

WARSZAWSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA 2017

Raport z działalności

1. SPIS TREŚCI
2. O WARSZAWSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
3. KLUCZOWE DZIAŁANIA 2017
4. WARSZAWA – DESTYNACJA TURYSTYCZNA I KONGRESOWA
5. WARSAW CvB – EFEKTY I METODY DZIAŁAŃ W 2017
6. TURYSTYKA WYPOCZYNKOWA
7. BUDOWANIE ROZPOZNAWALNOŚCI WARSZAWY I WARSZAWSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ
8. JAKIMI NARZĘDZIAMI PROMUJEMY WARSZAWĘ?
9. SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI



O WARSZAWSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

Szanowni Państwo,
Drodzy członkowie WOT,

W imieniu Zarządu oraz biura WOT dziękujemy członkom Warszawskiej Organizacji Turystycznej za kolejny rok intensywnej współpracy. Dzięki Wam aktywnie promujemy Warszawę zapraszając i przyjmując przedstawicieli międzynarodowej branży turystycznej, prezentując Warszawę w Polsce i zagranicą, angażujemy się w inicjatywy promocyjne innych podmiotów.

Wyznajemy zasadę, że chcemy być aktywnym partnerem dla każdego przedsiębiorcy turystycznego, który deklaruje chęć promocji Warszawy i współpracy z WOT. Jednocześnie dbamy o budowanie integracji naszej warszawskiej branży.

Wspólnie rozwijamy Warsaw Convention Bureau sprawiając, że z roku na rok działa efektywniej, oferując coraz większe benefity i dzięki temu zwiększając szanse na wygraną w międzynarodowych konkursach MICE.

Dla Was przygotowujemy narzędzia, które możecie wykorzystywać w swojej codziennej pracy – zdjęcia Warszawy, prezentacje, statystyki.

Dzięki Wam mamy kolejne pomysły i inspiracje!

Katarzyna Włodek-Makos
Prezes WOT
Dyrektor Biura Rozwoju Gospodarczego, Miasto Stołeczne Warszawa

Robert Zydel
Wiceprezes WOT
Dyrektor Biura Marketingu Miasta, Miasto Stołeczne Warszawa

Ziemowit Koźmiński
Wiceprezes WOT
Zastępca Dyrektora ds. Marketingu, Zamek Królewski – Muzeum

Bartosz Sosnowski
Skarbnik WOT
Członek Zarządu, Centrum Targowo-Kongresowe sp. z o.o.

Aneta Stępkowska
Sekretarz WOT
General Manager, Courtyard by Marriott Warsaw Airport



Adelina Kumor
Członek Zarządu WOT
Kierownik Działu Promocji i PR, Narodowy Instytut Fryderyka Chopina

Monika Białkowska
Dyrektor Biura
Warszawska Organizacja Turystyczna

Mateusz Czerwiński
Dyrektor Działu
Warsaw Convention Bureau
Warszawska Organizacja Turystyczna

STRUKTURA ORGANIZACJI

Warszawska Organizacja Turystyczna jest stowarzyszeniem działającym zgodnie z ustawami o stowarzyszeniach i Polskiej Organizacji Turystycznej. Jest platformą współpracy i integracji środowiska turystycznego w Warszawie.

Najwyższą władzą stowarzyszenia jest Walne Zebranie członków, które spośród swojego grona na mocy statutu wybrało w 2016 Zarząd i Komisję Rewizyjną.

Na koniec 2017 roku skład Zarządu stanowili:

Prezes Zarządu - Katarzyna Włodek-Makos, wcześniej Maciej Fijałkowski, Miasto Stołeczne Warszawa

Wiceprezes - Robert Zydeł, Miasto Stołeczne Warszawa

Wiceprezes - Ziemowit Koźmiński, Zamek Królewski

Skarbnik - Bartosz Sosnowski, Centrum Targowo-Kongresowe sp. z o.o.

Sekretarz - Aneta Stępkowska, Courtyard by Marriott Warsaw Airport

Członek Zarządu - Adelina Kumor, Narodowy Instytut Fryderyka Chopina

Członkowie Komisji Rewizyjnej:

Leszek Drogosz, Miasto Stołeczne Warszawa

Małgorzata Witon, POLIN Muzeum Historii Żydów Polskich

Małgorzata Chechlińska, Grupa Trip

Od 2018 roku Walne Zebranie będzie wybierało Radę Programową, która pełni funkcję organu kontrolnego i kierunkowego. Na mocy statutu w skład Rady Programowej wchodzi od 2 do 3 przedstawicieli Miasta Stołecznego Warszawy oraz od 3 do 6 przedstawicieli pozostałych członków WOT. Rada Programowa będzie powoływała Zarząd zawodowy. Do Zarządu zawodowego nie mogą być powoływani członkowie WOT. Najwyższą władzą stowarzyszenia jest Walne Zebranie członków WOT.

CZYM SIĘ ZAJMUJEMY?

Warszawska Organizacja Turystyczna realizuje działania w 4 obszarach:

- 1) turystyka konferencyjna - promocja Warszawy jako destynacji konferencyjnej, działania Warsaw Convention Bureau
- 2) turystyka wypoczynkowa - działania promujące Warszawę jako miejsce na krótki przyjazd
- 3) integracja branży turystycznej – budowanie współpracy pomiędzy różnymi sektorami branży
- 4) rozwój organizacji - działania dotyczące pozyskania nowych członków i rozwijania nowych wspólnych projektów

Na bieżąco współpracujemy z Ministerstwem Sportu i Turystyki, Polską Organizacją Turystyczną i jej zagranicznymi ośrodkami, Stołecznym Biurem Turystyki i innymi biurami Urzędu Miasta (Biuro Marketingu, Rozwoju Gospodarczego, Kultury, Sportu, Polityki Mobilności i Transportu), Mazowiecką Regionalną Organizacją Turystyczną, Polską Izbą Turystyki, Film Commission Poland, Mazovian Warsaw Film Commission oraz innymi instytucjami, które odpowiadają za kształtowanie i promocję wizerunku Polski i Warszawy na arenie międzynarodowej.

Wspieramy działania różnych organizacji: Stowarzyszenie „Kongresy i Konferencje w Polsce”, Stowarzyszenie Branży Eventowej, SITE Poland, Fundacja Panda działająca przy warszawskim ZOO.

Wspieramy ważne dla rozwoju branży turystycznej inicjatywy: Meetings Week Poland i Poland Meetngs Destination, Forum Branży Eventowej, Meet the Bidder, spotkania ACTE Poland, konferencje tematyczne.

Kluczowe działania WOT w zakresie turystyki konferencyjnej:

- Pozyskiwanie wydarzeń dla Warszawy – składanie ofert i bieżąca obsługa zapytań
- Uczestnictwo w targach i wydarzeniach promocyjnych IBTM, IMEX i inne
- Wyselekcjonowanie listy wydarzeń kongresowych poprzez bazę ICCA (WOT członkiem od 2015) i aktywne ofertowanie tych wydarzeń
- Wyjazdy krajowe i zagraniczne w celu pozyskania kongresów – prezentacje potencjału Warszawy
- Współpraca z warszawskim środowiskiem akademickim, spotkania z lokalnymi przedstawicielami międzynarodowych organizatorów wydarzeń
- Budowanie oferty konferencyjnej Warszawy – wsparcie wydarzeń dla zagranicznych organizatorów i profesjonalistów z branży MICE
- Promocja na kongresach poprzedzających edycję kongresu w Warszawie w celu zapewnienia możliwie najwyższej frekwencji na wydarzeniu w stolicy Polski
- Organizacja wizyt studyjnych
- Finansowy program wsparcia fam tripów dla członków Warszawskiej Organizacji Turystycznej
- Współpraca z innymi podmiotami działającymi w obszarze turystyki, w tym pozyskiwanie wsparcia dla wydarzeń od lokalnych partnerów
- Zapewnienie materiałów promocyjnych Warszawy wydarzeniom już zaplanowanym

- Monitoring infrastruktury MICE oraz wielkości i charakterystyki warszawskiego rynku konferencyjnego (kalendarz, dane o lokalnym rynku spotkań – raport Przemysł Spotkań w Warszawie, Warsaw Meetings Guide)
- Prowadzenie strony www.warsawconvention.pl i kalendarza konferencji i kongresów
- Udostępnienie narzędzi promocji Warszawy na stronie internetowej www.warsawconvention.pl, w tym ofert produktów MICE, zdjęć i filmów promocyjnych, prezentacji multimedialnych
- Cykliczny newsletter do bazy zagranicznych klientów promujący członków WOT i ofertę Warszawy
- Komercjalizacja turystyki konferencyjnej – oferta wycieczek i atrakcji kulturalnych
- Aktywne wspieranie wydarzeń MICE z udziałem zagranicznych klientów w Warszawie
- Udział w programie nad nowym kształtem badań turystycznych
- Działania reklamowe, PR i współpraca branżowa
- Reklama Warszawy w wybranych mediach

Kluczowe działania WOT w zakresie turystyki wypoczynkowej:

- Działania promocyjne Warszawy na rynkach zagranicznych - promocja Warszawy jako miejsca na krótki przyjazd
- Obsługa wizyt zagranicznych tour operatorów
- Udział w wybranych wydarzeniach targowych (targi krajowe i zagraniczne)
- Przygotowanie ofert zwiedzania Warszawy we współpracy z członkami organizacji – wydawnictwo Warsaw City Tours
- Cykliczny newsletter „What’s up in Warsaw” adresowany do zagranicznych tour operatorów i partnerów
- Promocja warszawskich instytucji kultury, w tym projekt „Odwiedź Muzeum po pracy”
- Prowadzenie strony www.warsawcitybreak.com i kalendarza wydarzeń dla turysty zagranicznego

Promocją Warszawy jako destynacji turystyki indywidualnej i turystyki wypoczynkowej zajmują się wspólnie Stołeczne Biuro Turystyki i Warszawska Organizacja Turystyczna. Dlatego działania w tym obszarze są w przypadku WOT mniejsze niż dla turystyki konferencyjnej.

Kluczowe działania WOT w zakresie integracji branży i rozwoju organizacji

- Cykliczne spotkania z branżą, mediami, członkami WOT
- Inicjowanie wspólnych projektów promocyjnych
- Przygotowanie bazy zdjęć promocyjnych dla członków WOT – około 180 zdjęć Warszawy
- Działania informacyjne dotyczące inicjatyw promocyjnych miasta, Stołecznego Biura Turystyki i WOT w obszarze promocji turystycznej
- Prowadzenie strony www.wot.waw.pl
- Zapraszanie do WOT nowych członków

BENEFITY Z CZŁONKOSTWA W WOT

1. Realny wpływ na kształt i kierunek rozwoju warszawskiej turystyki – platforma współpracy z Miastem i branżą
2. Możliwość inicjowania działań promocyjnych pozwalających na rozwój poszczególnych sektorów turystyki
3. Pakiet zdjęć promocyjnych Warszawy (ponad 180) dla każdego członka do wykorzystania bez ograniczeń czasowych i terytorialnych
4. Dostęp do wszystkich materiałów promocyjnych przygotowanych przez Biuro WOT
5. Promocja w materiałach wydawanych przez biuro WOT – Warsaw Meetings Guide, Warsaw City Tours, inne dedykowane konkretnym wydarzeniom
6. Promocja w mailingach wysyłanych przez WOT i jego dział Warsaw CvB
7. Promocja członków WOT wobec zagranicznych organizatorów spotkań i touroperatorów
8. Możliwość udziału w spotkaniach z zagranicznymi tour operatorami
9. Otrzymywanie zapytań zagranicznych klientów – zapytania obsługuje prowadzone przez nas Warsaw Convention Bureau
10. Możliwość korzystania z finansowego wsparcia fam tripów
11. Dostęp do danych on-line ze statystykami wydarzeń konferencyjnych w Warszawie
12. Możliwość rozwoju biznesowego poprzez synergię z ofertą innych członków WOT
13. Aktywny networking

Wartością z przynależności do organizacji, szczególnie dla podmiotów prywatnych, jest możliwość aktywnego dialogu z przedstawicielami Miasta Stołecznego Warszawy. Realizując zarówno bieżące działania jak i duże międzynarodowe projekty jesteśmy w stałym roboczym kontakcie z dyrektorami kluczowych biur Urzędu m.st. Warszawy i Zastępcą Prezydenta m.st. Warszawy.

