



## PLAN DZIAŁANIA WARSZAWSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ NA 2018

---

Warszawska Organizacja Turystyczna będzie w 2018 kontynuować realizację działań w 4 obszarach:

- 1) turystyka konferencyjna
- 2) turystyka wypoczynkowa
- 3) integracja branży turystycznej
- 4) rozwój organizacji

### TURYSTYKA KONFERENCYJNA

Podstawowym zadaniem zespołu Warsaw Convention Bureau jest inicjowanie, pozyskiwanie i obsługa zapytań dot. wydarzeń MICE takich jak kongresy, konferencje, przyjazdy motywacyjne, eventy od klientów zagranicznych itp. Ponadto zespół odpowiada za tworzenie narzędzi promocyjnych.

Działania Warsaw Convention Bureau są podzielone na 5 obszarów.

**Obszar 1 i 2** – Aktywna i reaktywna sprzedaż destynacji - pozyskiwanie wydarzeń konferencyjnych i eventowych dla Warszawy.

Obszar obejmuje takie działania jak:

- 1) aktywne pozyskiwanie kongresów i konferencji i poszukiwanie klientów poprzez:
  - składanie oferty Warszawy klientom zagranicznym
  - uczestnictwo w targach i workshopach turystyki konferencyjnej (m.in. IMEX, IBTM)
  - wyselekcjonowanie listy wydarzeń kongresowych poprzez bazę ICCA (WOT członkiem od 2015) i aktywne ofertowanie tych wydarzeń
  - organizacja prezentacji oferty Warszawy (wyjazdy krajowe i zagraniczne)
  - spotkania z lokalnymi przedstawicielami międzynarodowych organizatorów wydarzeń.
- 2) Rozbudowywanie oferty wsparcia Warsaw Convention Bureau
  - Finansowy program wsparcia działań promocyjnych członków Warszawskiej Organizacji Turystycznej – wsparcie fam trip
  - Wsparcie wydarzeń branżowych z udziałem zagranicznych lub krajowych klientów
  - Współpraca z innymi podmiotami działającymi w obszarze turystyki w tym pozyskanie wsparcia dla wydarzeń od lokalnych partnerów



- 3) Organizacja wizyt studyjnych dla zagranicznych planistów spotkań
- 4) Zapewnienie materiałów promocyjnych Warszawy wydarzeniom już zaplanowanym
- 5) Reklama Warszawy w wybranych mediach

Elementem pozyskiwania zagranicznych klientów i rozwoju branży MICE jest aktywne wspieranie wydarzeń MICE w Warszawie. W 2018 r. odbędą się w Warszawie co najmniej 4 wydarzenia MICE których WOT jest partnerem:

- 1) Forum Branży Eventowej, styczeń 2018
- 2) Meetings Week, Poland Meeting Destination, marzec 2018
- 3) Global Events Congress, lipiec 2018 - międzynarodowa konferencja naukowa przedstawicieli MICE
- 4) Global DMC Partners Connections, sierpień 2018 – spotkanie branżowe przedstawicieli agencji MICE.

Ponadto coroczne konferencje czy wydarzenia branżowe typu Meet the bidder, Convention Summit, Warsaw Economic Hub i inne inicjatywy.

**Obszar 3** – Tworzenie narzędzi wsparcia aktywnej i reaktywnej sprzedaży destynacji.

Obszar realizowany będzie przez:

- Wydawnictwo promocyjne dot. Warszawy MICE (katalog venues i obiektów konferencyjnych)
- Monitoring Przemysłu Spotkań – wiedza o wielkości i charakterystyce rynku spotkań w Warszawie, raport „Przemysł Spotkań w Warszawie”
- Udostępnienie narzędzi promocji Warszawy na stronie internetowej [www.warsawconvention.pl](http://www.warsawconvention.pl) w tym ofert produktów MICE, zdjęć i filmów promocyjnych, prezentacji multimedialnych
- Prowadzenie ewidencji zapytań i baz danych klientów a także baz danych wydarzeń konferencyjnych
- Prowadzenie kalendarza konferencji i kongresów
- Cykliczny newsletter do bazy zagranicznych klientów promujący członków WOT i ofertę Warszawy.

**Obszar 4** - Działalność promocyjna i PR na rzecz branży MICE i organizacji

Uczestnictwo pracowników Warsaw Convention Bureau w ważnych dla branży stowarzyszeniach i inicjatywach branżowych, promocja Warszawy na kluczowych wydarzeniach dot. sektora MICE, cykliczny kontakt z mediami.

