

PATVIRTINTA
Vilniaus miesto savivaldybės
administracijos direktoriaus
2019 m.
įsakymu Nr.



Veiklos ataskaita / 2018 metai

VšĮ „GO Vilnius“ direktorė

Inga Romanovskienė

Vilnius 2019

Turinys

1.	SANTRAUKA.....	3
2.	LAISVALAIKIO TURIZMO SKATINIMAS	4
2.1.	Turizmo skatinimo veiklos statistika.....	4
2.2.	Laisvalaikio turizmo produktų palaikymas ir plėtra	4
2.3.	Miesto pristatymas Lietuvoje bei užsienyje	7
2.4.	Vilniaus turizmo informacijos centrų veikla	10
2.5.	Turizmo skatinimo veiklos plėtojimas.....	10
2.6.	Laisvalaikio turizmo skatinimo palaikymas rinkodaros priemonėmis	12
3.	KONFERENCIJŲ TURIZMO SKATINIMAS	14
3.1.	Rinkos analizė.....	15
3.2.	Konferencijų turizmo produkto palaikymas ir plėtra	16
3.3.	Tarptautinių renginių pritraukimas ir palaikymas.....	18
4.	UŽSIENIO INVESTICIJŲ IR VERSLO SKATINIMO BEI PRIEŽIŪROS VEIKLA.....	20
4.1.	Nekilnojamojo turto ir infrastruktūros projektai.....	20
4.2.	Verslo vystymo ekosistemos gerinimo projektai	20
4.3.	Investuotojų ir talentų aptarnavimo projektai.....	21
4.4.	Miesto konkurencingumo vertinimo ir skatinimo projektai.....	23
5.	VILNIAUS TARPTAUTINIO ĮVAIZDŽIO FORMAVIMAS IR KOMUNIKACIJA	25
5.1.	Komunikacija užsienio žiniasklaidoje.....	25
5.2.	Užsienio žurnalistų vizitai	26
5.3.	Vilniaus įvaizdžio formavimo rinkodaros produktai ir projektai.....	26
	PRIEDAI.....	30
	1 priedas. 2018 m. agentūros veiklos rodikliai ir jų vykdymo rezultatai	31
	2 priedas. Laisvalaikio turizmo skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas.....	32
	3 priedas. Konferencijų turizmo skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas.....	34

4 priedas. Vilniaus miesto konkurencingumo augimo veiksmų plano įgyvendinimas.....	36
5 priedas. Vilniaus žinomumo ir patrauklumo užsienyje augimo plano įgyvendinimas	38
6 priedas. Dešimtukas šalių, iš kurių 2018 metais Vilniuje apgyvendinta daugiausia turistų	40
7 priedas. Dešimtukas šalių, iš kurių Vilniaus TIC 2018 m. sulaukta daugiausia lankytojų.....	40
8 priedas. Individualūs pažintiniai turai renginių organizatoriams	41
9 priedas. Publikacijų užsienio žiniasklaidoje pavyzdžiai.....	42
10 priedas. Žurnalistų ir tinklaraštininkų, viešėjusių Vilniuje, publikacijų pavyzdžiai.....	42

1. Santrauka

Ataskaitiniais metais savo veiklą VŠĮ „Go Vilnius“ (toliau – „Go Vilnius“ arba agentūra) vykdė remdamasi sutartimi¹ su Vilniaus miesto savivaldybe (toliau – sutartis) ir Vilnius miesto savivaldybės administracijos direktoriaus patvirtintu „Go Vilnius“ veiksmų planu². Visi sutartyje nurodyti agentūros veiklos rodikliai yra pasiekti. Agentūros veiklos rodikliai ir jų vykdymo rezultatai pateikti [1 priede](#).

„Go Vilnius“ veiksmų planas metų eigoje buvo koreguojamas, kai kurių veiksmų buvo atsisakyta – jie buvo pakeisti kitais, aktualesniais. Apibendrinant, planas buvo įgyvendintas tokia apimtimi, kurios reikėjo siekiant agentūros užsibrėžtų veiklos rodiklių pasiekimo. Įgyvendinant „Go Vilnius“ veiksmų planą su Vilniumi susijusi laisvalaikio ir konferencijų turizmo, investicijų skatinimo ir talentų pritraukimo bei bendra rinkodaros informacija buvo prieinama daugiau nei 2 mlrd. skaitytojų internete, spaudoje ir parodose.

Nuoseklus darbas įgyvendinant agentūros projektus turėjo lemiamos įtakos ataskaitinių metų rezultatams – Statistikos departamento duomenimis, Vilniaus miesto apgyvendinimo įstaigos 2018 m. sulaukė 1 200 858 svečių, kas sudarė 12,15 proc. augimą, lyginant su 2017 metais. Sutartyje užsibrėžtas rodiklis „Į Vilnių atvykusių turistų skaičiaus augimas“ yra viršytas daugiau nei 100 proc.

Ataskaitiniu laikotarpiu Vilniuje įvyko 611 tarptautinių renginių. Lyginant su 2017 metais, renginių skaičiaus augimas sudarė 31 proc., kas viršija sutartyje nurodytą rodiklį „Tarptautinių renginių skaičiaus augimas“ daugiau nei 24 proc. Tarptautinės kongresų ir konferencijų asociacijos ICCA reitinge pagal renginių skaičių Vilnius 2018 m. pakilo dešimčia pozicijų į viršų ir užėmė 35 vietą tarp daugiau nei 500 Europos miestų (2017 m. – 45 vieta). Palyginimui, Ryga yra 47 vietoje.

Vykdydama užsienio investicijų ir verslo skatinimo bei priežiūros veiklą, agentūra pagerino „Investuotojų pasitenkinimo lygio Vilniumi augimo“ rodiklį: 2017 m. šis išvestinis rodiklis buvo 6,46; tuo tarpu 2018 m. rezultatas – 6,82. Augimas sudarė 5,7 proc., kas viršijo planuotą 5 proc. augimą.

Siekiant vertinti rinkodaros veiklos efektyvumą, 2017 metais agentūra suformulavo rinkodaros veiklos vertinimo rodiklį „Vilniaus vardo žinomumo ir patrauklumo tikslinėse rinkose augimas“. Atlikus tyrimą buvo nustatytos tikslinių rinkų tų metų bazinės rodiklio reikšmės: žinomumas Didžiojoje Britanijoje siekė 36 proc., Vokietijoje – 51 proc., Lenkijoje – 96 proc. Ataskaitinių metų tyrimas parodė žinomumo augimą, lyginant su baziniais rodikliais: Didžiojoje Britanijoje augimas sudarė 5,6 proc. (žinomumas – 38 proc.), Vokietijoje – 2,0 proc. (52 proc.) ir Lenkijoje – 3,1 proc. (99 proc.).

¹ 2018-02-28 biudžeto lėšų naudojimo sutartis Nr. A-291-63/18 (2.2.1.95-TD2) ir jos pakeitimas Nr. A-291-2202/18 (2.2.1.95-TD2).

² <http://www.govilnius.lt/wp-content/uploads/2018/06/Go-Vilnius-2018-metu-veiklos-planas.pdf>

2. Laisvalaikio turizmo skatinimas

2.1. Turizmo skatinimo veiklos statistika

Ataskaitiniu laikotarpiu, įgyvendinant laisvalaikio turizmo skatinimo veiklą, informacija apie Vilniaus miesto įdomybes, miesto išskirtinumą, lankytinas vietas, turizmo infrastruktūrą ir kt. buvo prieinama daugiau nei 2 mln. potencialių svečių bei turizmo organizatorių internete, spaudoje ir parodose. Nuoseklus darbas įgyvendinant šiuos projektus turėjo lemiamos įtakos ataskaitinių metų rezultatams – Statistikos departamento duomenimis, Vilniaus miesto apgyvendinimo įstaigos 2018 m. sulaukė 1 200 858 svečių, kas sudarė 12,15 proc. augimą, lyginant su 2017 metais. Laisvalaikio turizmo skatinimo veiklos vertinimo rodiklis „Į Vilnių atvykusių turistų skaičiaus augimas“ yra viršytas daugiau nei 100 proc. Šios veiklos plano įgyvendinimo rezultatai pateikti ataskaitos [2 priede](#).

Laisvalaikio turizmo skatinimo veikloje 2018 metais pagrindiniai veiksmai ir resursai buvo nukreipti į prioritetines rinkas, pateiktas 2.1. lentelėje.

2.1. Turizmo skatinimo veiklos prioritetinės rinkos

2018 m.	2019 m.
Vokietija	Vokietija
Jungtinė Karalystė	Jungtinė Karalystė
Lenkija	Lenkija
Latvija	Italija
	Izraelis

Galima teigti, kad 2018 m. vykdomi nuoseklūs turizmo skatinimo veiksmai prioritetinėse rinkose, ypačiai Vokietijoje ir Jungtinėje Karalystėje, sąlygojo didesnę, nei bendrą turistų augimo rodiklį: turistų skaičiaus iš Vokietijos augimas sudarė 37,81 proc., iš Jungtinės Karalystės – 20,54 proc. Šalių, iš kurių atvyko daugiausia turistų, dešimtukas – [6 priede](#).

Lietuvos gyventojai Vilniaus apgyvendinimo įstaigose sudarė 19,18 proc. visų jose apsilankiusių svečių. Iš viso 2018 metais Vilniaus apgyvendinimo įstaigose apsigyveno 230 281 Lietuvos gyventojas, t. y. 18,29 proc. daugiau nei 2017 metais.

2.2. Laisvalaikio turizmo produktų palaikymas ir plėtra

Naujų maršrutų sukūrimas ir pristatymas

Bendradarbiaujant su Vilniaus miesto turizmo industrijos atstovais, gidais, fotografais, verslininkais, aktyvių bendruomenių nariais 2018 m. buvo sukurti ir pristatyti visuomenei trys nauji maršrutai, skirti savarankiškam miesto pažinimui:

- „Patirk savąją piligrimystės istoriją“ (lietuvių, anglų, vokiečių, lenkų, rusų, italų k.);
- „Užupis – nepriklausoma Respublika Vilniuje“ (anglų, vokiečių, lenkų, rusų, italų, prancūzų k.);

- „Modernaus Vilniaus gidas“ (anglų, vokiečių, lenkų, rusų, italų, prancūzų k.).

Sukurtų maršrutų aprašymai nemokamai dalinami Vilniaus turizmo informacijos centruose, platinami tarptautinėse turizmo parodose, per partnerių tinklą. Kiekvieną maršrutą galima peržiūrėti arba atsisiųsti iš svetainės www.vilnius-tourism.lt.

