



# RÉPONSE MANAGÉRIALE aux recommandations d'Ecores à la suite de l'évaluation externe de la Campagne Commune du Commerce Équitable d'Oxfam-Magasins du monde et Frères des Hommes— Programme DGD 2022-2026

## 1. Contexte de l'évaluation

L'évaluation visée par la présente réponse managériale s'inscrit dans le cadre des programmes quinquennaux (2022-2026) d'éducation à la citoyenneté mondiale et solidaire (ECMS) mis en œuvre respectivement par Oxfam-Magasins du monde (OMDM) et Frères des Hommes (FdH) et cofinancés par la Direction générale Coopération au développement et Aide humanitaire (DGD) du Service public Affaires étrangères, Commerce extérieur et Coopération au Développement.

Cette évaluation intermédiaire de la campagne « communes du commerce équitable » (CDCE) 2022-2026 avait pour objectif d'analyser et évaluer l'utilisation du titre par les communes et le processus d'accompagnement lié.

L'évaluation vise à formuler des recommandations concrètes, liées aux 6 critères, pour augmenter l'impact de la campagne 2027-2031. Elles s'adressent aux organisations chargées de la coordination de la campagne, au comité de pilotage des communes, aux mandataires et employé-es de la commune et aux équipes bénévoles d'OMDM.

Cette évaluation est une opportunité pour OMDM et FdH de faire évoluer la campagne, pour l'adapter aux enjeux actuels et aux comportements des consommateur·ices.

L'évaluation a fait l'objet d'un rapport final daté du 15 décembre 2025.

## 2. Commentaires généraux

Le travail réalisé par l'organisme évaluateur a été approfondi et a pleinement répondu aux attentes et exigences telles que formulées dans les termes des références qui encadraient ce processus d'évaluation.

L'évaluation est globalement très solide et crédible. Elle s'appuie sur une méthodologie sérieuse et variée, et propose un diagnostic honnête et réaliste de la campagne. Les difficultés sont clairement identifiées : essoufflement de certaines communes, gouvernance parfois fragile, dépendance au soutien politique, manque de ressources et communication peu lisible.

Les constats font bien écho aux réalités de terrain et les recommandations sont pertinentes et concrètes. Certaines d'entre elles entraînent des changements mineurs et d'autres des changements majeurs. En l'état actuel, la campagne CDCE possède de solides bases. Il s'agira donc d'identifier et de définir plusieurs actions (au regard des recommandations) réalistes avec une échéance tout autant réaliste, étalée sur plusieurs années afin de répondre aux réalités des partenaires et publics cibles de la campagne.

C'est une excellente base de réflexion et de transformation, qui demandera surtout un travail de simplification, de priorisation et de mise en œuvre concrète pour produire tout son impact.

## 2.1. Recommandations présentes dans le rapport

1. L'ADHESION A LA CAMPAGNE
  - 1.1. Outiller pour booster l'engagement des communes
  - 1.2. Valoriser et accompagner les communes
  - 1.3. Aligner les niveaux d'action (local, national, européen)
2. LA GOUVERNANCE
  - 2.1. Sensibiliser les politiques
  - 2.2. Proposer un cadre de gouvernance pour le comité de pilotage
  - 2.3. Activer les maillages entre les niveaux communal, provincial, régional et fédéral
3. LA NOTORIÉTÉ, LA COMMUNICATION
  - 3.1. Développer une stratégie de communication pour la campagne CDCE adaptée aux enjeux politiques et sociaux actuels
  - 3.2. Créer des outils adaptés et les diffuser
4. LES PARTENARIATS
  - 4.1. Etablir une stratégie et des outils spécifiquement adaptés aux partenaires à mobiliser
  - 4.2. Etablir une collaboration avec le Collège des Producteurs
  - 4.3. Valoriser les entreprises et les commerces pour leur engagement
  - 4.4. Susciter l'échange de pratiques
  - 4.5. Impliquer les universités et hautes écoles
  - 4.6. Fournir des outils prêts à l'emploi pour les professions de l'éducation

## 2.2. Trois catégories de recommandations

Nous avons fait le choix de catégoriser les recommandations de l'évaluateurs selon trois catégories :

### 1. Recommandations à implémenter d'ici la fin du programme 2022-2026

Ici sont reprises 3 recommandations qui peuvent être largement amorcées dans le courant de l'année 2026 car celles-ci sont déjà en cours de réflexion et font partie du travail quotidien de la coordination ; notamment l'accompagnement et la valorisation des communes au travers des bonnes pratiques et une clarification du fonctionnement d'un comité de pilotage.

