

Piano tipo di ritiro prodotti

# Il ritiro dei prodotti difettosi

Guida pratica per le piccole e medie imprese



Münchener Rück  
Munich Re Group



## 1 Premessa 2

## 2 Basi della sicurezza dei prodotti 4

- 2.1 I rischi del produttore 5
- 2.2 Il ritiro dei prodotti difettosi 5

## 3 Progettazione di un piano tipo di ritiro prodotti 6

- 3.1 Elaborazione del piano da parte dell'impresa sotto la propria responsabilità 7
- 3.2 Struttura modulare 7
- 3.3 Vantaggi per l'impresa 7

## 4 Moduli 8

- 4.1 Task force per il ritiro prodotti 9
- 4.2 Task force allargata per il ritiro prodotti 9
- 4.3 Piano d'azione commentato 10
- 4.4 Specialisti esterni 11
- 4.5 Indirizzario 11
- 4.6 Allegati 11

## 5 Considerazioni finali 12

## 6 Sintesi 14

# 1 Premessa

Un piano di ritiro prodotti è tanto più efficace quanto più elevato è il suo grado di personalizzazione. Ciò nonostante molte imprese non sono nelle condizioni di elaborare piani studiati nei minimi dettagli per motivi economici ed organizzativi. Pensato come valido sussidio per la messa a punto di un manuale di ritiro dei prodotti difettosi molto semplificato, il «piano tipo di ritiro prodotti» della Münchener Rück è rivolto essenzialmente alle piccole e medie imprese.

### **Target**

- Aziende con meno di cinque prodotti o categorie di prodotto
- Aziende con un fatturato annuo non superiore a 50 mln di €
- Aziende con un fatturato annuo per prodotto inferiore a 20 mln di €
- Aziende per le quali un danno d'immagine può comprometterne l'esistenza e la cui struttura non richiede un piano di ritiro prodotti personalizzato.
- Aziende produttrici del settore alimentare, dei cosmetici e dei giocattoli per bambini. Sono escluse le imprese automobilistiche e quelle dell'indotto automobilistico poiché in questi casi i ritiri vengono eseguiti essenzialmente dai produttori auto. Normalmente si tratta quindi di ritiri per conto terzi, che non necessitano di un piano di ritiro prodotti bensì di una preparazione organizzativa.

### **Struttura modulare**

- Breve esposizione della base giuridica e tecnica
- Descrizione della struttura
- Presentazione dei singoli moduli
- Allegati per la progettazione e l'esecuzione di un'azione di ritiro
- Check list per la messa a punto di un piano tipo di ritiro prodotti

Il presente piano tipo di ritiro prodotti non ha la pretesa di essere esaustivo sotto il profilo degli scenari ipotizzati e tanto meno di offrire una soluzione personalizzata, ma soltanto di agevolare il fronteggiamento del rischio imprenditoriale legato al ritiro dal mercato dei prodotti difettosi ed è rivolto a una cerchia ristretta di destinatari.

## 2 Basi della sicurezza dei prodotti

Garantire la sicurezza dei prodotti è un processo continuo che va orientato non soltanto ai prodotti disponibili sul rispettivo mercato ma anche alle disposizioni del quadro normativo di riferimento. La nozione di sicurezza viene influenzata dalle particolarità regionali del mercato, dal comportamento e dalla frequenza delle pretese risarcitorie degli operatori come pure dal progresso tecnico e dalle mode.

Il quadro normativo di riferimento abbraccia l'intero contesto giuridico, dalla legislazione alla giurisprudenza, con tutte le peculiarità nazionali che esso può avere e che hanno origine nella codificazione e nei sistemi giuridici a base giurisprudenziale come la Common Law. In un'ottica mondiale il contesto giuridico ha per scopo quello di favorire, seppure in misura diversa, la sicurezza dei prodotti. Ciò nonostante succede che dalle fabbriche escano dei prodotti difettosi. Nell'ambito della presente trattazione sintetica abbiamo preferito non approfondire gli aspetti giuridici e focalizzare il nostro interesse sulla prassi quotidiana e sugli aspetti ingegneristici della prevenzione.

## 2.1 I rischi del produttore

La valutazione dei rischi che possono nascere da un prodotto richiede un approccio strutturato. L'ambito in cui il produttore si muove è sempre caratterizzato dall'attività svolta, dal potenziale di sinistrosità e dalle obbligazioni assunte. Gli interrogativi che gli vengono posti dal punto di vista strettamente assicurativo riguardano i prodotti, il produttore, la qualità e l'ambito nel quale verrà utilizzato il prodotto.

Il *prodotto* viene definito sulla base delle funzioni di sicurezza, dei requisiti tecnici che il produttore s'impone dopo aver analizzato il mercato e tenuto conto del segmento di prezzo ambito, della progettazione e delle tecniche di fabbricazione impiegate. Il *produttore* viene valutato in base alle dimensioni dell'impresa, all'organizzazione, all'attività svolta e alle configurazioni contrattuali stipulate, ad esempio, con i subfornitori.

La stesura di specifiche, l'implementazione della politica della qualità, la tipologia e l'ampiezza delle analisi di rischio effettuate e, ultimo ma non da meno, la conservazione di tutta la documentazione rilevante sono criteri che permettono di misurare la *qualità* del prodotto. Gli altri fattori da prendere in considerazione nel quadro di una valutazione tecnica dei rischi sono il modo di usare il prodotto e il profilo dell'utente tipo. In caso di esportazione bisogna tenere conto inoltre dell'eventuale quadro normativo differente nel Paese di destinazione, ad esempio per quanto concerne le avvertenze.

## 2.2 Il ritiro dei prodotti difettosi

Normalmente, nel caso di prodotti difettosi che possono causare o hanno già causato danni ad acquirenti o consu-

matori, il produttore, i clienti di quest'ultimo (in qualità di imprese industriali di trasformazione) o le autorità sono tenuti a disporre il ritiro di tali prodotti dal mercato. Per «ritiro dei prodotti difettosi» s'intendono tutte quelle misure, inclusi il recupero o la riparazione e l'eventuale smaltimento sicuro, atte ad impedire l'ulteriore diffusione dei prodotti e, quindi, a prevenire danni a terzi.

Nella pratica comune si possono distinguere le seguenti tipologie di ritiro prodotti a seconda dell'iniziatore, delle modalità di esecuzione e della natura del ritiro:

### Distinzione secondo l'iniziatore

*Ritiro diretto:* Per ritiro diretto s'intende il ritiro dal mercato, da parte del fabbricante, distributore o importatore, del prodotto da questi prodotto, commercializzato o importato.

*Ritiro indiretto:* Per ritiro indiretto s'intende il ritiro dal mercato, da parte del fabbricante, distributore o importatore, del prodotto finito destinato all'utente o consumatore finale, prodotto, commercializzato o importato dal fabbricante, distributore o importatore. Il ritiro dal mercato può riguardare anche i materiali di partenza, i semilavorati e i prodotti intermedi difettosi di subfornitori.

