

PROJECT STATUS REPORT

JULY 2014 - DECEMBER 2014

SECTION 1: PROJECT SUMMARY

PROJECT NAME: Developing the North Department as a Tourism Destination

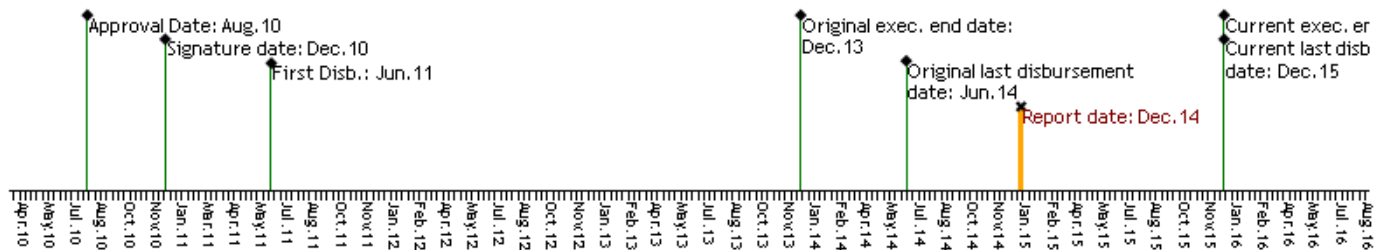
Project Number: HA-M1037 - Project Num.: ATN/ME-12283-HA

Purpose: 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.

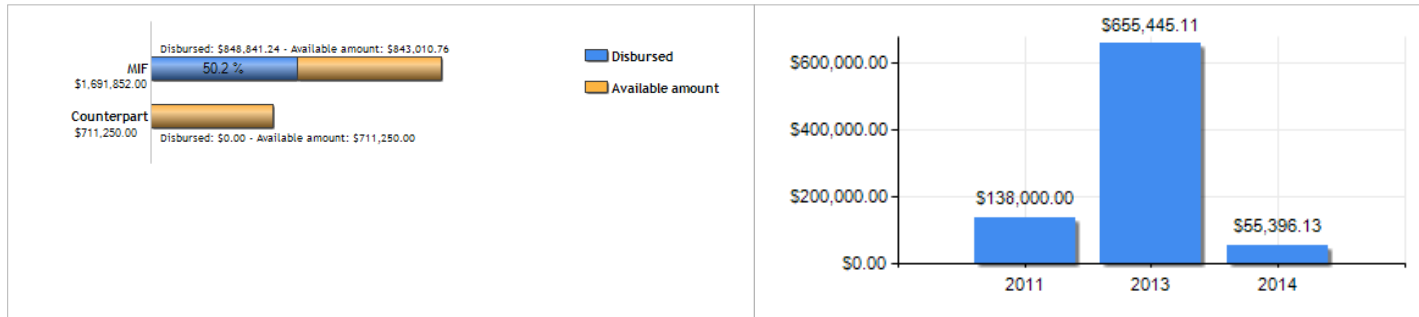
Country Admin	Country Beneficiary	Group	Subgroup
HAITI	HAITI	ENV - Environment	TOUR - Sustainable Tourism

Executing Agency: Centre for International Studies and Cooperation
Design Team Leader: Soler, Santiago
Supervision Team Leader: Dugas, Fabrice Ghisler