KLUCZOWE DZIAŁANIA W 2017

Wydarzenia pozyskane do Warszawy

2017 to rok kiedy po raz kolejny jako Warsaw Convention Bureau pozyskaliśmy więcej wydarzeń do Warszawy niż w poprzednich 12 miesiącach. Udało nam się potwierdzić 43 wydarzenia, czyli o 11 więcej niż rok wcześniej, generując dla miasta 34 912 noclegów, co szacunkowo odpowiada 10 087 424 zł (w 2016 było to odpowiednio 28 574 noclegów i 8 486 478 zł). Oznacza to, że od 2014, czyli od momentu przeniesienia Warsaw CvB do Warszawskiej Organizacji Turystycznej zespół ten wygenerował dla Warszawy szacunkowo ponad 28 000 000 zł wpływów z samych tylko noclegów konferencyjnych i kongresowych. Więcej szczegółowych statystyk na temat pozyskanych wydarzeń znajduje się w dalszej części raportu.

Warszawa w finale konkursu o Rotary International Convention

Po 23 miesiącach intensywnej pracy (grudzień 2015 – październik 2017) Warszawa znalazła się w ścisłym finale konkursu destynacji na Rotary International Convention i choć nie udało się wywalczyć



prawa do organizacji wydarzenia w latach 2023, 2024, 2025, to pokonując Paryż, Dublin, Dubaj, Melbourne, Auckland i Perth, pokazaliśmy się jako atrakcyjny, profesjonalny i godny zaufania kandydat na kolejne lata. Starania o konwencję Rotary przyniosło nie tylko wizerunkowe, ale i biznesowe benefity w postaci mniejszych wydarzeń. W planach jest, aby Warszawa kandydowała na rok 2026, 2027 lub 2028.

151 planistów i 114 touroperatorów w Warszawie

W 2017 roku ponad dwukrotnie zwiększyliśmy liczbę zagranicznych meeting plannerów, których przyjęliśmy w Warszawie na site inspections oraz fam tripach. Zorganizowanie 25 wizyt studyjnych dla 151 planistów (w 2016 odbyło się 17 wizyt dla 69 planistów) było możliwe między innymi dzięki efektywnej współpracy z członkami WOT (hotele, obiekty kongresowe, agencje MICE, instytucje kultury), a także dzięki wdrożeniu przez naszą organizację programu wsparcia fam tripów. Jednocześnie udało nam się półtorakrotnie zwiększyć liczbę zagranicznych touroperatorów, których w Warszawie zapoznaliśmy z turystyczną ofertą destynacji – byliśmy partnerem 12 wizyt dla 114 touroperatorów (w 2016 odbyło się 10 wizyt dla 76 touroperatorów), a było to możliwe między innymi dzięki wydatnej współpracy z członkami oraz Zagranicznymi Ośrodkami Polskiej Organizacji Turystycznej i Polskimi Liniami Lotniczymi LOT.

Global Events Conference i Global DMC Partners Connections w 2018 w Warszawie

Warszawska Organizacja Turystyczna jest lokalnym partnerem wydarzenia Global Events Congress 2018, organizowanego i pozyskanego do Warszawy przez Szkołę Główną Turystyki i Rekreacji należącej do Grupy Uczelni Vistula. Międzynarodowy kongres branży spotkań będzie zorganizowany już po raz 8 na świecie i po raz pierwszy w Polsce, 10 – 13 lipca 2018.

W sierpniu 2018 odbędzie się w Warszawie Global DMC Partners Connection, którego WOT jest lokalnym partnerem. Międzynarodowe agencje będą spotykać się z 80 międzynarodowymi klientami z korporacji, agencji i stowarzyszeń. Dla Warszawy będzie to okazja do prezentacji możliwości i oferty miasta jako destynacji spotkań. Oficjalnym lokalnym partnerem DMC jest nasz członek Select Poland, głównie dzięki staraniom którego wydarzenie odwiedzi Polskę.

Spotkania grupy roboczej MICE

Dzięki comiesięcznym spotkaniom grupy roboczej MICE, reprezentowanych przez dyrektorów sprzedaży członkowskich hoteli, obiektów kongresowo-wystawienniczych i agencji MICE, możemy pochwalić się coraz lepszymi efektami we wspólnym pozyskiwaniu wydarzeń. Dzięki comiesięcznym spotkaniom roboczym działamy efektywniej!

Nowe działania promocyjne

W 2017 roku intensywnie rozwijaliśmy nowe i kontynuowaliśmy dotychczasowe działania marketingu destynacji. Wśród tych, które są bezpośrednio związane z pozyskiwaniem wydarzeń w dalszej części szczegółowo opisujemy wyjazdy zagraniczne z profesorami w celu prezentacji oferty Warszawy, goszczenie zarządów zagranicznych stowarzyszeń na ich spotkaniach w Warszawie, rozwijanie oferty wsparcia Warszawy dla wydarzeń, wizyty studyjne (w tym program wsparcia fam tripów), oraz spotkania z klientami organizowane zagranicą i w Polsce.



Ponadto mieliśmy w 2017 roku okazję promować Warszawę jako destynację na przyjazd wypoczynkowy w Mediolanie, w Londynie, w Goeteborgu, na Cyprze, a poprzez naszych partnerów także w Dublinie, Londynie, Kaliningradzie, Madrycie.

Willa Żabińskich

W 2017 do polskich i międzynarodowych kin wszedł film „Azył” („Zookeeper’s Wife”) opowiadający niezwykłą historię Antoniny i Jana Żabińskich ratujących Żydów w getcie.

WOT był koordynatorem udostępnienia Willi dla indywidualnego ruchu turystycznego. Zorganizowaliśmy wizytę w Warszawie pana Moshe Tirosh – jednego z dzieci uratowanych przez państwa Żabińskich. Jego wizyta zainauguowała sezon letni w Willi Żabińskich, otwarty niezwykłym plenerowym koncertem nawiązującym do muzyki z domu państwa Żabińskich.

Warsaw Congress Guide i Warsaw City Tours

Nasze wydawnictwa dystrybuujemy do przedstawicieli branży turystycznej i gości indywidualnych w kraju i zagranicą.

Aktywnie reagujemy!

Staramy się być aktywnym lokalnym partnerem dla promujących Warszawę. W 2017 prowadziliśmy wspólne projekty z Polskimi Liniami Lotniczymi LOT zarówno w Polsce jak i w Goeteborgu, na Cyprze i w Izraelu. Deklarujemy aktywną pomoc zagranicznym ośrodkom POT – zawsze dzięki członkom WOT włączając się w realizowane za granicą konkursy, spotkania branżowe czy kampanie promocyjne. Członkowie WOT włączający się w te działania byli zawsze promowani i eksponowani podczas tych działań.

WOT i najbardziej wpływowi ludzie polskiej branży turystycznej

WOT i członkowie WOT ponownie zostali uznani za osoby na liście 100 najbardziej wpływowych ludzi w polskiej turystyce. Na liście znaleźli się Ireneusz Węglowski - prezes Izby Gospodarczej Hotelarstwa Polskiego, prezes ORBIS, Andrzej Hulewicz - prezes Mazurkas, Janusz Mitulski, dyrektor ds. rozwoju sieci Marriott International, Urszula Potęga, prezes MT Targi Polska, Monika Białkowska, dyrektor biura Warszawskiej Organizacji Turystycznej, Jan Ołdakowski, dyrektor Muzeum Powstania Warszawskiego, Szejk Ahmed bin Saeed Al Maktoum, prezes Zarządu Grupy Emirates, Ryszard Cetnarski, prezes zarządu Holiday Travel, Anna Górka, prezes Oddziału Europy Centralnej ICCA (International Congress and Convention Association) i business development director w EXPO XXI Warszawa,

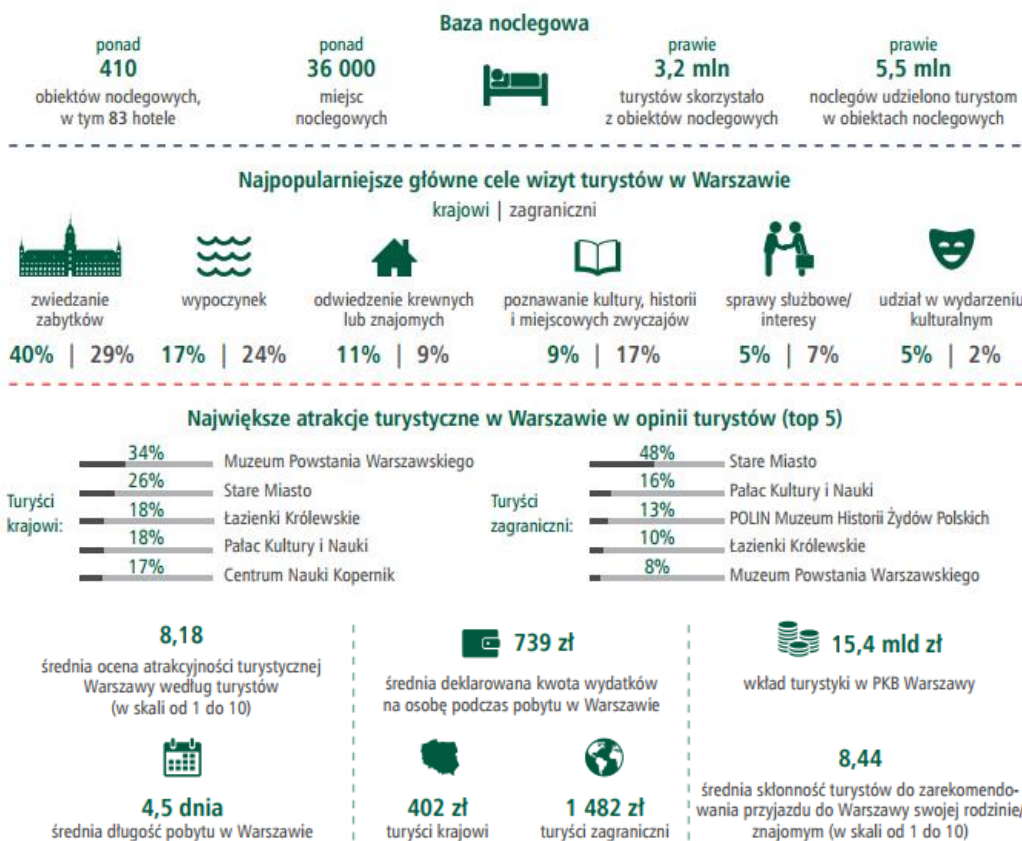
Dodatkowo Dyrektorem Sprzedaży Roku 2017 został Mariusz Paszkiel z Warsaw Marriott Hotel.

WARSZAWA – DESTYNACJA TURYSTYCZNA I KONGRESOWA

Warszawa staje się z roku na rok coraz bardziej rozpoznawalną i coraz chętniej odwiedzaną destynacją – zarówno przez organizatorów wydarzeń, touroperatorów jak i turystów indywidualnych. Wydawany przez Stołeczne Biuro Turystyki raport „Turystyka w Warszawie” w przystępny sposób pokazuje dane o liczbie turystów i odwiedzających (krajowych i zagranicznych), ich pochodzeniu, wykorzystaniu przez nich noclegów oraz środków transportu w dotarciu do miasta, ale także – po raz pierwszy w historii badań nad lokalnym ruchem turystycznym, pokazuje wartości wyrażające ekonomiczny wpływ turystyki na warszawską gospodarkę.

