

Risk Management Summit

Voedselveiligheid

Tekst: **Norbert van der Werff** | Foto's: **Sealed Air en Norbert van der Werff**

Bij de productie en distributie van voeding is een groot aantal mensen betrokken en kan er gemakkelijk iets mis gaan. Ondernemingen trachten dat te voorkomen door kennisuitwisseling, training en samenwerking, bleek tijdens de door Sealed Air georganiseerde Risk Management Summit.

Kwaliteit wordt gemaakt op de werkvloer, stelde corporate quality director Suzan Horst van FrieslandCampina.



"Kwaliteit wordt geleverd door mensen. Kwaliteit komt niet van papier en niet van het hoofdkantoor in Amersfoort. Kwaliteit wordt gemaakt op de werkvloer in Jakarta, Lagos en Maasdam." Corporate quality director Suzan Horst van FrieslandCampina legde tijdens de Risk Management Summit, op 10 mei in Amsterdam uit dat de uitvoering uiteindelijk neerkomt op de handelingen van alle mensen in de keten die bij het tot stand komen van een product betrokken zijn. Voor FrieslandCampina zijn kwaliteit en voedselveiligheid van groot belang. De zuivelonderneming produceert onder meer producten voor kwetsbare doelgroepen, zoals babyvoeding en ingrediënten voor producten voor de farmaceutische industrie. Horst stelde dat alle producten van goede kwaliteit moeten zijn, of het nu merken van FrieslandCampina of private label zijn en business-to-business of

Moestuintje

Sommige mensen gaan ver met de trend naar lokale producten, vertelde Nicky Crayfound van Compass. Het cateringbedrijf kreeg in de VS te maken met studenten die wilden dat door hen verbouwde groenten door Compass werd verkocht en ook met anderen die er een moestuintje op na hielden. Dan is echter niet meer te controleren of de producten voedselveilig zijn.

business-to-consumer. "Mona-producten worden gemaakt in Maasdam maar ook in Oost-Europa en Friso-producten zowel in Beilen als in Jakarta. Consumenten verwachten terecht dat de kwaliteit altijd gelijk is en dat gaat het best met één kwaliteitssysteem."

Bewustwording

Horst gaf aan dat de productie van veilige producten van hoge kwaliteit op zich simpel is. Je begint met melk die veilig en van hoge kwaliteit is, houdt ook de andere ingrediënten goed in de gaten en zorgt ervoor dat de kwaliteit niet verpest wordt in de eigen productie-locatie. In Foqus is vastgelegd hoe dat 'from grass to glass' in de praktijk werkt. Foqus is een voor de onderneming op maat gemaakt kwaliteitssysteem, dat gericht is op bewustwording, uitwisseling van kennis en ervaringen en best practices. Het moet garanderen dat de producten voldoen aan de eigen hoge standaarden op het gebied van voedselveiligheid, arbeidsveiligheid en milieu en moet leiden tot reductie van de faalkosten en behoud van het consumentenvertrouwen.

Voor de leden-melkveehouders heeft FrieslandCampina een bonus-malussysteem voor product en proces. Bij iedere aflevering wordt de temperatuur, kleur en geur van de melk bekeken en bovendien wordt gemonitord op micro-organismen en antibiotica. Daarnaast wordt minstens elke twee jaar een audit uitgevoerd op hygiëne, diergeneesmiddelen, dierenwelzijn, diervoeder, water en melkproductie en koeling. De boeren kunnen via intranet de beoordeling van hun melk bekijken en hun beleid daarop aanpassen. De fabrieken moeten zijn gecertificeerd voor ISO9001 en HACCP en hebben daarnaast in veel gevallen andere certificaten als IFS, BRC, AIB of QLIP. Horst: "Dat is mooi behang, maar er is altijd verbetering mogelijk." Zo is er extra aandacht voor HACCP en voor baby-



Nicky Crayfound van Compass maakte duidelijk dat het bedrijf geen door studenten verbouwde groenten kon verkopen omdat niet meer te controleren valt of de producten voedselveilig zijn.

voeding. Ook wordt speciaal gelet op risico's die kunnen ontstaan bij veranderingen in de processen. "De meeste incidenten hebben echter niet te maken met voedselveiligheid, maar meer met voedselkwaliteit."

Concurrentie

Nicky Crayfound, director of health, safety and environment van cateraar Compass lichtte het interne beoordelingssysteem met de predicaaten goud, zilver en brons van de onderneming toe. Landenorganisaties kunnen zo zien waar ze staan ten opzichte van de Compass-bedrijven in andere landen. Daar gaat een stimulerende werking van uit, meent ze. "Er is niets mis met wat interne concurrentie." Compass groeit sterk in opkomende markten. Daar moeten extra inspanningen worden verricht voor de voedselveiligheid. Zo is bijvoorbeeld niet overal vanzelfsprekend dat er voldoende wastafels zijn om de handen te wassen. In India kreeg het bedrijf te maken met een incident doordat apparatuur niet goed onderhouden werd. Om duidelijk te maken wat medewerkers moeten doen en wat ze niet mogen doen, maakt Compass in landen waar analfabetisme voorkomt, gebruik van pictogrammen. In emerging markets worden audits vaker uitgevoerd door externe partijen omdat mensen een audit door het eigen bedrijf niet vertrouwen. "Die worden beschouwd als niet-onafhankelijk."

