



METINĖ ATASKAITA

20
/ 23

TURIZMAS

VERSLAS

KINAS

TURINYS

IVADAS

4

TURIZMAS

PAGRINDINĖS TURIZMO IR RINKODAROS SKYRIAUS INICIATYVOS

7

DARBAS SU LIETUVOS RINKA

8

DARBAS SU UŽSIENIO RINKOMIS

9

RENGINIAI IR PARODOS

10

PARTNERYSTĖS

12

LEIDINIAI, MARŠRUTAI IR SUVENYRAI

13

EKSKURSIJOS

14

TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS (TIC)

15

SOCIALINIŲ TINKLŲ KOMUNIKACIJA

17

VERSLAS

PAGRINDINĖS VERSLO SKYRIAUS INICIATYVOS

19

LEIDINIAI

23

RENGINIAI IR PARODOS

24

ALEKSOTO INOVACIJŲ PRAMONĖS PARKAS

25

STRAIPSNIAI, SOCIALINIŲ TINKLŲ KOMUNIKACIJA

26

KINAS

PROJEKTAI FILMUOTI KAUNE

28

RENGINIAI IR PARODOS

29

KINO APLINKOS GERINIMO INICIATYVOS KAUNE

30

Mielas skaitytojau,

Džiaugiamės galėdami pristatyti mūsų agentūros 2023 m. darbų bei rezultatų ataskaitą. Nepaisant to, jog viešumoje dažnai matoma tik galutiniai įvykų rezultatai – veiklą Kaune pradėję užsienio investuotojai, naujos skrydžių kryptys, konsoliduoti turizmo rezultatai ar Kaune filmuojami filmai – procesai jų siekiant vyksta nuolatos.



Tadas Stankevičius

VŠĮ Kaunas IN vadovas

2023 metai įstaigai buvo dinamiški. Išorės veiksniai, iš kurių pagrindinis – karas Ukrainoje bei iš to atsirandantis neužtikrintumas geopolitine saugumo situacija, lėmė mažesnius naujų užsienio investuotojų skaičius, tačiau esančios užsienio kapitalo įmonės toliau plėtėsi bei lėmė augančius užsienio investicijų rezultatus bendrų darbinamų asmenų kontekste.

Augantis gyventojų skaičius regione, besiplečiantis miesto pasiekiamumo oru tinklėlis, ruošiami žemės sklypai investicijoms, didėjantis studentų skaičius prioritetinėse studijų programose toliau didina miesto konkurencingumą bei sukuria prielaidas ateityje tikėtis ir naujų įmonių plėtros Kaune. Faktoriumi, trukdančiu išnaudoti pilną miesto potencialą gali tapti ribota mieste esančių biurų pasiūla, tačiau tikėtina, jog cikliškumas bei žemi vakancijų lygiai biuruose turėtų skatinti vystytojus apsiimti vystyti naujus projektus mieste.

Turizmui 2023 metai atnešė naujų patirčių. Vykęs Eurolygos finalinis ketvertas, NATO viršūnių susitikimas Vilniuje, tęstiniai kultūros festivaliai į Kauną sutraukė ženklūs svečių srautus, tačiau tuo pačiu išryškino ir tam tikras esančias problemas, susijusias su didelių srautų aptarnavimu, iš kurių pagrindinė – nepakankamas viešbučiuose esančių lovų kiekis masinių renginių metu. Metų pabaigoje atsidaręs Lietuvos zoologijos sodas, 2024 atsidarysianti Mokslo sala iš esmės keis miesto turizmo vertės pasiūlymą bei, tikėtina, turistų profilį – artimiausiu metu tikimės augančio šeimų turizmo srauto tiek iš Lietuvos, tiek iš kaimyninių valstybių.

Filmų industrijos kontekste smagu matyti miesto vaizdus populiariausių svetainių, tokių kaip Netflix ar HBO, kanaluose, tačiau pagrindiniais didesnę plėtrą ribojančiais veiksniais išlieka geopolitinės situacijos vertinimas regione bei vietinės ekosistemos dydis – trūkstant įvairių filmavimams reikalingų specialistų, neretai Kaunui tampa sunku konkuruoti su didesnes galimybes turinčiais miestais.

Organizacijos viduje taip pat buvo pokyčių metas. Inicijuoti strategijos, įstaigos koncepcijos bei vizualinio identiteto pokyčių projektai, pradėti pagrindinės svetainės struktūros pertvarkymo darbai, išgryninta įstaigos vizija Aleksoto inovacijų pramonės parko kontekste. Organizacija taip pat persikėlė į naujas patalpas – į Laisvės al. 36, virš turizmo informacijos centro. Šis pokytis ne tik teigiamai veikia darbuotojų moralę, bet ir leidžia geriau išpildyti miestą reprezentuojančios įstaigos funkcijas.

Svarbiausias įstaigos turtas – įstaigos darbuotojai, kurių profesionalumo, drąsos ir meilės Kaunui dėka ne tik buvo viršyti kelti lūkesčiai, bet taip pat pritraukti partneriai į strategines iniciatyvas didinant miesto konkurencingumą. Naujai komandą papildę darbuotojai su savimi atsinešė itin vertingos patirties bei kompetencijų, o tai 2024 metais įstaigai leis dar efektyviau dirbti vardan Kauno – save kuriančio miesto.

TURIZMAS

2023 metais VšĮ „Kaunas IN“ Turizmo ir rinkodaros skyriaus veiklose buvo stengiamasi akcentuoti tvarumą, geriau pažinti ekosistemos partnerius, įtraukti juos į veiklas ir savo darbą organizuoti pagal išgrynintą vertės pasiūlymą.

Galima būtų teigti, kad ataskaitiniais metais vykusios veiklos buvo svarbios tiek vidiniame organizacijos kontekste, tiek sąveikaujant su išorės partneriais – jos leido naujai susiformavusiam skyriaus kolektyvui įgyvendinti jau išbandytas ir pasiteisinusias iniciatyvas, taip pat plėsti kūrybines ribas išmėginant naujus projektų formatus, teminius laukus ir jungtis su partneriais.



Kaunas. Self-made city

Veiklų tvarumas

Praėjusių metų darbą tvarumo srityje galima įvardinti kaip bandymų laboratoriją. Tai apėmė jau minėtą prasmingų partnerysčių auginimą, procesų stygavimą skyriaus viduje, įtraukimo temų nagrinėjimą ir žaliųjų praktikų įgyvendinimą organizacijoje. Padėti pamatai daugeliui veiklų, kurios, tikimės, ateinančiais metais išaugs į sėkmingas iniciatyvas, kurių metu mokysis ir savo darbe jas sėkmingai integruos tiek „Kaunas IN“ Turizmo ir rinkodaros skyriaus kolektyvas, tiek įvairūs turizmo ekosistemos atstovai – planuojami mokymai apie tvarias turizmo praktikas, įtraukų turistų aptarnavimą, turizmo paslaugų prieinamumą ir kt.