Gastronominio turizmo vystymas

Turistų apklausos rodo, kad daugeliui keliautojų itin svarbus faktorius jų lankomoje vietovėje yra vietinis maistas. 2018 m. agentūra ėmėsi veiksmų skatinti gastrominį turizmą:

- tęsiamas bendradarbiavimas su pasaulyje populiaria „White Guide“ restoranų reitingavimo platforma. 2018 m. „The White Guide Baltic Top 30 restaurants“ buvo reitinguoti 4 Vilniaus miesto restoranai;
- bendradarbiaujant su Lietuvos viešbučių ir restoranų asociacija, Lietuvos restoranų reitingo „30 geriausių“ organizatoriais bei žurnalu „Geras skonis“ išleistas Vilniaus restoranų gidas „47 Flavours of Vilnius“ anglų kalba (el. versija pristatoma svetainėje vilnius-tourism.lt). Leidinyje pristatomi 47 geriausi Vilniaus restoranai, ir tai yra pirmas tokio pobūdžio leidinys Vilniuje.

Piligriminio turizmo plėtra

Popiežiaus vizitas Vilniuje suaktyvino piligriminio turizmo skatinimo veiklą. Buvo užmegztas bendradarbiavimas su Vilniaus arkivyskupijos kurija ir Piligrimų centru, surengta pasakaita gidams apie piligrimystę ir Vilniaus piligriminio turizmo potencialą. Vizito organizatoriams buvo padėta suburti savanorių komandą, kuri dirbo popiežiaus vizito metu.

Skatinant piligriminį turizmą buvo svarbu perteikti žinią, kad viso pasaulio tikintiesiems svarbus Dievo Gailestingumo paveikslas originalas yra Vilniuje. To siekiant buvo įgyvendinti šie projektai:

- bendradarbiaujant su VGTU „LinkMenų fabriku“ sukurta Dievo Gailestingumo šventovės ir Dievo Gailestingumo paveikslas, nutapyto Eugenijaus Kazimirovskio Lietuvoje 1934 m. pagal šv. Faustinos regėjimus, virtuali kopija panaudojant 3D technologijas. Sprendimui pristatyti parengtas pristatomasis klipas;
- religinio turizmo kongrese „ICORTAP“ Krokuvoje agentūros atstovai perskaitė pranešimą apie piligriminio turizmo potencialą ir galimybes Vilniuje. Kongreso parodos metu dalyviams pristatytas Šv. Faustinos regėjimo paveikslas virtualioje realybėje;
- sukurtas turistinis maršrutas „Patirk savąją piligrimystės istoriją“ (lietuvių, anglų, vokiečių, lenkų, rusų, italų k.).

Turizmo interneto svetainės vilnius-tourism.lt plėtra

Svetainė www.vilnius-tourism.lt yra pagrindinė Lietuvoje sukurta turistams skirta interneto svetainė, kurioje aktuali informacija pateikiama ir nuolat atnaujinama šešiomis kalbomis. Fiksuojama štai tokia 2018 m. svetainės lankomumo statistika:

- 928 563 unikalūs lankytojai;
- 2 544 unikalūs lankytojai, vidutiniškai svetainėje apsilankantys per 1 dieną;
- 1 346 506 apsilankymai (seansai);

- 3 358 804 puslapių rodiniai (peržiūros).

Lyginant su praėjusiais – 2017 – metais, svetainės lankomumas išaugo 62,56 proc.

Aktyviausi lankytojai pagal atskiras šalis išsidėsto tokia seka: Lenkija (70 793), Jungtinė Karalystė (62 620), Vokietija (49 920), Latvija (37 122), Italija (28 692).

Renginius pristatančios interneto svetainės vilnius-events.lt plėtra

Renginių svetainėje www.vilnius-events.lt trimis kalbomis pateikiama informacija apie Vilniuje organizuojamus renginius. Per 2018 metus svetainėje pristatyta daugiau nei 6 000 renginių.

Pagal „Google Analytics“ pateiktus duomenis fiksuojamas toks svetainės lankomumas:

- 437 662 unikalūs lankytojai (vidutiniškai 1 200 unikalių lankytojų per dieną);
- 1 200 unikalių lankytojų, vidutiniškai svetainėje apsilankančių per 1 dieną;
- 733 177 apsilankymai;
- 1 758 102 puslapių rodiniai (peržiūros).

Užsienio šalys, iš kurių daugiausiai lankomasi svetainėje, yra šios: Baltarusija (17 546), Jungtinė Karalystė (11 674), Rusija (9 138), Latvija (7 963), Vokietija (6 875).

Vilniaus turisto kortelės populiarinimas

Vilnius savo svečiams siūlo specialią turisto kortelę, skirtą aktyviam miesto pažinimui. Įsigijus šią kortelę galima nemokamai naudotis viešuoju miesto transportu ir lankytis muziejuose, gauti nuolaidų tam tikroms paslaugoms ir apsilankymams nustatytuose objektuose.

Vilniaus turisto kortelės platinimas buvo vykdomas interneto svetainėje www.vilnius-tourism.lt, Vilniaus turizmo informacijos centruose ir per partnerius. Turistams buvo pasiūlytos keturių tipų kortelės, kurios skyrėsi pagal bilieto galiojimo trukmę ir gaunamų nuolaidų paketą:

- 24 val. kortelė su integruotu transporto bilietu;
- 24 val. kortelė be transporto bilieto;
- 72 val. kortelė be transporto bilieto (naujas tipas);
- 72 val. kortelė su integruotu transporto bilietu.

Iš viso kortelę pasinaudojo 1 266 turistai. 2018 m. kortelės įsigijo turistai iš 42 pasaulio šalių, daugiausia iš Vokietijos (143), Lenkijos (126) ir Jungtinės Karalystės (125). Lankomiausi muziejai, pasinaudojus turisto kortele, buvo Valdovų rūmai (716 lankytojų), Katedros varpinė (596) bei Okupacijų ir laisvės kovų muziejus (507).

Kortelių pardavimų apyvarta 2018 m., lyginant su 2017 m., beveik nepakito (25 677 eurų apyvarta 2018 m. ir 25 770 eurų – 2017 m.). Siekdama padidinti kortelių pardavimus, agentūra parengė jų turinio atnaujinimo projektą 2019 metams. Kartu 2018 m. buvo pradėtas kortelių platinimo tinklo išplėtimo projektas „Tourist Friendly“: parinkti 8 partneriai ir atrinktos turistų lankomos vietos, kuriose pradėtos platinti kortelės.

Ekskursijų organizavimas

Per 2018 metus iš viso buvo suorganizuotos 602 ekskursijos. Palyginus su 2017 m. (508 ekskursijos), ekskursijų skaičius išaugo 18,5 proc. Svarbiausios iš jų buvo šios:

- 250 reguliarių ekskursijų anglų, vokiečių, rusų ir lenkų kalbomis, kuriose dalyvavo 1 210 turistų;
- 177 ekskursijos tradiciniu maršrutu po Senamiestį įvairiomis kalbomis (daugiausia anglų, rusų ir vokiečių);
- 139 teminės ekskursijos, didžiausio populiarumo sulaukė šios temos: „Vilniaus požemiai“, „Vilniaus senamiesčio kiemelių paslaptys“, „Naktinis Vilnius“ ir „Žymiausios Vilniaus moterys ir jų meilės istorijos“;
- 36 ekskursijos pagal K. Sabaliauskaitės romanus „Silva rerum“;
- 35 ekskursijos užsienio žurnalistams.

2.3. Miesto pristatymas Lietuvoje bei užsienyje

Vilniaus pristatymas turistams užsienio parodose

Ataskaitiniais metais Vilnius buvo pristatytas potencialiems turistams keturiolikoje tarptautinių parodų Vokietijoje, Lenkijoje, Baltarusijoje ir kt. šalyse. Informacija apie Vilniaus patrauklumą, lankytinus objektus, pramogas ir susisiekimo galimybes parodose buvo prieinama apie 670 000 jų lankytojų.

Vilniaus pristatymas turizmo industrijos atstovams

Vilniaus pristatymas turizmo industrijos atstovams vyksta dalyvaujant specializuotose renginiuose, padedant agentūroms suformuoti kelionių į Vilnių programas bei organizuojant pažintinius turus jų atstovams.

2018 m. Vilnius buvo pristatytas turizmo industrijos atstovams penkiuose renginiuose Jungtinėje Karalystėje, Lenkijoje ir Šveicarijoje. Renginių metu buvo organizuoti 85 susitikimai su užsienio kelionių organizatoriais. Renginių metu pristatytos Vilniaus turizmo galimybės ir pradėtas vystyti tolimesnis bendradarbiavimas. Šių susitikimų pirmieji rezultatai – suinteresuotų kelionių organizatorių vizitai į Vilnių. Per metus buvo organizuoti trys pažintiniai turai kelionių organizatoriams ir turizmo verslo žiniasklaidos atstovams iš Jungtinės Karalystės, Lenkijos ir Vokietijos, didžiausias iš kurių buvo surengtas dvylikai Vokietijos turizmo agentūrų atstovų kartu su ketvirtu pagal dydį Vokietijos kelionių organizatoriumi „FTI Touristik“, kuris 2018 m. pirmą kartą į savo savaitgalinių kelionių pasiūlymus įtraukė ir Vilnių. Detalesnė informacija pateikta 2.2. lentelėje.

2.2. Bendradarbiavimo su užsienio kelionių organizatoriais rezultatai

Atstovaujama įmonė/priemonė	Atvykusių dalyvių skaičius	Rezultatas
Žurnalo „Group Leisure & Travel“ (Jungtinė Karalystė) žurnalistai	2	Straipsnis, kuriame buvo pristatytos Vilniaus turizmo galimybės. Pasiiekta auditorija – 20 000 turizmo verslo atstovų

„Gala Travel“ ir „Mazurka Travel“ agentūrų atstovai (Lenkija)	2	2 kelionės programos turistams papildytos naujomis lankytinomis vietomis: muziejais, restoranais, viešbučiais
„FTI Touristik“, „TUI TRAVELStar Reisewelt Sterr“, „CWT Beheermaatschappij B.V.“, „Reisebüro Hopfengärtner“, „ReiseCenter Paul Trips and Travelware“, „Grenzenlos fairreisen K. Schellöh“, „Reise- und Vermittlungsa. Irva GmbH“, „Reisebüro Adventure Tours“, „Flugbörse Reisebüro Heinz Köstler“, „Sommer-Tours Reisebüros GmbH“ (Vokietija) atstovai	12	2019 metams suplanuotos 2 naujos kelionių programos, įtraukti nauji viešbučiai

Per 2018 m. pagalba rengiant arba tobulinant kelionių į Vilnių paketus buvo suteikta trylikai turizmo verslo atstovų iš Nyderlandų, Rusijos, Danijos, Estijos.

Turizmo iniciatyvų palaikymas

Agentūra palaiko ir skatina vilniečių iniciatyvas, kuriomis siekiama didinti Vilniaus žinomumą parodant mažiau atrastas Vilniaus įdomybes turistams. 2018 m. buvo išleisti šie gidai:

- „The Good Coffee Map“ („Geros kavos gidas“). Kartu su dizaineriu Luku Bytautu sukurtas leidinys Vilnių gide pristatė kaip klestinčios kavos kultūros miestą. „Geros kavos gidas“ buvo pristatytas ir dalinamas didžiausio Baltijos šalyse kavos festivalio „Vilnius Coffee Festival 2018“ metu, Turizmo informacijos centruose bei turizmo parodose užsienyje;
- „Ruff Guide to Vilnius“ (Neturistinio Vilniaus gidas). Greitojo maisto užkandinių įkūrėjo Dominyko Čečkausko iniciatyva buvo išleistas atgimstančio stoties rajono žemėlapis, kuriame pristatomos įdomios šios vietovės pramogų alternatyvos.

