

# PROJECT STATUS REPORT

JANUARY 2013 - JUNE 2013

## SECTION 1: PROJECT SUMMARY

**PROJECT NAME:** Developing the North Department as a Tourism Destination

Project Number: HA-M1037 - Operation Number: ATN/ME-12283-HA

**Result:** The purpose is to organize and facilitate private-public management of the tourism destination with the participation of local economic initiatives (community based businesses and individuals, rural and urban MSMÉs), promoting a competitive tourism supply based on historical, cultural and natural attractions that are unique in the Caribbean.

**Country Administrator**  
HAITI

**Beneficiary Country**  
HAITI

**Group**  
ENV - Environment

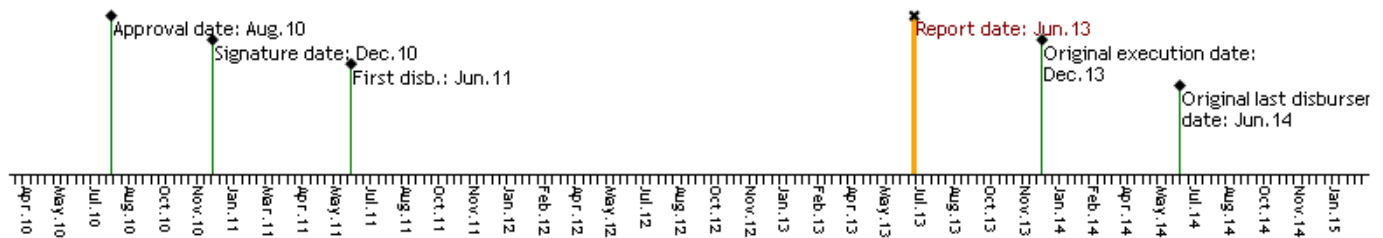
**Subgroup**  
TOUR - Sustainable Tourism

