

ASSURANCE RAPPEL DE PRODUITS

« XL Foods met temporairement à pied 2 000 de ses employés. » – La Presse

« XL Foods Inc. peut reprendre ses activités sous une surveillance accrue de l'ACIA. » –
Agence canadienne d'inspection des aliments

« Des aliments pour animaux contaminés par la mélanine » – Le Devoir, 31 mars 2007, à propos de Menu Foods

« Mega Brands élargit son rappel de jouets Magnetix. » – La Presse

« Il faut 20 ans pour bâtir une réputation et cinq minutes pour l'anéantir. Si vous y pensez, vous agirez différemment. »
Warren Buffet

Les rappels de produits sont chaque année plus nombreux à faire les manchettes. Contrairement à ce que laisse entendre l'expression populaire « Qu'on en parle en bien ou en mal, peu importe, du moment qu'on en parle », une mauvaise publicité peut faire du tort.

Les médias parlent peu toutefois des conséquences que des événements dramatiques comme ceux évoqués plus haut ont sur les finances et la réputation des entreprises en cause. Beaucoup d'entreprises ne survivent pas à un rappel, même modeste, et celles qui y parviennent mettent des années à recouvrer leur santé financière et à rétablir leur réputation. La fluidité des chaînes d'approvisionnement mondiales amplifie le risque qui émane des fournisseurs placés en aval, risque que vos clients assument souvent à leur insu.

L'assurance Rappel de produits est souvent jugée inutile, inabordable ou trop complexe. Certains ignorent tout simplement son existence. D'autres pensent qu'elle est réservée aux grandes entreprises qui ont un gestionnaire des risques. Les choses sont cependant en train de changer. Au moins quatre phénomènes expliquent la demande grandissante pour ce produit à laquelle on assiste :

- 1) La réglementation : Comme dans l'Union européenne, la souscription de l'assurance Rappel de produits est en croissance rapide aux États-Unis suite à l'entrée en vigueur de nouveaux règlements. Selon nous, la même tendance devrait se faire sentir au Canada à mesure que notre pays harmonisera sa réglementation sur celle de son voisin.

- 2) La responsabilité sociale : Les entreprises de toutes tailles ont des obligations sociales et de fiduciaire envers leurs parties prenantes (des actionnaires au personnel, des collectivités aux clients). Elles doivent mener de façon responsable les rappels puis reprendre le cours normal de leurs activités. L'assurance Rappel de produits s'avère un outil précieux pour la gestion et la réduction du risque. Elle donne aux entreprises, même les plus petites, de puissantes ressources de gestion de crise et financières non seulement pour procéder efficacement au rappel, mais aussi pour réagir aux retombées médiatiques, satisfaire les autorités de réglementation et atténuer les répercussions sur la clientèle.
- 3) La sensibilisation : Véritable cauchemar pour les relations publiques de l'entreprise concernée, les manchettes sensibilisent cependant l'industrie aux problèmes que posent les rappels.
- 4) La disponibilité : Le choix et le montant des garanties augmentent en réponse à la demande croissante. C'est vraiment le bon moment de s'assurer : l'offre est vaste et les tarifs ont chuté, rendant ainsi le produit accessible à plus d'entreprises que jamais.

Vous et votre client ne voulez pas vous retrouver seuls au moment d'un rappel – vous avez besoin d'expertise et de ressources sur-le-champ. Comblez donc ce qui est probablement la plus importante lacune d'assurance de vos clients. Recommandez-leur l'assurance Rappel de produits dès aujourd'hui et ayez l'esprit tranquille !

L'assurance Rappel de produits a évolué depuis les années 60, époque où de nombreux assureurs américains ont pris conscience du risque et ont commencé à l'exclure de leurs contrats. Malgré tout, même aujourd'hui, certaines assurances comportent encore quelques éléments de garantie du rappel de produits. Ainsi, les assureurs de la responsabilité civile des entreprises offrent parfois une garantie limitée assortie d'un montant modeste pour bonifier l'éventail de leurs produits. Une telle garantie est cependant tout à fait insuffisante pour bien protéger l'assuré à toutes les étapes d'un rappel. Établie en partenariat avec des souscripteurs du Lloyd's expérimentés et spécialisés, notre assurance Rappel de produits constitue une offre d'une valeur inestimable : avant le rappel, l'assuré bénéficie de conseils utiles, pendant le rappel, il bénéficie de services de gestion de crise, de l'assistance d'experts et de ressources financières et, après le rappel, il peut compter sur les garanties des frais supplémentaires et des pertes d'exploitation. En bref, notre assurance Rappel de produits combine en un seul contrat le transfert des risques et la gestion des crises, permettant à vos clients de bien faire face aux répercussions sur leurs finances et leur réputation.