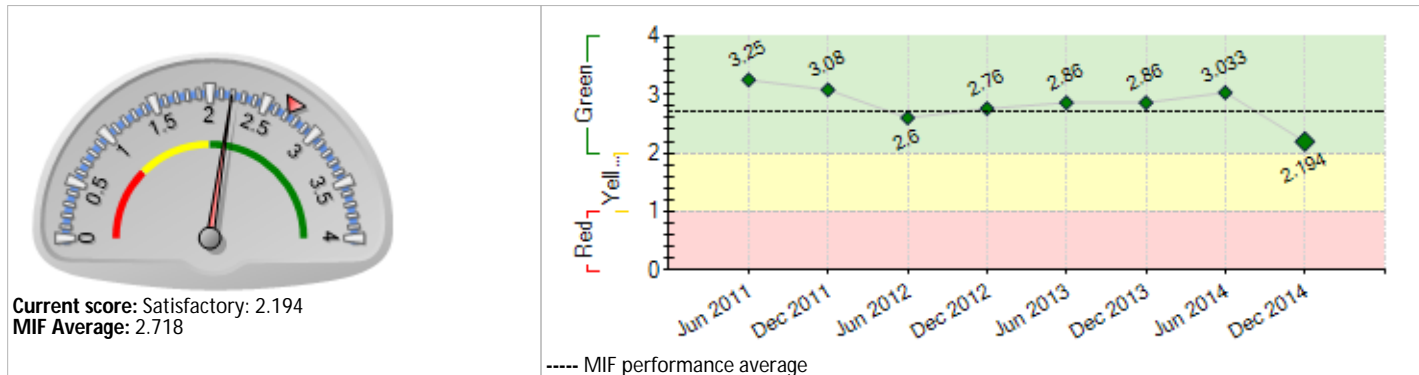
PROJECT CYCLE



FUNDS



PERFORMANCE SCORE



EXTERNAL RISKS

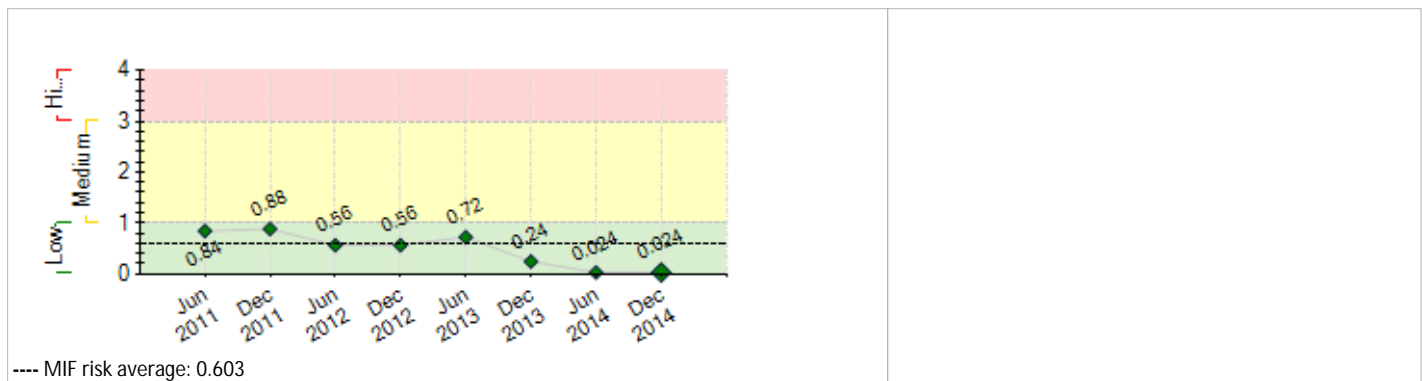
INSTITUTIONAL CAPACITY

Risk

Financial Management: Low

Procurement: Low

Technical Capacity: Medium



SECTION 2: PERFORMANCE

Summary of project performance since inception

Le Projet en est à sa phase finale d'avancement. La composante I du Projet a atteint son objectif, en ayant une OGD reconnue officiellement et opérationnelle. La composante II du Projet concernant la conception de produits touristiques, avance présentement dans la production du catalogue de vente de la destination. La composante III a atteint ses objectifs de renforcement des capacités par les formations qui ont été offertes. Au niveau de la composante IV, des dispositions sont en train d'être prises pour créer la page web de la destination.

Pour être plus spécifique, nous reprenons les principales réalisations du Projet à savoir :

- l'existence des documents officiels assurant l'existence légale de l'OGD : accords-cadres avec les Ministères du Tourisme et de la Culture, reconnaissance du Ministère des Affaires sociales et du Travail;
- l'existence d'un catalogue de produits en anglais et en français;
- les 19 séances de formation et les 10 plans d'affaires au profit de 15 entreprises ont été élaborés en vue d'améliorer la qualité du service dans la destination;
- la production de deux publications et l'organisation d'un voyage de presse.
- La réalisation d'un inventaire des ressources touristiques de la région Nord (Départements du Nord et du Nord-Est).
- Existence de site geo

Durant toute la vie du projet, les risques et obstacles ont été :

(1) les carences de ressources qualifiées disponibles sur le terrain pour mener efficacement les consultations concernant les actions de marketing et de promotion de la destination;

?(2) la nécessité de recourir à des consultants internationaux pour accomplir des tâches très spécifiques pour lesquelles on a très peu de compétences locales. Ce qui requiert une période d'adaptation requis par le consultant international pour bien cerner la réalité du milieu avant de produire les livrables attendus de ses prestations;

?(3) les divergences de vue et d'intérêts des acteurs du secteur font retarder certaines fois des prises de décisions pour les actions impliquant toutes les parties prenantes;

Pour assurer la durabilité du Projet, le CECI a procédé à un transfert graduel de responsabilités à la direction exécutive de l'OGD. Le défi consiste à amener les acteurs membres de l'OGD à s'approprier des activités du Projet et à travailler à la durabilité de toutes les actions et efforts entamés dans le cadre du Projet.

Comments from the Supervision Team Leader

Agree with the Executing Agency comments

En cette phase du projet, l'aspect clé sur lequel doivent se concentrer les efforts est la soutenabilité du projet de même que la pérennité des produits de celui-ci. Aussi, la mise en place de canaux de dissémination et diffusion des résultats du projet en vue de susciter un intérêt local mais aussi rechercher de nouveaux partenariats.