Kita turizmo iniciatyva – savanorių programa, kuria siekiama suteikti užsienio turistams pagalbą jiems lankantis įvairiose Vilniaus vietose, formuoti pozityvius Vilniaus svečių potyrius, kurti draugiško ir svetingo miesto įvaizdį. Vilniaus turizmo savanorių programoje 2018 m. dalyvavo 93 savanoriai, kurie turistų konsultacijoms skyrė 1 108 valandas savo laiko miesto svečiams teikdami informaciją Vilniaus senamiesčio gatvėse, Dainų šventės ir Popiežiaus vizito metu.

Turistų patirties gerinimas

Siekiant gerinti turistų patirtį mieste bei skatinti svetingumą turistų lankomose vietose, 2018 metais inicijuotas turistinių patirčių gerinimo tęstinis projektas. Projekto metu vykdomas turistinių objektų, maršrutų, viešųjų paslaugų monitoringas ir inicijuojamas jų tobulinimas bendradarbiaujant su objektų valdytojais ir paslaugų teikėjais. Ataskaitiniu laikotarpiu buvo atliktas 31 monitoringo vizitas, nustatyti 168 tobulintini klausimai, iš kurių 44 jau yra išspręsti. Išspręsti klausimai, sugrupuoti pagal temas, pateikti 2.3. lentelėje.

2.3. Monitoringo vizitų inicijuoti ir išspręsti klausimai

Tema	2018 m. pasiekti rezultatai
------	-----------------------------

Lietuvos parodų ir kongresų centro „Litexpo“ prieigų ir infrastruktūros sutvarkymas	Sutvarkytos prieigos ir infrastruktūra: šaligatviai, žolynai, požeminė perėja, apšvietimo stulpai, kontaktinės atramos, nuorodinių ženklų sistema
Aiškesnė ir patrauklesnė viešojo transporto sistema užsieniečiams	Skirti nauji autobusai Vilniaus oro uosto kryptimi Standartizuota vairuotojų apranga ir bazinės vairuotojų anglų kalbos žinios Nurodomi stotelių sąrašai autobusų ekranuose Nurodomas grafinis „traukinio“ ženklas autobusų švieslentėse
Efektyvesnis keleivių informavimas apie susisiekimą Vilniaus oro uoste	Įvesti taksi <i>vaučerai</i> Turizmo informacijos centre oro uoste Atnaujinti stendai su transporto informacija oro uosto atvykimo salėje Pateikiama transporto maršrutų informacija ekranuose anglų kalba oro uoste
Turistinių nuorodų ir žemėlapių atnaujinimas	Pagaminta nauja nuoroda į Totorių-Karaimų kapines (Žirnių g.) Atnaujintas Vilniaus žemėlapis Katedros aikštėje Atnaujintas Vilniaus žemėlapis stotelėje „Arkikatedra“ ant paviljono
Viešųjų tualetų tinklo plėtra turistams	Turistų grupėms atidarytas Rotušėje esantis tualetas, gidų informavimas Pateikti pasiūlymai plečiant viešųjų tualetų tinklą 2019 m.
Vilniaus miesto muziejų būklės ir įrangos tobulinimas	Inicijuoti muziejų įrangos ir infrastruktūros gerinimo projektai 14 muziejų

Progrinių akcijų turistams organizavimas

Valstybės šimtmečio minėjimas

Suorganizuota 12 teminių ekskursijų „100 Lietuvos valstybingumo metų“ lietuvių ir anglų kalbomis Vasario 16 d. ir Liepos 6 d. progoms paminėti (dalyvavo 308 dalyviai).

Vasario 16 d. proga dalyvauta „Ecolines“ akcijoje pasitinkant turistus iš Latvijos ir Estijos, kurie į Vilnių atvyko kartu paminėti Valstybės Šimtmetį. TIC jiems buvo paruošta dalomoji medžiaga, suvenyrai, suteikta informacija apie šventinius renginius ir pasiūlytos vaišės (sulaukta 70 svečių iš Latvijos ir Estijos).

Pasaulinės turizmo dienos minėjimas

Šiai dienai paminėti yra rengiamos specialios programos į Vilnių atvykstantiems svečiams ir vilniečiams. Vilniaus TIC svečiams buvo pasiūlytos vaišės, svečiai raginti dalyvauti loterijose. Organizuotas orientacinis žaidimas Vilniaus senamiestyje.

Minint Pasaulinę turizmo dieną, 2018 m. buvo surengta 17 nemokamų teminių ekskursijų pėsčiomis, 3 ekskursijos autobusu, 4 ekskursijos paspirtukais ir 6 ekskursijos dviračiais (susirinko daugiau kaip 1 300 dalyvių). Su projekto partneriais surengtos ir ekskursijos vaikams.

Vaikų dienos minėjimas ir turistinio žemėlapis vaikams pristatymas

2018-aisiais Vilniaus TIC buvo pristatytas Vilniaus miesto savivaldybės administracijos Užsienio ryšių ir turizmo skyriaus išleistas turistinis žemėlapis vaikams. TIC svečius pasitiko Vilniaus meras. Pristatyme dalyvavo daugiau kaip 20 dalyvių.

2.4. Vilniaus turizmo informacijos centrų veikla

Turizmo informacijos centrai

Ataskaitiniais metais Vilniuje veikė 3 Turizmo informacijos centrai (TIC):

- Vilniaus Rotušės TIC;
- Vilniaus oro uosto TIC;
- Pilies g. TIC.

Įkurtas prie gausiai turistų lankomų objektų (Katedros, Valdovų rūmų, Gedimino bokšto), Pilies g. TIC veiklą pradėjo 2018 m. vasario mėnesį uždarius nuo 1998 metų veikusi TIC Vilniaus g.

2018 metais buvo pasirašyta sutartis su Vilniaus oro uostu dėl naujų patalpų skyrimo Turizmo informacijos centrui, parengtas naujų patalpų pritaikymo centro veiklai ir jų įrengimo projektas, pradėti patalpų įrengimo ir baldų gamybos darbai. Centrą numatoma atidaryti 2019 m. vasario mėn.

Turizmo informacijos centrų įkūrimas palankiose lokacijose yra labai svarbus veiksnys siekiant pagalbą Vilnių aplankiusiems keliautojams suteikti kuo efektyviau. Dėl savo naujos vietos Pilies gatvėje TIC lankytojų skaičius, lyginant su centro, buvusio Vilniaus g., duomenimis, per 2018 metus išaugo 44 proc. (2017 m. Vilniaus g. TIC aplankė 27 757 lankytojai, 2018 m. Pilies g. TIC – 39 978 lankytojai).

Turistų aptarnavimas turizmo informacijos centruose

Per 2018 metus Vilniaus turizmo informacijos centruose apsilankė 119 136 lankytojai, iš kurių 81 proc. (95 932 lankytojai) buvo užsieniečiai. Lyginant su praėjusiais – 2017 – metais, lankytojų skaičius Vilniaus turizmo informacijos centruose išaugo 4,67 proc.

Daugiausiai lankytojų sulaukta rugpjūčio mėn. (20 366 lankytojų), mažiausiai – sausio mėn. (4 802 lankytojų). Daugiausiai svečių atvyko iš Vokietijos (11 061 svečias), Rusijos (9 412 svečių) ir Lenkijos (8 865 svečiai). Dešimtukas šalių, iš kurių Vilniaus TIC 2018 m. sulaukta daugiausia lankytojų pateiktas [7 priede](#).

2.5. Turizmo skatinimo veiklos plėtojimas

Turistų apklausos ir jų pasitenkinimo tyrimas

Turistų apklausos

Apklausų tikslas – nustatyti į Vilnių atvykstančių užsienio šalių turistų profilį (socialines-demografines charakteristikas), keliavimo ypatumus (lankomas vietas, dominančius objektus, keliavimo būdus ir kt.), įvertinti įvairias Vilniaus miesto turizmo galimybes (aktyvaus poilsio, kultūrinio, gastronomicinio turizmo, keliavimo su vaikais ir kt.), turizmo infrastruktūrą ir paslaugas turizmui plėtoti.

Iš viso buvo apklausti 2 264 respondentai iš įvairių šalių ir gauta turistų keliavimo įpročių tyrimo ataskaita. Apklausų rezultatai buvo pristatyti Vilniaus turizmo industrijos atstovams, o tyrimo įžvalgos panaudotos turizmo skatinimo veikloje.

Detalesnę informaciją apie tyrimo rezultatus galima rasti šiose ataskaitose:

http://www.vilnius-tourism.lt/wp-content/uploads/2018/12/Go-Vilnius_VOKIETIJA_ataskaita.pdf

http://www.vilnius-tourism.lt/wp-content/uploads/2018/12/Go-Vilnius-ataskaita_Bendra.pdf

Turistų pasitenkinimo indeksas

Šio tyrimo tikslas – sukurti turistų pasitenkinimo indeksą, kuriuo remiantis galėtų būti matuojamas Vilniaus miesto turistų pasitenkinimo lygio kitimas nuo 2018 m.. Indeksas suteikia galimybę apžvelgti išvestinių rodiklių rezultatus ir įvertinti palankios turizmui politinės, ekonominės, kultūrinės ir socialinės aplinkos plėtojimo kryptis.

Atlikus tyrimą buvo išvestas Vilniaus turistų pasitenkinimo indeksas, kuris siekė **78 proc.** Šis indeksas sudarys bazę turistų pasitenkinimo dinamikai vertinti.

Detalesni tyrimo duomenys pateikti šioje ataskaitoje:

http://www.vilnius-tourism.lt/wp-content/uploads/2018/12/Go-Vilnius-ataskaita_Bendra.pdf

Turizmo leidinių atnaujinimas

Ataskaitiniu laikotarpiu buvo išleistas 21 turizmo leidinys 10 užsienio kalbų. Leidiniai platinami Vilniaus turizmo informacijos centruose, tarptautinėse parodose bei per partnerių tinklą.

Turistų rinkliava

Vilniaus miesto savivaldybės 2017 metų gruodžio 7 d. sprendimu Nr. 1-1266 „Dėl vietinės rinkliavos už naudojimąsi Vilniaus miesto savivaldybės viešąja turizmo ir poilsio infrastruktūra nustatymo“ nuo 2018 m. liepos mėn. Vilniuje įvesta vieno euro turisto rinkliava už vieną nakvynę mieste. Rinkliava taikoma su tam tikromis išlygomis³ visiems apgyvendinimo paslaugomis pasinaudojusiems svečiams nepriklausomai nuo to, ar paslaugą suteikė juridinis ar fizinis asmuo. Turisto rinkliava yra mokama kas mėnesį ją pervedant į Vilniaus miesto savivaldybės administracijos nurodytą sąskaitą užpildžius duomenų deklaraciją.