### 2. Recommandations à implémenter dans le prochain programme 2027-2031

Cette catégorie concerne 9 recommandations. Ces recommandations reposent sur la création d'outils de communication, de sensibilisation, de mobilisation et d'accompagnement pour tous les publics et partenaires liés à la campagne CDCE. Ces recommandations participeront à celle liée au développement d'une stratégie de communication pour la campagne CDCE adaptée aux enjeux politiques et sociaux actuels. Cette stratégie pourra alors s'activer à différents niveaux d'actions d'un point de vue local et national faisant appel à de nouvelles collaborations

### 3. Recommandations qui ne sont pas adressées ici car nécessitent une réflexion plus globale de l'organisation ou concernent d'autres acteur·rices

Cette catégorie concerne 2 recommandations qui ne sont pas directement liées aux missions de la coordination CDCE. D'autres organisations et acteurs du territoire belge assurent un accompagnement du milieu scolaire, des Hautes Ecoles et Universités dans leur mission de sensibilisation au commerce équitable et ses principes.

## 1. Recommandations à implémenter d'ici la fin du programme 2022-2026

R1.2* : Valoriser et accompagner		
<p><b>Réponse managériale</b> : OMDM et FdH acceptent totalement la recommandation</p> <p>Le commerce équitable et donc le titre CDCE diminuent en popularité, il est donc nécessaire de travailler au niveau du terrain communal dans un 1<sup>er</sup> temps pour rendre le titre moteur de la durabilité dans les communes.</p> <p>Aussi au travers du Fair-ô-mètre (FOM), la coordination peut avoir un aperçu sur les partenaires actifs et les bonnes pratiques mais aussi sur les difficultés pour autant qu'elles soient clairement indiquées dans l'évaluation. Néanmoins les communes peuvent avoir l'impression que le FOM, très théorique, est peu valorisant en termes d'amélioration continue et d'effort fournis pour augmenter l'impact.</p>		
Actions clés	Responsabilité	Echéance
Valoriser l'évolution continue des communes titrées, tenant compte des spécificités de leur territoire en les visibilisant (témoignages, évènements...). Le Fair-ô-mètre est un outil à améliorer pour le rendre plus flexible par rapport aux réalités de terrain. En 2026, valorisation via les outils existants (le site, via des publications sur les RS, via les médias, via les rencontres et échanges CDCE, via le FOM... Ou alors via des concours comme les Fair Trade Awards en Wallonie et à Bruxelles).	Coordination CDCE	Déjà en cours et à améliorer pour 2026. Pour le prochain programme, envisager d'autres moyens de valorisation
Solliciter des jeunes ambassadeur-ices, pour dynamiser la campagne sur le territoire. Pour le programme 2027-2031 : demander de l'inspiration à Bianca chez FTB et FG avec leur groupe de jeunes ambassadeurs (méthodologie, discours...)	Coordination CDCE, équipe mouvement OMDM	Programme 2027-2031
Accompagner les communes en perte de vitesse : identifier les difficultés, outiller, susciter l'entraide/ les synergies entre communes.	Coordination CDCE	Déjà en cours et à améliorer pour 2026