Finalement, d'autres points clés assurant la pérennité de l'OGD n'ont pas vraiment été implémentées par l'agence d'exécution. A savoir le business plan de l'OGD et la mise en place de produits et services assurant sa soutenabilité financière. Ceci doit être activement résorbé avant la fin du projet.

Plus spécifiquement, le CECI doit mettre en place des activités récurrentes avec les différents acteurs leur permettant de prendre le contrôle au jour le jour. Pour l'OGD il s'agit de mener à bien des ateliers et assurer la livraison de produits explicatifs pour la bonne gestion des activités.

-Guide de mise en place des réunions hebdomadaires;

-Guide pour la recherche de partenaires;

-One-Pager présentant le Nord comme destination, L'OGD et ses objectifs;

-Guide sur comment utiliser les produits annexes découlant du projet comme le catalogue de produits touristiques, l'inventaire des ressources, le site-geo,...

-Guide et manuel de gestion permettant l'identification de produits et services pouvant assurer une ressource financière pour l'OGD et assurer son auto-suffisance.

En ce qui concerne la recherche de nouveaux partenaires, il est essentiel que le CECI avant de se retirer complètement, fasse usage de son réseau pour mettre l'OGD en relation avec d'autres potentiels partenaires et fasse similairement objet de garant.

Summary of project performance in the last six months

No answer received

Comments from the Supervision Team Leader

Agree with the Executing Agency comments

SECTION 3: INDICATORS AND MILESTONES

Indicators		Baseline	Intermediate 1	Intermediate 2	Intermediate 3	Planned	Achieved	Status
Purpose: 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.	R.1 A PPP management model at the North Destination level (based on DMO model) is actively operating.	0				1 Jun 2014	1 Jul 2014	
	R.2 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	1 Jul 2014	
	R.3 A catalog of high quality products and services is commercialized at national and international level.	0				1 Jun 2014	1 Jul 2014	
Component 1: Creation of a destination management model Weight: 20% Classification:	C1.11 A DMO is actively operating including at least 5 PP members and 5 partners.	0				1 Dec 2013	1 Jul 2014	Finished
	C1.12 DMO model is documented and disseminated for replication in other tourism destinations in Haiti.	1 Feb 2014				1 Mar 2014	1 Mar 2014	Finished
	C1.13 The DMO business plan is applied providing at least 50% of self-financing for the institution.	0				50 Jun 2014	25 Feb 2014	Delayed
	C1.14 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	1 Jul 2014	Finished
	C1.15 3 new partners join FOMIN in supporting the DMO activities.	0				3 Dec 2013	2 Jul 2014	Finished
	C1.16 At least US\$2 million additional funds are mobilized at the end of the second year of the project.	0				2000000 Dec 2013	1350000 Jul 2014	Delayed
	C1.17 DMO conceptualized, organized and formally registered with at least 5 funding members and 3 active partners.	0				1 Sep 2013	2 Jul 2014	Finished
Component 2: Development of tourism products Weight: 20% Classification:	C2.11 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	1 Jul 2014	Finished
	C2.12 Needs assessment report for product development is validated by the DMO.	0				1 Jun 2013	1 Jul 2014	Finished
	C2.13 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	1 Jul 2014	Finished
	C2.14 At least one product developed and tested.	0				1 Dec 2013	1 Jul 2014	Finished
Component 3: Improvement of and increase in the supply of services. Weight: 40% Classification:	C3.11 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	25 Jul 2014	Finished
	C3.12 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	16 Jul 2014	Finished
	C3.13 At least 300 individuals and MSMEs educated in providing quality tourism services.	0				300 Jun 2014	136 Jul 2014	Finished
	C3.14 2 programs to support youth (100 youths) inclusion in the tourism sector	0 Jul 2014				2 Jun 2014	2 Jul 2014	Finished
	C3.15 At least 15 improved and/or new businesses (MSMEs) supported by the project, offer quality tourism services	0				15 Jun 2014	1 Jul 2014	Finished
	C3.16 At least 5 MSMEs have accessed financing sources to improve or develop their services capacities.	0				5 Jun 2014	5 Jul 2014	Finished
	C3.17 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	1 Jul 2014	Finished
	C3.18 At least 15 improved and/or new businesses (MSMEs) supported by the project, offer quality tourism services.	0				15 Dec 2013	24 Jul 2014	Finished
	C3.19 At least 5 MSMEs have accessed financing sources to improve or develop their services capacities.	0				5 Dec 2013	4 Jul 2014	Finished
Component 4: Marketing and commercial promotion. Weight: 20% Classification:	C4.11 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	39 Apr 2014	Finished
	C4.12 RCCL full day tours and at least 2 international wholesalers are including the North Destination products in their catalogues.	0				2 Jun 2014		Delayed
	C4.13 3 National inbound travel agents offering in their catalogues at least 6 products available at the destination.	0				3 Jun 2014		Delayed
	C4.14 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		Delayed
	C4.15 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		Delayed
	C4.16 RCCL promotes the new supply of products developed in the destination.	0				1 Jun 2014		Delayed
	C4.17 2 National inbound travel agents offering in their catalogues at least 6 products available at the destination.	0				2 Dec 2013		Delayed
	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		Delayed
	C4.19 An increase of 10% in sales invoiced by the new and improved businesses (MSMEs) participating in the project by	0				10		Delayed

