

SYNTHESE CARTOGRAPHIQUE

SOMMAIRE DU DOCUMENT FRANÇAIS

- 1. Introduction à la méthode cartographique**
- 2. Quinze cartes des principales propositions par catégorie (3 cartes par catégorie)**
 - a. Renforcement des capacités techniques et des services d'appui
 - b. Sensibilisation et implication de la population et des consommateurs
 - c. Acteurs, synergies et modalités de partenariat
 - d. Dispositifs économiques et financiers
 - e. Tourisme et commerce : agir de manière responsable

Ce document est aussi disponible en español et en anglais.
Toutes ces versions sont en téléchargement depuis le site www.almedio.fr (voir Réalisations).
Libre reproduction autorisée sous réserve de ne pas modifier la forme.

SYNTHÈSES CARTOGRAPHIQUES DES ATELIERS THÉMATIQUES ET TABLES RONDES DU SAMEDI 25 MARS (contribution au Plan International d'Action 2006-2010)

• Présentation du document :

Le **2^{ème} Forum International Tourisme Solidaire et Commerce Equitable** (FITS 2006) qui se tient à Tuxtla-Gutiérrez, Chiapas (Mexique) en mars 2006 réunit pendant quatre jours près de 800 représentants d'environ 70 pays. Originaires de différentes organisations de base, de projets communautaires, de gouvernements locaux, régionaux, d'Etats, d'entreprises citoyennes, d'ONG et de médias, les différents participants se réunissent pour se concerter en faveur d'un tourisme solidaire et d'un commerce plus juste qui bénéficient aux populations les plus démunies et qui soient vecteur de paix entre les peuples.

Ce document est un instrument de travail élaboré à partir des débats et des conférences présentées au cours des **10 ateliers de tourisme solidaire**, des **6 ateliers de commerce équitable** et des **3 tables rondes communes** aux deux thèmes pendant la journée de samedi 25. L'objectif de ce travail est d'appuyer la rédaction du Plan International d'Action 2006-2010.

La synthèse cartographique qui suit est un outil graphique de mémoire collective qui peut être utilisé en fonction des besoins des organisateurs du FITS et de chaque participant en vue de renforcer leurs futures actions.

• Présentation de la méthode :

La cartographie est une méthode de travail et un dispositif d'organisation collective de la connaissance au service d'une communication plus ouverte, démocratique, juste et solidaire. La cartographie a été conçue par la **Fondation Charles-Léopold Mayer (www.fph.ch)**. Comme instrument de captation, de traitement et d'organisation de l'information complexe, la cartographie est beaucoup plus qu'un outil technique (le programme sous licence GPL, peut être téléchargé depuis le site <http://adullact.net/projects/outilcarto/>). Il s'agit d'un dispositif pratique pour organiser de manière claire et précise ce qui est analysé, débattu et proposé pendant les réunions et les rencontres. Avec cette méthodologie, il est possible de rendre transparentes des idées exprimées dans les différents lieux et moments comme, par exemple, deux ou plusieurs ateliers simultanés pendant une même manifestation.

De plus, **la synthèse cartographique est un processus efficace qui permet de transformer une grande rencontre en un espace de production collective de connaissances et de propositions, orienté directement vers leur mise en œuvre.** Avec la cartographie, l'élaboration d'un plan de travail et d'agendas communs est facilitée dans des espaces où, par manque d'organisation ou de temps, les riches idées d'un collectif tendent habituellement à se perdre.

La cartographie a été appliquée à un ensemble d'évènements, de nature très différente et de grande importance. Elle a été conçue pour préparer « l'Assemblée Mondiale des Citoyens » (Lille, France, 2001). Postérieurement, elle a été appliquée pour la synthèse de la Rencontre Internationale *Université XXI* (Brasilia, Brésil, 2003), le *Forum Social Mondial* (Porto Alegre, Brésil, 2003), le *Forum Social Thématique de Carthagène* (Colombie, 2004) et le Congrès fondateur de l'organisation mondiale *Cités et Gouvernements Locaux Unis* (CGLU, Paris, France, 2004) dans lequel ont participé plus de 3 000 maires et élus locaux du monde entier.

Dans le cadre du FITS 2006, la méthode de synthèse cartographique a été adaptée pour répondre aux besoins des organisateurs et a été réalisée de la manière suivante :

1. Avant le forum et sur la base de documents préparatoires élaborés par un groupe d'experts et par les organisateurs, **cinq catégories ont été identifiées** pour faciliter la synthèse transversale des 19 ateliers et des tables rondes.
2. Au cours de chacun des ateliers et des tables rondes, un rédacteur cartographe note les principaux "**constats**" et "**propositions d'action**" exprimées par les participants, en les classifiant dans l'une des cinq catégories.
3. Afin de préciser ce qui a été exprimé et d'éviter au maximum les erreurs, à la fin de chaque session le cartographe procède à la **validation de la synthèse** avec le coordinateur et le rapporteur officiel de chaque atelier et de chaque table ronde.
4. Postérieurement et avec l'aide d'un logiciel informatique, toutes les "**propositions d'actions**" sont compilées en les cinq catégories. Cette compilation se présente sous forme de cartes dans lesquelles il est possible d'identifier l'atelier ou la table ronde correspondante. Ce processus est réalisé immédiatement après les ateliers et les tables rondes afin de pouvoir présenter le document entier le jour suivant.
5. Le résultat de la compilation offre une perspective de synthèse transversale aux 19 ateliers et tables rondes. Ainsi, **la cartographie réussit à dépasser les rapports isolés afin d'offrir une vision d'ensemble de la totalité des propositions exprimées pendant le FITS.**

• **Présentation de l'équipe :**

Ce document a été élaboré par l'entreprise franco-chilienne, *Almedio Consulting*, et son équipe internationale de consultants. La coordination générale a été sous la responsabilité de Vladimir UGARTE (Chili) et d'Eugène ZAPATA-GARESCHE (Mexique), avec l'appui de Diego ESCOBAR (Colombie). *Almedio* travaille en étroite collaboration avec le coordinateur général du FITS, Jean Marie COLLOMBON (GRET), Jean-Marc MIGNON, délégué général de l'Union Nationale des Associations de Tourisme (UNAT) et avec les autorités du Gouvernement de l'Etat du Chiapas.