**Executing Agency:** Centre for International Studies and Cooperation

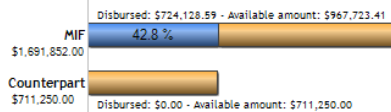
**Design Team Leader:** Soler, Santiago

**Supervision Team Leader:** Gilles, Aurelie

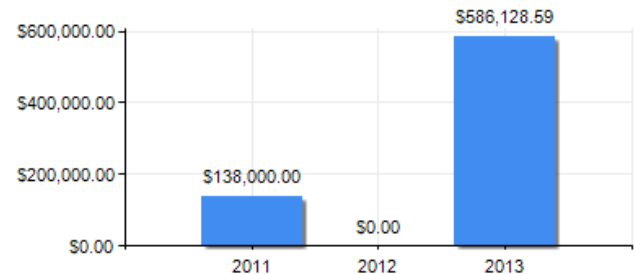
### TIMELINE



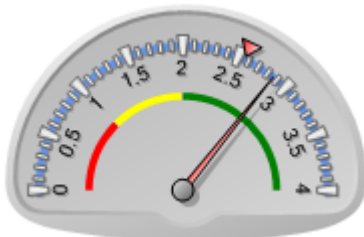
### FUNDS



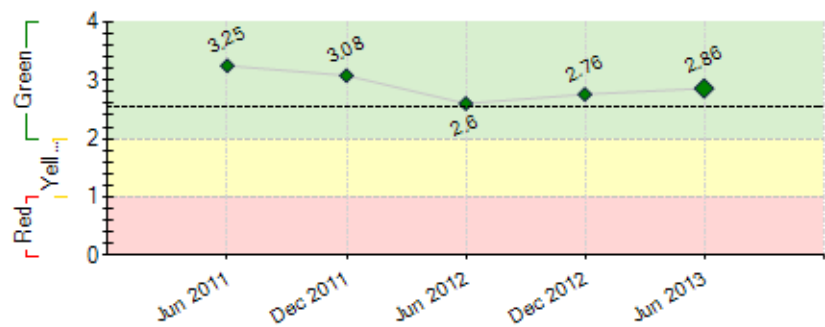
Disbursed  
Available amount



### PERFORMANCE SCORE



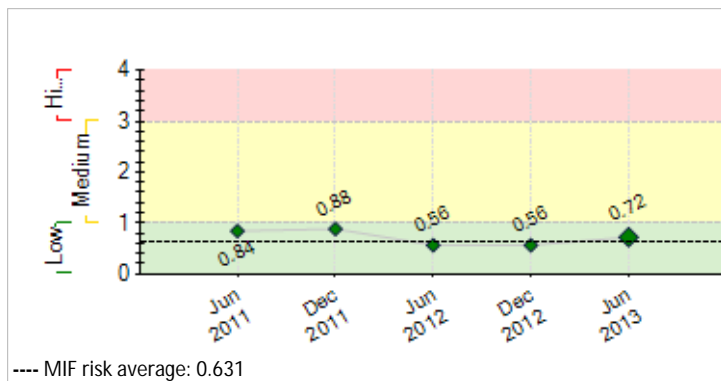
Current score: Satisfactory: 2.86  
MIF Average: 2.562



### EXTERNAL RISKS

#### INSTITUTIONAL CAPACITY

**Risk**  
**Financial Management:** Low  
**Procurement:** Low  
**Technical Capacity:** Medium



## SECTION 2: PERFORMANCE

### Summary of project performance since inception

#### Résultats cumulatifs

Réalisation complète des activités 1.1, 1.2, 1.6, 4.6 du projet.  
L'Organisation de gestion de la destination, existe, est fonctionnelle et a son directeur.  
Formation: La SOFIHDES a déjà recruté les candidats pour la formation des formateurs. Et à

travers le programme de Coopérant Volontaire (PCV) au CECI, projet financé par l'ACDI, une ressource a été recrutée pour élaborer des plan d'affaires et former des jeunes en élaboration de plans d'affaires.  
Design de produit, promotion et commercialisation: l'approbation a été accordée par la BID pour recruter la firme Atouts France à ce sujet.

Les retards dans les activités de mise sur pied de l'OGD et d'inventaire des ressources sont compensés par le regroupement des activités des composantes 2 et 4 en deux grands groupes qui seront exécutés par la firme Atouts France.

Le plus important risque identifié à ce stade est la fragilité de la structure de gestion de la destination qui n'est pas représentative et inclusive en termes de participation. Il faut susciter la prise de conscience des membres formant le noyau de la nécessité d'ouvrir l'OGD à d'autres membres pour assurer sa durabilité et sa notoriété.

L'atteinte des objectifs finaux reste très optimiste puisque les acteurs appuient les autres activités à réaliser dans le Projet. Pour l'exécution du reste du Projet, on travaille de concert avec le directeur de l'OGD pour rendre l'OGD inclusive et réaliser avec elle les autres activités.

#### Comments from the Supervision Team Leader

Partially Agree with the Executing Agency comments

Il est vrai qu'il y a eu une accélération des activités et un rythme d'accomplissement des livrables beaucoup plus satisfaisante au cours de cette dernière période d'évaluation.

Cependant, il reste des progrès considérables à faire notamment en termes de communication de résultats, d'implication et consultation des différentes parties intégrantes de même qu'en termes de négociation visant la recherche de consensus.

Éviter les frustrations des différents acteurs est essentielle pour la bonne performance du projet et surtout pour la soutenabilité de l'OGD en tant qu'entité active. Par ailleurs, il est primordial de mettre l'accent sur les choix stratégiques:

- Impliquer/Communiquer absolument avec le Ministère du Tourisme;
- Le ministère de la Culture a été peu consulté; certes les acteurs locaux (notamment la représentation dans le Nord et l'ISPAN), nonobstant, il aurait fallu contacter ou du moins informer le siège à Port-au-Prince.
- Plusieurs produits et circuits touristiques (pour ne pas dire tous) impliqueront le Parc National Historique, l'entité en assurant la gestion (soit l'ISPAN) DOIT être impliquée au moment de la conception de ceux-ci.

### Summary of project performance in the last six months

#### Performance du semestre

1-La mise sur pied d'un conseil d'administration de l'OGD, et l'obtention de l'autorisation de fonctionnement provisoire de l'Organisation de gestion de la destination.

Il importait également d'arriver à un consensus pour recruter un Directeur.

Démarrage du processus de formation en vue de renforcer la capacité des ressources existantes.

Présenter le Projet et le concept d'OGD lors de l'Université d'été organisée par l'Université de Laval, à l'Université de Limonade.

