено международным сертификатом ISO 9001-2008		+/- Неточно: правильно ISO 9001:2008		+		+ Никакого междун. сертификата не существует

Таблица 1
(продолжение)

Место нанесения информации	Нанесенный текст или информация (оригинальные цитаты с сохранением стилистики и орфографии)	Нарушения						
		Ссылки на отмененную и, соответственно, не действующую версию ISO 9001	Ссылки на несуществующую версию ISO 9001	Ссылки на сертификацию организации, а не ее СМК	Ссылка на сертификацию по ISO 9001 или на соответствие ISO 9001 как на гарантии качества продукции или услуги	Надпись, воспринимаемая как признак сертификации продукции, а не СМК	Непонятная ссылка на сертификацию	Нарушение правил использования товарного знака (логотипа)
Лист-вкладыш в аптечку первой медицинской помощи (изготовитель - ООО «ТД «АПОЛЛО», Россия)	Соответствует ИСО 9001-2008		+/- Неточно: правильно ISO 9001:2008		+			
Упаковка сменного модуля В100-3 для фильтров воды (производитель - компания «Aquaphor»)	Фирма АКВАФОР сертифицирована по системе менеджмента качества ISO 9001:2008 фирмой TUV NORD CERT (Германия)			+			+	«Такой» сертификации не бывает
Крышка консервов «Крупные шпроты» (производитель - ООО «Унда», Латвия)	Предприятие сертифицировано в Европейском союзе						+	«Такой» сертификации нет.

Таблица 1
(окончание)

Место нанесения информации	Нанесенный текст или информация (оригинальные цитаты с сохранением стилистики и орфографии)	Нарушения						
		Ссылки на отмененную и, соответственно, не действующую версию ISO 9001	Ссылки на несуществующую версию ISO 9001	Ссылки на сертификацию организации, а не ее СМК	Ссылка на сертификацию по ISO 9001 или на соответствие ISO 9001 как на гарантию качества продукции или услуги	Надпись, воспринимаемая как признак сертификации продукции, а не СМК	Непонятная ссылка на сертификацию	Нарушение правил использования товарного знака (логотипа)
Рекламное письмо, поступившее в адрес ООО «Интерсертифика-ТЮФ» по e-mail	Орган по сертификации «Стратег» - ведущая компания в области сертификации российских и иностранных производителей и поставщиков продукции (аттестат аккредитации № РОСС RU.0001.11AB09). ОС «Стратег» также аккредитован на... аттестацию предприятий в Системе менеджмента качества на соответствие международного стандарта ISO 9001:2008 (ИСО 9001-2008) в различных отраслях.		+/- Неточно: правильно ГОСТ Р ИСО 9001-2008				+ Никакой подобной аттестации нет.	
Упаковка « магазинного держателя битов Wiha » для хранения съемных головок для отвертки (изготовитель - компанией Wiha, Германия)	На упаковку рядом с надписью «Made in Germany» нанесен товарный знак (логотип) органа по сертификации TÜV SÜD без каких-либо поясняющих надписей						+	+

Добавим, что свою лепту в искажение содержания института сертификации продолжают вносить и недобросовестные журналисты, не утруждающие себя войти в курс описываемых событий, связанных с сертификацией систем менеджмента качества. Вот типичные примеры подготовленных такими «журналистами» новостей, взятых автором из новостной ленты «Качественные новости» РИА «Стандарты и качество» (выделение текста заглавными буквами сделано автором, стилистика и орфография текстов сохранена):