**Obszar 5**

Wykorzystanie potencjału turysty konferencyjnego na potrzeby turystyki indywidualnej w tym turystyki kulturowej. Kontynuacja zainicjowanego w 2015 projektu tworzenie programów pobytowych i pakietów dla turysty konferencyjnego. Promocja Warszawy i instytucji kultury przy okazji wybranych wydarzeń konferencyjnych. Komerccjalizacja turysty konferencyjnego. W 2018 dodatkowa promocja na kongresach poprzedzających edycję kongresu w Warszawie

Cele w obszarze turystyki konferencyjnej zakładają:

- 1) Wzrost liczby obsługiwanych zapytań
- 2) Wzrost aktywności WOT w pozyskiwaniu wydarzeń (sprzedaż aktywna) przy równoczesnym utrzymaniu stale zwiększającej się rozpoznawalności marki Warsaw Convention Bureau (sprzedaż reaktywna)
- 3) Wzrost efektywności WOT w pozyskiwaniu wydarzeń do Warszawy i zwiększanie wpływu ekonomicznego branży spotkań na lokalną gospodarkę
- 4) Aktywna współpraca z członkami WOT przy pozyskiwaniu wydarzeń
- 5) Dotarcie z ofertą Warszawy do nowych klientów
- 6) Stałe dostarczanie wiedzy o infrastrukturze MICE i danych statystycznych dot. Warszawy

Planowane wskaźniki

1. Wzrost liczby obsługiwanych zapytań					
Wskaźnik	2014	2015	2016	2017	Plan 2018
Łączna liczba wszystkich procesów sprzedażowych rozpoczętych w danym roku	102	170	267	274	310
	-	67%	57%	3%	13%

2. Wzrost aktywności WOT w pozyskiwaniu wydarzeń (sprzedaż aktywna) przy równoczesnym utrzymaniu stale zwiększającej się rozpoznawalności marki Warsaw Convention Bureau (sprzedaż reaktywna)										
Wskaźnik	2014		2015		2016		2017		Plan 2018	
	aktywna	reaktywna	aktywna	reaktywna	aktywna	reaktywna	aktywna	reaktyw na	aktywna	reaktywna
Pozyskane kontakty z klientami w ramach sprzedaży aktywnej / reaktywnej	Brak danych		81	96	136	128	108	166	119	191
	Brak danych		Brak danych		68%	33%	20 %	30%	10%	15%

### 3. Efektywność WOT w pozyskiwaniu wydarzeń do Warszawy i zwiększanie wpływu ekonomicznego branży spotkań na lokalną gospodarkę

Wskaźnik	2014	2015	2016	2017	Plan 2018
Liczba wydarzeń potwierdzonych	18	25	32	43	53
	Brak danych	38%	28%	34%	23%
Łączna liczba noclegów z wydarzeń potwierdzonych	14 818	22 655	28 574	34 912	40 000
	Brak danych	52%	26%	22%	14 %
Szacowana wartość noclegów z wydarzeń potwierdzonych	3 956 406 PLN (przyjęty ADR to 267 zł)	6 230 125 PLN (przyjęty ADR to 275 zł)	8 486 478 PLN (przyjęty ADR to 297 zł)	10 368 864 PLN (przyjęty ADR to 297 zł)	11 880 000 PLN (przyjęty ADR to 297 zł)

### 4. Aktywna współpraca z członkami WOT przy pozyskiwaniu wydarzeń

Wskaźnik	2014	2015	2016	2017	Plan 2018
Liczba wydarzeń, których pozyskiwanie zostało zainicjowane przez członków WOT	0	9	34	25	30

5. Dotarcie z ofertą Warszawy do nowych klientów											
Wskaźnik		2014		2015		2016		2017		Plan 2018	
Wydarzenia promocyjne	Liczba targów i wydarzeń promocyjnych, na których WCB reprezentowało Warszawę	3		3		3		2		2	
	Liczba spotkań z klientami odbytych w ramach wszystkich wydarzeń danego roku	91		88		90		109		120	
		-		-4%		2%		21%		10%	
Mailingi	Liczba planistów spotkań otrzymujących cykliczne mailingi WCB	Brak danych		Brak danych		Brak danych		2179		2300	
		-		-		-		-		5%	
Wizyty studyjne	Liczba wizyt dla organizatorów spotkań	Liczba wizyt	Liczba wizyt	Liczba organizatorów		Liczba wizyt	Liczba organizatorów	Liczba wizyt	Liczba organizatorów	Liczba wizyt	Liczba organizatorów
		17	83	22	89	17	69	25	151	30	166
		-	-	29%	7%	-23%	-23%	47%	218%	20%	10%

