



**PLAN DE COMMUNICATION**

**PLAN INTERSECTORIEL A MOYEN TERME (PIMT)  
DE L'AIDE POUR LE COMMERCE**

**Janvier 2016**

## CONTEXTE ET JUSTIFICATION DE L'ELABORATION DU PLAN DE COMMUNICATION

Haïti figure sur une liste des Nations unies, regroupant les pays qui sont les moins développés de la planète sur le plan socio-économique. Cette classification effectuée, sur la base de critères liés, entre autres : au niveau de pauvreté, à l'insuffisance de ressources humaines et au manque de diversification économique, a permis de dénombrer, sous le vocable de pays moins avancés (PMA), un certain nombre d'états dont quarante-huit sont aujourd'hui bénéficiaires du programme cadre intégré renforcé (CIR) d'assistance technique liée au commerce. Selon la cartographie de ces pays: 33 d'entre eux se trouvent en Afrique, 14 en Asie-Pacifique et 1 en Amérique (Haïti).

Le constat dressé de la situation d'Haïti est celui d'un pays dont la capacité à faire du commerce est relativement faible. En effet, Haïti ne produit pas suffisamment et le peu qu'elle génère n'est pas suffisamment élaboré. Cette situation appelle dans certain cas à une prise en charge effective de la production. C'est le cas, par exemple, de la mangue qui, en l'absence de vergers et de plantations dignes du nom, n'est pas produite mais juste récoltée. Elle requiert, dans d'autres cas, un renforcement ou diversification de la base de production et d'exportation ou, plus généralement, une meilleure élaboration des produits à l'effet d'y ajouter davantage de valeurs. A titre d'illustration, il y a lieu de relever l'exemple de la filière textile-habillement qui, confinée à l'assemblage de réexportation, ne tire pas suffisamment de profit du potentiel de croissance de la chaîne des valeurs. Autant d'aspects considérés dans l'étude diagnostique sur l'intégration du commerce (EDIC) et qui sont pris en compte par le Plan intersectoriel à moyen terme (PIMT) de l'aide pour le commerce. Ces questions valorisées par l'EDIC ont tour à tour servi à mobiliser les parties prenantes autour des priorités de leurs secteurs respectifs et à les mutualiser dans le réseau intersectoriel et interactif ayant contribué à la préparation du PIMT.

L'EDIC identifie à l'intérieur de chaque secteur porteur les activités à haut potentiel d'exportation ainsi que les contraintes (transversales et spécifiques) à leur croissance et compétitivité. De même, elle consigne dans sa matrice d'actions un ensemble d'actions prioritaires qui prennent corps subséquentment dans le PIMT, sous forme de projets ou de programmes dont la réalisation est envisagée avec l'appui des partenaires techniques et financiers (PTFs) d'Haïti.

Le PIMT met en cohérence les priorités commerciales identifiées par la matrice de l'EDIC avec les politiques sectorielles et les grandes orientations du plan stratégique de développement d'Haïti (PSDH). Il s'articule autour de trois (3) piliers, à savoir :

1. **l'aménagement d'un environnement propice au commerce** qui regroupe des programmes ou projets à caractère transversal, c'est-à-dire susceptibles d'impacter, dans un sens ou dans l'autre, les secteurs ou filières porteurs ;
2. **l'appui à l'investissement privé** qui s'inscrit dans une optique de protection des produits phares d'Haïti, de production et de partage de réflexions de nature à impulser l'offre de la filière textile-habillement au double plan quantitatif et qualitatif, d'augmentation de la capacité énergétique du pays et d'application de politiques publiques d'accompagnement technique et de conseils aux PME touristiques et services associés ; et
3. **le soutien aux secteurs/filières porteurs de l'EDIC** qui prévoit des programmes ou projets, portant notamment sur la valorisation des ressources minérales et l'augmentation de la capacité énergétique du pays, la libération des aires agricoles aujourd'hui enclavées par la construction de nouvelles pistes agricoles ou la réhabilitation de celles qui sont endommagées et la mise en place d'une plateforme agro-logistique destinée à améliorer les chaînes d'approvisionnement des marchandises agricoles périssables.

Le PIMT a pour finalité de créer un environnement propice à l'investissement privé et capable d'apporter des réponses viables aux contraintes qui affectent la croissance et la compétitivité des secteurs/filières porteurs de l'EDIC. Cependant, le document ne peut se vendre tout seul. Il a besoin pour susciter l'intérêt des parties prenantes clés d'être assorti d'un plan de communication adapté, c'est-à-dire avec des objectifs clairement définis, des publics cibles bien identifiés, des messages pertinents, sans compter des vecteurs de promotion et de vulgarisation adaptés. L'intérêt de ce plan de communication est de rendre plus visibles les trois piliers du PIMT et les portefeuilles de programmes ou de projets qui les composent à l'effet de mobiliser les parties prenantes clés dans le sens des résultats escomptés.

## **OBJECTIF DE LA COMMUNICATION**

Il s'agit de promouvoir et de vulgariser les trois piliers du PIMT auprès des véritables acteurs concernés en mettant en évidence leurs contenus, en termes de portefeuilles de programmes ou de projets, dans le but de s'assurer de l'implication effective de ces derniers dans les processus organisationnels devant conduire aux résultats recherchés.

## **OBJECTIFS SPECIFIQUES**

- ✓ Veiller à ce que les parties prenantes (Ministères et autres institutions publiques concernés, société civile, incluant le secteur privé et l'Université) aient une bonne compréhension du PIMT et de son importance pour la mise en œuvre des priorités de la matrice d'actions de l'EDIC ;
- ✓ Susciter l'intérêt des différents acteurs concernés, en vue de leur adhésion aux programmes ou projets consignés dans le PIMT ;
- ✓ Mobiliser les parties prenantes clés dont les partenaires techniques et financiers autour du PIMT, en vue d'obtenir leur collaboration et implication à fond dans les processus organisationnels ayant trait à la mise en œuvre de ces programmes ou projets.

