

Recallrisico's: ketenpartners, sla de handen ineen

15-12-2015 09:45

Door Eelco Ouwerkerk

Industry director wholesale & retail bij Aon

Een plotselinge recall, het is dé nachtmerrie van elk retail- of wholesalebedrijf. Reputatieschade lijkt onontkoombaar en de kosten zijn vaak niet te overzien; snel en slagvaardig handelen is cruciaal bij code rood. Maar waar in de keten zit de fout precies? En welke partij doet wat bij een recall? Een gezamenlijk plan van aanpak voorkomt blinde paniek en kan kostbare tijd besparen. Helaas wijst de dagelijkse praktijk uit dat veel bedrijven alleen aan zichzelf denken bij de voorbereiding op een recall. Afnemers en leveranciers worden er nauwelijks bij betrokken.

Een gezamenlijke voorbereiding op een recall met een ketenoverstijgend actieplan als uitkomst is bepaald geen luxe. Productketens worden alleen maar langer en complexer. De tijden zijn voorbij dat een fabrikant zijn product zelf ontwierp, maakte, distribueerde en verkocht. Supplychains worden ook steeds internationaler. Grondstoffen komen bijvoorbeeld uit Afrikaanse bodem, worden vervolgens in China tot halffabricaat verwerkt en het eindproduct wordt ten slotte op de Europese markt verkocht. Dat de wetgeving rond recalls in elk land anders is, maakt het belang van afstemming vooraf alleen maar groter.

Meldplicht datalekken

Ook in Nederland zijn steeds meer juridische ontwikkelingen gaande die retailers en wholesalers raken. Een zeer recent voorbeeld is de meldplicht datalekken, een wetsvoorstel dat onlangs door de Eerste Kamer is aangenomen. Die verplicht organisaties een datalek aan het College Bescherming Persoonsgegevens en de personen in kwestie te melden. Het College kan dankzij deze wet straks ook forse boetes uitdelen (tot 810 duizend euro of tien procent van de jaaromzet). Dat is niet alleen rechtstreekse financiële schade, maar brengt ook veel negatieve publiciteit met zich mee.

De plicht om datalekken te melden wordt mogelijk nog strenger als de voorgestelde EU Privacyverordening binnenkort aangenomen wordt. Die legt nog meer nadruk op IT-beveiliging en toezicht; er wordt gesproken over boetes die kunnen oplopen tot één miljoen euro of twee procent van de wereldwijde omzet.

Wetsvoorstel gewenst

Juist met de afstemming is het slecht gesteld, blijkt uit onderzoek van Aon. Zo heeft slechts dertig procent van de bedrijven bij de voorbereiding de directe leveranciers of afnemers in de keten betrokken. Slechts 25 procent heeft zijn plan ook samen met partners getest; vrijwel geen enkel bedrijf beschikt over een kopie van het plan van zijn partners in de keten. Meestal blijft het bij de vraag of een partner een recallplan heeft.

Opvallend genoeg beperkt de wet zich vooralsnog alleen tot de acties ná een recall. Zo schrijft Artikel 21b van de Warenwet voor dat de Nederlandse Voedsel- en Warenautoriteit moet worden geïnformeerd als een product gevaar oplevert voor de veiligheid of gezondheid van personen. Bedrijven zijn nog niet bij de wet verplicht om een gezamenlijk recallplan op te stellen. Gezien de grote risico's van nalatig handelen bij een recall zou dat niet misstaan. Ik kruis mijn vingers voor een overtuigend wetsvoorstel.

In één woord naar buiten

Wat zijn precies de risico's van een recall? Allereerst zijn er de financiële kosten. Die zijn vaak zeer divers en lopen hoog op als de bedrijfsvoering volledig stil komt te liggen. Een terugroepactie kan onder meer leiden tot onderzoeks- en laboratoriumkosten, productverlies, opslag- en vernietigingskosten, transportkosten, refundacties, call centerkosten, kosten voor het herstellen en schoonmaken van installaties en mogelijk ook

claims van gedupeerden. Verzekeringen zoals de non-food recall (gericht op speelgoed, kleding, elektronica, cosmetica) en de productcontaminatieverzekering (gericht op de levensmiddelen- en drankenindustrie) vergoeden onder meer de kosten van productie-uitval en herproductie van vernietigde producten.

De meeste klanten die ik spreek vrezen bij een recall vooral voor schade aan hun merk en reputatie. Hoe begrijpelijk die angst ook is, hij is niet per sé terecht: wie na een recall professioneel handelt en stakeholders snel informeert, kan juist credits winnen. Ook hiervoor is het zaak om een gezamenlijk plan klaar te hebben en om als ketenpartners zoveel mogelijk in één woord naar buiten te treden. Maak gebruik van externe adviseurs en laat woordvoerders vooraf mediatrainingen volgen. Test uw procedures zorgvuldig en leg vooraf vast wie voor commentaar beschikbaar zijn.

U begrijpt: met een gezamenlijk recallplan valt vooraf heel veel te winnen. Wacht niet langer, trek uw ketenpartners bij elkaar en bereid u samen voor.