R2.2* : Proposer un cadre de gouvernance pour le comité de pilotage		
<p><b>Réponse managériale</b> : OMDM et FdH acceptent totalement la recommandation</p> <p>Bien que des outils et supports existent déjà, une clarification du fonctionnement d'un comité de pilotage est nécessaire. Les missions et rôles des membres méritent d'être plus détaillés et supportés par des dispositifs décisionnels et des outils de communication. La recommandation se base aussi sur le constat d'un manque de « <i>mécanisme de gouvernance clair pour assurer le relai et la pérennité des actions</i> ».</p>		
Actions clés	Responsabilité	Echéance
Fixer le mode de fonctionnement d'un COPIL via une charte (mission, engagement des membres, processus de décision, fréquence et organisation des réunions, processus de recrutement et diversité des membres...)	Coordination CDCE	Préparation de la charte en 2026 et diffusion au prochain programme 2027-2031

Veiller à la diversité des acteurs selon les spécificités du territoire = rôle du COPIL mais la coordination peut prodiguer des conseils, outils de rassemblement, argumentaires...	Coordination CDCE	A prévoir dans le prochain programme avec une préparation en 2026
Proposer un guide de bonnes pratiques pour constituer le COPIL et le pérenniser. Déjà en cours pour 2026 avec les rencontres CDCE mais à diffuser et à visibiliser. Le fond est déjà présent mais il faut mettre en forme. Importance de rendre ce guide pratique, intuitif et didactique aussi.	Coordination CDCE	Déjà en cours pour 2026 avec les rencontres CDCE mais à diffuser et à visibiliser.
Prévoir des sessions d'échange d'expériences sur le thème des bonnes pratiques entre communes → Rencontres inter-CoPil / webinaires thématiques. Déjà en cours pour 2026 avec les rencontres mensuelles qui en prévoient une sur le COPIL et son fonctionnement. Capitalisation et visualisation en cours pour donner suite aux rencontres provinciales de 2025. A imputer sur le site CDCE, avec une fonction filtrante, une fonction recherche, un visuel attractif et des informations complètes et pertinentes	Coordination CDCE	Déjà en cours + 1 webinaire (2h) thématique par mois en 2026
Valoriser d'avantage la gouvernance locale participative (soutien logistique, communication) pour impliquer activement les citoyens = rôle du COPIL mais la coordination peut prodiguer des conseils, outils de rassemblement, argumentaires...	Coordination CDCE	A prévoir dans le prochain programme avec une préparation en 2026

#### R4.2\* : Etablir une collaboration avec le Collège des Producteurs

**Réponse managériale :** OMDM et FdH acceptent partiellement la recommandation

La coordination travaille déjà en collaboration avec le Collège des Producteurs au niveau régional pour « Faire de la Région Wallonne une région du commerce équitable ». Nous travaillons principalement avec le coordinateur du label « Prix Juste Producteurs » que nous mettons déjà en avant dans la campagne CDCE. Ce label nécessite encore de s'épandre et de trouver des produits et producteur.rices qui répondent au cahier des charges.

Quand c'est possible nous participons aussi aux divers évènements proposés par le Collège des producteurs.

Une collaboration plus importante nécessiterait d'autres aménagements en termes de communication, dans les critères CDCE, dans l'implication de la coordination CDCE au sein du collège. Cependant les ressources humaines actuelles ne permettent pas une telle implication.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
Mise en avant du label « Prix Juste Producteurs » dans la campagne CDCE au travers : <ul style="list-style-type: none"> <li>- d'une communication sur le site et les réseaux sociaux</li> <li>- d'un webinaire de formation sur le label pour les communes, administrations et partenaires locaux</li> <li>- de l'intégration du label dans les dossiers de candidatures</li> </ul>	Coordination CDCE	Action à renforcer en 2026