Vykdydama šią veiklą agentūra 2018 m. atliko šiuos veiksmus:

- dalyvavo rinkliavos įvedimo ir apgyvendinimo deklaravimo sistemos kūrimo procesuose;
- koordinavo turizmo tarybos veiklą;

³ Turistų rinkliava 2018 m. netaikoma: 1) ligoniams, kuriems medicininės reabilitacijos paslaugos apmokamos iš Privalomojo sveikatos draudimo fondo biudžeto lėšų; 2) asmenims iki 18 metų ir vyresnio amžiaus moksleiviams, pateikusiems moksleivio pažymėjimą; 3) neįgaliesiems, kuriems nustatytas 0–40 proc. darbingumo lygis; 4) ilgalaikiai nuomai (1 mėn. ir daugiau) rinkliava imama pagal faktinį nakvynių skaičių, priklausomai nuo deklaruojamo mėnesio dienų skaičiaus; 5) asmenų grupėms, užsisakiusioms daugiau kaip 10 kambarių (nuolaida nebegaliauja nuo 2019 m. sausio 1 d.).

- informavo suinteresuotas šalis apie kilusias problemas ir inicijavo problemų sprendimą.
-

Rinkliavos surinkimo 2018 m. duomenys pateikti 2.4. lentelėje.

2.4. Rinkliavos surinkimo rezultatai

Mėnuo	Deklaruota nakvynių	Surinkta suma eurais
Liepa	253 131	154 991
Rugpjūtis	266 966	163 168
Rugsėjis	212 789	120 318
Spalis	218 220	127 158
Lapkritis	174 484	105 574
Gruodis	165 654	106 653
Viso:	1	
	296 434	784 115

Numatyta, kad lėšos, surinktos iš turistų rinkliavos, bus naudojamos šioms kryptims įgyvendinti: Vilniaus miesto konkurencingumo didinimui, tarptautinės rinkodaros turizmo srityje plėtojimui, didesnių turistų srautų į Vilniaus miestą pritraukimui, paslaugų eksporto didinimui.

2.6. Laisvalaikio turizmo skatinimo palaikymas rinkodaros priemonėmis

Rinkodaros kampanija *Divine Mercy* (Dieviškasis Gailestingumas)

Popiežiaus Pranciškaus vizito proga 2018 m. rugsėjo pabaigoje Vilniuje technologijų pagalba žymusis Dievo Gailestingumo paveikslas perkeltas į virtualų pavidalą. Projektas įgyvendintas bendradarbiaujant su Vilniaus Gedimino technikos universiteto (VGTU) „LinkMenų fabriko“ mokslininkais ir studentais. Specialistai virtualioje realybėje atkūrė Dievo Gailestingumo šventovę ir suteikė galimybę joje pamatyti, pasinaudojus 3D technologijomis, atkurtą Dievo Gailestingumo paveikslą.

Projekto tikslas – paskatinti piligriminį turizmą ir iškomunikuoti piligriminiu turizmu besidominantiems žmonėms, kad paveikslo originalas yra Vilniuje bei suteikti galimybę bet kuriam tikinčiajam pamatyti originalą per atstumą.

Siekiant perkelti Dievo Gailestingumo šventovę į virtualią realybę panaudoti lazerinio skenavimo, fotogrametrijos ir 3D modeliavimo metodai. Mišrių technologijų taikymas leido maksimaliai priartinti skaitmeninį modelį prie tikrovės.

Paveikslas 3D formatu atviras visiems pasaulio tikintiesiems specialioje svetainėje www.divinemercury3d.com. Milijonai tikinčiųjų gali technologijų pagalba ne tik pamatyti Dievo Gailestingumo paveikslą, bet ir virtualiai „pasivaikščioti“ po šventovę Vilniuje, kurioje jis saugomas.

Kampanijos svetainę aplankė bei Dievo Gailestingumo paveikslą pamatė beveik 3 500 unikalių vartotojų iš Lietuvos, JAV, Brazilijos, Lenkijos, Kanados, Jungtinės Karalystės bei Italijos.

Žinią apie projektą publikavo 13 žiniasklaidos kanalų, kurių tarpe – „Vatican News“, Catholic.net ir kiti Prancūzijos, Italijos, Jungtinės Karalystės, Lenkijos, Brazilijos ir kitų šalių portalai. Šių publikacijų pasiekta auditorija yra didesnė nei 7 milijonai. Projektas buvo pristatomas užsienio renginiuose (žr. sk. „Pilgriminio turizmo plėtra“).

Reklaminės kampanijos Vokietijos kelionių agentūrų atstovams

Bendradarbiaujant su vienu didžiausiu Vokietijos kelionių organizatoriumi „FTI Touristik“, buvo organizuotos 2 reklaminės kampanijos:

- mėnesio trukmės kampanija – kelionių agentūroms skirti internetiniai mokymai, pristatantys Vilniaus turizmo objektus ir lankomas vietas. Internetinių mokymų tikslas – paskatinti Vilniaus, kaip turistinės krypties, pardavimus per kelionių agentūras. Mokymus sėkmingai pabaigė 515 Vokietijos kelionių agentūrų atstovų;
- papildomai buvo organizuota kalėdinė internetinė kampanija, kurios metu kelionių agentūros galėjo susipažinti su 10 priežasčių aplankyti Vilnių kalėdiniu laikotarpiu. Agentūrų atstovai, teisingai atsakę į klausimą, turėjo galimybę laimėti kelionę į Vilnių. Kampanijoje dalyvavo 1 633 kelionių agentūrų atstovai.

Rinkodaros kampanija „Vilnius – Europos G taškas“

2018 m. sukurta kampanija „Vilnius – Europos G taškas“ orientuota į Vilniaus žinomumo auginimą tikslinėse atvykstančiojo turizmo rinkose – Jungtinėje Karalystėje ir Vokietijoje. Ji skelbė: „Niekas nežino, kur jis, bet kai jį randa – būna nuostabu. „Vilnius – Europos G taškas“. Visos kampanijos priemonės vedė į specialiai jai sukurtą tinklalapį – www.vilniusgspot.lt. Tinklapyje atlikus žaismingą testą apie savo pomėgius, kiekvienam vartotojui buvo pateikiamas individualus Vilniaus gidas, rekomenduojantis konkrečias sostinės vietas ilsėtis, apsipirkti, pramogauti, pavalgyti, sportuoti, dalyvauti kultūros renginiuose bei grožėtis miesto panoramomis. Kampanijos interneto svetainėje pristatomas platus spektras pramogų ir paslaugų, įskaitant įvairius restoranus, kavines, dizainerių parduotuves, kino teatrus, muzikos klubus, muziejus, nuotykių ir pramogų parkus, kuriuos Vilniuje gali rinktis turistai.

Kampanijos metu buvo pasiekti tokie rezultatai:

- Publikacijų sklaidos rezultatai: publikacijų skaičius užsienio žiniasklaidoje – 1 122 (planuota 300). Pasiekta auditorija – daugiau nei 986 mln. (planuota 500 mln.) skaitytojų. Publikacijų uždirbta vertė (angl. earned media) – apie 10 mln. eurų.
- Svetainės vilniusgspot.com lankomumo rezultatai: svetainėje apsilankė virš 110 tūkst. unikalių lankytojų, iš kurių beveik 75 proc. testą atliko iki galo (t. y. susipažino su svetainės turiniu). Beveik 60 proc. svetainės lankytojų jungėsi iš Jungtinės Karalystės, Vokietijos ir JAV.
- Reklamos rezultatai: reklama tikslinėms auditorijoms socialiniuose tinkluose ir internete buvo parodyta virš 25 mln. kartų. Reklaminiai kampanijos filmai „Youtube“ kanalu buvo peržiūrėti 686 tūkst. kartų. Kampanijos metu „Google“ paieškoje, įvedus Vilniaus miesto pavadinimą, Vilniaus ieškota 333 proc. kartų daugiau nei iki kampanijos.

- Kiti rezultatai: kampanija iki šiol minima tarptautinėje žiniasklaidoje kaip nestandartinės turizmo rinkodaros kampanijos pavyzdys. Pavyzdžiui, rudenį britų „The Independent“ G-spot kampaniją minėjo savo sudarytame 2019-ųjų kelionių tendencijų sąrašė. Pasak straipsnio autorių, 2018-ieji turizmo pasaulyje įeis į istoriją kaip Vilniaus G-spot reklamos metai. Leidinio autoriai pažymėjo, kad ateinančiais – 2019 – metais laukiama daugiau tokių originalių reklamos idėjų kelionių industrijoje.

Kampanija neliko nepastebėta ir tyrimų bei konsultacijų bendrovės „Brand Finance“, sudarančios kasmetį šalių – 100-o vertingiausių valstybių prekės ženklų – reitingą. Naujausiame tyrime Lietuvos šalies prekės ženklo vertė skaičiuoja nemenką šuolį – 25 proc., o tarp priežasčių, kodėl taip įvyko, tyrėjai vardija ir akį traukusią sostinės kampaniją „Vilnius – Europos G taškas“.

Turistų pritraukimo rinkodaros kampanija „Expedia“ platformoje

„Expedia“ platforma yra vienas populiariausių kelionių organizavimo įrankių Europoje ir JAV. Vykdamas aktyvius rinkodaros veiksmus šioje platformoje galima tiesiogiai pasiekti potencialius keliautojus bei daryti įtaką jų pasirinkimui.

Vilniaus Kalėdų laikotarpio rinkodaros kampanija vyko 2018 m. rugsėjo–spalio mėn. ir buvo nukreipta į Vokietijos bei Jungtinės Karalystės tikslines rinkas. Kampanija turistus skatino atvykti į Vilnių Kalėdų laikotarpiu, potencialių keliautojų dėmesys buvo kreipiamas į kultūros renginius, restoranus, žiemos pramogas, Kalėdų laikotarpį.

Kampanijos tikslas buvo ne tik padidinti turistų srautus iš minėtų rinkų, bet ir sumažinti žiemos laikotarpiu įprastą turistų srautų mažėjimą dėl sezoniškumo.

Kampanijai pasibaigus fiksuoti tokie rezultatai:

- „Expedia“ platformoje Vilniuje užsakomų viešbučių kambarių skaičius žiemos sezonu padidėjo 9,2 proc., palyginus su 2017 m. atitinkamu laikotarpiu (buvo užsakyti 3 072 kambariai);
- 18 proc. išaugo Vilniaus paieškos (susidomėjimas) Jungtinės Karalystės platformoje, 33 proc. – Vokietijos platformoje (lyginant su 2017 m.).

Su Vilniaus kampanija „Expedia“ platformoje galima susipažinti sekant šias nuorodas:

<https://www.expedia.de/g/pt/ms-dest-vilniusde18?revisionid=455662>

<https://www.expedia.co.uk/g/pt/ms-dest-vilniusuk18?revisionid=455661>

3. Konferencijų turizmo skatinimas

Ataskaitiniais metais Baltijos jūros regione konferencijų turizmo profesionalams buvo organizuota vienintelė kontaktų mugė – „CONVENE 2018“. Informacija apie Vilnių, kaip renginiams organizuoti tinkantį miestą, jo turimą renginiams reikalingą infrastruktūrą ir lydinčių paslaugų prieinamumą, buvo pateikta beveik 54 000 šios srities profesionalų bei tokių renginių organizavimu besidominčių auditorijų atstovų parodų ir susitikimų metu, per žiniasklaidą bei internetą.

