**Średnio jeden produkt tygodniowo znika z półek sklepowych z powodu skażenia**

* **Od początku roku 19 produktów musiało zostać wycofanych z obrotu w Polsce z powodu skażenia – wynika z ostrzeżeń Generalnego Inspektoratu Sanitarnego. W skali Europy to tysiące przypadków.**
* **Typowy koszt poważnego incydentu to kilka-kilkanaście milionów złotych. Oprócz tego firmy często muszą wypłacić także odszkodowania za szkody w zdrowiu konsumentów.**
* **Wydatki i straty związane z zanieczyszczeniem produktu można uwzględnić w ubezpieczeniu skażenia produktu (CPI – Contaminated Product Insurance).**

Drobinki plastiku w mieszankach warzywnych, niebezpieczne bakterie w mleku modyfikowanym, pleśń w butelkach napojów czy antybiotyki w mięsie – sama myśl o takich zdarzeniach potrafi przyprawić o dreszcze. Skażony produkt może zachwiać zaufaniem do marki lub nawet do całego przemysłu spożywczego. Żyjemy w coraz bardziej bezpiecznej rzeczywistości, w której standardy sanitarne są regularnie podnoszone, a technologia, która zabezpiecza nas przed skażeniem – sprawnie się rozwija. Czy to oznacza, że tego rodzaju zagrożenia odeszły już w zapomnienie?

Dane gromadzone przez unijny system ostrzegania o zagrożeniach w żywności, paszach i produktach mających kontakt z żywnością – RASFF (ang. Rapid Alert System for Food and Feed) – pokazują, że produkcja spożywcza nie jest wolna od wypadków i błędów. Co roku w ramach systemu wydawanych jest kilka tysięcy alertów. W 2022 r. było ich aż 4 361.

Warto też spojrzeć na statystykę ostrzeżeń wydawanych przez Główny Inspektorat Sanitarny – w tym roku było ich już 19 – 17 dotyczyło żywności i po jednym dla produktów mających kontakt z żywnością i kosmetyków. To średnio jedno ostrzeżenie tygodniowo!

– *Bezwzględnie warto, aby firmy doskonaliły się w zakresie bezpieczeństwa produktu. Dobre procedury, certyfikacja, montaż urządzeń takich, jak sortery optyczne, laserowe, rentgenowskie, wykrywacze metali czy analiza laboratoryjna to dziś konieczność. Trzeba jednak mieć świadomość, że nawet świetna prewencja czasem zawodzi. A gdy zawiedzie, firma musi być przygotowana na sytuację kryzysową. Zarówno organizacyjnie, jak i finansowo* – mówi Mateusz Kita, Manager ds. Rozwoju EIB SA.

**Ile „kosztuje” skażenie produktu?**

Szacuje się, że przeciętny koszt poważnego incydentu to kilka-kilkanaście milionów złotych. Składowe tego kosztu są dość dobrze znane. Eksperci oceniają, że rozkładają się one następująco:

* Wartość wycofanych produktów dotkniętych skażeniem – 42%,
* Wartość produktów nieskażonych, a również objętych wycofaniem – 21%,
* Koszty zatrzymania produkcji – 21%,
* Utrata kontraktów – 4%,
* Pozostałe koszty, w tym przede wszystkim koszty powiadomienia, transportu, utylizacji, sortowania – 12%.

Warto podkreślić, że powyższe dane nie obejmują kosztu szkód osobowych, do których może dojść w wyniku incydentu. Gdy do nich dochodzi – koszty rosną lawinowo i wywracają każdą statystykę do góry nogami.

Aby zrozumieć skalę problemu, warto spojrzeć na kilka przykładów.

