РДА часто приходится сталкиваться с рекламно-информационными сообщениями производителей воды о ее чудесных волновых, электромагнитных или иных свойствах, якобы излечивающих диабет и множество других заболеваний. РДА разрабатывает Критерии оценки качества воды для Стандартов качества РДА. Одним из основных критериев в рандомизированном контролируемом двойном слепом испытании будет наличие статистически достоверного снижения уровней фруктозамина через 2 -3 недели потребления воды и/или гликолизированного гемоглобина через 90 дней от начала потребления воды. Недавно начался судебный процесс против производителей воды «Божья роса». Мы обратились к члену Экспертного Совета РДА к.х.н. А. Паталахе (http://www.diabetes-ru.org/ru/expert-sovet) дать комментарий по поводу данного судебного процесса. Далее приводим текст публикации о судебном процессе против «Божьей россы» и комментарий А. Паталахи.

ОЗПП: Управделами Президента РФ пригласили в суд по делу о Божьей росе

14 мая 2015 года, в Головинском районном суде г. Москвы состоялось судебное заседание по делу о воде «Божья роса». Суд удовлетворил ходатайство Общества защиты прав потребителей (ОЗПП) о привлечении в качестве третьего лица Управление делами Президента РФ.

ОЗПП обратилось в суд с просьбой привлечь Управделами в качестве третьего лица в рамках ст. 43 ГПК РФ, поскольку в данном процессе затронуты интересы и нарушены права этой организации.

Напомним, согласно надписи на этикетке питьевой воды «Божья роса», производитель - ООО «Фирма Термо-премьер» позиционирует себя как поставщик Управления делами Президента РФ. Но, как отмечает ОЗПП, никакого подтверждения факта благотворного влияния «Божьей росы» на само Управление, его сотрудников и лично президента РФ Путина В.В. нет, потребителей вводят в заблуждение.

Никаких подтверждений заявленных производителем лечебных свойств питьевой воды «Божья роса» также не существует. Согласно ГОСТ 13273-88 «Воды минеральные питьевые лечебные и лечебно-столовые» лечебной водой может именоваться только минеральная вода, однако продукт, являющийся предметом спора, не является даже искусственно минерализованным, не то что минеральным.

Тем не менее, ООО «Фирма Термо-премьер», согласно информации, размещенной на сайте воды, убеждает – вода обладает чудодейственными свойствами, вылечит и онкологию, и диабет, и другие хронические заболевания, а также избавит от проблем с потенцией.

В поданном иске ОЗПП просит суд обязать ответчика прекратить реализацию питьевой воды «Божья роса» с указанием недостоверной информации о свойствах продукта и довести до сведения потребителей решение суда через средства массовой информации.

«К сожалению, рынок завален потребительскими товарами, производители которых недобросовестным образом наделяют их фантастическими свойствами, никак не подтверждая их. «Божья роса» – один из самых ярких показательных примеров такой практики, с которой ОЗПП в меру сил пытается бороться», - комментирует председатель ОЗПП Михаил Аншаков.

Комментарий.

Комментарий председателя суда, Аншакова Михаила, что “рынок завален потребительскими товарами, производители которых недобросовестным образом наделяют их фантастическими свойствами, никак не подтверждая их”, очень точный. Такая проблема есть. Однако, говорить, что рынок завален, было бы преувеличением. Все-таки, некоторые “тормоза” для совсем невероятных заявлений о свойствах продуктов, присутствуют в нынешнем законодательстве РФ о маркировке продуктов питания. Но это только часть проблемы. Другая ее сторона заключается в том, как таки, оставаясь в рамках закона, заявить о полезных свойствах продукта, если они есть и если они доказаны научно. Риск, что зачислят в “недобросовестные” производители, есть и пребольшой. Председатель суда может не поверить, что, например, некоторая печенюшка улучшает состояние сердечно-сосудистой системы, из-за присутствующих в ее составе жиров омега-3. Или, что шоколадка улучшает работу сердца по причине эпителий-зависимой вазодиляции сосудов. Хотя и то, и другое может быть чистой правдой.

Проблема в том, что в РФ отсутствует законодательство, описывающее процедуру согласования и утверждения т.н. особых свойств продуктов питания (по английски, claim s).
Для примера, в ЕС, США, Японии такие процедуры есть. Такой законодательство чрезвычайно наукоёмкое и требует неординарной экспертизы для понимания и правильного использования.

Тут работают такие закономерности. Большие компании с международными именами, располагают экспертами, которые вполне в курсе законов, в том числе международных, и, как правило, такие компании имеют внутреннюю процедуру оценки заявлений об особых свойствах продуктов. Такие процедуры, часто апеллируют к законодательству развитых стран. Идея понятна – один и тот же продукт в разных странах не может позиционироваться по-разному. Для компаний с именем и репутацией это чрезвычайно важно.

В условиях РФ, когда даже научно обоснованное заявление представляет риск быть оспоренным, многие компании избегают даже доказанных заявлений про положительное влияние продукта или ингредиентов на физиологические функции.

Компании маленькие и локальные, экспертами не располагают, и, часто, очень приблизительно представляют относящееся к делу пищевой законодательство и области науки, и полагают, что этикетка продукта и реклама – это поле для неограниченной фантазии. В рассматриваемом случае “Божьей Росы”, автор откровений про лечение онкологии, диабета и потенции, скорее всего, несчастный менеджер по продажам, совмещающий должность менеджера по рекламе с еще парочкой должностей. Не его вина, что у него нет нужной экспертизы.

Аналогичнгая история имела место несколько лет назад. На сайте http ://www . vodainfo . com /ru /mercurymineralwater _russia .html все еще можно найти песнь песней про воду “Меркурий”

“*Мощная энергетика минеральной воды "Меркурий" оказывает активное благотворное влияние на организм:*

- *•Активизирует все жизненные процессы, дает силу и энергию.*
- *•Улучшает самочувствие и повышает активность.*
- *•Продлевает годы полноценной дееспособной жизни.*

Правильная структура и активный, сбалансированный, целебный минеральный состав воды "Меркурий" способствуют:

Восстановлению силы и водно-солевого баланса клеток организма после интенсивных физических нагрузок.

- *•Восстановлению дефицита воды и жизненно важных веществ в клетках организма, обезвоженных в процессе курения.*
- *•Снятию похмельного синдрома и облегчению самочувствия при алкогольном отравлении.*
- *•Благодаря высокой природной "подвижности" минеральная вода "Меркурий" легко проникает в состав внутриклеточных и межклеточных жидкостей всех органов человека и легко усваивается организмом.”*

Понятное дело, ни слова правды. К чести производителей “Меркурия”, надо сказать, что эта реклама циркулировала очень короткое время несколько лет назад и довольно быстро исчезла.

Еще несколько примеров сермяжных заявлений об особых свойствах продуктов.

“Растительное масло без холестерина”

И

Поваренная соль без ГМО.

Понятно, что хотели, как лучше. Надо сказать, что в условиях РФ к этим заявлениям (растительное масло без холестерина и поваренная соль без ГМО) у суда претензий не было бы. Поскольку и то, и другое, правда. (в случае растительных масел – почти правда, поскольку холестерин, все же, в макроколичествах, в них присутствует). Но серьезные компании с репутацией, никогда бы не позволили себе подобных экзерсисов.

Ровно потому, что все известные законодательства об особых свойствах продуктов, которые точно известны экспертам компаний, включают в себя пункты, что заявление – не должно быть глупым; и – что не должно утверждать отсутствие компонента, присутствие которого нельзя ожидать в продукте.