Vertės pasiūlymas

Taip pat vertėtų paminėti, kad šiemet veiklos buvo inicijuojamos ir pagal strateginiuose organizacijos sesijose išgrynintus vertės pasiūlymus – t.y., įvertinus, ką būdingo TIK Kaunui (turint omenyje atskirus objektus ar siūlomų objektų, vietų ir renginių visumą) čia gali rasti turistai, ir kodėl būtent į Kauną šis turistai atvyktų iš tikslinių numatytų rinkų.

Sritys, su kurioms dirbta aktyviausiai:

- Modernizmas;
- Aukščiausio lygio sporto, kultūros ir meno renginiai;
- Kaunas kaip šeimoms draugiškas (ir turintis ką pasiūlyti) miestas;
- Gyvas Kaunas – kaip renginių, kulinarinės įvairovės ir kitų veiklų visuma, dėl kurios Kaune visada yra ką veikti;
- Istorijos ir vietos kultūros elementai, būdingi tik Kauno miestui – pramonės istorija, fortų sistema, „Žalgirio“ fenomenas, įvairiapusiška sporto bazė ir kt.

PAGRINDINĖS TURIZMO IR RINKODAROS SKYRIAUS INICIATYVOS



„NATOstogauk Kaune“

„NATOstogauk Kaune“ – komunikacinė kampanija, prie kurios prisijungė daugiau nei dvidešimt Kauno mieste veikiančių partnerių, kvietė vilniečius bei kitus Kauno miesto svečius ir miesto gyventojus savo veiklą NATO viršūnių susitikimo metu planuoti Kaune (daugiau apie abu projektus žr. žemiau).



„Pristabdyk ir pamatyk“

„Pristabdyk ir pamatyk“ – rengta rudens mėnesiais, kartu švenčiant Judumo savaitę ir Turizmo dieną. Šios iniciatyvos metu siekta akcentuoti sąmoningą, tvarų ir įtraukų miesto pajautimą, buvo pasirinkti mažesni ir jaukesni kameriniai formatai, taip pat žygiai, ekskursijos ir kitos veiklos, kurios leido geriau patirti ir pajauti Kauną visais pojūčiais: lėtai, niekur neskubant, giliai, atidžiai, mėgaujantis esama akimirka.

DARBAS SU LIETUVOS RINKA

Reklama žurnale „Lamų slėnis“

Teminiame, Kauną aprašančiame ir interviu su kauniečiais pristatančiame numeryje užsakyta tikslinė reklama.

 **10 000**

Laida „Maisto kelias“

Pramoginė kulinarinio turizmo laida, kurioje buvo pristatyti įvairūs kulinariniai ir nauji lankytini Kauno turizmo objektai.

 **13 000**

Užsakomųjų straipsnių kampanija DELFI portale

Kaunas džiugina maloniais pokyčiais – TOP idėjos, ką galima nuveikti kartu su šeima

Kauno TOP'ai: pažinkite vietas, kurių iki šiol galbūt dar nematėte

Teminiai straipsniai ir reklamjuosčių kampanija. Temos: TOP idėjos, ką galima nuveikti kartu su šeima; netradicinės Kauno vietos.

 **Skaitomumas 9 007, pasidalijimų 64**
Skaitomumas 5 817 pasidalijimų 49.

Laida „Ką žmonės veikia visą dieną“

Laida, kurios vedėjas įkūnijo Kauno gidą, pristatė įdomias, netradicines lankytinas Kauno vietas.

 **149 403**

Kampanija su partneriais „NATostogauk Kaune“

Vilniuje vykstant vienam didžiausių ir svarbiausių 2023-ųjų metų renginių Lietuvoje – NATO viršūnių susitikimui, Kauno miesto turizmo, verslo ir investicijų plėtros bei tarptautinės miesto rinkodaros agentūra „Kaunas IN“ pakvietė visus sostinės gyventojus liepos 8–16 d. „NATostogauti“ Kaune. Prie iniciatyvos prisijungė apie 30 partnerių – viešbučių, maitinimo įstaigų, muziejų, pramogų organizatorių, kt. Žodis „NATostogos“ įtrauktas į naujažodžių duomenyną, akcija nominuota „Turizmo sėkmingiausiųjų“ apdovanojimuose „Sėkmingiausio 2023 metų turizmo projekto Lietuvoje“ kategorijoje.

 **~2 000 000**

Kampanija su partneriais „Pristabdyk ir pamatyk“

Pasaulinės turizmo dienos ir Europos judumo savaitės proga vykusioje iniciatyvoje miestiečius ir miesto svečius paskatino po miestą judėti tvariau, šiek tiek stabtelėti, ir pažinti Kauną lėčiau ir atidžiau. Renginių ciklą sudarė:

 **560**

- „Walk 15“ žingsnių iššūkis.
- Kauno TIC organizuotos 2 nemokamos ekskursijos bendradarbiaujant su „Vero Cafe“ bei restoranu „Two Senses“.
- Žygis su Camino Lituano žygeiviais nuo Kauno rajono Turizmo ir verslo informacijos centro iki Kauno TIC.
- 4 nemokami susitikimai su žinomais kauniečiais Kauno TIC patalpose.

DARBAS SU UŽSIENIO RINKOMIS

2023 metais kampanijos buvo vykdomos penkiose užsienio rinkose – Latvijoje, Lenkijoje, Suomijoje, Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje.

JUNGTINĖ KARALYSTĖ  2 258 976	Užsakomasis straipsnis „National Geographic“	Kampanijoje buvo naudotas skaitmeninėje erdvėje patalpintas straipsnis, paminėjimas naujienlaiškyje ir skaitmeninės reklamjuostės, kreipiančios srautą į straipsnį.
LATVIJA  30 200 (TV) 4 000 („YOUTUBE“ PLATFORMA)	Laida su šeima	Kelionių laida apie Kauną skirta šeimoms. Transliuota Latvijos televizijoje ReTV bei internete.
LENKIJA  1 224 854	Rinkai adaptuoto (angl. turinio) internetinio reklaminė kampanija	Į Kauną Lenkijos turistus atvykti skatinusi internetinės reklamos kampanija.
LENKIJA  300 000	Rinkai adaptuoto (angl. turinio) internetinio reklaminė kampanija - kobieta.interia.pl - stronapodrozy.pl - eska.pl - readandfly.pl	Turistiniai / kelionių straipsniai apie Kauną Lenkijos auditorijai.
LENKIJA  751 000	Laida	Kelionių laida apie Kauną, transliuota Lenkijos televizijoje.
SUOMIJA  2 330 000	Kauno reklama ant viešojo transporto Helsinkio mieste ir priemiesčiuose - Miltton Suomija KaunasIN_large.jpg - Miltton Suomija KaunasIN_small.jpg	Kartu su „Keliauk Lietuvoje“ įgyvendinta lauko reklamos kampanija, Kauno reklama eksponuota ant dviejų skirtingų autobusų Helsinkio mieste ir jo apylinkėse.
VOKIETIJA  1 225 734	Rinkai adaptuoto (angl. turinio) internetinio reklaminė kampanija	Į Kauną Vokietijos turistus atvykti skatinusi internetinės reklamos kampanija.
WIZZAIR SKRYDŽIŲ KELEIVIAI  13 000 000	„Wizzair“ oro linijų kampanija	Reklaminis straipsnis „Wizzair“ skrydžio žurnale.