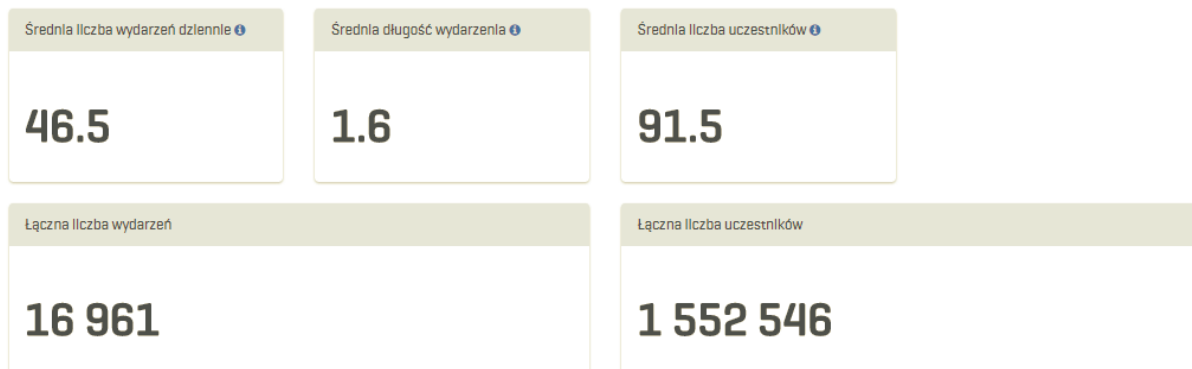


Źródło: „Turystyka w Warszawie 2016”, Stołeczne Biuro Turystyki



Źródło: „Turystyka w Warszawie 2016”, Stołeczne Biuro Turystyki

Dzięki kontynuacji w 2017 roku współpracy z firmą Z-Factor, udało nam się pozyskać i podzielić się z branżą danymi o wielkości i charakterystyce lokalnego rynku konferencyjnego za trzy lata: 2015, 2016 i 2017. Szczegółowe dane z prowadzonego przez Z-Factor narzędzia Demand Outlook, za pomocą którego codziennie monitorowanych jest ponad 30 obiektów (głównie hoteli konferencyjnych), udostępniane są na bieżąco (codzienna aktualizacja danych) członkom WOT w ramach benefitów członkostwa w organizacji. Dodatkowo, na podstawie tych danych, co roku wydajemy raport „Przemysł Spotkań w Warszawie”, w którym podsumowane są najważniejsze dane i trendy rynkowe za ostatnie 12 miesięcy. Poniżej podajemy wąski wycinek danych zgromadzonych w bazie Demand Outlook za rok 2017.



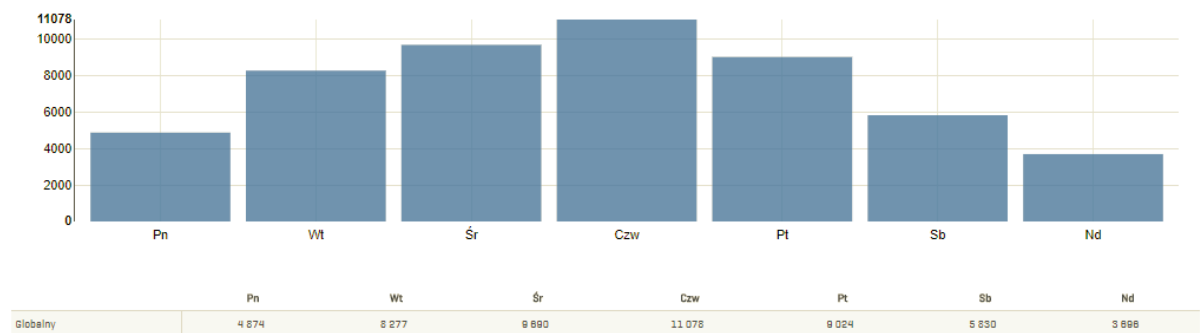
Źródło: Demand Outlook by Z-Factor

Liczba wydarzeń w poszczególne dni tygodnia ⓘ



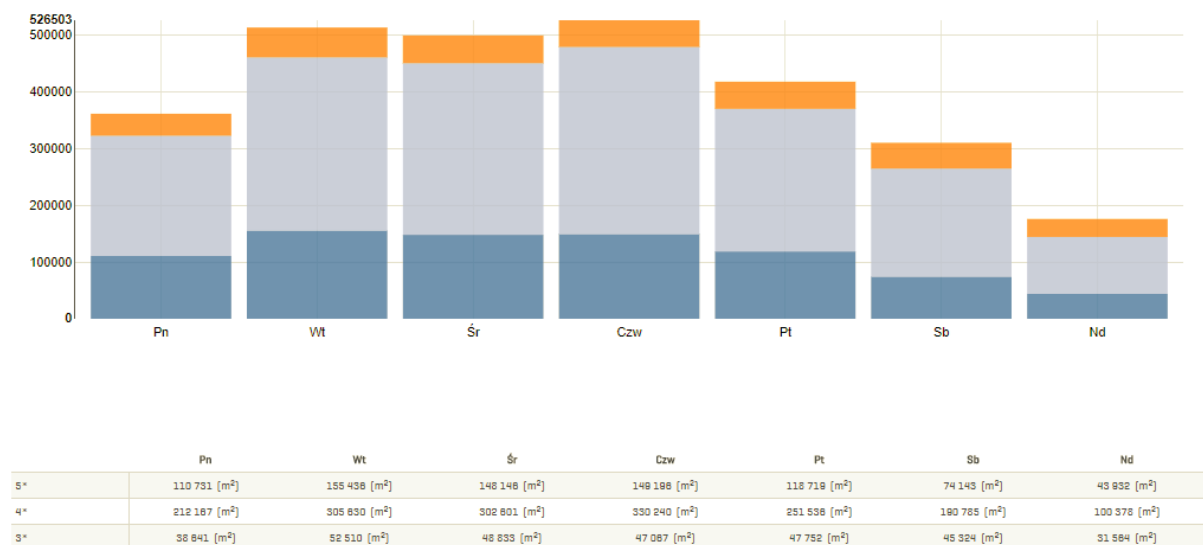
Źródło: Demand Outlook by Z-Factor

Średnia liczba uczestników w poszczególne dni tygodnia ⓘ



Źródło: Demand Outlook by Z-Factor

Wykorzystanie powierzchni w poszczególne dni tygodnia wg kategorii hotelu ⓘ



Źródło: Demand Outlook by Z-Factor

Warszawa, między innymi dzięki działaniom Warsaw CvB – WOT zmierzającym do zwiększenia rozpoznawalności destynacji oraz pozyskiwania konkretnych wydarzeń stowarzyszeniowych i korporacyjnych, jest bezkonkurencyjnym liderem pod względem wielkości rynku, w stosunku do innych polskich miast. Poniżej przedstawiamy dwa zestawienia pokazujące liczbę wydarzeń zbadanych w poszczególnych miastach Polski i zagranicą. Zestawienia te zostały przygotowane przez dwa podmioty: Z-Factor oraz Poland Convention Bureau – POT.

Pierwsze zestawienie pochodzi z bazy Demand Outlook prowadzonej przez firmę Z-Factor, która zbiera szczegółowe informacje o konferencjach organizowanych w 25 miastach Polski i 5 miastach europejskich (region Europy Środkowo-Wschodniej).¹

Liczba wydarzeń w bazie Demand Outlook prowadzonej przez Z-Factor za rok 2017 w Polsce		
Miasto	Liczba wydarzeń	Ilość obiektów monitorowanych w mieście
Lublin	1 879	12
Łódź	1 867	10
Pabianice	163	1
Rawa Mazowiecka	473	1
Karpacz	177	1
Wrocław	5 045	17
Kraków	6 020	24
Krynica-Zdrój	55	1
Zakopane	99	3
Józefów	526	1
Ożarów Mazowiecki	204	1
Serock	1 414	3
Zegrze Południowe	113	1
Warszawa	16 961	33
Rzeszów	579	3
Ustrzyki Dolne	136	1
Gdańsk	2 813	15
Gdynia	635	4
Sopot	625	4
Dąbrowa Górnicza	113	1

¹ Analizując dane należy zwrócić uwagę, że w stosunku do innych miast w Polsce i zagranicą w Warszawie firma Z-Factor monitoruje największą liczbę obiektów.

Katowice	4 355	8
Wisła	150	1
Kielce	156	1
Poznań	3 506	13
Szczecin	1 336	4
Liczba wydarzeń w bazie Demand Outlook prowadzonej przez Z-Factor za rok 2017 w innych monitorowanych miastach		
Miasto	Liczba wydarzeń	Liczba obiektów monitorowanych w mieście
Sofia - Bułgaria	2 615	8
Praga - Czechy	1 415	8
Budapeszt - Węgry	3 626	18
Bukareszt - Rumunia	7 664	14
Bratysława - Słowacja	1 887	7

Źródło: Demand Outlook by Z-Factor

Drugie zestawienie przygotowane zostało przez Poland Convention Bureau – POT na potrzeby raportu „Przemysł Spotkań i Wydarzeń w Polsce” za rok 2017, do którego dane dostarczają lokalne i regionalne convention bureaus z całej Polski (dane dostarczone przez Warsaw CvB pochodzą z bazy Demand Outlook prowadzonej przez Z-Factor). Co ważne, od edycji raportu za rok 2017 zebrano i poddano analizie tylko wydarzenia równe i większe niż 50 uczestników. Mimo tej zmiany metodologicznej Warszawa nadal jest bezkonkurencyjnym liderem polskiej branży spotkań.

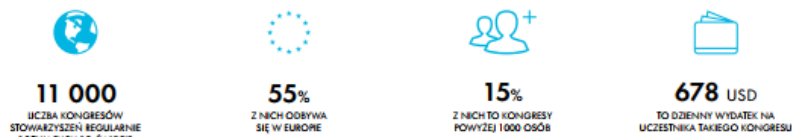


Źródło: Dane przekazane przez POT 31.01.2018

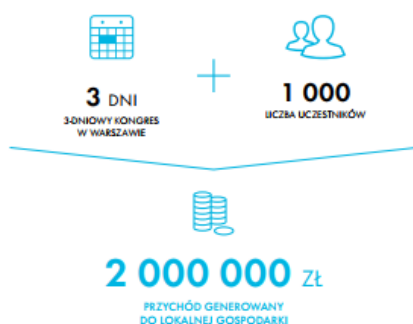
² Dane przekazane przez POT 31.01.2018; liczba wydarzeń w poszczególnych miastach: Warszawa – 9 024, Kraków – 3 152, Poznań – 2 338, Gdańsk – 1 865, Lublin – 1 757, Wrocław – 778, Katowice – 615, Bydgoszcz – 484, Toruń – 45, Mazury – 35, Kielce – brak danych, Dolny Śląsk – brak danych;

POTENCJAŁ EKONOMICZNY BRANŻY SPOTKAŃ

WEDŁUG ICCA, NAJWAŻNIEJSZEGO ŚWIATOWEGO STOWARZYSZENIA BRANŻY KONGRESOWEJ²



WEDŁUG SZACUNKÓW WARSZAW CVB³



WEDŁUG SZACUNKÓW ICCA OPARTYCH NA
DANYCH GLOBALNYCH³



Źródło danych o Warszawie: Szacunek własny Warsaw Convention Bureau; uwzględnia on uśrednione lokalne koszty następujących elementów: noclegi, DDR (Daily Delegate Rate), koszty wydarzeń dodatkowych jak np. kolacja galowa, transfery, inne wydatki organizatora.

Źródło danych ICCA: www.iccaworld.org

Pozyskane przez Warsaw CvB w 2017 roku 43 wydarzenia generują dla lokalnej gospodarki szacowane wpływy z samych tylko noclegów w wysokości 10 368 864 zł, czyli o ponad 1 800 000 zł więcej niż w roku poprzednim (obliczenia przy założeniu stałego ADR 297 zł).

CZYNNIKI WPŁYWAJĄCE BEZPOŚREDNIO NA ROZWÓJ RYNKU TURYSTYCZNEGO I SPOTKAŃ W WARSZAWIE

Rozwój każdej lokalnej branży spotkań jest w sposób oczywisty uzależniony od koniunktury na wielu różnych rynkach (zagranicznych i krajowym), w obrębie różnych branż oraz zależy od ogólnej sytuacji geopolitycznej. Polska, a jednocześnie Warszawa, w zasadzie nieprzerwanie od kilkunastu lat znajduje się w gospodarczym trendzie wzrostowym, dzięki czemu stolica w ciągu niedługiego czasu stała się najdynamiczniej rozwijającą się metropolią w Europie Środkowo-Wschodniej i kluczowy miastem kongresowym w kraju o najstabilniejszej, silnie wzrostowej gospodarce. Stolica Polski jest naturalnym centrum ekonomicznym, biznesowym, naukowym oraz kulturalnym dla całego regionu. Potwierdza to ranking E-REGI 2016 - European Regional Economic Growth Index, w którym Warszawa zajęła pierwsze miejsce wśród miast Europy Środkowo-Wschodniej. Dla międzynarodowego biznesu oznacza to przede wszystkim bezpieczne i rokujące duże wzrosty środowisko dla rozwoju własnej działalności, która coraz częściej oznacza, że to w Warszawie lokuje się korporacyjne siedziby, z których zarządza się wszystkimi filiami w krajach CEE (Central Eastern Europe) oraz w krajach bałtyckich. Nieprzerwany

wzrost polskiego PKB od 1992 roku to nie wszystko – Warszawa jest jednocześnie jednym z najbezpieczniejszych miast. Według badań przeprowadzonych na zlecenie Urzędu m.st. Warszawy 82% mieszkańców czuje się bezpiecznie po zmroku, a Polska jako kraj znajduje się na 22 spośród 163 miejsc w rankingu Global Peace Index. Warszawa jest też jednym z najlepiej rokujących miast pod względem rozwoju gospodarczego – 3. miejsce w Eastern European Cities of Future 2016/2017 – między innymi ze względu potencjał innowacyjny, który zapewniają miastu trzy kluczowe czynniki: siła ośrodka naukowego i akademickiego (ponad 70 uniwersytetów i uczelni wyższych z 260 000 studentów, z czego 16.000 to studenci zagraniczni), wielki potencjał inwestorski polskiego i międzynarodowego biznesu korporacyjnego skupionego w Warszawie oraz prężne działania lokalnego samorządu, który poprzez różne działania wspiera rozwój innowacyjnych firm w mieście (przykładem są chociażby dwa Centra Przedsiębiorczości Smolna i Centrum Kreatywności Targowa, za pomocą których Urząd m.st. Warszawy wspiera innowacyjne startup’y).