## **DESCRIPTION DU CIBLE DESTINATAIRE PRIORITAIRE**

Ce plan de communication s'impose, en vue d'un usage à bon escient des ressources disponibles pour la promotion et la dissémination du contenu du PIMT auprès des parties prenantes clés et publics cibles. L'important est de bien les identifier au départ, de manière à pouvoir mener des actions susceptibles de susciter leurs intérêts et de les amener à s'impliquer à fond dans les processus organisationnels ayant trait à la mise en œuvre des programmes et des projets. La cartographie des parties prenantes, telle qu'elle se dégage du synopsis du PIMT, se répartit entre:

- **les organismes sectoriels concernés** : Ministère du Commerce et de l'Industrie (MCI), Ministère de la Planification et de la Coopération Externe (MPCE), Ministère de l'Economie et des Finances (MEF), Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR), Ministère des Travaux Publics, Transport, Communications et Energie (MTPTCE), Ministère du Tourisme (MDT), Ministère de la Culture (MC), Ministère des Affaires Sociales (MAST) ;
- **les organismes publics, opérant sous tutelle ou faisant partie intégrante de ces ministères** : Conseil national des Télécommunications (CONATEL), S.A.M, relevant du MTPTCE ; Autorité Portuaire Nationale, placée sous tutelle du MEF, Administration Générale des Douanes (AGD), organisme déconcentré du MEF ; Office national de l'Artisanat (ONART), également un organisme

déconcentré du MAST, Direction de l'Entrepreneur et du Développement Industriel (MCI), Direction des Infrastructures Agricoles (MARNDR) ;

**- la Société civile, incluant les organisations du secteur privé, les universités et les organisations de femmes :**

- Université Quisqueya (UNIQ) ;
- Association des artisans et des artistes de la Croix des Bouquets (ADAAC) et 1804 Design ;
- Association des Industries d'Haïti ;
- Association nationale des exportateurs de mangues (ANEM) ;
- Coopératives de production et de commercialisation de la mangue ;
- Commission Présidentielle Tripartite de Mise en Œuvre de la Loi HOPE/HELP ;
- Centre Haïtien d'Appui et de Promotion d'Entreprise (CHAPE) ;
- Réseau de designers haïtiens ;
- Opérateurs économiques formelles ou informelles du secteur d'assemblage ou autres ;
- Organisations de femmes entrepreneures (femmes en démocratie, femmes en production, etc.) ;
- Producteurs, exportateurs regroupés ou non en associations ou en coopératives dans les différentes filières prioritaires de l'EDIC, à savoir : café, fruits et légumes dont mangues, textile-habillement, artisanat divers en cuir, en métal ou autres pouvant être associés à la mode, chlorure de sodium ou sel de cuisine, technologies de l'information, énergie, etc. ;
- tous bénéficiaires directs et indirects des programmes et projets:

**- les fournisseurs de services liés à la mise en œuvre du PIMT :** média, imprimeurs, agences de communication, firmes de consultation diverse, écoles/centres de formation, etc. ;

**- les partenaires techniques et financiers (PTF) d'Haïti :** Banque mondiale, Union européenne, Banque Interaméricaine de Développement, Agence américaine pour le développement international (USAID), Coopération Canadienne, Agence Espagnole de Coopération Internationale pour le Développement (AECID), Agence Française de développement, Agence internationale de la Francophonie, Banque de développement de la Caraïbe (BDC), Développement international Desjardins (DID), Organisation mondiale du commerce (OMC), Conférence des Nations unies pour le développement (CNUCED), Centre du Commerce international (CCI), etc.

L'engagement, l'implication et la contribution de chaque partie prenante prioritaire sont des conditions essentielles à la mise en œuvre efficace et efficiente des programmes ou projets. Leur mobilisation passe inévitablement par une communication ciblée.

## **DEVELOPPEMENT DES MESSAGES PAR PUBLIC PRIORITAIRE ET PAR PROJET**

Les messages sont définis en fonction des cibles destinataires prioritaires. Ils ont pour but de capter leur attention et de susciter leur intérêt dans l'optique de les déterminer à collaborer activement à la réalisation des programmes ou projets. Ces messages sont axés sur les contenus des trois piliers (I, II et III).

Les messages du pilier I tournent autour des concepts et/ou vocables aussi importants que : sécurité foncière, fossé numérique, navigation à vue, approche stratégique de développement, moyens infrastructurels de politique, formation professionnelle, orientation en connaissance de cause, commerce extérieur, aléas d'ordre technique ou autre, efficacité de fonctionnement, etc. Il y en a neuf au total, lesquels sont formulés sur la base des programmes ou projets ainsi codifiés :

