

# «Как «хвалиться» сертификатом соответствия»

**Качалов В.А.**

Директор  
ООО «ИНТЕРСЕРТИФИКА»

## КАК ЭТО ДЕЛАЛОСЬ РАНЕЕ

Еще в 90-х годах прошлого века, в самом начале своей деятельности в качестве аудитора систем менеджмента качества (СМК), автор начал собирать примеры неправильного использования различными компаниями факта наличия у них сертифицированной СМК в рекламных целях. «Неправильность» заключалась в том, что информация об этом подавалась в таком виде, который вольно или невольно вводил читателя-пользователя продукции в заблуждение относительно того, ЧТО именно было сертифицировано, часто совершенно ложно «подталкивая» его к мысли о том, что сертифицирована САМА продукция. Да еще не просто так, а по каким-то международным стандартам. Вот примеры такой рекламы тех лет:

- *Сертифицировано по ИСО 9001 – надпись на фантике конфет кондитерской фабрики «Волжанка», Ульяновск.*
- *Сертифицировано Госстандартом РФ и Регистром Ллойда (Великобритания) по ИСО 9001 – надпись на этикетке к бутылке пива «Балтика классическое».*
- *Соответствует требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-96 (9001:1994) – надпись на этикетке минеральной воды «Рамено».*
- *Качество продукции гарантировано ISO 9001 – надпись на коробке с печеньем фабрики «Кристалл», Болгария.*
- *«Крикет» имеет престижный международный сертификат качества ISO 9002 – надпись на рекламном плакате зажигалок «Крикет» в московском метро.*

«Сила» таких «реклам» в тот период нередко, не осознавая того, «поддерживалась» некоторыми журналистами, явно не до конца разобравшимися в сути дела при изложении соответствующей информации в своих СМИ. Среди примеров таких публикаций следующие:

- *Важный показатель качества – наличие международного сертификата ISO 9002. Эта «бумажка» подтверждает, что каждая деталь велосипеда отвечает самым высоким техническим стандартам (газета «Клиент», № 15, 2001).*
- *Но главная победа «ВМП» в другом – в высочайшем качестве продукции, которое подтверждается сертификатом международного стандарта ISO 9001:2000 (журнал «За рулем», № 6, 2002).*

Самым ярким в собрании автора была следующая цитата из одного из учебников(!!!) по управлению качеством тех лет:

- *В настоящее время именно сертификат, подтверждающий соответствие продукции международным стандартам на систему качества, служит решающим фактором для заключения контракта на поставку продукции. – Управление качеством: Учебник для вузов. Под ред. С.Д. Ильенковой. - М.: Банки и биржи, ЮНИТИ, 1998 (стр. 3). Тираж - 10000 экз.*

Однако время шло, и понимание того, что сама по себе сертификация СМК не может служить основанием для использования этого факта в качестве ПРЯМОЙ рекламы своей продукции, стало понемногу входить в сознание руководителей сертифицированных компаний и их рекламно-маркетинговых служб. Выражения, подобные приведенным выше, стали встречаться реже.

## КАК ЭТО ДЕЛАЕТСЯ СЕЙЧАС

В 2000 году была принята новая редакция стандарта ИСО 9001. Это вызвало очередной подъем интереса к сертификации систем менеджмента качества, а, вслед за этим, и рост ошибочной, по-прежнему ЛОЖНОЙ по своей сути рекламы, хотя она стала, конечно же, менее прямолинейной:

- **Качество продукции подтверждается системой менеджмента качества, соответствующей международному стандарту ISO 9001:2000** – надпись на банке пива «Невское классическое», г. Санкт-Петербург.
- **Качество продукции обеспечено сертифицированной системой менеджмента качества, соответствующей требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001** – надпись на фантике конфет «Осенний вальс» ОАО «РОТ ФРОНТ», г. Москва.
- **Производство сертифицировано по международным стандартам качества ISO 9001:2000** – надпись на упаковке вафель со сливочной карамелью в шоколаде ООО «Таго», Польша.