	the time it ends.					Jun 2014		
C4.11	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	2	On Course
0						Dec 2013	Dec 2012	

Component 0:

Weight: 0%

Classification:

Component 0:

Weight: 0%

Classification:

Milestones	Planned	Due Date	Achieved	Date of achievement	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	1	Jul 2013	Achieved
M5 [*] Market segmentation report	1	Nov 2013	1	Nov 2013	Achieved
M6 [*] Presentation of 15 potential products identified	15	Nov 2013	15	Nov 2013	Achieved
M7 [*] Catalogue of market ready products available	1	Dec 2013	1	Dec 2013	Achieved
M10 [*] Technical assistance provided to MSMEs	1	Mar 2014	1	Mar 2014	Achieved
M8 [*] Action Plan for MSME access to finance available	10	Jun 2014	15	Jun 2014	Achieved
M9 [*] 2 publications in international media	2	Jul 2014	2	Jul 2014	Achieved late
M11 [*] 5 MSMEs have accessed appropriate financing sources	5	Sep 2014	5	Jul 2014	Achieved

[*] Indicate that the milestone has been reformulated

CRITICAL ISSUES THAT HAVE AFFECTED PERFORMANCE

- [X] Legislative approvals
- [X] Executing agency institutional capacity
- [X] Community/political opposition
- [X] Design of project/Components
- [X] National political changes
- [X] Lack of a tracking and evaluation System
- [X] Lack of resources for the counterpart
- [X] Inappropriate Consultants performance
- [X] Delays in fulfilling the contract terms

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

	Level	Mitigation action	Responsible
1. Deux des trois institutions qui composent le CA de l'OGD ont très peu de membres actifs aujourd'hui. Ce qui diminue leur représentativité par ricochet l'OGD s'affaiblit aussi puisque les membres de chaque association sont aussi membres de l'OGD.	Low	Renforcer les capacités organisationnelles de ces deux institutions qui ont un très faible effectif.	Project Coordinator
PROJECT RISK LEVEL: Low TOTAL NUMBER OF RISKS: 5 IN EFFECT RISKS: 1 NOT IN EFFECT RISKS: 0 MITIGATED RISKS: 4			

SECTION 5: SUSTAINABILITY

Likelihood of project sustainability after project completion: P - Probable

CRITICAL ISSUES THAT MAY AFFECT PROJECT SUSTAINABILITY**Issue**

[X] Lack of **cost recovery** mechanisms or **external financing sources** (government, donors and/or private sector) to continue the activities of the project once MIF resources are expended

Comments

Le business plan de l'OGD et la mise en place de produits et services assurant sa soutenabilité financière n'ont pas été activement mis en place.

[X] Lack of organizational, managerial and financial management capacity to **continue** and sustain the program once the execution phase is finalized.

Des produits n'ont pas encore été mis en place pour permettre à l'OGD de générer des revenus. Elle pourra continuer à fonctionner si elle dispose de ressources suffisantes.

Actions related to sustainability which have been taken in the reporting period:

SECTION 6: PRACTICAL LESSONS

1. 4. L'expérience professionnelle et technique ne suffit pas pour réussir; elle doit être renforcée par l'influence politique pour y arriver.	Relative to Sustainability	Author Pharicien, Jean Phariste
Il faut créer des alliances pour convaincre, influencer et avancer avec certitude.		
2. 3. Dans un projet où la population est très impliquée dans la réalisation des activités, il faut être armé de patience, toujours faire preuve d'écoute et de volonté de négociation, sans jamais perdre de vue le but et les objectifs de départ qui ont été fixés.	Sustainability	Pharicien, Jean Phariste
3. 2. Nécessité de faire placer les intérêts du secteur à travers l'OGD en dessus des intérêts particuliers des acteurs intervenant dans le secteur et représentés ou pas au sein de l'OGD.	Sustainability	Pharicien, Jean Phariste
4. 1. L'expérience de terrain de l'Agent exécuter et sa vision de développeur est un plus pour permettre de se faufiler entre tous les défis rencontrés et de trouver tous les moyens pour atteindre les objectifs. L'expérience et la détermination de l'Agent exécuter est un atout qui conduit au succès.	Implementation	Pharicien, Jean Phariste