- *Омский государственный технический университет получил сертификат СООТВЕТСТВИЯ СИСТЕМЕ (??? – прим. автора) менеджмента качества, что ПОДТВЕРЖДАЕТ МЕЖДУНАРОДНЫЕ СТАНДАРТЫ (??? – прим. автора) управления качеством образовательных услуг, предоставляемых вузом. Об этом сообщили в пресс-службе администрации Омской области... Наличие сертификата SMK является признанием того, что вуз осуществляет образовательные услуги на уровне, соответствующем МЕЖДУНАРОДНЫМ СТАНДАРТАМ КАЧЕСТВА ВЫСШЕГО ПРОФЕССИОНАЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ (??? – прим. автора). Современные стандарты менеджмента качества ISO 9000 систематизируют успешную мировую практику лучших компаний, опираются на новейшие достижения мировой управленческой науки. В их разработке принимают участие БОЛЕЕ 100 МЕЖДУНАРОДНЫХ КОМИТЕТОВ (??? – прим. автора), объединяющих ведущих специалистов промышленно развитых стран.* Источник: ИА REGNUM, февраль 2009 г.
- *Сертификация системы менеджмента качества на соответствие требованиям международного стандарта ISO 9001:2008 проводилась аудиторами «Бюро Веритас Сертификейшен», СУЩЕСТВУЮЩИМ В РОССИИ С 1858 ГОДА (??? – прим. автора).* Источник: НовоТомск, февраль 2011 г.

Отметим также, что печальная статистика рекламных «коллизий», связанных с менеджментом качества, к сожалению, стала расширяться и за счет рекламных вставок, относящихся уже к экологическому менеджменту. Так, например, на упаковке сока J-7 «Яблочный сок восстановленный» (производитель ОАО «ВБД Напитки», Россия) рядом с экологической маркировкой по типу II в виде ленты Мёбиуса содержится следующая бесспорно ПРАВДИВАЯ (и, возможно, даже никак не нарушающая требования [4]), но совершенно НИ О ЧЕМ НЕ ГОВОРЯЩАЯ надпись: *«В основе этой картонной упаковки ДРЕВЕСИНА возобновляемый природный ресурс»* (стилистика и орфография сохранена).

В помощь тем, кто допустил ошибки при подготовке рекламных материалов, но хотел бы исправить ситуацию, автор приводит в приложении 1 и 2 ключевые положения, регламентирующие ПРАВИЛЬНОЕ содержание подобной информации, и правила рекламирования своего статуса сертифицированной компании. Хочется надеяться, что внимательное прочтение в каждой сертифицированной компании указанных там правил позволит если не исключить неприемлемо часто имеющие место случаи недобросовестной и, зачастую, обманчивой рекламы, то хотя бы приостановить ее очевидный рост.

Что касается журналистов, то здесь ситуация – и это надо признать – гораздо хуже. Приведенные примеры, к сожалению, лишь еще раз иллюстрируют наличие проблемы, которой столько же лет, сколько самой журналистике. Вплоть до сегодняшнего дня многие «служители пера» не считают какую-либо информацию весомой и достойной опубликования, если в ней не будет чего-то «жареного» или, на худший случай, «остренького». Поэтому прогнозировать исключение систематически публикуемых журналистских «сертификационных перлов», по-видимому, преждевременно. Слишком много еще таких «журналистов» и слишком верны они указанному «правилу», чтобы прямые указания специалистов на допускаемые ошибки дошли до всех и были услышаны.

К сожалению, это так. А жаль, ибо сертификация систем менеджмента из-за них очень часто оказывается «без вины виноватой», не давая для этого никакого обоснованного повода.

Литература

1. В.А. Качалов. Как «хвалиться» сертификатом соответствия // «Методы оценки соответствия», 2009, № 7.
2. ISO/IEC 17021:2011(E). Conformity assessment. Requirements for bodies providing audit and certification of management systems (Оценка соответствия. Требования к органам, проводящим аудит и сертификацию систем менеджмента).
3. Документ ISO «Publicizing your ISO 9001:2000 or ISO 14001 certification» (Опубликование информации о вашей сертификации на соответствие ISO 9001:2000 или ISO 14001).
4. ГОСТ Р ИСО 14021-2000. Этикетки и декларации экологические. Самодекларируемые экологические заявления (экологическая маркировка по типу II).

Ссылки на сертификацию и использование логотипов¹⁾

(Извлечения из [2])

8.4.1 В сертифицирующем органе должна быть разработана политика в отношении управления любым логотипом, право использования которого он предоставляет клиентам. Это должно обеспечивать, помимо прочего, возможность по логотипу определять орган по сертификации. В логотипе или сопровождающем его тексте не должно быть неясности относительно того, что именно было сертифицировано, и какой орган по сертификации выдал сертификат. Этот логотип не должен наноситься на продукцию или на ее упаковку так, чтобы быть видимым потребителю, или использоваться любым другим способом, который может быть интерпретирован как признак соответствия самой продукции.