## 2. Recommandations à implémenter dans le prochain programme 2027-2031

R1.1* : Outiller pour booster l'engagement des communes		
<p><b>Réponse managériale :</b> OMDM et FdH acceptent totalement la recommandation.</p> <p>La campagne CDCE stagne actuellement au niveau du nombre de communes titrées. Il y a une baisse de motivation à adhérer à la campagne du commerce équitable et un essoufflement de la mobilisation des acteurs du territoire.</p> <p>Le manque de ressources pour assurer la coordination de la campagne dans les communes, la difficulté de convaincre et l'engagement isolé tendent à fatiguer le dynamisme local.</p> <p>Au regard des échanges ponctuels avec certaines personnes ressources et les constats de l'évaluation, il apparaît clairement que proposer des outils facilitateurs d'engagement et des méthodes optimisées de mobilisation seraient utiles pour les communes titrées et celles en devenir.</p>		
Actions clés	Responsabilité	Echéance
Rendre la campagne accessible et attractive pour toutes les communes (tailles, territoire urbain ou rural, âge moyen, situation socio-professionnelle des habitants...) via des outils de communication adaptés	Coordination CDCE	Déjà en cours et à améliorer dans le programme 2027-2031
Avoir d'avantage d'outils « clé sur porte » pour assurer la mobilisation (animateurs locaux formés, kit de sensibilisation selon formats adaptés aux besoins de divers publics-cibles /partenaires). Optimiser la diffusion des outils de communication.	Coordination CDCE	Imagination et préparation des outils en 2027-2031
Renforcer l'échange de bonnes pratiques : parrainage, soutien mutuel entre communes.	Coordination CDCE	En cours, à renforcer dans le prochain programme
Proposer des formations/conférences thématiques aux partenaires, à relier à l'actualité, à leur activité professionnelle. En 2026, la coordination peut s'activer en tant que facilitateur, pour proposer un catalogue de formations existantes, saisir une opportunité chez un partenaire ou acteur du CE, ou une thématique liée aux principes du CE. CDCE peut aussi faire une formation ou une conférence mais voir la temporalité et la fréquence (déjà fait avec les rencontres annuelles CDCE)	Coordination CDCE + service campagne OMDM	Mise en action au prochain programme 2027-2031

R1.3* : Aligner les niveaux d'action (local, national, européen)		
<p><b>Réponse managériale :</b> OMDM et FdH acceptent partiellement la recommandation</p> <p>La coordination CDCE s'implique, avec d'autres acteurs du commerce équitable en Belgique, dans différentes campagnes de labellisation au niveau régional et national. Deux plateformes régionales du commerce équitable se sont constituées en Wallonie et à Bruxelles pour répondre aux besoins d'échange des communes et pour les impliquer dans le processus de labellisation des Régions notamment.</p>		

Ces plateformes mériteraient d'être plus organisées et impactantes pour faire avancer la question du commerce équitable à ces niveaux de pouvoirs.

En revanche, l'alignement au niveau européen ne pourra pas être pris en charge par la coordination CDCE car cela nécessite du temps, des ressources humaines et des compétences indisponibles. Aussi d'autres organismes et organisations prennent ces questions en charge. Il sera, par contre, toujours utile de rappeler la place des communes dans ses discussions.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
Organiser un réseau structuré aux niveaux local, régional, national et européen = via les campagnes régionales, les plateformes du CE à Bruxelles et en Wallonie (à relancer). Mais aussi via les rencontres annuelles des CDCE.	Coordination CDCE	Moyen à définir et à développer pour le programme 2027-2031
Stimuler le levier d'achat public = via les campagnes régionales, via des formations avec les administrations régionales (SPRB, SPW...).	Coordination CDCE et acteurs du CE partenaires	A continuer en 2026 et à intégrer spécifiquement dans le programme 2027-2031

### R2.1\* : Sensibiliser les politiques

**Réponse managériale :** OMDM et FdH acceptent totalement la recommandation

Le soutien politique a un impact considérable sur la qualité du titre au sein d'une commune. La coordination bénéficie de nombreux contacts politiques pour toute la fédération Wallonie-Bruxelles. Ceux-ci sont régulièrement invités aux différents événements liés à la campagne. Cependant la coordination n'a pas prévu jusqu'à présent, de temps ou d'outils de mobilisation spécifiquement dédiés aux élus locaux.

