

# Amélioration des débouchés commerciaux à haute valeur ajoutée dans le secteur horticole

REUNION DE CADRAGE - CASABLANCA 05 DECEMBRE 2023



Ce projet est soutenu par l'Union Européenne

# Réunion de cadrage du projet

- Introduction & Agenda
- Etat des lieux & Cadrage projet
- Rappel de l'objectif principal du projet



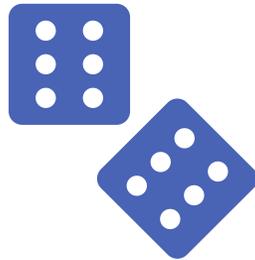
# Introduction



# Fondements des échanges

## Proposition de principes régissant les sessions de travail de la semaine

- ✓ Favoriser des discussions ouvertes et transparentes dans un esprit collaboratif
- ✓ Reconnaître que la liste des sujets à aborder est longue et complexe
- ✓ Convenir que des décisions ne peuvent pas être prises sur l'ensemble des sujets à date
- ✓ Identifier les éléments pour de futures discussions et travail pour MFX / aide-mémoire



# Agenda des Ateliers/Groupes de travail 5-6-7 décembre 2023

## Mardi 05.12

### **Matin:**

Réunion de cadrage et état des lieux

### **Après-midi:**

Groupe de travail - Schéma d'obtention de la marque & Intégration du principe d'inclusivité

- Schéma de déploiement de la marque & différentes parties prenantes du projet
- Principe d'inclusivité / Logique structurante des niveaux de maturité

## Mercredi 06.12

### **Matin:**

Intégration du principe de Robustesse

- Méthodologie d'audit
- Système d'accréditation & Qualification des auditeurs
- Gestion des données / Système d'information

### **Après-midi:**

Avancement vers l'identification des criticités majeures par pilier par niveau

# Agenda des Groupes de travail 5-6-7 décembre 2023

**Jeudi 07.12**

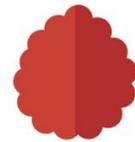
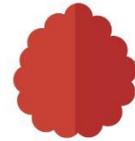
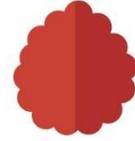
**Matin:**