- Code I.1 : Le message ici suggère aux cibles destinataires prioritaires (Pouvoirs publics, officiers ministériels, banques et PTFs) de **privilégier**, chacun en ce qui le concerne, **le cadastre pour la sécurité foncière** qui doit prévaloir en vue de garantir les titres de propriété et l'accès au crédit financier.
- Code I.2 : Il est envoyé comme message aux acteurs publics et privés et aux PTFs, opérant dans le domaine des TIC, de contribuer au renforcement de la capacité nationale d'accès au *Large Bande* international, de manière à pouvoir **combler d'ici à l'horizon 2030 le fossé numérique et élargir l'accès aux services facilités par ces technologies dans les diverses régions du pays.**
- Code I.3 : Le message lancé ici aux acteurs publics/privés et aux PTFs du sous-secteur des TICs obéit à la même finalité que la précédente. Il s'agit pour eux de chercher à **combler d'ici à l'an 2030 le fossé numérique en Haïti** en appuyant les efforts de CONATEL visant à se doter d'un observatoire de marché comme outil stratégique à une orientation en connaissance de cause des activités de ce sous-secteur.
- Code I.4 : Le message, tel que formulé dans ce projet, reste le même : **combler d'ici à l'an 2030 le fossé numérique en Haïti.** Il appelle aux acteurs des TIC à aider le CONATEL à mettre en place des centres technologiques polyvalents destinés à améliorer le niveau d'accès aux TIC dans les différentes régions du pays et à renforcer leur rôle en éducation.
- Code I.5 : Il est formulé ici comme message à l'intention des cibles destinataires prioritaires (Pouvoirs publics et autres acteurs, incluant les PTFs travaillant dans le domaine des infrastructures) d'œuvrer, chacun en ce qui le concerne, pour **passer de la navigation à vue à une approche stratégique de développement du secteur portuaire** en appuyant l'APN dans sa quête pour se doter d'un plan directeur à cet effet.
- Code I.6 : Le message véhiculé dans ce projet interpelle les cibles destinataires prioritaires (Pouvoirs publics et autres acteurs, incluant les PTFs travaillant dans le domaine de la formation professionnelle) pour qu'ils accompagnent, dans leurs sphères d'intervention respectives, l'INFP en contribuant notamment à **doter le Centre Pilote de Formation Professionnelle (CPFP) des moyens infrastructurels nécessaires pour accomplir efficacement sa mission en matière de formation professionnelle.**
- Code I.7 : Le message inhérent à ce projet, suggère aux parties prenantes publiques et privées et aux PTFs intervenant dans le domaine des échanges commerciaux, d'accompagner l'AGD dans la mise en œuvre de ce projet visant à évaluer, sur la base des résultats d'un diagnostic des fonctionnalités de SYDONIA, l'état des besoins pour la mise en place d'un bon système de statistiques indispensable pour **donner au pays les moyens qu'il faut pour orienter en connaissance de cause son commerce extérieur.**
- Code I.8 : Le message de ce projet s'adresse aux parties prenantes publiques et privées et aux PTFs intervenant dans le domaine du commerce, afin d'obtenir leur engagement à appuyer techniquement et financièrement le porteur de ce projet (AGD) et à lui **donner ainsi la possibilité de se prémunir contre les aléas d'ordre technique, naturel ou autre susceptibles de nuire à son efficacité.**

Pour leur part, les messages du pilier II sont formulés autour des termes ou expressions de transcendance, assemblage de réexportation, offre, modèles de vêtements, gamme de services, investisseurs potentiels et réels, secteur touristique, encadrement technique, produits phares, fer découpé, secteur académique,

partition, recherche de solutions, problématique de l'énergie, cible 9 des ODD. Ce pilier comporte autant de messages que de projets, soit cinq (5) au total ainsi ordonnancés:

Code II.9 : Le message aux acteurs de la filière textile-habillement (MCI, MEF, MC, CTMO-HOPE, ADIH, Opérateurs de l'assemblage de réexportation et PTFs opérant dans le cadre de cette filière) n'est pas de mettre fin à l'assemblage de réexportation mais de nous donner les moyens de la **transcender en offrant des modèles de vêtements propres à Haïti et toute la gamme de services (achats de tissus, conception, dimensionnement, coupe, assemblage, lavage-pressing, marketing, etc.)** pouvant contribuer à mieux valoriser l'offre.

Code II.10 : Il est fait appel dans ce projet, plus particulièrement aux acteurs publics et aux PTFs opérant dans le secteur touristique, d'œuvrer, dans leurs champs d'intervention respectifs, de manière à **offrir aux investisseurs potentiels et réels l'encadrement qu'il faut pour clore, se développer et croître.**

Code II.11 : Il est lancé dans le cadre de ce projet un vibrant message aux acteurs concernés (Pouvoirs publics, Associations ou organisations d'artisans et d'artistes, de producteurs, d'exportateurs et d'industriels, de chambre des métiers, réseau de la mode, PTFs, etc.) pour qu'ils accompagnent les porteurs de ce projet (ADAAC et 1804 Design) dans leurs efforts pour **mettre en évidence les produits phares d'Haïti, à commencer par le fer découpé de Noailles** qui repose sur 70 ateliers et fait vivre plus de 7000 familles d'artistes et d'artisans.

Code II.12 : Ce message s'adresse, tout particulièrement, aux acteurs du secteur public et aux PTFs concernés pour qu'ils collaborent à la réalisation de ce projet, en vue d'**offrir au secteur académique la possibilité de jouer sa partition dans la recherche de solutions à la problématique de l'énergie en Haïti.**

Code II.13 : Les acteurs des TIC ont droit au même message pour les quatre projets portés par le Conseil national des Télécommunications (CONATEL). Il s'agit ici de poursuivre la coopération avec la Banque mondiale au-delà du diagnostic des TIC et de **chercher à combler, d'ici à l'an 2030, le fossé numérique pour être en phase avec la cible 9 des objectifs de développement durable (ODD).**

Quant aux messages du pilier III, ils fondent sur des thèmes, tels que : filière, totale dégénérescence, bases de production et d'exportation, mangue Francisque, enclaves agricoles, croissance et compétitivité, mise en valeur ou valorisation, ressources minérales, chlorure de sodium (sel de cuisine), réduction des importations, ressources énergétiques, réduction de dépendance, entente interministérielle, libération de potentiel, industries culturelles et créatives (ICC). Ces messages sont ainsi formulés pour les six projets qui composent le portefeuille du pilier III du PIMT :

Code III.14 : Il est envoyé ici comme message aux acteurs (publics et privés) et aux PTFs de combiner leurs efforts pour aider, chacun en ce qui le concerne, le porteur du projet (MARNDR) à renforcer ses capacités à l'effet de pouvoir apporter des réponses viables aux contraintes liées à l'offre et de contribuer ainsi à **revaloriser la filière caféière en totale dégénérescence** dans les quatre (4) principales zones de production du pays (Thiotte, Baptiste, Dondon, Beaumont).

