

BEZPIECZEŃSTWO PRODUKTU W EUROPIE:

Przewodnik po działaniach naprawczych, w
tym wycofywaniu produktów

- jak przedsiębiorcy mogą chronić konsumentów przed niebezpiecznymi
produktami



Przy finansowym wsparciu Komisji Europejskiej
Dyrekcja Generalna Zdrowia i Ochrony Konsumentów



Prawa autorskie

© czerwiec 2004. Kopiowanie niniejszego przewodnika jest dozwolone pod warunkiem podania źródła.

Prawa autorskie do niniejszego dokumentu są wspólną własnością następujących organizacji:

Belgia – Gabinet Belgijskiego Federalnego Ministra Środowiska, Ochrony Konsumentów i Zrównoważonego Rozwoju – Federalna Gospodarka Publiczna, Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Samozatrudnienia i Energii www.mineco.fgov.be

Dania – Duński Urząd Bezpieczeństwa Technologii (Sikkerhedsstyrelsen) www.sikkerhedsstyrelsen.dk

Holandia – Ministerstwo Zdrowia, Opieki Społecznej i Sportu – Urząd ds. Produktów Spożywczych i Bezpieczeństwa Produktów Konsumpcyjnych (Voedsel en Waren Autoriteit) www.vwa.nl

Szwecja – Urząd ds. Konsumentów (Konsumentverket/KO) www.konsumentverket.se

Wielka Brytania – Wydział Handlu i Przemysłu, Dyrekcja ds. Konsumentów i Konkurencji www.dti.gov.uk/ccp

Niniejszy tekst jest także dostępny w 18 wersjach językowych na następujących stronach internetowych:

EuroCommerce – Przedstawicielstwo Handlu Detalicznego, Hurtowego i Międzynarodowego w Unii Europejskiej www.eurocommerce.be

UNICE – Stowarzyszenie Europejskich Konfederacji Przemysłowych i Pracodawców www.unice.org

PROSAFE – Europejskie Forum Egzekwowania Bezpieczeństwa Produktów www.prosafe.org

Intertek RTC – www.intertek-rtc.com

Słowo wstępne

Niniejszy przewodnik po działaniach naprawczych mających na celu zapewnianie bezpieczeństwa produktów został przygotowany przez Centrum Badań i Testów Intertek (Intertek Research and Testing Centre) dla Stowarzyszenia Konsumentów Wielkiej Brytanii we współpracy z przedstawicielami organizacji reprezentującymi główne zainteresowane strony (patrz [Załącznik IV](#)). Projekt uzyskał od Komisji Europejskiej (Dyrekcja Główna Zdrowia i Ochrony Konsumentów) dotację w wysokości 50% nakładów. Niniejszy przewodnik otrzymał rekomendacje od następujących organizacji:



Europejskie Forum Egzekwowania Bezpieczeństwa Produktów

Jako profesjonalna organizacja reprezentująca władze odpowiedzialne za egzekwowanie bezpieczeństwa produktów w Europie PROSAFE gorąco poleca niniejszy przewodnik. Jest on źródłem wzorcowego postępowania naprawczego, mającego na celu ochronę konsumentów i jest wspólnym kompendium wiedzy dla przedsiębiorstw europejskich. Niniejszy przewodnik stanowi dowód korzyści wynikających ze współpracy w zakresie polityki bezpieczeństwa produktów w Europie i stanowi rozszerzenie harmonijnego nadzoru nad rynkiem.

Dirk Meijer, Przewodniczący PROSAFE



Stowarzyszenie Europejskich Konfederacji Przemysłowych i Pracodawców

Niniejszy przewodnik prezentuje najlepsze praktyki stosowane w europejskich przedsiębiorstwach w zakresie bezpieczeństwa produktów. Odnosi się zarówno do doświadczenia i wiedzy organów sprawujących nadzór nad bezpieczeństwem produktów jak i konsumentów. UNICE wyraża przekonanie, że przewodnik ten będzie stanowić wartościową pomoc dla firm, w szczególności dla małych i średnich przedsiębiorstw, które podejmują świadome działania naprawcze na rzecz ochrony konsumentów.

Dr Jürgen Strube, Prezes UNICE



Przedstawicielstwo Handlu Detalicznego, Hurtowego i Międzynarodowego w Unii Europejskiej

Pragniemy wyrazić naszą głęboką satysfakcję wynikającą z faktu opublikowania niniejszego Przewodnika po działaniach naprawczych, który jest jednocześnie wszechstronny, zwięzły i praktyczny. Niniejszy przewodnik, przedstawiający kolejne kroki procedur bezpieczeństwa produktu, będzie stanowić nieocenioną pomoc dla sektora przemysłowego, w szczególności dla małych przedsiębiorstw stanowiących 95% tego sektora. Przewodnik umożliwi im także najlepsze spełnianie oczekiwań klientów i zapewnienie wyższego poziomu bezpieczeństwa.

Dr Peter Bernert, Prezes EuroCommerce



Europejska Organizacja Konsumentów

*BEUC z zadowoleniem przyjmuje niniejszy Przewodnik, który powinien pomóc w poprawie bezpieczeństwa produktów. Przewodnik ten zawiera szczegółowe i użyteczne informacje, z których może skorzystać każda firma. Naszym zadaniem jest zapewnienie, aby z rynku Unii Europejskiej możliwie szybko usuwane były wszelkie niebezpieczne produkty lub też aby poddawano je niezbędnym korektom. Należy przy tym pamiętać, że producenci i dystrybutorzy muszą w uzasadnionych przypadkach działać szybko i informować klientów w sposób wyczerpujący i natychmiastowy. **Jim Murray, Dyrektor BEUC***

SPIS TREŚCI

ROZDZIAŁ	STRONA
Słowo wstępne	3
WSTĘP	5
Cel przewodnika	5
Zakres	5
Kto ponosi odpowiedzialność za działania naprawcze?	7
1 Przygotowanie strategii działań naprawczych	11
1.1 Ustalenie polityki	11
1.2 Uzgodnienie planu działania	11
2 Ocena ryzyka	15
2.1 Identyfikacja ryzyka	15
2.2 Oszacowanie poziomu ryzyka	15
2.3 Ocena dopuszczalności ryzyka.....	15
2.4 Ryzyko ogólne	16
3 Podejmowanie działań korygujących	17
3.1 Decyzja dotycząca rodzaju koniecznego działania	17
3.2 Poinformowanie organów nadzorujących rynek.....	18
3.3 Identyfikacja produktu i jego właścicieli	18
3.4 Ustanowienie programu komunikacji	19
3.5 Komunikat i komu go przekazać?	19
3.6 Jak przekazać komunikat	20
3.7 Kontakty z konsumentami.....	20
3.8 Komunikacja z innymi osobami.....	21
3.9 Przeprowadzenie działania naprawczego.....	21
3.10 Monitorowanie postępów	22
4 Wyciąganie wniosków z doświadczeń	23
4.1 W jaki sposób możemy zapobiec powtarzaniu się takich sytuacji?.....	23
4.2 W jaki sposób możemy poprawić naszą procedurę działań naprawczych?	23
Załącznik I – Studium przypadku	24
Załącznik II – Przykład dobrego komunikatu o działaniu naprawczym	29
Załącznik III – Europejskie źródła informacji	30
Załącznik IV – Organizacje współtworzące Przewodnik	32
Załącznik V – Szacowanie i ocena ryzyka	33
Aneks I – Skrócony przewodnik	40

WSTĘP

Cel przewodnika

Jeśli są Państwo producentem lub dystrybutorem produktów konsumpcyjnych sprzedawanych w Unii Europejskiej (UE), niniejszy przewodnik dostarczy Państwu ogólnych porad jak zachować się w sytuacji, w której mają Państwo podejrzenia, że któryś z produkowanych przez Państwa produktów może nie być bezpieczny.¹

Jest to przewodnik, którego stosowanie jest dobrowolne i który przedstawia sposób prowadzenia działań naprawczych. Niniejszy przewodnik otrzymał rekomendacje ze strony władz zajmujących się nadzorem rynku w państwach członkowskich oraz organizacji konsumenckich i handlowych w UE. Wskazane jest, aby producenci i dystrybutorzy konsultowali się i współpracowali z odpowiednimi władzami w państwach członkowskich w trakcie prowadzenia działań naprawczych oraz przestrzegali przyjętych procedur w przypadkach, w których takie procedury istnieją. Pomiedzy państwami członkowskimi mogą występować różnice, jeśli chodzi o

¹ W polskim prawie pojęcie "produktu niebezpiecznego" stosuje się w kontekście prawa cywilnego, jego definicja zawarta jest w art. 449¹ §2 i §3 Kodeksu cywilnego (Dz. U. z 1964 r. Nr 16, poz. 93 z późn. zm.). Ustawa z dnia 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów (Dz. U. Nr 229, poz. 2275) posługuje się pojęciem „produktu, który nie jest bezpieczny” lub „produktu, który nie spełnia wymagań bezpieczeństwa”. Dla uproszczenia w niniejszym przewodniku stosować będziemy te trzy terminy wymiennie, co jednak nie oznacza, że „produkt niebezpieczny” w rozumieniu Kodeksu cywilnego i „produkt, który nie jest bezpieczny” w rozumieniu ustawy o ogólnym bezpieczeństwie produktów są tożsame. W kontekście działań naprawczych będziemy zawsze mieli na myśli ten ostatni. (przypis UOKiK)

warunki, procedury i wymagania stawiane takim działaniom naprawczym.

Niniejszy przewodnik jest adresowany w szczególności do menadżerów odpowiedzialnych za kontrolę jakości, obsługę prawną oraz za komunikację społeczną i korporacyjną. Przedsiębiorstwa powinny mieć opracowane własne sformalizowane procedury działań naprawczych, które będą właściwe dla okoliczności, w których działają.

Zakres

Niniejszy przewodnik obejmuje wszystkie rodzaje działań naprawczych (a nie wyłącznie wycofanie produktu) prowadzonych przez producentów i dystrybutorów, które mają na celu eliminację zagrożeń bezpieczeństwa powodowanych przez produkty niezgodnościowe wprowadzane na rynek.

Działania naprawcze mogą obejmować:

- Modyfikację projektu produktu
- Wycofanie produktów z sieci dystrybucyjnej
- Przesłanie konsumentom informacji i ostrzeżeń dotyczących właściwego użytkowania produktów
- Modyfikację produktów u konsumentów lub w innych miejscach
- Wymianę produktów lub zwrot pieniędzy.

Treść niniejszego przewodnika została podsumowana w formie listy kontrolnej na stronie 9 oraz diagramu sekwencji działań na stronie 10, który przedstawia proces prowadzenia działań naprawczych. Załącznik I zawiera przykład ilustrujący szereg zasad ujętych w niniejszym przewodniku.

ANEKS I stanowi skróconą wersję przewodnika przeznaczoną dla czytelników, którzy poznali treść przewodnika i chcą

korzystać z krótszej wersji w celu szybkiego wyszukiwania informacji. Rozdziały w wersji pełnej i skróconej mają taką samą

numerację, co powinno ułatwić wyszukiwanie informacji.

Obowiązki prawne

Szereg procedur opisanych w niniejszym Przewodniku pokrywa się z przepisami krajowymi i europejskimi. Przewodnik nie ma na celu opisywania tych wszystkich zobowiązań prawnych i nie powinien być stosowany jako substytut pomocy prawnej w przypadkach związanych z potencjalnie niebezpiecznymi produktami. Dodatkowe informacje nt. dyrektyw UE można znaleźć w *Przewodniku „Wdrażanie dyrektyw opartych na koncepcji nowego lub globalnego podejścia”* oraz w źródłach informacji podanych w Załączniku III. Aby uzyskać informacje dotyczące poszczególnych państw członkowskich, konieczny będzie kontakt z właściwymi władzami nadzoru rynku w danym kraju.

Kto ponosi odpowiedzialność za działania naprawcze?

Odpowiedzialność producentów i dystrybutorów za działania naprawcze jest zróżnicowana stosownie do okoliczności. Przedsiębiorstwa powinny zawierać umowy ze swoimi dostawcami określające zakres odpowiedzialności obu stron za działania naprawcze. Poniższy opis zawiera skróconą prezentację obowiązków stron i ma pomóc przedsiębiorcom w podjęciu decyzji odnośnie wyboru właściwych części procedury.

Producenci

Producent musi podjąć właściwe działania naprawcze, aby zapobiec niebezpieczeństwom związanym z produktem.

W kontekście działań naprawczych producent jest definiowany jako:

- **Wytwórca produktu**, gdy działa na terenie Unii;
- **Inna osoba występująca jako wytwórca** (w tym inny producent), umieszczając na produkcie bądź do niego dołączając swoje nazwisko, nazwę, znak towarowy lub inne odróżniające oznaczenie lub osoba, która dokonuje modyfikacji produktu, naprawia go lub regeneruje;
- **Przedstawiciel producenta**, gdy producent nie działa na terenie Unii Europejskiej
LUB
- Jeśli na terenie Unii Europejskiej nie działa przedstawiciel, **importer** produktu;
- **Inne osoby** uczestniczące w dowolnym etapie procesu dostarczania lub udostępniania produktu, jeżeli ich działanie może wpłynąć na właściwości produktu związane z jego bezpieczeństwem.

Zaleca się, aby główną odpowiedzialność za działanie naprawcze ponosił przedsiębiorca, określony w następujący sposób:

- **W wypadku produktów wytwarzanych w Unii Europejskiej i wprowadzanych na rynek pod nazwą wytwórcy** za dopełnienie obowiązków producenta odpowiedzialny powinien być wytwórca produktu.
- **W wypadku produktów wytwarzanych w Unii Europejskiej i wprowadzanych na rynek pod nazwą dystrybutora** za dopełnienie obowiązków producenta powinni być odpowiedzialni wspólnie wytwórca i dystrybutor.
- **W wypadku produktów wytwarzanych poza UE i wprowadzanych na rynek pod nazwą wytwórcy** za dopełnienie obowiązków producenta odpowiedzialność powinien ponosić przedsiębiorca, który importuje produkt do UE (który może być przedstawicielem wytwórcy w UE). W praktyce importer będzie musiał włączyć wytwórcę w prowadzenie działań naprawczych.
- **W wypadku produktów wytwarzanych poza UE i wprowadzonych na rynek pod nazwą dystrybutora UE** za dopełnienie obowiązków producenta odpowiedzialność powinien ponosić dystrybutor. Dystrybutor może zechcieć włączyć wytwórcę lub jego przedstawiciela w działania korygujące.

Dystrybutorzy

W przypadku, gdy dystrybutor (hurtowy lub detaliczny) produktu nie występuje jako wytwórca, powinien mimo to ponosić odpowiedzialność za następujące działania naprawcze:

- Zbieranie informacji nt. produktów niebezpiecznych i przekazywanie ich producentowi lub właściwym władzom.
- Dostarczanie informacji potrzebnych do identyfikowania pochodzenia produktów.
- Dostarczanie informacji nt. nabywców produktów (jeśli pozwalają na to wymagania ochrony danych osobowych).

- Współpraca z producentami i właściwymi władzami w prowadzeniu działań naprawczych, na przykład:
 - Przeprowadzanie działań naprawczych w imieniu producenta
 - Identyfikowanie i wycofywanie produktów i zwracanie ich do producenta
 - Współpraca w publikowaniu ogłoszeń o działaniach naprawczych
 - Kontaktowanie się z nabywcami produktów na prośbę producenta
 - Współpraca w przyjmowaniu produktów i zwracaniu ich producentowi.

Protokół kontrolny dla procedury działań naprawczych

Kluczowymi czynnikami decydującymi o sukcesie działań naprawczych są
szybkie działanie i skuteczna komunikacja.

Od tych elementów może zależeć bezpieczeństwo konsumenta i reputacja Państwa firmy.