RENGINIAI IR PARODOS

2023 metais „Kaunas IN“ atstovai Kauną pristatė šiose mugėse, turizmo gatvėse ir kituose turizmą skatinančiuose renginiuose.

ADVENTUR

(Lietuva)

2023 01 27–29

Tarptautinė turizmo, kelionių ir aktyvaus laisvalaikio paroda Lietuvoje, skatinanti turizmo paslaugų populiarinimą ir aktyvų gyvenimo būdą. Kauno stende buvo pristatytos Kauno turizmo naujienos („Verslo vartotojui“ formatas, B2C).

FITUR

(Ispanija)

2023 01 18–22

Tarptautinė paroda turizmo profesionalams („Verslo verslui“ formatas, B2B).

Internetinis seminaras apie Lietuvos turizmo naujoves ir pramogas (Jungtinė Karalystė)

2023 03 30

Renginio metu ekspertai iš Lietuvos supažindino žiūrovus su Lietuvos turizmo naujovėmis ir pramogomis visai šeimai, kurios itin aktualios artėjant vasaros atostogų sezonui ir planuojant atostogas Lietuvoje.

Atostogos Lietuvoje

(Lietuva)

2023 04 21–23

Vietinio turizmo paroda.

Kauno pristatymas Suomijoje

(Suomija)

2023 05 10

Susitikimas su Suomijos kelionių organizatoriais ir žurnalistais, vykęs Lietuvos ambasadoje Suomijoje.

Kauno dienos

(Lietuva)

2023 05 26–28

Kauno miesto gimtadienio proga organizuojama mugė, kurioje veikusioje Turizmo gatvėje turizmo naujienas ir veiklas pristatinėjo ir Kauno bei Kauno rajono atstovai.

Tourism Innovation Summit

(Ispanija)

2023 10 18–20

Renginyje turizmo srities profesionalai pristatė naujausias tendencijas, įrankius ir statistiką turizmo srityje.

WTM

(Jungtinė Karalystė)

Didžiausia pasaulyje kelionių ir turizmo verslo paroda pasaulyje (B2B).

MATKA
(Suomija)
2023 01 20–22

Tarptautinė paroda turizmo profesionalams ir keliautojams (B2B ir B2C).

ITTF WARSAW
(Lenkija)
2023 03 16–18

Tarptautinė turizmo paroda (B2C).

Sports Pro Live
(Jungtinė Karalystė)
2023 04 25–26

Paroda, skirta sporto renginių organizatoriams.

Baltic Connecting
(Estija)
2023 05 08–14

Tinklaveikos renginys, skirtas turizmo profesionalams.

Sostinės dienos
(Lietuva)
2023 09 01–03

Kasmet Vilniuje organizuojama mugė, kurioje Turizmo gatvėje turizmo naujienas ir veiklas pristatinėjo ir Kauno bei Kauno rajono atstovai, organizuotas konkursas laimėti apsilankymą „Art Deco“ muziejuje, skatinta užsiprenumeruoti naujienlaiškį.

Šiaulių dienos
(Lietuva)
2023 09 08–10

Kasmet Šiauliuose organizuojama mugė, kurioje veikusioje Turizmo gatvėje turizmo naujienas ir veiklas pristatinėjo ir Kauno bei Kauno rajono atstovai.

Europos kelionių komisijos visuotinis susitikimas
(Ispanija)
2023 11 22–24

Kauno pristatymas visuotiniame EKK susitikime kaip miesto-kandidato, kuriame bus organizuojamas kitas EKK susitikimas 2024 metų gegužės mėn.

IBTM
(Ispanija)
2023 11 27–12 01

Konferencinio ir renginių turizmo paroda.

PARTNERYSTĖS

2023 METAIS TURIZMO IR RINKODAROS SKYRIUS SAVO VEIKLOSE SIEKĖ SUJUNGTI DU ASPEKTUS:

**kokybišką, savalaikį ir
sistemišką Lietuvos bei
užsienio turistams skirtos
informacijos atnaujinimą ir
bendradarbiavimą su
partneriais, kuris, kaip
ilustruoja minėtos
iniciatyvos, leido pasiūlyti
prasmingas patirtis
turistams ir miesto
gyventojams.**

01

„AirBnb“ platforma – užmegzti kontaktai dėl apgyvendinimo vietų Kaune savininkų įtraukimo į prasmingą turizmo ekosistemos veiklą, platformos atstovė lankėsi Kaune ir susipažino su augančiu miesto apgyvendinimo vietų poreikiu;

02

Kauno menininkų namai – į „Kaunas IN“ akcijas aktyviai įsitraukiantys dalyviai, prasmingo kultūros lauko tinklaveikos įgalintojai („Kultūros pusryčių“ organizavimo ir kt. formatais);

03

Kauno rajono turizmo ir verslo informacijos centras – kartu dalyvaujama mugėse Lietuvoje, konsoliduotai pateikiant informaciją apie turistinį Kauno bei Kauno rajono potencialą ir optimizuojant kaštų panaudojimą;

04

„Keliauk Lietuvoje“ – turizmą Lietuvoje skatinanti agentūra, su kuria kartu įgyvendinant projektus, žurnalistų ir kelionių organizatorių vizitus bei kitas veiklas, racionaliai ir efektyviai išnaudojami resursai, pasiekiant tikslines rinkas;

05

„NeRegėjimo galia“ – patyriminių ekskursijų, kurias veda neregijai, organizatoriai, kurių dėka Kauno turistai, miesto gyventojai, o kartu ir turizmo ekosistemos dalyviai, gali geriau suprasti neregijų poreikius;

06

„Vero Café“ – prisidėjo prie mūsų renginių kava, savo kavinių tinkle pasiūlė svečiams pasivaishinti kaunastiška Cattuccino kava ir prisijungė prie Turizmui draugiškų centrų (TIF) tinklo;

07

Viešbučiai – dalyvauja „Kaunas IN“ organizuojamuose iniciatyvose bei susitikimuose, kurių metu sprendžiami turizmo sezoniskumo ir kiti svarbūs klausimai.

