

Productcontaminatie en terugroeping van producten

Laat u niet verrassen!

Het kan elk bedrijf overkomen

Geen enkel bedrijf, zelfs niet met de beste kwaliteitscontroles, is immuun voor een recall. Het nulrisico blijft een utopie in het industriële proces. Menselijke fouten, de hele mondiale toeleveringsketen en de beperkte controle die een bedrijf soms heeft over haar leveranciers kan ertoe leiden dat de kwaliteit van de producten in het gedrang komt.

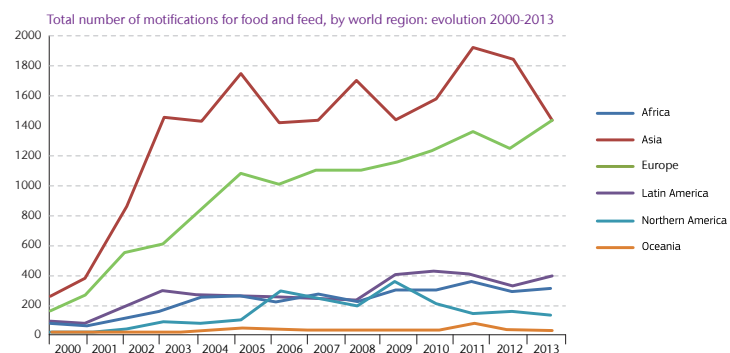
Toename incidenten

Product recalls en consumentenwaarschuwingen zijn zeker geen nieuw fenomeen. In het verleden kwamen heel wat wereldwijde recall-acties uitgebreid in het nieuws. Uit cijfers van de Europese Commissie blijkt dat het aantal meldingen van veiligheidsproblemen en corrigerende acties voor zowel consumentengoederen, voedingsmiddelen als geneesmiddelen nog steeds jaarlijks toeneemt.

Er zijn bijna dagelijks berichten over de terugroeping van producten, zowel in de voedings- als de niet-voedingsindustrie. Deze worden op nationale of Europese websites gepubliceerd. Enkele voorbeelden:

- <http://www.favv.be/productterugroepingen/>
- http://ec.europa.eu/food/safety/rasff/index_en.htm
- http://ec.europa.eu/consumers/consumers_safety/safety_products/index_en.htm

Een product recall is een terugroepactie door de producent, invoerder of verkoper van een gebrekkig product, dat in de meeste gevallen levensgevaarlijk is of schade kan veroorzaken, en dat afgeleverd is aan of onderweg is naar de gebruikers. De fabrikant/invoerder heeft er dan alle belang bij alarm te slaan, de gebruikers zo snel mogelijk te informeren en de in de verkoopkanalen aanwezige producten terug te halen of te laten vernietigen. Deze acties zullen zijn aansprakelijkheid voor nalatigheid beperken en kunnen mogelijke reputatieschade voorkomen.



Bron: European Rapid Alert system for non-food dangerous products 2014, Complete Statistics, p.9 [publicatie van de Europese Commissie]

Bron: The Rapid Alert System for Food and Feed 2013 Annual Report, p.37 [publicatie van de Europese Commissie]

Oorzaken van toename recalls

Deze toename kan op verschillende manieren verklaard worden. De komst van de meldingsplicht en het feit dat de consument mondiger geworden is, hebben het aantal geregistreerde gevallen uiteraard een serieuze boost gegeven. Daarnaast zorgt de mondialisering van de economie ervoor dat productketens steeds internationaler en complexer worden, hetgeen de kans op onaangename verrassingen vergroot. De tijden dat een fabrikant zijn eigen product zelf ontwerpt, maakt, distribueert en verkoopt zijn allang voorbij. Daarenboven worden zowel de nationale als de internationale wet- en regelgeving strenger en controles gestructureerder. Elke regio of land hanteert vaak eigen veiligheidsmaatstaven en kwaliteitsnormen, waardoor het voor een producent niet eenvoudig is om opgelegde en steeds veranderende protocols en maatstaven te respecteren.

Belgische regelgeving en wetgeving

In België is de voedingssector aan een meldingsplicht onderworpen. Elk bedrijf dat een product ingevoerd, geproduceerd, gekweekt, geteeld, verwerkt, vervaardigd of gedistribueerd heeft en dat schadelijk kan zijn voor de gezondheid van mens, dier of plant, is verplicht het Federale Agentschap hiervan in kennis te stellen en de nodige maatregelen te treffen om dit product ofwel onschadelijk te maken ofwel uit de handel te nemen ¹.

De kracht van sociale media

De goede naam van uw bedrijf staat of valt met het vertrouwen in uw producten. In een tijdperk waar een event of crisis binnen enkele uren wereldnieuws kan worden, kan een recall ernstige imagoschade aanrichten. De kracht van sociale media wordt door veel bedrijven nog onderschat. Klachten van een individuele consument over een dienst of product kunnen binnen 24 uur uitgroeien tot een ware hetze tegen een bedrijf. Sociale media zoals Facebook, Twitter en reviewsites geven burgers de mogelijkheid uitgebreid en razendsnel hun beklag te doen over een organisatie.