1. Planowanie z wyprzedzeniem – zanim pojawi się problem należy

- Określić politykę i procedurę działań naprawczych
- Omówić tę politykę z partnerami handlowymi
- Wyznaczyć zespół ds. działań naprawczych
- Monitorować informacje dotyczące bezpieczeństwa produktów
- Prowadzić dokumentację umożliwiającą identyfikowanie produktów i konsumentów
- Przechowywać dokumenty dotyczące projektu i bezpieczeństwa produktu
- Uaktualniać informacje o danych kontaktowych do kluczowych osób i przedsiębiorstw

2. Podejmowanie decyzji o podjęciu działań – ocena ryzyka

- Zidentyfikować zagrożenie i jego przyczyny
- Określić ilość produktów, które stwarzają zagrożenie
- Określić osoby, które mogą być narażone na niebezpieczeństwo
- Rozważyć, na ile poważne mogłyby być uszkodzenia ciała u osób poszkodowanych
- Ocenić prawdopodobieństwo takiego uszkodzenia ciała
- Ocenić dopuszczalność takiego ryzyka

3. Jeśli potrzebne jest działanie naprawcze – co zrobić?

- Zdecydować, czy działanie naprawcze powinno obejmować:
 - o produkty znajdujące się na rynku i być może
 - o produkty znajdujące się u konsumentów
- Zdecydować, jakie działania naprawcze powinny zostać przeprowadzone
- Uzgodnić zakres odpowiedzialności i działań z dystrybutorami
- Poinformować władze odpowiedzialne za nadzór rynku.

W przypadku, gdy działania naprawcze dotyczą produktów znajdujących się u konsumentów, należy:

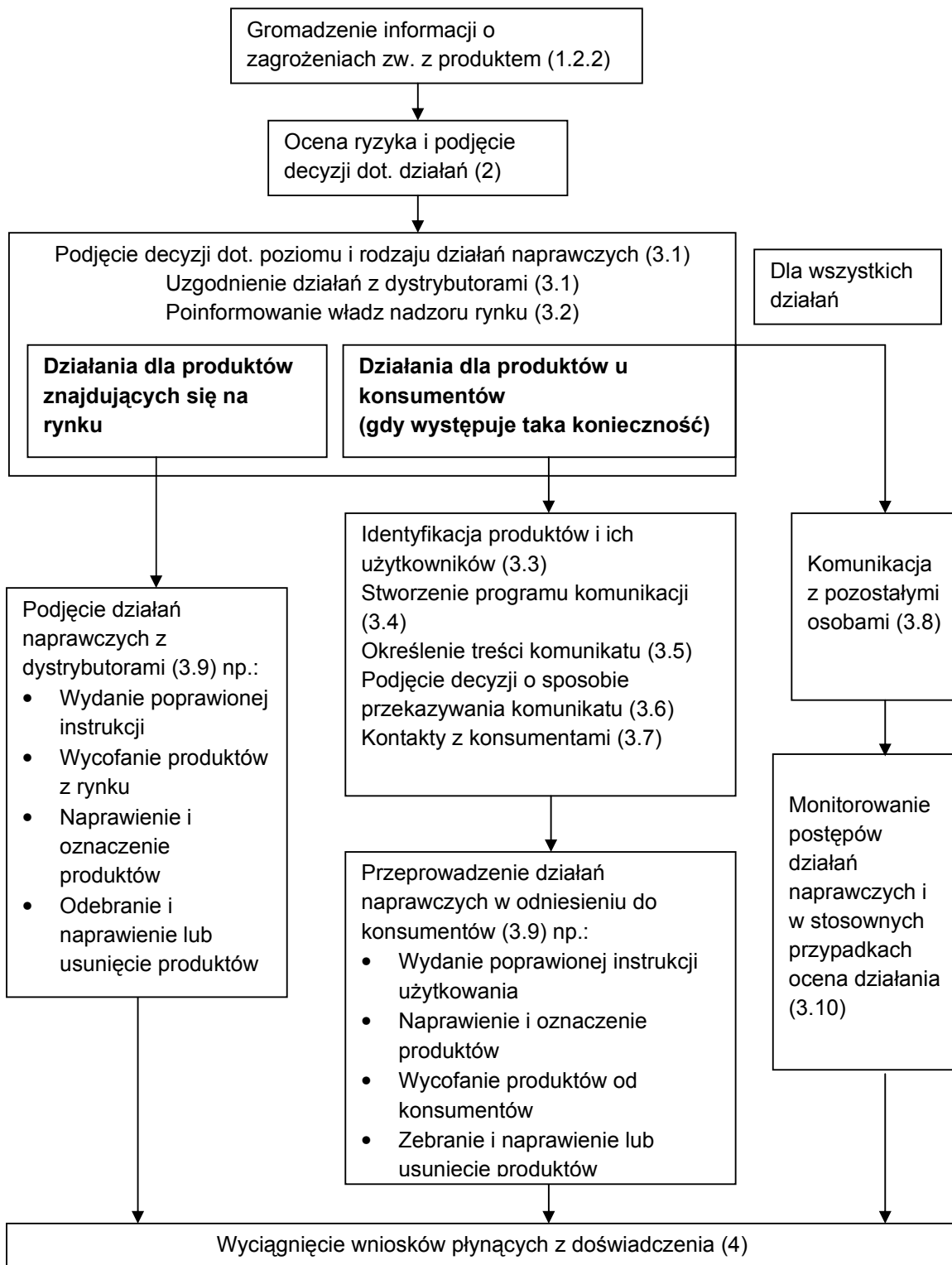
- Zidentyfikować produkty i ich właścicieli
- Stworzyć program komunikacji
- Sporządzić prosty i jasny komunikat dotyczący działań naprawczych
- Podjąć decyzję nt. sposobu przekazania komunikatu
- Skontaktować się z konsumentami
- Komunikować się z innymi osobami, które powinny wiedzieć o działaniach naprawczych
- Przeprowadzić działania naprawcze
- Podjąć działania wobec produktów, które zostały zwrócone
- Monitorować reakcję na działania naprawcze i decydować o dalszych działaniach.

4. Po działaniu naprawczym – by wyciągnąć wnioski na przyszłość należy:

- Dokonać oceny standardów projektowych i poprawić systemy jakości, aby uniknąć podobnych problemów w przyszłości
- Ocenić wynik zastosowania procedury działań naprawczych i w razie konieczności wprowadzić do niej zmiany
- Wysłać komentarze i podziękowania do najważniejszych uczestników procedury.

Diagram sekwencji działań naprawczych

Liczby w nawiasach dotyczą odpowiednich rozdziałów niniejszego przewodnika.



1 Przygotowanie strategii działań naprawczych

Planowanie z wyprzedzeniem jest konieczne, aby producenci i dystrybutorzy mogli podjąć szybkie działanie w przypadku, gdy zajdzie taka potrzeba. Poniższy rozdział opisuje metodę postępowania (politykę firmy), organizację i plany, które są niezbędne, aby skutecznie stosować działania naprawcze.

1.1 Ustalenie polityki

Zarówno producentom jak i dystrybutorom potrzebna jest polityka działań naprawczych.

Polityka taka może różnić się w szczegółach, jednak powinna ona zawierać oświadczenie ze strony kierownictwa przedsiębiorstwa dotyczące celów i zobowiązanie się do przestrzegania następujących wytycznych:

- Szybkie działanie naprawcze mające na celu przywrócenie bezpieczeństwa produktu
- Dostarczenie wszystkich niezbędnych środków potrzebnych do podjęcia działania naprawczego
- Natychmiastowe i wyczerpujące informowanie konsumentów o podejmowanym działaniu naprawczym, gdy jest to konieczne.

Taka polityka powinna być tworzona po to, aby Państwa przedsiębiorstwo mogło:

- Działać w zgodzie z europejskimi i krajowymi przepisami dotyczącymi bezpieczeństwa produktów, powiadamiania o produktach niebezpiecznych i podejmowania działań naprawczych
- Minimalizować niedogodności odczuwane przez konsumentów
- Wzmacniać dobre imię przedsiębiorstwa dzięki odpowiedzialnemu traktowaniu konsumentów
- Minimalizować utratę zaufania konsumentów do produktów.

Każda osoba, która może być zaangażowana w proces działań

naprawczych, powinna znać politykę firmy w tym względzie.

1.2 Uzgodnienie planu działania

Szczegóły planów działań naprawczych i procedur będą zależeć od rozmiaru i struktury Państwa przedsiębiorstwa. W miarę możliwości, plan działań korygujących powinien zawierać wszystkie z następujących elementów:

1.2.1 Zespół ds. działań naprawczych

Producent powinien zgromadzić zespół osób znających następujące kwestie:

- Projekt
- Produkcję
- Zarządzenie bezpieczeństwem/ryzykiem związanym z produktem
- Zapewnienie jakości
- Zakupy
- Dystrybucję
- Marketing i obsługę klienta
- Komunikację publiczną i korporacyjną
- Kwestie prawne
- Księgowość.

W niewielkich przedsiębiorstwach za niektóre z powyższych funkcji może być odpowiedzialna jedna osoba lub mogą one być wykonywane przez podmioty zewnętrzne. Jedna osoba powinna ponosić ogólną odpowiedzialność za komunikację zewnętrzną. Zespołem powinien kierować menadżer wyższego stopnia, przedstawiający raporty zarządowi przedsiębiorstwa lub jego prezesowi (lub osobie pełniącej podobną funkcję w mniejszym przedsiębiorstwie). Prezes lub wyznaczony przez niego przedstawiciel powinien podejmować ważniejsze decyzje dotyczące działań naprawczych.

Członkowie zespołu powinni przejść szkolenie w zakresie swoich zadań. Zespół powinien na warsztatach symulacyjnych przetestować procedury, które ma wykorzystywać. Takie szkolenia i warsztaty mogą odbywać się również z udziałem podmiotów zewnętrznych.

Także dystrybutor może wyznaczyć zespół, który będzie pełnił niektóre z powyższych funkcji.

1.2.2 Procedury monitoringu

Producenci i dystrybutorzy muszą dysponować procedurami monitorowania problemów związanych z produktami. Oznacza to, że muszą posiadać system zbierania i analizowania następujących informacji:

- Raportów o wypadkach z udziałem produktów
- Skarg od konsumentów, zarówno składanych bezpośrednio, jak i za pośrednictwem dystrybutorów
- Reklamacji gwarancyjnych
- Roszczeń z tytułu ubezpieczenia lub działań prawnych
- Zgłoszeń o niezgodności produktów ze standardami składanych przez kontrolę jakości firmy lub inne organizacje
- Wyników testów produktów
- Raportów o zwracanych elementach lub produktach
- Informacji od pracowników serwisu
- Informacji na temat niebezpieczeństwa wynikającego ze sprzedaży produktów grupom użytkowników innym niż użytkownicy typowi
- Informacji na temat niewłaściwego lub niezgodnego z zaleceniami producenta wykorzystywania produktu przez konsumentów
- Dowodów na podejmowanie umyślnych działań, mających na celu uszkodzenie produktów.

Informacje takie muszą być regularnie oceniane pod kątem występowania oznak

ryzyka dla konsumentów ze strony produktów wytwarzanych przez przedsiębiorstwo. Jest to szczególnie ważne, gdy następuje zmiana projektu produktów lub stosowane są komponenty od nowych dostawców. Dystrybutorzy, którzy otrzymują takie informacje, powinni przekazywać je producentom.

1.2.3 Plan identyfikowalności produktów

Konsumenci muszą być w stanie zidentyfikować produkty, które mogą być niebezpieczne a Państwo muszą być w stanie zidentyfikować klientów, którzy je nabyli. Oznacza to, że powinni Państwo dysponować następującymi trzema systemami:

Sposób identyfikowania produktów

Chociaż do niektórych produktów jest trudne lub wręcz niemożliwe dołączanie numerów lub oznaczeń identyfikujących, producenci powinni pamiętać, że brak takich oznaczeń będzie później utrudniać identyfikowanie produktów.

- Najlepszym rozwiązaniem jest oznaczanie produktów przez producenta przy pomocy numerów seryjnych, tak aby można było zidentyfikować każdy pojedynczy produkt. W przeciwnym razie konieczne może być przeprowadzenie działań naprawczych wobec większej liczby produktów, niż tylko wobec faktycznie niebezpiecznych.
- Dla niektórych rodzajów produktów wystarczające może okazać się zidentyfikowanie numeru partii.
- Kody kreskowe są szeroko stosowane do identyfikowania i badania łańcucha dystrybucji różnych rodzajów produktów.

Baza danych klientów

Aby móc prowadzić skuteczne działania naprawcze, producenci i dystrybutorzy powinni przechowywać dane o nabywcach i o kupowanych przez nich produktach.

Informacje takie powinny obejmować:

- Nazwę, adres, kod pocztowy i numer telefonu konsumenta.
- Nazwę, numer modelu oraz datę nabycia produktu.

Producenci powinni pamiętać, że przepisy dotyczące ochrony danych osobowych mogą ograniczać ilość informacji o klientach dostarczanej im przez dystrybutorów lub przedsiębiorstwa obsługujące karty kredytowe.

Informacje takie mogą pochodzić z następujących źródeł:

- Dane o sprzedaży w przypadku klientów biznesowych powinny określać, jakie produkty zostały dostarczone.
- Dokumentacja przechowywana przez hurtownie dotycząca produktów, jakie zakupili klienci.
- Pomocne mogą okazać się także karty gwarancyjne lub rejestracyjne.
- Źródłem informacji o klientach może być również dokumentacja serwisowania produktów.
- Przedsiębiorcy sprzedający produkty za pośrednictwem internetu lub poprzez sprzedaż wysyłkową powinni być również w stanie identyfikować swoich klientów.

W przypadku sprzedaży produktów za granicę, konieczna jest znajomość systemów stosowanych w innych krajach.

Baza danych dostawców

W przypadku, gdy problem związany z bezpieczeństwem został spowodowany przez element pochodzący od dostawcy, konieczne jest posiadanie możliwości identyfikacji numeru dostawcy na elementach zamontowanych w Państwa produkcie.

Taka dokumentacja powinna być przechowywana przez cały przewidywany okres użytkowania produktów.

1.2.4 Dokumentacja techniczna

Aby móc rozwiązywać problemy związane z bezpieczeństwem produktów, producenci muszą mieć łatwy dostęp do wszystkich dokumentów związanych z produktem:

- Projektem (w tym specyfikacjami materiałowymi), w szczególności z danymi, które dotyczą bezpieczeństwa
- Wszelkimi dokonanymi zmianami łącznie z datami lub numerami seryjnymi lub numerami partii produktów, których zmiany takie dotyczą.

Szereg dyrektyw europejskich wymaga od producentów sporządzania dokumentacji technicznych, które wykazują, w jaki sposób ich produkty spełniają wymogi odpowiednich norm.

Jeśli producent pochodzi spoza UE, importer lub przedstawiciel producenta ma obowiązek przechowywać kopię takiej dokumentacji.

Dokumentacja taka powinna być przechowywana przez okres 10 lat od daty wytworzenia produktu, chyba że przepisy dotyczące poszczególnych produktów przewidują dłuższy okres. Jeżeli przewidują krótszy okres, dokumentacja techniczna może być mimo to przechowywana na potrzeby samego producenta.

1.2.5 Komunikacja i osoby kontaktowe

Konieczne jest przechowywanie listy wszystkich osób i przedsiębiorstw, z którymi trzeba będzie się kontaktować. Ważne jest, aby znać dane osób kontaktowych w każdym z tych przedsiębiorstw i uaktualniać takie informacje. W większości wypadków konieczny będzie najpierw kontakt telefoniczny; w niektórych przypadkach użyteczne może okazać się posiadanie numeru telefonu, pod którym można kontaktować się z wyznaczonymi osobami poza normalnymi godzinami pracy, jak również nazwisko i numer telefonu ich zastępców. Lista osób kontaktowych powinna zawierać:

Do kontaktów w Państwa firmie

- Członków kierownictwa firmy odpowiedzialnych za działania naprawcze
- Członków zespołu ds. działań naprawczych
- Pozostały kluczowy personel
- Przedstawicieli producentów i innych przedstawicieli handlowych
- Hurtownie
- Przewoźników.

Do kontaktów w innych organizacjach

- Profesjonalnych odbiorców
- Dostawców
- Krajowe stowarzyszenia kupieckie
- Organy nadzoru rynku
- Policję
- Prasę, telewizję i inne właściwe media.

Organizacje świadczące usługi

- Firmy zajmujące się serwisem
- Laboratoria badawcze
- Innych specjalistów lub doradców, takich jak:
 - o Doradców prawnych
 - o Konsultantów ds. oceny ryzyka
 - o Konsultantów ds. relacji z klientami
- Ubezpieczycieli
- Biura obsługi telefonicznej (*call centres*)
- Firmy utylizacyjne.

W przypadku niektórych z powyższych podmiotów (szczególnie w przypadku

organów nadzoru rynku), muszą Państwo znać ich wymagania dotyczące informacji oraz procedur. Urzędy w krajach członkowskich wymienione w Załączniku III mogą również udzielić informacji na temat obowiązującego trybu załatwiania spraw.