6. Stałe dostarczanie wiedzy o infrastrukturze MICE i danych statystycznych dot. Warszawy					
Wskaźnik	Liczba pobrań raportu za rok 2013 w roku 2014	Liczba pobrań raportu za rok 2014 w roku 2015	Liczba pobrań raportu za rok 2015 w roku 2016	Liczba pobrań raportu za rok 2016 w roku 2017	Planowana liczba pobrań raportu za rok 2017 w roku 2018
Statystyki pobrań raportu „Przemysł Spotkań w Warszawie” ze strony Warsaw CvB	Brak danych	Nie było raportu	Brak danych	401	400
Wskaźnik	Przebadana liczba wydarzeń za rok 2014	Przebadana liczba wydarzeń za rok 2015	Przebadana liczba wydarzeń za rok 2016	Przebadana liczba wydarzeń za rok 2017	Planowana liczba wydarzeń za rok 2018
Liczba wydarzeń, na podstawie których przygotowano raport „Przemysł Spotkań w Warszawie”	Brak danych	12 510	17 652	16 961	16 000

## TURYSTYKA WYPOCZYNKOWA

Promocją Warszawy jako destynacji turystyki indywidualnej i turystyki wypoczynkowej zajmują się wspólnie Stołeczne Biuro Turystyki i Warszawska Organizacja Turystyczna.

Planowane działania:

- 1) Program Warszawa Kulinarna – wydawnictwo o warszawskiej scenie gastronomicznej
- 2) Przygotowanie ofert zwiedzania Warszawy we współpracy z członkami organizacji - wydawnictwo Warsaw City Tours
- 3) Współpraca i wsparcie dla wizyt touroperatorskich
- 4) Projekt What’s up in Warsaw
- 5) Udział w wybranych targach zagranicznych lub krajowych
- 6) Program Warszawa Kulturalna w tym „Odwiedź Muzeum po pracy”



### **Program Warszawa Kulinarna**

Przygotowanie wydawnictwa dot. oblicza warszawskiej sceny gastronomicznej. Promocja Warszawy jako destynacji interesującej do odwiedzenia poprzez ofertę warszawskiej gastronomii. Współpraca z branżą kulinarną – wsparcie dla wydarzeń.

Program zakłada identyfikację kluczowych kulinariów warszawskich, miejsc i warsztatów, w długofalowej perspektywie zaproszenie ich do WOT, stworzenie i promowanie wspólnej oferty.

### **Wydawnictwo Warsaw City Tours - przygotowanie ofert zwiedzania Warszawy we współpracy z członkami organizacji**

Kontynuowane będzie opracowywanie ofert zwiedzania w oparciu o ofertę członków Warszawskiej Organizacji Turystycznej. Wydawnictwo Warsaw City Tours dystrybuowane jest wśród zagranicznych touroperatorów, promowane na stronie warsawcitybreak.com i do organizatorów konferencji i innych wydarzeń MICE. W 2018 będzie także dystrybuowane na międzynarodowych kongresach.

### **Współpraca i wsparcie dla wizyt tourooperatorskich**

Działania zakładają aktywne wsparcie wizyt tourooperatorskich i zostało zainicjowane w wyniku konsultacji z branżą turystyczną.

W ramach tego działania wspierane będą wizyty tourooperatorskie członków WOT, wizyty organizowane przez Polską Organizację Turystyczną lub Polską Izbę Turystyki, partnerów branżowych. Podobnie jak w przypadku wydarzeń planistów dzięki wsparciu wizyt budowana jest baza kontaktów a gościom prezentowana jest Warszawa (zarówno w postaci zwiedzania jak i prezentacji, baz zdjęć na USB i i key contacts do członków WOT), organizowane są spotkania z warszawską branżą.