Voorbeelden van recalls



[1] Artikel 8 van het KB 14.11.2013.



De impact van een product recall voor uw bedrijf

Financiële impact

De voedings- en drankenindustrie beschouwt product recall als één van de meest strategische bedrijfsrisico's. De financiële gevolgen kunnen heel ernstig zijn, en in extreme gevallen zelfs tot een faillissement leiden.

Kosten gelinkt aan een productterugroeping:

- Kosten gelinkt aan de terugroeping, vernietiging en/of vervanging van de gebrekkige of gecontamineerde producten;
- Kosten gelinkt aan de crisiscommunicatie (advertenties in media, mailing naar consumenten, begeleiding door consultants, etc.);
- Juridische kosten wegens ingestelde vorderingen;
- Inkomsten- en winstverlies.

Reputatieschade

Organisaties, bedrijven en bestuurders liggen onder een vergrootglas. Nog nooit waren ze zo kwetsbaar als nu. Een crisis, zoals een product recall, kan een zorgvuldig opgebouwde reputatie in een oogwenk afbreken. De gevolgen kunnen rampzalig zijn: verlies van het consumentenvertrouwen, verlies aan beurswaarde, gehele merkschade (ook voor andere producten van het merk), enz.

Daarnaast kan een volledige industrie ook lijden onder de terugroepingsactie van 1 bepaald bedrijf in de sector. Een voorbeeld hiervan is de terugroeping van meer dan 500 miljoen eieren door een Amerikaanse eierenfabrikant omwille van 2500 gevallen van salmonella die aan deze eieren gelinkt werden. De totale kost voor de eierenfabrikant is niet gekend maar de negatieve media-aandacht heeft een terugval van de prijs voor de eieren tot gevolg gehad wat de industrie meer dan 100 Mio dollar aan inkomsten heeft gekost en dit in een enkele maand na het incident.

(Gedeeltelijke) stopzetting van productie

Een product recall kan eveneens een (gedeeltelijke), en meestal tijdelijke, stopzetting van de productie of activiteiten van het bedrijf met zich meebrengen. De productie kan stilliggen om 1001 redenen: omdat een correct alternatief niet onmiddellijk voorhanden is om het gebrekkige onderdeel te vervangen, omdat er een ontsmettingsprocedure in gang wordt gezet, omdat de overheid de productie beslist stil te leggen, of omdat klanten de contracten verbroken hebben. De balans van uw bedrijf of organisatie kan hierdoor in gevaar gebracht worden.

Product recall verzekeringsoplossingen: “first in line defence”

Een groot aantal kosten en risico's die een product recall met zich meebrengt zijn via verzekeringsoplossingen te ondervangen. Het doel van de verzekering is de financiële gevolgen van een product recall actie te dekken, zodat uw bedrijf de mogelijkheid heeft haar activiteiten verder te zetten. De kosten worden vergoed, ongeacht een reeds bewezen aansprakelijkheid. Onder deze kosten vallen onder andere ook crisis management consulting diensten, die zowel vóór als na het incident kunnen ingezet worden.

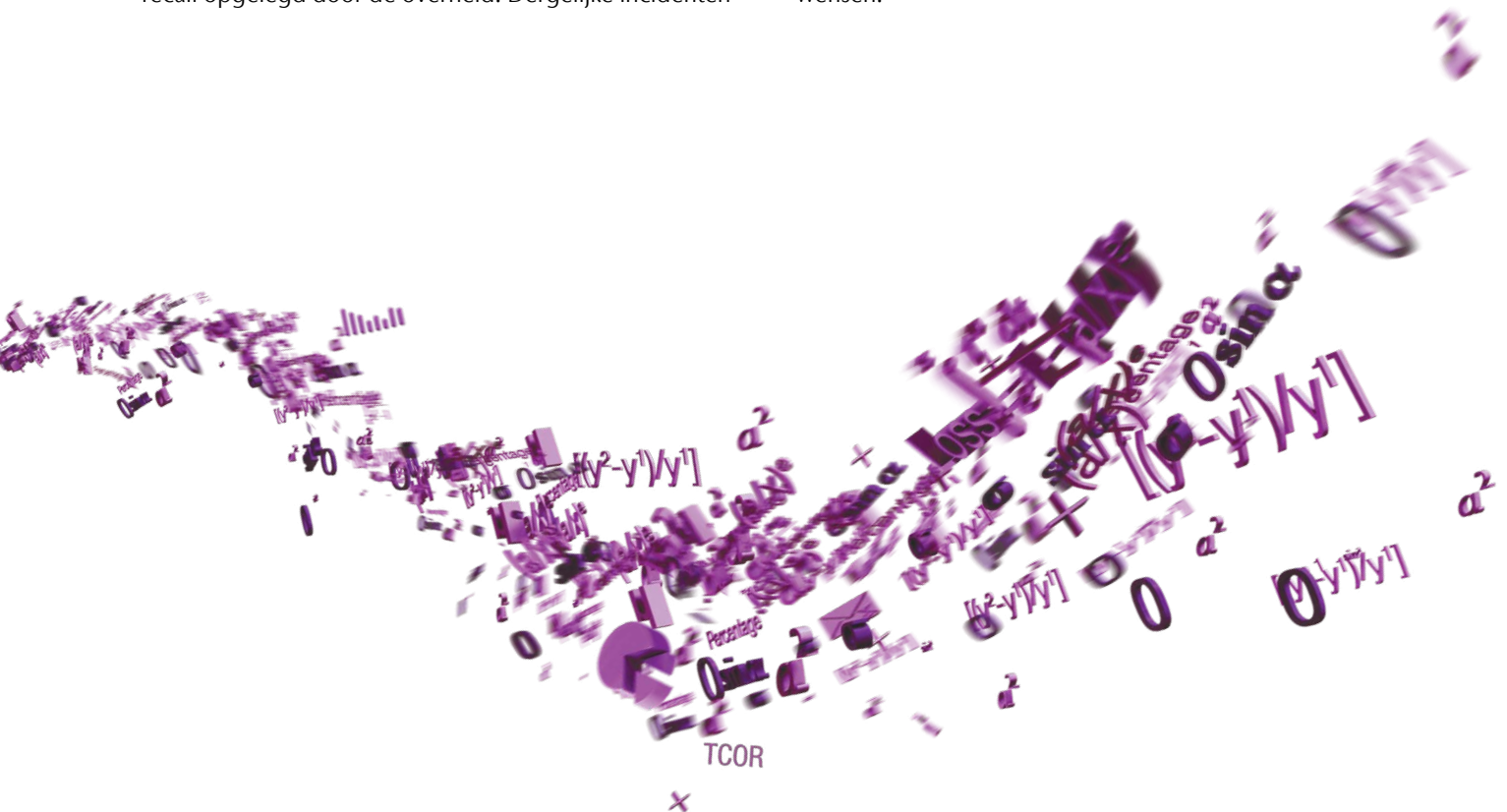
Er zijn verschillende specifieke verzekeringsoplossingen op de markt. Zo spreekt men enerzijds van productcontaminatieverzekeringen en anderzijds van recallverzekeringen.