1.2.6 Ocena ryzyka i procedury działań naprawczych

Firmy powinny posiadać pisemne procedury przeprowadzania oceny ryzyka i podejmowania działań naprawczych dla produktów potencjalnie niebezpiecznych (Patrz Rozdziały 2 i 3).

Ubezpieczenie

Konieczne może okazać się ubezpieczenie od kosztów działań naprawczych i od odpowiedzialności cywilnej za wady produktów. Należy sprawdzić, czy obecne ubezpieczenie pokrywa takie rodzaje odpowiedzialności. Ubezpieczyciel będzie prawdopodobnie wymagał wprowadzenia określonych środków zarządzania jakością.

Działanie prewencyjne

Mimo że niniejszy Przewodnik skupia się w zasadzie na procedurze przeprowadzaniu działań naprawczych, przedsiębiorcy powinni podejmować środki mające na celu niedopuszczenie do powstania potrzeby prowadzenia takiego działania. Istnieją uznane procedury zarządzania jakością, których zadaniem jest przewidywanie i zapobieganie zagrożeniom, które mogą powstawać w trakcie procesu produkcji. Odnośniki do źródeł informacji nt. wymogów bezpieczeństwa i systemów zarządzania jakością znajdują się w Załączniku III.

2 Ocena ryzyka

Jeśli Państwa procedury monitorujące sugerują, że jeden z produktów może stanowić zagrożenie dla konsumentów, konieczne jest dokonanie oceny ryzyka w celu określenia, czy zachodzi potrzeba podjęcia działania naprawczego. Stanowi to przede wszystkim odpowiedzialność producenta, jednak dystrybutorzy mogą być w stanie dostarczyć pomocnych informacji.

Ocena ryzyka musi być przeprowadzona przez osobę lub mały zespół posiadający doświadczenie w odniesieniu do produktu i zagrożeń, jakie może on powodować. Załącznik III podaje informacje nt. oceny ryzyka, a Załącznik V zawiera szczegółowy opis przykładowej metody oceny ryzyka, która opiera się na wytycznych Dyrektywy Unii Europejskiej o ogólnym bezpieczeństwie produktów. Właściwe może być zastosowanie także innych metod. Wybór metody może zależeć od środków, jakimi Państwo dysponują. Ocena ryzyka zwykle obejmuje kilka etapów, których dotyczą następujące zalecenia:

2.1 Identyfikacja ryzyka

Należy dokonać analizy zebranych informacji i odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jaki jest charakter zagrożenia?
- Jaka jest przyczyna zagrożenia? (przypadkowa wada produktu, utrata jakości produktu, anormalne warunki działania, niewłaściwe wykorzystanie produktu, przypadkowa awaria, itp.)
- Jakiego asortymentu produktów (modeli) dotyczy zagrożenie?
- Kogo dotyczy zagrożenie? (użytkownik; osoba, nie będąca użytkownikiem produktu, znajdująca się w pobliżu niebezpieczeństwa)
- Jakie czynniki mogłyby wpływać na stopień i prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała? (brak umiejętności użytkownika, czas użytkowania produktu, sposób wykorzystania, itp.)

2.2 Oszacowanie poziomu ryzyka

Po zebraniu powyższych informacji należy ocenić poziom ryzyka, aby łatwiej było podjąć decyzję o potrzebie podejmowania działań. Oszacowanie ryzyka zależy od dwóch głównych czynników:

- **Stopień** możliwego uszkodzenia ciała u osoby korzystającej z produktu lub mającej z nim kontakt w inny sposób

- **Prawdopodobieństwo** uszkodzenia ciała. Na prawdopodobieństwo mają wpływ następujące czynniki:
 - o Prawdopodobieństwo, że produkt jest wadliwy lub może stać się wadliwy oraz czas potrzebny do ujawnienia się wady produktu
 - o Liczba sytuacji, w jakich użytkownik jest narażony na niebezpieczeństwo.
 - o Prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała w sytuacji narażenia na niebezpieczeństwo.

Oszacowanie poziomu uszkodzenia ciała oraz jego prawdopodobieństwa umożliwi ogólną ocenę ryzyka.

Aby ułatwić ocenę skali problemu, należy również zebrać następujące informacje i dokonać ich oceny:

- Ile wadliwych produktów znajduje się na rynku?
- Ile ze sprzedanych produktów może nadal być w użyciu?

2.3 Ocena dopuszczalności ryzyka

Aby podjąć decyzję, czy konieczne jest podejmowanie działań, należy również ocenić, czy poziom ryzyka jest do zaakceptowania dla konsumentów. Pewne rodzaje produktów (takie jak narzędzia lub maszyny z ostrymi nożami) cechują się oczywistymi zagrożeniami, które są możliwe do zaakceptowania przez konsumentów, jeśli uważają, że producent podjął

odpowiednie środki bezpieczeństwa. W przypadku produktów, które mogą być wykorzystywane przez osoby bardziej narażone na niebezpieczeństwo (np. w przypadku produktów dla dzieci) konsumenci nie są przygotowani na zaakceptowanie ryzyka wykraczającego poza bardzo niskie poziomy.

2.4 Ryzyko ogólne

Po dokonaniu oceny wszystkich powyższych czynników należy dokonać ogólnej oceny

ryzyka, którą można wyrazić przy pomocy jednego z poniższych poziomów:

- Poważne ryzyko – wymagające szybkiego działania
- Średnie ryzyko – wymagające podjęcia pewnych działań
- Niskie ryzyko – zazwyczaj nie wymagające podejmowania działań wobec produktów znajdujących się na rynku

3 Podejmowanie działań naprawczych

Producenci ponoszą główną odpowiedzialność za przeprowadzenie działań naprawczych, jednak także dystrybutorzy mogą brać udział w działaniu naprawczym – patrz „Kto ponosi odpowiedzialność za działanie naprawcze”, [strona 7](#). Producenci powinni zwracać się do dystrybutorów o współpracę i informować ich na bieżąco o postępach działań naprawczych.

Poszczególne etapy poniższego procesu mają zastosowanie dla różnych poziomów działania naprawczego.

[Części 3.1, 3.2, 3.8, 3.9, 3.10](#) dotyczą wszystkich działań.

[Części od 3.3 do 3.7](#) mają zastosowanie tylko wtedy, gdy problem dotyczy produktów znajdujących się u konsumentów.

3.1 Decyzja dotycząca rodzaju koniecznego działania

Decyzja dotycząca rodzaju działania, jakie należy podjąć, będzie zależeć głównie od ogólnego poziomu ryzyka, ale przy jej podejmowaniu można również wziąć pod uwagę:

- Ogólną liczbę produktów/konsumentów, których dotyczy zagrożenie
- Stronę praktyczną podejmowanego działania
- Oczekiwaną skuteczność podejmowanych działań
- Opinie organów nadzoru rynku
- Wrażliwość mediów na zagrożenie.

W zależności od stopnia ryzyka zaleca się wykorzystanie różnych środków:

W przypadku, gdy ogólny poziom ryzyka jest oceniany jako poważny, działanie naprawcze powinno dotyczyć produktów znajdujących się u konsumentów, a producent powinien podjąć natychmiastowe kroki, aby:

- Poinformować władze nadzoru rynku
- Wyodrębnić zapasy produktu u producenta
- Zwrócić się do dystrybutorów o wyodrębnienie produktów, których dotyczy działanie naprawcze
- Poinformować dostawców o elementach, których dotyczy działanie naprawcze
- Stworzyć program komunikacji z konsumentami.

W przypadku, gdy ogólny poziom ryzyka jest oceniany jako średni, działanie naprawcze może być ograniczone do systemu dystrybucji produktów i wystarczające może okazać się wycofanie produktów z sieci dystrybucji i przekazanie odpowiednim władzom szczegółowych informacji nt. wykonywanych czynności – patrz [Część 3.2](#).

W przypadku, gdy ogólny poziom ryzyka jest oceniany jako niski, działanie naprawcze może być zazwyczaj ograniczone do rozważenia zmian, które wpłynęłyby na poprawę bezpieczeństwa produktów w trakcie projektowania i wytwarzania.

Rodzaj działania

Możliwe działania naprawcze mogą obejmować:

- Zmianę projektu produktu
- Zmianę metody produkcji
- Wyizolowanie i wycofanie produktów z dystrybucji
- Modyfikację produktów w systemie dystrybucji (takie produkty powinny być oznaczane)
- Poprawienie instrukcji użytkownika dołączonych do produktu
- Wysłanie dodatkowych informacji do konsumentów nt. prawidłowego korzystania z produktów
- Modyfikację produktów u konsumentów (takie produkty powinny być oznaczane).
- Zwrot produktów przez konsumentów w celu ich modyfikacji

- Wycofanie produktów od konsumentów w celu dokonania wymiany lub zwrotu pieniędzy
- Zalecenie konsumentom, aby pozbyli się produktów
- Zaoferowanie konsumentom wymiany lub zwrotu pieniędzy za zwrócone lub wyrzucone produkty (co prawdopodobnie przyczyni się do powodzenia działania).

3.2 Poinformowanie organów nadzoru rynku

Producenci i dystrybutorzy powinni przekazać organom nadzoru rynku wstępne informacje nt. zagrożenia związanego z produktem w momencie, gdy stają się świadomi takiego ryzyka. Gdy ryzyko ogólne zostaje ocenione jako poważne, należy poinformować organy nadzoru rynku przekazując im szczegółowe informacje określone poniżej:

- Informacje umożliwiające dokładną identyfikację produktu lub partii produktów, z którymi związane jest zagrożenie
- Pełen opis zagrożenia związanego z produktem
- Wszystkie dostępne informacje dotyczące identyfikacji produktów
- Opis podjętych (oraz planowanych) działań mających na celu ochronę konsumentów.

Dzięki takim informacjom władze mogą być w stanie pomóc Państwu firmie w bardziej skutecznym przeprowadzeniu działania naprawczego.

Informacje o krajowych władzach nadzoru rynku, które powinny być informowane o niebezpiecznych produktach, zostały podane w Załączniku III. Producenci i dystrybutorzy powinni informować władze w każdym z państw członkowskich, w którym sprzedawane są produkty, chyba że wcześniej takie władze zostały poinformowane przez innego przedsiębiorcę lub urząd. W niektórych krajach informacje takie mogą być umieszczane w krajowych

bazach danych, w których rejestrowane są szczegółowe informacje o wszystkich działaniach naprawczych.

Konieczne jest zaznajomienie się z zaleceniami UE w odniesieniu do powiadamiania (patrz Załącznik III) oraz szczegółowymi informacjami o procedurach w krajach, których dotyczy powiadomienie.

3.3 Identyfikacja produktu i jego właścicieli

Działania konieczne do identyfikacji produktów i ich właścicieli mogą rozpocząć się w momencie, gdy zostaje podjęta decyzja o podjęciu działania naprawczego. Czynności te muszą być skoordynowane przez zespół ds. działań naprawczych, jednak jeśli prowadzi się działania naprawcze w innych krajach, konieczne może być zlecenie wykonania niektórych działań lokalnemu przedstawicielowi.

Produkty

Po zidentyfikowaniu, który model lub modele są niebezpieczne, producent powinien:

- Oszacować liczbę produktów, których dotyczy ryzyko.
- Zidentyfikować produkty przy pomocy jednej z metod opisanych w Części 1.2.3.

Można również zidentyfikować produkty poprzez opisanie ich jako produkty posiadające określone cechy lub jako produkty wyposażone w określony rodzaj elementu.

Właściciele

Producenci powinni również identyfikować osoby, które nabyły niebezpieczne produkty, korzystając z bazy danych nabywców produktów (patrz Część 1.2.3). Dla produktów znajdujących się u konsumentów konieczne może okazać się zasięgnięcie informacji zawartych w dokumentacji innych przedsiębiorców w systemie dystrybucji produktów.

3.4 Opracowanie programu komunikacji

Niezależnie od tego, czy posiada się informacje potrzebne do kontaktu z klientami, konieczne jest opracowanie programu komunikacji, który umożliwi kontaktowanie się z konsumentami. Skuteczna komunikacja jest kluczowym elementem powodzenia programu działań naprawczych. Szybkie i skuteczne działanie może wręcz prowadzić do poprawy wizerunku Państwa firmy wśród klientów. Program komunikacji powinien obejmować następujące elementy:

- Główne centrum komunikacji z bezpłatną linią telefoniczną (linia informacyjna)
- Listę odbiorców, z którymi należy się skontaktować
- Listę mediów, które należy wykorzystać
- Wzory komunikatów dla różnych mediów i odbiorców

3.5 Komunikat i komu go przekazać?

Komunikat

Komunikat musi być czytelny, zwięzły i łatwy do zrozumienia. Powinien opierać się na potwierdzonych faktach i nie zawierać stwierdzeń, które mogą być odczytane jako tendencyjne lub nie całkiem prawdziwe. Należy zweryfikować aktualne promocje i reklamy, gdyż mogą one być sprzeczne z komunikatem o działaniu naprawczym.

Komunikat o działaniu naprawczym powinien zawierać:

- Wyraźny, przyciągający uwagę nagłówek typu: „Ważne ostrzeżenie o zagrożeniu”
- Szczegółowe informacje umożliwiające identyfikację produktu (nazwa produktu, oznaczenie serii, numer seryjny, kod paskowy, kolor, rozmiar i zdjęcie lub rysunek niebezpiecznego produktu)
- Zrozumiały opis tego, na czym polega wadliwość produktu

- Szczegółowe informacje o stwierdzonym lub potencjalnym zagrożeniu bezpieczeństwa
- Informacje o rodzaju proponowanego działania naprawczego oraz o zwrocie pieniędzy lub wymianie produktu
- Wyraźne instrukcje dotyczące tego, jak postępować z produktem (np. czy i gdzie go dostarczyć lub wysłać albo w jaki sposób umówić się na naprawę)
- Adres strony internetowej lub numer linii telefonicznej, gdzie można uzyskać dalsze informacje
- W stosownych przypadkach przeprosiny za niedogodności związane z działaniem naprawczym.

Komunikat o działaniu naprawczym zwykle dociera do opinii publicznej w jednej z następujących form:

- List, telefon lub e-mail skierowany osobiście do konsumentów (bezpośredni kontakt z konsumentem z prośbą o podjęcie działania – rzeczowy i informacyjny)
- Komunikat dla mediów (ogólne oświadczenie do wykorzystania w mediach – krótkie i rzeczowe)
- Komunikat o działaniu naprawczym w mediach (ogłoszenie zawierające prośbę do konsumentów o podjęcie działań – rzeczowe i informacyjne)
- Materiały w punkcie sprzedaży (w stosownych przypadkach)

Przykład ogłoszenia o działaniu naprawczym został przedstawiony w Załączniku II. W przypadku, gdy występowanie produktu na niewielkim obszarze sprawia, że zagrożenie dotyczy niewielkiej grupy konsumentów, lub gdy ryzyko jest nieznaczne, zespół ds. działań naprawczych może podjąć decyzję, aby nie publikować komunikatu w mediach, jednak dobrze jest posiadać gotowy komunikat dla mediów na wypadek, gdyby sytuacja uległa nagłemu pogorszeniu.

Konieczne jest przygotowanie dokumentu typu „najczęściej zadawane pytania”, który

pomoże zespołowi w udzielaniu spójnych odpowiedzi nawet na trudne pytania od konsumentów i dystrybutorów. W okresie prowadzenia działań naprawczych dokument ten powinien być regularnie uaktualniany.

Z kim się kontaktować?

Komunikat powinien dotrzeć do następujących odbiorców:

- Konsumenty (patrz Część 3.7)
- Członkowie personelu firmy
- Kluczowi klienci biznesowi, dystrybutorzy i dostawcy
- Władze nadzoru rynku (patrz Część 3.2)

Chociaż przy informowaniu różnych odbiorców należy przyjąć pewne priorytety, wszyscy oni powinni otrzymać ten sam komunikat w krótkim czasie, szczególnie wówczas, gdy ryzyko jest poważne.

3.6 Jak przekazać komunikat

By konsumenci mieli zaufanie do Państwa marki ważne jest, aby kontrolowali Państwo sposób, w jaki informacje o działaniu naprawczym docierają do konsumentów. Idealnie jest, gdy kontaktują się Państwo bezpośrednio z konsumentami. Gdy nie jest to możliwe, należy wybrać najwłaściwszy sposób komunikacji, stosownie do następujących czynników:

- Jaki rodzaj mediów najlepiej dotrze do konsumentów ze względu na obszar ich zamieszkania?
- Jaki jest najbardziej skuteczny i szybki sposób zawiadomienia konsumentów?