В некоторых случаях попытки «связать» сертификат на СМК и «качество продукции» стали реализовываться совсем непонятным образом, но, как видно, похвастаться наличием сертификата в соответствующих компаниях очень уж хотелось. Например, вот какой вид имели некоторые «сигналы» о наличии в компании СМК, сертифицированной по ИСО 9001:

- Наклейка на бутылке минеральной воды «Ессентуки № 4» (ОАО «Минводопищепродукт», г. Минеральные Воды) содержала изображение гербовой печати, внутри которой содержалась следующая надпись из четырех разрозненных строк, связать которые воедино простому потребителю очень даже не просто:

**Система менеджмента  
качества  
ГОСТ  
Р ИСО**

- На упаковке зубной пасты «Dental Guard» (компания РУБЕЛЛА, Болгария) по-английски в рамочке были написаны следующие три строчки, говорящие о сертификации некой «системы качества и менеджмента»:

**Сертифицированная система качества и менеджмента  
ISO 9001  
Сертификат № 368009**

- На фантике конфет «Королевский шарм» (АО «Кондитерская фабрика «А.В.К.», г. Донецк) были изображены два круга, по периметру которых шла одинаковая надпись

**Изготовлено на производстве с системой управления качеством, которая  
сертифицирована по стандарту**

но внутри этих кругов были тексты с разными номерами сертификата:

**СЕРТИФИКАТ**

**BVC № 197083**

**ISO 9001:2000**

**СЕРТИФИКАТ**

**СЕРТИФИКАТ**

**BVC № 196984**

**ISO 9001:2000**

**СЕРТИФИКАТ**

По-прежнему не остались в стороне и журналисты, вновь пытающиеся внести свой «вклад» в дело рекламы сертификатов соответствия и механизмов их введения в силу. Вот два ярких примера:

- *Гарантией качества отечественной продукции выступал государственный стандарт, всем известный ГОСТ. Со временем соответствие ГОСТу перестало быть единственным и окончательным критерием качества. Появились новые международные стандарты. ISO 9001 и есть такой международный стандарт качества. И далее: Значок ISO 9001 на упаковке продуктов питания говорит о соответствии товара международным стандартам качества (статья «Народ хочет ИСО большего качества продуктов», газета «Комсомольская правда», 07.02.06).*
  - *После устранения выявленных в ходе аудита несоответствий и сделанных замечаний в августе т.г. комбинату выданы:*
    - *Сертификат в Системе сертификации «Русского регистра» (на русском и английском языках);*
    - *Сертификат в системе Международной сети сертификации IQNet (на английском языке).*
- 29.08.2007 года Сертификаты введены в действие на комбинате приказом генерального директора (сайт INFOLine, информация от 10.09.07 «ОАО «Ангарский электрохимический комбинат» получило Сертификат соответствия Системы экологического менеджмента требованиям международного стандарта»).*

### КАК ЖЕ ВСЕ-ТАКИ ПРАВИЛЬНО

Как правильно рекламировать наличие у компании сертифицированной СМК? Ответ на этот вопрос дают два документа, извлечения из которых приведены ниже в приложениях: документ ISO «Publicizing your ISO 9001:2000 or ISO 14001 certification» и международный стандарт ISO/IEC 17021:2006.

С учетом изложенных в этих документах требований правильными примерами информационной рекламы сертифицированной СМК могут быть следующие:

- *Система менеджмента качества ЗАО «КАРАТ» соответствует требованиям ГОСТ Р ИСО 9001-2001 (ИСО 9001:2000) – надпись на упаковке масла сливочного «Домашнее», ЗАО «КАРАТ», Россия.*
- *На наклейке напечатан логотип Системы сертификации TÜV CERT, под которым стоит надпись «Система менеджмента качества сертифицирована по международному стандарту ISO 9001:2000» – наклейка на бутылке с минеральной водой «Меркурий-3», компания «Меркурий», г. Черкесск.*