Productcontaminatieverzekeringen (Contaminated Product Insurance, CPI) richten zich op producten voor menselijke consumptie zoals voeding, drank, cosmetica, medicijnen. De triggers hiervoor zijn: accidentele contaminatie, kwaadwillige/opzettelijke contaminatie en recall opgelegd door de overheid. Dergelijke incidenten

komen vaak voor en kunnen veel media-aandacht met zich meebrengen, wat een zware negatieve impact kan hebben op het vertrouwen van de consument in deze producten.

Daarnaast zijn er de **recallverzekeringen** die zich richten op (half-) afgewerkte producten die niet bestemd zijn voor menselijke consumptie zoals elektronica, kleding, speelgoed, auto's en auto-onderdelen, enz. De trigger hiervoor is een gebrekkig goed dat lichamelijke of materiële schade zou kunnen veroorzaken. Behalve bij de zogenaamde recall door derden (Third Party Recall) - wanneer het gecontamineerde/gebrekkige product een onderdeel uitmaakt van een eindproduct en waar het de eindproducent is die het product zal moeten terughalen biedt de aansprakelijkheidsverzekering geen oplossing voor de kosten eigen aan het bedrijf.

Als onafhankelijke verzekeringsadviseur en –makelaar kan Aon u helpen om de juiste verzekeringsoplossingen uit te werken, met aandacht voor uw specifieke noden en wensen.



Contacts

Wilt u meer informatie, contacteer dan:

Ingrid Deschepper

+32 (0)2 730 96 51

ingrid.deschepper@aon.be

Daniel Habousha

+32 (0)2 730 96 46

daniel.habousha@aon.be

Over Aon

Aon België is een toonaangevende verzekeringsadviseur en -makelaar. We geven onze klanten onafhankelijk advies en ondersteuning rond verzekeringen, herverzekeringen, risicobeheer, pensioenen en employee benefits. Door voor hen telkens het beste uit de verzekeringsmarkt te halen, helpt Aon België haar klanten om hun eigen objectieven te bereiken. Aon België is gevestigd in Brussel en heeft ook kantoren in Antwerpen, Gent en Luik. In totaal telt het bedrijf 370 medewerkers.

Aon België maakt deel uit van Aon plc, wereldleider op het gebied van risicomangement, verzekerings-bemiddeling, herverzekering, pensioenen en employee benefits. Aon plc heeft ongeveer 500 kantoren in 120 landen en stelt wereldwijd 66 000 mensen tewerk. Het hoofdkantoor van Aon plc is in Londen. Het bedrijf staat genoteerd op de beurs van New York (NYSE: AON). Ga naar www.aon.be voor meer informatie over Aon België en naar www.aon.com/manchesterunited om meer te lezen over het wereldwijde partnership met Manchester United.

2015 Aon België

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze rapportage mag worden verveelvoudigd, opgeslagen in een geautomatiseerd gegevensbestand, of openbaar gemaakt, in enige vorm of op enige wijze, hetzij elektronisch, mechanisch, door fotokopieën, opnamen, of op enige andere manier, zonder voorafgaande schriftelijke toestemming van Aon.

www.aon.be