L'équipe internationale de rédacteurs cartographes a été composée de :

- **Marcos ALMADA** (Mexique)
- **Marta BALAGUERA** (Colombie)
- **Maya COLLOMBON** (France)
- **Carla ESTRADA** (Chili)
- **Carol HERNANDEZ** (Mexique)
- **Manuel LLANO** (Mexique)
- **Claudia RIVERA** (Mexique)
- **Yenisey RODRIGUEZ** (Mexique)

• **Présentation d'Almedio :**

Almedio est un pôle de professionnels (sociologues, formateurs, journalistes, graphistes, traducteurs...) qui travaillent à la construction d'intelligences collectives. Ils disposent d'une série d'instruments flexibles et adaptables à la réalité de chaque institution, de chaque métier, de chaque événement afin de collecter et de rendre systématique des connaissances pratiques et théoriques en fonction de priorités déterminées. Quelques-uns des principaux objectifs d'*Almedio* sont :

- **Construire une mémoire vive et collective de nos sociétés**, à travers l'utilisation intelligente d'une méthodologie de systématisation qui a comme élément principal la capture de la connaissance utile à l'action ;
- **Proposer des produits de communication de qualité**, favorisant une relation plus fluide et transparente entre entreprises, institutions et citoyens ;
- **Favoriser la promotion de méthodes et d'instruments participatifs** et efficaces qui puissent améliorer la capacité d'organisation des institutions et l'interaction entre les citoyens ;
- **Promouvoir une nouvelle perception** d'un monde qui avance au-delà de ses difficultés et de personnes qui parviennent à se transformer.

Almedio s'organise autour de trois pôles: une agence de **collecte de l'information**, un service de **capitalisation** de l'information, un service d'assistance technique et de **formation** en **administration de la connaissance** (*knowledge management*) et un secteur de **diffusion** et d'éditions **multimédia** (livres, CD-ROM, sites Internet).

Almedio

2, traverse Bausseque, 13002 Marseille, FRANCE
Norma 233, Maitencillo. Va Región, CHILI

- Vladimir UGARTE : vladimir.ugarte@almedio.fr
- Anne-Claire FOURGEAUD : acf@almedio.fr
- Eugène ZAPATA-GARESCHE : eugene.zapata@gmail.com



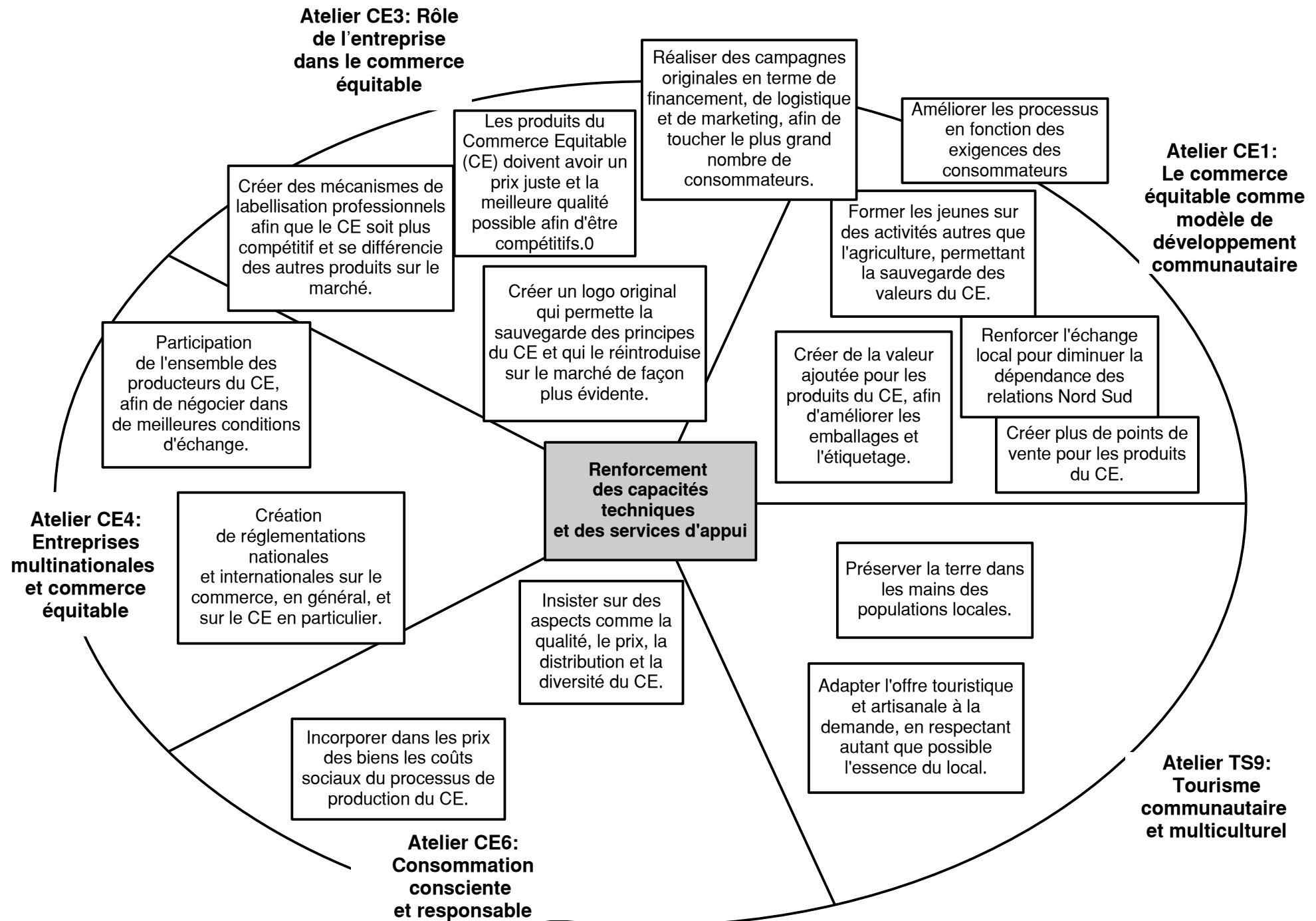
Fondation Charles Léopold Mayer
pour le Progrès de l'Homme

*La synthèse cartographique du FITS a été réalisée grâce à l'aimable soutien de la
Fondation Charles Léopold Mayer pour le Progrès de l'Homme (FPH, Suisse).*

Catégories thématiques pour la synthèse cartographique:

Avant le Forum de Chiapas, les organisateurs du FITS ont défini 9 grands thèmes communs au tourisme solidaire (TS) et au commerce équitable (CE). Ces 9 thèmes ont été réunis pour obtenir 5 grandes catégories qui serviront comme fonds de carte. Les catégories servent à classer les "constats" et les "propositions d'action" exprimées par l'ensemble des participants, en fonction des objectifs thématiques du FITS 2006.

