

Miesięcznik

Ubezpieczeniowy

ISSN 1732-2413 • WSZYSTKO CO TRZEBA WIEDZIEĆ O RYNKU UBEZPIECZEŃ • TOM 12 I NUMER 4 I KWIECIEŃ 2015



W N U M E R Z E :

KNF uczy likwidować szkody

Klienckie spojrzenie na ubezpieczycieli

Grupówki/Kompetencje CFO/Wytyczne skargowe/Whiplash/Metryki Ryzyka

Ubezpieczenie product recall

Przy skali globalizacji gospodarki dla podmiotu wprowadzającego na rynek produkt, który zostanie uznany jako niebezpieczny i będzie podlegał procedurze wycofania, koszty będą kolosalne. – **TOMASZ ŚLIWIŃSKI**

Podmiot wprowadzający na rynek produkt narażony jest na dwie grupy negatywnych skutków związanych z jego wadliwością. Pierwsza grupa to szkody wyrządzone przez sam produkt – tu zadziała klasyczne ubezpieczenie odpowiedzialności cywilnej z rozszerzeniem o ubezpieczenie OC za produkt. Druga grupa to koszty związane bezpośrednio z wprowadzeniem produktu wadliwego na rynek – często jest tak, że koszty te są wielokrotnie wyższe niż koszty wyrządzone bezpośrednio przez ten wadliwy produkt. Wraz z postępującą globalizacją i wydłużeniem się łańcuchów logistycznych koszty te stają się i jeszcze będą się stawały coraz wyższe.

DLA KOGO?

Product recall (wycofanie produktu z rynku) jest instytucją relatywnie młodą i związaną bezpośrednio z rozwojem praw konsumenckich. Przy skali globalizacji gospodarki dla podmiotu wprowadzającego na rynek produkt, który zostanie uznany jako niebezpieczny i będzie podlegał procedurze wycofania, koszty (tak bezpośrednie, jak i pośrednie) będą kolosalne, często nie do udźwignięcia nawet dla korporacji. W celu zabezpieczenia podmiotów wprowadzających swe produkty na rynek przed kosztami wycofania, zaczęto szukać rozwiązań, w tym ubezpieczeniowych. Pionierski był niewątpliwie rynek amerykański, zapewne dlatego, że właśnie tam doszło do lawinowego wzrostu praw przysługujących konsumentom (*notabene* – z naszego punktu widzenia część tych praw jest wręcz karykaturalnych). Na polskim rynku ubezpieczenie wycofania produktu z rynku występuje w dwóch postaciach: jako ubezpieczenie samoistne bądź komplementarne w stosunku do ubezpieczenia odpowiedzialności cywilnej. W tym drugim przypadku oznacza to ni mniej, ni więcej, że podmiot wprowadzający produkt na rynek ubezpiecza się kompleksowo – a więc ubezpiecza swą działalność, szkody wyrządzone przez wprowadzany do obrotu produkt, a także koszty związane z wycofaniem produktu z rynku.



Tomasz Śliwiński jest brokerem ubezpieczeniowym w Akma-Brokers.

Branże najbardziej zainteresowane tym produktem to:

- ➔ branża spożywcza,
- ➔ branża kosmetyczna,
- ➔ branża AGD,
- ➔ branża automotive,
- ➔ branża farmaceutyczna,
- ➔ producenci zabawek
- ➔ producenci opakowań.

Aby uzmysłowić sobie skalę zagrożenia poniesieniem kosztów związanych z wycofaniem produktu z rynku, warto zwró-

cić uwagę na fakt, iż w samych tylko Stanach Zjednoczonych w 2012 r. miały miejsce 4 075 procedury wycofania produktu z rynku wyłącznie w branży spożywczej – a więc ponad 10 takich przypadków dziennie!

RYNEK POLSKI

Najważniejsze akty prawne, definiujące odpowiedzialność podmiotu wprowadzającego produkt na rynek:

- ➔ ustawa z 30 sierpnia 2002 r. o systemie oceny zgodności (tekst jednolity: Dz.U. 2010, nr 138, poz. 935 z późn. zmianami),
- ➔ ustawa z 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów (Dz.U. 2003, nr 229, poz. 2275 z późn. zmianami),
- ➔ ustawa z 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów (Dz.U. 2007, nr 50, poz. 331 z późn. zmianami).

Przykłady wycofania produktu niebezpiecznego z rynku z ostatnich lat

2014 – wymiana elementów zawieszenia w pojazdach z grupy General Motors.

2014 – wykrycie atropiny i skopolaminy w kaszkach dla niemowląt i dzieci marki Holle i Lebenswert.

2008–2014 – poduszki powietrzne wyprodukowane przez japoński koncern TAKATA – 27 mln samochodów (w tym 10 mln na terenie USA) zostało wezwanych na tzw. akcję serwisową.

2013 – wycofanie z obrotu zabawki „miś w ubranku zebra” (Carrefour Polska).

2013 – wycofanie z obrotu partii wódki „Żołądkowa Gorzka” (wada szkła, z którego wyprodukowano butelki).

2011 – wycofanie z obrotu grupy zabawek dla niemowląt (Mattel).

2010 – wadliwy pedał gazu w samochodach marki Toyota („akcja serwisowa” objęła przeszło 7 mln pojazdów).

2010 – wadliwe tórzeczka dla dzieci chińskiej marki Simplicity (wycofano z obrotu ok. 400 tys. tórzeczek).

2004 – chyba najstraszniejszy przykład – wycofanie leku przeciwbólowego Vioxx stosowanego przez nie mniej niż 80 mln osób na świecie (Merck).