Możliwe sposoby komunikacji

Eksperti ds. komunikacji z klientami mogą pomóc Państwu dokonać wyboru spośród następujących sposobów komunikacji:

- Ogłoszenie w gazecie
- Obsługa telefoniczna konsumentów (linia specjalna, linia informacyjna, linie bezpłatne)
- Informacje w punkcie sprzedaży (ulotki, mini-plakaty)
- Programy informacyjne w radio/telewizji oraz programy konsumenckie

- Ogłoszenia w radio/telewizji
- Informacje dla prasy (strona internetowa, zespół ds. mediów i linie telefoniczne przeznaczone specjalnie dla dziennikarzy) skierowane do redaktorów wiadomości i prasy regionalnej
- Strony internetowe (czasami nazywane „czarnymi stronami”) przygotowane z wyprzedzeniem mogą zostać uaktywnione w momencie, gdy są potrzebne.

Ogłoszenia prasowe o wycofaniu produktu powinny być publikowane w każdym kraju w gazecie, która zapewni najlepsze dotarcie do zainteresowanych odbiorców komunikatu.

Potrzebny będzie Państwu przeszkolony rzecznik prasowy, dla którego działanie naprawcze będzie stanowić priorytet i który będzie mógł zająć się odpowiadaniem na pytania ze strony mediów. Szybkie i kompetentne reagowanie na inne (czasami niepokojące) informacje w mediach, jest kwestią o podstawowym znaczeniu. Pomaga to uniknąć spekulacji i pozwala na kontrolowanie informacji, które docierają do opinii publicznej.

3.7 Kontakty z konsumentami

Osobisty kontakt z konsumentami jest zazwyczaj najlepszym sposobem zapewnienia skuteczności działania naprawczego. Jeśli dysponują Państwo danymi klientów, należy wysłać im osobisty list lub e-mail lub zadzwonić do nich i przekazać im komunikat o działaniu naprawczym. Jednak należy pamiętać, że niektórzy klienci w międzyczasie zmienili adres lub przekazali produkt komuś innemu.

Personel zajmujący się informowaniem konsumentów musi być dobrze poinformowany i musi być w stanie odpowiadać na telefony o dowolnej porze. W przypadku, gdy telefony są skierowane wyłącznie do klientów biznesowych, mogą być Państwo w stanie obsługiwać je

korzystając ze swojego stałego personelu. Jednak w przypadku, gdy oczekują Państwo znacznie większej liczby telefonów, konieczne może okazać się skorzystanie z usług biura obsługi telefonicznej (*call centre*). W przypadku, gdy konieczne jest kontaktowanie się z klientami z różnych krajów, nieodzowne może być podzielenie tego zadania pomiędzy lokalnym przedstawicielem i dystrybutorami w każdym kraju.

Można pomóc personelowi odpowiedzialnemu za kontaktowanie się z klientami poprzez zaoferowanie mu:

- Listu, e-maila lub faksu wyjaśniającego, czego się od nich oczekuje i informującego, że do ich dyspozycji jest zespół ds. działania naprawczego, który może odpowiadać na pytania i pomagać w rozwiązywaniu problemów
- Pakietu danych o działaniu naprawczym zawierającego wszystkie szczegóły techniczne (pakiet taki powinien zostać wydany w tym samym czasie, co ogłoszenie o działaniu naprawczym lub wkrótce po nim)
- Obszernego dokumentu zawierającego pytania i odpowiedzi
- Przeszkolenia na temat tego, jak przekazywać komunikat i radzić sobie z problemami.

3.8 Komunikacja z innymi osobami

Należy możliwie jak najszybciej przekazać te same informacje całemu personelowi i rozważyć poinformowanie opinii publicznej.

3.9 Przeprowadzenie działania naprawczego

Należy przeprowadzić działania naprawcze zgodnie z decyzją opisaną w Części 3.1 dla produktów, które znajdują się u konsumentów i dla produktów znajdujących się na rynku w każdym z krajów, w którym ma być podejmowane działanie naprawcze. Zwrot pieniędzy, naprawa lub wymiana produktów muszą być przeprowadzana w

sposób możliwie szybki i skuteczny. Podobnie jak w przypadku kontaktów z konsumentami, konieczne może być skorzystanie z usług przedstawicieli w różnych krajach. Procedura w odniesieniu do produktów powinna przebiegać w następujący sposób:

Odbiór produktów

W przypadku, gdy produkty mają być zwrócone do producenta, konieczne będzie:

- Zorganizowanie ich odbioru od dystrybutorów
- Zwrócenie się do konsumentów o dostarczenie produktu do najbliższego hurtownika lub sprzedawcy detalicznego, jeśli produkty te są przenośne
- Zorganizowanie odbioru produktu u konsumenta, w przypadku, gdy produkty nie są przenośne.

Produkty niebezpieczne powinny zostać w wyraźny sposób oznaczone. Należy właściwie rejestrować przemieszczanie towarów. Dystrybutor powinien sprawdzić dane produktu i zwrócić konsumentowi pieniądze lub przekazać mu produkt zastępczy.

Strona praktyczna tego przedsięwzięcia będzie uzależniona od kraju, w którym działanie naprawcze się odbywa. Konieczne może okazać się skorzystanie z lokalnych firm transportowych, przedstawicieli lub dystrybutorów. Właściwe władze w poszczególnych państwach członkowskich mogą być w stanie udzielić dodatkowych informacji w tym względzie.

Naprawa produktów

W przypadku, gdy zaoferowali Państwo naprawę produktów, mogą Państwo:

- Zlecić wykonanie naprawy przez przedstawiciela lub dealera w ich siedzibie lub
- Skierować specjalistę do domu konsumenta, aby przeprowadził naprawę.

Zmodyfikowane produkty powinny być wyraźnie oznaczone.

Należy podjąć decyzję odnośnie dalszego losu produktów, które zostały wycofane. Oto możliwe sposoby postępowania:

- Podjąć działania, dzięki którym produkt będzie spełniał normy wymagane dla ponownej sprzedaży. Produkty, które zostały naprawione, powinny zostać wyraźnie oznaczone, a ich dokumentacja może wymagać aktualizacji.
- Wymontować niektóre z materiałów lub elementów, aby wykorzystać je w innych produktach.

Niedozwolona jest sprzedaż produktów lub przekazywanie ich konsumentom bez naprawy.

Istnieją ograniczenia dotyczące ponownego eksportu produktów niebezpiecznych (np. w celu ich modyfikacji). Konieczne będzie sprawdzenie wymogów prawnych w krajach, do których produkt ma być eksportowany, zanim to nastąpi.

Usuwanie produktów

Produkty przeznaczone do usunięcia muszą być wyraźnie oznaczone i przechowywane w bezpiecznych warunkach. Celem przedsiębiorcy powinno być usunięcie ich w bezpieczny sposób z uwzględnieniem wszystkich możliwych zagrożeń dla środowiska. Konieczne może być skorzystanie z usług specjalistycznych przedsiębiorstw utylizacyjnych. Krajowe władze nadzoru rynku mogą być w stanie udzielić dodatkowych informacji dotyczących dopuszczalnych sposobów utylizacji niebezpiecznych produktów.

3.10 Monitorowanie postępów

Przed rozpoczęciem działania naprawczego pomocne może okazać się określenie celów w odniesieniu do poziomu reakcji ze strony klientów. Władze w poszczególnych krajach mogą być w stanie udzielić Państwu

informacji nt. prawdopodobnego poziomu reakcji. Można określić inne cele dla reakcji ze strony dystrybutorów i reakcji ze strony konsumentów. Jest to złożona kwestia, co do której trudno jest określić ścisłe zasady, jednak cel powinien odzwierciedlać poziom ryzyka. Cel może zależeć także od jakości danych o nabywcach produktów.

Poziom reakcji na działanie naprawcze będzie zależeć od następujących czynników:

- Rodzaju produkcji
- Czasu, od jakiego produkt znajduje się na rynku
- Przewidywanej trwałości produktu. Może to umożliwić Państwu oszacowanie, jaki procent produktów jest nadal używany
- Rodzaju zaproponowanego działania naprawczego
- Mediów wykorzystanych do przekazania komunikatu
- Lokalnej specyfiki kraju, w którym prowadzone jest działanie naprawcze

Od chwili rozpoczęcia działania naprawczego należy monitorować poziom reakcji. Powinno się przygotować system, który będzie rejestrować liczbę klientów kontaktujących się z Państwem oraz liczbę produktów, która została zwrócona, zebrana, naprawiona lub usunięta. Informacje takie powinny być analizowane i monitorowane w poszczególnych tygodniach i w przypadku, gdy cele nie zostają zrealizowane, potrzebne mogą być dodatkowe działania. W przypadku uzyskania informacji o wystąpieniu nowych wypadków lub uszkodzeń ciała u konsumentów, konieczne może być dokonanie przeglądu oceny ryzyka i ponowne ocenienie skuteczności działania naprawczego.

Jeśli udaje się uzyskać wyznaczone cele, można formalnie zakończyć działanie naprawcze, jednak nadal trzeba utrzymać gotowość do podjęcia działań wobec produktów, które będą zwracane w terminie późniejszym.

4 Wyciąganie wniosków z doświadczeń

Po działaniu naprawczym należy zbadać, co było pierwotną przyczyną problemu i próbować wyeliminować takie przyczyny w przyszłości. Należy również dokonać oceny procedury działania naprawczego i dokonać ewentualnych poprawek na przyszłość.

4.1 W jaki sposób możemy zapobiec powtarzaniu się takich sytuacji?

Ta część oceny powinna skupiać się na przeanalizowaniu:

- Wykorzystywanych norm i zasad projektowania
- Skuteczności zapewnienia jakości i systemów zarządzania bezpieczeństwem/ryzykiem.

Elementy systemu, które nie zapobiegły wystąpieniu problemu, powinny zostać zbadane i skorygowane.

4.2 W jaki sposób możemy poprawić naszą procedurę działań naprawczych?

Należy ocenić działanie każdego elementu procedury działań naprawczych, aby określić, czy wymaga ona korekty. Na przykład:

- Monitorować skuteczność wykorzystanych metod komunikacji (jeśli to możliwe poprzez przeprowadzenie

badania opinii publicznej) i w uzasadnionych przypadkach dokonać korekty polityki komunikacyjnej przedsiębiorstwa.

- Ocenić swoje wewnętrzne procedury działań naprawczych i potrzebę dokonania zmiany polityki lub szkoleń.
- Sporządzić raport z wszystkich podjętych działań oraz problemów rozwiązanych w okresie prowadzenia działania naprawczego.

Podziękowania

Po zakończeniu działania naprawczego wszyscy kluczowi uczestnicy oraz istotni odbiorcy komunikatów powinni otrzymać podziękowania, informacje dotyczące powodzenia działania oraz propozycje zmian.

Załącznik I – Studium przypadku

Przykład działań naprawczych

Boots



Firma

Boots to wiodąca brytyjska spółka farmaceutyczna i sprzedawca detaliczny produktów zdrowotnych i kosmetycznych posiadający sieć 1400 sklepów w Wielkiej Brytanii i Irlandii. Obroty spółki w roku 2002/2003 wyniosły 4,2 miliardów funtów. Spółka sprzedaje duży asortyment produktów i cieszy się opinią sprzedawcy produktów bezpiecznych o wysokiej jakości. Centrala obsługi klientów, zajmująca się kontaktami lub skargami otrzymywanymi od klientów, znajduje się w Nottingham. Do monitorowania i *analizowania* tych informacji i skarg zatrudniony jest specjalistyczny zespół, który dokonuje również oceny produktów zwracanych przez klientów. Spółka posiada sformalizowane procedury monitorowania swoich informacji, przeprowadzania oceny ryzyka oraz w stosownych przypadkach podejmowania działań naprawczych.

Produkt

Laska z zakrzywioną rączką



Produkt będący przedmiotem działań naprawczych to lekka składana laska. Produkt został wykonany na Tajwanie i był sprzedawany w większości sklepów Boots w cenie 21 funtów za sztukę. Laska została zaklasyfikowana jako urządzenie medyczne i podlegające wymogom Agencji Regulacji Lekarstw i Produktów Opieki Zdrowotnej (MHRA). Od rozpoczęcia sprzedaży w październiku 2001 roku do momentu wykrycia problemu sprzedanych zostało około 5.000 lasek.

Problem

W niektórych przypadkach zgłoszono, że drewniana rączka odpadła od aluminiowej rurki, co mogło powodować upadek użytkownika i poniesienie uszczerbku na zdrowiu.

Wyniki

Analiza zwrotów produktu w grudniu 2002 ujawniła, że klienci zwrócili 19 lasek i dwa sklepy uznały, że błąd był na tyle poważny, że wysłały raporty do działu obsługi klientów. Produkty posiadały oznaczenia serii, co umożliwiło zawężenie występowania defektu do określonych partii.

Po spotkaniu w celu dokonania oceny ryzyka spółka zgodziła się wycofać produkt ze sprzedaży i monitorować zwroty. W styczniu i lutym otrzymano cztery dalsze reklamacje, w tym kilka, które zostały uznane za „bliskie wypadku”, ponieważ wystąpiło prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała u użytkownika.

Ocena ryzyka

Gdy tylko zgłoszona została początkowa seria wadliwych produktów, w firmie Boots rozpoczęto procedurę mającą na celu rozwiązanie tego problemu. Rozpoczął się on od spotkania grupy oceny ryzyka, składającej się z przedstawicieli następujących wydziałów: rozwoju jakości produktów (PQD), zakupów, usług prawnych, public relations i usług medycznych. Zespół ten otrzymał raport od działu PQD nt. początkowej oceny poziomu ryzyka w oparciu o ocenę prawdopodobieństwa wystąpienia uszkodzenia ciała uwzględniający podatność użytkowników na uszkodzenia ciała. Zespół PQD sprawdził także, czy produkty spełniają specyfikację, które obejmowały test wytrzymałości połączenia pomiędzy rączką i rurką. Testy te nie wykryły problemu z jakością i na tym etapie kontrolerzy nie byli w stanie odtworzyć uszkodzenia w symulowanym stosowaniu produktu. Stwierdzono również, że produkt spełnia wszystkie wymogi właściwej normy brytyjskiej.

Po otrzymaniu dalszych zgłoszeń o reklamacjach od klientów zespół obsługi klienta zadał klientom szczegółowe pytania, które miały pomóc w ocenie problemu. PQD dokonał następnie oceny zebranych informacji i w lutym przeprowadził dalsze testy, próbując powtórzyć błąd. Poprzez połączenie efektów skrajnych zmian temperatury, sił skręcających i przy wykorzystaniu rączki do podnoszenia toreb z zakupami, zespołowi udało się spowodować uszkodzenie. Gdy dostępne były wyniki tych nowych testów, ponownie zebrała się grupa oceny ryzyka.

Decyzja o podjęciu działania naprawczego

W wyniku pierwszej oceny grupa oceny ryzyka podjęła decyzję o wycofaniu produktów ze sklepów i kontynuowaniu monitorowania zwrotów. Wycofywanie produktów odbywa się poprzez wysyłanie komunikatów elektronicznych do wszystkich sklepów. Do wszystkich kas w sklepach wysłany został *komunikat o zwrocie produktu*, co zapobiega sprzedaży wycofanego towaru. Wszystkie wycofane towary były zwracane do magazynu centralnego.

Na spotkaniu, które odbyło się w lutym, grupa oceny ryzyka podjęła decyzję o przeprowadzeniu **wycofania produktu od konsumentów**. Klientom zaoferowano wymianę na inny model laski lub zwrot pieniędzy.

Zawiadomianie

Firma Boots prowadzi program kart lojalnościowych, w którym bierze udział znaczna część jej klientów. Dzięki temu możliwe było zidentyfikowanie 43% nabywców tego produktu. W ciągu kilku dni od podjęcia decyzji o publicznym wycofaniu produktu do klientów wysłany został list (patrz ilustracja) w kopercie, na której widniał nadrukowany na czerwono komunikat podkreślający ważność wiadomości. Jednocześnie do wszystkich sklepów Boots wysłane zostały zawiadomienia (patrz ilustracja), które miały być wywieszane w widocznych miejscach, tak aby mogli się z nimi zapoznać stali klienci. Ponadto niektórzy menadżerowie sklepów Boots otrzymali zgodę lokalnych gabinetów lekarskich na wywieszenie w nich komunikatów. Komunikat został również umieszczony na stronie internetowej Boots.

Komunikacja z klientami²

Mrs A Customer
101 Trent Road
Anytown
AB1 1CD

Dear Mrs Customer

IMPORTANT PRODUCT INFORMATION
Adjustable Crook Walking Stick
Item Code: 20 82 551

I am writing to tell you that we have discovered a potential quality problem with the above walking stick, which could cause it to break during use.