Catégories de travail pour la synthèse cartographique du FITS 2006	RENFORCEMENT DES CAPACITÉS TECHNIQUES ET DES SERVICES D'APPUI	SENSIBILISACIÓN ET IMPLICACIÓN DE LA POPULACIÓN ET DES CONSOMMATEURS	ACTEURS, SYNÉRGIES ET MODALITÉS DE PARTENARIAT	DISPOSITIFS ÉCONOMIQUES ET FINANCIERS	TOURISME ET COMMERCE: AGIR DE MANIERE RESPONSABLE
Explication	Tous les constats et propositions qui se réfèrent au renforcement du projet local de tourisme solidaire et de commerce équitable et les services qui peuvent soutenir ce projet	Tous les constats et les propositions qui se réfèrent à la capacité d'intégrer ou de bénéficier les communautés locales ainsi que celles dirigées à informer et à promouvoir le TS/CE auprès du grand public	Tous les constats et les propositions qui se réfèrent à la capacité d'organiser et de structurer les acteurs du TS/CE ainsi que la mise en place de partenariats et de coopération entre ces acteurs	Tous les constats et les propositions qui se réfèrent à la promotion et à l'amélioration de l'accès aux sources de financements pour les projets de TS/CE	Tous les constats et les propositions qui se réfèrent aux objectifs éthiques, valeurs, missions, finalités du TS/CE et surtout celles qui prennent en compte une relation durable avec l'environnement, le territoire et la population
Correspondance avec les thèmes identifiés préalablement pour le FITS	Formation, contrôle de qualité, technologies de l'information, commercialisation, garanties, bonnes pratiques, labellisation, évaluation de projets, etc.	Education au développement, médias, formation citoyenne, etc.	Entreprises, réseaux nationaux, régionaux et internationaux, FITS, syndicats, gouvernements, pouvoirs locaux, ONU, etc.	Financements, secteur privé, micro-finances, subventions publiques, fonds éthiques, crédit, etc.	Projets socialement durables, territoire, environnement, responsabilité, solidarité, etc.



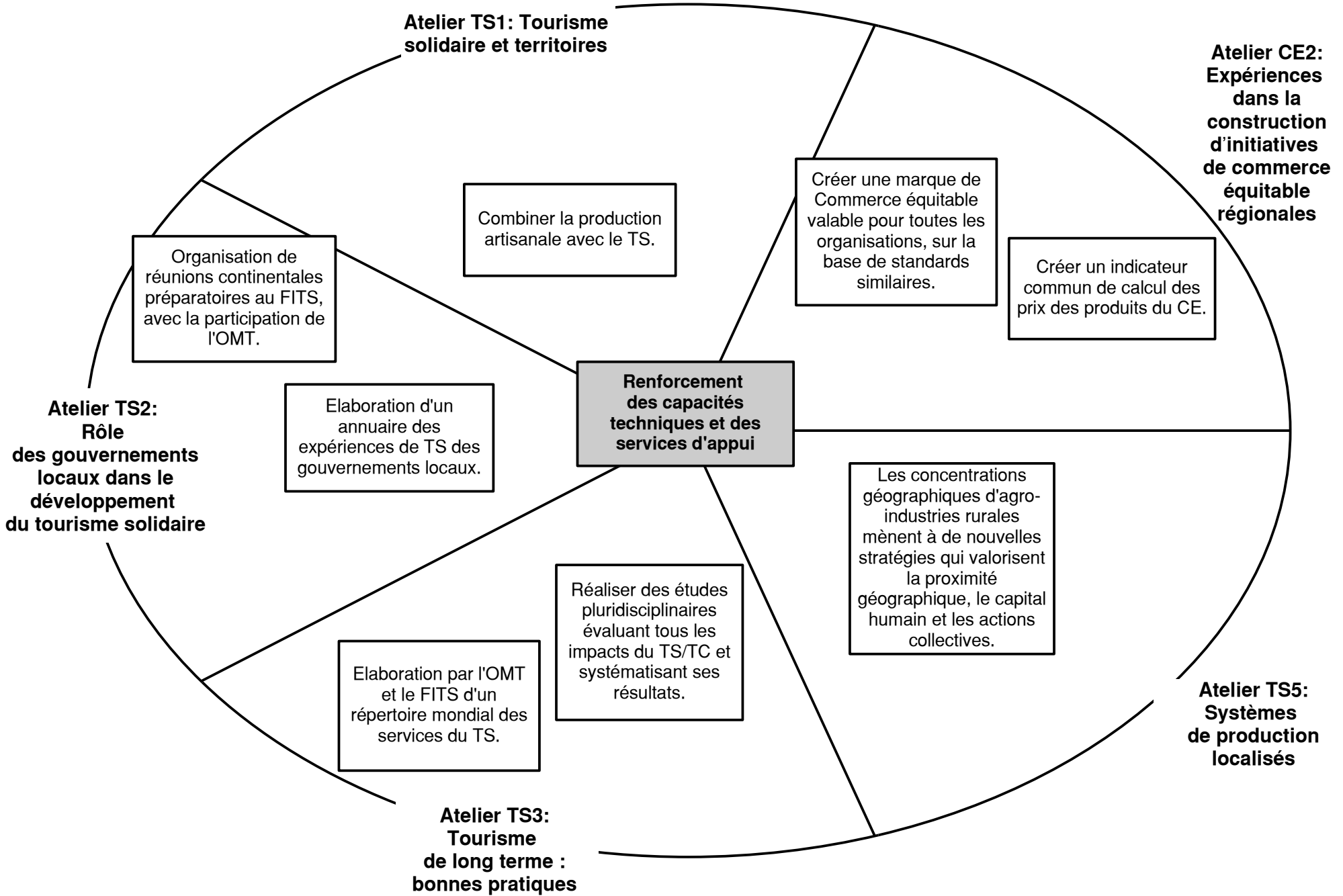


Table 2:
La mise en marché des produits et des services équitables

Table 1 :
Le financement du développement durable pour le tourisme et le commerce équitable

Table 3:
La normalisation du tourisme solidaire et du commerce équitable

Renforcement des capacités techniques et des services d'appui

Atelier TS7:
Renforcement des capacités: formation, appui aux organisations, assistance technique

Atelier TS4:
Technologies appropriées pour un développement local durable

Atelier TS6:
Réseaux, commercialisation et mise en marché

Articuler les pratiques du TS avec le CE.