Finalisation des pourparlers avec Atouts France, la firme avec laquelle un contrat doit être signé pour la réalisation des composantes 2 et 4 du Projet.

2-Des retards sont enregistrés au niveau des passations de marchés et la prise de décision au sein de l'OGD. Pour pallier à ces problèmes, une attitude de négociation en tant que partenaire a été priorisée dans les échanges avec les fournisseurs, et des liens resserrés ont été orchestrés avec l'équipe d'analystes en passation de marchés de la BID.

Au niveau de l'OGD, il fallait les amener à toujours mieux comprendre le concept de l'OGD pour qu'ils se l'approprient. Et, par cette appropriation, on a pu les sensibiliser à la nécessité de survie de l'OGD et du travail d'équipe.

/- Prochain trimestre : On travaillera à l'élaboration du plan d'affaires de l'OGD, à la conception des 5 premiers produits potentiels, ainsi qu'à l'accès à des sources de financement pour au moins 10 projets d'entreprises dans la destination.

**Comments from the Supervision Team Leader**

Partially Agree with the Executing Agency comments

Encore, la necessite de prise de decision strategique demeure.

Le plan d'affaire de meme que le manuel d'operations de l'OGD est une piece cle dans le processus. Notamment avec la participation d'Atouts France.

Il est essentiel que le CED soit present au plus vite en vue de travailler en coordination avec Atout France, en vue de s'assurer en particulier que les produits et circuits test que conceptualises pourront etre inclus dans les mecanismes financiers permettant un minimum d'autosuffisance de l'OGD.

Au moins, permettant de couvrir les depenses recurrentes de fonctionnement.

**SECTION 3: INDICATORS AND MILESTONES**

Indicators		Baseline	Intermediate 1	Intermediate 2	Intermediate 3	Planned	Achieved	Status
<b>Result:</b> The purpose is to organize and facilitate private-public management of the tourism destination with the participation of local economic initiatives (community based businesses and individuals, rural and urban MSMEs), promoting a competitive tourism supply based on historical, cultural and natural attractions that are unique in the Caribbean.	<b>P.11</b> A PPP management model at the North Destination level (based on DMO model) is actively operating.	0				1 Jun 2014	0	
	<b>P.12</b> A PPP management model at the site level is generating sustainable income and conservation based on a pilot executed at La Citadelle, Palais Sans Souci et Ramiers Historic National Park.	0				1 Jun 2014	0	
	<b>P.13</b> A catalog of high quality products and services is commercialized at national and international level.	0				1 Jun 2014	0	
<b>Component 1:</b> Creation of a destination management model  <b>Weight:</b> 20% <b>Classification:</b> Satisfactory	<b>C1.11</b> • A DMO is actively operating including at least 5 PP members and 5 partners.	0				1 Dec 2013	Jun 2013	
	<b>C1.12</b> DMO model is documented and disseminated for replication in other tourism destinations in Haiti.	0				1 Mar 2014	Jun 2013	
	<b>C1.13</b> The DMO business plan is applied providing at least 50% of self-financing for the institution.	0				50 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C1.14</b> A National Park authority is fully operational and representatives of UNESCO's World Heritage Centre visit the park and are satisfied that the park's resources are adequately protected and managed.	0				1 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C1.15</b> 3 new partners join FOMIN in supporting the DMO activities.	0				3 Dec 2013	Jun 2013	
	<b>C1.16</b> At least US\$2 million additional funds are mobilized at the end of the second year of the project.	0				2000000 Dec 2013	Jun 2013	
	<b>C1.17</b> DMO conceptualized, organized and formally registered with at least 5 funding members and 3 active partners.	0				1 Sep 2013	0 Jan 2012	
<b>Component 2:</b> Development of tourism products  <b>Weight:</b> 20% <b>Classification:</b> Satisfactory	<b>C2.11</b> A catalog of at least 10 market ready products is available for cruise lines clients (day tours), DR outbound wholesalers and European niche market (multi-days packages).	0				1 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C2.12</b> • Needs assessment report for product development is validated by the DMO.	0				1 Jun 2013	0 Jan 2012	
	<b>C2.13</b> A market profile and segmentation is made and allow the identification of at least 5 segmented groups of products to be developed with local MSMEs.	0				1 Jun 2014	0 Jan 2012	
	<b>C2.14</b> • At least one product developed and tested .	0				1 Dec 2013	0 Jan 2012	
<b>Component 3:</b> Improvement of and increase in the supply of services.  <b>Weight:</b> 40% <b>Classification:</b> Unsatisfactory	<b>C3.11</b> At least 50 improved and/or new businesses (MSMEs) supported by the project, offer quality tourism services (lodging, food and beverages, transportation, communications, guide services, marketing, and entertainment).	0				50 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C3.12</b> At least 15 tourism services are included in at least 10 tourism market ready products within the North destination catalog (offer).	0				15 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C3.13</b> At least 300 individuals and MSMEs educated in providing quality tourism services.	0				300 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C3.14</b> 2 programs to support youth (100 youths) inclusion in the tourism sector	0				2 Jun 2014	0 Dec 2012	
	<b>C3.15</b> At least 15 improved and/or new businesses (MSMEs) supported by the project, offer quality tourism services	0				15 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C3.16</b> At least 5 MSMEs have accessed financing sources to improve or develop their services capacities.	0				5 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C3.17</b> About 10% of the population in the North Department (85,175 persons ) included in the destination have been exposed to educational campaign through the local communications media.	0				10 Dec 2013	0 Jan 2012	
	<b>C3.18</b> At least 15 improved and/or new businesses (MSMEs) supported by the project, offer quality tourism services.	0				15 Dec 2013	0 Jan 2012	
	<b>C3.19</b> At least 5 MSMEs have accessed financing sources to improve or develop their services capacities.	0				5 Dec 2013	0 Jan 2012	
<b>Component 4:</b> Marketing and commercial promotion.  <b>Weight:</b> 20% <b>Classification:</b> Unsatisfactory	<b>C4.11</b> The destination offers a consolidated and well diversified product catalog including at least 10 products (day tours and multi day special interest itineraries).	0				10 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C4.12</b> RCCL full day tours and at least 2 international wholesalers are including the North Destination products in their catalogues.	0				2 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C4.13</b> 3 National inbound travel agents offering in their catalogues at least 6 products available at the destination.	0				3 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C4.14</b> Percentage of increase recorded in the number of visitors to the historical sites under UNESCO's World heritage rules managed by ISPAN.	0				15 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C4.15</b> 3 Appearances in the national specialized media and at least two appearances in the international television media, referencing the new North Destination offer.	0				5 Jun 2014	Jun 2013	
	<b>C4.16</b> RCCL promotes the new supply of products developed in the	0				1		