### Distinzione secondo le modalità di esecuzione

*Ritiro pubblico:* Per ritiro pubblico s'intende il ritiro dal mercato effettuato dal fabbricante, distributore o importatore attraverso i mass media.

*Ritiro confidenziale:* Per ritiro confidenziale s'intende il ritiro dal mercato effettuato dal fabbricante, distributore o importatore contattando unicamente gli intermediari o gli altri responsabili del servizio di assistenza o della manutenzione, senza che l'utente o consumatore ne venga a conoscenza. In questo caso il vizio della cosa può essere eliminato in occasione di periodiche revisioni, sempreché l'attesa non comprometta la sicurezza del prodotto.

### Distinzione secondo la natura

*Ritiro disposto dalla pubblica autorità:* Per ritiro disposto dalla pubblica autorità s'intende il ritiro dal mercato di prodotti difettosi che possono causare un danno a terzi, eseguito per disposizione delle autorità. Oltre al ritiro dal mercato, la pubblica autorità può disporre il sequestro cauzionale e la distruzione dei prodotti.

*Ritiro volontario:* Per ritiro volontario s'intende il ritiro dal mercato, da parte del fabbricante, distributore o importatore, di un prodotto da questi prodotto, commercializzato o importato, effettuato di propria iniziativa. Spesso il ritiro volontario del prodotto dal mercato viene effettuato quando è possibile, benché improbabile, che il prodotto causi un danno a terzi. I ritiri volontari possono essere espressione di una profonda consapevolezza dei rischi e di una grande cultura del rischio.

# 3 Progettazione di un piano tipo di ritiro prodotti

### **3.1 Elaborazione del piano da parte dell'impresa sotto la propria responsabilità**

La responsabilità di garantire la sicurezza del prodotto e di ridurre le probabilità di ritiro di prodotti difettosi mediante l'attuazione di misure preventive è, e rimane, sempre del produttore. Qualora nonostante le precauzioni e le verifiche si rendesse necessario un siffatto ritiro, uno dei criteri essenziali per un'efficiente diminuzione del danno è, ancora una volta, la progettazione dell'azione di ritiro, attività che, nuovamente, può essere svolta soltanto dal management.

### **3.2 Struttura modulare**

Come già accennato nella premessa, il presente piano tipo di ritiro prodotti è concepito modularmente e mette a disposizione dell'impresa che può trovarsi nelle condizioni di dover ritirare dal mercato dei prodotti difettosi una raccolta di modelli e check list. Un buon piano di ritiro prodotti deve contenere:

- un elenco dei componenti della task force per il ritiro prodotti (con relativo recapito),
- un elenco dei componenti della task force allargata per il ritiro prodotti (con relativo recapito),
- piani d'azione standardizzati,
- un elenco degli specialisti esterni (con relativo recapito),
- un indirizzario,
- check list e modelli.

### **3.3 Vantaggi per l'impresa**

L'impresa convinta della necessità di stipulare una polizza ritiro prodotti è già sensibilizzata nei confronti dei rischi legati a un'azione di ritiro. Così come la gestione dei rischi in generale, anche la stesura di un piano di ritiro prodotti in particolare non è un'operazione che, una volta eseguita, non si ripete mai più. Tutte le variazioni che intervengono nell'impresa e che riguardano l'organizzazione, le persone e, a maggior ragione, i prodotti devono riflettersi nell'attualità del piano di ritiro prodotti. La messa a punto di un piano siffatto può comportare per l'impresa delle economie di spesa da non sottovalutare e un vantaggio competitivo.

# 4 Moduli

#### 4.1 Task force per il ritiro prodotti

Nel primo modulo, denominato «task force per il ritiro prodotti», sono espressamente identificati i componenti del gruppo di esperti incaricati del ritiro prodotti. Oltre al nome, il modulo dovrà contenere l'indicazione della funzione di ciascun componente del gruppo.

Il gruppo dovrà essere composto da non più di quattro membri della direzione con potere decisionale. L'amministratore come pure il responsabile delle vendite e del reparto ricerca e sviluppo dovrebbero far parte del gruppo automaticamente, sempreché – ovviamente – l'organigramma dell'impresa preveda tali funzioni. Il quarto componente del gruppo può essere scelto, se necessario, secondo le esigenze e l'organizzazione dell'impresa.

In questo modulo è possibile inoltre definire il processo di formazione delle scelte in seno al gruppo.

I dati acquisiti servono a garantire la reperibilità delle persone identificate durante e al di fuori del regolare orario di lavoro e comprendono pertanto il numero di telefono e di fax e l'indirizzo di posta elettronica in azienda come pure il numero di telefono di casa e del cellulare di ciascun componente del gruppo.

#### 4.2 Task force allargata per il ritiro prodotti

Nel secondo modulo, denominato «task force allargata per il ritiro prodotti», vanno indicati i nomi e i recapiti dei soggetti che compongono il gruppo allargato di esperti incaricati del ritiro prodotti. Questi possono essere scelti tra il personale dell'impresa oppure tra soggetti dediti ad altre attività che si associano al gruppo occasionalmente, secondo necessità, come il legale di fiducia dell'impresa, un direttore di stabilimento o un capo vendite operante a livello regionale.

Il numero delle persone aggiunte che compongono la task force allargata per il ritiro prodotti dovrebbe essere limitato a quattro. I dati da acquisire sono gli stessi che per i membri permanenti del gruppo.

### 4.3 Piano d'azione commentato

Il terzo modulo, denominato «piano d'azione commentato», è il cardine del piano di ritiro prodotti. Non potendo trattare tutti gli scenari possibili e immaginabili per la sommarietà dell'esposizione, il presente piano tipo di ritiro prodotti sintetizza in un unico piano un'azione di ritiro pubblico e un'azione di ritiro confidenziale. Come forma di rappresentazione è stata scelta quella di un diagramma predefinito (diagramma di flusso) con note di commento standardizzate che andranno completate dalle singole imprese.

Se lo schema proposto non si adatta agli scenari dell'impresa, si dovrà procedere all'elaborazione di un piano di ritiro prodotti personalizzato che risponda selettivamente alle esigenze dell'impresa in questione.

Il piano d'azione è articolato in tappe (vedi esempio). Esse rappresentano dei valori indicativi per i test di efficacia e per l'esecuzione effettiva dell'azione di ritiro. Come mostra il grafico riportato qui sotto, si tratta di punti di riferimento temporali che servono a dare alla task force per il ritiro prodotti un'idea approssimativa della tempistica di realizzazione delle attività e a indicare tutte le deviazioni di una certa importanza.

Il fatto che il piano d'azione sia rappresentato sotto forma di diagramma di flusso non significa tuttavia che tutte le azioni debbano essere intraprese necessariamente nell'ordine indicato. Anche se questo schema costituisce una catena logica, il piano d'azione dovrebbe essere sempre adeguato alla situazione specifica dell'impresa e al relativo prodotto.

### 4.4 Specialisti esterni

Nel quarto modulo, denominato «specialisti esterni», sono espressamente identificati, con la rispettiva funzione, gli specialisti esterni indispensabili all'esecuzione di un'azione di ritiro.