Etendre la certification des produits agricoles du CE aux produits artisanaux.

Démarrer les projets de TS avec les organisations locales, en travaillant de l'intérieur vers l'extérieur.

Etendre la labellisation du CE aux produits non comestibles, textiles, artisanat et services.

Créer des architectures intégrées et durables qui bénéficient au-delà du tourisme à la communauté et aux autorités locales.

Moderniser les techniques traditionnelles de construction, tout en gardant comme priorité le bien-être de la communauté et le respect de l'environnement.

Recherche de réseaux alternatifs de commercialisation pour les projets de TS.

Créer un réseau, le plus étendu possible, de bureaux d'information sur le TS/TC.

Appuyer les institutions éducatives locales afin qu'elles offrent une assistance technique et des formations en développement durable aux autorités locales.

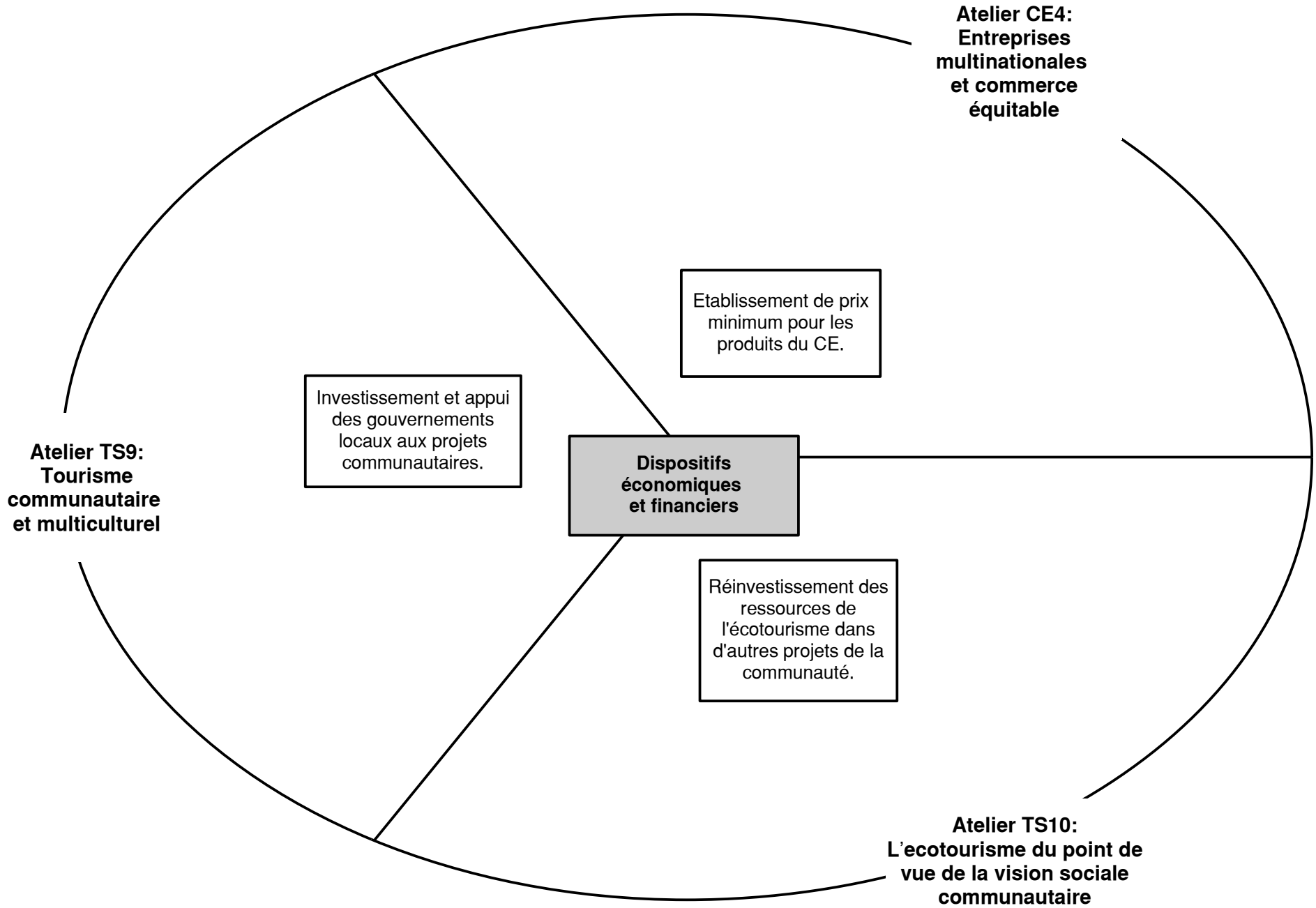
Réaliser plus d'études sur le TS permettant une meilleure connaissance des potentialités du marché.