	destination.					Jun 2014	Jun 2013	
C4.17	2 National inbound travel agents offering in their catalogues at least 6 products available at the destination.	0				2	Dec 2013	Jun 2013
C4.18	An increase of 7% recorded in the number of visitors to the historical sites under UNESCO's World heritage rules managed by ISPAN.	0				7	Dec 2013	Jun 2013
C4.19	An increase of 10% in sales invoiced by the new and improved businesses (MSMEs) participating in the project by the time it ends.	0				10	Jun 2014	Jun 2013
C4.110	2 Appearances in the national specialized media and at least 1 appearance in the international television media, referencing the new North Destination offering.	0				3	Dec 2013	Jun 2013

Milestones	Planned	Due Date	Achieved	Date achieved	Status
M0 [*] Conditions Prior	6	Jun 2011	6	Jun 2011	Achieved
M1 [*] DMO and Destination concept presented to stakeholders	1	Jul 2011	1	Jul 2011	Achieved
M2 [*] Park management model	1	Mar 2012	1	Mar 2012	Achieved
M3 [*] Destination main attractions inventory available	1	Apr 2013	1	Apr 2013	Achieved
M4 [*] DMO business plan	1	Jul 2013	0	Jun 2013	
M5 [*] Market segmentation report	1	Nov 2013	0	Jun 2013	
M6 [*] Presentation of 15 potential products identified	15	Nov 2013	0	Jun 2013	
M7 [*] Catalogue of market ready products available	1	Dec 2013	0	Jun 2013	
M8 Action Plan for MSME access to finance available	10	Dec 2013	0	Jun 2013	
M9 2 publications in international media	2	Dec 2013	0	Jun 2013	
M10 [*] Technical assistance provided to MSMEs	1	Mar 2014	0	Jun 2013	
M11 5 MSMEs have accessed appropriate financing sources	5	Mar 2014	0	Jun 2013	