LEIDINIAI, MARŠRUTAI IR SUVENYRAI

Pradėtas naujinti leidinys apie konferencijoms ir kitiems renginiams tinkamas vietas Kaune.

Visi „Kaunas IN“ leidiniai:
<https://visit.kaunas.lt/lt/leidiniai/>

Sukurti keturi unikalūs teminiai maršrutai: „Art deco“ (lietuvių ir anglų kalbomis), „Kaunastiški topai“ (lietuvių ir anglų kalbomis).

Visi skaitmenizuoti „Kaunas IN“ maršrutai:
www.kaunastika.lt

Išleistas specialus leidinukas užsienio studentams apie „Kaunas IN“ išteklius – „KAUNAS IN is here to welcome you IN Kaunas!“

Atnaujinti „Šiuolaikinio Kauno“ leidiniai lietuvių, anglų, vokiečių, lenkų kalbomis, pagrindinis miesto žemėlapis ir 15 teminių kaunastic maršrutų.

Šiemet atnaujinti ne tik populiariausi suvenyrai, pristatyta ir 10 naujų pozicijų, vaizduojančių svarbiausius Kauno turizmo simbolius, artėjančias šventes ir „Kaunas IN“ vertės pasiūlymą atliepiančią produkciją. Unikalių kaunastic ženkliukų kolekciją papildė net 3 nauji – „Kamuolys“, „Fontanas“, „Pačiūžos“. Pastarasis yra proginis, riboto leidimo, sukurtas specialiai Kaune 2024 metų sausį vykusio Europos dailiojo čiuožimo čempionato proga. Kalėdiniu laikotarpiu pristatytas kaunastiškas rinkinys sausainiams kepti ir unikalių sausainių formelės, o patiems mažiausiems lankytojams – spalvinga lipdukų kolekcija, laikinos tatuiruotės ir nauji kaunastic šokoladų skoniai.

Visi „Kaunas IN“ suvenyrai:

<https://visit.kaunas.lt/lt/el-parduotuve/suvenyrai/>



EKSKURSIJŲ ORGANIZAVIMAS

Ekskursijų organizavimas apima įvairias veiklas – ekskursijų organizavimą pavieniams asmenims ir grupėms, maršruto paruošimą, objektų rezervavimą, gidų paiešką ir užsakymą, komercinių pasiūlymų ruošimą, dalyvių registravimą, mokėjimų derinimą, naujų maršrutų ekskursijoms inicijavimą, objektų, maitinimo ir transporto paslaugų užsakymą pagal poreikį, viešųjų pirkimų atlikimą.

139

EKSKURSIJOS

3000

EKSKURSANTŲ

6

KALBOMIS

- Daugiausia ekskursijų – apžvalginės po miestą, senamiesčio ir naujamiesčio lankymas (~ 35 proc.).
- Tiek lietuviams, tiek užsieniečiams aktualios ir įdomios ekskursijos apie modernistinę architektūrą ir į UNESCO sąrašą įtrauktus objektus (~ 20 proc.).
- Kaip jau tapo įprasta, tarp lietuvių didžiausio dėmesio sulaukė teminės ekskursijos po Žaliakalnį, Vilijampolę, Pažaislį ir teatralizuotos ekskursijos.

2023 metų naujovė – pradėti organizuoti ekskursijų ciklai:

- Tamsiojo turizmo ciklas – **3 ekskursijos**, skirtos Helovyno tematikai (laikotarpis 10 28–11 01; dalyvių skaičius – 71).
- „**Modernizmas per pietų pertrauką**“ – **5 ekskursijos** po 1 val. (laikotarpis 11 22 – 12 20; dalyvių skaičius – 48).
- Kalėdinių ekskursijų ciklas – **3 ekskursijos** (laikotarpis 12 10 – 12 20; dalyvių skaičius – 22).
- Organizuotos **8 pažintinės ekskursijos** delegacijoms iš Latvijos, Lenkijos, Ukrainos, Danijos, Airijos, Lietuvos.
- Surengtos **4 nemokamos ekskursijos** pavieniams asmenims:
 - Turizmo dienos proga („Miško terapija“, „Gatvės meno perlai“, „Kaunastic pasivaikščiojimas“, „Camino Lituano žygis“; ~200 dalyvių);
 - valstybinių švenčių progomis (Vasario 16-osios ir Kovo 11-osios) ir Putvinskio g. dienos proga („Kaunas – laikinoji sostinė“, „Diplomatinis Kaunas“; 30 dalyvių).

Populiariausios užsakomosios teminės ekskursijos Kaune buvo:

- „Kauno modernistinės architektūros atspindžiai“;
- „Senamiesčio paslaptys“;
- „Velniuko Kauniuko istorijos“.

Naujos ekskursijos:

- Ekskursijų ciklai „Modernizmas per pietų pertrauką“, „Tamsusis turizmas“, „Modernizmo šedevrai – UNESCO pėdsakas“;
- Atskiros ekskursijos „Ryškios šešėly“, „M. K. Čiurlionio keliais“, „Gatvė meno perlai“, „Baroko paslaptys Pažaislio vienuolyne“.
- Ekskursija vaikams „Velniuko Kauniuko istorijos“.

Turizmo komercija

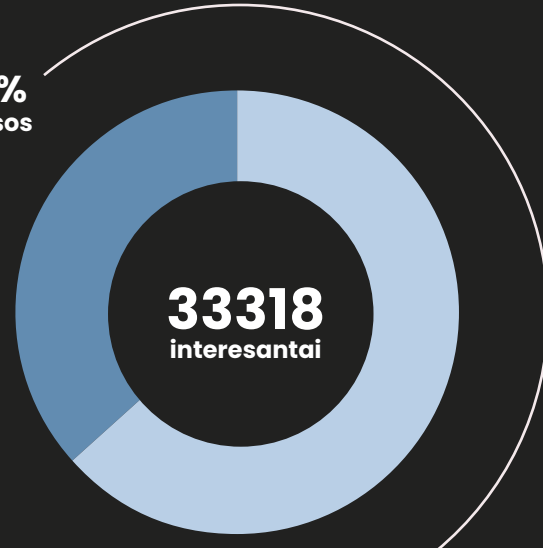
Turizmo komercijos sritis apima įvairias veiklas nuo kontaktinių pardavimų iki elektroninės parduotuvės priežiūros ir plėtros. Skyriaus darbuotojai atlieka prekių pardavimus per el. parduotuvę ir turizmo informacijos centre bei prekes, kurios parduodamos pagal konsignaciją. Taip pat vykdomas prekių tiekėjų suradimas arba mūsų sukurtų užsakymas, apskaitos, dizaino derinimas, kainų nustatymas, konsignacinių sutarčių rengimas ir nuolatinis administravimas, bendradarbiavimas su tiekėjais, pakankamo kiekio užtikrinimas tiek TIC, tiek kituose prekybos taškuose, prekių pakavimas ir siuntimas. Parduota prekių per 12 mėn. – **9 235 vnt.**

TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS

Statistikos duomenys pateikiami susumavus dviejų turizmo informacijos centrų (pagrindinis – Laisvės al. 36; Autobusų stoties TIC – Vytauto pr. 24, atidarytas nuo 2023 m. spalio 1 d.) statistinius duomenis.