* Jeden z głośnych przykładów w ostatnich latach dotyczył skażenia kukurydzy spożywczej groźną bakterią, listerią. Problem dotknął jednego zakładu produkcyjnego, ale ze względu na charakter produktu – nabrał ogromnych rozmiarów. Skażona kukurydza stała się częścią wielu innych produktów, m.in. mieszanek warzywnych – często stanowiąc jedynie niewielki procent ich masy czy wartości. Zdarzenie zakończyło się koniecznością wycofania ok. 350 różnych produktów licznych marek obecnych w wielu europejskich krajach. Łączny koszt zdarzenia oszacowany został na ok. 30 mln EUR.
* Drugim z przykładów może być skażenie truskawek wirusem HAV, odpowiadającym za wirusowe zapalenie wątroby, z roku 2018. Owoce najprawdopodobniej importowane były z Polski i, zdaniem agencji rządowych Szwecji i Austrii, doprowadziły do zachorowania ok. 65 osób. Naturalnie zdarzeniu towarzyszyła akcja wycofania produktu z rynku w dwóch krajach oraz konieczność utylizacji znacznych ilości owoców, które stały się składnikiem ponad 60 produktów, które mogły znajdować się na rynkach 6 krajów. Koszty zdarzenia nie są znane, ale szacować można je na poziomie ok. 20.000 EUR na jednego poszkodowanego plus, naturalnie, koszty związane z produktem i jego wycofaniem.

**Czy firma może się ubezpieczyć od skutków skażenia produktu?**

Temat ryzyka związanego z jakością produktu jest bardzo dobrze znany, również w Polsce. Chyba nie ma już na rynku szanującej się firmy, która nie zabezpieczałaby solidnie swojej odpowiedzialności cywilnej za produkt. W ostatnich latach jakość polis znacznie się poprawiła. Sumy gwarancyjne dynamicznie rosną, a zakres ubezpieczenia zdecydowanie wykracza poza typowe szkody osobowe i uszkodzenie mienia. To bardzo dobrze!

– *Praktycznie każda, rozsądnie zbudowana polisa OC działalności, pokryje koszty roszczeń konsumentów, którzy ucierpią na skutek skażenia produktu. Wiele polis uwzględnia też roszczenia kolejnych producentów i dystrybutorów, którzy kupili produkt dotknięty wadą. Niektóre polisy zapewnią uznanie kosztów odszukania wadliwego produktu, poinformowania konsumentów, transportu, sortowania i utylizacji. Inne pokryją nawet koszty pomocy w organizacji tego procesu – bo przecież nie każda firma ma zasoby pozwalające na jego samodzielne i sprawne przeprowadzenie. To świetnie, że tego rodzaju ubezpieczenia są nie tylko dostępne, ale i wdrożone w prawie każdej firmie* – zauważa Mateusz Kita z EIB SA.

A co z wartością skażonych produktów? Jak widać powyżej, to ponad 60% całej szkody. No cóż… ubezpieczyciel odpowiedzialności cywilnej powie, że to koszty reklamacji, które stanowią ryzyko biznesowe. Co więc z utratą reputacji, zerwaniem kontraktów i ograniczeniem sprzedaży w przyszłości? Niestety, tu również ubezpieczonego spotka rozczarowanie. To koszty własne, nie podlegające ubezpieczeniu odpowiedzialności cywilnej. Nie oznacza to jednak, że tych kosztów nie można ubezpieczyć. Podchodząc poważnie do przeniesienia ryzyka skażenia produktu na rynek ubezpieczeniowy, warto uzupełnić rozwiązania standardowe bardziej specjalistycznymi. Rozwiązaniem jest ubezpieczenie skażenia produktu (CPI – Contaminated Product Insurance), dedykowane podmiotom z branży spożywczej, ale i farmaceutycznej czy kosmetycznej.

– *Jest to ubezpieczenie, które pozwala pokryć wartość skażonego produktu i koszty obrony reputacji marki. Kompensuje też utracone kontrakty i zysk, który nie zostanie wypracowany w momencie czasowego zamknięcia zakładu lub jego części przez władze. Potrafi pokryć również negatywny wpływ na wielkość zdarzenia w przyszłości. Z własnego doświadczenia mogę z całą stanowczością powiedzieć: są to elementy, które mogą decydować o przetrwaniu firmy. Ubezpieczenie CPI powinno być traktowane jako standard w branży spożywczej. W Polsce takie umowy funkcjonują już od ponad 10 lat i stopniowo popularyzują się też wśród mniejszych firm* – mówi Mateusz Kita z EIB SA.

Źródło: EIB SA.