Dodatkowe czynniki, które poza uwarunkowaniami makro- i mikroekonomicznymi, pozwalają na optymistyczną prognozę rozwoju dla warszawskiej branży spotkań:

- Dostępność komunikacyjna: dwa międzynarodowe lotniska, w tym jedno w zasadzie w centrum miasta, ponad 180 bezpośrednich połączeń lotniczych i ponad 18,6 milionów pasażerów w 2017
- Świetna infrastruktura hotelowa: największa w Polsce liczba pokoi i miejsc hotelowych, szczególnie w kategorii 4* i 5*, które są najczęściej wykorzystywane przez zagranicznych meeting plannerów, szczególnie, że większość tych hoteli to duże hotele konferencyjne rozpoznawalnych, międzynarodowych marek
- Dobra infrastruktura konferencyjna, targowa i eventowa: największa spośród wszystkich polskich miast ilość przestrzeni do organizacji kongresów, targów i wydarzeń towarzyszących w dogodnie usytuowanych obiektach o różnym profilu i charakterze – obiekty kongresowo-wystawowe (np. Pałac Kultury i Nauki, PGE Narodowy, EXPO XXI, Global EXPO, Tor Wyścigów Konnych Służewiec, Stadion Legii), akademickie (np. Politechnika Warszawska, Uniwersytet Warszawski, Akademia Finansów i Biznesu Vistula) czy obiekty zabytkowe i kulturalne (Zamek Królewski, Muzeum Narodowe, POLIN, Muzeum Powstania Warszawskiego, Muzeum Łazienki Królewskie)
- Silne zaplecze naukowe i biznesowe
- Największa w Polsce liczba agencji PCO i DMC, które są przygotowane do obsłużenia każdego wydarzenia na najwyższym, międzynarodowym poziomie (m.in. Global Congress, Grupa TRIP, Haxel Events & Incentives, Holiday Travel, ICP Group, Mazurkas Travel, Furnel International, Liberty International, Travel Projekt, Hello Poland, Supertour, Tarifa, ST Meetings & Incentives, Select Poland)
- Infrastruktura miejska: centralne położenie wszystkich kluczowych obiektów hotelowych, konferencyjnych, instytucji kultury i atrakcji turystycznych, znakomita komunikacja miejska, nowoczesne rozwiązania przestrzeni miejskiej, czystość i bezpieczeństwo
- Dziedzictwo kulturowe i historyczne, a także bogate życie kulturalne miasta

- Znakomita destynacja turystyki indywidualnej i wypoczynkowej: Warszawa w pierwszej dziesiątce rankingu TOP 10 Tourist Destination of the World 2016 prowadzonego przez renomowany przewodnik Lonely Planet

WARSAW CvB – EFEKTY I METODY DZIAŁAŃ W 2017

Pozyskiwanie wydarzeń do Warszawy to – obok działań promocyjnych i wizerunkowych oraz budowania wiedzy na temat wielkości i charakterystyki lokalnego rynku spotkań – najwyższy priorytet Warsaw Convention Bureau – WOT. Od momentu kiedy Warsaw CvB zostało wydzielone ze struktur miejskich i przeniesione do Warszawskiej Organizacji Turystycznej stale rośnie jego efektywność w generowaniu bezpośrednich przychodów finansowych dla miasta oraz pośredniego rozwijania jego innowacyjności poprzez transfer wiedzy na pozyskanych konferencjach korporacyjnych i stowarzyszeniowych.

Pozyskiwanie wydarzeń przez Warsaw CvB – WOT				
Dana	2017	2016	2015	2014
Liczba wydarzeń potwierdzonych	43	32	25	18
	+34%	+28%	+38%	Brak danych
Łączna liczba noclegów z wydarzeń potwierdzonych	34 912	28 574	22 655	14 818
	+22%	+26%	+52%	Brak danych
Szacowana wartość noclegów z wydarzeń potwierdzonych	10 368 864 PLN (przyjęty ADR to 297 zł)	8 486 478 PLN (przyjęty ADR to 297 zł)	6 230 125 PLN (przyjęty ADR to 275 zł)	3 956 406 PLN (przyjęty ADR to 267 zł)

Efektywność w pozyskiwaniu wydarzeń jest uzależniona między innymi od bardzo skrupulatnego prowadzenia ewidencji wszystkich zapytań, które otrzymuje i stara się konwertować w potwierdzone wydarzenia zespół Warsaw CvB. W tej złożonej, wciąż rozrastającej się bazie danych zbieramy i analizujemy informacje o wielkości wydarzeń (mierzonych liczbą uczestników, liczbą dni, liczbą roomnights oraz ich szacowaną wartością), sezonowości spływających zapytań i planowanych w nich wydarzeń, rodzaju pozyskiwanego wydarzenia (konferencja, kongres, incentive, roadshow, etc.), konkurencji Warszawy (na etapie konkursu destynacji i po jego ewentualnej przegranej), powodach wygrania bądź przegranej danego konkursów destynacji, sposobu w jaki zostały wygenerowane dane procesy sprzedażowe (sprzedaż reaktywna bądź aktywna oraz sposób w jaki trafiło do nas zapytanie – mail, wydarzenie targowe, etc.). Gromadzimy również wszystkie podstawowe informacje o kliencie: rynek, z którego pochodzi (kraj), rodzaj podmiotu jaki reprezentuje (stowarzyszenie, korporacja lub agencja MICE), a także gromadzimy informacje o lokalnym ambasadorze danego wydarzenia. Tak szczegółowe dane, mimo iż zbieranie ich jest pracochłonne (biorąc pod uwagę liczbę

otrzymywanych zapytań i liczbę pracowników, którzy w zespole Warsaw CvB pozyskują wydarzenia), pozwala nam nie tylko gromadzenie cennej wiedzy o rynku incoming, ale również, dzięki kilku wewnętrznym wskaźnikom, pozwalają nam one na prowadzenie analiz przydatnych w strategicznym planowaniu pracy biura. Do takich wewnętrznych wskaźników należą między innymi: liczba otrzymanych w danym okresie zapytań (ogółem i z danego rynku), liczba aktualnie pozyskiwanych wydarzeń w różnych przedziałach wielkości czy liczba wydarzeń i przypisanych im klientów w podziale na poszczególne typy (prospect, lead aktywny, lead nieaktywny i zimny kontakt).

Interesujące wyniki szczegółowej analizy rynku stowarzyszeniowego i korporacyjnego, obsługiwanego przez Warsaw CvB, wraz z analizą najczęstszych przyczyn wygrywania i przegrywania zapytań, zamieściliśmy w raporcie rocznym WOT za 2016. W ciągu ostatnich 12 miesięcy analizy te nie straciły na aktualności i wypływające z nich wnioski statystyczne nie uległy przewartościowaniu, w związku z czym zachęcamy do lektury tych rozdziałów w naszym raporcie za rok 2016 dostępnym na stronie www.wot.waw.pl.

JAK POZYSKUJEMY WYDARZENIA

Pozyskiwanie wydarzeń odbywa się za pomocą wielu, często złożonych działań, które w Warsaw CvB – WOT z założenia angażują członków organizacji, a dzięki temu – w ramach synergii wielu beneficjentów – są o wiele bardziej efektywne, niż gdyby każdy z partnerów działał osobno. Poniżej przedstawiamy działania, które z naszego doświadczenia przynoszą najlepsze efekty w pozyskiwaniu wydarzeń do Warszawy, a na które dodatkowo położyliśmy silny nacisk w 2017.

- **Prezentacja oferty Warszawy wspólnie z profesorem na zagranicznym kongresie**

Jednym z kluczowych etapów pozyskiwania międzynarodowych kongresów stowarzyszeń jest prezentacja oferty miasta (przygotowanej wspólnie z lokalnym ambasadorem kongresu) przed zarządem danego stowarzyszenia na wydarzeniu poprzedzającym o kilka lat edycję, o którą stara się Warszawa. Prezentacja taka jest w swej istocie bardzo podobna do prezentacji sprzedażowej prowadzonej przez firmy na całym świecie we wszystkich branżach (tzw. sales pitch), różnica polega w tym przypadku jednak na tym, że prowadzona jest ona najczęściej zagranicą przez reprezentantów trzech sektorów, z których każdy jest istotnie zaangażowany w pozyskanie danego kongresu. Są to przede wszystkim: lokalny ambasador kongresu, czyli pracownik naukowy lub prezes stowarzyszenia, który odpowiada za merytoryczną część oferty; przedstawiciel destynacji (czyli w naszym przypadku Warsaw CvB), który prezentuje nie tylko atuty MICEowe i turystyczne miasta, ale również deklaruje wsparcie konkretną ofertą destynacji i swą obecnością dodatkowo potwierdza zaangażowanie lokalnych władz i branży; przedstawiciel obiektu kongresowego lub PCO (Professional Congress Organizer), którzy są odpowiedzialni za nie mniej ważną stronę logistyczną wydarzenia. W 2017 wzięliśmy udział łącznie w 5 tego typu prezentacjach. W styczniu odwiedziliśmy Pragę pozyskując kongres SOFT 2020 (na 1000 uczestników), w czerwcu prowadziliśmy prezentację w Barcelonie starając się o kongres ESOT 2021 (na 3 500 uczestników), w sierpniu w Montrealu przeprowadziliśmy prezentację oferty na GASS URSI 2020 (na 1 500 uczestników), a we wrześniu w Budapeszcie prezentowaliśmy ofertę Warszawy na kongres ECCN 2019 (na 1 100 uczestników). Szczególnym przypadkiem takiego działania był udział w Rotary International Convention, które w czerwcu odbyło się w Atlancie, a na którym prowadziliśmy aktywną promocję

Warszawy. W efekcie między innymi tych działań stolica Polski została zakwalifikowana do ścisłej, finałowej czwórki konkursu na lata 2023, 2024, 2025. W przypadku kongresu ECCN 2019, niedługo po powrocie z Budapesztu okazało się, że Warszawa została wybrana na miasto gospodarza, natomiast w przypadku pozostałych wydarzeń udało nam się silnie ugruntować kandydaturę Warszawy na kolejne edycje kongresów i nawiązać jeszcze bliższą współpracę z ich organizatorami.

- **Goszczenie zarządów zagranicznych stowarzyszeń na ich spotkaniach w Warszawie**

Zarządy stowarzyszeń są kluczowe w często kilkuletnim i złożonym procesie pozyskiwania wydarzeń kongresowych. Dotarcie do nich z jak najlepszą ofertą miasta jest nieodzownym warunkiem sukcesu, co z kolei często wiąże się poniesieniem określonych nakładów finansowych. Dlatego też jednym z ciekawych i bardzo efektywnych rozwiązań jest zaproponowanie zarządom tych stowarzyszeń, aby jedno ze swoich cyklicznych spotkań zorganizowały w Warszawie, mieście, którego najczęściej jeszcze nie odwiedzali, a które oferuje im wiele benefitów. Poza łatwą dostępnością lotniczą, często bardziej atrakcyjnymi kosztami logistyki spotkania, ciekawą ofertą turystyczną i kulturalną, niewątpliwym plusem jest dla tych zarządów oferta wsparcia, jakie Warsaw CvB, wraz z członkami WOT, jest im w stanie zaoferować. W 2017 gościliśmy zarząd stowarzyszenia EuMA (European Microwave Association, członka parasolowego stowarzyszenia IEEE), które zorganizowane od strony merytorycznej przez warszawskiego ambasadora kongresów, profesora Józefa Modelskiego z Politechniki Warszawskiej dało Warszawie (profesorowi Modelskiemu oraz Warsaw CvB, EXPO XXI i hotelowi Marriott Warsaw) szansę na prezentację kandydatury Warszawy na kongres European Microwave Week (na 3 500 uczestników). W przypadku takich destynacji jak Warszawa działanie to jest o tyle skuteczniejsze, niż prezentacja zagraniczna, że decydenci mogą na własne oczy przekonać się o wyjątkowości miasta, którego najczęściej wcześniej nie znali – zarówno od strony konferencyjnej jak i turystycznej. Na tej samej zasadzie od 2017 wspieramy Metro Warszawskie, które przygotowuje w naszym mieście spotkanie zarządu stowarzyszenia, UITP (International Association of Public Transport), którego duży międzynarodowy kongres również chcielibyśmy pozyskać do Warszawy.