Per 2023 m. turizmo informacijos centrui (Laisvės al. 36 ir Vytauto pr. 24) aptarnavo 33 318 interesantus (palyginimui: per 2022 m. buvo aptarnauti 46 585 interesantai). Iš jų turizmo informacijos centruose apsilankiusiųjų skaičius – 21 163 lankytojai (palyginimui: per 2022 metus sulaukta 22 596 lankytojų). Daugiausia lankytojų sulaukta liepos–rugpjūčio–rugsėjo mėn. (atitinkamai 2 893–2 903–2 752), mažiausiai sausio–vasario mėn. (~500 lankytojų per mėn.).

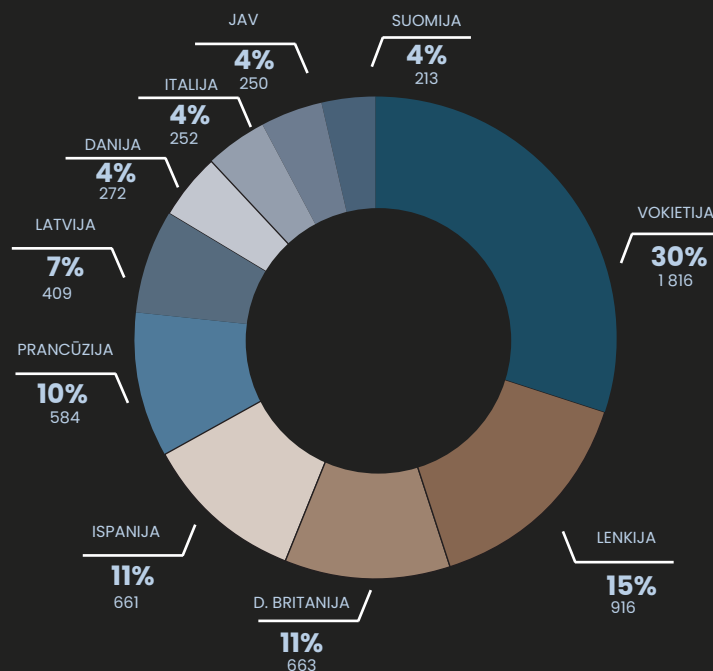
36.5%
užklausos



63.5%
lankytojai

11 686 (55%) Lietuvos gyventojai
9 477 (45%) užsienio svečiai

TOP 10 ŠALIŲ, IŠ KURIŲ 2023 M. SULAUKTA DAUGIAUSIA UŽSIENIO TURISTŲ





2 turizmo informacijos punktai: priežiūra ir leidinių papildymai (oro uostas ir geležinkelio stotis) – po 2 kartus per mėn., t. y., 72 vizitai.



20 Draugiškų turizmui informacijos vietų (TIF) veiklos priežiūra: aprūpinimas spec. stoveliais, lipdukais bei leidiniais – 20 vietų po 1 kartą per ketvirtį, t. y. – 80 vizitų. Per 2023 metus įkurti 3 nauji TIF (turizmui draugiškų vietų) punktai.

TURIZMO STATISTIKA

Apgyvandinimo įstaigų statistika (turistų skaičius ir nakvynių skaičius) – Valstybės duomenų agentūros duomenys:

	2019	2022	2023
Svečių skaičius	349 530	309 953	307 636
Naktų skaičius	650 336	647 247	655 805
Vid. viešnagės trukmė	1,9	2,1	2,1
Numerių užimtumas %	71,5	64,7	62,3
Vietų užimtumas %	54,0	47,2	48,0

KAUNE 2023 M. LANKĖSI:

- **44,64 %** turistų iš Lietuvos
- **53,36 %** turistų iš užsienio

KAUNE DAUGIAUSIAI 2023 M. APSILANKIUSIŲ UŽSIENIO TURISTŲ DEŠIMTUKAS:

1. Lenkija
2. Latvija
3. Estija
4. Vokietija
5. Jungtinė Karalystė
6. Baltarusija
7. Ukraina
8. Suomija
9. JAV
10. Nyderlandai

TURINYS SOCIALINIUIOSE TINKLUOSE

3 533 625

Bendras
parodymų
skaičius visoms
trims
paskyroms

574 228

Apmokėtais
įrašais pasiekta
paskyrų

1 832 901

Bendras
reklamos
pamatymų
skaičius

1 126 496

Bendras
organinis
pasiekiamumas
šiais kanalais

Kanalas	Platforma	Kalba ir rinka	Įrašų skaičius per ataskaitinius metus	Metų organinis pasiekiamumas
Kaunastika	Facebook	Lietuvių kalba, orientuota į lietuvių ir užsienyje gyvenančius lietuvių	225	445 998
It's Kaunastic	Facebook	Anglų kalba, orientuota į užsieniečius ir užsienyje gyvenančius lietuvių	65	569 737
It's Kaunastic	Instagram	Komunikuojama anglų kalba, orientuota į užsieniečius ir lietuvių	45	110 771

„Visit Kaunas“ tinklapis

- Naujienų rubrika (lietuvių kalba) – **20 unikalių straipsnių**
- Naujienų rubrika (anglų kalba) – **20 straipsnių**
- Lankytojų skaičius – **395 452**, parodymų skaičius – **3 741 931**
- Penkios užsienio šalys, iš kurių sulaukta **daugiausiai lankytojų** – Jungtinė Karalystė, Vokietija, Latvija, Lenkija, Jungtinės Amerikos Valstijos.

Komunikacijos veiklų pasiekiamumas: Lietuvos rinka ir užsienio rinkos (apibendrintai)

- Bendras užsienio rinkų pasiekiamumas (įvertinus socialinius tinklus ir kitas rinkodaros priemones rinkai pasiekti) – **22 369 438**.
- Lietuva (įvertinus socialinius tinklus ir kitas rinkodaros priemones rinkai pasiekti) – **3 769 707**.

Pastaba: skaičiuojant vartotojų pasiekiamumą, skaičiuojami ne unikalūs vartotojai, pamatę mūsų rinkodaros žinutę: t. y. vienas žmogus gali pamatyti reklamą daugiau nei vieną kartą arba daugiau nei per vieną kanalą. Taip pat 2022 m. keitėsi „Facebook“ lankytojų apskaitos principas – nuo šių metų visam turiniui, kuriam „It's Kaunastic“, „Kaunastika“, ir „Instagram“ paskyroje buvo perkama reklama rodomas vienas bendras pasiektų paskyrų ir parodymų skaičius (t. y. organiškai skaičiai rodomi atskirai kiekvienai paskyrai, o mokamas visų paskyrų turinys – bendras).