ПРИМЕЧАНИЕ. ISO/IEC 17030 содержит требования к использованию логотипа третьих сторон.

8.4.2 Сертифицирующий орган не должен позволять нанесение своего логотипа на отчетах о результатах лабораторных испытаний, калибровки или проверки, т.к. подобные отчеты в контексте настоящего международного стандарта рассматриваются как продукция.

8.4.3 Сертифицирующий орган должен требовать, чтобы организация-клиент:

- a) соответствовала требованиям сертифицирующего органа при ссылках на свой статус сертифицированной организации в средствах массовой информации, таких, как Интернет, брошюры или рекламные материалы или другие документы;
- b) не делала сама никаких вводящих в заблуждение заявлений о своей сертификации и не позволяла делать таких заявлений другим;
- c) не использовала сама документа о сертификации или его части таким образом, который вводит в заблуждение, и не позволяла делать это другим;
- d) в случае приостановки или отзыва/изъятия сертификата прекратила, по указанию органа по сертификации (см. п. 9.6.3 и 9.6.6), использование всех рекламных материалов, в которых имеется ссылка на то, что организация является сертифицированной;
- e) внесла изменения во все рекламные материалы в случае сокращения области сертификации;
- f) не допускала, чтобы ссылки на то, что ее система менеджмента сертифицирована, делались таким образом, который намекает на то, что сертифицирующий орган сертифицировал продукцию (включая услуги) или процесс;
- g) не намекала, что сертификация распространяется на деятельность, находящуюся за рамками области сертификации, и
- h) не использовала факт своей сертификации таким образом, который нанес бы ущерб репутации органа по сертификации и/или системы сертификации и привел бы к потере доверия к ним со стороны общественности.

8.4.4 Сертифицирующий орган должен осуществлять соответствующий контроль за использованием своих прав собственности и принимать меры в отношении некорректных ссылок на статус сертифицированной организации или вводящего в заблуждение использования документов о сертификации, логотипов или отчетов об аудитах.

ПРИМЕЧАНИЕ. К подобным мерам могут относиться требования об устранении несоответствия и осуществлении корректирующих действий, приостановка действия сертификата, его отзыв/изъятие, опубликование информации о нарушениях и, в случае необходимости, юридические действия.

¹⁾ Цитирование текста в этом и следующем приложении приводится в авторском переводе.

Опубликование информации о сертификации

(На основе [3])

- Не размещайте знак сертификации по ISO 9001 или ISO 14001 на продукции, этикетках продукции или на упаковке продукции или каким-либо иным способом, который может быть интерпретирован как признак соответствия продукции.
- Не позволяйте ни в каком виде высказываний, которые могут быть интерпретированы таким образом, что сертификация по ISO 9001 или по ISO 14001 является сертификацией продукции или гарантией на продукцию.
- В тех случаях, когда в относящейся к продукции информации, включая рекламные материалы, делается ссылка на сертификацию по ISO 9001 или ISO 14001, это не должно делаться таким образом, что сертификация по ISO 9001 или по ISO 14001 может быть интерпретирована как сертификация продукции или гарантия на продукцию.
- Если организация желает довести информацию о наличии у нее сертифицированной системы менеджмента качества в информационных материалах, связанных с продукцией (включая упаковку, этикетки или саму продукцию), ей следует уделить особое внимание тому, чтобы эта информация не была воспринята превратно, используя для этого фразы, подобные следующим:
 - Система менеджмента, распространяющаяся на производство данной продукции, сертифицирована по ISO 9001:2008.
 - Система менеджмента, распространяющаяся на предоставление данных услуг, сертифицирована по ISO 9001:2008.
 - Система менеджмента качества, сертифицированная по ISO 9001:2008.
 - СМК на основе ISO 9001:2008.