Because our customers' safety is extremely important, we have removed this product from sale and are asking customers not to use it.

If you have one of the walking sticks we have mentioned, please return it to your nearest Boots store for a full refund, or alternatively, if you have purchased this product for someone else, please let them know about this as soon as possible.

If you have any queries, please contact a member of the Boots store team or call Boots Customer Service on 0800 915 0004 (UK) or 1800 509 115 (Ireland).

United Kingdom 0800 915 0004
Republic of Ireland 1800 509 115

I am very sorry for any inconvenience caused.

Yours sincerely
Anne Williamson
Anne Williamson
Customer Service



Boots Customer Service
PO Box 5300
NOTTINGHAM
NG90 1AA

Tel: 0845 070 8090
Minicom: 0845 070 8091
Fax: 0115 959 5525
E-mail: bte.cshelpdesk@boots.co.uk



Important Product recall



Crook Handled Walking Stick – Item Code 20-82-551

We have discovered a potential quality problem with the above walking stick, which could cause it to break during use.

We have therefore stopped selling this product and are asking customers not to use it. If you have one, would you please return it to your nearest Boots store for a full refund, or alternatively, if you have purchased this product for someone else, please let them know about this as soon as possible.

If you have any questions, please ask a member of the Boots store team, or contact Boots Customer Service on 0800 915 0004 (UK) or 1800 509 115 (Ireland).

United Kingdom **0800 915 0004**
Republic of Ireland **1800 509 115**

We apologise for any inconvenience caused.

Recall Number: 99995503
Recall notice issued: March 2

Przeprowadzenie działań naprawczych

Klienci zwrócili do sklepów 2.165 lasek i otrzymali w zamian produkt zastępczy lub zwrot pieniędzy.

Boots posiada umowę ze swoimi dostawcami, która określa zakres odpowiedzialności za wady produktów oraz odpowiedzialność w przypadku konieczności zastosowania działań naprawczych.

Po publicznym wycofaniu produktu ze sprzedaży zespół PQD współpracował z dostawcą nad zmianą projektu tego towaru. Nowy model posiadał silniejsze połączenie pomiędzy rączką i rurką i był w stanie wytrzymać skrajne temperatury i skrajnie wysokie siły skręcające. Specyfikacja testów obejmuje obecnie wymóg wytrzymania sił ciągnących i skręcających, które wystąpiłyby w przypadku wykorzystania laski do podnoszenia.

Zawiadomienie władz

Urząd ds. Lekarstw i Produktów Leczniczych (MHRA) został powiadomiony w momencie wykrycia wady, a następnie poinformowany ponownie, gdy została podjęta decyzja o wycofaniu produktu od konsumentów. Urząd nie zwracał się do firmy o przeprowadzenie jakichkolwiek dodatkowych działań.

W ramach porozumienia o „władzach lokalnych”, jaką spółka zawarła z Urzędem Kontroli Rynku Wielkiej Brytanii (LACORS), który sprawuje nadzór rynku, informacje otrzymał także lokalny Urząd ds. Norm Handlowych. Urząd ten umieścił zawiadomienie o wycofaniu produktu na stronie krajowego Urzędu ds. Norm Handlowych www.tradingstandards.gov.uk, w części poświęconej ostrzeżeniom dotyczącym bezpieczeństwa.

Monitorownaie wycofywania

W momencie zwracania produktów przez klientów do sklepów, transakcje te były rejestrowane w kasach. Kasy zostały zaprogramowane w taki sposób, aby pozwalały na zapisanie powodu zwrotu, w tym sposobu, w jaki klient został poinformowany o wycofaniu produktu. Dzięki tym informacjom możliwe było monitorowanie powodzenia programu wycofywania produktu przez dział obsługi klienta. W sumie zwróconych zostało 2.165 produktów, co stanowi ponad 40% wszystkich sprzedanych lasek i jest wynikiem lepszym, niż typowa reakcja ze strony klientów na komunikaty o wycofaniu produktu publikowane w prasie. Biorąc pod uwagę fakt, że niektóre produkty zostały zgubione lub wyrzucone i że wielu klientów jest prawdopodobnie w podeszłym wieku i zniedołężniałych, reakcja z ich strony została uznana za sukces.

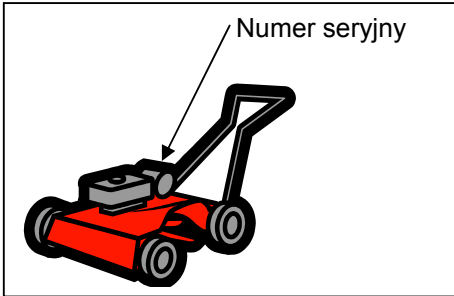
Wyciągnięte wnioski

- Posiadanie mechanizmu, który umożliwiał firmie monitorowanie uwag i reklamacji ze strony klientów, było kluczem do szybkiego zidentyfikowania problemów związanych z produktem.
- Listy przesłane do klientów posiadających karty lojalnościowe były najskuteczniejszą metodą kontaktowania się z klientami.
- Duży druk zastosowany w komunikatach skutecznie pomógł klientom w podeszłym wieku w zapoznaniu się z zawartością listu i komunikatów umieszczonych w sklepach.
- Ilość zwrotów dla produktów tego typu mogłaby być jeszcze większa w przyszłości, gdyby w strategii firmy zostały wykorzystane dodatkowe sposoby kontaktowania się z klientami tego typu, np. poprzez gabinety lekarskie.
- Przy projektowaniu tego rodzaju produktu ważne jest, aby przy określaniu jego specyfikacji nie polegać wyłącznie na wymogach przyjętej normy. Należy starać się przewidzieć możliwe

sposoby wykorzystywania produktu, tak jak w przypadku laski jej użycie do podnoszenia z podłogi toreb z zakupami. Produkt powinien być projektowany z uwzględnieniem innych sposobów jego wykorzystania.

Załącznik II – Przykład dobrego komunikatu o działaniu naprawczym

Poniższy przykład został stworzony, aby przedstawić główne cechy, jakimi powinien się charakteryzować dobry komunikat o działaniu naprawczym. **Informacje zawarte w poniższym przykładzie nie dotyczą żadnego prawdziwego produktu ani firmy.**

<ul style="list-style-type: none"> • Odpowiedni tytuł • Typ produktu • Model • Ilustracja • Umieszczenie numeru seryjnego • Szczegółowe informacje o problemie i okresie, w którym sprzedawana była partia produktu • Zagrożenie • Jak sprawdzić, czy komunikat dotyczy danego produktu • Identyfikacja • Punkty sprzedaży • Działania, jakie należy następnie podjąć • Oferowane zadośćuczynienie • Bezpłatna linia telefoniczna • Przepraszamy (w stosownych przypadkach) • Firma odpowiedzialna za wycofanie produktu • Szczegółowe informacje dot. kontaktu 	<p>WAŻNE</p> <p>OSTRZEŻENIE O ZAGROŻENIU</p> <p>KOSIARKI DO TRAWY GREENGRASS</p> <p>Model – GG 123</p>
	
	<p>Wykryliśmy, że niektóre z kosiarek do trawy GG123 sprzedane pomiędzy 1 marca a 30 lipca 2002 roku posiadają wadę fabryczną.</p>
	<p>Wada ta może powodować złamanie się rączki pod wpływem dużego obciążenia w miejscu połączenia z ramą, co może prowadzić do poważnego uszkodzenia ciała.</p>
	<p>Jeśli są Państwo posiadaczami kosiarki GG123, prosimy o sprawdzenie jej numeru seryjnego, jak przedstawiono na powyższym rysunku.</p>
	<p>Wadliwe modele posiadają numery seryjne od X5761 do X5874 lub Z2376 do Z3199 (włącznie) i zostały sprzedane w sklepach Smiths Homestores, Barney's Gardenware jak również za pośrednictwem katalogu GreenGrass.</p>
	<p>Jeśli posiadają Państwo wadliwą kosiarkę, prosimy o natychmiastowe zaprzestanie jej używania. Prosimy o dokonanie zwrotu do sprzedawcy detalicznego, od którego została zakupiona, w celu otrzymania innej kosiarki lub pełnego zwrotu ceny zakupu.</p>
	<p>Jeśli mają Państwo jakiegokolwiek pytania, prosimy o kontakt z firmą GreenGrass pod bezpłatnym numerem 0800 1234 5678 (całodobowo)</p>
	<p>Pragniemy podziękować Państwu za pomoc i przeprosić za niedogodności.</p>
	<p>GreenGrass & Co, 10 Central Rd, Europa Trading Estate, Newchester, United Kingdom WW1 2GG</p> <p>www.greengrassmowers.com/productrecall</p>

Załącznik III – Europejskie źródła informacji

DYREKTYWY BEZPIECZEŃSTWA

Ogólne bezpieczeństwo produktu

- 2001/95/EC - dyrektywa o ogólnym bezpieczeństwie produktu (GPSD)
- Zalecenia dotyczące zawiadamiania właściwych władz przez producentów i dystrybutorów o produktach niebezpiecznych dla konsumentów w państwach członkowskich zgodnie z Dyrektywę o ogólnym bezpieczeństwie produktu: DG SANCO (Dyrekcja Generalna ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów)
- Zalecenia dotyczące relacji pomiędzy dyrektywą o ogólnym bezpieczeństwie produktu (GPSD) i niektórymi dyrektywami sektorowymi zawierającymi postanowienia dotyczące bezpieczeństwa produktów. DG SANCO 11/03
http://europa.eu.int/comm/consumers/cons_safe/prod_safe/gpsd/index_en.htm

NORMY BEZPIECZEŃSTWA

Należy zwracać się do krajowych organizacji zajmujących się normami, w celu uzyskania informacji o standardach właściwych dla Państwa produktów. Szczegółowe informacje dotyczące kontaktu z tymi organizacjami można znaleźć na stronie internetowej:

<http://www.iso.ch/iso/en/aboutiso/isomembers/MemberCountryList.MemberCountryList>

ZALECENIA DOTYCZĄCE BEZPIECZEŃSTWA PRODUKTU

- Przewodnik „wdrażanie dyrektyw opartych na koncepcji nowego i globalnego podejścia” Komisja Europejska 2000
<http://europa.eu.int/comm/enterprise/newapproach/legislation/guide/legislation.htm>
Wersja polska
<http://www.uokik.gov.pl/index.php?id=nrblugui&lang=0&samSession=e6ee66e51bfa07f59b1093d827f9f820>

OCENA RYZYKA

- EN 1050:1996 – Bezpieczeństwo maszyn. Zasady oceny ryzyka
- IEC 300-3-9:1995 – Analiza ryzyka systemów technologicznych

ZARZĄDZANIE JAKOŚCIĄ

- EN ISO 9001:2000 – Systemy zarządzania jakością - wymogi
- BS 8600:1999 – Systemy zarządzania reklamacjami. Przewodnik po projektach i wdrażaniu

ŹRÓDŁA INFORMACJI w Komisji Europejskiej

- Legislacja Unii Europejskiej <http://www.europa.eu.int/eur-lex/en/index.html>
- Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorczości – działalność
<http://europa.eu.int/comm/enterprise>
- Dyrekcja Generalna ds. Przedsiębiorczości – Centralna Sieć Informacji Europejskiej
<http://eic.cec.eu.int> ORAZ <http://europa.eu.int/comm/enterprise/networks/eic/eic.html>
- Dyrekcja Generalna ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów
<http://europa.eu.int/comm/consumers>
- Dyrekcja Generalna ds. Handlu <http://europa.eu.int/comm/trade>
- Nowe Podejście do standaryzacji na rynku wewnętrznym www.newapproach.org

KRAJOWE WŁADZE NADZORU RYNKU

Poniższe organizacje to główne organy nadzoru rynku w każdym z krajów. W niektórych krajach odpowiedzialność za niektóre aspekty nadzoru rynku została przekazana organizacjom regionalnym. Aktualna lista kontaktów znajduje się na stronie internetowej Komisji Europejskiej www.europa.eu.int/comm/consumers

AUSTRIA	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit www.bmwa.gv.at
BELGIA	Federalna Gospodarka Publiczna, Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Samozatrudnienia i Energii www.mineco.fgov.be
CYPR	Ministry of Commerce, Industry & Tourism
CZECHY	www.coi.cz
DANIA	Sikkerhedsstyrelsen http://www.sikkerhedsstyrelsen.dk
ESTONIA	www.consumer.ee
FINLANDIA	<ul style="list-style-type: none"> ○ Kuluttajavirasto - http://www.kuluttajavirasto.fi ○ TUKES – Turvatekniikan keskus www.tukes.fi
FRANCJA	<ul style="list-style-type: none"> ○ Ministère de l' Economie, des Finances et de l'Industrie (MINEFI) www.minefi.gouv.fr ○ Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) www.finances.gouv.fr/DGCCRF
NIEMCY	Bundesministerium für Wirtschaft und Arbeit (BMW) www.bmwi.de
GRECJA	Ministerstwo Rozwoju www.ypan.gr/structure/index_uk.htm
WĘGRY	www.fvf.hu
IRLANDIA	Biuro Dyrektora Spraw Konsumentkich (ODCA) www.odca.ie
WŁOCHY	Ministero del Attività Produttive www.minindustria.it
ŁOTWA	www.ptac.lv
LITWA	www.inspekcija.lt
LUKSEMBURG	Direction de la Concurrence et de la Protection des consommateurs (DCP) www.eco.public.lu/activites/direction_concurrence/index.html
MALTA	Ministry of Finance and Economic Affairs – Market Surveillance Directorate www.gov.mt
HOLANDIA	Voedsel en Waren Autoriteit www.vwa.nl
POLSKA	Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów www.uokik.gov.pl
PORTUGALIA	<ul style="list-style-type: none"> ○ Inspecção-Geral des Actividades Económicas (IGAE) www.igae.pt ○ Instituto do Consumidor www.ic.pt
SŁOWACJA	www.economy.gov.sk
SŁOWENIA	Market Inspectorate
HISZPANIA	Ministerio de Ciencia y Tecnologia www.mcyt.es
SZWECJA	<ul style="list-style-type: none"> ○ Konsumentverket KO www.konsumentverket.se ○ Elsäkerhetsverket www.elsak.se
WIELKA BRYTANIA	Lokalni Koordynatorzy Władz Regulujących Rynek (LACORS) www.lacors.gov.uk

Załącznik IV – Organizacje współtworzące Przewodnik

Niniejszy Przewodnik powstał jako projekt finansowany i współtworzony przez szereg organizacji reprezentowanych przez Komitet Sterujący oraz dzięki dotacji z Komisji Europejskiej (Dyrekcja Generalna ds. Zdrowia i Ochrony Konsumentów), która pokryła 50% kosztów projektu. Projekt został zrealizowany przez Centrum Badań i Testów Intertek dla Stowarzyszenia Konsumentów i przy pomocy dodatkowych materiałów dostarczonych przez Bursona Marstellera – konsultanta ds. komunikacji. Projekt został przeprowadzony pod nadzorem Komitetu Sterującego składającego się z przedstawicieli następujących organizacji:

Krajowe organy nadzoru rynku

Belgia – Gabinet Belgijskiego Federalnego Ministra Środowiska, Ochrony Konsumentów i Zrównoważonego Rozwoju – Federalna Gospodarka Publiczna, Małych i Średnich Przedsiębiorstw, Samozatrudnienia i Energii www.mineco.fgov.be

Dania – Duński Urząd Bezpieczeństwa Technologii (Sikkerhedsstyrelsen) www.sikkerhedsstyrelsen.dk

Holandia – Ministerstwo Zdrowia, Opieki Społecznej i Sportu – Urząd ds. Produktów Spożywczych i Bezpieczeństwa Produktów Konsumpcyjnych (Voedsel en Waren Autoriteit VWA) www.vwa.nl

Szwecja – Urząd ds. Konsumentów (Konsumentverket) www.konsumentverket.se

Zjednoczone Królestwo - Wydział Handlu i Przemysłu, Dyrekcja ds. Konsumentów i Konkurencji www.dti.gov.uk/ccp

PROSAFE – Europejskie Forum Egzekwowania Bezpieczeństwa Produktów (sieć europejskich urzędów odpowiedzialnych za nadzór nad rynkiem i produktami konsumpcyjnymi) www.prosafe.org

EuroCommerce – Przedstawicielstwo Handlu Detalicznego, Hurtowego i Międzynarodowego w Unii Europejskiej www.eurocommerce.be

UNICE – Stowarzyszenie Europejskich Konfederacji Przemysłowych i Pracodawców. www.unice.org

BEUC – Europejskie Stowarzyszenie Konsumentów (Européen des Unions de Consommateurs) www.beuc.org

Stowarzyszenie Konsumentów – Brytyjska organizacja konsumencka i wydawca magazynu Which www.which.co.uk

Intertek RTC – Brytyjskie Centrum Badań i Testów Intertek prowadzi testy i projekty konsultacyjne bezpieczeństwa i działania produktów konsumpcyjnych www.intertek-rtc.com

Załącznik V – Szacowanie i ocena ryzyka

Niniejsza procedura jest przykładem metody oceny ryzyka, która może być wykorzystywana przez przedsiębiorców przy decydowaniu, czy podejmować działanie naprawcze. Opiera się na zaleceniach Dyrektywy UE o Ogólnym Bezpieczeństwie Produktu. Zaleca się, aby procedura ta była realizowana przez mały zespół, który posiada zarówno wiedzę, jak i doświadczenie w odniesieniu do produktu i związanych z nim zagrożeń. Oceniający mogą stawać przed koniecznością dokonywania subiektywnych osądów w przypadku, gdy obiektywne dane nie są dostępne i być może niniejsza procedura pomoże im w wydawaniu konsekwentnych i rozsądnych osądów wobec rzeczywistych i potencjalnych zagrożeń.