Sėkmingas projektų įgyvendinimas lėmė gerus 2018 metų rezultatus – Vilniuje buvo suorganizuota 611 tarptautinių renginių. Lyginant su 2017 metais, renginių skaičiaus augimas

sudarė 31 proc. Konferencijų turizmo skatinimo veiklos vertinimo rodiklis „Tarptautinių renginių skaičiaus augimas“ yra viršytas daugiau nei 24 proc. Daugiau veiklos plano įgyvendinimo rezultatų – [3 priede](#).

Tarptautinės kongresų ir konferencijų asociacijos ICCA reitinge pagal renginių skaičių Vilnius 2018 m. pakilo dešimčia pozicijų į viršų ir užėmė 35 vietą tarp daugiau nei 500 Europos miestų (2017 m. – 45 vieta). Palyginimui, Ryga yra 47 vietoje, Talinas – 25.

3.1. Rinkos analizė

Vilniaus konferencijų turizmo statistika

„Go Vilnius“ konferencijų biuras kiekvienais metais renka statistinę informaciją apie tarptautines konferencijas ir kitus renginius, vykusius Vilniuje. Nesant teisinės statistikos teikimo prievolės verslui šis procesas vyksta sudėtingai.

Vilniuje yra nuolat plečiamas duomenų teikėjų ratas. Ataskaitiniais metais buvo pasirašytos 9 naujos duomenų teikimo sutartys su įvairiomis organizacijomis. Iš viso savo statistinius duomenis „Go Vilnius“ teikia 54 organizacijos: 28 viešbučiai, 15 renginių organizavimo/turizmo agentūros, 11 organizacijų, kurios organizuoja renginius (mokslo įstaigos, muziejai, kongresų centrai).

Fiksuota tokia 2018 m. Vilniaus konferencijų turizmo statistika:

1. Vilniuje buvo suorganizuota 611 tarptautinių renginių. Tai yra 31 proc. daugiau nei 2017 m.
2. Sostinėje suorganizuoti 298 (bendroje konferencijų turizmo statistikoje šis skaičius sudarė 49 proc.) ne korporatyviniai renginiai (organizuoti asociacijų, mokslo, valstybinių ar viešųjų institucijų), įvyko 313 (51 proc.) korporatyvinių arba privačių įmonių renginių.
3. Renginiuose dalyvavo 75 052 dalyviai. Tai yra 4 proc. daugiau nei 2017 m.
4. 72 proc. visų renginių buvo nedideli, t. y. sutraukė iki 100 dalyvių.
5. Vidutiniškai renginys truko 2,2 d.
6. Daugiausiai renginių vyko gegužės (14 proc.), rugsėjo (13 proc.) ir spalio mėn. (13 proc.). Vertinant pagal metų ketvirčius, populiariausias yra II ketvirtis (balandis, gegužė, birželis) – per ją suorganizuota 34 proc. visų renginių.
7. Daugiausiai renginių vyko viešbučiuose – 68 proc., mokslo įstaigose – 10 proc., konferencijų centruose – 3 proc., kitose netradicinėse erdvėse (teatruose, bibliotekose, verslo centruose, studijose, muziejuose) – 19 proc.
8. Daugiausia renginių organizavo Belgijos, Vokietijos, Švedijos, Latvijos, Estijos, Suomijos, JK, Norvegijos, Lenkijos, Danijos organizatoriai.
9. Vidutinės išlaidos 1 renginiui – 39 250 eurų. Korporatyviniams renginiams buvo išleista mažiau lėšų – vidutinės išlaidos 1 renginiui sudarė 17 088 eurus, – ne korporatyviniams – 54 970 eurų.

Tarptautiniai konferencijų turizmo reitingai

„Go Vilnius“ yra Tarptautinės kongresų ir konferencijų asociacijos ICCA (*International Congress and Convention Association*) narė. Asociacija vienija virš 1 000 narių iš daugiau nei 90 pasaulio valstybių.

Pagal tarptautinių asociacijų organizuotų renginių skaičių Vilnius 2018 metais pakilo dešimčia pozicijų į viršų ir užėmė 35 vietą tarp daugiau nei 500 Europos miestų (2017 m. buvo užimta 45 vieta). Palyginimui, Ryga iš 40 vietos nukrito į 47 vietą, o Talinas iš 62 pakilo į 25 vietą. Populiariausi Europos miestai konferencijoms ir kitiems renginiams organizuoti 2018 m. buvo Barselona, Paryžius, Viena, Berlynas, Londonas, Madridas, Praha.

Metų pradžioje statistinė Vilniaus konferencijų turizmo informacija pateikiama ir ECM (*European Cities Marketing*) organizacijai, kurios nariu yra ir Vilniaus miestas. ECM iš savo miestų-narių pateiktos informacijos rengia kasmetinę miestų konferencijų turizmo apžvalgą. 2018 m. apžvalga bus publikuota 2019 m. gegužės mėn.

3.2. Konferencijų turizmo produkto palaikymas ir plėtra

Interneto svetainės vilnius-convention.lt priežiūra ir populiarinimas

Fiksuojama štai tokia 2018 m. svetainės lankomumo statistika:

- 33 809 unikalūs lankytojai;
- vidutiniškai 93 unikalūs lankytojai, svetainėje apsilankantys per 1 dieną;
- 42 936 apsilankymai (seansai);
- 116 208 puslapių rodiniai / peržiūros.

Daugiausia kartų svetainė buvo aplankyta prie jos jungiantis iš Lietuvos, Turkijos, Jungtinės Karalystės, JAV, Latvijos, Vokietijos, Lenkijos, Prancūzijos, Švedijos, Suomijos.

Leidinio „Meet in Vilnius. Meeting Planner's Guide“ atnaujinimas

2018 m. buvo atnaujintas specializuotas leidinys „Meet in Vilnius. Meeting Planner's Guide“. Šis katalogas yra skirtas konferencijų ir kitų renginių organizavimo verslo profesionalams. Jame pateikiama susisteminta informacija apie Vilniaus viešbučius bei kitas renginiams tinkamas erdves, konferencijų bei kitų renginių organizavimo paslaugas siūlančias įmones, specializuotų paslaugų tiekėjus. Leidinys išleistas anglų kalba 400 vnt. tiražu ir yra platinamas šioms tikslinėms grupėms: asociacijų, agentūrų, privačių įmonių renginių organizatoriams. Katalogo e-versija yra publikuojama www.vilnius-convention.lt.

Leidinio „Very Vilnius. Top-notch Experiences“ parengimas

2018 m. buvo parengtas ir išleistas naujas pramogų idėjų leidinys „Very Vilnius. Top-notch Experiences“, skirtas tiek savarankiškai keliaujantiems keliautojams, tiek korporatyvinių renginių organizatoriams. Leidinyje kelionių idėjos suskirstytos į septynias kategorijas: atrask Vilnių, tradicijos bei istorija, aktyvios pramogos, tvari veikla, kulinarinės pažintys, prabangios patirtys ir dienos išvykos. Leidinyje taip pat pristatomi pagrindiniai kultūriniai miesto renginiai, kurie gali turiningai papildyti individualaus renginio programą. Pramogų idėjų leidinys išleistas anglų kalba 7 700 vnt. tiražu. Katalogo e-versija yra publikuojama www.vilnius-convention.lt.

Verslo edukacinės veiklos plėtojimas

Vilniaus konferencijų biuras ataskaitiniais metais plėtojo verslo edukacinę veiklą, nukreiptą į konferencijų turizmo sektoriaus paslaugų kokybės gerinimą. Žemiau, 3.1. lentelėje, pateikta detalesnė šios veiklos informacija.

3.1. Verslo edukacinė veikla

Nr.	Veikla	Data	Detalizavimas
1.	CONVENE Edukacinė programa	2018 02 14–15	12 tarptautinių pranešėjų 209 dalyviai (konferencijų turizmo verslo atstovai) 22 sesijos
2.	Tiksliniai mokymai „Konkuruoti, kad laimėtum“ (angl. <i>Bidding to Win Every Time</i>)	2018 05 28–29	1 pasaulinio lygio lektorė 24 dalyviai (konferencijų turizmo verslo atstovai)

Pažintinių turų po Vilnių užsienio renginių organizatoriams rengimas

Viena veiksmingiausių priemonių, lemianti užsienio renginių organizatorių apsisprendimą rengti tarptautinį renginį Vilniuje, yra pažintinis turas, pristatantis miesto konferencijų turizmo išteklius. 2018 m. buvo suorganizuoti keturi grupiniai ir aštuoni individualūs pažintiniai turai.

2018 m. buvo suorganizuoti šie grupiniai pažintiniai turai:

- 2018 02 11–12: dalyvavo 20 dalyvių iš įvairių Europos valstybių;
- 2018 02 15–16: dalyvavo 34 dalyviai iš įvairių Europos valstybių
- 2018 09 19–20: dalyvavo 6 dalyviai iš Vokietijos, Italijos, Rusijos ir Danijos;
- 2018 10 5–7: dalyvavo 12 dalyvių iš Rusijos.

2018 m. buvo suorganizuoti šie individualūs turai:

- 2018 05 01–03: turas skirtas profesionalios konferencijų organizavimo įmonės „Global Conference Partners“ atstovams (Nyderlandai);
- 2018 10 22–24: turas skirtas profesionalios konferencijų organizavimo įmonės „Global Conference Partners“ atstovams (Nyderlandai) ir asociacijos „European Society on Clinical Cell Analysis“ valdybai;
- 2018 05 13: turas skirtas asociacijos „PDA Europe – Parental Drug Association“ atstovams;
- 2018 06 07: turas skirtas profesionalios konferencijų organizavimo įmonės „Congrex Switzerland“ atstovams (Šveicarija);
- 2018 08 09–10: turas skirtas profesionalios konferencijų organizavimo įmonės „Integrity Events“ atstovams (JK);
- 2018 08 09: turas skirtas privačios įmonės „C. R. BARD“ atstovams (JK);
- 2018 10 23–25: turas skirtas asociacijos „European College of Sport Science“ atstovams (Vokietija);

- 2018 12 5–6: turas skirtas asociacijos „European Patent Office“ atstovams (Austrija).

Detalesnė informacija pateikta [8 priede](#).

Kontaktų mugės „CONVENE“ organizavimas Vilniuje

Ataskaitiniais metais, vasario 14–15 d., buvo suorganizuota 6-oji regioninė paroda-kontaktų mugė „CONVENE“, skirta konferencijų ir kitų renginių organizavimo verslo profesionalams.