VERSLAS

2023 metais Verslo skyriuje išsiskyrė ne tik komandos atsinaujinimu, bet ir naujai startavusiais, tačiau ilgai brandintais ir ilgalaikiam miesto ekonominiam konkurencingumui reikšmingais projektais – tiek Kauną, kaip patrauklią studijų lokaciją Lietuvoje, pristatanti ir kartu su Kauno aukštosiomis mokyklomis įgyvendinama "Studijuok Kaune" kampanija, tiek Kauno Aleksoto inovacijų parko startas. Augantis projektų, įgyvendinamų su gausėjančiu partnerių būriu, skaičius ne tik leidžia pritraukti papildomą finansinį indėlį, taigi pasiekti ryškesnio efekto, bet ir įrodo augantį pasitikėjimą Verslo skyriumi bei jo vykdomų veiklų prasmingumą.

PAGRINDINĖS VERSLO SKYRIAUS INICIATYVOS

„Studijuok Kaune“

Š.m. gegužės mėn. 8 d. oficialiai startavo projektas „Studijuok Kaune“, kurio tikslas – gerinti Kauno, kaip patrauklios studijų lokacijos įvaizdį, ir taip pritraukti daugiau studentų rinktis studijas Kaune. Projekto partneriai – Kauno technologijos universitetas, Vytauto Didžiojo universitetas, Kauno kolegija ir Kauno technikos kolegija.

Projektas apėmė visą eilę marketinginės kampanijos priemonių, startuojant su oficialiu jungtinės veiklos – bendradarbiavimo sutarties pasirašymu ir spaudos konferencijos. Sukurta projekto rinkodarinės kampanijos strategija. Sukurtas ir vizualizuotas šūkis „Kaunas tau limpa“, jų pagrindu – rinkodarinės kampanijos lipdukai bei jų rinkiniai, kurie buvo dalinami studentams Rugsėjo 1-osios šventės metu, taip pat – video klipas. Sukurta „Studijuok Kaune“ svetainė, kurioje pateikiama esminiai Kauno, kaip studijų loakcijos vertės aspektai, Aukštųjų mokyklų alumnų sėkmės istorijos, pranešimai spaudai.

Vykdyta PR ir skaitmeninio marketingo kampanija, apėmusi: reklamą socialiniuose tinkluose, radijo reklamą, Youtube ir kitų socialinių tinklų reklama, influencerės kampanija, pranešimų spaudai viešinimas ir kt. Sukurtas ir kiekvienam partneriui asmeniškai adaptuotas įvaizdinis video klipas, kuris surinko daugiau nei 2 mln. peržiūrų.

2023/2024 m.m. įstojusiųjų studentų į Kauno miestą iš likusios Lietuvos buvo 9,67% daugiau nei pernai metais. Matome, jog stojimų skaičius į Kauno mieste esančias aukštąsias mokyklas yra pozityviai augantis.



„Ateitis – elektronikams“ kampanija

Kampanija „Ateitis–elektronikams“, vienijanti 5 didžiąsias elektronikos inžinerijos įmones – „Continental“, „Kitron“, „Littelfuse“, „Teltonika Networks“ ir abejas elektronikos inžinierius ruošiančias aukštąsias mokyklas Kaune – KTU ir KTK, ir siekianti elektronikos inžinerijos, kaip karjeros pasirinkimo, populiarinimo Kaune 2023 metais pasiekti puikių rezultatų. 4 tikslinėse programose stojimai išaugo ~20%, kai tuo tarpu dvejose KTU programose beveik 40%. Reikšmingai išaugę stojimų rezultatai tikėtina yra nemaža dalimi nulemti jau daugiau nei 3 metus trunkančios kampanijos ilgamečio įdirbio rezultatas.

Šiais metais kampanijos renginiuose (60) skirtuose moksleiviams, jų tėvams ir mokytojams sudalyvavo beveik 6000 žmonių. Ryškiausi iš jų – kampanijos standas „Studijų mugės“ Žalgirio arenoje metu, kurį aplankė ~2500 moksleivių, elektronikos inžinierių ir darbo rinkos ekspertų apsilankymai 34 mokyklose (~1650 moksleivių) bei ~750 moksleivių vizitai į kampanijoje dalyvaujančių įmonių bei aukštųjų mokyklų erdves. Papildomai marketinginė kampanija sukūrė daugiau nei 30 turinio vienetų TV, radijuje, nacionalinėje spaudoje, taip pat – 10 sektorių ir jame dirbančių inžinierių specializaciją pristatančių filmukų ~0,5 mln. peržiūrų, daugelį įrašų bei reklaminių vienetų socialiniuose tinkluose bei atskirą reklaminių kampaniją, pasitelkiant influenserius.



337 012

Facebook
pasiekiamumas

168 877

Instagram
pasiekiamumas

„Karjera Kaune“

Karjera Kaune – tai tęstinis Kauno karjeros gido projektas, skirtas supažindinti visuomenę su karjeros galimybėmis Kaune, tradicinių ir perspektyviausių sektorių augimo galimybėmis, populiarijančiomis darbo pozicijomis ir preliminariais atlyginimų bei kvalifikacijos įgijimo ir švietimo galimybėmis. Projektas skirtas jaunimui, tėvams, karjeros ugdymo specialistams ir mokytojams.

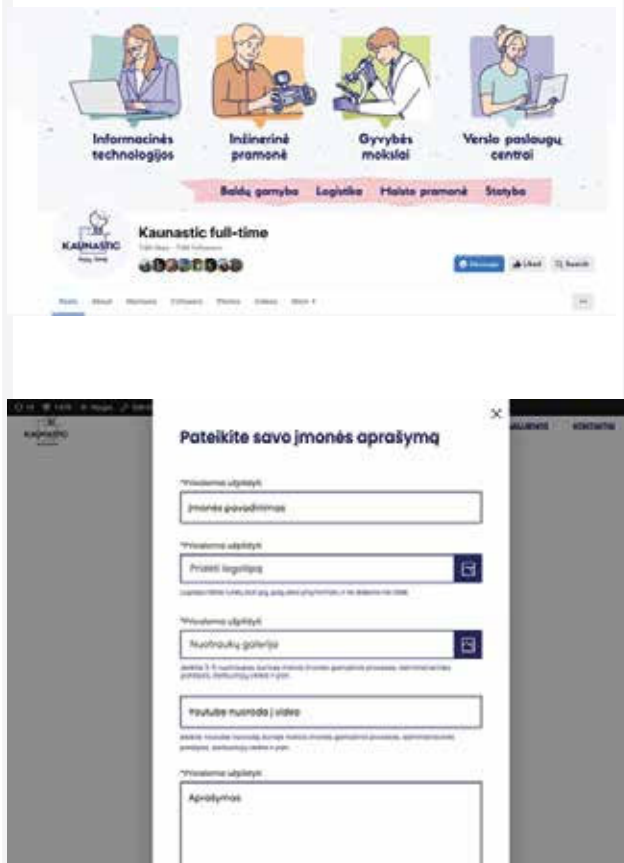
Šių metų pradžioje buvo baigtas „Karjera Kaune“ svetainės atnaujinimas. Sudaryta galimybė įmonėms pačioms pateikti informaciją apie savo veiklą svetainėje.