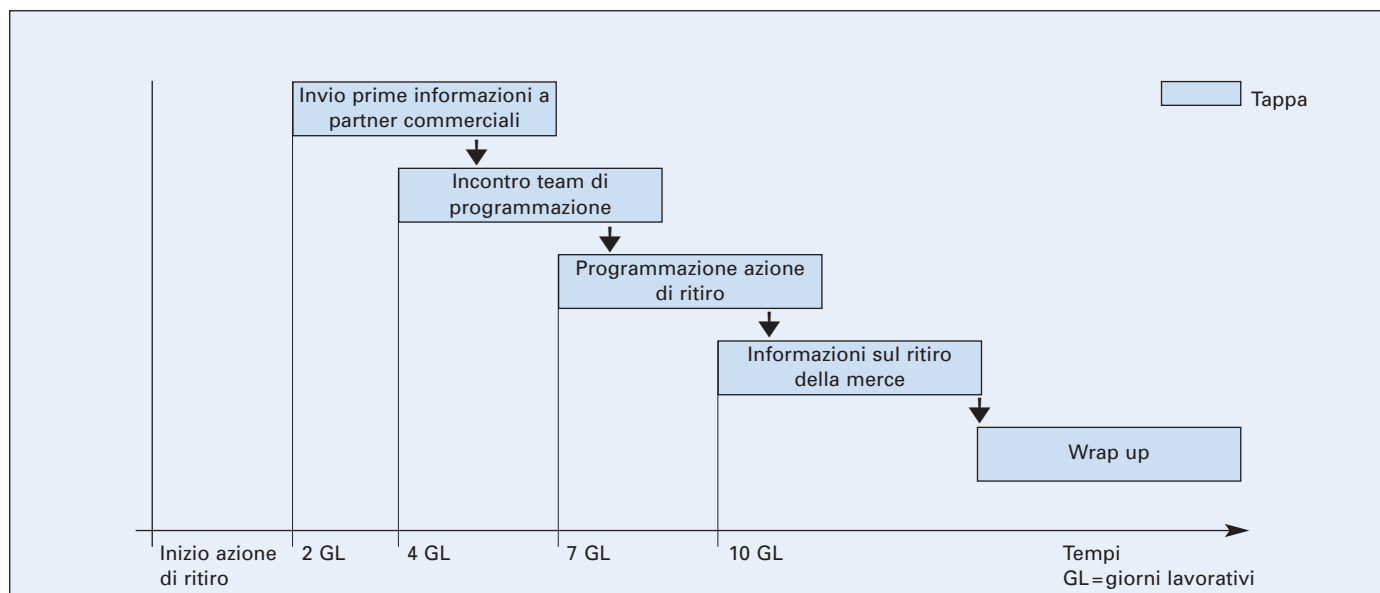
Essenzialmente si tratterà dell'agente o ufficiale di polizia/polizia giudiziaria da contattare secondo necessità e, qualora l'organigramma non preveda questa funzione, di uno specialista di strumenti e procedure di comunicazione e di gestione delle situazioni di crisi (p. es. uno psicologo). In aggiunta è opportuno indicare un laboratorio di analisi (p. es. per prodotti alimentari), un istituto o degli esperti universitari, un'autorità o un esperto di polizze assicurative di ritiro prodotti.

I dati acquisiti servono a garantire la reperibilità delle persone identificate e comprendono pertanto il numero di telefono e di fax e l'indirizzo di posta elettronica come pure il numero di telefono di casa e del cellulare di ciascun esperto.

### 4.5 Indirizzario

Agli effetti della velocità di esecuzione di un'azione di ritiro e, di riflesso, della percentuale di recupero dei prodotti difettosi, ossia delle probabilità di successo di un'azione siffatta, nonché della reputazione e dell'immagine aziendale è essenziale poter reperire rapidamente gli specialisti necessari. Il quinto modulo, denominato «indirizzario», si compone di tre parti (media, società di consulenza di gestione della crisi e clienti) e deve contenere non solo i dati aggiornati degli interlocutori diretti ma anche quelli dei rispettivi sostituti.

Tappe di un piano tipo di ritiro prodotti



#### 4.5.1 Indirizzario media

Il modulo 5a, denominato «indirizzario media», deve contenere i nomi e gli indirizzi dei rappresentanti dei media (stampa, radio, televisione) da contattare, a partire da quelli locali per arrivare agli internazionali a seconda del grado di diffusione e della distribuzione regionale dei prodotti dell'azienda. È soprattutto intervenendo sui media con molto anticipo con strategie di comunicazione offensive che è possibile diminuire i danni. Delle relazioni positive con i media non mancheranno di tradursi in resoconti obiettivi anche in situazioni di crisi.

#### 4.5.2 Indirizzario società di consulenza di gestione della crisi

Il modulo 5b è denominato «indirizzario società di consulenza di gestione della crisi». Per certi prodotti, categorie di prodotto o settori merceologici ci sono società di consulenza specializzate che, grazie all'esperienza e competenza tecnica di cui dispongono, sono in grado di assistere e consigliare l'impresa nelle situazioni di crisi. Questi consulenti aiutano il management a rendere pubblico il ritiro dei prodotti difettosi dal mercato oppure forniscono un supporto operativo all'impresa nell'attuazione del ritiro. Oltre alle società private esistono anche associazioni, gruppi di interesse e organizzazioni professionali che prestano consulenza di «crisis management».

#### 4.5.3 Indirizzario clienti

La percentuale di successo di un'azione di ritiro prodotti dipende dalla rapidità con cui viene eseguita e questa, a sua volta, è una funzione della reperibilità dei clienti. Presupposto irrinunciabile per la buona riuscita dell'azione è un archivio aggiornato dei clienti dell'impresa, oltre alla indispensabile tracciabilità del prodotto. A seconda della struttura e dell'organizzazione dell'impresa si potrà scegliere tra compilare il modello di lista clienti allegato (modulo 5c), accludere un elenco aggiornato al piano tipo di ritiro prodotti oppure stampare rapidamente il rispettivo database clienti aggiornato al sopraggiungere di una situazione di crisi. Al riguardo è essenziale disporre dello scenario su cui si basa il ritiro prodotti, associato ai dati sui clienti aggiornati, anche relativamente a consegne che possono risalire a tempi remoti.

#### 4.6 Allegati

Il sesto modulo, denominato «allegati», si compone di tre modelli, che possono essere di grande utilità per l'attuazione di un ritiro di prodotti difettosi:

– Verbale di seduta della task force per il ritiro prodotti

Oltre alle indicazioni d'ordine strettamente formale (come i nomi dei partecipanti della seduta), il modello contiene tutte le domande essenziali all'individuazione e al tratta-

mento del problema in seno alla task force per il ritiro prodotti. Esso serve inoltre a documentare lo svolgimento dell'azione di ritiro e il processo di formazione delle scelte.

– Check list della task force per il ritiro prodotti

Questa check list, che riprende tutti i punti principali della procedura di ritiro dei prodotti difettosi, serve a documentare l'azione di ritiro e, successivamente, a «tirarne le somme» (wrap up).