- **Oferta wsparcia Warszawy**

Wsparcie (często zwane również subwencjami), jakie destynacja oferuje pozyskiwanym wydarzeniom, obok logistyki i zawartości merytorycznej, jest trzecim najważniejszym czynnikiem w procesie decyzyjnym konkursu destynacji. Warsaw CvB od 2014 roku aktywnie rozbudowuje zakres wsparcia jaki może zaoferować w imieniu swoim i kluczowych lokalnych interesariuszy (głównie członków WOT) pozyskiwanego kongresu lub konferencji. W tym momencie znajdują się w niej między innymi: pomoc w pozyskaniu bezpłatnej lub zniżkowej komunikacji miejskiej dla uczestników wydarzenia, pomoc w pozyskaniu bezpłatnych sal w obiektach należących do Miasta na potrzeby kolacji galowych lub innych funkcji reprezentacyjnych, współfinansowanie zagranicznego wyjazdu dla lokalnego ambasadora wydarzenia, który promuje kandydaturę Warszawy na dany kongres, sponsoring kluczowego mówcy wydarzenia, stand powitalny dla uczestników na lotnisku, bezpłatne

zwiedzanie Warszawy dla kluczowych uczestników wydarzenia, materiały promocyjne o mieście, w tym: zdjęcia, opisy, broszury turystyczne, etc. Oczywiście ze względu na ograniczone zasoby Warsaw CvB – WOT wsparcie dla każdego wydarzenia jest rozpatrywane indywidualnie, a oceniane są takie czynniki jak potencjał ekonomiczny wydarzenia (wpływy do lokalnej gospodarki), jego znaczenie wizerunkowe i merytoryczne dla Warszawy oraz liczba interesariuszy, którzy są w stanie uzupełnić ofertę naszej organizacji własnymi benefitami. To co jest niezwykle ważnym dodatkiem do tej oferty, a co zostało wypracowane w ramach grupy roboczej MICE, to pakiet benefitów przygotowany głównie przez członkowskie hotele, ale również agencje MICE. W rozdziale tego raportu opisującym nasze główne sukcesy 2017 roku opisujemy wspólną ofertę członkowskich hoteli dla wydarzeń – jest to bardzo skuteczne narzędzie, dzięki któremu po pierwsze meeting plannerowi łatwo jest wybrać hotel (ze względu na najlepszy pakiet korzyści), a po drugie pozwala mu często wydatnie zmniejszyć koszty logistyczne wydarzenia.

Duża część wsparcia udzielanego przez Warsaw CvB jest przekazywana przez członka inicjującego WOT, czyli Miasto Stołeczne Warszawę. W 2017, dzięki wsparciu Urzędu Miasta, udało nam się w zapewnić w ofercie bezpłatną komunikację miejską dla uczestników 5 wydarzeń i bezpłatne sale dla 4 wydarzeń ważnych z punktu widzenia budowania wizerunku destynacji.

- **Spotkania grupy roboczej MICE**

W 2017 kontynuowaliśmy cykliczne, comiesięczne spotkania grupy roboczej MICE członków Warszawskiej Organizacji Turystycznej, reprezentowanych przez dyrektorów sprzedaży członkowskich hoteli, obiektów kongresowo-wystawienniczych, dzięki którym to spotkaniom udaje się nam pozyskiwać jeszcze więcej wydarzeń do Warszawy. Głównym celem tych spotkań jest wspólna bieżąca praca nad pozyskiwanymi przez Warsaw CvB wydarzeniami stowarzyszeniowymi oraz korporacyjnymi – wydarzeniami powyżej 500 osób. Przyjęliśmy to konkretne kryterium wielkości z trzech powodów. Po pierwsze wydarzeń mniejszych, które staramy się pozyskać, szczególnie korporacyjnych jest tak wiele, że nie udałoby się nam pracować na nich wszystkich w ramach comiesięcznych spotkań, które siłą rzeczy muszą być ograniczone czasowo. Po drugie wydarzenia korporacyjne, szczególnie te mniejsze mają na tyle krótki proces decyzyjny (3-5 dni), że praca nad nimi z miesiąca na miesiąc jest niemożliwa. Dlatego w ich przypadku pracujemy z tymi samymi partnerami w ramach codziennej wymiany zapytań i ofert. Po trzecie wydarzenia powyżej 500 osób w naturalny sposób, jeśli chodzi o uwarunkowania warszawskiego rynku hotelowego, muszą korzystać z zakwaterowania w 2-3 lub większej liczbie hoteli. Dlatego też, ponieważ beneficjentów każdego takiego wydarzenia jest wielu, łatwo jest znaleźć zainteresowanych zapewnieniem tym wydarzeniom wsparcia - wsparcia które uzupełnia ofertę subwencji przygotowaną przez Warsaw Convention Bureau. Taką wspólnie przygotowaną ofertę za każdym razem, kiedy wspólnie z naszymi członkowskimi hotelami aplikujemy o międzynarodowe wydarzenie. O bardzo pozytywnym odbiorze tego narzędzia ze strony klientów świadczą nie tylko bezpośrednio kierowane do nas komentarze meeting plannerów, ale również stale rosnąca (z roku na rok) skuteczność w pozyskiwaniu wydarzeń przez Warsaw Convention Bureau. Dodatkowo spotkania grupy roboczej MICE służą jako bieżące forum rozważań nad nowymi

możliwościami wspólnej promocji na rynkach zagranicznych całej destynacji oraz poszczególnych członków WOT.

- **Wizyty studyjne**

Wizyty studyjne, czyli site inspections, fam tripy i wizyty tour operatorów są jednymi z najbardziej efektywnych narzędzi promocji destynacji, a w efekcie i pozyskiwania wydarzeń. W tym obszarze, w 2017 również poczyniliśmy postępy względem roku poprzedniego. Poniżej znajduje się szczegółowe zestawienie pokazujące rodzaje wizyt, liczby zaproszonych do Warszawy klientów oraz wzrosty efektywności w stosunku do lat poprzednich.

Liczba wizyt dla organizatorów wydarzeń zorganizowana przez Warsaw CvB							
2017		2016		2015		2014	
Liczba wizyt	Liczba organizatorów	Liczba wizyt	Liczba organizatorów	Liczba wizyt	Liczba organizatorów	Liczba wizyt	Liczba organizatorów
25	151	17	69	22	89	17	83
47%	218%	-23%	-23%	29%	7%	-	-

- **Program wsparcia fam tripów dla członków WOT**

Efektywność finansowa przy organizacji wszystkich wizyt studyjnych, a szczególnie fam tripów jest kluczowa, gdyż umiejętne wykorzystanie synergii między członkami WOT pozwala na zrealizowanie większej liczby działań przy mniejszym nakładzie środków na każdego z partnerów projektu. W myśl tej zasady, pod koniec 2016 roku, Warszawska Organizacja Turystyczna zainicjowała program partnerski pod nazwą „program wsparcia fam tripów” jako bardziej efektywną finansowo i merytorycznie alternatywę do wizyt organizowanych samodzielnie przez WOT. W ramach tego programu partnerskiego (prawo do składania zgłoszeń mają wyłącznie członkowie organizacji) WOT udziela uczestniczącym w nim członkom wsparcie polegające na zwrocie części kosztów organizacji fam tripu. Zgłaszane do programu partnerskiego projekty fam tripów są oceniane na podstawie następujących kryteriów:

1. Czy planiści spotkań są odpowiedzialni za wydarzenia z preferowanych rynków: Wielka Brytania, Niemcy, Francja, Belgia?
2. Jaki jest potencjał biznesowy firmy reprezentowanej przez zapraszanego na wizytę planistę spotkań:
 - Roczny obrót firmy (kryterium dla agencji MICE)
 - Liczba wydarzeń zagranicznych (outbound) organizowanych w roku
 - Zasięg terytorialny (w jakich krajach organizują wydarzenia)
 - Kluczowi klienci, dla których pracują (kryterium dla agencji MICE)
3. Jakie jest stanowisko służbowe zapraszanych planistów (czyli moc decyzyjna w kwestii wyboru destynacji)?
4. Jaki jest proponowany wstępny program fam tripu?

Wysokość udzielanego wsparcia wynosi jednorazowo minimum 3000 zł netto, a maksimum 5000 zł netto – finalna kwota zwrotu przyznana dla każdej z wizyt uzależniona jest od liczby

pozytywnie rozpatrzonych zgłoszeń w danym okresie i jest finalnie sprecyzowana w umowie zawartej pomiędzy WOT a organizatorem fam tripu. Na mocy takiej umowy organizator fam tripu, którego zgłoszenie zostało wybrane, zobowiązuje się między innymi do ustalenia wspólnie z przedstawicielami Warsaw CvB programu wizyty, który pokazuje Warszawę jako atrakcyjną i profesjonalną destynację spotkań (możliwie najszersza oferta infrastruktury, usług i produktów MICE) oraz jako atrakcyjną destynację turystyki indywidualnej i czasu wolnego. Warsaw CvB za każdym razem dba o to, aby w programie wizyty zostali uwzględnieni członkowie WOT, których oferta prezentuje charakterystyczne elementy warszawskiej oferty (np. instytucje kultury, obiekty na wydarzenia specjalne, dostawcy unikalnych produktów turystycznych). W ramach zawartej umowy organizator zobowiązany jest również do dostarczenia uczestnikom fam tripu materiałów promocyjnych Warszawy, najczęściej bezpośrednio do pokoi hotelowych gości, zagwarantowania uczestnictwa w programie wizyty 1 lub 2 reprezentantów Warsaw CvB oraz współpracy przy realizacji działań komunikacyjnych i marketingowych związanych z organizowanym fam tripem. Wiąże się to również z przekazaniem Warsaw CvB pełnej listy kontaktowej uczestników wizyty. Zostają oni wówczas włączeni do grupy potencjalnych klientów destynacji i kierowane są do nich różnego rodzaju działania promocyjne (w tym cykliczny newsletter o ofercie MICE Warszawy). Po każdej ze zrealizowanych wizyt organizator fam tripu zobowiązany jest również do minimum 2-letniego raportowania (w trybie kwartalnym) o podejmowanych przez siebie aktywnościach marketingowych i sprzedażowych wobec uczestniczących w wizycie planistów.

Podsumowanie programu wsparcia fam tripów w 2017	
Liczba fam tripów wspartych dofinansowaniem	4
Liczba planistów wszystkich fam tripów wspartych dofinansowaniem	55
Do jakiego sektora należeli korzystający ze wsparcia członkowie WOT	<ul style="list-style-type: none"> • Hotel + agencja MICE (1 wizyta) • Hotel (1 wizyta) • Agencje MICE (2 wizyty)
Liczba rozpatrzonych wniosków o wsparcie fam tripu	4
Liczba odrzuconych wniosków o wsparcie fam tripu	0
Łączna kwota udzielonego dofinansowania w 2017	17 090 zł brutto

- **Spotkania z klientami zagranicą i w Polsce**

W 2017 kontynuowaliśmy uczestnictwo w kluczowych międzynarodowych wydarzeniach branży spotkań. Byliśmy tradycyjnie na targach na IMEX we Frankfurcie i IBTM w Barcelonie,

na których wspólnie z członkami WOT reprezentowaliśmy Warszawę na stoisku narodowym Poland Convention Bureau – POT. Wraz z kolejnymi edycjami tych wydarzeń obserwujemy wciąż postępujące zmiany w zasadach organizacji targów (zmieniający się sposób umawiania spotkań z meeting plannerami przed wydarzeniem, zmienna liczba hosted buyers odwiedzających targi, potencjał biznesowy planistów kwalifikowanych do programu hosted buyers). Zmiany te są wymuszane między innymi rosnącą konkurencją dla dużych targów ze strony mniejszych i bardziej profilowanych wydarzeń. W 2017 byliśmy po raz kolejny na kongresie ICCA w Pradze, na którym nawiązane relacje z zagranicznymi convention bureaus, dużymi obiektami kongresowymi oraz reprezentantami stowarzyszeń wydatnie pomagają w pozyskiwaniu konkretnych wydarzeń kongresowych. Udało nam się również w ciągu tych 12 miesięcy zorganizować, wspólnie z Stowarzyszeniem „Kongresy i konferencje w Polsce” oraz Poland Convention Bureau – POT, spotkanie warszawskiego klubu ambasadora kongresów, na którym prezentowaliśmy warszawskiemu środowisku naukowemu sposób naszej pracy oraz możliwości wsparcia, które jako destynacja oferujemy profesorom, doktorom i prezesom stowarzyszeń w ramach wspólnego pozyskiwania wydarzeń. Dzięki pomocy Jacka Karczewskiego, ówczesnego prezesa Stowarzyszenia Polska-Francja oraz wsparciu firmy Global Congress (członka WOT) zorganizowaliśmy również spotkanie z doktorantami i doktorami Politechniki Warszawskiej, przygotowane we współpracy z Krajową Radą Doktorantów. Grupa młodych naukowców jest drugim istotnym adresatem działań warszawskiego klubu ambasadora kongresów, prowadzonego przez Warsaw CvB we współpracy z SKKP i POT.