Par ailleurs, dans les communes, le CE est perçu soit comme un langage fédérateur entre les différentes dynamiques communales ou au contraire le CE est laissé à la seule priorité du commerce local. Or la première vision est celle qui peut garantir une continuité institutionnelle face aux différents enjeux d'une commune.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
Développer des outils de communication et des ateliers pour informer, sensibiliser et mobiliser les nouveaux/nouvelles élus-es.	Coordination CDCE	Préparation et diffusion pour le programme 2027-2031
Valoriser une perception transversale du commerce équitable, qui suscite le dialogue et la perméabilité entre différents échelons. Proposer une liste des échelons et compétences des élus locaux liée aux principes du CE pour montrer l'intérêt, la pertinence --> facilitation d'avancer ensemble	Coordination CDCE	Déjà en cours dans les dialogues. A formaliser et développer pour le programme 2027-2031

### R2.3\* : Activer les maillages entre les niveaux communal, provincial, régional et fédéral

**Réponse managériale :** OMDM et FdH acceptent partiellement la recommandation

Deux plateformes régionales du commerce équitable ont été installées depuis 2021 en collaboration avec le TDC-Enabel entres autres. La viabilité de ces plateformes nécessiterait une implication plus importante de tous les partenaires pour les rendre efficaces et pertinentes aux yeux des communes et des régions.

Bien que la recommandation soit tout à fait pertinente, assurer les synergies entre tous les niveaux de pouvoir en matière de commerce équitable est une mission qui se suffirait presque à elle-même. La coordination en l'état actuel, ne peut pas assurer un tel suivi et un tel niveau de connaissance sur l'organisation politique belge en matière de commerce équitable. D'autres organisations actives dans le commerce équitable assurent déjà le plaidoyer auprès des élu.es et leurs cabinets. La coordination peut néanmoins, intégrer des maillages existants, assurer une diffusion claire, faire remonter les expériences locales et assister aux différentes rencontres de la société civile avec les représentant.es politiques.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
Assurer des synergies entre politiques locales – culture, social, environnement, commerces (actions, évènements)	Coordination CDCE	Pour le prochain programme 2027-2031
Assurer la complémentarité et la cohérence des actions menées : engagement en faveur du CE via les différents niveaux de pouvoir, instances fédérales, régionale et provinciales soutenantes pour l'action des communes...	Coordination CDCE	Pour le prochain programme 2027-2031

### R3.1\* : Développer une stratégie de communication pour la campagne CDCE adaptée aux enjeux politiques et sociaux actuels

**Réponse managériale** : OMDM et FdH acceptent totalement la recommandation

Actuellement la campagne CDCE ne bénéficie pas d'une stratégie de communication à proprement parlé. Chaque année un plan d'actions et de mission est défini par la coordination pour assurer un agenda de présence de la campagne tout au long de l'année. Or, ajouter à ce plan, une stratégie de communication précise et détaillée, cela contribuerait à assurer une base solide de sensibilisation, la pérennité des CDCE et une adaptabilité en fonction de l'actualité. Cela pourrait aussi faciliter la création de contenu, l'appel à action ainsi que la mise en œuvre d'un calendrier de mobilisation annuelle avec l'utilisation des canaux de communication connus et existants. Cette stratégie et les actions qui en découlent pourront aussi être partagées aux organisations partenaires pour assurer une diffusion large de la campagne CDCE.

La coordination est consciente qu'une stratégie de communication de la campagne est indispensable pour pérenniser l'engagement des communes et des partenaires.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
Adapter les messages pour un large public, sur des valeurs universelles (économie locale, équité, durabilité...).	Coordination CDCE	Action à prévoir dans le programme 2027-2031
Moderniser l'image du CE, pour sensibiliser davantage les jeunes = Action très intéressante mais qui demande une réflexion approfondie sur le fond, la forme, la manière de diffuser, les supports...	Coordination CDCE et service communication OMDM + service EduAction	Imputations d'idées dans les supports de communication en 2026