d blijft mensenwerk

Coca-Cola

Net als FrieslandCampina en Compass richt Coca-Cola zich in het kwaliteitsbeleid op de ontwikkeling van mensen en de verbetering van processen, aldus global director quality & food safety Neil Marshall van Coca-Cola. De frisdrankenfabrikant richt zich daarbij onder meer op samenwerking met klanten en toeleveranciers om zo de kennis binnen de keten te vergroten. Informatie uitwisselen speelt een grote rol. Om die reden worden medewerkers voor training overgeplaatst naar andere landen. Ook heeft Coca-Cola een database om best practices te delen en worden in samenwerking met de Michigan State University webinars georganiseerd. Om de kwaliteit en voedselveiligheid te verbeteren en de kennis daarover te verspreiden, lanceerde Coca-Cola in 2011 de interne TCCC Quality and Food Safety Award. Winnaar werd Coca-Cola Japan Company voor de manier waarop het bedrijf herstelde na de aardbeving en de kernramp.

Marshall maakte duidelijk dat kwaliteit en voedselveiligheid voor de onderneming een uitdaging is vanwege de grote getallen. De frisdrankenproducent is met ruim 500 merken en meer dan 3000 producten actief in maar liefst 200 landen. Er zijn 1100 productielocaties en ruim 10.000 toeleveranciers die meer dan 5000 ingrediënten leveren. De 20



Global director quality & food safety Neil Marshall van Coca-Cola legde uit dat kwaliteit en voedselveiligheid voor de onderneming een uitdaging is vanwege de grote getallen. Coca-Cola heeft 1100 productielocaties en ruim 10.000 toeleveranciers.



miljoen klanten hebben steeds hogere verwachtingen en overheden stellen strengere eisen, meent hij. Niet alleen moeten alle producten goed en veilig zijn, bedrijven moeten verantwoord omgaan met water en het milieu en ook het arbeids-, gezondheids- en veiligheidsbeleid moet maatschappelijk verantwoord zijn. De verantwoordelijkheid omvat de gehele keten.

Coca-Cola maakt gebruik van externe laboratoria maar heeft ook 55 miljoen dollar geïnvesteerd in eigen labs, onder andere in Brussel, waar in totaal meer dan 250 mensen werkzaam zijn. Volgens Marshall kan er met eigen laboratoria sneller worden geschakeld als er een incident is. Marshall gaf aan dat de wereld veranderd is. "Als zich in Australië een probleem voordoet, is dat binnen enkele minuten in de VS bekend."

Wormen in blik

Dat ondervindt ook FrieslandCampina. De zuivelaar is veel tijd kwijt aan het opstellen van statements waarin staat dat het bedrijf niets te maken heeft met incidenten die elders hebben plaatsgevonden. Verder kreeg het bedrijf ook te maken met de beschuldiging dat er levende wormen in een blikje babyvoeding zaten. Horst: "Daar was een video van. We moesten duidelijk maken dat er in de blikjes geen zuurstof zit en wormen niet zonder zuurstof kunnen leven. We hebben zelfs laten uitzoeken dat het wormen waren

die afkomstig waren uit China..." FrieslandCampina had het afgelopen jaar te kampen met één recall, namelijk van de superslurper, een gedraaid rietje, dat werd geleverd bij Fristi six-packs. Het transparante kunststof koppelstukje zou los kunnen raken en in de keel terecht kunnen komen. "We hadden gecheckt of het rietje voldeed aan de regulering voor speelgoed, maar er blijken ook nog regels voor rietjes te zijn." Ze vertelde dat er nádat de rietjes waren teruggehaald klachten van consumenten kwamen, omdat ze dolgraag zo'n teruggeroepen rietje wilden... Tijdens de Risk Management Summit werd naast voedselveiligheid aandacht besteed aan veiligheid op de werkvloer met sprekers van ISS, Autogrill, Accor, McDonald's en de Radboud Universiteit. ■

Van links naar rechts Neil Marshall (Coca-Cola), Suzan Horst (FrieslandCampina), Nicky Crayford (Compass) en Peter Overbosch (Metro) tijdens de paneldiscussie.

Risicoprofiel

Vice-president corporate quality Peter Overbosch van cash & carry groothandel Metro, moedermaatschappij van Makro, lichtte het risicomanagementsysteem voor de producten van het eigen merk toe. Van alle 10.000 stock-keeping units is op basis van het RASFF, de wetenschappelijke literatuur en informatie van deskundigen vastgesteld of ze risico's met zich meebrengen of niet. Ook van de leveranciers is een risicoprofiel vastgesteld. Aan de hand van de risico's van product en toeleverancier wordt vastgesteld of een toeleverancier een bepaald product mag leveren en hoe intensief de controle moet zijn.