Oceniający powinien przeanalizować zebrane informacje i skorzystać z **Tabeli oceny ryzyka (strona 40)** w następujący sposób:

- 1 Zastosować Tabele A do oceny poziomu ryzyka stosownie do stopnia i prawdopodobieństwa uszkodzenia ciała osoby korzystającej z produktu lub w inny sposób wchodzącej z nim w kontakt (patrz poniższe uwagi).
- 2 Zastosować Tabele B do określenia poziomu ryzyka, które jest do zaakceptowania dla danego produktu. Poziom ten zależy od czynników takich jak rodzaj użytkownika oraz, dla osób dorosłych, od tego, czy produkt jest oznaczony odpowiednimi ostrzeżeniami oraz czy posiada odpowiednie osłony i czy ryzyko jest oczywiste w wystarczającym stopniu (patrz poniższe uwagi).
- 3 Ogólna ocena – porównać oszacowany poziom ryzyka z Tabeli A z dopuszczalnymi poziomami z Tabeli B, aby podjąć decyzję nt. ogólnego poziomu ryzyka, co będzie miało wpływ na rodzaj wymaganego działania naprawczego (patrz Część 3.1 Przewodnika).

1 Tabela A – Oszacowanie ryzyka

W Tabeli A połączone są dwa główne czynniki wpływające na oszacowanie ryzyka – stopień i prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała. Poniższe definicje stopnia i prawdopodobieństwa zostały sporządzone, aby pomóc w wyborze właściwych wartości.

1.1 Stopień uszkodzenia ciała

Poniższa tabela przedstawia definicje klasyfikacji stopnia uszkodzenia ciała wraz z przykładami typowych uszkodzeń.

Lekkie	Poważne	Bardzo poważne
Mniej niż 2% niesprawności Zwykle odwracalne i zazwyczaj nie wymagające leczenia szpitalnego.	2 – 15% niesprawności Zwykle nieodwracalne i wymagające leczenia szpitalnego	Powyżej 15% niesprawności Nieodwracalne i wymagające leczenia szpitalnego
		Śmierć
Drobne rany	Poważne rany	Poważne uszkodzenia organów wewnętrznych
Lekkie złamania	Poważne złamania, utrata palca	Utrata kończyn
	Uszkodzenie wzroku	Utrata wzroku
	Uszkodzenie słuchu	Utrata słuchu
Drobne poparzenia	Średnie poparzenia	Rozległe poparzenia (ponad 25%)
Skręcenia	Kalectwo w stopniu lekkim	Poważne i trwałe kalectwo
		Poważne zaburzenia umysłowe lub długotrwała śpiączka

W przypadku wielu zagrożeń możliwe jest prognozowanie mało prawdopodobnych okoliczności, które mogłyby doprowadzić do poważnego uszkodzenia ciała, np. potknięcie się o kabel, co w efekcie powoduje upadek i uderzenie w głowę skutkujące śmiercią. Jednak z reguły bardziej prawdopodobne są mniej poważne konsekwencje. Z tego względu stopień uszkodzenia ciała wybrany dla danego zagrożenia powinien opierać się na racjonalnych dowodach na to, że uszkodzenie ciała przypisywane produktowi mogłoby wystąpić na skutek możliwego do przewidzenia zastosowania produktu. Może to być najpoważniejszy przypadek uszkodzenia ciała, który zdarzył się w przypadku podobnych produktów.

W przypadku, gdy możliwe jest uszkodzenie ciała kilku osób przez jeden produkt (np. ogień lub zatrucie gazem), zwiększa to poziom ryzyka. Jeżeli uszkodzenia ciała mogą ujawnić się w dłuższym okresie czasu, ocena powinna brać pod uwagę przewidywane opóźnienie.

1.2 Ogólne prawdopodobieństwo

Ogólne prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała łączy wszystkie prawdopodobne zagrożenia, takie jak:

- Prawdopodobieństwo, że próbka produktu będzie uszkodzona lub stanie się uszkodzona w wyniku niemożliwych do przewidzenia awarii (jeśli wszystkie produkty posiadają tę wadę, prawdopodobieństwo wynosi 100%).
Dla wad, które ujawniają się w trakcie użytkowania produktu, prawdopodobieństwo powinno uwzględniać przewidywany czas ujawnienia się wady.
- Prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała u osoby korzystającej z produktu w ciągu jednego roku (dla wszystkich rodzajów użytkowników, którzy mają lub mogą mieć kontakt z produktem). Prawdopodobieństwo to powinno obejmować:
 - o Zwykle narażenie typowego użytkownika produktu w sytuacji ujawnienia się niebezpieczeństwa
 - o prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała u osoby (osób), która jest narażona na niebezpieczeństwo.

Prawdopodobieństwa te zostały przedstawione w poniższej tabeli, dzięki której można uzyskać ogólne prawdopodobieństwo, które jest wprowadzane do Tabeli A.

Ogólne prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała		Prawdopodobieństwo wystąpienia wady produktu		
		1%	10%	100% (wszystkie)
Prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała w ciągu jednego roku na skutek regularnego kontaktu z niebezpiecznym produktem	Niebezpieczeństwo występuje zawsze i prawdopodobne jest wystąpienie uszkodzenia ciała w trakcie regularnego i normalnego używania.	Średnie	Wysokie	Bardzo wysokie
	Niebezpieczeństwo występuje z przerwami i prawdopodobne jest wystąpienie uszkodzenia ciała.	Niskie	Średnie	Wysokie
	Niebezpieczeństwo występuje z przerwami i wystąpienie uszkodzenia ciała jest możliwe.	Bardzo niskie	Niskie	Średnie
	Niebezpieczeństwo występuje sporadycznie i/lub uszkodzenie ciała jest mało prawdopodobne.	Krańcowo niskie	Bardzo niskie	Niskie

Powyższe oceny powinny brać pod uwagę następujące informacje:

- Statystykę (jeśli jest dostępna) dla:
 - o Defektów tego produktu lub produktów podobnych.
 - o Typowego użytkownika typu produktu.
 - o Wypadków, które miały miejsce w przypadku tego produktu lub produktów podobnych.
- Prognozy w oparciu o wiedzę o:
 - o Rodzajach awarii produktu,
 - o Typowym rodzaju ryzyka dla użytkowników tego rodzaju produktu.
 - o Zachowaniach użytkowników, które mogą prowadzić do wypadków.

Większość ocen ryzyka będzie prawdopodobnie opierać się na powyższych źródłach informacji i przyjmuje się, że dokładność oceny będzie zależeć od jakości danych statystycznych oraz osądów wydawanych przez oceniającego/oceniających. Oceny poziomu ogólnego prawdopodobieństwa uszkodzenie ciała zostały ujęte w Tabeli A, która pokazuje szacunkową ocenę poziomu ryzyka.

2 Tabela B – Ocena ryzyka

W niektórych okolicznościach, takich jak prowadzenie samochodu, akceptowalne są znacznie wyższe poziomy ryzyka, niż w innych przypadkach, np. dla zabawek dla dzieci. Tabela B pokazuje poziomy ryzyka, które są do zaakceptowania w różnych okolicznościach. Głównymi czynnikami, które wpływają na dopuszczalność ryzyka, są:

- Podatność na zagrożenie u osób, które są poddane zagrożeniu, oraz
- Dla osób dorosłych, czy produkt jest oznaczony odpowiednimi ostrzeżeniami oraz czy posiada odpowiednie osłony i czy ryzyko jest oczywiste w wystarczającym stopniu.

2.1 Osoby szczególnie narażone na niebezpieczeństwo

W przypadku, gdy produkt jest przeznaczony dla osób szczególnie narażonych na niebezpieczeństwo, lub gdy istnieje prawdopodobieństwo wykorzystywania go przez takie osoby, poziom dopuszczalnego ryzyka powinien zostać określony na niższym poziomie. Poniższa tabela opisuje dwie kategorie osób szczególnie narażonych na niebezpieczeństwo oraz przykłady takich osób:

Osoby szczególnie narażone na ryzyko w stopniu bardzo wysokim	Osoby szczególnie narażone na ryzyko
Niewidomi	Osoby z częściowymi uszkodzeniami wzroku
Osoby o wysokim stopniu inwalidztwa	Osoby o częściowym stopniu inwalidztwa
Osoby bardzo stare lub słabe	Osoby starsze o zmniejszonych zdolnościach fizycznych i umysłowych.
Dzieci poniżej 5. roku życia	Dzieci w wieku 5 – 11 lat

2.2 Osoby dorosłe

W przypadku produktów takich jak noże, sprzęt do majsterkowania i narzędzia ogrodowe, które nie są przeznaczone dla osób szczególnie narażonych na ryzyko i które nie będą prawdopodobnie wykorzystywane przez takie osoby, konsumenci mogą zaakceptować pewien poziom ryzyka, jeśli:

- Zagrożenie jest oczywiste i niezbędne dla użytkowania produktu.
- Produkt jest oznaczony właściwymi ostrzeżeniami.
- Produkt ma wystarczające zabezpieczenia i/lub dołączony jest do niego sprzęt do ochrony osobistej.

3 Ocena ogólna

Ogólny poziom ryzyka jest określany poprzez porównanie oszacowanego poziomu ryzyka z jego akceptowalnymi poziomami.

Tabela B pokazuje 3 poziomy ogólnego ryzyka:

- Ryzyko poważne – wymagającego szybkiego działania
- Ryzyko średnie – wymagające pewnego działania
- Ryzyko niskie – na ogół nie wymagające działania dla produktów znajdujących się na rynku

Procedura ta ocenia stopień ryzyka wobec indywidualnego użytkownika produktu i to właśnie ryzyko powinno być głównym czynnikiem decydującym o tym, czy podejmować działanie naprawcze. Jednak producent może zechcieć wziąć pod uwagę również inne czynniki (takie jak suma wszystkich zagrożonych konsumentów) przy podejmowaniu decyzji, jakie działanie powinno zostać podjęte, zgodnie z opisem przedstawionym w Części 3.1 niniejszego Przewodnika.

Tabela oceny ryzyka

Ocena ryzyka dla produktów konsumenckich dla GPSD

Poniższa procedura ma na celu pomóc producentom i dystrybutorom w podejmowaniu decyzji, czy ryzyko spowodowane przez produkt konsumencki jest na tyle poważne, aby wymagało podjęcia działania korygującego. Poniższa tabela jest wykorzystywana do określania, czy ogólne ryzyko jest umiarkowane, poważne, czy też wymaga podjęcia natychmiastowego działania.

Tabela A – Oszacowanie ryzyka

	Poziom uszkodzenia ciała		
	Lekki	Poważny	Bardzo poważny
Prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała	Bardzo wysokie	Wysokie	Średnie
	Wysokie	Średnie	Niskie
	Średnie	Niskie	Bardzo niskie
	Niskie	Bardzo niskie	
	Bardzo niskie		

Tabela B – Ocena ryzyka

Poziom ryzyka	Osoby szczególnie narażone		Zwykłe osoby dorosłe				Odpowiednie ostrzeżenia i osłony? Oczywiste zagrożenie?
	Narażone w b. wys. stopniu	Osoby szczególnie narażone	nie	tak	nie	tak	
Bardzo wysoki	POWAŻNE RYZYKO – KONIECZNE SZYBKE DZIAŁANIE						
Wysoki							
Średni	ŚREDNIE RYZYKO – KONIECZNE PEWNE DZIAŁANIE						
Niski							
Bardzo niski	NISKIE RYZYKO – DZIAŁANIE MAŁO PRAWDOPODOBNE						
Krącowo niski							

Przykład (w odniesieniu do strzałek)

Tabela A Jeśli poziom możliwego uszkodzenia ciała jest bardzo wysoki i prawdopodobieństwo jest **bardzo niskie**, poziom ryzyka jest **niski**.

Tabela B Akceptowalność ryzyka zależy od rodzaju użytkownika (np. zwykły dorosły) oraz w przypadku zwykłych dorosłych, czy produkt ma odpow. ostrzeżenia i osłony (**Nie**) i czy zagrożenie jest oczywiste i konieczne, aby produkt mógł działać (**Nie**).

Ogólna ocena Z powyższego wynika, że ogólny poziom ryzyka **jest średni** i potrzebne jest pewne działanie.

4 Przykłady

Poniższe przykłady zostały dodane w celu zilustrowania metody:

1) Grill gazowy

Gazowy grill ma niewystarczające ostrzeżenia przeciw stosowaniu produktu w pomieszczeniach i nie jest wyposażony w urządzenie zabezpieczające po wygaśnięciu płomienia, które zatrzymywałoby ulatnianie się gazu mogącego stwarzać zagrożenie w przypadku stosowania w pomieszczeniach.

- **Tabela A** – Uszkodzenie ciała mogłoby być **bardzo poważne** (śmierć), ale prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała jest uznawane za **bardzo niskie** biorąc pod uwagę **niski** poziom ryzyka.
- **Tabela B** – Grill ma być stosowany przez osobę dorosłą, nie posiada wystarczających ostrzeżeń (**Nie**) i niebezpieczeństwo nie jest oczywiste (**Nie**), zatem ogólny poziom ryzyka byłby **średni**.

Tabela A - Oszacowanie ryzyka			Tabela B - Ocena ryzyka								
Prawdopod. uszkodzenia ciała	Poziom uszkodzenia ciała			Poziom ryzyka	Osoby szczeg. narażone		Zwykłe osoby dorosłe		Odpow. ostrzeż. i osłony? Oczywist. zagroz.?		
	Lekki	Poważny	Bardzo poważny		Narażone w b. wysok. stopniu	Szczególnie narażone	Nie	Tak		Nie	Tak
								Nie		Nie	Tak
		B. wysokie	Wysokie	B. wysoki							
	B. wysokie	Wysokie	Średnie	Wysoki							
	Wysokie	Średnie	Niskie	Średni							
	Średnie	Niskie	Bardzo niskie	Niski							
	Niskie	Bardzo niskie		B. niski							
	Bardzo niskie			Krańcowo niski							

2) Piła łańcuchowa

Użytkownik piły łańcuchowej doznaje poważnej rany ręki. Okazuje się, że piła łańcuchowa ma niewystarczającą osłonę, która nie zapobiega ześlizgnięciu się ręki użytkownika i dotknięciu ostrza piły.

- **Tabela A** Ocena prawdopodobieństwa jest **wysoka**, ponieważ zagrożenie jest obecne we wszystkich produktach i może wystąpić w określonych okolicznościach. Oszacowanie poziomu uszkodzenia ciała jest **poważne**, zatem ogólny poziom ryzyka jest **wysoki**.
- **Tabela B** Piła łańcuchowa jest przeznaczona dla osób dorosłych, charakteryzuje się oczywistym zagrożeniem (**Tak**) i nieodpowiednimi osłonami (**Nie**), zatem ogólny poziom ryzyka byłby **poważny**.