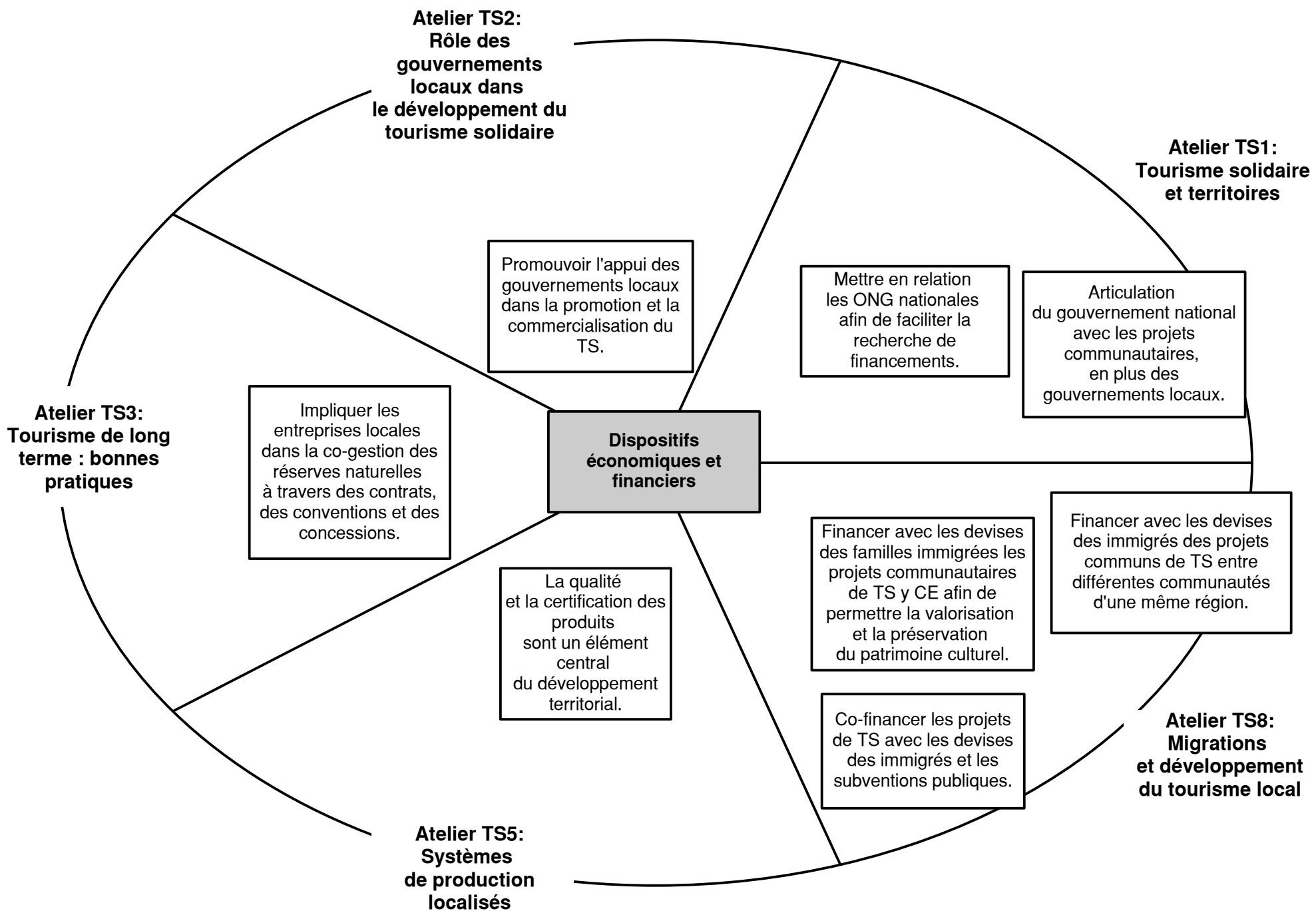
Identification des indicateurs de durabilité des projets de TS.

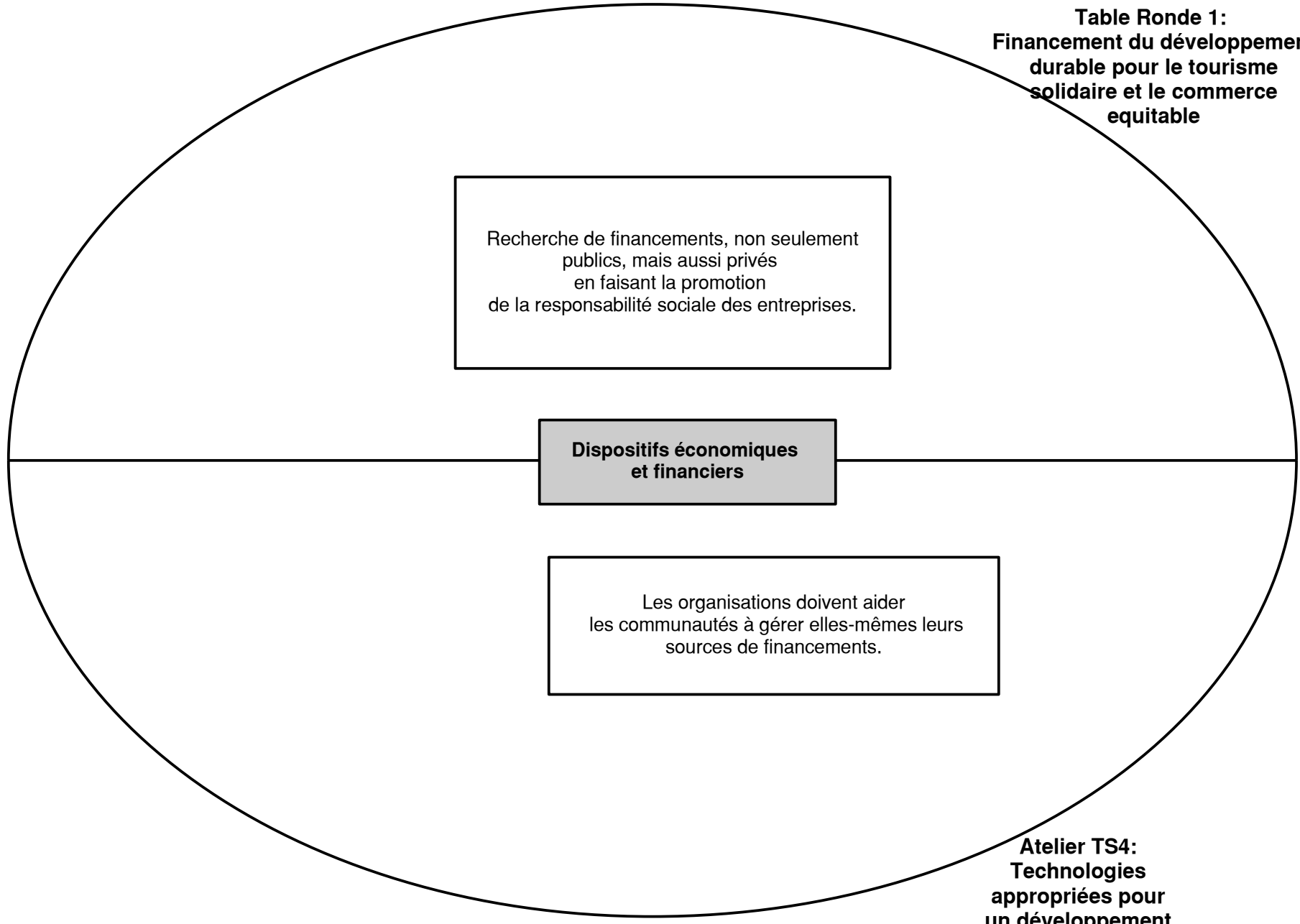
Créer des systèmes de réservation à travers l'internet pour le TS/TC.

Former un comité capable d'évaluer la viabilité des projets de TS.

