

Czy można ubezpieczyć recall produktów?



MEC. RADOSŁAW OSTROWSKI
MEC. TOMASZ BEK
AXELO

JEDNYM Z NAJISTOTNIEJSZYCH WYZWAŃ DLA POLSKICH PRODU-CENTÓW Z BRANŻY MOTORYZACYJNEJ, SZCZEGÓLNIE PRODUKUJĄ-CYCH NA TZW. PIERWSZY MONTAŻ, JEST KWESTIA UBEZPIECZENIA KOSZTÓW WYCOFANIA PRODUKTÓW Z RYNKU (TZW. RECALL).



Rygorystyczne procedury kontroli jakości w branży automotive minimalizują prawdopodobieństwo wystąpienia konieczności wycofywania produktów z rynku, ale też z praktyki wynika, że jeśli już do takich przypadków dochodzi, to mają one bardzo istotne konsekwencje wizerunkowe, ale przede wszystkim finansowe dla podmiotu, którego dotyczą.

Zagadnienie ubezpieczenia na wypadek *recall* jest istotne zarówno dla ubezpieczonych, jak i zakładów ubezpieczeń. Polscy producenci aktywni na rynku motoryzacyjnym zwracają uwagę na mocno ograniczony faktyczny dostęp do

oferty ubezpieczeniowej w tym zakresie. Teoretycznie takie ubezpieczenie jest zawarte w asortymencie proponowanym przez wszystkie liczące się zakłady ubezpieczeń, ale w praktyce koszty tej ochrony są niewspółmiernie wysokie dla większości średnich i mniejszych producentów albo jest ona tylko minimalnie skuteczna.

Z tej perspektywy istotną rolę odgrywa dostęp do platformy umożliwiającej wymianę wiedzy przedsiębiorców zarówno we współpracy z brokerami ubezpieczeniowymi, zakładami ubezpieczeń, jak i ich kontrahentami. Suma doświadczeń

przedsiębiorców działających w branży automotive bez wątpienia umożliwi bardziej precyzyjne rozpoznawanie i definiowanie ryzyka, na które działalność tej branży jest szczególnie narażona.

Struktura branży automotive w Polsce niejako wymusza na przedsiębiorcach poszukiwanie formuły budowania potencjału negocyjnego w relacjach z zakładami ubezpieczeń. Wielkość przedsiębiorstw, które spotykają się z wyzwaniem, jakim jest odpowiednie zabezpieczenie zagrożenia wystąpienia zdarzeń skutkujących obowiązkiem wycofania produktu z rynku, jest zróżnicowana. W szczególności firmy działające w oparciu o polski kapitał nie mogą w odróżnieniu od spółek wchodzących w skład międzynarodowych holdingów, skorzystać z renomy oraz silnej pozycji zagranicznej centrali. Rozwiązaniem wydaje się łączenie sił i potencjału przedsiębiorców. Wspólne poszukiwanie ochrony ubezpieczeniowej pozwoli firmom budować silniejszą pozycję negocyjną, dywersyfikować ryzyko lub umożliwić mniejszym przedsiębiorcom dostęp do produktów ubezpieczeniowych zarezerwowanych dotychczas jedynie dla dużych korporacji – twierdzi Bartosz Mielecki, dyrektor zarządzający Polskiej Grupy Motoryzacyjnej.

Nie sposób także pominąć zapotrzebowania na dostęp do wysokiej jakości oferty edukacyjnej czy doradczej. Pro-

ducenci dostarczający swoje produkty niekiedy do globalnych podmiotów rynku automotive bardzo dobrze znają swój biznes i na nim chcą się skupić. Aby było to możliwe, potrzebują dostępu do wiedzy i doświadczenia ekspertów, która pozwoli na odpowiednie zabezpieczenie działalności przed znacznym spektrum zagrożeń prawnych, podatkowych i ubezpieczeniowych.

Naprzeciw potrzebom polskiej branży automotive stara się wychodzić PGM. Jak zaznacza Bartosz Mielecki: *W ramach PGM skupiamy liczących się polskich przedsiębiorców z branży motoryzacyjnej, dla których staramy się być platformą wymiany doświadczeń, ale też i pozyskiwania dostępu do wiedzy eksperckiej. Zachęcamy również członków naszej grupy do współdziałania, a przez to do zwielokrotnienia indywidualnego potencjału każdego przedsiębiorstwa. Udało się to w jednym z ostatnich na-*

szych projektów, mającym bardzo praktyczny wymiar. Inicjatywa ta obejmuje prowadzenie tematycznych warsztatów, na których nie tylko wymieniamy się doświadczeniami, ale także podnosimy świadomość naszych członków w kwestii ubezpieczenia recall i co ważniejsze – wypracowujemy wspólne procedury i standardy weryfikacji i zakupu polis.

Jak podkreśla Bartosz Mielecki, również sami członkowie Polskiej Grupy Motoryzacyjnej wykazują się dużą kreatywnością w zakresie poszukiwania nowych rozwiązań na tym polu. Na jednym z ostatnich warsztatów zorganizowanych przez PGM pojawił się ciekawy pomysł. Barbara Sztylek, dyrektor generalny Sierosławski Group, oraz Krzysztof Frelek, wiceprezes FA Krosno SA, zaproponowali powołanie specjalnego funduszu, który mógłby partycypować w kosztach składek ubezpieczeniowych, tak aby dla krajowych producentów motoryzacyjnych

były dostępne polisy realnie zabezpieczające ich interesy w łańcuchach dostaw dla dużych międzynarodowych koncernów. Promotorem takiego rozwiązania jest także dyrektor zarządzający PGM, według którego w obecnych warunkach, gdy państwo deklaruje inwestycje w elektromobilność oraz szersze wspieranie krajowego przemysłu motoryzacyjnego, wprowadzenie takiego narzędzia, opartego na środkach lub gwarancjach pochodzących od instytucji publicznych wspierających polską gospodarkę (BGK, ARP itd.), jest zadaniem ambitnym, ale wykonalnym.

Miejmy nadzieję, że ta ważna i jakże praktyczna inicjatywa PGM trafi na podatny grunt i zostanie w niedługim czasie wdrożona w życie, tak aby skuteczne ubezpieczenie *recall* stało się dostępne dla polskich producentów z branży motoryzacyjnej (Axelo Prawo i Podatki dla Biznesu, www.axelo.pl).

sikkensvr.com



AUTOCLEAR AERODRY

Większy zysk dzięki elastycznemu podejściu

Szybkość i elastyczność są kluczowe dla wydajności warsztatu. Te dwie cechy są podstawą nowego produktu: Sikkens Autoclear Aerodry. Zoptymalizuj wykorzystanie kabin lakierniczych susząc lakier bezbarwny w temperaturze 60°C przez 5 minut lub w temperaturze 20°C przez 45 minut. Gwarancja połysku i wysokiej jakości wykończenia.



CREATING TOGETHER
sikkens

AkzoNobel