Les médias classiques et sociaux transmettent la nouvelle instantanément ; il est donc primordial d'élaborer une stratégie de relations publiques et de communications, et ce, rapidement : l'opinion publique n'attend pas. Le rôle des politiciens et des autorités de réglementation est aussi scruté à la loupe et on leur a déjà reproché d'avoir failli à leur tâche de protéger la population. En réaction, ils ont adopté de nouvelles lois visant à renforcer la sécurité des consommateurs tout en harmonisant les pratiques canadiennes avec celles de nos partenaires commerciaux. Une de ces lois récentes est la Loi sur la salubrité des aliments au Canada, adoptée en novembre 2012. Elle s'apparente à la loi américaine intitulée Food Safety Modernization Act, elle aussi récente, qui accroît les pouvoirs de la FDA. La loi est d'un intérêt particulier pour vos clients dans l'industrie alimentaire, car elle prévoit de nouveaux contrôles et obligations en matière d'importation en plus d'exiger la mise au point et l'application de plans de contrôle comme condition préalable à l'obtention d'un permis. Elle donne aussi à l'ACIA le pouvoir d'ordonner le rappel de produits. L'assurance Rappel de produits de SUM

s'accompagne, s'il y a lieu, de conseils avant le rappel afin de préparer vos clients à l'opération.

Durant le rappel, l'assurance permet d'avoir les ressources et l'expertise nécessaires pour intervenir rapidement et atténuer le sinistre, notamment de l'assistance au niveau des relations publiques et des communications et la garantie d'une foule de frais, que ce soit pour les heures supplémentaires, le transport et l'entreposage des produits ou leur élimination. Les rappels peuvent coûter très cher et nécessitent des fonds immédiatement ; or, rares sont les assurés qui ont constitué des provisions à cette fin.

Après le sinistre, la garantie se poursuit, en couvrant les coûts de reconquête de la clientèle et de remise en fabrication. Bien souvent, dans un rappel, les clients de l'assuré sont oubliés, ce qui entraîne des défections et parfois même des poursuites. Le contrat d'assurance de SUM peut être étendu aux frais liés à l'interruption des activités chez des tiers (et même à la perte de bénéfice) pour réduire les répercussions financières sur l'actif le plus important de l'assuré.

Nos montants de garantie peuvent aller jusqu'à 10 000 000 \$ et les primes débutent à 5 000 \$. Renseignez-vous sur notre produit spécial à trois volets, qui nous permet d'adapter la garantie et le coût au budget de vos clients.

ÉVÉNEMENTS METTANT EN JEU LA GARANTIE

Trois événements susceptibles de donner lieu à un rappel de produits mettent en jeu notre assurance :

- 1) Contamination accidentelle : Erreur involontaire (sauf de conception ou de spécification) faite par l'assuré ou introduction d'un ingrédient ou élément contaminé fourni par un tiers qui survient au cours de la fabrication, du mélange, du malaxage, de l'emballage (y compris l'étiquetage et le mode d'emploi), de l'entreposage ou de la distribution de tout produit assuré pendant que l'assuré en a la garde. Il faut que la consommation ou l'utilisation du produit conformément aux instructions risque d'entraîner ou ait entraîné des dommages corporels dans les 366 jours suivants ou des dommages aux biens corporels d'autrui (à l'exception du produit lui-même). Il peut s'agir de contamination microbiologique, physique, chimique ou allergénique ou de contamination croisée.

- 2) Sabotage du produit : Altération ou adultération intentionnelle, malveillante et illégale des produits assurés ou menaces ou publicité malveillante à cet effet, donnant aux consommateurs ou à l'assuré des raisons valables de croire que le produit de ce dernier est dangereux ou impropre à l'usage auquel il est destiné ou donnant au public l'impression que tel est le cas. Il peut aussi y avoir tentative d'extorsion.
- 3) Tentative d'extorsion : Menace ou série de menaces de sabotage de produit qu'une personne mal intentionnée fait à l'assuré en vue de lui soutirer une somme d'argent. L'assureur remboursera à l'assuré, dans les limites du montant de garantie stipulé aux Conditions particulières, les frais liés à l'extorsion.

SOMMAIRE DES GARANTIES

Frais avant le rappel

Détermination de la cause
Analyse
Tests de laboratoire
Conseils en gestion de crise

Frais durant le rappel

Communications avec les médias
Transport
Entreposage
Remplacement
Redistribution
Heures supplémentaires/
Surnuméraires
Frais de référencement
Destruction

Frais après le rappel

Pertes de bénéfice brut
Nettoyage
Réparation
Rétention ou remplacement du personne
Frais généraux
Reconquête de la clientèle

Sécurité du marché

ASSURANCE RAPPEL DE PRODUITS

ASSUREUR	PARTICIPATION	NOTE
Lloyd's Underwriters	100 %	A (par A. M. Best)

Personnes-ressources :

Toronto:
David St. Martin
david.stmartin@suminsurance.ca

Montreal:
Serge Melanson
serge.melanson@suminsurance.ca