### **Newsletter "What's up in Warsaw"**

Cykliczny mailing do bazy zagranicznej i do warszawskiej branży turystycznej o planowanych wydarzeniach i ofercie Warszawy. Celem mailingu jest wzbudzenie zainteresowania ofertą Warszawy i dostarczenie branży turystycznej wiedzy o planowanych wydarzeniach. Projekt zakłada rozbudowanie kalendarza wydarzeń prowadzone na stronie warsawcitybreak.com i aktywną współpracą z Warszawską Informacją Turystyczną prowadzoną przez Stołeczne Biuro Turystyki. Planowane jest zwiększenie współpracy z zagranicznymi ośrodkami POT.

### **Udział w wybranych targach zagranicznych lub krajowych**

Kompetencje uczestnictwa w targach należą do Stołecznego Biura Turystyki. Warszawska Organizacja Turystyczna angażuje się w projekty targowe z inicjatywy środowisk turystycznych (nie tylko członków WOT). Planowana jest obecność na targach w Mediolanie i aktywna współpraca przy TT Warsaw.

### **Program Warszawa Kulturalna**

Kontynuacja programu z 2017 - promocja Warszawy jako destynacji interesującej do odwiedzenia poprzez ofertę warszawskich instytucji kultury.

- identyfikacja kluczowych wydarzeń kulturalnych w 2018 i 2019
- ich promocja wobec wybranych grup docelowych, a w szczególności do sektora hotelarskiego (newsletter do concierge'y hotelowych)
- promocja instytucji kultury w czasie wydarzeń MICE Forum Branży Eventowej czy Meetings Week Poland
- prowadzenie profilu na Facebook „Odwiedź Muzeum po pracy” jest elementem włączania do promocji mieszkańców Warszawy



Pod dyskusję poddana zostanie Inicjatywa zorganizowania wspólnych działań instytucji kultury i branży turystycznej na wybranym rynku zagranicznym (prezentacja dla dziennikarzy).

#### Inne

Kontynuowanie będzie prowadzenie strony warsawcitybreak.com w 3 językach: angielskim, szwedzkim, niemieckim. Przekaz promocji weekendowej wpleciony będzie w prezentacje dla touroperatorów i mailingi. Ponadto w oparciu o analizę możliwych powodów przyjazdu do Warszawy WOT będzie kontynuował zapraszanie firm z branży hotelarskiej, lotniczej i a także okołoturystycznej – zakupowej, gastronomicznej nie będących członkami WOT do wstąpienia do organizacji. Nowe składki zasiliłyby budżet działań promocyjnych. Warszawska Organizacja Turystyczna otwarta jest także na współpracę z Emirates Cluster.

Cele w obszarze turystyki wypoczynkowej zakładają:

- 1) Wzrost ruchu turystycznego w niskich dla Warszawy sezonach - niemierzalny
- 2) Budowanie rozpoznawalności kluczowych atrakcji Warszawy i wydarzeń wizerunkowych dla miasta wśród potencjalnych odwiedzających
- 3) Budowanie rozpoznawalności Warszawy za pomocą wizyt studyjnych

<b>Budowanie rozpoznawalności kluczowych atrakcji Warszawy i wydarzeń wizerunkowych dla miasta wśród potencjalnych odwiedzających</b>					
Wskaźnik/Działanie	2014	2015	2016	2017	Plan 2018
Przeprowadzone kampanie internetowe i blogerskie	-	2	2	-	-
Liczba wydarzeń targowych i promocyjnych, na których WOT reprezentował Warszawę	-	1	2	5	3
Wydawnictwo Warsaw City Tours	NIE	TAK	TAK	TAK	TAK
Mailing What's up in Warsaw	NIE	NIE	NIE	TAK	TAK



Budowanie rozpoznawalności Warszawy za pomocą wizyt studyjnych										
Wskaźnik	2014		2015		2016		2017		Plan 2018	
Liczba wizyt dla tour operatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów	Liczba wizyt	Liczba touroperatorów
	-	-	4	45	10	76	12	114	10	80
Liczba wizyt dla dziennikarzy i liderów opinii międzynarodowej branży turystycznej i spotkań	Liczba wizyt	Liczba osób	Liczba wizyt	Liczba osób	Liczba wizyt	Liczba osób	Liczba wizyt	Liczba osób	Liczba wizyt	Liczba osób
	-	-	6	8	3	3	-	-	-	-