– Fax per ordine di blocco immediato delle consegne

I prodotti difettosi da ritirare dal mercato che ancora si trovano nei magazzini dell'impresa devono essere immediatamente contrassegnati e bloccati. Se l'impresa non interrompe la fornitura dei prodotti difettosi, oltre al rischio incombente di danno a terzi, è possibile che ne consegua un danno di immagine molto elevato. Il blocco delle consegne dev'essere confermato alla task force dal responsabile con l'apposito attestato di eseguito in calce al modello. Naturalmente il modello può essere utilizzato anche per ordinare la sospensione delle consegne a magazzini esterni o per informare i distributori.

# 5 Considerazioni finali

Come abbiamo già detto nella premessa, il presente piano tipo di ritiro prodotti non ha la pretesa né si prefigge di trattare tutte le situazioni di crisi possibili e immaginabili che un'impresa può trovarsi a dover fronteggiare a causa di un prodotto difettoso. Per tale ragione la nostra proposta di piano tipo di ritiro prodotti è limitata a un'azione di ritiro pubblico e un'azione di ritiro confidenziale. Inoltre va aggiunto che non è sufficiente compilare i moduli allegati al piano, ma bisogna eseguire regolarmente delle esercitazioni e, ovviamente, aggiornare costantemente i dati. Le esperienze acquisite con le esercitazioni e con il ritiro reale di prodotti difettosi dal mercato devono servire alla rielaborazione del piano di ritiro prodotti in modo da renderlo adeguato alle esigenze attuali.

Al primo posto non dovrebbe venire però la messa a punto del piano di ritiro prodotti bensì il fronteggiamento dei rischi. La massima priorità va data all'individuazione e alla valutazione dei rischi in relazione all'attività e agli obblighi dell'impresa. Innanzitutto bisogna evitare i rischi in sede progettuale o ridurli con misure tecniche adeguate. Le avvertenze e le istruzioni per l'uso sicuro del prodotto vengono solo a completare il quadro.

Per poter identificare i prodotti difettosi in caso di ritiro dal mercato, è necessario sviluppare e implementare in azienda un efficace sistema di tracciabilità del prodotto. Un siffatto sistema deve permettere di individuare:

- i componenti o l'assemblaggio che hanno reso necessario il ritiro dal mercato,
- il Paese o la regione di destinazione del prodotto,
- l'attuale possessore e/o proprietario del prodotto,
- il luogo in cui si trova il prodotto,
- il numero dei prodotti colpiti dal provvedimento di ritiro,
- le informazioni sul prodotto disponibili.

I servizi di supporto alle imprese assicuratrici e ai loro clienti offerti dalla Münchener Rück nel campo dell'analisi dei rischi partono dalla individuazione dei rischi per arrivare alla consulenza nella elaborazione di piani di ritiro prodotti.

# 6 Sintesi

Nei capitoli precedenti abbiamo illustrato le basi della sicurezza dei prodotti, la progettazione del piano tipo di ritiro prodotti e i moduli di cui si compone il piano. Il grafico seguente ripropone in una forma semplice e concisa l'intera struttura del piano tipo di ritiro prodotti con i relativi allegati.

### Opuscolo

Premessa
Basi della sicurezza dei prodotti
Progettazione di un piano tipo di ritiro prodotti
Moduli
Considerazioni finali

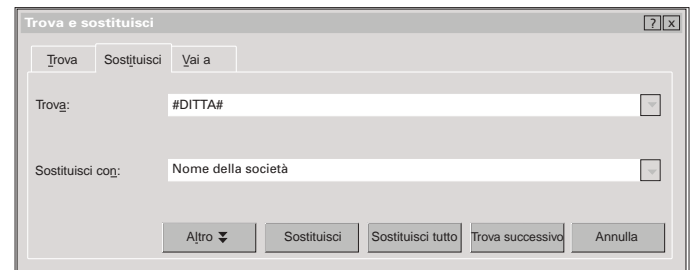
### Allegati

<b>Moduli di progettazione</b>
Task force per il ritiro prodotti
Task force allargata per il ritiro prodotti
Piano d'azione
Specialisti esterni
Indirizzario (media, società di consulenza di gestione della crisi, clienti)
<b>Moduli di esecuzione</b>
Verbale di seduta della task force per il ritiro prodotti
Check list della task force per il ritiro prodotti
Fax per ordine di blocco immediato delle consegne
<b>Check list per l'elaborazione del piano tipo di ritiro prodotti</b>

### CD-ROM

Tedesco
Inglese
Francese
Spagnolo
Italiano

I nomi dei campi dell'elenco seguente possono essere sostituiti dai dati reali dell'impresa con la funzione «Trova e sostituisci» di un programma di elaborazione testi (l'esempio a destra si riferisce a Word 2000 di Microsoft).



### Elenco campi per piano d'azione (modulo 3)

```
#INFORMATICA#
#ESPORTAZIONE#
#RICERCA E SVILUPPO#
#DITTA#
#PAESE D'ORIGINE#
#DISTRIBUZIONE INTERNA#
#MAGAZZINO#
#MARKETING#
#NOME LEGALE#
#NOME SPECIALISTA INFORMATICA#
#NOME AMMINISTRATORE#
#NOME RESP. RICERCA E SVILUP.#
#NOME RESP. MAGAZZINO#
#NOME RESP. MARKETING#
#NOME RESP. TRASPORTI#
#NOME RESP. VENDITE#
#NOME RESP. QUALITÀ#
#NOME 4° COMP. TASK FORCE#
#QUALITÀ#
#TASK FORCE RITIRO PRODOTTI#
#TRASPORTI#
#VENDITE#
#STABILIMENTO#
```



© 2002

Münchener Rückversicherungs-Gesellschaft  
Settore Generale Comunicazione aziendale  
Königinstrasse 107  
80802 München  
Germania  
<http://www.munichre.com>

Numero d'ordinazione 302-02820

**Responsabile per il contenuto:**

Settore Operativo  
Corporate Underwriting/Global Clients  
Casualty Risk Consulting (CRC)  
Dipl.-Ing. Alfred Sattler  
Telefono: +49(0)89/3891-47 11  
Fax: +49(0)89/3891-7 47 11  
E-mail: [asattler@munichre.com](mailto:asattler@munichre.com)  
Foto: Imagebank

# Nota per l'elaborazione di un piano tipo di ritiro prodotti

Il presente piano tipo di ritiro prodotti è stato redatto sulla base di numerose ipotesi esemplificative che possono non trovare affatto o trovare solo parzialmente riscontro nella realtà di molte imprese. Per tale ragione abbiamo elencato qui di seguito alcuni criteri da osservare al momento di elaborare un piano di ritiro prodotti.

L'impresa dispone dei seguenti «esperti» oppure è necessario ricercarli, raccogliercarli, registrarli nel modulo specialisti esterni?

