CONTEXTE ET JUSTIFICATION

L'économie haïtienne fait face à des défis structurels majeurs : dépendance excessive aux importations (plus de 80% des biens de consommation), désindustrialisation progressive depuis les années 1980, vulnérabilité extrême aux chocs externes, taux de chômage élevé particulièrement chez les jeunes, et une balance commerciale chroniquement déficitaire. Le secteur industriel, qui ne représente actuellement qu'environ 8-9% du PIB contre 18% dans les années 1980, dispose pourtant d'un potentiel considérable pour inverser ces tendances et redevenir un moteur de croissance économique inclusive.

OBJECTIF DU PLAN

Le présent Plan Stratégique de Politique Industrielle vise à élaborer une feuille de route pragmatique et ambitieuse pour :

- la relance de la production nationale ;
- la consolidation des industries existantes ;
- la création massive d'emplois formels ;
- la substitution intelligente aux importations ;
- L'augmentation des exportations à valeur ajoutée ;
- la réduction de la vulnérabilité externe de l'économie haïtienne.

REALISATIONS

1. **Mercredi 4 février 2026 – Première réunion de travail**
   L'objectif de cette rencontre était d'adopter le plan de travail et de valider le calendrier prévisionnel de livraison, posant ainsi les bases de la collaboration.
2. **Début mars 2026 (date à confirmer) – Sessions thématiques**
   Organisation de 2 à 3 journées de travail en présentiel dans les locaux de l'ADIH pour approfondir les thématiques clés et recueillir les contributions des parties prenantes.
3. **Quatrième semaine de mars 2026 – Présentation du projet de document**
   Diffusion du projet consolidé pour commentaires et ajustements, assurant une démarche participative et structurée.
4. **Avril 2026 – Validation et adoption du document final**
   Finalisation et approbation du document, garantissant sa conformité avec les objectifs stratégiques définis.
5. **Mai 2026 – Élaboration du plan de communication**
   Définition et planification des actions de communication pour assurer la diffusion efficace des résultats auprès des parties prenantes et du public cible.