Des idées dans la communication peuvent être utilisées en 2026 mais pour que cela soit "structurel" il est nécessaire de mettre du temps et de l'argent. Donc cette action/recommandation est irréalisable pour le moment		
Identifier les outils à développer en priorité pour mobiliser les publics cibles susceptibles de dynamiser la campagne et en assurer le relai sur le territoire	Coordination CDCE	Action à prévoir dans le programme 2027-2031
Outils et accompagner les acteurs relais susceptibles de mobiliser les jeunes. Action à prévoir dans le prochain programme avec le département mouvement d'OMDM afin que cela devienne une fonction à part entière dans l'appel aux bénévoles. Construction d'une fonction, d'un outil de sensibilisation, d'un espace de rencontre entre les bénévoles concernés...	Coordination CDCE	Action à prévoir dans le prochain programme 2027-2031
Développer une communication didactique et valoriser la diversité des produits.	Coordination CDCE	Action à prévoir dans le programme 2027-2031
Valoriser l'engagement des partenaires en les visibilisant (témoignages, événements...). En 2026, valorisation via les outils existants (le site, via des publications sur les RS, via les médias, via les rencontres et échanges CDCE, via le FOM... Ou alors via des concours comme les Fair Trade Awards en Wallonie et à Bruxelles).		Valorisation de l'existant en 2026 et réflexion sur d'autres moyens dans le prochain programme
Outils les communes pour leur communication interne et pour renforcer la cohésion entre partenaires		A prévoir dans le programme 2027-2031

R3.2\* : Créer des outils adaptés et les diffuser

R4.1\* : Etablir une stratégie et des outils spécifiquement adaptés aux partenaires à mobiliser

**Réponse managériale** : OMDM et FdH acceptent totalement les recommandations

Au vu de l'évaluation et des différentes rencontres/opérations déjà menées par la coordination, il y a clairement un besoin de clarté sur le concept et ses actions. Que ce soit sur la perception et la visibilité du titre, la connaissance des critères, les outils de communication etc., il est important d'adapter le message pour toutes et tous. La particularité de cette campagne CDCE c'est qu'elle touche et concerne toute la population confondue (âge, profession, statut social, langues...). Pour faire du « lobbying », la mobilisation des partenaires et des politiques demande une série d'outils argumentaires spécifiques et thématiques.

Bien qu'il existe déjà de nombreux outils mis à disposition, il y a un souci de visibilité, un manque de simplification et un besoin de modernité.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
Mutualiser et faire l'inventaire des outils gratuits existants et des témoignages liés à leur utilisation	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031

Développer des kits de communication (matériel visuel, conseils, exemples de bonnes pratiques, témoignages inspirants, vidéos...) pour les évènements et pour la mobilisation par public-cible (commerces, horeca, politiques...)	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031
Organiser des ateliers thématiques de communication pour le comité de pilotage et les partenaires afin de : Rappeler des outils de communication existants, le contexte de leur utilisation, et cerner les besoins complémentaires. Déjà en cours pour 2026 avec les rencontres mensuelles qui en prévoient une sur les outils existants.	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031
Prévoir des fiches d'argumentaire pour convaincre avec des animations pour apprendre à argumenter face aux potentiels partenaires (présentation de fiches, jeux de rôles...)	Coordination CDCE et service campagne + service EduAction	A prévoir dans le programme 2027-2031
Développer d'avantage les partenariats avec les médias locaux pour assurer un relai de sensibilisation. Valoriser les actions menées par les citoyen.nes par des témoignages et reportages	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031.
Identifier les freins des partenaires potentiels et établir une stratégie de mobilisation (partenaires commerciaux, institutionnels et associatifs).	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031
Outils des ambassadeurs pour la mobilisation des partenaires (ateliers de communication, argumentaires, outils de communication...)	Coordination CDCE et service communication OMDM + service EduAction ?	A prévoir dans le programme 2027-2031
Identifier les partenaires moins classiques, qui peuvent contribuer à la campagne à leur échelle et avoir un effet d'influence (établir une cartographie du territoire).	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031
Assurer des actions mutualisées entre partenaires, pour dynamiser la communication : valoriser un engagement collectif, déployer des évènements communs (parcours commercial, rallye dinatoire...).	Coordination CDCE	A prévoir dans le programme 2027-2031