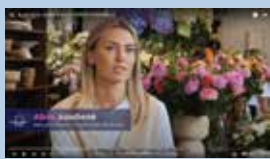
Paruošta ir publikuota 14 SEO straipsnių. Atnaujintas projekto vizualinis identitetas, sukurti jaunatviški ir ryškūs dizainai, kurie naudojami soc. tinkluose bei reklaminėse kampanijose. „Kaunastic VR“ instagram ir facebook puslapis perkurtas į „Kaunastic full-time“.

Facebook sekėjų skaičius šiemet pasiekė **7 970** (+346), instagram – **914** (+74). Didžiausia dalis „Kaunastic full-time“ socialinių tinklų sekėjų priklauso 18 – 24 m. ir 25 – 34 m. amžiaus kategorijoms. Dauguma sekėjų (77% ig ir 88% fb) gyvena Lietuvoje (dominuojantys miestai – Kaunas ir Vilnius), 3 – 5 % sekėjų yra gyvenančių Jungtinėje Karalystėje, likusi dalis auditorijos – iš Nyderlandų, Vokietijos ir kt.

Facebook platformoje turinys pasiekė **337 012** žmonių auditoriją. Instagram platformoje turinys pasiekė **168 877** žmones.

Facebook ir Instagram platformose liepos – spalio mėnesių laikotarpiu buvo paleistos skirtingos reklamos kampanijos. Bendrai reklamos kampanijos sulaukė 5 863 nuorodos paspaudimų, vedančių į karjerakaune.lt svetainę. Buvo pasiekti daugiau nei 100 tūkst. Vartotojų. Reklamos iš viso buvo parodytos net 1 142 599 kartus.

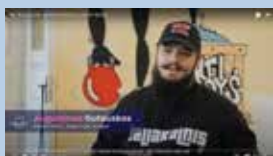




Susipažink: ALINA ir jos CUKRINIS KASPINĖLIS



Susipažink: IGNAS ir bėgimas



Susipažink: AUGUSTINAS ir jo AUGA BAGS



Susipažink: AURIMAS ir videografija



Susipažink: ŠARŪNAS ir festivalis „Audra“



Susipažink: MANTAS ir interjero dizainas



Susipažink: GERMANAS-GAMKA ir muzika



Susipažink: INGRIDA ir jos „kaRTu studio“

„Kaunastic Youth“ reklamos kampanija

Miesto įvaizdžio gerinimas jaunimo tarpe. Kampanijos metu siekiama pritraukti ir talentus, ir gerinti Kauno miesto, kaip inovatyvaus ir patrauklaus miesto jaunimui įvaizdį.

Kampanijos metu parodomos savirealizacijos galimybės Kaune, karjeros galimybės ir sėkmės istorijos.

Tikslinė auditorija: Jaunimas 17–35 m. Kampanijos formatas: Trumpi įkvepiančių asmenybių interviu.

Viešinimas: socialinė medija.

Kampanijos metu buvo sukurti 8 skirtingi vaizdo įrašai. Reklamos kampanija veikė nuo lapkričio 15 d. iki gruodžio 15 d. Reklama buvo rodoma Facebook ir YouTube platformose.

- Facebook platformoje reklama iš viso buvo parodyta **1 901 488** kartus.
- Ji pasiekė **141 151** vartotojus.
- Sulaukta **1 578** nuorodos paspaudimų.
- YouTube platformoje reklama buvo parodyta **696 294** kartus.
- Vaizdo įrašus peržiūrėjo daugiau nei 30 sek.: **82 567** vartotojai.
- Sulaukta **1 766** nuorodos paspaudimų.





RENGINIAI IR PARODOS

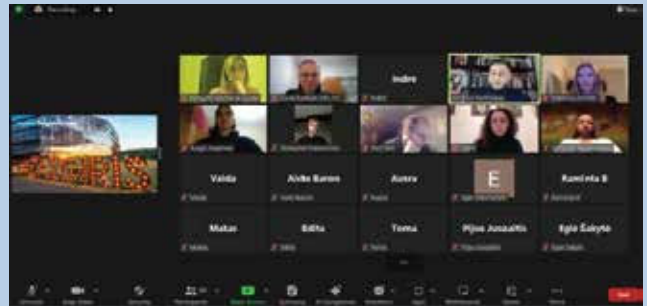
„Kaunastic Business“ renginys



Š.m. lapkričio 30 d. buvo suorganizuotas Kauno miesto verslo bendruomenės renginys „Darbo rinkos dabartis ir ateitis Kaune“. Renginio metu, kartu su Alliance for Recruitment bei Užimtumo tarnybos ekspertais ir aukštųjų mokyklų bei įmonių atstovais, apžvelgėme darbo rinkos pokyčius Kauno mieste bei diskutavome, kaip kartu bendradarbiaudami galime pasiekti geriausių pokyčių ateityje.

Renginys vyko lietuvių k. Dalyvavo 85 verslo bendruomenės, švietimo ir valstybinių įstaigų atstovai.

Renginiai diasporai



Organizuoti 3 renginiai, skirti lietuvių diasporai, siekiant pristatyti Kauną kaip potencialią darbo ir gyvenimo lokaciją, atnaujinti užsienyje gyvenančių Lietuvių žinias apie gyvenimo darbo ir laisvalaikio sąlygas mieste.

- 1 renginys: Rygoje, lietuvių profesionalų klubų atstovų iš pasaulio susirinkimo metu atliktas Kauno pristatymas. Dalyvių skaičius: 50
- 2 renginys: Kauno socioekonominės ir darbo aplinkos pristatymas Švedijos jaunimo lietuviams. Gyvas renginys Lietuvos ambasadoje Švedijoje. Dalyvių skaičius: 8
- 3 renginys: Nuotolinis renginys Jungtinės Karalystės lietuvių jaunimo sąjungos nariams. Pristatyta Kauno socioekonominė ir darbo rinka bei grįžimo į Lietuvą tvarka. Dalyvių skaičius: 26

Renginiai „Kaunastic Startups Meetups“

Renginių ciklo tikslas – reguliariai (kartą per mėnesį) sukurti atvirą, įtraukiančią, bendruomenišką aplinką plačiajai Kauno startuolių bendruomenei: startuolių įkūrėjams, darbuotojams, studentams, investuotojams, potencialiems darbuotojams, paslaugų tiekėjams ir kitiems susijusiems dalyviams. Renginiuose vyksta informacijos keitimas, partnerysčių mezgimas, bendradarbiavimas ir mokymasis. Tokiu būdu stiprinamas organiškasis Kauno startuolių ekosistemos augimas bei kuriama pridėtinė būtent Kauno lokacijos vertė individualiems startuoliams, skatinant ne tik jų sėkmę, bet ir inkaravimąsi mieste.