Tabela A - Oszacowanie ryzyka			Tabela B - Ocena ryzyka								
Prawdopod. uszkodzenia ciała	Poziom uszkodzenia ciała			Poziom ryzyka	Osoby szczególnie narażone		Zwykłe osoby dorosłe		Odpow. ostrzeż. i osłony? Oczywist. zagroz.?		
	Lekki	Poważny	Bardzo poważny		Naraż. w b. wysokim stopniu	Osoby szczeg. narażone	Nie	Tak		Nie	Tak
								Nie		Nie	Tak
		B. wysokie	Wysokie	B. wysoki							
	B. wysokie	Wysokie	Średnie	Wysoki							
	Wysokie	Średnie	Niskie	Średni							
	Średnie	Niskie	Bardzo niskie	Niski							
	Niskie	B. niskie		B. niski							
	B. niskie			Krańcowo niski							

3) Lampki choinkowe

Przewody zasilające niektóre lampki choinkowe mogą zostać wyciągnięte z oprawek, narażając na kontakt z przewodami pod napięciem i powodując zagrożenie porażenia prądem.

- Tabela A** Występuje ryzyko **bardzo poważnego** uszkodzenia ciała (porażenie prądem). Prawdopodobieństwo tego ryzyka zależy od procentowego udziału produktów, w których może wystąpić ta wada, oraz prawdopodobieństwa połączenia okoliczności potrzebnych do spowodowania poważnego uszkodzenia ciała. W przypadku, gdy tylko 1% produktów może ulegać poluzowaniu i śmierć następuje tylko w przypadku spełnienia kilku warunków, ogólne prawdopodobieństwo mogłoby być **bardzo niskie**. W efekcie dałoby to **niski** poziom ryzyka.
- Tabela B** Ogólny poziom ryzyka dla zwykłych osób dorosłych byłby **średni**, ponieważ zagrożenie nie jest oczywiste (**Nie**) i ostrzeżenie jest nieodpowiednie. W przypadku, gdyby lampki były dostępne dla bardzo małych dzieci (**osoby szczególnie narażone**), ogólny poziom ryzyka byłby **poważny**.

Tabela A - Oszacowanie ryzyka			Tabela B - Ocena ryzyka						
Prawdop. uszkodzenia ciała	Poziom uszkodzenia ciała			Poziom ryzyka	Osoby szczegól. narażone		Normal adults		Odpowied. ostrzeż. i osłony? Oczywiste zagroż.?
	Lekki	Poważny	B. poważny		Naraż. w b. wysok. stop.	Osoby szczeg. narażone	Nie	Tak	
					Nie	Nie	Tak	Tak	
					Nie	Nie	Tak	Tak	
		B. wysokie	Niskie	B. wysoki					
	B. wysokie	Wysokie	Średnie	Wysoki.					
	Wysokie	Średnie	Niskie	Średni					
	Średnie	Niskie	B. niskie	Niski					
	Niskie	B. niskie		B. niski					
	B. niskie			Krańcowo niski					

4) Zabawka dziecięca

Miś pluszowy, którego oczy i guziki mogą być łatwo oderwane i mogą stanowić zagrożenie w przypadku połknięcia lub utknięcia w drogach oddechowych.

- Tabela A** Występuje ryzyko połknięcia, które mogłoby doprowadzić do **bardzo poważnego** uszkodzenia ciała. Zagrożenie dotyczy wszystkich produktów, jednak prawdopodobieństwo połknięcia zależy od rozmiaru guzika i łatwości jego oderwania, zatem konieczne jest spełnienie kilku warunków. Jeśli prawdopodobieństwo to byłoby uznane za **niskie**, spowodowałoby to **średni** poziom ryzyka.
- Tabela B** Ponieważ produkt jest przeznaczony dla bardzo małych dzieci (**osoby narażone w bardzo wysokim stopniu**), ogólny poziom ryzyka byłby **wysoki**.

Tabela A - Oszacowanie ryzyka			Tabela B - Ocena ryzyka						
Prawdopob. uszkodzenia ciała	Poziom uszkodzenia ciała			Poziom ryzyka	Osoby szczegól. narażone		Zwykle osoby dorosłe		Odpowiednie ostrzeż. i osłony? Oczywiste zagroż.?
	Lekki	Poważny	Very Serious		Naraż. w b. wysok. stopniu	Osoby szczeg. narażone	Nie	Tak	
					Nie	Nie	Tak	Tak	
					Nie	Nie	Tak	Tak	
		B. wysokie	Wysokie	B. wysoki					
	B. wysokie	Wysokie	Średnie	Wysoki					
	Wysokie	Średnie	Niskie	Średni					
	Średnie	Niskie	B. niskie	Niski					
	Niskie	B. niskie		B. niski					
	B. niskie			Krańcowo niski					

Bezpieczeństwo produktu w Europie – Przewodnik po działaniach naprawczych, m.in. wycofywaniu produktów

Aneks I – Skrócony przewodnik

Jest to skrócona wersja Wstępu i Części od 1 do 4 pełnej wersji Przewodnika, w której należy szukać bardziej szczegółowych informacji. Numery części w tej wersji są takie same, jak w wersji pełnej.

WSTĘP

Cel przewodnika

Jeśli są Państwo producentem lub dystrybutorem produktów konsumpcyjnych sprzedawanych w Unii Europejskiej (UE), niniejszy przewodnik dostarczy Państwu ogólnych porad jak zachować się w sytuacji, w której mają Państwo podejrzenia, że któryś z produkowanych przez Państwa produktów może nie być bezpieczny.

Zakres

Niniejszy przewodnik obejmuje wszystkie rodzaje działań naprawczych (a nie wyłącznie wycofanie produktu) prowadzonych przez producentów i dystrybutorów, które mają na celu eliminację zagrożeń bezpieczeństwa powodowanych przez produkty niezgodnościowe wprowadzane na rynek.

Działania naprawcze mogą obejmować:

- Modyfikację projektu produktu
- Wycofanie produktów z sieci dystrybucyjnej
- Przesłanie konsumentom informacji i ostrzeżeń dotyczących właściwego użytkowania produktów
- Modyfikację produktów u konsumentów lub w innych miejscach
- Wymianę produktów lub zwrot pieniędzy.

Kto ponosi odpowiedzialność za działania korygujące?

Odpowiedzialność producentów i dystrybutorów za działania naprawcze jest

zróżnicowana stosownie do okoliczności. Przedsiębiorstwa powinny zawierać umowy ze swoimi dostawcami określające zakres odpowiedzialności obu stron za działania naprawcze.

Poniższy opis zawiera skróconą prezentację takich odpowiedzialności i ma pomóc firmom w podjęciu decyzji odnośnie wyboru właściwych części procedury.

Producenci

Producent produktu musi przyjąć główną odpowiedzialność za działanie naprawcze. W kontekście działań naprawczych producent jest definiowany jako:

- **Wytwórca produktu**, gdy działa na terenie Unii;
- **Inna osoba przedstawiająca się jako wytwórca** poprzez przypisanie produktowi swojej nazwy, znaku towarowego lub innego wyłącznego oznaczenia lub osoba, która dokonuje modyfikacji produktu;
- **Przedstawiciel producenta**, gdy producent nie działa na terenie UE lub
- Jeśli na terenie UE nie działa przedstawiciel, **importer** produktu;
- **Inne osoby** pracujące w systemie dystrybucji produktów, jeśli ich działania wpływają na bezpieczeństwo produktu.

Dystrybutorzy

W przypadku, gdy dystrybutor (hurtowy lub detaliczny) produktu nie przyjmuje odpowiedzialności producenta, powinien mimo to współpracować z producentem w podejmowaniu działań naprawczych.

Protokół kontrolny dla procedury działań naprawczych

Kluczowymi czynnikami decydującymi o sukcesie działań naprawczych są
szybkie działanie i skuteczna komunikacja.

Od tych elementów może zależeć bezpieczeństwo konsumenta i reputacja Państwa firmy.

3. Planowanie z wyprzedzeniem – zanim pojawi się problem należy

- Określić politykę i procedurę działań naprawczych
- Omówić tę politykę z partnerami handlowymi
- Wyznaczyć zespół ds. działań naprawczych
- Monitorować informacje dotyczące bezpieczeństwa produktów
- Prowadzić dokumentację umożliwiającą identyfikowanie produktów i konsumentów
- Przechowywać dokumenty dotyczące projektu i bezpieczeństwa produktu
- Uaktualniać informacje o danych kontaktowych do kluczowych osób i przedsiębiorstw

4. Podejmowanie decyzji o podjęciu działań – ocena ryzyka

- Zidentyfikować zagrożenie i jego przyczyny
- Określić ilość produktów, które stwarzają zagrożenie
- Określić osoby, które mogą być narażone na niebezpieczeństwo
- Rozważyć, na ile poważne mogłyby być uszkodzenia ciała u osób poszkodowanych
- Ocenić prawdopodobieństwo takiego uszkodzenia ciała
- Ocenić dopuszczalność takiego ryzyka

5. Jeśli potrzebne jest działanie naprawcze – co zrobić?

- Zdecydować, czy działanie naprawcze powinno obejmować:
 - o produkty znajdujące się na rynku i być może
 - o produkty znajdujące się u konsumentów
- Zdecydować, jakie działania naprawcze powinny zostać przeprowadzone
- Uzgodnić zakres odpowiedzialności i działań z dystrybutorami
- Poinformować władze odpowiedzialne za nadzór rynku.

W przypadku, gdy działania naprawcze dotyczą produktów znajdujących się u konsumentów, należy:

- Zidentyfikować produkty i ich właścicieli
- Stworzyć program komunikacji
- Sporządzić prosty i jasny komunikat dotyczący działań naprawczych
- Podjąć decyzję nt. sposobu przekazania komunikatu
- Skontaktować się z konsumentami
- Komunikować się z innymi osobami, które powinny wiedzieć o działaniach naprawczych
- Przeprowadzić działania naprawcze
- Podjąć działania wobec produktów, które zostały zwrócone
- Monitorować reakcję na działania naprawcze i decydować o dalszych działaniach.

6. Po działaniu naprawczym – by wyciągnąć wnioski na przyszłość należy

- Dokonać oceny standardów projektowych i poprawić systemy jakości, aby uniknąć podobnych problemów w przyszłości
- Ocenić wynik zastosowania procedury działań naprawczych i w razie konieczności wprowadzić do niej zmiany
- Wysłać komentarze i podziękowania do najważniejszych uczestników procedury.

1 Przygotowanie strategii działań naprawczych

Planowanie z wyprzedzeniem jest konieczne, aby umożliwić producentom i dystrybutorom szybkie działanie w przypadku, gdy wystąpi taka potrzeba.

1.1 Ustalenie polityki

Zarówno producentom jak i dystrybutorom potrzebna jest polityka działań naprawczych.

1.2 Uzgodnienie planu działania

Główne elementy planu działań naprawczych zostały opisane poniżej:

1.2.1 Zespół ds. działań naprawczych

Producent powinien zgromadzić zespół osób znających następujące kwestie:

- Projekt
- Produkcję
- Zarządzenie bezpieczeństwem/ryzykiem związanym z produktem
- Zapewnienie jakości
- Zakupy
- Dystrybucję
- Marketing i obsługę klienta
- Komunikację publiczną i korporacyjną
- Kwestie prawne
- Księgowość.

1.2.2 Procedury monitoringu

Producenci i dystrybutorzy muszą mieć procedury monitorowania problemów związanych z produktami. Oznacza to, że muszą posiadać system zbierania i analizowania następujących informacji:

- Raportów o wypadkach z udziałem produktów
- Skarg od konsumentów, zarówno bezpośrednich jak i za pośrednictwem dystrybutorów
- Reklamacji gwarancyjnych
- Roszczeń z tytułu ubezpieczenia lub działań prawnych
- Zgłoszeń o niespełnianiu standardów przez produkty składanych przez kontrolę jakości firmy lub inne organizacje

- Wyników testów produktów
- Informacji od inżynierów serwisu
- Raportów o zwracanych elementach lub produktach
- Dowodów na niebezpieczeństwa wynikające ze sprzedaży produktów grupom użytkowników innym niż użytkownicy typowi
- Dowodów na niewłaściwe lub niezgodne z zaleceniami producenta wykorzystywanie produktu przez konsumentów
- Dowodów na złośliwe ingerowanie w produkty.

1.2.3 Plan identyfikowalności produktów

Konsumenci muszą być w stanie zidentyfikować produkty, które mogą być niebezpieczne a Państwo muszą być w stanie identyfikować klientów, którzy je nabyli. Oznacza to, że powinni Państwo dysponować następującymi trzema systemami:

Sposób identyfikowania produktów

- Najlepszym rozwiązaniem jest oznaczanie produktów przez producenta przy pomocy numerów seryjnych, tak aby można było identyfikować każdy pojedynczy produkt. W przeciwnym razie konieczne może być przeprowadzenie działania korygującego wobec większej ilości produktów, niż tylko wobec faktycznie niebezpiecznych
- Dla niektórych rodzajów produktów wystarczające może okazać się identyfikowanie numeru partii
- Kody paskowe są szeroko stosowane do identyfikowania i badania łańcucha dystrybucji różnych rodzajów produktów.

Baza danych klientów

Aby móc prowadzić skuteczne działania naprawcze, producenci i dystrybutorzy powinni przechowywać dane o nabywcach i o kupowanych przez nich produktach. Informacje takie powinny obejmować:

- Nazwę, adres, kod pocztowy i numer telefonu konsumenta.
- Nazwę, numer modelu oraz datę nabycia produktu.

Informacje takie mogą pochodzić z następujących źródeł:

- Dane o sprzedaży w przypadku klientów biznesowych powinny określać, jakie produkty zostały im dostarczone.
- Dokumentacja przechowywana przez hurtownie dotycząca produktów, jakie zakupili klienci.
- Pomocne mogą okazać się także karty gwarancyjne lub rejestracyjne.
- Źródłem informacji o klientach może być również dokumentacja serwisowania produktów.
- Spółki sprzedające produkty za pośrednictwem internetu lub poprzez sprzedaż wysyłkową powinni być również w stanie identyfikować swoich nabywców.

Baza danych dostawców

W przypadku, gdy problem związany z bezpieczeństwem został spowodowany przez element pochodzący od dostawcy, konieczne jest posiadanie możliwości identyfikacji numeru dostawcy na elementach zamontowanych w Państwa produkcie.

1.2.4 Dokumentacja techniczna

Aby móc rozwiązywać problemy związane z bezpieczeństwem produktu, producenci muszą mieć łatwy dostęp do wszystkich dokumentów związanych z produktem:

- Projektem (w tym specyfikacjami materiałowymi), w szczególności z danymi, które dotyczą bezpieczeństwa
- Wszelkimi dokonanymi zmianami łącznie z datami lub numerami seryjnymi lub numerami partii produktów, których zmiany takie dotyczą.

1.2.5 Komunikacja i osoby kontaktowe

Konieczne jest przechowywanie listy wszystkich osób i przedsiębiorstw, z którymi trzeba będzie się kontaktować. Lista osób kontaktowych powinna zawierać:

Dla kontaktów w Państwa firmie

- Członków kierownictwa firmy odpowiedzialnych za działania korygujące
- Członków zespołu ds. działań naprawczych
- Pozostały kluczowy personel
- Przedstawicieli producentów i innych przedstawicieli handlowych
- Hurtownie
- Przewoźników.

Dla kontaktów w innych organizacjach

- Profesjonalnych odbiorców
- Dostawców
- Krajowe stowarzyszenia kupieckie
- Organy nadzoru rynku
- Policję
- Prasę, telewizję i inne właściwe media.

Organizacje świadczące usługi

- Firmy zajmujące się serwisem
- Laboratoria badawcze
- Innych specjalistów lub doradców, takich jak:
 - o Doradców prawnych
 - o Konsultantów ds. oceny ryzyka
 - o Konsultantów ds. relacji z klientami
- Ubezpieczycieli
- Biura obsługi telefonicznej (call centres)
- Firmy utylizacyjne.

1.2.6 Ocena ryzyka i procedury działań naprawczych

Firmy powinny posiadać pisemne procedury przeprowadzania oceny ryzyka i podejmowania działań naprawczych dla produktów potencjalnie niebezpiecznych (Patrz [Rozdziały 2 i 3](#)).

2 Ocena ryzyka

Jeśli Państwa procedury monitorujące sugerują, że jeden z produktów może stanowić zagrożenie dla konsumentów, konieczne jest dokonanie oceny ryzyka w celu określenia, czy zachodzi potrzeba podjęcia działania naprawczego. Stanowi to przede wszystkim odpowiedzialność producenta, jednak dystrybutorzy mogą być w stanie dostarczyć pomocnych informacji.