Créer une marque collective de TS avec un label attribué par les organismes internationaux.







**Table Ronde 1:
Financement du développement durable pour le tourisme solidaire et le commerce équitable**

**Atelier TS4:
Technologies appropriées pour un développement local durable**

**Atelier CE5:
Le rôle des
gouvernements dans la
promotion du
commerce équitable**

Le gouvernement doit lui-même être consommateur de produits du CE avant de les promouvoir dans d'autres sphères.

Mettre en place des lois sur le CE pour cadrer ses activités et les mettre en relation avec un développement plus équilibré.

Promouvoir des initiatives gouvernementales qui favorisent les synergies entre le CE avec les autres mouvements non gouvernementaux.

Le gouvernement doit rendre visible le CE aux yeux des consommateurs, des entreprises et du secteur financier.

**Atelier CE3:
Rôle de
l'entreprise dans
le commerce
équitable**

Elaborer des accords à long terme entre petits producteurs agricoles et distributeurs.

**Acteurs, synergies et
modalités de partenariat**

Utiliser le pouvoir du consommateur comme outil de pression auprès des gouvernements et des entreprises, afin de générer des pratiques plus responsables.

Transformer le consommateur en acteur du CE.

Le CE doit satisfaire des besoins comme le plaisir, le bien-être et la convivialité afin d'être compétitif.

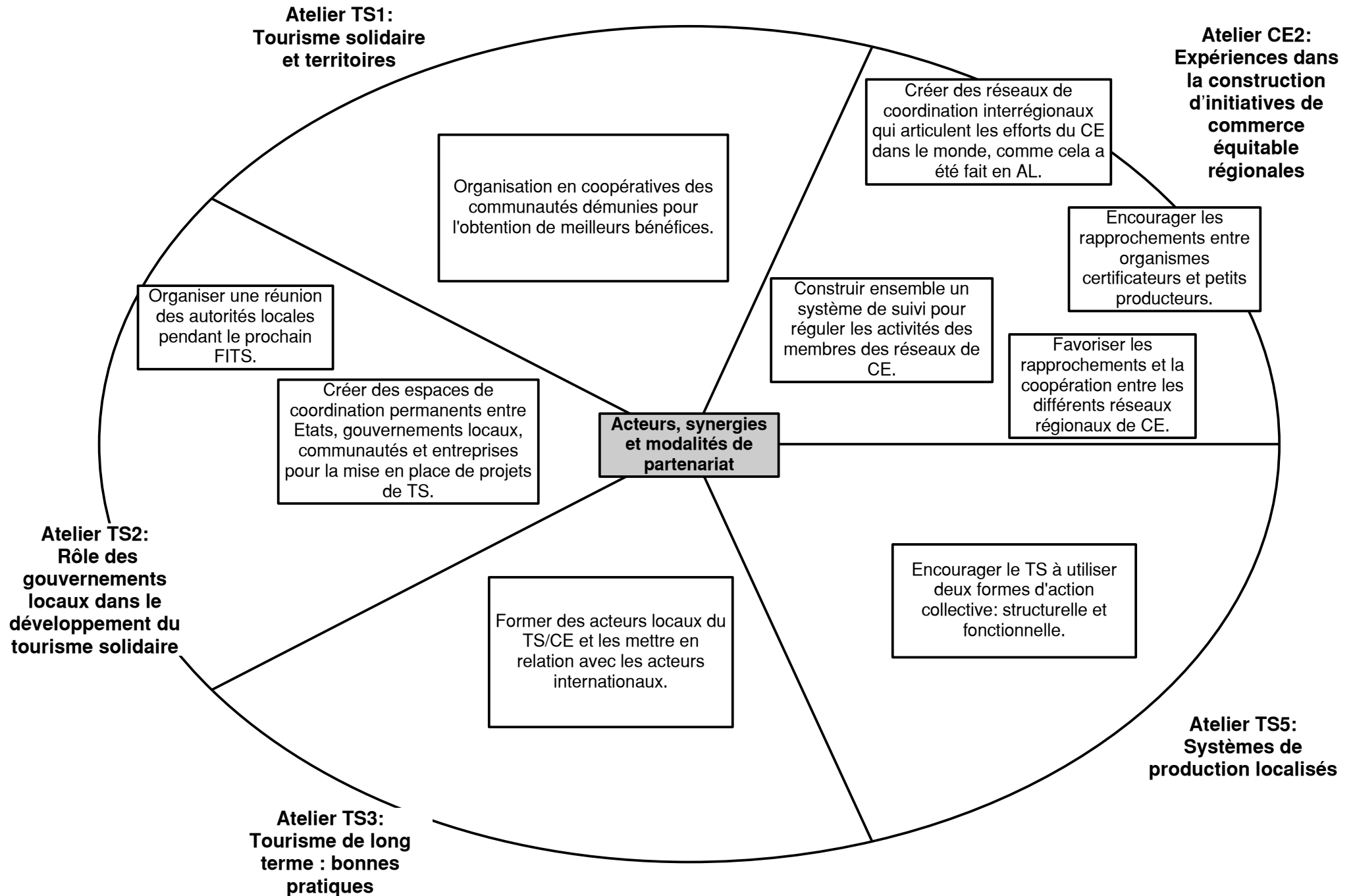
Favoriser la prise de conscience chez les jeunes consommateurs afin de les fidéliser au CE.

Défendre le TS avec un cadre juridique et des labels.

Coopérer sans concurrence entre communautés, travailler en réseaux, en cherchant l'appui des Etats.