- Code III.15 : L'appel lancé aux cibles destinataires prioritaires (Pouvoirs publics, Coopératives de production et de commercialisation de mangue, ANEM et autres organisations, PTFs) est celui d'**aider à renforcer les bases de production et d'exportation de la mangue Francisque** à partir des résultats d'une étude d'opportunité et de faisabilité d'un programme à élaborer par le porteur de projet (MARNDR) à cet effet.
- Code III.16 : Le message formulé dans le cadre de ce projet exhorte les cibles destinataires prioritaires (en l'occurrence MARNDR, MCI, MTPTC, CNE, CIAT, Organisations, Coopératives de producteurs et autres intervenants dans la filière, PTFs travaillant dans le secteur agricole) à coordonner leurs efforts pour une convergence d'actions dans la mise en place d'infrastructures et d'une logistique-transport propre à **améliorer la croissance et la compétitivité de l'offre en libérant les enclaves agricoles**.
- Code III.17 : Il est fait appel dans ce message aux acteurs aussi bien publics que privés ainsi qu'aux PTFs coopérant dans le secteur mines et énergies pour qu'ils acceptent d'accompagner financièrement et techniquement le porteur de ce projet (BME) dans sa quête, visant à **mettre en valeur les ressources minérales du pays dont le sel de cuisine pour en réduire les importations**.
- Code III.18 Le même type de message est lancé ici aux cibles destinataires prioritaires du secteur mines et énergie pour susciter cette fois leur intérêt à s'engager auprès du porteur de ce projet (BME), afin de l'aider à **valoriser les ressources énergétiques d'Haïti dont le lignite pour réduire la dépendance du pays en matière d'énergie**.
- Code III.19 Ce message s'adresse, avant tout, aux trois acteurs publics qui revendiquent la tutelle des industries créatives, en l'occurrence le MT, le MC et le MAST/ONART. Le but recherché est **une entente interinstitutionnelle propice à l'harmonie qui doit prévaloir pour garantir l'efficacité des politiques publiques, libérer le potentiel de croissance des ICC et faciliter la participation des PTFs**.

## VECTEURS DE COMMUNICATION

Les principaux canaux à l'ordre du jour pour la promotion et la vulgarisation des programmes et projets du PIMT sont :

- les media (presse parlée, écrite et télévisée) ;
- le site Internet de CIR-Haïti ;
- les documents de présentation des programmes et des projets à distribuer lors de rencontres de travail avec les acteurs concernés et avec les partenaires techniques et financiers d'Haïti
- les matériels de promotion (brochures, dépliants, etc.) de nature à accroître la visibilité des programmes et des projets à réaliser ;
- les séances d'information ou de plaidoyer à l'intention des publics cibles ;
- une table-ronde ou conférence à l'intention des partenaires techniques et financiers (PTF) pour l'annonce de leurs choix de projets du PIMT à financer, etc.

## ACTIVITES DE COMMUNICATION

La communication occupe une place de premier plan dans la vie des projets. Dans le cas à l'étude, cette activité a débuté avec la phase pré-EDIC qui a permis d'informer et de sensibiliser les parties prenantes

sur l'importance du commerce comme outil de croissance et de réduction de la pauvreté. Elle s'est poursuivie avec la préparation de l'EDIC durant laquelle les représentants de ces parties prenantes ont pu, de par eux-mêmes, identifier les problèmes affectant leurs secteurs et filières respectives et s'entendre sur les moyens à mettre en œuvre en vue de les solutionner. Durant la phase d'exécution des programmes ou projets, il va falloir les tenir en haleine pour qu'elles se les approprient et y fassent des apports qui puissent en garantir la mise en œuvre. A l'expiration de chaque projet, le travail de sensibilisation et de conscientisation devra continuer avec les bénéficiaires, afin de s'assurer de la bonne gestion des résultats des interventions et de leur appropriation dans la durée. Parmi les activités de communication devront figurer :

- le partage en ligne, à partir du site Internet de CIR-Haïti et des réseaux sociaux (Facebook, Twitter, LinkedIn, etc...) d'informations fiables et à jour du programme CIR et des programmes ou projets contenus dans le PIMT ;
- la tenue d'ateliers de travail avec les représentants des institutions parties prenantes ;
- l'organisation de réunions d'information et d'échanges avec des partenaires techniques et financiers ;
- la participation des membres d'associations ou de coopératives de producteurs ou d'artisans œuvrant dans les domaines d'activités des programmes ou projets à des manifestations commerciales dont des foires et des expositions-ventes pour mieux faire connaître leurs produits et accéder à des marchés-niches lucratifs;
- la tenue de programmes de formation à l'intention des représentants des parties prenantes ;
- la participation des institutions porteuses de programmes et de projets à des émissions-vedettes à la radio et à la télévision ;
- la gestion régulière des réseaux sociaux avec les activités du PIMT et du CIR ;



