

Rapport de la commission des finances chargée d'examiner la motion du 21 janvier 2015 de M^{mes} et MM. Alfonso Gomez, Catherine Thobellem, Anne Moratti, Sandrine Burger, Bayram Bozkurt, Julide Turgut Bandelier, Marie-Pierre Theubet, Christophe Dunner et Alpha Dramé: «Pour que la Ville de Genève soutienne la campagne Fair Trade Town pour un commerce équitable et une économie solidaire».

Rapport de M^{me} Christina Kitsos.

Suite au renvoi de la motion M-1164 à la commission des finances par le Conseil municipal le 15 septembre 2015, la commission s'est réunie le 25 novembre 2015 sous la présidence de M. Jacques Pagan pour traiter cet objet. Les notes de séance ont été prises par M. Jorge Gajardo Muñoz. Nous les remercions ici tous les deux pour la qualité remarquable de leur prestation.

Rappel de la motion

Considérant:

- que Fair Trade Town est une campagne internationale qui vise à promouvoir le commerce équitable;
- que cette campagne remporte déjà un vif succès dans 24 pays;
- que l'objectif de la campagne est de distinguer environ 55 villes ou communes suisses d'ici à 2018 et de toucher ainsi plus de 1 million d'habitants dans notre pays;
- que Fair Trade Town est soutenue par le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO);
- que, pour obtenir la distinction Fair Trade Town, la ville candidate doit satisfaire à cinq critères qui portent sur la disponibilité de produits du commerce équitable sur son territoire, ainsi que l'utilisation de ces derniers dans les entreprises, les institutions et la société civile;
- qu'elle doit également mettre en œuvre une politique d'information et de sensibilisation auprès d'un maximum de partenaires travaillant ou en relation commerciale avec la Ville de Genève;
- que cette démarche de solidarité internationale s'intègre bien à l'engagement de la Ville de Genève en matière de solidarité locale, notamment en ce qui concerne une alimentation durable;
- que la campagne Fair Trade Town doit permettre à la Ville de Genève de valoriser tout ce qu'elle fait déjà, conformément aux principes qui sous-tendent

cette campagne, et d'aller plus loin encore dans le commerce équitable et l'économie solidaire,

le Conseil municipal invite le Conseil administratif à briguer la distinction Fair Trade Town attribuée aux villes et aux communes qui s'engagent en faveur du commerce équitable.

Séance du 25 novembre 2015

Audition de M. Alfonso Gomez, conseiller municipal et motionnaire, et de M^{me} Claire Fischer Torricelli, collaboratrice de la campagne Fair Trade Town pour la Suisse romande et le Tessin

Les cinq critères du Fair Trade Town (FTT)

La campagne Fair Trade Town (FTT) a pour but de promouvoir dans les villes le commerce équitable. En Suisse, elle a été lancée par la faïtière du commerce équitable Swiss Fair Trade. Les villes participantes cherchent à satisfaire les cinq critères suivants¹:

1. La ville ou la commune se prononce en faveur du commerce équitable.
 - L'instance politique compétente décide de briguer la distinction Fair Trade Town.
 - La ville ou la commune propose du café et deux autres produits issus du commerce équitable au sein de ses services administratifs.
 - La ville ou la commune s'engage à organiser une manifestation officielle pour l'attribution de la distinction Fair Trade Town.
2. Un groupe de travail coordonne l'engagement de la ville ou de la commune en faveur du commerce équitable.
 - La Ville ou la commune met en place un groupe de travail pour coordonner et contrôler la réalisation des objectifs Fair Trade Town.
 - Les membres du groupe de travail se rencontrent régulièrement et documentent chacun des critères.
 - Le groupe de travail fait en sorte qu'une activité liée au commerce équitable ait lieu au moins une fois par année dans la ville ou la commune.
3. Les commerçants et les restaurateurs proposent plusieurs produits issus du commerce équitable.
 - Les commerces de détail participants proposent au moins cinq produits issus du commerce équitable dans leur assortiment et en informent leur clientèle.

¹ Source: <http://www.fairtradetown.ch/fr/cinq-criteres-pour-devenir-fair-trade-town>

- Les restaurants et hôtels participants intègrent au moins trois produits issus du commerce équitable à leur offre et en informent leur clientèle.
 - Les commerces de détail, les restaurants et les hôtels prennent part à des actions locales en faveur du commerce équitable.
4. Les institutions et les entreprises utilisent des produits issus du commerce équitable.
- Les institutions telles que les écoles, les crèches, les établissements médico-sociaux (EMS), les associations et les paroisses utilisent des produits issus du commerce équitable.
 - Les entreprises privilégient les produits issus du commerce équitable.
 - Les institutions et entreprises participent aux activités locales autour du commerce équitable.
5. La population est sensibilisée au commerce équitable.
- Le commerce équitable fait régulièrement l’objet d’articles dans les médias locaux et d’informations sur le site internet officiel de la ville ou de la commune.
 - La manifestation annuelle est annoncée par voie de presse dans tous les médias locaux et canaux de communication de la ville ou de la commune.
 - L’attribution de la distinction Fair Trade Town est annoncée dans la presse locale.