**Amministratore**

sì

irrilevante

eseguito

**Responsabile vendite**

sì

irrilevante

eseguito

**Responsabile ricerca e sviluppo**

sì

irrilevante

eseguito

**Responsabile marketing**

sì

irrilevante

eseguito

**Direttore di stabilimento**

sì

irrilevante

eseguito

**Responsabile magazzino**

sì

irrilevante

eseguito

**Responsabile trasporti e logistica**

sì

irrilevante

eseguito

**Responsabile qualità**

sì

irrilevante

eseguito

**Specialista d'informatica**

sì

irrilevante

eseguito

**Legale (interno/esterno)**

sì

irrilevante

eseguito

**Pubbliche relazioni**

sì

irrilevante

eseguito

**Polizia/polizia giudiziaria**

sì

irrilevante

eseguito

**Psicologo**

sì

irrilevante

eseguito

**Spedizioniere per il recupero della merce difettosa**

sì

irrilevante

eseguito

**Esperto di prevenzione incendio**

sì

irrilevante

eseguito

## Il ritiro dei prodotti difettosi

Piano tipo di ritiro prodotti

L'impresa dispone dei seguenti «esperti» oppure è necessario ricercarli, raccoglierne i dati e registrarli nel modulo specialisti esterni?

### Esperto di protezione dell'ambiente

sì  irrilevante  eseguito

### Impresa di sorveglianza

sì  irrilevante  eseguito

### Autorità pubblica

sì  irrilevante  eseguito

### Intermediario assicurativo

sì  irrilevante  eseguito

### Esperto di polizze assicurative di ritiro prodotti

sì  irrilevante  eseguito

### Istituto universitario/laboratorio di analisi

sì  irrilevante  eseguito

### Associazioni, gruppi di interesse e organizzazioni professionali

sì  irrilevante  eseguito

### Impresa di smaltimento dei rifiuti

sì  irrilevante  eseguito

È stato predisposto un locale per la task force per il ritiro prodotti? L'esistenza del locale è nota a tutti i componenti della task force? Il locale è attrezzato con tutti i sussidi tecnici necessari (p. es. tavoli, sedie, telefoni, elenchi telefonici, personal computer collegati al server di rete/a Internet, cancelleria, calcolatrici)?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

È stato predisposto un catalogo di risposte standard per il servizio di assistenza telefonica (hotline) per il ritiro prodotti?

---

---

---

## Modulo 1: Task force per il ritiro prodotti

<b>Nome:</b>	
Funzione:	Amministratore
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome:</b>	
Funzione:	Responsabile vendite
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome:</b>	
Funzione:	Responsabile ricerca e sviluppo
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome:</b>	
Funzione:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

## Modulo 2: Task force allargata per il ritiro prodotti

<b>Nome:</b>	
Funzione:	Legale
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

<b>Nome:</b>	
Funzione:	Direttore stabilimento di:
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

<b>Nome:</b>	
Funzione:	
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

<b>Nome:</b>	
Funzione:	
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

# Modulo 3: Piano d'azione ritiro prodotti

Diagramma di flusso	Descrizione
<pre> graph TD     Start([Inizio azione di ritiro]) --&gt; Info[Informazione della direzione aziendale]     Info --&gt; Conf1{Ritiro confidenziale?}     Conf1 -- Si --&gt; Intesa[Intesa con il legale]     Conf1 -- No --&gt; Stampa{{Predisposizione comunicato stampa}}     SupportoM[Supporto del reparto marketing] --&gt; Stampa     Stampa --&gt; Hotline{{Predisposizione hotline, fax-polling, pagina web}}     SupportoV[Supporto del reparto vendite] --&gt; Hotline     Hotline --&gt; Catalogo[Catalogo risposte standard]     Intesa --&gt; Circle(( ))     Catalogo --&gt; Circle     Circle --&gt; Marketing{{Predisposizione azione di marketing}}     Marketing --&gt; Conf2{Ritiro confidenziale?}     Conf2 -- No --&gt; InfoM[Inoltro informazione a responsabile marketing]     InfoM --&gt; InfoA[Inoltro informazione ad agenzia esterna]     Conf2 -- Si --&gt; Circle2(( ))     Circle2 --&gt; End[1]     </pre>	<p><b>Inizio azione di ritiro</b></p> <p><b>Ritiro pubblico:</b> Ritiro dal mercato effettuato dal fabbricante, distributore o importatore attraverso i mass media</p> <p><b>Ritiro confidenziale:</b> Ritiro dal mercato effettuato dal fabbricante, distributore o importatore senza che l'utente o consumatore ne venga a conoscenza.</p> <p>La <b>direzione aziendale</b> viene informata dell'avvio di un'azione di ritiro pubblico.</p> <p>Persone da avvisare immediatamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· #NOME AMMINISTRATORE#</li> <li>· #NOME RESP. VENDITE#</li> <li>· #NOME RESP. RICERCA E SVILUP.#</li> <li>· #NOME 4° COMP. TASK FORCE#</li> </ul> <p>I recapiti dei componenti della task force per il ritiro prodotti sono indicati nel modulo 1 del presente manuale.</p> <hr/> <p><b>Diramazione in caso di ritiro confidenziale</b></p> <p>Conseguimento di <b>intesa con il legale</b> #NOME LEGALE# relativamente ai rischi da responsabilità civile, ecc.</p> <p>Redazione di un <b>comunicato stampa</b> da parte del legale #NOME LEGALE#</p> <p>Conseguimento di intesa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· con il marketing sulla formulazione</li> <li>· con la direzione aziendale, #NOME AMMINISTRATORE#, e la polizia sulle modalità e i tempi di pubblicazione</li> </ul> <p>Intervento di <b>supporto</b> del reparto #MARKETING#, #NOME RESP. MARKETING#</p> <p>Realizzazione di una <b>hotline (ev. di un fax-polling)</b> presidiata costantemente. Le richieste di informazioni avanzate dalle autorità e dai media dovrebbero essere inoltrate alla direzione della #DITTA#, #NOME AMMINISTRATORE#. Tutte le telefonate devono essere registrate indicando il nome e/o la ditta del chiamante, la data e l'ora della chiamata. I numeri telefonici vanno comunicati:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· a tutti i dipendenti del reparto vendite per l'inoltro ai distributori,</li> <li>· ai partner commerciali,</li> <li>· al marketing per l'inoltro a media selezionati.</li> </ul> <p>Se necessario, realizzazione e costante aggiornamento di una <b>pagina web</b> da parte del reparto informatica, #INFORMATICA#, d'intesa con il #MARKETING#. Persona da contattare #NOME SPECIALISTA INFORMATICA#</p> <p>Intervento di <b>supporto</b> del reparto vendite per la predisposizione e realizzazione di tutte le attività di hotline. Inoltro delle informazioni ai partner commerciali.</p> <p>Per l'evasione delle richieste di informazioni standard dovrebbe essere predisposto un <b>catalogo di risposte standard</b>. Le risposte dipendono ovviamente dal tipo di prodotto difettoso e dalla causa del ritiro dal mercato e quindi non possono essere fornite in questa sede.</p> <p><b>Predisposizione di un'azione di marketing</b> da parte della direzione aziendale, #NOME AMMINISTRATORE#, in collaborazione con il responsabile delle vendite, #NOME RESP. VENDITE#, e il responsabile del marketing, #NOME RESP. MARKETING#. Oltre che in attività e provvedimenti particolari, un'azione di marketing può consistere in una modifica completa dell'imballaggio e delle confezioni/unità di vendita di alcuni o di tutti i prodotti della #DITTA#.</p> <p><b>Diramazione in caso di ritiro pubblico</b></p> <p>Inoltro dell'<b>informazione al responsabile del marketing</b>, #NOME RESP. MARKETING#</p> <p><b>Se necessario</b> (capacità operativa, esperienza) ricorrere a un'<b>agenzia esterna</b>.</p> <p><b>Continua alla pagina seguente.</b></p>