Fiksuoti tokie pagrindiniai renginio rodikliai:

- 1 051 dalyvis (2 proc. daugiau nei 2017 m.);
- 163 užsienio renginių organizatoriai (angl. *hosted buyers*) iš 30 šalių;
- 86 paslaugų teikėjai (viešbučiai, agentūros, konferencijų biurai, kongresų centrai, transporto, maitinimo, technikos ir kitas paslaugas teikiančios įmonės) iš 11 šalių;
- 2 871 B2B susitikimas;
- 13 tarptautinių žiniasklaidos partnerysčių. Rinkodaros priemonėmis pasiekta vertė – apie 195 000 Eur;
- 6 pažintiniai turai užsienio renginių organizatoriams;
- 1,5 dienos edukacinė programa: 22 sesijos ir 12 pranešimų.

Dalyvavimas konferencijų turizmo parodose ir kontaktų mugėse

Įprastai parodų ir kontaktų mugių metu užmezgami kontaktai su renginių organizatoriais, generuojamos konkrečios užklauskos bei teikiami pasiūlymai taip pritraukiant tarptautinius renginius į Vilnių.

Ataskaitiniu laikotarpiu dalyvauta penkiose tarptautinėse parodose ir mugėse, kurių metu užmegzta virš 700 naujų potencialių kontaktų, apsilankyta 152 B2B susitikimuose, gautos 57 užklauskos dėl renginių organizavimo Vilniuje.

Vilniaus pristatymas specializuotuose konferencijų turizmo šaltiniuose

Ataskaitiniais metais Vilnius buvo pristatytas tokiuose konferencijų turizmo žiniasklaidos šaltiniuose:

- Lenkijos žurnale „Think Mice“ / 2018 m. Nr. 3. Leidinio tiražas: 6 500;
- Vokietijos žurnale „CIM Europe“ / 2018 m. Nr. 1. Spausdinto leidinio tiražas: 19 000. E-skaitytojų skaičius: 2 500;
- Jungtinės Karalystės žurnale „Conference & Meeting World“ / 2018 m. Nr. 92. Spausdinto leidinio tiražas: 5 000. E-skaitytojų skaičius: 18 000;
- e-žurnale „Mice & tourism around the World“ / 2018 m. Nr. 6. E-skaitytojų skaičius: 23 500.

3.3. Tarptautinių renginių pritraukimas ir palaikymas

Tarptautinių renginių pritraukimas

Per 2018 metus agentūros konferencijų biuras iš viso pateikė 54 pasiūlymus/ paraiškas (angl. *bids*) kviesdamas organizuoti tarptautinius asociacijų (14 paraiškų) bei korporacijų renginius (40 paraiškų).

Iš 14 pateiktų paraiškų tarptautinių asociacijų konferencijų konkursams buvo laimėti keturi konkursai, dėl dar keturių renginių konkursas tebevyksta.

2018 m. buvo laimėti konkursai Vilniuje rengti tokias konferencijas kaip:

- „Workshop of PDA Europe – Parental Drug Association“ / 2019 m. Renginys skirtas farmacijos sričiai, planuojama 100 dalyvių;
- „20th Euroconference on Clinical Cell Analysis“/ 2020 m. Renginys skirtas medicinos sričiai, planuojama 500 dalyvių;
- „6th International Conference on Prehypertension, Hypertension and Cardio Metabolic Syndrome (PreHT)“/ 2019 m. Renginys skirtas medicinos sričiai, planuojama 500 dalyvių;
- „7th European Photonics Industry Consortium (EPIC) Annual General Meeting“/ 2020 m. Renginys skirtas fizikos sričiai, planuojama 200 dalyvių.

Iš 40-ies pateiktų pasiūlymų Vilniuje organizuoti renginius įvairioms privačioms bendrovėms buvo laimėta dešimt konkursų, dėl dar dešimties renginių organizavimo sprendimo dar nėra. Laikantis konfidencialumo įsipareigojimų, privačių renginių pavadinimai nėra skelbiami.

Tarptautinių renginių palaikymas ir rėmimas (angl. *aftercare*)

2018 m. agentūros konferencijų biuras suteikė organizacinę pagalbą bei pagalbą skleidžiant informaciją apie įvykį 109-iems Vilniuje vykusiems tarptautiniams renginiams.

4. Užsienio investicijų ir verslo skatinimo bei priežiūros veikla

Vykdam užsienio investicijų ir verslo skatinimo bei priežiūros veiklą, informacija apie Vilnių, kaip palankią vietą dirbti, plėtoti verslą ir investuoti, buvo prieinama beveik 3,9 mln. auditorijai: socialinių tinklų ir parodų dalyviams bei spaudos skaitytojams.

„Investuotojų pasitenkinimo lygio Vilniumi augimo“ rodiklis matuojamas jau antrus metus. Už 2017 m. šis išvestinis rodiklis buvo 6,46, tuo tarpu 2018 m. rezultatas – 6,82. Augimas sudarė 5,7 proc., kas viršija planuotą 5 proc. augimą.

Užsienio investicijų ir verslo skatinimo veiklos plano įgyvendinimo rezultatai pateikiami [4 priede](#).

4.1. Nekilnojamojo turto ir infrastruktūros projektai

Nekilnojamojo turto paroda MIPIM/ 2018

Tarptautinėje nekilnojamojo turto parodoje MIPIM/ 2018, kurioje dalyvavo 3 500 dalyvių ir virš 23 000 svečių, Vilnius pristatė dešinėsios Neries krantinės rekonstrukcijos projektą, apimantį buvusio „Žalgirio“ stadiono, Koncertų ir sporto rūmų teritoriją, bei teritorijas aplink Baltąjį tiltą ir Šnipiškės.

Vilniaus stende vienuolika partnerių (nekilnojamojo turto (toliau – NT) vystymo kompanijos, advokatų kontora, NT konsultacijų bendrovė) pristatė šešiolika vystomų projektų – biurų, viešbučių, komercinės ir gyvenamosios paskirties objektų, – pateikė potencialiems investuotojams savo įžvalgas apie NT plėtros galimybes Vilniuje.

MIPIM parodoje Vilniaus miesto meras pasirašė susitarimo memorandumą su tarptautinio nekilnojamojo turto holdingu „Vastint Holding B.V.“. Memorandumo tikslas – užtvirtinti bendradarbiavimą vystant visuomenei svarbius projektus Vilniaus Lazdynų mikrorajone.

Nekilnojamojo turto paroda „Expo Real 2018“

2018 m. dalyvauta vienoje didžiausių Europoje nekilnojamojo turto parodų „Expo Real“ (Miunchene, Vokietijoje). Parodos metu Vilniaus atvirų duomenų politika pristatyta viešuose pristatymuose, parengti pranešimai užsienio žiniasklaidai. Parodoje dalyvavo 2 095 dalyviai, ją aplankė virš 45 000 lankytojų.

4.2. Verslo vystymo ekosistemos gerinimo projektai

Skrydis Vilnius – Londono Sitis (London City)

Siekiant sukurti palankią ekonominę aplinką verslui ir investicijoms, efektyviai išnaudoti miesto turizmo potencialą ir didinti miesto žinomumą tarptautiniame kontekste, taip įgyvendinant Vilniaus miesto savivaldybės strateginius tikslus, buvo parengtos konkurso sąlygos rinkodaros paslaugų rinkiniui įsigyti. Pasinaudojus rinkodaros paslaugų rinkiniu, bus

siekiama įgyvendinti šiuos Vilniaus miesto konkurencingumo ir patrauklumo didinimo programos tarptautiniam susisiekimui skatinti tikslus:

- Vilniaus, kaip patrauklaus ir svetingo miesto, įvaizdžio kūrimo ir populiarinimo tikslinėse atvykstamojo ir vietinio turizmo rinkose programų sukūrimas ir įgyvendinimas;
- tiesioginių jungčių tarp Vilniaus miesto ir tikslinių atvykstamojo turizmo bei tiesioginių užsienio investicijų rinkų, jų pasiekiamumo kokybės ir dažnio užtikrinimas;
- dalinis veiklos programų, prisidedančių prie miesto įvaizdžio gerinimo, atvykstamojo turizmo bei tiesioginių užsienio investicijų skatinimo ir kitų savarankiškųjų savivaldybių funkcijų įgyvendinimo, finansavimas atsižvelgiant į tais metais savivaldybės biudžete patvirtintą asignavimų sumą programai finansuoti.

4.3. Investuotojų ir talentų aptarnavimo projektai

Projekto „Welcome to Vilnius“ seminarų ciklas

2018 m. Vilniuje pradėtas įgyvendinti investuotojams skirtas projektas „Welcome to Vilnius“. „Go Vilnius“ atlikta investuotojų apklausa parodė, kad aukštos kvalifikacijos užsieniečių integracinis procesas darbdaviams kelia daug iššūkių. Tuo tikslu „Go Vilnius“ sukūrė seminarų ciklą, kurio tikslas – suteikti užsienio kapitalo įmonėse dirbantiems užsieniečiams reikalingas žinias ir aktualiausią informaciją apie Vilniaus miestą. „Welcome to Vilnius“ seminarų metu ekspertine informacija dalinasi „Go Vilnius“ ekspertai, juose dalyvauja kvalifikuoti profesionalai iš skirtingų valstybės institucijų ir privačių įmonių.

Siekiant sukurti kuo efektyvesnę ir atskirai įmonei pritaikytą seminaro darbotvarkę, darbuotojams buvo pateikiamas klausimynas norint išsiaiškinti jų poreikius. Remiantis poreikių analize, „Go Vilnius“ kviesdavo konkrečių sričių ekspertus į seminarą suteikti profesionalią konsultaciją aktualia tema. Šių seminarų metu bendradarbiauta su šiomis organizacijomis: „Renkuosi Lietuvą“, „Susisiekimo paslaugos“, „SODRA“, Vilniaus miesto savivaldybės Švietimo bei Sveikatos ir socialinių reikalų skyrius, „Ober-Haus“, „Trinity“, „Regitra“, „Valstybinė ligonių kasa“, „Versli Lietuva“, „Bendrasis Pagalbos centras“ (112), „Migracijos departamentas“, „Nevalstybinių ikimokyklinio ugdymo įstaigų asociacija“.

Kiekvienas seminaras buvo suskirstytas į tris dalis: ekspertų konsultacijos, praktinė ekskursija Vilniaus mieste ir pažintinis vakaras su Vilniaus užsieniečių bendruomene. Ataskaitiniais metais keturioms užsienio kapitalo įmonėms suorganizuoti keturi seminarai, kuriuose dalyvavo daugiau nei 60 darbuotojų bei sukurta atvira registracija į „Welcome to Vilnius“ seminarus. Seminarų dalyvių aktyvumas investuotojams pritaikytuose seminaruose paskatino sukurti viešai visuomenei prieinamą paslaugą. Nuo 2019 m. sausio mėn. seminarai bus prieinami kiekvieną mėnesį.

Relokacijos proceso skaitmeninė platforma „Talento gidas“

Buvo sukurtas skaitmeninis įrankis „Talento gidas“ (angl. *Relocation guide*) siekiant į Vilnių gyventi ir dirbti atvykstantiems ar ketinantiems atvykti užsieniečiams⁴ pateikti visą sėkmingam ir lengvam įsikūrimui reikalingą informaciją.