#### DZIAŁANIA STATUTOWE BIURA – INTEGRACJA BRANŻY, ROZWÓJ ORGANIZACJI

WOT będzie kontynuował stały kontakt z branżą turystyczną. Spotkania członkowskie są platformą generowania inicjatyw i postulatów branży turystycznej. Planowane są cykliczne spotkania z dyrektorami sprzedaży hoteli, spotkania projektowe dot. wydawnictwa Warsaw City Tours, inne z inicjatywy członków. W ramach tych działań prowadzona i promowana będzie strona [www.wot.waw.pl](http://www.wot.waw.pl), na której między innymi publikowane są materiały promocyjne członków i badania dot. turystyki w Warszawie, a także prezentacje i zdjęcia do pobrania dla członków, dystrybuowany będzie newsletter. Celem działań będzie także pozyskiwanie nowych członków.

Ponadto biuro WOT aktywnie włącza się w projekty branżowe (kapituła produktu turystycznego, Forum Branży Eventowej, Poland Meetings Destination) Warszawska Organizacja Turystyczna rozważa wstąpienie do Ogólnopolskiego Porozumienia Lokalnych Organizacji Turystycznych by móc skuteczniej lobbować za zmianami korzystnymi dla rozwoju turystyki.

Cele w obszarze integracji branży są niemierzalne i zakładają:

- 1) Wzrost wiedzy o ofercie turystycznej miasta we wszystkich sektorach branży turystycznej
- 2) Zbudowanie i monitorowanie bazy wiedzy i kluczowych kontaktów dot. infrastruktury MICE, instytucji kultury, gastronomii

- 3) Inicjowanie wspólnych projektów promocyjnych
- 4) Wzrost wiedzy i stałe bieżące informowanie o inicjatywach promocyjnych miasta i WOT w obszarze promocji turystycznej

Pozyskiwanie do WOT kluczowych partnerów MICE i leisure jako członków organizacji								
Wskaźnik	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	Plan 2018
Liczba członków pozyskanych do WOT w danym roku	2	4	8	10	27	7	9	6
Liczba członków na koniec roku	17	21	28	34	61	65	69	75



## PLAN FINANSOWY WARSZAWSKIEJ ORGANIZACJI TURYSTYCZNEJ NA 2018

---

Plan na 2018 zakłada składkę miasta na poziomie 950 000zł i plan zatrudnienie na poziomie z 2017 roku – 8 pracowników biura WOT + osoby współpracujące (płatne i bezpłatne staże). Prowadzone przez biuro WOT projekty są związane z prowadzeniem przez organizację Warsaw Convention Bureau, obsługą wizyt touroperatorskich, a także działaniami zainicjowanymi przez członków WOT związanymi z celami statutowymi organizacji w 4 opisanych w planie działania obszarach.

### Szacowane środki finansowe na 2018 i przełom roku 2019

Szacowane składki członków	ok. 1 156 000 PLN
Szacowane środki pieniężne po 2017	ok. 347 000 PLN
<b>Razem</b>	<b>ok. 1 503 000 PLN</b>
<b>Stan konta WOT na koniec 2017:</b>	400 575,61 PLN

### Szacowane koszty działań

Wydatki administracyjne organizacji biura	ok. 332 000 PLN
Wydatki statutowe	ok. 1 102 000 PLN
W tym:	
Turystyka konferencyjna	ok. 716 000 PLN
Turystyka wypoczynkowa	ok. 296 000 PLN
Wydatki statutowe organizacji biura	ok. 90 000 PLN
<b>Razem</b>	<b>ok. 1 434 000 PLN</b>
Szacowana rezerwa na koniec 2018	69 000 PLN



## SZCZEGÓŁY FINANSOWE PLANU

**SZACOWANE WYDATKI ZWIĄZANE Z ADMINISTRACJĄ** – max 30 % budżetu, obecnie ok. 23%

332 000 PLN

1. Księgowość, doradztwo prawne dot. kwestii administracyjnych stowarzyszenia
2. Wynajem, wyposażenie i administracja biura
  1. Usługi telefoniczne, Internet, domeny, hosting stron internetowych, archiwizacja plików
  3. Opłaty pracownicze
  4. Usługi kserograficzne, tłumaczenia dokumentów biura
  5. Poczta, przesyłki kurierskie
  6. Sprzęt biurowy i serwis
  7. Walne Zebrania członków
  8. Wydatki drobne
  9. Opłaty bankowe
  10. VAT
  11. Wynagrodzenie pracowników administracyjnych
  12. Ubezpieczenie społeczne, zdrowotne, ZUS pracowników administracyjnych
  13. Inne koszty administracyjne