#### R4.3\* : Valoriser les entreprises et les commerces pour leur engagement

**Réponse managériale :** OMDM et FdH acceptent partiellement la recommandation

La coordination a pour mission de valoriser les partenaires locaux des communes titrées notamment avec de la visibilité numérique, du matériel et des outils de communication etc. et ce par l'intermédiaire des communes et comités de pilotage. Avec les résultats de l'évaluation et les propres expériences de la coordination, cette mission n'est pas totalement remplie. Nous manquons d'outils adaptés et la mise à jour des partenaires sur le site est énergivore. Cependant, avec les recommandations précédentes dont celle de l'adaptabilité des outils de communication à tous les partenaires de la campagne, la coordination répondra en partie à cette recommandation de valorisation.

En revanche les communes sont tenues à valoriser les entreprises et commerces locaux pour leur engagement. Cela peut se faire au travers d'actions, d'évènement ou d'une visibilité dans leurs canaux de communication.

La coordination a alors pour mission d'aider les communes, à trouver des idées, que celles-ci peuvent mettre en œuvre en fonction de leur réalité communale et territoriale.

Actions clés	Responsabilité	Echéance
<p>Outiller les comités de pilotage de pratiques inspirantes pour que la valorisation soit faite au niveau local par les acteurs locaux (circuits touristiques, visites guidées, lien avec les Eco-Team des entreprises...).</p> <p>La coordination n'exclue pas l'idée de fédérer une fois toutes ces initiatives locales pour créer un évènement rassembleur sous une même narration liée à la campagne CDCE.</p>	<p>Coordination CDCE, avec les communes, les Copil, et partenaires intéressés</p>	<p>Prochain programme 2027-2031</p>

#### R4.4\* : Susciter l'échange de pratiques entre partenaires

**Réponse managériale :** OMDM et FdH acceptent partiellement la recommandation

Cette recommandation est reprise dans plusieurs actions liées aux recommandations précédentes (1.1, 1.2, 2.2 et 3.2). La coordination n'a pas directement de contact avec tous les partenaires locaux des communes, même si une liste existe, nous ne contactons pas directement les partenaires et il n'y a pas de suivi sur leurs propres actions locales si les communes ne nous les communiquent pas.

La coordination pourrait alors sensibiliser les COPIIL sur leur rôle en matière de stimulation d'échange de pratiques entre partenaires et à nouveau insuffler des idées/partager des pratiques inspirantes pour soutenir les COPIIL dans cette mission (*cfr recommandations 1.1 et 2.2 avec leurs actions respectives*).

Actions clés	Responsabilité	Echéance
<p>Valoriser les partenariats existants via des témoignages inspirants, vidéos courtes</p>	<p>Coordination CDCE avec les communes</p>	<p>Prochain programme 2027-2031</p>
<p>Constituer un catalogue d'actions à mener par les partenaires</p>	<p>Coordination CDCE</p>	<p>Prochain programme 2027-2031</p>

### 3. Recommandations qui ne sont pas adressées ici car nécessitent une réflexion plus globale de l'organisation ou concernent d'autres acteur·rices

#### R4.5\* : Impliquer les universités et hautes écoles

**Réponse managériale :** OMDM et FdH n'acceptent pas la recommandation

Les Universités et Hautes écoles peuvent déjà entrer dans la campagne au travers des communes et leurs administrations ou via la campagne Fair Trade School Universities coordonnée par la Fédération Belge du Commerce Equitable.

Aussi les ressources humaines actuelles ne permettent pas une telle implication.

#### R4.6\* : Fournir des outils prêts à l'emploi pour les professions de l'éducation

**Réponse managériale :** OMDM et FdH n'acceptent pas la recommandation

De nombreux acteurs belges liés directement au commerce équitable ou à l'un de ses principes proposent déjà des outils prêts à l'emploi pour les professionnels de l'éducation. Le rôle de la coordination est d'en faire la promotion via une communication régulière, un catalogue ou encore un guide. Cette mission est déjà reprise dans plusieurs recommandations de l'évaluation.