**Groupe de travail stratégique – Gouvernance & Collaborations externes**

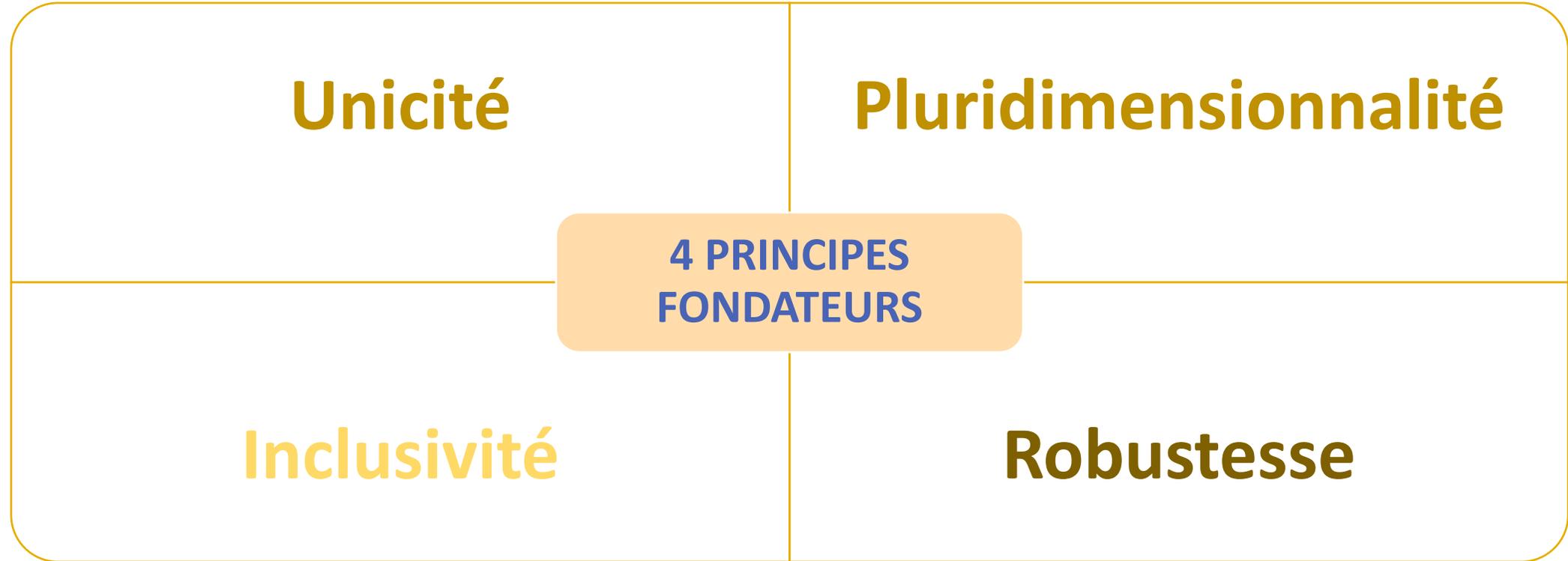
**Après-midi:**

**Présentation stratégique des principales orientations validées et des pistes de réflexion à la Direction MFX**

Etat des lieux & Cadrage projet



# Principes Fondateurs



# Gouvernance & Parties prenantes



--	--	--	--

# Importance du modèle gouvernance

La prise en compte et la prévention notamment des **risques opérationnels, conflits d'intérêt, des risques financiers et réputationnels** sont des facteurs essentiels dans la construction du modèle de marque.

Sustainability initiatives have steadily proliferated over the last two decades, as companies and governments seek to give consumers and investors greater certainty about the sustainable nature of particular products, companies, supply chains and investments. These initiatives play a critical role in promoting collective action to solve problems, scaling up responsible and sustainable practices, and driving best practices that go beyond legal requirements. However, the resulting landscape is vast and complex, with initiatives varying significantly in their ambition, core activities, scope and composition. While this diversity can be a strength as initiatives focus their resources and expertise, companies and their suppliers can face multiple and at times duplicative or conflicting expectations across different sectors, supply chains and geographies. Many sustainability initiatives are also facing mounting criticism from stakeholders, who see weaknesses in their design, levels of transparency and worker engagement, governance and oversight models—and a corresponding lack of impact.

Sustainability initiatives of different shapes and sizes will—and should—continue to play a role in advancing and scaling up sustainable business practices, and in shaping how companies respond to governments mandating more sustainable activities, investments and supply chains. Growing momentum around mandatory due diligence legislation on responsible business conduct (RBC), particularly in Europe, has brought to the fore debates about the potential role of initiatives in mandatory frameworks—including the extent to which they can inform implementation and enforcement and be used as 'indicators of compliance'.

Source : <https://mneguidelines.oecd.org/the-role-of-sustainability-initiatives-in-mandatory-due-diligence-note-for-policy-makers.pdf>

# Gouvernance et rôles de MFX

La marque est développée à la demande de MFX qui en est propriétaire et responsable.

- ❖ Discussion sur la création d'un Secrétariat pour la gestion de la marque
- ❖ Discussion sur les ressources financières et humaines nécessaires au sein de MFX
- ❖ Définition des rôles de MFX/Secrétariat dont
  - ❖ la promotion
  - ❖ la formation
  - ❖ l'accompagnement
  - ❖ la collecte et vérification des données, la réalisation des audits
  - ❖ la gestion des demandes des opérateurs, l'animation de réseau et la communication interne,
  - ❖ la communication externe et les relations avec les parties prenantes.
  
- ❖ Besoin de reconnaissance nationale et internationale
- ❖ Identification de partenaires et axes de collaboration