**STRATEGIE DE LA MISE EN ŒUVRE**

<b>ANALYSE DES CIBLES PRIORITAIRES DESTINATAIRES</b>			
<b>N°</b>	<b>CIBLE DESTINATAIRE PRIORITAIRE</b>	<b>ATTENTES DE LA PART DU CIBLE DESTINATAIRE PRIORITAIRE</b>	<b>QUESTIONS D'INTERET POUR LES DESTINATAIRES CIBLES PRIORITAIRES</b>
1	<b>Organismes sectoriels</b>	<p>Qu'ils s'impliquent à fond dans le processus de mise en œuvre du PIMT en se portant en avant pour :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- accompagner les porteurs de programmes ou de projets du PIMT ;</li> <li>- mobiliser les PTF autour des piliers du PIMT et s'assurer de la coordination de leurs efforts de financement ;</li> <li>- apporter aux organismes sectoriels concernés le soutien politique qu'il leur faut en vue des réformes nécessaires à l'efficacité et à l'efficience de la mise en œuvre ;</li> <li>- s'assurer dans le cas de secteurs ou de filières relevant de la tutelle de plusieurs ministères d'une claire délimitation de leurs domaines d'intervention et de leurs rôles respectifs dans le but de minimiser tout risque de conflit susceptible d'être préjudiciable à l'harmonie et à l'efficacité des pouvoirs publics ;</li> <li>- aider lesdits organismes dans leurs efforts d'élaboration de politiques publiques en réponse aux contraintes diverses à la croissance et à la compétitivité des secteurs ou filières des trois piliers du PIMT.</li> </ul>	<p>Il découle de l'EDIC un besoin de modernisation ou de mise à niveau de la filière textile-habillement. Le PIMT se propose à travers ce projet, porté par le MCI/DEDI, d'en établir les modalités suivant un plan assorti d'un calendrier de mise en œuvre ainsi que d'un budget à exécuter dans une 2e phase avec l'appui des Partenaires techniques et financiers.</p> <p>Le Ministère de l'Agriculture des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR) cherche à travers ses trois projets à renforcer ses capacités, de manière à pouvoir :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○ relancer la filière café en Haïti qui se retrouve aujourd'hui en pleine dégénérescence ;</li> <li>○ étudier la faisabilité d'un programme visant à résoudre les problèmes liés à l'offre de la filière de la mangue Francisque en Haïti et à en favoriser l'expansion et la compétitivité ;</li> <li>○ libérer les enclaves agricoles, à potentiel de croissance et de compétitivité, aujourd'hui à la base des pertes énormes post-récolte et à l'exportation ;</li> <li>○ évaluer les besoins pour la mise en place d'une plateforme logistique destinée aux marchandises agricoles périssables.</li> </ul> <p>Le Ministère du Tourisme a senti le besoin de renforcer la Direction des Investissements pour la rendre techniquement apte à accompagner les efforts d'investissements des PME touristiques et des services associés en matière de transport et de restauration, en particulier, dans les zones touristiques prioritaires.</p> <p>Les ministères chargés du Tourisme, de la Culture, des Affaires</p>

			<p>Sociales et du Travail sont dans l'obligation de marquer leurs territoires en ce qui concerne leurs domaines d'intervention et rôles respectifs dans la promotion et le développement des industries culturelles et créatives. Dans la perspective de ce départage, il est proposé : (1) une étude évaluative de la contribution des ICC au développement économique d'Haïti ; et (2) une cartographie des ICC couplée d'une évaluation des besoins des fournisseurs de services culturels et créatifs par sous-secteur.</p>
2	<b>Organismes publics sous tutelle ministérielle</b>	<p>Que chaque organisme public porteur d'un programme ou d'un projet au titre du PIMT fasse montre de bonne gouvernance dans la mise en œuvre en veillant notamment à la mise en place du Comité de pilotage pour l'orientation stratégique de l'intervention et à l'exécution, au mieux possible, du plan de travail correspondant ;</p> <p>Qu'ils soient ouverts aux acteurs privés qui souhaitent contribuer à la mise en œuvre de leurs programmes ou projets.</p>	<p>La nécessité se fait sentir pour l'ONACA de se renforcer les capacités au triple plan institutionnel, humain et matériel, afin de pouvoir mieux jouer son rôle en matière de sécurité foncière.</p> <p>Parallèlement, l'APN se trouve dans la nécessité de combler le vide laissé par l'absence d'outil stratégique qui l'empêche pour le moment de jouer pleinement et efficacement son rôle dans l'orientation du développement de la filière portuaire.</p> <p>Pour sa part, l'INFP a besoin de se renforcer les capacités infrastructurelles et de se pourvoir en équipements et en matériels nécessaires à son bon fonctionnement en toute efficacité.</p> <p>De son côté, le CONATEL est dans l'obligation de faire le saut stratégique de l'analogique vers le numérique en introduisant le Large Bande et en démocratisant l'accès à l'Internet pour le rendre accessible à la majorité de la population.</p> <p>En ce qui concerne l'AGD, elle est dans l'urgente nécessité de se doter : (a) d'un bon système de statistique du commerce extérieur, et (b) d'un plan de contingence pour garantir et sécuriser ses opérations et éviter toute interruption éventuelle de services aux usagers.</p> <p>Face à la régression accrue de la production, le besoin se fait, par ailleurs, sentir pour Haïti d'accroître et de diversifier sa production. Dans ce contexte, le BME se propose de développer, de promouvoir et de valoriser : (a) les ressources minérales d'Haïti, à commencer par le chlorure de sodium ou sel de cuisine, et (b) les potentialités du lignite</p>