# Modulo 3: Piano d'azione ritiro prodotti

Diagramma di flusso	Descrizione
<pre> graph TD     Start{{1}} --&gt; A{{Predisposizione informazioni per i dipendenti}}     A --&gt; B[Informazione dei dipendenti]     A --&gt; C[Invio prime informazioni ai partner comm.]     C --&gt; D[«Big Business» Grossisti]     C --&gt; E[«Small Business» Dettaglianti]     C --&gt; F{Informazione delle autorità?}     F -- Sì --&gt; G[Invio informazioni alle autorità]     F -- No --&gt; H{Ritiro pubblico?}     H -- Sì --&gt; I[Invio informazioni ai consumatori]     H -- No --&gt; J(( ))     J --&gt; K{Sospensione della produzione?}     K -- Sì --&gt; L[Invio istruzioni al responsabile della produzione]     L --&gt; M[Istruzione]     K -- No --&gt; N(( ))     N --&gt; O[Riunione team di programmazione]     O --&gt; P[Check list per ritiro]     O --&gt; Q[Invio richiesta al magazzino]     Q --&gt; R[Richiesta]     P --&gt; S(( ))     R --&gt; S     S --&gt; T[Valutazione stock trasmessi dal magazzino]     T --&gt; U[Fax per blocco consegne]     U --&gt; T     T --&gt; End{{2}}     </pre>	<p><b>Continua</b> dalla pagina precedente.</p> <p>Predisposizione delle <b>informazioni per i dipendenti</b> e consegna delle stesse ai dipendenti da parte rispettivamente del responsabile del #MARKETING# e del #NOME AMMINISTRATORE#. Nel caso di un ritiro confidenziale dovrebbero essere informati solo i dipendenti che sono direttamente interessati dal ritiro per effetto dell'attività svolta. Le informazioni per i dipendenti dovrebbero contenere il divieto tassativo di rilasciare dichiarazioni nei riguardi di colleghi (ritiro confidenziale), giornalisti o altri soggetti estranei all'azienda senza l'autorizzazione della direzione, e una descrizione dell'accaduto e delle possibili ripercussioni nonché far riferimento esplicitamente alla confidenzialità delle informazioni e al controllo qualità della #DITTA#.</p> <p>In caso di ritiro dal mercato di un prodotto difettoso vanno informati i <b>partner commerciali</b> (p. es. ipermercati, supermercati, dettaglianti, grossisti) che distribuiscono il prodotto. Essi devono procedere immediatamente alla rimozione dagli scaffali della merce in questione e attendere altre informazioni o istruzioni o l'arrivo della polizia.          · Preparazione: #MARKETING#, #NOME RESP. MARKETING#          · Esecuzione: rete distributiva          Presa di contatto per telefono e fax</p> <p>Qualora si debbano informare del ritiro le <b>autorità</b> è necessario provvedervi al più tardi in questa fase. A questo punto può essere informato anche l'intermediario assicurativo o l'impresa assicuratrice presso la quale è stata stipulata una polizza ritiro prodotti.</p> <p>In caso di ritiro pubblico di prodotti finiti destinati al consumo è necessario <b>informare i consumatori</b> anche direttamente. Ciò avviene per mezzo del comunicato stampa inviato ai media indicati nel modulo 5a.</p> <p>Qualora si sospetti che la merce difettosa da ritirare dal mercato continui ad essere prodotta regolarmente, bisogna provvedere alla sospensione della <b>produzione</b>. La decisione di sospendere la produzione dev'essere presa dalla task force per il ritiro prodotti. Parimenti essa dovrebbe stabilire in che misura tale provvedimento debba essere reso pubblico attraverso informazioni o comunicati.</p> <p>Fermo immediato del <b>processo produttivo</b> e blocco delle consegne di tutti i prodotti finiti, dei semilavorati e delle materie prime colpite dal provvedimento</p> <p>Oltre ai componenti della task force per il ritiro prodotti si <b>riuniscono</b> nel #LOCALE TASK FORCE PER IL RITIRO PRODOTTI#: il responsabile del #MAGAZZINO#, #NOME RESP. MAGAZZINO#, #DISTRIBUZIONE INTERNA#.</p> <p>Con il <b>fax</b> (vedi modulo 6 c) trasmesso dal magazzino è possibile <b>valutare</b> i quantitativi di merce difettosa che si trovano nei magazzini. Le consegne di merce difettosa vengono bloccate e la merce raccolta in un luogo individuato appositamente a tale scopo dal personale del magazzino della #DITTA#.</p> <p>Il <b>fax</b> contiene l'ordine di blocco immediato delle consegne della merce colpita dal provvedimento di ritiro e la relativa conferma di eseguito. I dati forniti consentono di stimare la quantità di merce da ritirare dal mercato.</p> <p><b>Continua</b> alla pagina seguente.</p>