Talento gidas paprastai ir patogiai paaiškina kiekvieną žingsnį, kurį tenka žengti į miestą atvykusiems gyventojams, taip pat ir tiems, kurie tik pradeda svarstyti persikėlimo į Vilnių galimybę. Skaitmeninis įrankis pateikia ne tik bazinę informaciją apie Vilnių, darbo paiešką ir reikalingų dokumentų parengimą, bet ir pristato būsto nuomos galimybes, sporto klubų ar vaikų darželių įsikūrimo vietas. Užsienietis, naudodamasis „Talento gidu“ ir atsakydamas į tris pagrindinius klausimus, gauna rekomendacijas, pritaikytas unikaliai atvykstančiojo situacijai. „Talento gidas“ pateikia daugiau nei 60 žingsnių variacijų, kurios priklauso nuo atvykstančiojo planų, pilietybės, šeimos sudėties ir netgi ketinimo atvykti su naminiu gyvūnu.

„Talento gidu“ nuo 2018 m. kovo 1 d. iki 2018 m. gruodžio 31 d. pasinaudojo 6 117 naudotojų, iš kurių 5 275 buvo unikalūs. Skaitmeninio įrankio sukūrimas palengvino relokacijos procesą užsieniečiams ir optimizavo agentūros resursus atsakant į individualias „Talentų užklausas“.

„Talentų užklausos“

„Go Vilnius“ siekia suteikti tiesioginę konsultacinę ir informacinę pagalbą aukštos kvalifikacijos darbuotojams. Informacinės konsultacijos atliekamos elektroniniu būdu gaunant užklausą iš užsieniečio. Informacinė pagalba teikiama išanalizavus užklausą, konsultuojantis su konkrečių sričių ekspertais bei apdorojus reikalingą medžiagą.

Buvo sukurta „Talentų užklausų“ duomenų bazė ir atsakyta į 34 „Talentų užklausas“, gautas elektroniniu paštu.

„Workation Vilnius“ / 2018

Siekiant didinti Vilniaus žinomumą tiksliniuose verslo sektoriuose – IT ir Fintech, – buvo įgyvendinta rinkodaros kampanija „Workation Vilnius“. Kaip tikslinės šios kampanijos rinkos buvo išskirtos Skandinavijos šalys bei Jungtinė Karalystė. Kampanija vyko 2018 m. gegužės – rugsėjo mėn. Kampanijos „Workation Vilnius“ tikslas – prisikviesti trijų įmonių atstovus iš tikslinių sektorių ir rinkų atskristi savaitei į Vilnių ir dirbti bei gyventi mieste nemokamai. Tikslui pasiekti buvo organizuojamas konkursas, kviečiantis registruotis visas susidomėjusias įmones. Iš viso užsiregistravo 97 įmonės (užsibrėžtas pirminis planas buvo 30 įmonių registracijų). Konkursą laimėjo ir į Vilnių atvyko dirbti ir gyventi trijų įmonių atstovai: „British Telecommunications“, „Expedia“, „OrderYOYO“. Kiekviena iš įmonių Vilniuje praleido po savaitę, kurių metu „išbandė“ Vilnių.

Šiai kampanijai buvo sukurta atskira svetainė www.workationvilnius.com, kurioje buvo pateikiama esminė informacija apie projektą bei registracijos forma. Kampanijos komunikacija apėmė socialinius tinklus („LinkedIn“, „Facebook“), reklamą internete („Google Adwords“, „GDN“, „Youtube“) bei viešųjų ryšių veiksmus. Kampanijos rezultatai pateikti 4.1. lentelėje.

4.1. Kampanijos „Workation Vilnius“ rezultatai

⁴ Remiantis Užsieniečių registro duomenimis, nuo 2018 m. kovo 1 d. darbo pagrindu Lietuvoje apsigyveno 14 206 užsieniečiai, iš kurių net 5 419 užsieniečių apsigyveno Vilniaus mieste.

	Rezultatas	Planas
Apsilankymai svetainėje	18 498	14 036
Registracijų skaičius	97	30
Reklamos parodymai	927 885	1 000 000
Paspaudimų skaičius	13 132	13 650
Video peržiūrų skaičius „Youtube“	103 205	66 000
Konversijos rodiklis	0,4 proc.	0,5 proc.

Kampanija buvo paminėta Jungtinės Karalystės leidinyje „Global Banking and Finance Review“, kurio skaitytojų auditorija siekia 225 tūkst., straipsnyje, pavadintame „Vilnius launches “Workation Vilnius” programme to boost employee productivity” (nuoroda į straipsnį [čia](#)). Kampanija taip pat buvo paminėta Lietuvos žiniasklaidoje 19-oje publikacijų.

4.4. Miesto konkurencingumo vertinimo ir skatinimo projektai

Konkurencingumo tyrimas

Pradėtas tyrimas „Vilniaus konkurencingumo lygio investicijų pritraukimo srityje apskaičiavimas“. Tyrimas bus baigtas iki 2019 m. vasario 28 d.

Per 2018 metus tyrėjai pateikė ir su „Go Vilnius“ suderino Vilniaus palyginimo su kitais miestais metodologiją, kuri apima konkrečius rodiklius ir jiems taikomus svertinius koeficientus. Taip pat buvo atrinkti penki miestai, su kuriais bus atliekamas Vilniaus konkurencingumo palyginimas – Vilnius bus lyginamas su Talinu, Budapeštu, Varšuva, Dublinu ir Helsinkiu. Buvo atrinkti ne tik tie miestai, kurie yra tiesioginiai Vilniaus konkurentai, bet ir miestai, į kuriuos ketinama lygiuotis ilguoju laikotarpiu. Iki studijos pabaigos tyrėjai surinks Vilniaus miesto palyginimui reikalingus duomenis, atliks Vilniaus ir konkuruojančių miestų palyginimą bei pateiks Vilniaus ir kitų penkių miestų profilius.

Naktinės ekonomikos potencialo tyrimas

Vilniui labai svarbu išnaudoti ne tik tradicinį ekonomikos sektorių, bet ir naktinės ekonomikos potencialą. Vilniaus naktinės ekonomikos potencialas dar niekada nebuvo tyrinėtas. Gerai suplanuota naktinė ekonomika yra kultūros ir ekonomikos variklis, leidžiantis visiems gyventojams sudaryti tinkamas sąlygas, ir turi potencialo paskatinti ir sukurti miesto ekonomikos plėtrą.

Vilniaus naktinės ekonomikos potencialo tyrimas atliktas 2018 m. rugsėjo–gruodžio mėn. Vilniaus naktinei ekonomikai buvo priskirtos visos veiklos, vykstančios tarp 19 val. vakaro ir 7 val. ryto ir kuriančios ekonominę ir socialinę naudą. Tyrimo metu buvo įvertinta Vilniaus naktinės ekonomikos esama situacija, pateiktos rekomendacijos, kaip ją galima būtų plėtoti, ir išanalizuoti Vilniui aktualūs užsienio gerosios praktikos pavyzdžiai. Atliekant tyrimą buvo įtraukti naktinės ekonomikos industrijų atstovai ir savivaldos atstovai, kurie dalyvavo apskrito stalo diskusijose. Taip pat buvo atlikta internetinė apklausa, kurioje savo nuomonę apie Vilniaus naktinę ekonomiką pateikė 990 miestiečių. Tyrimas atskleidė, kad naktinė ekonomika Vilniui per

metus vidutiniškai sugeneruoja 660 mln. eurų apyvartą. Naktinės ekonomikos metu dirba beveik 20 000 darbuotojų, kurie sudaro 6,6 proc. visos Vilniaus darbo jėgos.

„Go Vilnius“ kartu su Vilniaus miesto savivaldybe bei kitomis suinteresuotomis institucijomis įvertins tyrėjų pateiktus rezultatus ir rekomendacijas bei numatys veiksmus, kuriuos tikslinga įgyvendinti siekiant efektyviai išnaudoti Vilniaus naktinės ekonomikos potencialą.

Vilnius fDI reitinguose

„Go Vilnius“ siekia užtikrinti, kad Vilniaus miestas vystytųsi arba išlaikytų aukštas pozicijas prestižiniuose pasaulio miestų dėl patraukliausių užsienio investicijoms miestų titulų vertinančiuose reitinguose, kuriuos sudaro „Financial Times“ (apie 1,68 mln. skaitytojų) investicijų ekspertų padalinys „fDi Intelligence“.

Didžioji dalis reitingų yra sudaromi pagal statistinius duomenis, tačiau daliai jų įvertinti informaciją pateikia pačių miestų atstovai. „Go Vilnius“ 2018 m. teikė paraišką reitingui „fDi Global Cities of the Future 2018/19 – FDI Strategy“. „Financial Times“ šia paraiška taip pat vadovavosi vertindami Vilniaus veiklą pritraukiant užsienio investuotojus ir naudojosi paraiškos informacija sudarinėdami kitus reitingus.

2018 metais Vilniaus miestas pateko į šiuos organizacijos „Financial Times“ sudarytus reitingus:

- „Top 10 Mid-sized European Cities and Regions of the Future“: Vilnius užėmė ketvirtą vietą tarp vidutinio dydžio Europos miestų;
- „Top 10 Mid-sized and Small Global Cities of the Future“: Vilnius pirmą kartą buvo įtrauktas į šį reitingą ir bendrai vertinant užėmė septintą vietą tarp vidutinio dydžio pasaulio miestų. Šio reitingo atskirose kategorijose Vilnius užėmė šias vietas:
 - „Top 10 Mid-Sized and Small Global Cities of the Future“: Ekonomikos potencialo kategorija (Vilniui atiteko 9 vieta);
 - „Top 10 Mid-Sized and Small Global Cities of the Future“: Žmogiškojo kapitalo ir laisvalaikio kategorija (Vilniui atiteko 9 vieta);
 - „Top 10 Mid-Sized and Small Global Cities of the Future“: Kaštų efektyvumo kategorija (Vilniui atiteko 2 vieta);
 - „Top 10 Mid-Sized and Small Global Cities of the Future“: Susisiekimo kategorija (Vilniui atiteko 7 vieta);
 - „Top 10 Mid-Sized and Small Global Cities of the Future“: Draugiškumo verslui kategorija (Vilniui atiteko 7 vieta).
- „Digital Economies of the Future“: Vilnius užėmė trečią dešimtuko vietą tarp viso pasaulio miestų pagal kaštų efektyvumą;
- „fDi Strategy Awards 2018“: tarp visų pasaulio miestų vienintelis Vilnius buvo išskirtas kaip miestas, ypatingą dėmesį skiriantis verslininkų ir talentų iš užsienio integracijai, bei įvertintas specializacijos kategorijoje dėl nuoseklaus darbo vystant „Fintech“ ir „Gamedev“ industrijas sostinėje.

5. Vilniaus tarptautinio įvaizdžio formavimas ir komunikacija

Įgyvendinant įvaizdžio formavimo ir komunikacijos veiksmų planą (žr. [5 priede](#)), informacija apie Vilnių buvo pateikiama užsienio žiniasklaidos priemonių straipsniuose (potencialiai buvo prieinama beveik 2 milijardų žmonių auditorijai) bei socialiniuose tinkluose ir interneto svetainėse – pasiekta auditorija siekia 19,2 mln. skaitytojų.