			d'Haïti à des fins de production de l'électricité, du ciment et de briquettes, en particulier.
3	<b>Société civile, organisations du secteur privé, universités et organisations de femmes</b>	Qu'ils s'approprient les programmes ou projets qui leur sont d'intérêt et s'impliquent à fond dans les processus organisationnels ayant trait à leur mise en œuvre.	<p>Il y a un réel besoin de protéger les produits phares d'Haïti dont le fer découpé qui n'est pas à l'abri de risque d'imitation susceptible de mettre en danger le devenir de cette activité qui fait tourner plus de 70 ateliers et près de 300 artistes et artisans et vivre plus de 7000 familles. Cette perspective est fort préoccupante pour l'Association des Artistes et des Artisans de la Croix des Bouquets et l'entreprise 1804 Design qui, pour y faire face, ont proposé de géo-localiser les aires de production suivant un plan cadastral numérisé pour le mettre à la portée des acheteurs du monde entier et de protéger le fer découpé par indication géographique (IG).</p> <p>La problématique de l'énergie est si préoccupante qu'il suscite l'intérêt des milieux académiques dont l'Université Quisqueya (UNIQ) qui ne se contente plus désormais de débats mais s'enhardit à envisager des interventions sur le terrain pour tenter d'apporter des réponses viables et durables à cette contrainte majeure affectant l'offre, en général. L'UNIQ propose (à travers l'Institut Haïtien de l'Energie) un programme de renforcement des capacités énergétiques nationales axé sur:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la préparation d'une cartographie énergétique pour Haïti ; et</li> <li>- l'établissement d'un Service d'éclairage public.</li> </ul>
4	<b>Fournisseurs de services liés à la mise en œuvre du PIMT</b>	Qu'ils soient suffisamment informés pour se tenir prêt à participer, le moment venu, aux appels d'offres ou à candidature pour le recrutement des prestataires de services dans le cadre de la mise en œuvre des programmes ou projets du PIMT	Il convient de cibler les fournisseurs potentiels de services en vue de les sensibiliser sur les tenants et aboutissants du CIR et l'opportunité pour eux de s'y intéresser.
5	<b>Partenaires techniques et financiers (PTF) d'Haïti</b>	Qu'ils soient mobilisés autour des projets du PIMT en convergence avec les lignes d'actions de leurs programmes de coopération	Cette mobilisation ne peut être spontanée mais volontaire. Il appartient à la Cellule CIR du MCI de faire ce travail en concertation avec les institutions porteuses des différents programmes ou projets et avec l'accompagnement du facilitateur des donateurs (Banque mondiale). Au-delà des échanges d'information avec les PTF sur le contenu du PIMT, il y a lieu de tenir à leur intention une conférence ou table ronde, en vue de leur permettre d'annoncer leurs contributions au financement des programmes et projets du PIMT.

--	--	--	--

## **Plan de communication du PIMT**

Il est établi pour chaque projet un plan de communication comprenant les éléments ci-après :

- les cibles destinataires prioritaires ;
- les objectifs de communication par public cible ;
- les messages à faire passer à chaque public cible en fonction de sa place et de son rôle dans la mise en œuvre du projet ;
- les activités de communication avec indication des vecteurs à utiliser ;
- les indicateurs tant de processus que de résultats ;
- les ressources prévues pour la réalisation des activités ;
- la programmation physique des activités sur deux années.

Sur cette base a été préparé ce tableau qui renseigne globalement sur les moyens à mettre en œuvre pour vendre les priorités des trois piliers du PIMT aux publics cibles. Les dépenses de communication<sup>1</sup> sont estimées à 4% du coût des activités auquel elles s'ajoutent pour constituer le montant total à financer pour chaque projet avec l'appui des partenaires financiers ou donateurs. Le taux de change utilisé est de soixante (60) Gourdes pour un (1) Dollar des Etats-Unis d'Amérique. Comme souligné antérieurement, les activités de communication devront se produire préalablement au financement et pendant la mise en œuvre des projets et se poursuivre à leur expiration dans le but de permettre l'appropriation des résultats par les bénéficiaires.

---

<sup>1</sup> Les 4 pourcent représentent la moyenne arithmétique des valeurs extrêmes du coût standard de communication qui varie dans un intervalle de 3 à 5 pourcent des dépenses totales des activités d'un projet.



			télécommunications et des services facilités par les technologies de l'information sur la nécessité de se porter en avant pour prendre avantage des opportunités offertes			4 projets avant, pendant et après pour sensibiliser le public	après exécution des projets de CONATEL											
						Réalisation d'un documentaire sur les apports des TIC au développement	Le grand public est au courant de ce projet et des trois (3) autres portés par CONATEL											
						Préparation de dépliants d'informations sur ce projet et les quatre autres du CONATEL	Le grand public est informé sur ce projet et les 3 autres du CONATEL											
						Site Internet dynamique pouvant héberger un forum pour faciliter les interactions sur le projet	Le grand public est tenu informé du déroulement de ce projet et des trois (3) autres à partir d'information postée sur le site											
Code I.3 : Mettre en place l'observatoire des marchés TIC	CONATEL	MTPTCE, MCI, PTFs et acteurs des TIC en Haïti etc.	Chercher à sensibiliser les Pouvoirs publics à travers le MTPTCE et le MCI, les PTFs et les autres acteurs des TIC sur l'intérêt pour Haïti de ce projet et des trois autres portés par le CONATEL	<b>Cherchons à combler le fossé numérique en Haïti d'ici à l'horizon de 2030</b>	Fournir aux responsables et aux cadres des institutions concernées des informations pour leur permettre d'améliorer leur compréhension de ce projet et	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tenir cinq (5) ateliers</li> <li>▪ Publier des articles de promotion</li> <li>▪ Documentaire</li> <li>▪ Préparer des dépliants</li> <li>▪ Monter un site Internet</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ 30 personnes par atelier</li> <li>▪ Six (6) articles publiés</li> <li>▪ Acteurs clés et grand public sont atteints</li> <li>▪ Idem</li> </ul>			X	X							

