[\*] Indicate that the milestone has been reformulated

**CRITICAL ISSUES THAT HAVE AFFECTED PERFORMANCE**

- [X] Design of project/Components
- [X] Lack of a tracking and evaluation System
- [X] Inappropriate Consultants performance

**SECTION 4: RISKS****MOST IMPORTANT RISKS AFFECTING FUTURE PERFORMANCE**

	Level	Mitigation action	Responsible
1. Increased public investment in basic infrastructure services (road access, signposting, etc.).	Medium	Showing the results of this project that keep private and public sectors interested	Project Coordinator
2. Concernant l'Organisation de gestion de la destination (OGD), les trois associations touristiques qui s'y trouvent, ne devraient pas être représentées uniquement par leur président. Cette représentation unique fragilise la structure de l'OGD. Pour l'ATHNORS, en cas de démission, de décès, de radiation, c'est l'ensemble des opérateurs touristiques qui ne serait plus représenté au sein de l'OGD. Et on sait que les opérateurs touristiques sont les moteurs de l'OGD.	Low	Pour pallier au problème de l'exclusivité, les membres des secteurs touristiques sont informés des activités de L'OGD. Les opérateurs touristiques sont encouragés à être des membres actifs des associations qui les représentent au sein de l'OGD. Le Conseil d'administration est passé à cinq membres au lieu de trois et les deux nouveaux membres sont des membres de L'ATHNORD.	Project Coordinator
3. -The tourism industry in Haiti is affected by external and internal shocks.  -The North continues to be a priority for the Government as the main tourism pole to be developed.  -The Government and donors invest in infrastructure services (road access, water and sanitation, airport improvement, etc), needed to support the development of the tourism destination.  -The DMO is fully operational.	Low	Pay attention to general's country development.	Project Coordinator
4. Le Ministère du Tourisme et la Directrice régionale ne rencontrent pas immédiatement leurs priorités dans les actions que l'on aura à entreprendre au cours des prochains six mois, ce qui peut réduire ou annuler leur intérêt dans le Projet.	Low	Soumettre des pistes de réponses, en les orientant pour assurer la réalisation de leurs priorités. Devancer certaines activités qui touchent leurs priorités afin de permettre la réalisation de certaines d'entre elles, au cours des six prochains mois	Project Coordinator

PROJECT RISK LEVEL: Low TOTAL NUMBER OF RISKS: 4 IN EFFECT RISKS: 4 NOT IN EFFECT RISKS: 0 MITIGATED RISKS: 0

**SECTION 5: SUSTAINABILITY**

Likelihood of project sustainability after project completion: P - Probable

**CRITICAL ISSUES THAT MAY AFFECT PROJECT SUSTAINABILITY**

Issue	Comments
[X] Lack of organizational, managerial and financial management capacity to <b>continue</b> and sustain the program once the execution phase is finalized.	The technical team has still not been put in place, nor efforts in that sense have been made by the EA.
[X] Lack of a <b>sustainability plan</b> or its inadequate implementation	Financial mechanisms need to be put in place to assure the entities auto-financing on the long run. This key aspect is not taken into account strategically enough by the EA in its prioritization of activities.
<b>Actions related to sustainability which will be or have been implemented:</b>	
1-Actions pour assurer la durabilité de L'OGD :	Des accords cadres sont prévus avec l'OGD et les Ministères du Tourisme et de la Culture.
2-Action pour renforcer la capacité des MPMEs :	Un Conseiller Volontaire, dans le cadre du Programme PCV du CECI, financé par l'ACDI a été recruté pour former des ressources en élaboration de plans d'affaires pour les mettre au service de la communauté, ainsi que pour élaborer des plans d'affaires pour les personnes nécessitant des services de plans d'affaires.

## SECTION 6: PRACTICAL LESSONS

1. Dans la mise sur pied de l'Organisation de Gestion de la Destination (OGD), il est très important de se faire un allié fort et influent dans le secteur parmi les acteurs avec lesquels on travaille, afin de pouvoir avancer plus facilement. Le but est de contrecarrer n'importe quelle autre personne capable de tout bloquer par son influence dans un projet qui se veut inclusif et qui prend en considération chaque acteur impliqué.	Relative to Implementation	Author Pharicien, Jean Phariste
--	-------------------------------	------------------------------------