- **Warszawa w finale konkursu o Rotary International Convention**

Po 23 miesiącach intensywnej pracy (grudzień 2015 – październik 2017) Warszawa znalazła się w ścisłym finale konkursu destynacji na Rotary International Convention i choć nie udało się wywalczyć prawa do organizacji wydarzenia w latach 2023, 2024, 2025, to pokonując Paryż, Dublin, Dubaj, Melbourne, Auckland i Perth, pokazaliśmy się jako atrakcyjny, profesjonalny i godny zaufania kandydat na kolejne lata. W efekcie dostaliśmy zaproszenie do kandydowania na rok 2026, 2027 lub 2028. Mimo, przegranej Warszawa odniosła wymierne korzyści z samego faktu kandydowania o to wydarzenie. Dzięki zbudowaniu dobrej współpracy Warsaw CvB z Rotary Polska udało się potwierdzić i wesprzeć w Warszawie 5 mniejszych spotkań Rotary, w tym 3 międzynarodowe i 2 ogólnopolskie, na łączną liczbę ponad 2800 uczestników. Udało nam się też zbudować rozpoznawalność i pozytywny wizerunek Warszawy wśród licznej grupy międzynarodowych Rotarian, którzy jako wpływowi ludzie biznesu, kultury i nauki będą ważnymi ambasadorami Warszawy jako destynacji turystyki indywidualnej i konferencyjnej w kolejnych latach.

Na 2018 planowana jest między innymi promocja Warszawy na konferencji w Wielkiej Brytanii przez jednego z członków Rotary Polska.

Rotary International Convention to 5-dniowy kongres na 30 000 osób, którego uczestnicy, zwiedzając miasto oraz cały kraj wraz z rodzinami, zostają średnio 10 dni w kongresowej destynacji. Wartość samych noclegów kupowanych w Warszawie przy okazji głównego, 5-dniowego wydarzenia to ponad

44,5 miliona złotych³. Ogólna wartość wszystkich potencjalnych wpływów do warszawskiej gospodarki turystycznej (hotele, firmy oferujące usługi i produkty konferencyjne, transfery, korporacje taksówkowe, restauracje, obiekty na wydarzenia dodatkowe, etc.) jest oczywiście o wiele większa niż wpływy z samych tylko noclegów. Rotary International jest jedną z największych i zarazem najbardziej wpływowych międzynarodowych organizacji charytatywnych (posiada globalnie 1 200 000 członków), której jednym z największych sukcesów jest zaszczepienie milionów dzieci na całym świecie, a tym samym w 98% zlikwidowanie śmiertelnej choroby jaką jest Polio. Wśród członków światowego Rotary, którego mottem jest „Służba na rzecz innych ponad własną korzyść” („Service above self”), są zarówno najbogatsi ludzie świata, jak na przykład Bill Gates, jak i czynni oraz byli przywódcy najpotężniejszych państw świata, między nimi Georg W. Bush, Angela Merkel czy Nicolas Sarkozy. Honorowym członkiem Rotary w Argentynie jest obecny papież, Franciszek, a w czasie swego pontyfikatu działania organizacji bardzo wspierał Jan Paweł II.

- **Pozyskanie Global DMC Partners Connections**

W 2014 roku Warsaw Convention Bureau przyjęło strategię promowania Warszawy jako destynacji spotkań poprzez pozyskiwanie do miasta ważnych międzynarodowych wydarzeń branżowych. Rozpoczęte cztery lata temu starania zaowocowały organizacją MCE CEE 2015 Warsaw (po raz pierwszy do Polski na wydarzenie tego typu przyjechało aż 80 zagranicznych hosted buyers reprezentujących agencje MICE, korporacje i stowarzyszenia). W 2015 byliśmy również partnerem ICCA CEC Chapter Meeting (którego WOT jest członkiem), z okazji którego Warszawę odwiedziło prawie 60 kluczowych przedstawicieli branży kongresowej z Europy Środkowej. W 2016 roku odbyło się dzięki naszemu wsparciu The Meeting Space, międzynarodowe forum B2B, na które przyjechało ponad 70 zagranicznych hosted buyers, a dzięki wsparciu udzielonemu przez Warsaw CvB w 2018 odbędzie się w Warszawie Global DMC Partners Connection. Jest to warsztat, na którym międzynarodowe agencje, zrzeszone w ramach sieci Global DMC Partners, prezentują swoją ofertę około 80 międzynarodowym klientom z korporacji, agencji i stowarzyszeń. Oficjalnym lokalnym partnerem DMC jest nasz członek Select Poland, głównie dzięki staraniom którego wydarzenie odwiedzi Polskę. Przy okazji każdego z tych wydarzeń, jako reprezentant destynacji dbamy o to, aby jak najlepiej zaprezentować Warszawę zarówno jako destynację MICE, jak również jako fascynujące i atrakcyjne miasto odwiedzin na tzw. city break.

- **Pozyskanie Global Events Conference**

Warszawska Organizacja Turystyczna jest również lokalnym partnerem wydarzenia Global Events Congress 2018, organizowanego i pozyskanego do Warszawy przez Szkołę Główną Turystyki i Rekreacji należącej do Grupy Uczelni Vistula. Jako Warsaw CvB jesteśmy również patronem „dnia warszawskiego” konferencji, w który to dzień obrady będą odbywać się w Pałacu Kultury i Nauki, a część sesji merytorycznych będzie poświęconych zagadnieniom mające żywotne znaczenie dla naszej lokalnej branży. Ten międzynarodowy kongres branży

³ 30 000 uczestników, z których każdy kupuje 5 noclegów za 297 zł każdy, czyli po średniej cenie nocy hotelowej w Warszawie w roku 2016 (dana z STR Global), daje kwotę 44 550 000 zł przychodów w obiektach hotelowych.

spotkań, który odbędzie się w Warszawie 10 – 13 lipca 2018, jest organizowany już po raz 8. na świecie i po raz pierwszy w Polsce. Do Warszawy przyjedzie około 50 uczestników z całego świata i będą obradować w czterech różnych lokalizacjach – w kampusie Grupy Uczelni Vistula, w hotelu Hilton Warsaw Hotel & Convention Centre, w Pałacu Kultury i Nauki oraz w Google Campus Warsaw. Kongres ma charakter ogólnoświatowy, ponieważ odbędzie się pod patronatem czterech międzynarodowych uczelni, lokalnych władz oraz globalnych stowarzyszeń z branży spotkań. Podczas konferencji uczestnicy będą nie tylko brali udział w wykładach i panelach dyskusyjnych, ale również będą mieli okazję poznawać Warszawę, co w przyszłości przełoży się na jej promocję i rozpoznawalność w różnych rejonach świata. Poprzednia edycja Global Events Congress miała miejsce w Indianapolis, USA w 2016 roku.

TURYSTYKA WYPOCZYNKOWA

W ramach rozwoju turystyki wypoczynkowej realizujemy różne działania promocyjne na rynkach zagranicznych, obsługujemy wizyty zagranicznych tour operatorów, bierzemy udział w wybranych wydarzeniach targowych (targi krajowe, zagraniczne), przygotowujemy wspólnie z członkami WOT oferty zwiedzania Warszawy (wydawnictwo Warsaw City Tours), wysyłamy cykliczny newsletter do zagranicznych tour operatorów i partnerów „What’s up in Warsaw”, promujemy warszawskie instytucje kultury wobec warszawiaków i branży eventowej („Odwiedź Muzeum po pracy”), prowadzimy stronę warsawcitybreak.com i kalendarza wydarzeń dla turysty zagranicznego.

LUKSUSOWY CITY BREAK W WARSZAWIE

16 stycznia 2017 ruszyła 10-dniowa kampania promująca Warszawę jako atrakcyjną destynację leisure w brytyjskim radiu Jazz FM zainicjowana przez londyński ośrodek Polskiej Organizacji Turystycznej przy współpracy z Warszawską Organizacją Turystyczną.

Radio Jazz FM ma zasięg ponad 1 mln odbiorców, głównie z Londynu. Oprócz spotów i advertoriali, promocji w social mediach i na podstronie jazzfm.com prowadzony był konkurs, w ramach którego do wygrania był 5-dniowy pobyt do Warszawy ufundowany przez WOT i jej członków. Zgromadzona przez POT baza słuchaczy, którzy wzięli udział w konkursie zasilą bazy kontaktowe WOT, do których wysyłamy cykliczne mailingi.

W 2017 aktywnie promowaliśmy Warszawę na różnych wydarzeniach zagranicznych:

Otwarcia nowych połączeń lotniczych

Billund, Dania – 27 marca 2017

Prezentacja Warszawy w tym oferty konferencyjnej dla przedstawicieli duńskiego biznesu z inicjatywy szwedzkiego ośrodka POT. Na spotkaniu rozlosowano nagrody ufundowane przez hotele członkowskie wśród obecnych gości. Uzupełnieniem tych działań była wizyta studyjna dla dziennikarzy realizowana w dniach 28.04-1.05 przez Stołeczne Biuro Turystyki.

Kaliningrad, Rosja – 3 czerwca 2017



Współpraca z zagranicznym ośrodkiem POT organizującym imprezę promocyjną w największym centrum handlowym Kaliningradu "EUROPA". Wśród uczestników rozlosowano nagrody pobytu w Warszawie.

Goeteborg, Szwecja – 28 sierpnia 2017

Prezentacja Warszawy na zaproszenie Polskich Linii Lotniczych LOT i POT na spotkaniu wśród dziennikarzy i branży turystycznej, rozlosowanie nagród ufundowanych przez hotele członkowskie wśród obecnych gości.

Targi, workshopy, sesje edukacyjne

Targi turystyki leisure są w kompetencjach Stołecznego Biura Turystyki. Warszawska Organizacja Turystyczna angażuje się jedynie w targi z inicjatywy członków WOT lub branży turystycznej.

Aktywnie włączyliśmy się w promocję organizowaną przez zagraniczny ośrodek POT w styczniu 2017 podczas Holiday World Show w Dublinie w Irlandii. Stoisko promowało m.in. Warszawę na city break. Rozlosowano nagrody od członków WOT.

Na zaproszenie cypryjskich przedstawicieli Polskich Linii Lotniczych LOT 23 marca 2017 prezentowaliśmy Warszawę i oferty członków WOT podczas workshopu dla przedstawicieli branży turystycznej w Nikozji. W spotkaniu uczestniczyła też ambasador RP Barbara Tuge-Erećńska.

W dniach 2 – 4 kwietnia 2017 promowaliśmy Warszawę w Mediolanie na targach BIT. Stoisko, które było przygotowane wyłącznie we współpracy z touroperatorami cieszyło się dużym zainteresowaniem odwiedzających, mimo, że było przygotowane za skromne wspólne środki branży i WOT. Zorganizowano spotkanie dla włoskich dziennikarzy. Na spotkanie z dziennikarzami zaproszono dyrektora Polskiej Organizacji Turystycznej we Włoszech Małgorzatę Furdal oraz konsul RP Adriannę Siennicką. Targi w Mediolanie były też ważne z uwagi na zastosowanie w praktyce filozofii WOT – jeśli branża uważa, że należy inwestować w jakieś działania i jest gotowa inwestować własne środki, WOT dołączy się do tych działań także inwestując.