**Atelier CE6:
Consommation
consciente et
responsable**

**Atelier TS9:
Tourisme
communautaire et
multiculturel**



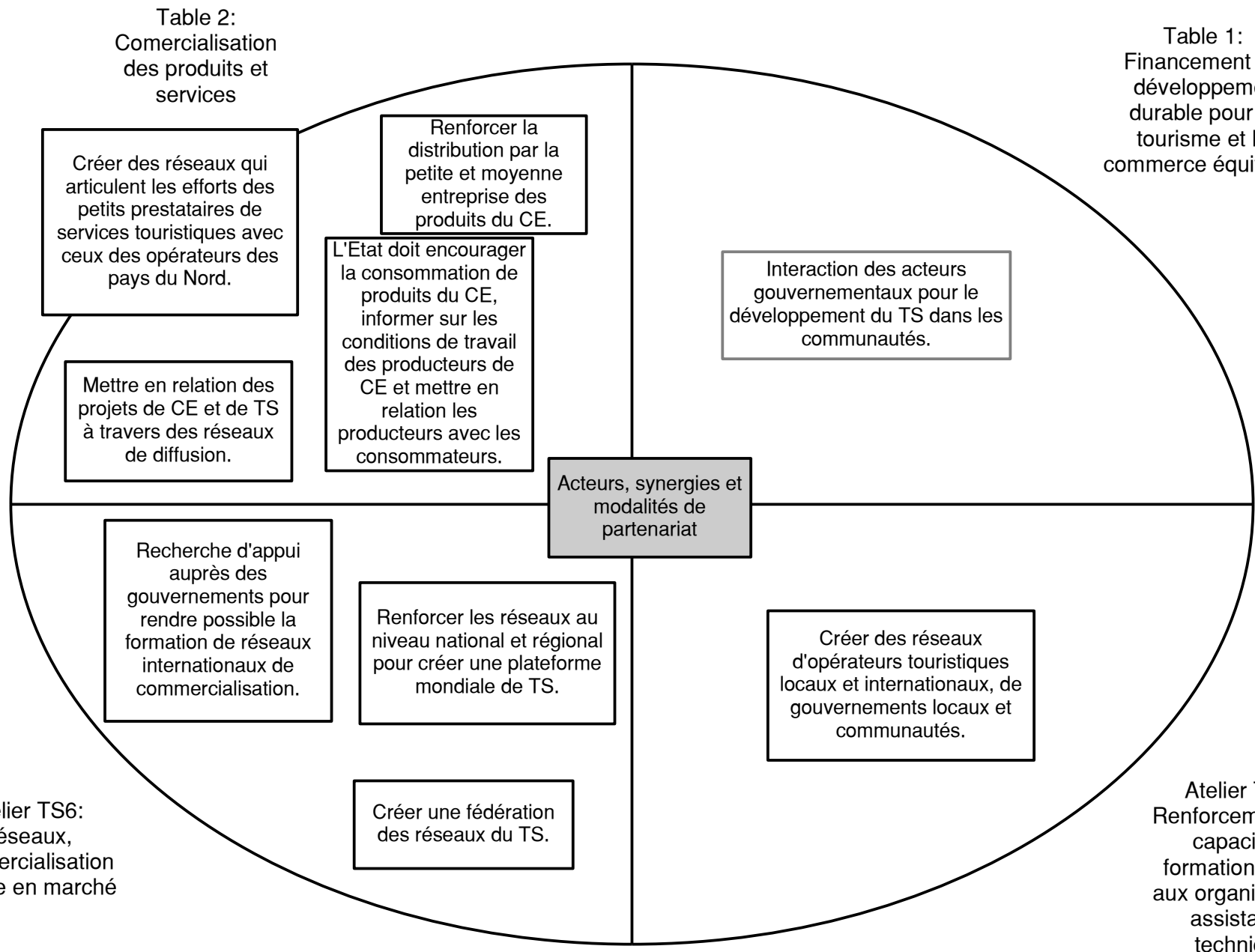


Table 2:
Comercialisation
des produits et
services

Table 1:
Financement du
développement
durable pour le
tourisme et le
commerce équitable

Créer des réseaux qui articulent les efforts des petits prestataires de services touristiques avec ceux des opérateurs des pays du Nord.

Renforcer la distribution par la petite et moyenne entreprise des produits du CE.

L'Etat doit encourager la consommation de produits du CE, informer sur les conditions de travail des producteurs de CE et mettre en relation les producteurs avec les consommateurs.

Interaction des acteurs gouvernementaux pour le développement du TS dans les communautés.

Mettre en relation des projets de CE et de TS à travers des réseaux de diffusion.

Acteurs, synergies et modalités de partenariat

Recherche d'appui auprès des gouvernements pour rendre possible la formation de réseaux internationaux de commercialisation.

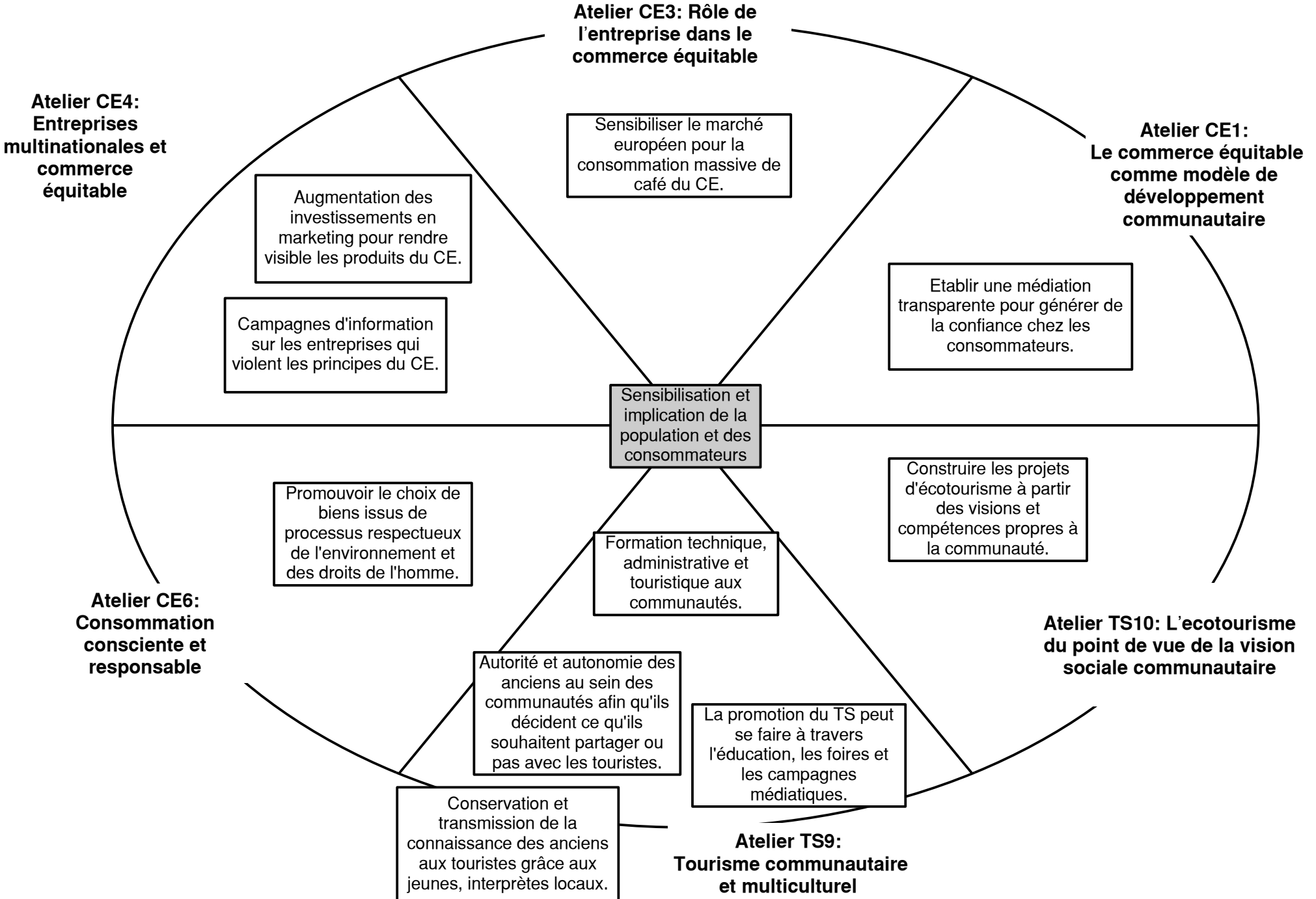
Renforcer les réseaux au niveau national et régional pour créer une plateforme mondiale de TS.