Suorganizuota 10 renginių



Viso renginiuose apsilankė ~1000 dalyvių



Renginiai organizuoti bendradarbiaujant su skirtingomis Kauno ir Lietuvos organizacijomis: privataus verslo įmonėmis, universitetais, rizikos kapitalo fondais, taip reikšmingai sumažinant organizacinius ir finansinius kaštus.



KAUNO ALEKSOTO INOVACIJŲ PRAMONĖS PARKAS

33

konsultacijos dėl
konkrečių
potencialių
investicinių
projektų Kaune

32

konsultacijos su SVV
kūrimosi ir plėtra
Kaune susijusiais
klausimais

10

konsultacijų dėl
užsieniečių
įsidarbinimo ir
integracijos
Kaune

Aktyviai dalyvauta ir patarinėta Kauno miesto savivaldybei įvairiuose Kauno Aleksoto inovacijų pramonės parko kūrimo etapuose bei aspektuose – nuo angaro nuomos ir įsikūrimo sutarčių rengimo iki įsikūrimo ir patalpų nuomos mokesčio kainodaros rengimo. Paraleliai inicijuotas KAIPP prekės ženklo kūrimas, rengiama tarptautinė konkurencinės aplinkos analizė ir nuolat aktyviai komunikuojama B2B segmente ir su kitais potencialiais KAIPP dalyviais apie kūrimosi parke galimybes (32 pristatymai).



STRAIPSNIAI, SOCIALINIŲ TINKLŲ KOMUNIKACIJA

157 190

Auditorija pasiekta Facebook socialiniame tinkle

32 000

Auditorija pasiekta LinkedIn socialiniame tinkle

3 200

verslo naujienlaiškių pasiekta auditorija

15

Parengta ir išplatinta straipsnių

Kanalas	Platforma	Kalba ir rinka	Įrašų skaičius per ataskaitinius metus	Pasiekiamumas
Kaunastic Business	Facebook	Lietuvių kalba, orientuota į lietuvių ir užsienyje gyvenančius lietuvių	176	157 190
KaunasIN	LinkedIn	Komunikuojama anglų kalba, orientuota į užsieniečius ir lietuvių	42	32 000

Verslo naujienlaiškiai

- Parengti ir išsiųsti 8 verslo naujienlaiškiai, leidžiantys efektyviai komunikuoti su esamais ir potencialiais partneriais.
- Pasiekta daugiau nei 3200 žmonių auditorija.

Verslo straipsniai

- Parengta ir išplatinta 15 straipsnių lietuvių ir anglų kalbomis aktualiausiomis verslo, kultūros ir talentų temomis.



KINAS

PROJEKTAI FILMUOTI IR KAUNE

Vaidybinis filmas LAIKINAI JŪSŲ

(rež. Ramūnas Rudokas). Šalis gamintoja – Lietuva.
Prodiuserinė įmonė – „Videometra“.

Vaidybinis filmas

Šalys gamintojos: Lietuva, Lenkija, Taivanas.

Vaidybinis filmas

Šalis gamintoja – Lietuva.

Atkuriamosios dokumentikos filmas

Šalis gamintoja – Lietuva (tarptautinis projektas).

TV serialas

Šalis gamintoja – Lietuva.

Vaidybinis filmas

Šalis gamintoja – Lietuva.

Vaidybinis filmas

Šalis gamintoja – Lietuva.

Reklama ELEKTRUM

Šalis gamintoja – Lietuva. Prodiuserinė įmonė –
„Some films“.

Vaidybinis filmas

Šalis gamintoja – Lietuva, Lenkija, Taivanas.

Atvesti, inicijuoti filmavimai Kaune:
1. Atkuriamosios dokumentikos filmas
BADAUTOJŲ
NAMELIS (rež. K. Kaupinis), šalis
gamintoja – Lietuva; 2. vaidybinis
filmą, šalys gamintojos:
Norvegija ir Lietuva; 3. TV šou
(platinama per Telia Play+) –
MEDŽIOKLĖS SEZONAS,
šalis gamintoja – Lietuva.

RENGINIAI IR PARODOS



Pokalbis apie kino
industriją turizmo
skyriaus
organizuotame
susitikimų ciklo
„Pristabdyk ir
pamatyk“ renginyje
(2023 m. spalio 18 d.).

**Dalyvavo: Filmų biuro
skyriaus vadovė Goda
Gajauskaitė (pranešėja);
projektų vadovas
Edgaras Šilkauskas.**



Komandiruotė
Londone: tarptautinis
kino industrijos
renginys "FOCUS 2023"
(2023 m.
gruodžio 5–6 d.)
Business Design
parodų centre,
Londone (Jungtinė
Didžiosios Britanijos ir
Šiaurės Airijos
Karalystė).

**Dalyvavo: Filmų biuro
skyriaus vadovė Goda
Gajauskaitė ir
projektų vadovas
Edgaras Šilkauskas.**



Inicijuotas ir
suorganizuotas JAV ir
Europos kino
industrijos atstovų
vizitas Kauno mieste
"THE BALTICS FAM
TOUR 2023" (2023 m.
rugpjūčio 15 d.).

**Dalyvavo: Filmų biuro
skyriaus
vadovė Goda
Gajauskaitė;**



KINO APLINKOS GERINIMO INICIATYVOS KAUNE

01

Nuolatinė Kauno regiono lokacijų paieška ir fotografavimas, nuotraukų redagavimas bei parengimas;

02

Nuolatinė internetinio psl. www.kaunasfimooffice.com priežiūra;

03

Filmų biuro socialinės paskyros Facebook platformoje priežiūra;

04

Kauno filmų biuro atstovavimas EUFCN (European Film Commissions Network) susitikimuose;

05

Kauno lokacijų pristatymas (skautavimas) su filmų kūrybinėmis komandomis;

06

Atnaujintų dizaino reprezentacinių priemonių (katalogas, vizitinės kortelės) parengimas bei gamyba;

07

Išklausyti mokymai ir laikyti reikiami sertifikatai drono valdymui;
Naujo darbuotojo prijungimas bei apmokymas;
Kauno filmų biuro strategijos rengimas.