					accompagner financièrement les porteurs du projet														
II.12 Renforcer les capacités énergétiques nationales	Université Quisqueya (UNIQ)	Ministère des Travaux Publics, Transports et Communication, Conseil de l'Université d'Etat d'Haïti, l'EDH, etc.	Obtenir l'engagement du MTPTC et des institutions partenaires à accompagner l'UNIQ dans son initiative	<b>Offrons au secteur académique la possibilité de jouer sa partition dans la recherche de solutions à la problématique de l'énergie en Haïti</b>	Informers les responsables de ces institutions sur l'objectif du projet d'apporter des réponses aux problèmes posés par la faiblesse caractérisée des capacités énergétiques du pays	Tenue à cet égard des réunions d'information et d'échanges avec les responsables et les cadres de ces institutions	Nombre de représentants de ces institutions à ces réunions				X	X	X	X	X				
		Secteur privé de l'énergie en Haïti (E-power, Haytrac et Sogener)	Susciter l'attitude favorable des responsables de ces entreprises en soulignant le côté positif du projet qui s'inscrit dans une optique de complémentarité plutôt que de compétitivité		Partager avec les responsables de ces entreprises des documents sur les objectifs et les enjeux du projet, y compris	Nombre de réunions tenues à leur intention	Niveau de participation des responsables de ces entreprises												
		PTFs	Inciter les PTFs à se joindre aux autres cibles destinataires prioritaires en contribuant au financement du projet		Tenir à l'intention des PTFs des réunions pour leur informer sur les aspects du projet en convergence avec programme de coopération	Nombre de réunions tenues à cet effet	Nombre de PTFs représentés à ces réunions												
Code - II.13 :	CONATEL	MTPTCE, MCI,	Sensibiliser les	<b>Cherchons à</b>	Organiser des	▪ Tenir cinq (5)	▪ X participants				X								







III.16 Renforcer les capacités du Ministère de l'Agriculture, des Ressources Naturelles et du Développement Rural (MARNDR) pour libérer les enclaves de production des contraintes routières qui les empêchent de contribuer à la croissance et à la compétitivité de la filière agricole.	Direction des Infrastructures agricoles (DIA)	MARNDR, MCI, MTPTC, CNE, CIAT	Sensibiliser les responsables et les cadres des institutions concernées pour qu'ils s'impliquent dès le départ dans le processus de mise en œuvre du projet et veillent à l'atteinte des résultats recherchés	<b>Libérons les enclaves agricoles pour améliorer la croissance et compétitivité de l'offre</b>	Se réunir avec les responsables et les cadres de ces institutions pour les sensibiliser sur les enjeux des pistes agricoles et des plateformes agro-logistiques pour la libération et l'accessibilité de l'offre du produit	Nombre de réunions organisées à l'intention des responsables et cadres de ces institutions	Nombre de responsables et de cadres de ces institutions présents à ces réunions				X	X	X	X	X	X	X	
		Organisations, coopératives de producteurs et autres intervenants dans la filière	Inciter les membres de ces organisations à collaborer aux efforts de mise en œuvre des activités du projet		Rencontrer les membres de ces organisations pour les motiver à être coopératifs au processus de mise en œuvre	Nombre de rencontres avec les membres de ces organisations	Nombre de participants de ces organisations à ces réunions											
		PTFs travaillant dans le secteur agricole,	Susciter l'intérêt des PTFs opérant dans le secteur agricole dont la Banque mondiale pour qu'ils acceptent de financer la reconstruction ou réhabilitation des pistes agricoles et la mise en place de la plateforme agro-logistique		Partager avec les PTFs cibles des informations ainsi que des documents sur le projet	Nombre de rencontres tenues aux fins de partage d'information et de documents avec les PTFs cibles	Nombre de PTFs en dehors de la Banque mondiale touchés par les efforts de communication											
Code - III.17 : Développer,	Bureau des Mines et de	MTPTC, MCI,	Obtenir l'engagement des institutions	<b>Mettons en valeur les ressources</b>	Tenir des réunions à	Nombre de réunions tenues	Nombre de représentants de				X	X	X					

promouvoir et valoriser les ressources minérales d'Haïti, à commencer par le chlorure de sodium ou sel de cuisine	l'Energie (BME)		concernées à accompagner le BME dans ses efforts, visant à valoriser les ressources minérales du pays dont le sel de cuisine produit localement	<b>minérales du pays dont le sel de cuisine pour en réduire les importations</b>	l'intention des institutions parties prenantes pour les amener à s'impliquer dans les phases de négociations, d'études, de recherche et d'assainissement de sites, etc.	avec les responsables de ces institutions pour partager avec eux des informations et des documents sur les diverses composantes du projet	ces institutions à ces activités												
		Acteurs privés de la filière	Sensibiliser les acteurs de la filière à se tenir prêts de façon à pouvoir profiter des retombées du projet, en termes d'opportunités d'investissements		Partager avec les acteurs de la filière des informations et des documents sur le projet	Nombre de réunions tenues aux fins de partage d'information et de documents avec les acteurs de la filière	Nombre d'acteurs de la filière sensibilisés												
		PTFs œuvrant dans la filière	Inciter des PTFs à répondre favorablement aux sollicitations du porteur de projet en vue de son financement		Organiser des séances d'information à l'intention des PTFs pour les motiver à fournir des ressources pour le financement du projet	Nombre de séances d'information organisées à l'intention des PTFs	Nombre de PTFs cibles touchés par les efforts de communication												
Code - III.18 : Mettre en valeur les potentialités du lignite d'Haïti	Bureau des Mines et de l'Energie (BME)	MTPTC, MCI,	Maintenir l'engagement des Pouvoirs publics à travers les institutions concernées à accompagner également le BME dans sa quête de valorisation du potentiel de lignite d'Haïti	<b>Valorisons les ressources énergétiques d'Haïti dont le lignite pour réduire la dépendance du pays en matière d'énergie</b>	Organiser des réunions avec les responsables et les cadres de ces institutions pour qu'ils aident le BME à se doter de ressources qu'il faut pour bien prendre en main le	Nombre de réunions tenues pour motiver les PTFs cibles	Niveau de participation des PTFs				X	X	X	X	X	X	X	X	



		art audiovisuel, art plastique, livre, presse, etc.	nécessité de s'impliquer dans la mise en œuvre des activités du projet		l'impact favorable du projet appelé à répondre à leurs besoins et à leur permettre de mieux connaître leurs domaines d'activités	ICCs pour partager avec eux des informations et des documents devant leur permettre de s'imprégner du projet												
		PTFs travaillant dans les différentes filères ICC,	Susciter l'intérêt des PTFs cibles à répondre à l'appel du porteur de projet et des institutions partenaires pour la mobilisation des ressources nécessaires au financement du projet		Organiser à leur intention des séances de partage d'information et de document sur les aspects du projet en ligne avec leurs domaines de coopération	Nombre de séances de travail tenues en ce sens	Niveau de participation des PTFs à ces activités											
<b>Total :</b>																		