## Modulo 3: Piano d'azione ritiro prodotti

Diagramma di flusso	Descrizione
<pre> graph TD     2{{2}} --&gt; P[Programmazione azione di ritiro]     S[Stima quantità da richiamare] --&gt; P     P --&gt; T[Tempistica, modalità di trasporto, luogo di raccolta, misure di rimpiazzo, etichettatura]     P --&gt; C{Compensazione?}     C -- Sì --&gt; R[Rimpiazzo]     C -- No --&gt; J(( ))     R --&gt; J     J --&gt; I[Invio di informazioni ai partner comm. sullo stato di avanzamento del ritiro]     I --&gt; Inf[Informazione]     Inf --&gt; InfM[Informazioni sul ritiro della merce]     Est[Informz. Estero] --&gt; InfM     Int[Informz. Interno] --&gt; InfM     InfM --&gt; Avv[Avvio merce nel punto di raccolta nello stabilimento]     MGQ[Manuale GQ] --&gt; Avv     CQ[Controllo da parte del reparto qualità] --&gt; Rap[Rapporto]     Rap --&gt; Avv     A{{A}} --&gt; J2(( ))     Avv --&gt; J2     J2 --&gt; Lab{Laboratorio esterno?}     Lab -- Sì --&gt; Rich[Richiesta]     Rich --&gt; Anal[Analisi]     Lab -- No --&gt; J3(( ))     Anal --&gt; Res[Risultato]     Res --&gt; J3     J3 --&gt; 3{{3}}     </pre>	<p><b>Continua</b> dalla pagina precedente.</p> <p>Il reparto #VENDITE# provvede a definire la tempistica e le <b>modalità</b> di realizzazione sulla base della <b>stima</b> della quantità di merce da ritirare. Nel contempo la task force allargata per il ritiro prodotti accerta se a magazzino è disponibile merce regolare per rimpiazzare la merce difettosa.</p> <p>La direzione della #DITTA#, #NOME AMMINISTRATORE#, decide se il <b>rimpiazzo</b> della merce difettosa va effettuato con la merce regolare disponibile a magazzino oppure se è necessario produrre in proprio o acquistare da altre imprese la merce necessaria a tale scopo. <b>Regolare informazione dei partner commerciali</b> sullo stato di avanzamento del ritiro (percentuale di successo e di mancato recupero) e su eventuali forniture di rimpiazzo. Questa attività va vista anche in un'ottica di ottimizzazione dei rapporti coi clienti e dovrebbe essere svolta dalla task force allargata per il ritiro prodotti della #DITTA#.</p> <p>Questa azione raggruppa tutte le informazioni inerenti al <b>ritiro della merce</b> e all'individuazione dei <b>luoghi di raccolta</b> provvisori e definitivi.</p> <p>Per i ritiri all'interno del #PAESE D'ORIGINE# è competente la #DITTA#, #STABILIMENTO#. Per l'organizzazione logistica dei mezzi di trasporto è competente il responsabile del reparto #TRASPORTI#, #NOME RESP. TRASPORTI#.</p> <p>Il reparto #ESPORTAZIONE# organizza il ritiro dei prodotti dall'estero. La merce difettosa potrebbe essere consegnata alle rappresentanze locali della #DITTA# e da lì prelevata dal reparto #TRASPORTI# in occasione della prossima consegna in quel Paese o in un Paese confinante.</p> <p>La <b>merce in arrivo</b> viene ispezionata dai dipendenti del reparto #QUALITÀ# in relazione alla contaminazione e/o al malfunzionamento o danneggiamento oggetto del reclamo. I controlli vengono eseguiti sulla base dei dati forniti dal manuale di gestione della qualità della #DITTA# e il risultato viene comunicato alla task force per il ritiro prodotti.</p> <p>Il luogo di raccolta della merce difettosa può essere ubicato nello stabilimento #STABILIMENTO# in prossimità del fabbricato adibito a magazzino.</p> <p>Diramazione «A» dal basso (vedi pagina seguente) nel caso di altre analisi</p> <p>La task force per il ritiro prodotti decide se incaricare un <b>laboratorio esterno</b> indipendente dell'esecuzione di altre analisi più approfondite. Per l'<b>affidamento dell'incarico</b> è competente il reparto #QUALITÀ#.</p> <p>I <b>risultati</b> delle analisi vanno <b>comunicati</b> immediatamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· alla direzione aziendale, #NOME AMMINISTRATORE#,</li> <li>· ai componenti della task force per il ritiro prodotti,</li> <li>· al #MARKETING#,</li> <li>· alla hotline.</li> </ul> <p><b>Continua</b> alla pagina seguente.</p>

## Modulo 3: Piano d'azione ritiro prodotti

Diagramma di flusso	Descrizione
<pre> graph TD     3{{3}} --&gt; D1{Misure particolari?}     D1 -- Si --&gt; R[Richiesta]     R --&gt; I[Implementazione]     D1 -- No --&gt; J1(( ))     I --&gt; R1[Risultato]     R1 --&gt; J1     J1 --&gt; CQI[Controllo di qualità interno]     CQI --&gt; D2{Altre analisi}     D2 -- Si --&gt; A{{A}}     D2 -- No --&gt; CAA[Contatti con le autorità, le associazioni e gli ispettorati competenti]     CAA --&gt; MR[Misure di rimpiazzo]     MR --&gt; WU[Wrap up]     WU --&gt; FA[Fine azione di ritiro]     </pre>	<p><b>Continua</b> dalla pagina precedente.</p> <p>La task force per il ritiro prodotti vaglia la necessità di adottare, immediatamente o in un secondo tempo, delle <b>misure particolari</b>, p. es. nel campo della:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· prevenzione incendio,</li> <li>· protezione dell'ambiente,</li> <li>· prevenzione furto.</li> </ul> <p>Per l'<b>affidamento dell'incarico</b> è competente #NOME AMMINISTRATORE#.</p> <p>I <b>risultati</b> vanno comunicati immediatamente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· alla direzione aziendale, #NOME AMMINISTRATORE#,</li> <li>· ai componenti della task force per il ritiro prodotti.</li> </ul> <p>Affidamento dell'incarico di <b>verificare</b> i risultati finora ottenuti e di decidere in merito alla necessità o meno di eseguire altre analisi al responsabile del reparto #QUALITÀ#, #NOME RESP. QUALITÀ#</p> <p><b>Diramazione</b> (qui ritorno) verso «A» (laboratorio esterno) nel caso debbano essere eseguite altre analisi</p> <p><b>Presenza di contatto</b> con le autorità, le associazioni e gli ispettorati competenti se imposto dalla legge (p. es. nel settore alimentare) o se ritenuto opportuno per altri motivi La presa di contatto avviene esclusivamente ad opera della direzione aziendale della #DITTA#, #NOME AMMINISTRATORE#. La comunicazione serve per un verso alla trasmissione di informazioni e per l'altro alla programmazione di altre misure.</p> <p>Le <b>misure di rimpiazzo</b> dipendono:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· dal tipo di contaminazione (p. es. smaltimento)</li> <li>· dalle possibilità di riparazione o riciclaggio.</li> </ul> <p>Per l'organizzazione è competente il responsabile del reparto #RICERCA E SVILUPPO#, #NOME RESP. RICERCA E SVILUPPO#, e per la logistica il responsabile del reparto #TRASPORTI#, #NOME RESP. TRASPORTI#.</p> <p>Per il <b>wrap-up</b>, documentazione scritta compresa, è competente #NOME AMMINISTRATORE#. Il wrap up deve contenere:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>· Dati sulla merce colpita dal provvedimento di ritiro</li> <li>· Dati sui soggetti coinvolti nell'azione di ritiro</li> <li>· Esperienze positive e negative relativamente all'iter procedurale</li> <li>· Decisioni principali</li> <li>· Allegato con gli originali di tutta la corrispondenza</li> <li>· Firma di tutti i componenti della task force per il ritiro prodotti</li> </ul> <p>Fine</p>

## Modulo 4: Specialisti esterni

<b>Nome:</b>	
Professione:	Agente o ufficiale di polizia giudiziaria
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

<b>Nome:</b>	
Professione:	Psicologo
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

<b>Nome:</b>	
Professione:	
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

<b>Nome:</b>	
Professione:	
Telefono:	
Fax:	
E-mail:	
Telefono casa:	
Cellulare:	