Concrètement, M. Gomez explique qu’il s’agit d’administrations municipales qui sensibilisent leurs employés au commerce équitable des produits d’importation, et s’engagent à mettre à disposition dans leurs locaux au moins trois produits Fair Trade. En outre, les produits issus du commerce équitable devraient être utilisés dans les écoles, les crèches, les EMS, etc. Les communes qui briguent la distinction FTT s’engagent aussi à organiser un événement officiel pour l’attribution de la distinction, à faire la promotion du commerce équitable auprès de leurs administrés et à organiser une activité de promotion annuelle. Dans ce cadre, les villes candidates à la distinction FTT mettent en place un groupe de travail chargé de coordonner l’engagement de la collectivité dans ce sens. A Genève, ce rôle pourrait être endossé par le service Agenda 21 en lien avec des représentants de la collectivité mais aussi des secteurs économiques qui participent également à la promotion du commerce équitable. Les villes ayant été distinguées par le FTT peuvent le faire valoir dans leurs campagnes de promotion.

M^{me} Fischer Torricelli soulève que pour satisfaire le critère 3, dans une ville de la taille de Genève, il faut réunir au moins dix enseignes du commerce de détail qui proposent un assortiment d’au moins cinq produits Fair Trade. Elle en a déjà recensé cinq, entre les Magasins du Monde, la boutique Ayni, Cap Indigo et Le Balafon. Il faut aussi vingt hôtels ou restaurants qui proposent trois produits.

Actuellement, M^{me} Fischer Torricelli a identifié les cafétérias d'entreprise des CFF, du Campus Biotech, de la Zurich Assurances, la Poste et Uni-Dufour. Les crèches, hôpitaux, EMS et cuisines scolaires, ainsi que les associations, paroisses et associations sportives, sont aussi concernés et peuvent s'inscrire sur la plateforme www.fairtradetown.ch s'ils offrent au moins trois produits issus du commerce équitable à leurs usagers. Les entreprises peuvent aussi offrir à leurs clients des articles issus du commerce équitable.

Ces cinq critères ne doivent pas être suivis chronologiquement, mais pour briguer la distinction Fair Trade Town, la commune doit prendre un engagement officiel par un acte légal (motion ou décision de l'exécutif). Enfin, la deuxième phase de l'engagement dans la campagne FTT consistera par exemple à promouvoir et utiliser de préférence des produits locaux mais également à fonder sa politique d'achat sur le principe de durabilité ou encore en encourageant l'échange avec d'autres villes FTT ou des coopératives Fair Trade.

Le Fair Trade en Suisse et dans le monde

M^{me} Fischer Torricelli, qui a travaillé dans le passé dans le domaine de la coopération internationale, témoigne des effets positifs du commerce équitable, qui permet aux populations, et notamment aux femmes, dans les pays producteurs de vivre dignement de leur travail. En Suisse, la faïtière Swiss Fair Trade a décidé de lancer la campagne FTT afin de stimuler le commerce équitable et le sortir du marché de niche de 5% qu'il représente actuellement. Ailleurs, la campagne FTT a été adoptée par 1600 collectivités locales dans le monde, notamment en Europe, mais aussi en Afrique et en Amérique latine. Parmi les villes FTT, on peut mentionner San Francisco, Tokyo, Berlin, Londres et Paris.

En Suisse, la campagne a été lancée en 2014 et ne compte encore aucune commune FTT. Cependant, plusieurs communes sont candidates à la distinction comme Glaris Nord (GL), Bâle (BS), Capriasca (TI), Zweisimmen (BE) et Delémont (JU). La distinction FTT récompense la promotion du commerce équitable dans les collectivités publiques, mais aussi dans les associations et entreprises du secteur privé, restaurants et cafétérias d'entreprise, hôtels, commerces de détail, paroisses.

Discussion

Les coûts pour investir dans le FTT

Le président demande si la participation à la campagne implique une obligation financière de la part de la Ville. M^{me} Fischer Torricelli répond que le montant de la cotisation dépend de la taille de la ville. Pour Genève, ce montant s'élèverait à 2500 francs par année. M. Gomez est d'avis que les critères 1 et 2 sont

les plus importants, dont celui de donner un message politique fort en faveur du Fair Trade. Au-delà de son champ d'action direct, la collectivité doit faire la promotion du commerce équitable auprès des institutions et entreprises. M. Gomez estime que les investissements de la Ville seraient minimes, mais les retombées d'image sont concrètes quoique difficiles à quantifier.

Le président demande si l'engagement dans la campagne FTT comporte un cahier des charges. M^{me} Fischer Torricelli répond que le groupe de travail mentionné dans le critère 2 est l'instance chargée de contrôler la mise en œuvre et la conformité des critères. Le site internet www.fairtradetown.ch abrite une plateforme qui renseigne sur l'état d'avancement des critères dans les communes suisses.