Créer des réseaux d'opérateurs touristiques locaux et internationaux, de gouvernements locaux et communautés.

Atelier TS6:
Réseaux,
commercialisation
et mise en marché

Créer une fédération des réseaux du TS.

Atelier TS7:
Renforcement des capacités:
formation, appui
aux organisations,
assistance
technique



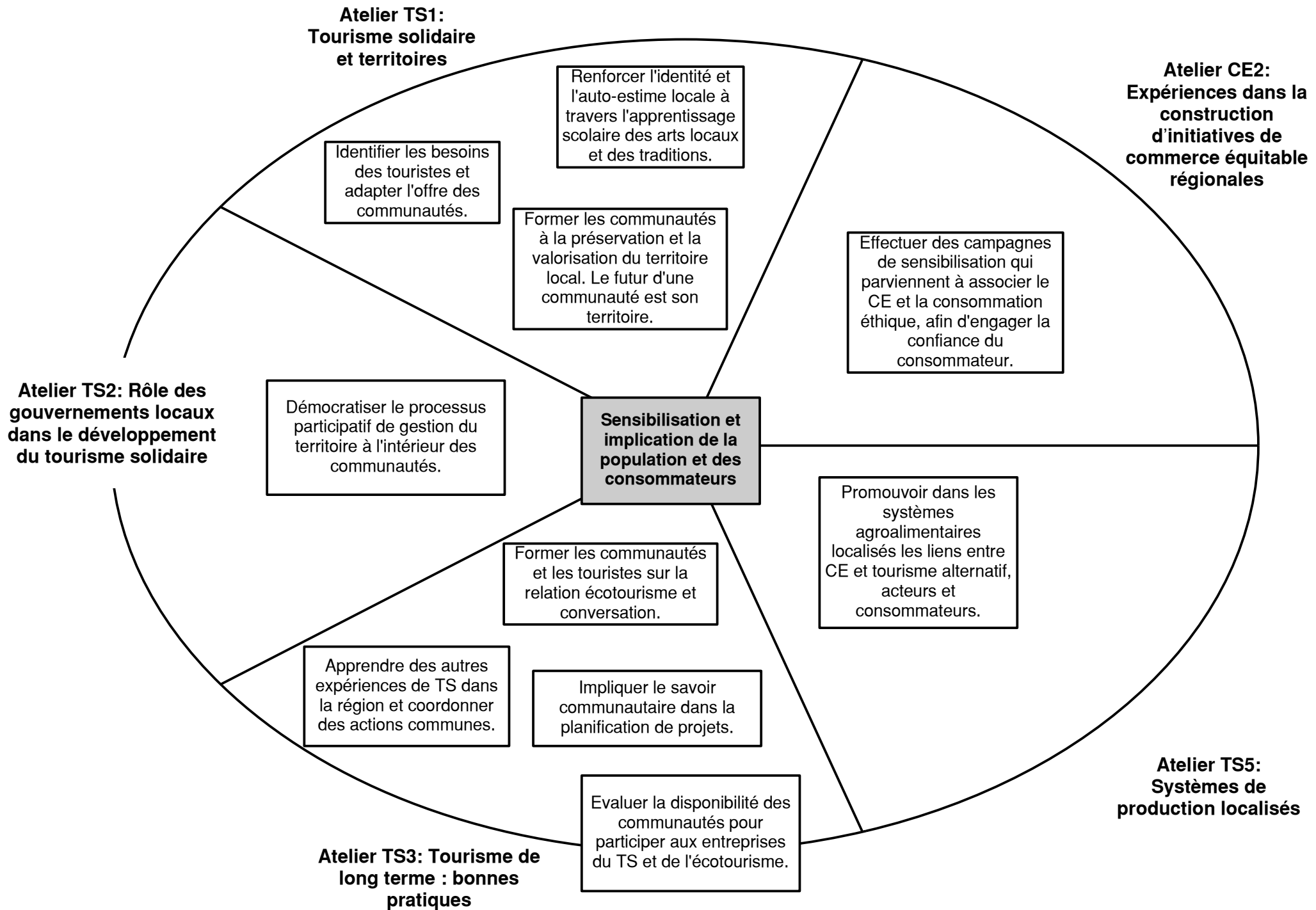


Table Ronde 2
Mise en marché des produits et des services équitables

Table Ronde 1
Financement du développement durable pour le tourisme et le commerce équitable

Il est possible de diffuser le CE à travers des campagnes éducatives mises en oeuvre par des groupes de volontaires.

Création par la coopération internationale de sites internet faisant la promotion des réseaux de TS.

Sensibilisation et implication de la population et des consommateurs

Focaliser le TS à destination d'un public sensibilisé et ayant un certain pouvoir d'achat.

Préciser le choix de commercialisation des communautés dans le cadre du TS/TC.

Eduquer le touriste afin qu'il choisisse les destinations touristiques du TS/TC et qu'il se comporte en accord avec sa philosophie.

Créer des écoles de formateurs spécialisés et des outils pédagogiques communs et adaptables au TS/TC.

Atelier TS6:
Réseaux, commercialisation et mise en marché

Atelier TS7:
Renforcement des capacités: formation, appui aux organisations, assistance technique