## Modulo 5a: Indirizzario media

<b>Nome, funzione:</b>	
Società:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome, funzione:</b>	
Società:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome, funzione:</b>	
Società:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome, funzione:</b>	
Società:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

## Modulo 5b: Indirizzario società di consulenza di gestione della crisi

<b>Nome:</b>	
Specializzazione:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome:</b>	
Specializzazione:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome:</b>	
Specializzazione:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____

<b>Nome:</b>	
Specializzazione:	_____
Telefono:	_____
Fax:	_____
E-mail:	_____
Telefono casa:	_____
Cellulare:	_____



# Modulo 6a: Verbale di seduta della task force per il ritiro prodotti

Data:	_____
Ora:	_____

**Presenti:**

Nome	Reparto	Telefono	Firma

In che misura sussistono dei rischi per la vita o la salute umana?	_____
	_____
	_____
	_____

Quanti esemplari del prodotto manomesso o difettoso sono colpiti dal provvedimento di ritiro?	_____
	_____
	_____
	_____

## Il ritiro dei prodotti difettosi

Piano tipo di ritiro prodotti

Dove si trovano i prodotti?

Ancora all'interno dell'azienda

Già venduti – ai distributori

Già venduti – ai consumatori

In uso

Com'è possibile recuperarli?

---

---

---

---

La minaccia di manomissione/contaminazione è convincente e plausibile?

---

---

---

---

Da che fonti provengono le informazioni?

Distributori

Clienti

Consumatori

Autorità

Media

\_\_\_\_\_

Di che tipo di comunicazione si tratta? Qual è il contenuto della comunicazione?

---

---

---

---

Visto quanto sopra, sono state decise le seguenti misure:

---

---

---

---

Fabbricato da/il:

Controllato da/il:

Approvato:

Approvato:

Approvato:

Approvato:

## Modulo 6b: Check list della task force per il ritiro prodotti

Qual è il prodotto colpito dal provvedimento di ritiro?	Nome: _____	N. articolo: _____
	Dimensioni: _____	Codice serie: _____
	Unità di vendita: _____	
Qual è la quantità di prodotto e la serie colpita dal reclamo?	Quantità: _____	
	Data di scadenza: _____	
	Codice serie: _____	
Chi ha effettuato il reclamo?	<input type="checkbox"/> Privato	Nome: _____
	<input type="checkbox"/> Autorità, società	Nome: _____
	Telefono, fax: _____	Indirizzo: _____
Qual è l'oggetto del reclamo?	_____	
	_____	
	_____	
	_____	
	_____	
	_____	
Quando è pervenuta la prima telefonata o la prima comunicazione scritta di reclamo?	_____	
	_____	
	_____	
Chi è la persona da contattare nello stabilimento?	Nome: _____	
	Reparto: _____	
	Telefono: _____	
Chi è la persona da contattare nella produzione?	Nome: _____	
	Reparto: _____	
	Telefono: _____	

## Il ritiro dei prodotti difettosi

Piano tipo di ritiro prodotti

Che azioni sono state intraprese finora?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

Sono stati prelevati dei campioni dalla produzione per fare delle analisi?

---

---

---

Sono mai state fatte delle analisi di propria iniziativa?

Sì

No

Interne

Esterne

È necessario effettuare delle analisi di propria iniziativa?

Sì

No

Interne

Esterne

Qual è il grado di pericolosità dei prodotti?

Non rispondono agli standard ma sono utilizzabili senza pericolo

Pericolosi per la salute

Non adatti all'uso

Qual è la quantità prodotta complessivamente?

---

---

---

Qual è la quantità colpita dal provvedimento di ritiro?

---

---

---

## Il ritiro dei prodotti difettosi

Piano tipo di ritiro prodotti

Quando ha avuto luogo la produzione?	_____	
_____	_____	
_____	_____	
Dove si trova attualmente la merce colpita dal provvedimento di ritiro?	<input type="checkbox"/> Magazzini dell'impresa	<input type="checkbox"/> Negozi/dettaglianti
	<input type="checkbox"/> Grossisti	<input type="checkbox"/> Consumatori
A quale organizzazione viene/dovrebbe essere/è stata venduta la merce?	_____	
_____	_____	
_____	_____	
I prodotti o parti di essi sono stati sottoposti a surgelazione?	<input type="checkbox"/> Materia prima	<input type="checkbox"/> Imballaggio
	<input type="checkbox"/> Semilavorato	<input type="checkbox"/> Prodotto finito
	<input type="checkbox"/> Separatamente	<input type="checkbox"/> Ripetutamente
	<input type="checkbox"/> Magazzini surgelati: _____	<input type="checkbox"/> Quantità: _____
	<input type="checkbox"/> Luogo: _____	<input type="checkbox"/> Responsabile: _____
Ci sono altri prodotti surgelati?	Nome: _____	N. articolo: _____
	Data di scadenza: _____	Codice serie: _____
	Responsabile: _____	
È necessario rimuovere delle merci dal magazzino?	<input type="checkbox"/> Sì	<input type="checkbox"/> No
	Responsabile: _____	
	Magazzino/Paese/regione: _____	
A quale altro trattamento s'intende sottoporre i prodotti?	_____	
	_____	
	_____	
	_____	
	_____	
Chi è già stato informato?	_____	
	_____	
	_____	

## Il ritiro dei prodotti difettosi

Piano tipo di ritiro prodotti

Chi dev'essere ancora informato?

---

---

---

Chi deve rispondere/intraprendere azioni?

- |   |   |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> Stabilimento                                     | <input type="checkbox"/> Autorità sanitarie |
| <input type="checkbox"/> Centro di distribuzione                          | <input type="checkbox"/> Sede centrale      |
| <input type="checkbox"/> Pubbliche relazioni (sede centrale/stabilimento) | <input type="checkbox"/> Amministratore     |
| <input type="checkbox"/> Marketing  | <input type="checkbox"/> Marketing          |
| <input type="checkbox"/> Media (quotidiani, radio, televisione, Internet) | <input type="checkbox"/> Direzione locale   |

Altre misure da prendere in considerazione/adottare?

---

---

---

---

---

---

Distribuzione di un'informativa all'interno dell'azienda?

---

---

---

Azione stampa?

---

---

---

Rapporto sulle misure adottate per evitare il ripetersi di casi simili?

---

---

---

## Modulo 6c: Fax per ordine di blocco immediato delle consegne di merce difettosa

<b>A</b>	
e.p.c.	_____
Da	_____
Fax	_____
Data	_____
Firma	_____

**Ordine:** La consegna dei seguenti articoli giacenti nei Vostri magazzini va **sospesa immediatamente** fino a nuovo ordine.

	1	2	3	4
Denominazione prodotto:				
N. articolo:				
Data di scadenza:				
Codice:				

**Attestato di eseguito:** Informare immediatamente il mittente dell'avvenuta esecuzione con il presente modello.

	1	2	3	4
Attestato di eseguito:				
Denominazione prodotto:				
N. articolo:				
Data di scadenza:				
Codice:				

<b>Eseguito da:</b>	
Data, ora:	_____
Firma:	_____