Le Fair Trade Town et la Charte d'Aalborg

Une commissaire demande ce que l'engagement dans la campagne Fair Trade Town apporte de plus que les engagements pris dans le cadre de la Charte d'Aalborg et d'autres actions déjà entreprises par la Ville. M. Gomez répond que le FTT va plus loin que les engagements actuels. Il faut s'assurer que le café proposé dans les machines de la Ville provienne du commerce équitable ainsi que deux autres produits pour la pause (thé, sucre, cacao, biscuits, etc.). Plus important, la campagne FTT demande à la commune de jouer un rôle proactif auprès des entreprises avec lesquelles elle est en lien pour les convertir au commerce équitable. M. Gomez mentionne l'exemple de la Fondation pour le développement des emplois et du tissu économique en ville de Genève (Fondetec), qui pourrait recommander le respect des critères du FTT aux entreprises qu'elle soutient.

La garantie du respect des critères

Une commissaire souhaiterait savoir de quelle manière est contrôlé le respect des critères dès lors que la distinction FTT est acquise. M^{me} Fischer Torricelli répond que la distinction FTT est un encouragement à la commune engagée dans le commerce équitable, mais aussi aux associations et entreprises de son territoire qui participent à la campagne. Le contrôle des critères est renouvelé tous les deux ans après l'obtention de la distinction. On demande alors aux communes distinguées de faire des progrès, par exemple en utilisant de préférence les produits d'origine locale. Il est aussi demandé de mettre le site du FTT sur le site internet de la Ville et de coorganiser, avec les autres acteurs du commerce équitable présents sur le territoire (par exemple les Magasins du Monde ou autre magasin spécialisé dans le commerce équitable), un événement annuel de promotion du commerce équitable.

Une commissaire demande comment les critères du FTT pourraient être compatibles avec ceux des appels d'offres publics. Dans le cadre de l'Accord

intercantonal sur les marchés publics (AIMP), il est demandé par exemple de choisir systématiquement l'offre la moins chère. Elle rappelle que la Ville a été déboutée par le Tribunal fédéral lorsqu'elle a essayé de faire respecter le principe d'un salaire minimum pour les nettoyeurs travaillant dans les locaux communaux. M^{me} Fischer Torricelli répond que la commune a la latitude de remplir les critères comme elle l'entend. La faïtière peut apporter un soutien pour le respect des critères dans le cadre des règles établies. M. Gomez rapporte qu'il a appris, en lisant un entretien avec M^e Martin Beyeler, expert des marchés publics, que des modifications sont en préparation pour adapter les règles d'attribution aux conventions internationales. Depuis 2012, il faut déjà respecter des conventions en matière écologique.

Une commissaire se réfère au critère 4 et se demande comment la Ville, à partir des expériences d'autres villes participant à la campagne FTT, devrait s'y prendre pour vérifier, au-delà de ses propres services, le respect des critères du commerce équitable dans le secteur privé. Elle émet aussi l'hypothèse que des entreprises locales ne respectent pas les conventions collectives de travail malgré qu'elles utilisent des produits issus du commerce équitable. Incombe-t-il à la Ville de vérifier le respect de ces normes, ou est-ce une tâche de Swiss Fair Trade de dénoncer les entorses? M^{me} Fischer Torricelli répond sur le premier point Swiss Fair Trade est en mesure de vérifier les filières suivies par les produits placés dans les petits commerces. Dans la grande distribution, la présence de produits équitables dans les rayons, à côté de marchandises suivant des filières ordinaires, suscite des interrogations et crée des débats, mais ce n'est pas le rôle de la commune de contrôler ces éléments. Sur ce point, les acteurs du commerce équitable ont des avis partagés mais sont d'accord sur la stratégie qui consiste à augmenter la part du commerce équitable dans la distribution comme le permet la campagne FTT.

Le soutien du FTT par le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO)

Une commissaire note que la campagne FTT est soutenue par le Secrétariat d'Etat à l'économie (SECO) et se demande, dans ce contexte, si la FTT soutient des projets en relation avec le micro-crédit. M^{me} Fischer Torricelli répond que Swiss Fair Trade ne fait pas de projets. Par contre, plusieurs des organisations qui en font partie soutiennent des projets de terrain. Le SECO soutient Swiss Fair Trade et a soutenu le lancement du FTT en Suisse pendant plusieurs années pour permettre à la campagne de se mettre en route.

Le FTT et les partenaires privés

Un commissaire observe que le FTT s'adresse spécifiquement aux villes. Il demande quelles sont les relations entre le FTT et les partenaires privés. M^{me} Fischer Torricelli répond que de nombreux privés font partie de la faïtière des

acteurs du commerce équitable. Elle en lit la liste des membres, en mentionnant les entreprises privées. M^{me} Fischer Torricelli précise que le FTT ne vise pas que les villes mais tous les acteurs économiques susceptibles de proposer des marchandises de la filière équitable. Il y a même des variantes, par exemple offrir des produits du commerce équitable comme cadeau d'entreprise de fin d'année. Il est vrai cependant que la campagne attribuée aux collectivités un rôle de coordination.

Vote

Suite à l'examen de la motion M-1164, le président soumet cet objet à l'approbation de la commission des finances.

Par 7 oui (1 UDC, 2 EàG, 1 Ve, 3 S) contre 3 non (LR) et 3 abstentions (1 MCG, 2 DC), la motion est acceptée.