#### BUDGET DE COMMUNICATION PRECEDANT LE FINANCEMENT DU PIMT

Le présent budget a trait aux dépenses de préfinancement des projets du PIMT, c'est-à-dire celles liées aux activités devant culminer à la table-ronde ou conférence prévue à l'intention des parties prenantes clés, notamment les partenaires techniques et financiers (PTF), pour leur permettre de se prononcer sur les projets qu'ils auront choisi de financer. Au nombre de ces dépenses figurent les frais répondant à la satisfaction des besoins ci-après :

- impression du PIMT et du plan de communication ;
- restitution du PIMT et du plan de communication aux diverses parties prenantes (membres du réseau intersectoriel et interactif de mise en œuvre, COMCIR, institutions de la société civile, incluant le secteur privé et les organisations de femmes ; PTFs, media) ;
- acquisition de service de communication pour la visibilité du programme CIR et du PIMT ;
- table-ronde ou conférence d'annonces des PTFs de leurs choix de projets du PIMT à financer ; et

- vulgarisation du CIR et du PIMT de l'aide pour le commerce par la préparation et la dissémination de brochures ou de dépliant de promotion du programme et l'organisation, en collaboration avec les Chambres de commerce régionales, d'une tournée en dehors de la capitale dans les neuf autres départements du pays.

ACTIVITE	DESCRIPTION DE L'ACTIVITE	APPORTS	FASCIR		ANNEE 2016				OBSERVATIONS
			GDES	USD	T1	T2	T3	T4	
1. Imprimer le PIMT et le plan de communication (LB : 72100)	Sélection d'une maison d'impression	Paiement des charges d'impression	774.000,00	12.900,00	X				Budget 2016 - Projet Appui à la mise en œuvre
2. Tenir des réunions d'information, et/ou de restitution du PIMT et du Plan de communication (LB : 75700)	Plénières du RIMO	Prendre en charge les pauses café et déjeuner	218.400,00	3.640,00	X	X	X	X	Idem
	Quatre (4) trimestrielles COMCIR		96.150,00	1.602,50	X	X	X	X	Idem
	Ministères clés		180.000,00	3.000,00	X	X	X	X	Idem
	Secteur privé				X	X	X	X	
	Media				X	X	X	X	
3. Acquérir des services de communication pour la visibilité du programme et du PIMT et l'organisation d'une table-ronde ou conférence des PTFs (LB : 74100)	Recrutement d'une firme pour donner plus de visibilité au CIR et aider la Cellule CIR du MCI à organiser la table-ronde ou conférence des PTFs	Paiement des honoraires de la firme (Trente (30) jours francs de travail étalés sur une période de trois mois)	450.000,00	7.500,00	X	X			Détails à fournir lors de l'exécution de l'activité
4. Organiser une table-ronde ou conférence des PTFs (LB : 75700)	Location d'une salle pour la table-ronde ou conférence	Frais de location de la salle sonorisée avec des hautparleurs, deux microphones et un rétroprojecteur	36.000,00	600,00	X				Idem
	Pauses café et déjeuner	Paiement pour une pause-café et une pause-déjeuner pour 50 personnes	111.000,00	1.850,00	X				Idem
	Fournitures et matériels divers pour les participants	Frais d'acquisition de plumes, de pads et de cartables, etc., pour 50 participants	12.000,00	200,00	X				Idem
	Badges	Achat de service de	21.000,00	350,00	X				Idem

		confection de badges pour 50 participants d'identification							
	Reproduction de documents dans le cadre de la table-ronde ou conférence	Paieiment des frais de photocopie de document à distribuer aux participants	30.000,00	500,00	X	X			Idem
	Avis divers et autres annonces dans les journaux	Paieiment des frais de publication des avis et autres annonces dans les journaux	240.000,00	4.000,00	X	X	X		Idem
5. Préparer et imprimer des brochures ou dépliants sur le programme CIR et PIMT (LB : 72100)	Recruter une firme pour la préparation et l'impression de brochures ou dépliants	Paieiment des frais de préparation et d'impression	390.000,00	6.500,00	X	X	X	X	Détails à fournir lors de l'exécution de l'activité
6. Vulgariser, en collaboration avec les Chambres de Commerce et d'Industrie, le CIR dans neuf (9) départements géographiques du pays (LB : 75700)	Tournée d'une équipe de deux personnes du CIR, incluant un journaliste et un chauffeur	Couvrir les frais pour 9 déplacements à l'intérieur du pays à raison de deux nuitées chacun pour quatre (4) personnes (soit USD 690 en moyenne par déplacement)	372.600,00	6.210,00	X	X	X	X	Valeur calculée suivant le barème en application pour les frais de déplacements des agents de la fonction publique
	Achat de carburant pour les différents trajets	Paieiment des frais de carburant pour la tournée	50.400,00	840,00	X	X	X	X	Estimation sur la base des distances à parcourir
	Participation aux frais d'organisation des réunions dans les 9 départements	Paieiment des contributions aux frais d'organisation des réunions	319.200,00	5.320,00					Montant calculé sur la base d'antécédents. Détails à fournir lors de l'exécution de cette activité
	Reproduction de documents pour la tournée		27.000,00	450,00					
	Cartes de recharge pour l'organisation et la réalisation de la tournée dans les 9 départements du pays		40.800,00	680,00					Valeur calculée sur la base d'allocation pour 2 mois
<b>Total :</b>			<b><u>3.368.550,00</u></b>	<b><u>56.142,50</u></b>					

