26 février 2021

**EMD adopte un code de bonne conduite dans le domaine des approvisionnements en Marques Propres**

* **Une étape majeure pour cette alliance internationale de distributeurs engagée dans l’éco-responsabilité et l'approvisionnement durable**
* **EMD veut inciter les fournisseurs de marques propres à répondre à des critères stricts et éco-responsables**
* **EMD veut aussi promouvoir de nouvelles initiatives en matière de développement durable avec les grands fournisseurs internationaux de marques**

**Pfäffikon / Suisse.** Responsabilité des personnes, des conditions de travail et de l'environnement - en tant que première alliance d'achat en Europe EMD s'y est toujours engagée. Désormais, le principal enjeu de la durabilité sociale est défini encore plus concrètement par European Marketing Distribution: Dans les faits, les fournisseurs de marques propres seront maintenant soumis à un code de bonne conduite qui définit 12 critères de durabilité pour la coopération avec EMD. Le contenu de ces directives d'achat est basé sur la Sustainable Supply Chain Initiative (dont EMD est un membre actif) du Consumer Goods Forum (CGF). Les fournisseurs de marques propre qui ne se conforment pas encore aux nouvelles directives d'achat d'EMD seront accompagnés par l'alliance internationale du commerce de détail et recevront un soutien pour atteindre cet objectif.

Ein Bild, das Person, Mann enthält.

Automatisch generierte Beschreibung

Seuls les fournisseurs qui respectent les directives contraignantes de l'EMD en matière de responsabilité et de durabilité peuvent se qualifier pour les appels d'offres internationaux de l'EMD. Photo : stock.adobe.com/EMD

Avec l'adoption d'un catalogue de critères en matière de développement durable pour les achats de marque propre, qui est efficace dans tous les projets d'approvisionnement conjoints, EMD établit un point de repère en tant qu'alliance internationale de vente au détail. Le nouveau code de bonne conduite sous-tien l'objectif d'EMD et de ses sociétés membres de fournir des produits durables de grande qualité aux consommateurs dans les différents pays. Ainsi, le strict respect de normes sociales et un engagement envers des normes de sécurité alimentaire reconnues sont déclarés comme indispensables dans les nouvelles directives d'achat.

Pour garantir la sécurité alimentaire conformément à la Global Food Safety Initiative, tous les fournisseurs concernés seront étroitement surveillés. En ce qui concerne les pays dits à risque (classification Amfori BSCI par pays à risque) et les catégories de produits à risque, EMD évalue les preuves de conformité sociale telles que les rapports d'audit et les certificats.

Chaque membre d'EMD continuera de pouvoir s'appuyer sur ses propres normes lors de l'approvisionnement en marchandises. Cependant, pour la coopération avec l'industrie en marque propre, EMD n'acceptera pas moins que les lignes directrices énoncées dans le code bonne conduite.

Également, dans le cadre des négociations internationales avec les multinationales, les fournisseurs de marques pourront aussi coopérer au niveau international avec EMD sur leurs initiatives de développement durable. EMD accueille favorablement toute proposition conforme aux lignes directrices et aux possibilités des différents membres d'EMD.

**À propos d'EMD**

European Marketing Distribution AG, dont le siège est à Pfäffikon, en Suisse, est reconnue depuis 1989 comme un partenaire privilégié et performant pour les biens de consommation (FMCG) par l'industrie des biens de consommation. Le premier groupe associé opère désormais avec ses membres dans 20 pays d'Europe, d'Océanie et d'Asie.

**Les sociétés membres d'European Marketing Distribution (EMD) sont actives sur les marchés suivants :**

|  |  |
| --- | --- |
| Allemagne : MARKANT | Nouvelle-Zélande : Countdown (Woolworths) |
| L'Australie : Woolworths | Pays-Bas : Superunie |
| Autriche : MARKANT Österreich | Pologne : Kaufland |
| Bulgarie : Kaufland | Portugal : EuromadiPort |
| Corée du Sud : Homeplus | République tchèque : MARKANT |
| Croatie : Kaufland | Roumanie : Kaufland |
| Le Danemark : Dagrofa | La Russie : Lenta |
| Espagne : Euromadi | Slovaquie : MARKANT |
| Italie : ESD Italia | Suède : Axfood |
| Norvège : Unil/NorgesGruppen | La Suisse : MARKANT |

**Pour plus d’informations :**

**Donati & Rosmanith**

**Better Communications**

Uwe Rosmanith

Triq ir-Rumani, 3

Xlendi, XLN1431

Malta

Phone: +49 171 9706644

rosmanith@bettercommunications.mt