Ocena ryzyka musi być przeprowadzana przez osobę lub mały zespół posiadający doświadczenie w odniesieniu do produktu i zagrożeń, jakie może on powodować. Załącznik III podaje informacje nt. oceny ryzyka, a Załącznik V zawiera szczegółowy opis przykładowej metody oceny ryzyka, która opiera się na wytycznych Dyrektywy Unii Europejskiej o ogólnym bezpieczeństwie produktu. Właściwe może być zastosowanie także innych metod. Wybór metody może zależeć od środków, jakimi Państwo dysponujecie. Ocena ryzyka zwykle obejmuje kilka etapów, których dotyczą następujące zalecenia:

2.1 Identyfikacja ryzyka

Należy dokonać analizy zebranych informacji i odpowiedzieć na następujące pytania:

- Jaki jest charakter zagrożenia?
- Jaka jest przyczyna zagrożenia? (przypadkowa wada produktu, utrata jakości produktu, anormalne warunki działania, niewłaściwe wykorzystanie produktu, przypadkowa awaria, itp.)
- Jakiego asortymentu produktów (modeli) dotyczy zagrożenie?
- Kogo dotyczy zagrożenie? (użytkownik; osoba, nie będąca użytkownikiem produktu, znajdująca się w pobliżu niebezpieczeństwa)
- Jakie czynniki mogłyby wpływać na stopień i prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała? (brak umiejętności użytkownika, czas użytkowania produktu, sposób wykorzystania, itp.)

2.2 Oszacowanie poziomu ryzyka

Po zebraniu powyższych informacji należy ocenić poziom ryzyka, aby łatwiej było podjąć decyzję o potrzebie podejmowania działań. Oszacowanie ryzyka zależy od dwóch głównych czynników:

- Stopień możliwego uszkodzenia ciała u osoby korzystającej z produktu lub mającej z nim kontakt w inny sposób

- Prawdopodobieństwo możliwego uszkodzenia ciała. Na prawdopodobieństwo mają wpływ następujące czynniki:
 - o Prawdopodobieństwo, że produkt jest wadliwy lub może stać się wadliwy oraz czas potrzebny do ujawnienia się wady produktu
 - o Liczba sytuacji, w jakich użytkownik jest narażony na niebezpieczeństwo.
 - o Prawdopodobieństwo uszkodzenia ciała w sytuacji narażenia na niebezpieczeństwo.
 - o

Oszacowanie poziomu uszkodzenia ciała oraz jego prawdopodobieństwa umożliwia ogólną ocenę ryzyka.

Aby ułatwić ocenę skali problemu, należy również zebrać następujące informacje i dokonać ich oceny:

- Ile wadliwych produktów znajduje się na rynku?
- Ile ze sprzedanych produktów może nadal być w użyciu?

2.3 Ocena dopuszczalności ryzyka

Aby podjąć decyzję, czy konieczne jest podejmowanie działań, należy również ocenić, czy poziom ryzyka jest do zaakceptowania dla konsumentów. Pewne rodzaje produktów (takie jak narzędzia lub maszyny z ostrymi nożami) cechują się

oczywistymi zagrożeniami, które są możliwe do zaakceptowania przez konsumentów, jeśli uważają, że producent podjął odpowiednie środki bezpieczeństwa. W przypadku produktów, które mogą być wykorzystywane przez osoby bardziej narażone na niebezpieczeństwo (np. w przypadku produktów dla dzieci) konsumenci nie są przygotowani na zaakceptowanie ryzyka wykraczającego poza bardzo niskie poziomy.

2.4 Ryzyko ogólne

Po dokonaniu oceny wszystkich powyższych czynników, należy dokonać ogólnej oceny

ryzyka, którą można wyrazić przy pomocy jednego z poniższych poziomów:

- Poważne ryzyko – wymagające szybkiego działania
- Średnie ryzyko – wymagające podjęcia pewnych działań
- Niskie ryzyko – zazwyczaj nie wymagające podejmowania działań dla produktów znajdujących się na rynku

3 Podejmowanie działań korygujących

Producenci ponoszą główną odpowiedzialność za przeprowadzenie działań korygujących, jednak także dystrybutorzy mogą brać udział w działaniu korygującym – patrz „Kto ponosi odpowiedzialność za działanie korygujące” (Wstęp). Producenci powinni zwracać się do dystrybutorów o współpracę i informować ich na bieżąco o postępach działań korygujących.

Poszczególne etapy poniższego procesu mają zastosowanie dla różnych poziomów działania korygującego.

Części 3.1, 3.2, 3.8, 3.9 i 3.10 dotyczą wszystkich działań.

Części od 3.3 do 3.7 mają zastosowanie tylko wtedy, gdy problem dotyczy produktów znajdujących się u konsumentów.

3.1 Decyzja dotycząca rodzaju koniecznego działania

Decyzja dotycząca rodzaju działania, jakie należy podjąć, będzie zależeć głównie od ogólnego poziomu ryzyka, ale przy jej podejmowaniu można również wziąć pod uwagę:

- Ogólną liczbę produktów/konsumentów, których dotyczy zagrożenie
- Stronę praktyczną podejmowanego działania
- Oczekiwane powodzenie podejmowania działań
- Opinie organów nadzoru rynku
- Wrażliwość mediów na zagrożenie.

Zalecane jest, aby:

W przypadku, gdy ogólny poziom ryzyka jest oceniany jako poważny, działanie naprawcze powinno dotyczyć produktów znajdujących się u konsumentów, a producent powinien podjąć natychmiastowe kroki, aby:

- Poinformować władze nadzoru rynku
- Wyodrębnić zapasy produktu u producenta
- Zwrócić się do dystrybutorów o wyodrębnienie produktów, których dotyczy działanie naprawcze
- Poinformować dostawców o elementach, których dotyczy działanie naprawcze
- Stworzyć program komunikacji z konsumentami.

W przypadku, gdy ogólny poziom ryzyka jest oceniany jako średni, działanie naprawcze może być ograniczone do systemu dystrybucji produktów i wystarczające może okazać się wycofanie produktów z sieci dystrybucji i przekazanie odpowiednim władzom szczegółowych informacji nt. wykonywanych czynności – patrz Część 3.2.

W przypadku, gdy ogólny poziom ryzyka jest oceniany jako niski, działanie naprawcze może być zazwyczaj ograniczone do rozważenia zmian, które miałyby wpływ na produkty w trakcie projektowania i produkcji.

Rodzaj działania

Możliwe działania naprawcze mogą obejmować:

- Zmianę projektu produktu
- Zmianę metody produkcji
- Wyizolowanie i wycofanie produktów z dystrybucji
- Modyfikację produktów w systemie dystrybucji (takie produkty powinny być oznaczane)
- Poprawienie instrukcji dołączonych do produktu
- Wysłanie dodatkowych informacji do konsumentów nt. prawidłowego korzystania z produktów
- Modyfikację produktów u konsumentów (takie produkty powinny być oznaczane)
- Zwrot produktów przez konsumentów w celu ich modyfikacji

- Wycofanie produktów od konsumentów w celu dokonania wymiany lub zwrotu pieniędzy
- Zalecenie konsumentom, aby pozbyli się produktów
- Zaoferowanie konsumentom wymiany lub zwrotu pieniędzy za zwrócone lub wyrzucone produkty (co prawdopodobnie przyczyni się do powodzenia działania).

3.2 Poinformowanie organów nadzorujących rynek

Producenci i dystrybutorzy powinni przekazać organom nadzoru rynku wstępne informacje nt. zagrożenia związanego z produktem w momencie, gdy stają się świadomi takiego ryzyka. Gdy ryzyko ogólne zostaje ocenione jako poważne, należy bezzwłocznie poinformować organy nadzoru rynku, chyba że wcześniej organy takie zostały poinformowane przez inną spółkę lub urząd.

3.3 Identyfikacja produktu i jego właścicieli

Działania opisane w Części 1.2.3 muszą być koordynowane przez zespół ds. działań naprawczych, jednak jeżeli prowadzi się działania naprawcze w innych krajach, konieczne może być zlecenie wykonania niektórych działań lokalnemu przedstawicielowi.

3.4 Ustanowienie programu komunikacji

Niezależnie od tego, czy posiada się informacje potrzebne do kontaktu z klientami, konieczne jest ustanowienie programu komunikacji, którego zadaniem będzie kontaktowanie się z konsumentami. Program komunikacji powinien obejmować następujące elementy:

- Główne centrum komunikacji z bezpłatną linią telefoniczną (linia informacyjna)
- Listę odbiorców, z którymi należy się skontaktować
- Listę mediów, które należy wykorzystać

- Wzory komunikatów dla różnych mediów i odbiorców

3.5 Komunikat i komu go przekazać?

Komunikat o działaniu naprawczym powinien zawierać:

- Wyraźny, przyciągający uwagę nagłówek typu: „Ważne ostrzeżenie o zagrożeniu”
- Szczegółowe informacje umożliwiające identyfikację produktu (nazwa produktu, oznaczenie serii, numer seryjny, kod paskowy, kolor, rozmiar i zdjęcie lub rysunek niebezpiecznego produktu)
- Zrozumiały opis tego, na czym polega wadliwość produktu
- Szczegółowe informacje o stwierdzonym lub potencjalnym zagrożeniu bezpieczeństwa
- Wyraźne instrukcje dotyczące tego, jak postępować z produktem (np. czy i gdzie go dostarczyć lub wysłać albo w jaki sposób umówić się na naprawę)
- Adres strony internetowej lub numer linii telefonicznej, gdzie można uzyskać dalsze informacje
- W stosownych przypadkach przeprosiny za niedogodności związane z działaniem naprawczym.

Z kim się kontaktować?

Komunikat powinien dotrzeć do następujących odbiorców:

- Konsumentów (patrz Część 3.7)
- Członkowie personelu firmy
- Kluczowi klienci biznesowi, dystrybutorzy i dostawcy
- Władze nadzoru rynku (patrz Część 3.2)

Chociaż przy informowaniu różnych odbiorców należy przyjąć pewne priorytety, wszyscy oni powinni otrzymać ten sam komunikat w krótkim okresie czasu, szczególnie wówczas, gdy ryzyko jest poważne.

3.6 Jak przekazać komunikat

Idealnie jest, gdy kontaktują się Państwo bezpośrednio z konsumentami. Gdy nie jest to możliwe, należy wybrać najwłaściwszy sposób komunikacji, stosownie do następujących czynników:

- Jaki rodzaj mediów najlepiej dotrze do konsumentów ze względu na obszar ich zamieszkania?
- Jaki jest najbardziej skuteczny i szybki sposób zawiadomienia konsumentów?

Możliwe sposoby komunikacji

Eksperti ds. komunikacji z klientami mogą pomóc Państwu dokonać wyboru spośród następujących sposobów komunikacji:

- Ogłoszenie w gazecie
- Obsługa telefoniczna konsumentów (linia specjalna, linia informacyjna, linie bezpłatne)
- Informacje w punkcie sprzedaży (ulotki, mini-plakaty)
- Programy informacyjne w radio/telewizji oraz programy konsumenckie
- Ogłoszenia w radio/telewizji
- Informacje dla prasy (strona internetowa, zespół ds. mediów i linie telefoniczne przeznaczone specjalnie dla dziennikarzy) skierowane do redaktorów wiadomości i prasy regionalnej
- Strony internetowe (czasami nazywane „czarnymi stronami”) przygotowane z wyprzedzeniem mogą zostać uaktywnione w momencie, gdy są potrzebne.

Ogłoszenia prasowe o wycofaniu produktu powinny być publikowane w każdym kraju w gazecie, która zapewni najlepsze dotarcie do zainteresowanych odbiorców komunikatu.

3.7 Kontakty z konsumentami

Osobisty kontakt z konsumentami jest zazwyczaj najlepszym sposobem zapewnienia skuteczności działania korygującego. Jeśli Państwo dysponują Państwo danymi klientów, należy wysłać im osobisty list lub e-mail lub zadzwonić do nich

i przekazać im komunikat o działaniu naprawczym. Jednak należy pamiętać, że niektórzy klienci w międzyczasie zmienili adres lub przekazali produkt komuś innemu.

3.8 Komunikacja z innymi osobami

Należy możliwie jak najszybciej przekazać te same informacje całemu swojemu personelowi i rozważyć poinformowanie opinii publicznej.

3.9 Przeprowadzenie działania naprawczego

Należy przeprowadzić działania naprawcze zgodnie z decyzją opisaną w [Części 3.1](#) dla produktów na rynku w każdym z krajów, w którym ma być podejmowane działanie naprawcze, w sposób szybki i skuteczny. Procedura w odniesieniu do produktów powinna przebiegać w następujący sposób:

Odbiór produktów

W przypadku, gdy produkty mają być zwrócone do producenta, konieczne będzie:

- Zorganizowanie ich odbioru od dystrybutorów
- Zwrócenie się do konsumentów o dostarczenie produktu do najbliższego dystrybutora lub sprzedawcy detalicznego, jeśli produkty te są przenośne
- Zorganizowanie odbioru produktu u konsumenta, w przypadku, gdy produkty nie są przenośne.

Produkty niebezpieczne powinny zostać w wyraźny sposób oznaczone. Należy właściwie rejestrować przemieszczanie towarów. Dystrybutor powinien sprawdzić dane produktu i zwrócić konsumentowi pieniądze lub przekazać mu produkt zastępczy.

Naprawa produktów

W przypadku, gdy zaoferowali Państwo naprawę produktów, mogą Państwo:

- Zlecić wykonanie naprawy przez przedstawiciela lub dealera w ich siedzibie lub
- Skierować specjalistę do domu konsumenta, aby przeprowadził naprawę.

Zmodyfikowane produkty powinny być wyraźnie oznaczone.

Należy podjąć decyzję odnośnie dalszego losu produktów, które zostały wycofane. Oto możliwe do przyjęcia sposoby postępowania:

- Przeprowadzić czynności, dzięki którym produkt będzie spełniał normy wymagane dla ponownej sprzedaży. Produkty, które zostały naprawione, powinny zostać wyraźnie oznaczone, a ich dokumentacja może wymagać uaktualnienia.
- Wymontować niektóre z materiałów lub elementów, aby wykorzystać je w innych produktach.

Niedozwolona jest sprzedaż lub przekazywanie konsumentom produktów bez ich naprawienia. W przypadku, gdy nie jest możliwa naprawa ani przerobienie produktu, należy zapewnić ich bezpieczną utylizację.

3.10 Monitorowanie postępów

Przed rozpoczęciem działania naprawczego pomocne może okazać się określenie celów w odniesieniu do poziomu reakcji ze strony klientów. Władze w poszczególnych krajach mogą być w stanie udzielić Państwu informacji nt. prawdopodobnego poziomu reakcji. Można określić inne cele dla reakcji ze strony dystrybutorów i reakcji ze strony konsumentów.

Od chwili rozpoczęcia działania naprawczego należy monitorować poziom reakcji w poszczególnych tygodniach i w przypadku, gdy cele nie zostają zrealizowane, potrzebne mogą być dodatkowe działania. Jeśli udaje się uzyskać wyznaczone cele, można formalnie

zakończyć działanie naprawcze, jednak nadal trzeba utrzymać gotowość do podjęcia działań wobec produktów, które są zwracane w terminie późniejszym.

4 Wyciąganie wniosków z doświadczeń

Po działaniu naprawczym należy zbadać, co było pierwotną przyczyną problemu i próbować wyeliminować takie przyczyny w przyszłości. Należy również dokonać oceny procedury działania naprawczego i dokonać ewentualnych poprawek na przyszłość.

4.1 W jaki sposób możemy zapobiec powtarzaniu się takich sytuacji?

Ta część oceny powinna skupiać się na przeanalizowaniu:

- Wykorzystywanych norm i zasad projektowania
- Skuteczności zapewnienia jakości i systemów zarządzania bezpieczeństwem/ryzykiem.

Elementy systemu, które nie zapobiegły wystąpieniu problemu, powinny zostać zbadane i skorygowane.

4.2 W jaki sposób możemy poprawić naszą procedurę działań naprawczych?

Należy ocenić działanie każdego elementu procedury działań naprawczych, aby

określić, czy wymaga ona korekty. Na przykład:

- Monitorować skuteczność wykorzystanych metod komunikacji (jeśli to możliwe poprzez przeprowadzenie badania opinii publicznej) i w uzasadnionych przypadkach dokonać korekty polityki komunikacyjnej przedsiębiorstwa.
- Ocenić swoje wewnętrzne procedury działań naprawczych i potrzebę dokonania zmiany polityki lub szkoleń.
- Sporządzić raport z wszystkich podjętych działań oraz problemów rozwiązanych w okresie prowadzenia działania naprawczego.