**SZACOWANE WYDATKI NA DZIAŁANIA STATUTOWE** – minimum 70 % budżetu, obecnie ok. 77%

1 102 000 PLN

Budżet na działania statutowe zostanie podzielony na:

- 1) turystykę konferencyjną – działania i narzędzia Warsaw Convention Bureau - ok. 65% całości wydatków statutowych
- 2) działania dot. promocji Warszawy w zakresie turystyki wypoczynkowej - ok. 27% wydatków statutowych.
- 3) wydatki związane z kosztami statutowymi biura w tym budowania platformy współpracy i integracji branży- 8% wydatków statutowych.

Do kosztów statutowych kwalifikowane są:

1. Kampanie promocyjne w zakresie turystyki
2. Wizyty studyjne w tym koszty transportu, cateringowe, inne
3. Wydawnictwa i materiały promocyjne
4. Usługi graficzne i zdjęcia
5. Strony internetowe, ich serwis i pozycjonowanie

6. Międzynarodowe i krajowe targi turystyczne
7. Uczestnictwo w konferencjach i kongresach, warsztatach, szkoleniach
8. Koszty reprezentacyjne, podróże służbowe, delegacje
9. Członkostwo w organizacjach
10. Branżowa działalność edukacyjna i szkoleniowa
11. Organizacja spotkań branżowych
12. Doradztwo prawne w celach statutowych
13. Plany strategiczne, analizy, konsulting
14. Uczestnictwo oraz wsparcie finansowe dla pozostałych projektów
15. Usługi transportowe związane z realizacją zadań statutowych
16. Wynagrodzenie pracowników merytorycznych
17. Ubezpieczenie społeczne, zdrowotne, ZUS pracowników merytorycznych
18. Inne koszty działalności statutowej

**TURYSTYKA KONFERENCYJNA**, 65% wydatków statutowych

ok. 716 000 PLN

Podstawowym zadaniem zespołu Warsaw Convention Bureau jest inicjowanie, pozyskiwanie i obsługa zapytań dot. wydarzeń MICE takich jak kongresy, konferencje, przyjazdy motywacyjne, eventy od klientów zagranicznych itp. Ponadto zespół odpowiada za tworzenie narzędzi promocyjnych.

**Zespół:**

Dyrektor biura (30% czasowego zaangażowania)

Dyrektor działu Warsaw Convention Bureau

Specjaliści od rynku stowarzyszeń i od rynku korporacyjnego (3)

Specjalista od narzędzi marketingowych (1)

Płatne i bezpłatne staże

Budżet wynagrodzeń: ok. 450 000 PLN

Budżet działań: ok. 266 000 PLN



**TURYSTYKA WYPOCZYNKOWA**, ok. 27% wydatków statutowych

ok. 296 000 PLN

Promocją Warszawy jako destynacji turystyki indywidualnej i turystyki wypoczynkowej zajmuje się wspólnie Stołeczne Biuro Turystyki i Warszawska Organizacja Turystyczna.

**Zespół:**

Dyrektor biura (30% zaangażowania czasowego)

Koordynatorzy projektów

Płatne i bezpłatne staże

Budżet wynagrodzeń: ok. 144 000 PLN

Budżet działań: ok. 152 000 PLN

**DZIAŁANIA STATUTOWE BIURA – INTEGRACJA BRANŻY, ROZWÓJ ORGANIZACJI**, ok. 8% wydatków statutowych

90 000 PLN

Do kosztów statutowych biura zaliczane są:

1. Doradztwo prawne dot. prowadzonych projektów
2. Tłumaczenia dot. prowadzonych projektów
3. Usługi transportowe związane z realizacją zadań statutowych
4. Prowadzenie stron internetowych
5. Usługi graficzne i zdjęcia
6. Organizacja spotkań branżowych
7. Koszty reprezentacyjne, podróże służbowe, delegacje
8. Wynagrodzenie pracowników merytorycznych
9. Ubezpieczenie społeczne, zdrowotne, ZUS pracowników merytorycznych
10. Inne koszty działalności statutowej

Dokument opracowany przez: Monika Białkowska, dyrektor biura WOT, Mateusz Czerwiński, dyrektor działu Warsaw Convention Bureau  
Zatwierdzony przez Zarząd WOT w dniu: 15.02.2018