W kwietniu współpracowaliśmy przy organizacji sesji e-learning dla przedstawicieli holenderskiej branży turystycznej zorganizowanej przez ośrodek POT w Holandii. Była to forma testu wiedzy, zwycięzcom przekazaliśmy nagrodę w postaci pobytu w Warszawie i zorganizowaliśmy tę wizytę (28-30 kwietnia 2017), która zaowocowała publikacją na portalu branżowym TRAVELUTION mającym 10 000 odbiorców.

Deklarując chęć współpracy przy promocji na rynku arabskim uczestniczyliśmy w śniadaniu biznesowym zorganizowanym w Warszawie przez Emirates Cluster dla branży turystycznej (kwiecień 2017).

19 września 2017 przedstawiciel WOT wziął udział w workshop European Citybreaks Press Event w Londynie. Odbiliśmy szereg spotkań z przedstawicielami mediów i blogerami. Baza kontaktowa zasilila bazę kontaktów WOT.

Jak co roku Warszawska Organizacja Turystyczna objęła patronatem targi turystyczne LATO i TT Warsaw, a w czasie TT Warsaw Warszawa była reklamowana w gazecie targowej.

Wizyty touroperatorskie – 114 zagranicznych touroperatorów i travel agents w Warszawie w 2017

Obsługa wizyt touroperatorskich została zainicjowana przez WOT w 2015 w wyniku konsultacji z branżą turystyczną. Z roku na rok rośnie liczba zagranicznych gości, którym prezentujemy ofertę miasta. Wynika to w dużej mierze z intensywnej współpracy z członkami WOT, którzy aktywnie włączają się w wizyty.

W ramach obsługi wizyt touroperatorskich staramy się być lokalnym partnerem strony organizującej wizytę. Dzięki udzielonemu wsparciu i doradztwu:

1. budujemy bazę kontaktów na poszczególnych rynkach
2. prezentujemy Warszawę i jej atrakcje (zarówno w postaci zwiedzania jak i prezentacji, przekazania zdjęć na USB)
3. przekazujemy namiary teleadresowe do członków WOT
4. organizujemy spotkania z warszawską branżą.
5. rozsyłamy cykliczny mailing o ofercie Warszawy

Programy wizyt układamy we współpracy z członkami WOT zapewniając promocję miejsc nowych lub budzących zainteresowanie wśród zagranicznych partnerów.

W 2017 obsłużyliśmy wizyty touroperatorów i travel agents z Holandii (28-30 kwietnia 2017), Kanady (9-12 czerwca 2017), Izraela (22-24 czerwca 2017), USA (15-18 lipca 2017), Belgii (25-27 sierpnia 2017), Cypru (22 września 2017), Chin (11, 18-19 października 2017), Japonii (18-20 października 2017), Szwecji (24-25 października i 6-7 grudnia 2017) i Kazachstanu (10-11 grudnia 2017). Prezentowaliśmy także Warszawę i jej ofertę przedstawicielom szwedzkiej i norweskiej wyszukiwarki noclegów Reseguiden (4-6 maja 2017).

Dana	2017		2016		2015		2014	
	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów
Liczba wizyt dla tour operatorów	12	114	10	76	4	45	-	--
Liczba wizyt dla dziennikarzy i liderów opinii międzynarodowej	-	-	3	3	6	8	-	-

branży turystycznej i spotkań ⁴								
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Dzięki współpracy z członkami aktywnie wspieraliśmy zagraniczne ośrodki POT w ich działaniach oferując materiały promocyjne Warszawy i nagrody w postaci weekendów na eventy w Londynie i Madrycie podczas dni Polskich. W 2017 roku, zgodnie z obowiązującym podziałem kompetencji między Warszawską Organizacją Turystyczną a Stołecznym Biurem Turystyki, wizyty dziennikarzy i liderów opinii branżowej obsługiwało SBT.

BUDOWANIE ROZPOZNAWALNOŚCI WARSZAWY I WARSZAWSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ

Rozwój lokalnej branży spotkań oraz zwiększenie rozpoznawalności turystycznej i konferencyjnej marki Warszawy to proces w naturalny sposób długotrwały i złożony. Zgodnie z zasadą wykorzystania synergii wielu lokalnych podmiotów nastawionych na realizację tych samych celów, Warsaw CvB – WOT od kilku lat efektywnie wspiera polskie i międzynarodowe wydarzenia, które przyczyniają się do zwiększenia rozpoznawalności miasta. Sukcesywnie prowadzimy też współpracę międzynarodową, której celem jest wymiana wiedzy, doświadczeń oraz poszukiwanie innowacyjnych rozwiązań w zakresie marketingu destynacji. Poznawanie wyzwań i dzielenie się własnymi odpowiedziami na nie z innymi convention bureaus, słuchanie o często złożonych relacjach między reprezentantami destynacji, PCO, obiektami a organizatorami wydarzeń i innymi kluczowymi graczami branży spotkań pozwala nam systematycznie doskonalić własne działania i modele współpracy na wewnątrznie złożonym i często nienależycie docenianym (przez zewnętrznych interesariuszy) rynku konferencyjno-eventowym. Oto kilka przykładów wydarzeń, na których realizowaliśmy te cele w 2017 roku.

- **Forum Branży Eventowej 2017**

Warszawska Organizacja Turystyczna po raz kolejny była partnerem Forum Branży Eventowej, największego merytoryczno-networkingowego spotkania branży eventowej w Polsce. W 2017 FBE zgromadziło 154 wystawców i ponad 1400 uczestników.

Na stoisku WOT promowana była zarówno Warszawa jak i oferta komercyjna członków organizacji. Reprezentant Warsaw CvB brał udział w panelu dyskusyjnym „Czy przyszłość zaczyna się w 2017 roku? Jakie trendy i zmiany czekają na organizatorów i uczestników eventów?”

- **Meet The Bidder Grand Edition**

⁴ W 2017 wszystkie wizyty dziennikarzy WOT przekazywał do realizacji Stołecznemu Biur Turystyki, zgodnie z przyjętym podziałem kompetencji.

Promocję Warszawy jako destynacji spotkań prowadziliśmy także we współpracy z Meet the Bidder, warszawską firmą zajmującą się reprezentacją międzynarodowych firm na polskim rynku. Jubileuszowa, dwudziesta edycja Meet The Bidder Grand Edition: SMART Fairs for MICE and Luxury Travel, z rekordową ilością 51 wystawców, odbyła się 22 listopada 2017 w hotelu Sound Garden w Warszawie. W całodniowym wydarzeniu wzięło udział ponad 230 osób. Wystawcy promowali swoje usługi oferowane w blisko 40 różnych destynacjach. Wśród usługodawców znalazło się także pięć firm świadczących usługi reprezentacji na rynku polskim, współpracujących z biurami DMC na całym świecie. Łącznie podczas imprezy odbyło się blisko 1150 spotkań między wystawcami a gośćmi. Warsaw Convention Bureau przygotowało prezentację destynacji dla zagranicznych uczestników, zapewniło warszawski stand promocyjny oraz zwiedzanie miasta dla międzynarodowych przedstawicieli branży spotkań.

- **VI Europe+Asia Event Forum (EFEA)**

Po udziale w Międzynarodowym Forum Ekonomicznym we Lwowie w 2016, uczestniczyliśmy w 2017 w VI Europe+Asia Event Forum (EFEA) w St. Petersburgu (18-20.01.2017), cyklicznym forum rosyjskiej branży spotkań. W wydarzeniu wzięło udział ponad 500 branżowych specjalistów z 20 regionów Rosji i 15 krajów, w tym przedstawiciele takich podmiotów jak Messe Frankfurt, ITE Group, Roscongress Foundation, Expocentre, Expoforum, VDNH-Expo, "Kazan fair", Moscow CvB, St. Petersburg CvB, ICCA, AUMA, UFI, RUEF.

- **ICCA Congress 2017 Prague**

Z kolei w listopadzie 2017 uczestniczyliśmy już po raz drugi w kongresie ICCA, który odbywał się w Pradze. Tradycyjnie, oprócz możliwości nawiązania czysto biznesowych relacji z partnerami branżowymi z całego świata i niewielką grupą potencjalnych klientów, wydarzenie dawało możliwość wymiany wiedzy oraz umiejętności operacyjnych związanych z codzienną pracą przy pozyskiwaniu wydarzeń kongresowych – wiedzy i umiejętności bardzo wartościowych i trudnych do pozyskania na jakimkolwiek innym wydarzeniu branżowym.

- **Poland Meetins Destination**

Jak co roku, byliśmy też partnerem merytorycznym Poland Meetings Destination, konferencji organizowanej przez The Warsaw Voice, której celem jest budowanie świadomości o randze branży spotkań u jej kluczowych interesariuszy na szczeblu rządowym i samorządowym. Tradycyjnie, w 2017 odbyły się dwie edycje wydarzenia – jedna jako samodzielna, całodniowa konferencja otwierająca tygodniowy cykl Meetings Week Poland (20-24.03.2017), a druga jako samodzielna, półdniowa sesja tematyczna w ramach konferencji Warsaw Economic Hub (15.12.2017). W obydwu wydarzeniach przedstawiciele Warsaw CvB – WOT brali udział w panelach eksperckich.

- **Spotkania ACTE Poland**

W ramach umiędzynarodowienia lokalnej branży spotkań od 2016 roku wspieramy wydarzenia ACTE Poland – polskiego oddziału Association of Corporate Travel Executives, które zajmuje się networkingiem i wymianą doświadczeń specjalistów zajmujących się podróżami służbowymi dla i w korporacjach. Naszym celem jest zapewnienie odpowiednich warunków

do rozwoju i umocnienia pozycji tego kolejnego, międzynarodowego stowarzyszenia branżowego w Polsce.

- **Spotlight Hotel Investment Poland**

Od 2014 wspieramy też kolejne edycje Spotlight Hotel Investment Poland – jako partner wydarzenia zapewniliśmy nie tylko odpowiednią ekspozycję Warszawy jako destynacji spotkań, ale przede wszystkim w ramach uczestnictwa w sesjach merytorycznych i networkingowych dbaliśmy o podtrzymanie dobrej współpracy branży spotkań z lokalną branżą hotelarską. Dodatkowo wspieraliśmy organizatora w dostarczeniu możliwie najpełniejszej oferty Warszawy inwestorom rynku hotelarskiego, którzy co roku licznie biorą udział w tym wydarzeniu. Przedstawiciel WOT był uczestnikiem jednego z paneli.

- **Spotkania prasowe**

Dbając o dobry obieg informacji o Warszawie i Warszawskiej Organizacji Turystycznej w branżowych mediach, w 2017 zorganizowaliśmy dwa spotkania prasowe, z których jedno odbyło się w gościnnych przestrzeniach wystawy Warhol kontra Dali (zlokalizowanej w Pałacu Kultury i Nauki). Dzięki tym spotkaniom mogliśmy nie tylko podzielić się na bieżąco naszymi sukcesami oraz szczegółami prowadzonych projektów, ale również – dzięki współpracy z organizatorem wspomniane wystawy – mogliśmy bezpośrednio przedstawić dziennikarzom bliski naszej organizacji temat jakim jest wykorzystanie wydarzeń i instytucji kultury do promocji stolicy jako destynacji atrakcyjnej turystycznie.

- **Spotkania branżowe**

Warszawska Organizacja Turystyczna zorganizowała spotkanie z Polską Izbą Turystyki by wspólnie opracować listę targów turystycznych kluczowych dla Warszawy. W czerwcu 2017 z inicjatywy członków, Warszawska Organizacja Turystyczna zorganizowała spotkanie przedstawicieli HR hoteli z Urzędem Pracy. Przedmiotem spotkania było omówienie aktualnych problemów kadrowych na rynku hotelarskim, próba diagnozy ich przyczyn oraz omówienie możliwości zaradzenia sytuacji. Efektem spotkania było zainicjowanie współpracy hoteli z Urzędem. Narzędzia jakimi dysponuje Urząd Pracy do pomocy przedsiębiorcom zostały zaprezentowane na spotkaniu dostępne są w prezentacji na stronie WOT.

Cyklicznie odbywają się spotkania członków WOT. Zorganizowano także 2 spotkania dyrektorów hoteli z panem Michałem Olszewskim, Zastępcą Prezydenta Miasta Stołecznego Warszawy. Spotkanie wiosenne odbyło się dzięki wsparciu hotelu Westin, spotkanie jesienne 27 września 2017 – w Światowy dzień Turystyki, gospodarzem tego spotkania było Muzeum Łazienki Królewski i Belvedere.