Наиболее же точно и правильно информация о наличии сертифицированной СМК отражается в следующей форме:

- *Продукция изготовлена на предприятии, система управления качеством которого сертифицирована в DQS (Германия) и ТЕСТ-Санкт-Петербург (Россия) по МС ИСО 9001:2000 – надпись на этикетке водки особой «Русские традиции хлебная» ОАО Ликеро-водочный завод «Ярославский».*

А вот хвалебные оды Системе сертификации, которая выдала сертификат соответствия (пример смотрите ниже), петь совсем ни к чему:

- *Система менеджмента качества Компании «Май» сертифицирована на соответствие международному стандарту ISO 9001:2000 аудитором мирового уровня TÜV – надпись на упаковке зеленого чая ОАО Компания «Май», г. Фрязино.*

### СОВЕТЫ ВМЕСТО ЗАКЛЮЧЕНИЯ

Если организация не может сама определить, в полной ли мере ее реклама соответствует указанным выше требованиям, ей необходимо проконсультироваться по этому вопросу с сертифицировавшим ее органом по сертификации.

Следует обратить внимание, что в обязанность последнего входит не только согласование вашей рекламы. Он несет ответственность и за осуществление надзора за тем, как сертифицированная организация использует информацию об этом в рекламных целях, обладая при этом правами принятия в отношении нарушителей соответствующих мер. В их число входит приостановка действия сертификата и даже его отзыв.

Так что хвалиться статусом компании с сертифицированной СМК не только можно, но и нужно, но делать это надо правильно!

В.А. Качалов,  
сеньор-аудитор TÜV CERT и TÜV International Certification  
по ISO 9001:2008

03.05.09

**ДОКУМЕНТ ИСО «PUBLICIZING YOUR ISO 9001:2000 OR ISO 14001  
CERTIFICATION»  
(«Опубликование информации о вашей сертификации по ИСО 9001:2000  
или ИСО 14001»)  
(извлечения)**

- Не размещайте знак сертификации по ИСО 9001:2000 или ИСО 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 ИСО 9001:2000 или по ИСО 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 ИСО 9001:2000 или ИСО 14001, это не должно делаться таким образом, что сертификация по ИСО 9001:2000 или по ИСО 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 ИСО 9001:2000
  - Система менеджмента, распространяющаяся на предоставление данных услуг, сертифицирована по ИСО 9001:2000
  - Система менеджмента качества, сертифицированная по ИСО 9001:2000
  - СМК на основе ИСО 9001:2000

**ИСО/МЭК 17021:2006 «ОЦЕНКА СООТВЕТСТВИЯ. ТРЕБОВАНИЯ К ОРГАНАМ,  
ПРОВОДЯЩИМ АУДИТ И СЕРТИФИКАЦИЮ СИСТЕМ МЕНЕДЖМЕНТА»  
(извлечение)**

**8.4 Ссылки на сертификацию, использование логотипов**

**8.4.1** Сертифицирующий орган должен иметь политику 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, что делается видимым потребителю, или использоваться любым другим способом, который может быть интерпретирован как признак соответствия самой продукции.

**ПРИМЕЧАНИЕ.** ИСО/МЭК 17030 содержит требования по 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:

- а) 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;
- б) не делала сама никаких вводящих в заблуждение заявлений о своей сертификации и не позволяла делать таких заявлений другим;
- в) не использовала сама документа о сертификации или его части вводящим в заблуждение образом и не позволяла делать это другим;
- г) в случае приостановки или отзыва/изъятия сертификата прекратила, по указанию органа по сертификации (см. 9.6.3 и 9.6.6), использование всех рекламных материалов, в которых имеется ссылка на то, что организация является сертифицированной;
- д) внесла изменения во все рекламные материалы в случае сокращения области сертификации;
- е) 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;
- ж) не намекала, что сертификация распространяется на деятельность, находящуюся за рамками области сертификации, и
- з) не использовала факт 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 должный 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.