JAKIMI NARZĘDZIAMI PROMUJEMY WARSZAWĘ?

Narzędzia, którymi się posługujemy w bieżącej pracy mają zarówno charakter wizerunkowy jaki i dostarczają informacji o ofercie Warszawy. Przygotowujemy je z myślą i we współpracy z członkami



WOT, jednocześnie starając się aby mogły być wykorzystywane w relacjach z partnerami zagranicznymi (planistami, touroperatorami, mediami).

WYDAWNICTWA

Meetings Warsaw Guide - katalog warszawskich obiektów konferencyjnych prezentuje kluczowe obiekty konferencyjne stolicy. Wydawany od 2014 roku w nowej szacie graficznej członkom WOT daje specjalną, dodatkową ekspozycję.

Warsaw City Tour - specjalnie przygotowana przez członków WOT oferta zwiedzania Warszawy. Wydawnictwo jest z jednej strony narzędziem dla organizatorów konferencji aby móc zaprezentować uczestnikom wydarzeń atrakcyjny program pobytu, z drugiej miejscem prezentacji oferty Warszawy po to by zachęcić turystów do dłuższego pobytu lub kolejnego przyjazdu.

Oba wydawnictwa dystrybuowane są na wszystkich wydarzeniach, w których uczestniczy WOT (zagraniczne i krajowe targi, prezentacje, workshopy). Wysyłane do ponad 100 międzynarodowych agencji eventowych, zagranicznych ośrodków POT, a także dystrybuowane wśród członków WOT.

Raport Przemysłu Spotkań – wydawnictwo podsumowujące rok w warszawskim przemyśle spotkań, przygotowywany na zlecenie WOT przez zespół naukowców na podstawie danych od firmy Z Factor i WOT.

Przygotowujemy także wydawnictwa dedykowane inicjatywom promocyjnym.

STRONY INTERNETOWE

www.warsawconvention.pl – strona Warsaw CvB adresowana do zagranicznego oraz polskiego organizatora spotkań, konferencji, kongresów. Dostarcza podstawową wiedzę o ofercie MICE Warszawy, pomaga wybrać obiekty konferencyjne, dostarcza narzędzia promocyjne dla organizatorów wydarzeń, wśród których są między innymi:

- katalog kluczowych obiektów konferencyjnych Warszawy
- oferta wsparcia jakiego Warsaw Convention Bureau jest w stanie udzielić organizatorom
- katalog ofert zwiedzania Warszawy „Warsaw City Tours” prezentujący ofertę członków WOT
- raporty „Przemysł Spotkań w Warszawie”, edycje opisujące lata 2007-2015
- stale aktualizowany kalendarz warszawskich wydarzeń konferencyjnych
- film promujący Warszawę jako destynację spotkań

www.warsawcitybreak.com – strona przeznaczona dla turysty zagranicznego, która powstała w ramach kampanii Warsaw Citybreak na rynkach brytyjskim, niemieckim i szwedzkim. Strona jest opowieścią o Warszawie za pomocą oferty członków WOT, a jej kluczowymi elementami są między innymi:

- stale aktualizowany kalendarz wydarzeń kulturalnych w Warszawie
- oferta warszawskich hoteli – członków WOT

- rekomendacja najlepszych ofert zwiedzania i wycieczek tematycznych przygotowanych przez członków WOT
- prezentacja partnerów biznesowych WOT

WIEDZA

Gromadzimy wiedzę o rynku i dzielimy się nią z branżą turystyczną i członkami WOT. Na stronie wot.waw.pl w zakładkach BADANIA, RAPORTY dostępne są najnowsze opracowania statystyczne.

Na potrzeby gromadzenia danych do Poland's Meeting Impact zorganizowaliśmy spotkanie z dyrektorami sieciowych hoteli by zachęcić je do uczestnictwa w badaniu.

Demand Outlook – interaktywna, bardzo rozbudowana baza danych szczegółowo opisująca wielkość i charakterystykę lokalnego rynku konferencyjnego. Narzędzie to jest tworzone przez firmę Z-Factor, która dysponuje największą tego typu bazą danych nie tylko w Polsce, ale i w regionie Europy Środkowo-Wschodniej. Dane z systemu Demand Outlook służą nie tylko do tworzenia corocznego raportu „Przemysł spotkań w Warszawie”, który jest publikowany na stronie Warsaw CvB, ale przede wszystkim na zasadzie wyłączności przekazywane są członkom WOT. Warto przy tym zaznaczyć, że dane w tym systemie są nie tylko zbierane przez 365 dni w roku, ale są również codziennie aktualizowane.

BAZA ZDJĘĆ I FILMÓW

Do dyspozycji wszystkich członków WOT a także zagranicznych partnerów jest stale aktualizowana baza zdjęć i filmów promocyjnych Warszawy. Zdjęcia te są dostępne za pośrednictwem strony organizacji dla członków www.wot.waw.pl po uzyskaniu hasła.

PREZENTACJE

W ramach członkostwa w WOT dajemy możliwość wykorzystywania gotowych prezentacji przedstawiających pod różnym kątem Warszawę jako destynację turystyczną i MICE, Materiały te dostępne są na stronie www.wot.waw.pl

SOCIAL MEDIA

Prowadzimy facebook organizacji Warszawska Organizacja Turystyczna, profil Warsaw Convention Bureau, profil Odwiedź Muzeum po pracy. Aktywnie promujemy facebook i twitter prowadzony przez Stołeczne Biuro Turystyki "Fall love in Warsaw".

BAZA KONTAKTÓW WARSZAWSKIEJ BRANŻY TURYSTYCZNEJ

WOT prowadzi bazę kontaktów warszawskiej branży turystycznej – hoteli, obiektów konferencyjnych, instytucji kultury, atrakcji Warszawy. Organizujemy spotkania, udostępniamy i ułatwiamy naszym członkom wzajemną współpracę i kontakt.

WSPARCIE KONFERENCJI MATERIAŁAMI INFORMACJI TURYSTYCZNEJ

W ramach bieżącej pracy Warsaw Convention Bureau aktywnie udzielamy wsparcia wydarzeniom konferencyjnych w postaci dystrybucji wydawnictw promocyjnych Warszawy. Ponadto przekazujemy

zagranicznym organizatorom konferencji treści materiałów promocyjnych i wizerunkowych do wykorzystania w komunikacji i umieszczamy informację o wydarzeniu w oficjalnym kalendarzu konferencyjnym Warszawy (prowadzonym przez Warsaw CvB). Promujemy wśród organizatorów wydawnictwo Warsaw City Tours - specjalnie przygotowaną ofertę wycieczek i zwiedzania skomponowaną z produktów członków WOT.

STATYSTYKI WSPARCIA KONFERENCJI MATERIAŁAMI INFORMACJI TURYSTYCZNEJ				
DANA	2017	2016	2015	2014
Liczba konferencji wspartych materiałami promocyjnymi (brozury, materiały elektroniczne, etc.)	130	130	131	130
łączna liczba wydanych brozur	53 579	78 629	91 522	63 248
łączna liczba uczestników konferencji (dla określonej liczby konferencji, których organizatorzy przekazali dane)	17 776	24 405	13 888	22 598
	(dane dla 112 konferencji)	(dane dla 115 konferencji)	(dane dla 81 konferencji)	(dane dla 130 konferencji)
łączna liczba noclegów wygenerowanych przez wydarzenia wsparte materiałami (dla określonej liczby konferencji, których organizatorzy przekazali dane)	46 038	60 044	18 860	26 169
	(dane dla 112 konferencji)	(dane dla 110 konferencji)	(dane dla 69 konferencji)	(dane dla 56 konferencji)
Szacowana wartość noclegów wydarzeń wspartych materiałami (dla określonej liczby konferencji, których organizatorzy przekazali dane)	12 870 450 PLN	16 512 100 PLN	5 658 300 PLN	7 850 700 PLN
	(dane dla 112 konferencji)	(dane dla 110 konferencji)	(dane dla 69 konferencji)	(dane dla 56 konferencji)
łączny budżet konferencji bez noclegów * *łączna, zadeklarowana przez organizatorów, wartość produktów i usług zakupionych lokalnie (w Warszawie) z wyłączeniem usług noclegowych.	6 734 800 PLN	13 341 800 PLN	2 794 030 PLN	6 321 000 PLN
	(dane dla 34 konferencji)	(dane dla 65 konferencji)	(dane dla 38 konferencji)	(dane dla 47 konferencji)

SKONTAKTUJ SIĘ Z NAMI

WARSZAWSKA ORGANIZACJA TURYSTYCZNA

Pl. Defilad 1, p.937-8,946

00-901 Warszawa

Tel. +48 22 656 69 90



Email: office@wot.waw.pl, wcb@warsawconvention.pl

Web: www.wot.waw.pl, www.warsawconvention.pl, www.warsawcitybreak.com

Monika Białkowska
Dyrektor Biura
Warszawska Organizacja Turystyczna
Tel. +48 606 797 295
monika.bialkowska@wot.waw.pl

Mateusz Czerwiński
Dyrektor Działu
Warsaw Convention Bureau
Warszawska Organizacja Turystyczna
Tel. +48 601 324 244
mateusz.czerwinski@warsawconvention.pl

Barbara Paszkowska
Asystentka Dyrektora i Zarządu WOT
Warszawska Organizacja Turystyczna
tel. 22 656 69 90
tel. 506 044 779
barbara.paszowska@wot.waw.pl

PODSUMOWANIE FINANSOWE WOT ZA 2017

	Plan z Walnego Zebrania 11.04.2017	Realizacja	Komentarz
Środki do dyspozycji w 2017 rok:	składki Miasta 1 130 000 PLN składki innych członków 191 000 PLN środki pieniężne 169 000 PLN razem ok. 1 490 000 PLN	składki Miasta 1 330 000 PLN składki innych członków: ok. 210 000 PLN środki pieniężne 169 000 PLN razem: ok. 1 709 000 PLN	Środki do dyspozycji stanowią sumę wpływu ze składek i środków pieniężnych z roku poprzedniego. Środki do dyspozycji wynosiły 219 000 PLN więcej niż zakładano w planie z tytułu dodatkowej składki Miasta (200 tys. PLN), składek nowych członków (17 tys. PLN) i dzięki zapłacie ok. 2 tys. PLN zaległej składki przez członka wykluczonego.
Przychody	ok. 1 321 000 PLN	ok. 1 538 000 PLN	Przychody w 2017 były wyższe o 217 000 PLN dzięki dodatkowej składce Miasta w wysokości 200 000 PLN i składkom 9 nowych członków ok. 17 000 PLN i
Koszty	ok. 1 459 000 PLN	Ok. 1 359 000 PLN	Niższe kwoty wynikały z niższych kosztów niektórych działań a także przesunięcia części działań na 2018.
Koszty organizacji i administracja biura max 30% budżetu	ok. 333 000 PLN 23% całości kosztów	ok. 307 000 PLN 22,6% całości kosztów	Niższe koszty biura wynikały m.in. z przesunięcia kosztów informatycznych, niższych kosztów siedziby.

<p>Koszty działalność statutową – min. 70 %,</p>	<p>ok. 1 126 000 PLN 77% całości kosztów w tym: Turystyka konferencyjna ok. 746 000 PLN 66% kosztów statutowych</p> <p>Turystyka indywidualana, integracja branży ok. 294 000 PLN 26% kosztów statutowych</p> <p>Koszty statutowe biura ok. 86 000 PLN 8% kosztów statutowych</p>	<p>ok. 1 052 000 PLN 77,3% całości kosztów w tym Turystyka konferencyjna ok. 713 000 PLN 68% kosztów statutowych</p> <p>Turystyka indywidualana, integracja branży ok. 251 000 PLN 24% kosztów statutowych</p> <p>Koszty statutowe biura ok. 88 000 PLN 8% kosztów statutowych</p>	<p>Niższe koszty dot. turystyki konferencyjnej wynikały z oszczędności na wynagrodzeniach i mniejszych wydatków na wizyty studyjne, przesunięcia projektu strony internetowej na 2018.</p> <p>Mniejsze wydatki na turystykę indywidualną wynikały z przesunięcia projektu Warszawa Kulinarna na 2018.</p>
--	---	--	---

Stan konta WOT na 31.12.2017

Rachunek PKO SA - 5713	245 209,14
Rachunek PKO SA - 6614	0,00
Rachunek PKO SA - 9326	5 366,47
Lokaty bankowe poniżej 12 miesięcy	150 000,00
Suma środków pieniężnych	400 575,61

Przygotowała Monika Białkowska, dyrektor biura WOT