Siekiant įvertinti aukščiau minėtų rezultatų pasekmes, 2017 metais buvo suformuluotas rinkodaros veiklos vertinimo rodiklis „Vilniaus vardo žinomumo ir patrauklumo tikslinėse rinkose augimas“. Tyrimo metu buvo nustatytos tų metų bazinės reikšmės: Vilniaus žinomumas Didžiojoje Britanijoje buvo 36 proc., Vokietijoje – 51 proc., Lenkijoje – 96 proc. Ataskaitinių metų tyrimas parodė miesto žinomumo augimą, lyginant su baziniais duomenimis: Didžiojoje Britanijoje augimas sudarė 5,6 proc. (žinomumas siekė 38 proc.), Vokietijoje – 2,0 proc. (52 proc.), Lenkijoje – 3,1 proc. (99 proc.).

5.1. Komunikacija užsienio žiniasklaidoje

2018 metais agentūra aktyviai dirbo su užsienio žiniasklaida tarptautinei auditorijai viešindama informaciją apie Vilniaus naujoves, renginius, projektus, aktualijas. Ypač daug užsienio žiniasklaidos dėmesio sulaukė tokie įvykiai, kaip Lietuvos valstybės šimtmečio atkūrimo minėjimas Vilniuje, sostinės Kalėdų programa, mobiliųjų telefonų naudotojams skirtas pėsčiųjų takas, lyčių lygybei skirti šviesoforai bei inovatyvus projektas „Divine Mercy 3D“, skirtas pasaulio katalikų auditorijai, kurio metu buvo populiarinamas Vilniuje esantis Dievo Gailestingumo paveikslas.

Įsitvirtina nuolatinė bendravimo praktika su užsienio žiniasklaida, kuri publikuoja agentūros parengtą medžiagą apie turistams patrauklius Vilniaus renginius, naujus objektus. Verslo žiniasklaidai tikslinėse rinkose Vilnius buvo pristatytas kaip perspektyvus finansinių technologijų centras, potenciali relokacijos vieta, miestas, atliepiantis naujausias technologines aktualijas. Bendrai per 2018 metus užsienio žiniasklaidoje buvo publikuota virš 1 750 straipsnių apie Vilnių, įskaitant didžiausius pasaulio naujienų portalus (JAV „USA Today“, „New York Post“; Vokietijos „Focus“, „Stern“; JK „Daily Mail“; Prancūzijos „Radio France International“, „Orange“; Vatikano „Vatican News“; ir kt.). Publikacijų statistika pateikta 5.1. lentelėje.

5.1. Publikacijos užsienio spaudoje

Tema	Mėn.	Publikacijų skaičius	Potencialiai pasiekta auditorija (mln.)
Vilnius – Europos G taškas	8–12	1 122	986
Vilniaus Kalėdos	11–12	75	300
Alternatyvi Kalėdų eglė	12	30	30
Piligriminis turizmas „Divine Mercy 3D“	9	13	7
Pavasario ir vasaros renginiai Vilniuje	3–6	44	350
Lietuvos šimtmetis	2–8	90	80

Žalia šviesa – lyčių lygybei	11	183	126
Mobilusis takas Vokiečių g.	10–11	193	98
Viso		1 750	1 977

Nuorodos į publikacijas užsienio spaudoje (pavyzdžiai) – [9 priede](#).

5.2. Užsienio žurnalistų vizitai

Per 2018 metus buvo bendrauta su 90 užsienio žurnalistų ir tinklaraštininkų, kurie atvyko į Vilnių. Žurnalistams ir tinklaraštininkams buvo suteikta bendra informacija apie miestą, įteiktos turistų kortelės „Vilnius City Card“, suorganizuotos individualios ekskursijos su gida ir interviu su miesto infrastruktūros dalyviais.

Žurnalistų ir tinklaraštininkų vizitų rezultatas – skirtingose žiniasklaidos priemonėse pasirodžiusios publikacijos apie Vilnių. Žurnalistų ir tinklaraštininkų, viešėjusių Vilniuje, publikacijų pavyzdžiai yra pateikti [10 priede](#).

5.3. Vilniaus įvaizdžio formavimo rinkodaros produktai ir projektai

Vilniaus įvaizdinis leidinys

2018 m. buvo sukurtas leidinys „Vilnius O’Clock“, kuriame žinomi Vilniaus miesto verslininkai, menininkai, žurnalistai ir visuomenės veikėjai dalijasi savo mintimis, kuo jiems ypatinga Lietuvos sostinė. Vilniečiai – geriausi savo miesto ambasadoriai, todėl jie ir yra šio leidinio herojai. „Vilnius O’Clock“ gimė siekiant kitų šalių verslininkams, turistams ir miesto svečiams parodyti, kad Vilnius yra įvairiapusis – verslui, mokslui, tobulėjimui, poilsiui, aktyviam laisvalaikiui ir pažinimui skirtas miestas.

Leidinys buvo atspausdintas beveik 13 000 egzempliorių tiražu ir išplatintas Lietuvoje bei tikslinėse rinkose ir tikslinių rinkų Lietuvos ambasadose užsienyje. Taip pat leidinys platinamas renginiuose bei parodose užsienyje, dalinamas į Vilnių atvykstantiems investuotojams.

Leidinį galima pamatyti štai čia: <http://www.govilnius.lt/wp-content/uploads/2018/07/Vilnius-oClock.pdf>

Interneto svetainė govilnius.lt

Oficiali „Go Vilnius“ agentūros svetainė www.govilnius.lt yra skirta užsienio investuotojams ir talentams, norintiems persikelti gyventi ir dirbti Vilniuje. Svetainėje pateikiama informacija apie bendrą miesto verslo infrastruktūrą, tikslinius sektorius, nekilnojamojo turto rinką, Vilniaus konkurencingumą ir t. t. Užsieniečiams, planuojantiems persikelti į Vilnių, svetainėje pateikiama daug naudingos informacijos apie Vilniaus miestą ir gyvenimą jame, migracijos procesus, sveikatos apsaugos sistemą, pateikiami patarimai, kaip surasti gyvenamąjį būstą, darželius ir mokyklas.

Svetainės www.govilnius.lt statistika pateikta 5.2. lentelėje.

5.2. Svetainės www.govilnius.lt statistika

	2018 m.	2017 m.	Pokytis
Unikalūs lankytojai	68 745	14 036	+389,8 proc.
Apsilankymai (seansai)	91 177	20 643	+341,7 proc.
Puslapių peržiūrų skaičius	167 599	41 667	+302,2 proc.
Šalių skaičius (pagal apsilankiusius lankytojus)	206	137	+50,4 proc.
Vidutiniškai praleistas laikas	1 min. 14 sek.	1 min. 52 sek.	-25 proc.

Komunikacija socialiniuose tinkluose

„Go Vilnius“ komunikacija yra vykdoma socialiniuose tinkluose „Facebook“, „Instagram“ ir „LinkedIn“, reklama platinama interneto kanalais „Google Adwords“ ir „Youtube“..

Komunikacijos tinkle „Facebook“ rezultatai

Ataskaitiniais metais „Go Vilnius“ vykdė aktyvią komunikaciją socialiniame tinkle „Facebook“. Šiuo laikotarpiu buvo pasiekta beveik 2,5 karto daugiau vartotojų tikslinėse rinkose, lyginant su 2017 metais. „Go Vilnius“ „Facebook“ įrašų vidutinis įsitraukimo rodiklis siekia 5–10 proc., o organiškasis (nemokamas) pasiekiamumas vidutiniškai – 30 proc. (vidutinis organiškasis pasiekiamumas pasauliniu lygmeniu siekia 6,5 proc.). Sėkmingiausi 2018 m. „Go Vilnius“ „Facebook“ įrašai buvo šie: Vasario 16-osios akimirkos, Liepos 6-osios akimirkos, „G-Spot“ vaizdo klipai, „Divine Mercy“ vaizdo filmukas, Popiežiaus vizito akimirkos, Kalėdų eglės nuotraukos. „Facebook“ komunikacijos rezultatai – 5.3. lentelėje.

5.3. Komunikacijos socialiniame tinkle „Facebook“ rezultatai

	2018 m.	2017 m.	Pokytis
Pasiektų vartotojų skaičius	13,2 mln.	5,8 mln.	+140 proc.
Reklamos parodymų skaičius	46,6 mln.	8,7 mln.	+435,6 proc.
Sekėjų skaičius	32 110	20 469	+56,9 proc.
Įrašų skaičius	232	261	-11,1 proc.

Komunikacijos tinkle „Instagram“ rezultatai

Aktyvi komunikacija vyko ir „Instagram“ kanale. Šios komunikacijos rezultatas – dvigubai išaugęs sekėjų skaičius. „Go Vilnius“ įrašų įsitraukimo rodikliai viršija „Instagram“ bendrinius rezultatus, todėl Vilniaus miesto komunikacijos potencialas „Instagram“ kanale yra labai didelis ir svarbus siekiant į Vilnių pritraukti kuo daugiau turistų. Pasiekti rezultatai pateikti 5.4. lentelėje.

5.4. Komunikacijos „Instagram“ kanale rezultatai

	2018 m.	2017 m.	Pokytis
Pasiektų vartotojų skaičius	5,9 mln.	163,5 tūkst.	+3 514 proc.
Vidutinis įrašo pasiektų vartotojų rodiklis	55,86 proc.	40,87 proc.	+36,68 proc.
Reklamos parodymų skaičius	7 mln.	361,4 tūkst.	+1 826 proc.

Sekėjų skaičius	7,3 tūkst.	3,7 tūkst.	+197,3 proc.
Įrašų skaičius	223	266	-15,85 proc.
Vidutinis įrašo įsitraukimo rodiklis	6,92 proc.	7,10 proc.	-2,54 proc.
Vidutinis pasiektos auditorijos įsitraukimo rodiklis	12,32 proc.	17,02 proc.	-27,63 proc.
Įrašų, pažymėtų „patinka“, skaičius	69,9 tūkst.	44,3 tūkst.	+57,7 proc.
Komentarų skaičius įrašuose	981	327	+200 proc.

Komunikacijos tinkle „LinkedIn“ rezultatai

„Go Vilnius“ socialiniame tinkle „LinkedIn“ vykdė komunikaciją, kuri buvo skirta tikslinių sektorių verslo atstovams bei tikslinių profesijų užsienio talentams pristatant jiems Vilniaus investicinę aplinką, darbo ir gyvenimo Vilniaus mieste privalumus ir išskirtinumus, Vilniaus pasiekimus, užfiksuotus įvairiuose reitinguose, informaciją apie migracijos procesus ne ES šalių gyventojams, startuolius, darbo skelbimus užsieniečiams ir pan. Pasiiekti rezultatai – 5.5. lentelėje.

5.5. Komunikacijos socialiniame tinkle „LinkedIn“ rezultatai

	2018 m.	2017 m.	Pokytis
Įrašų ir reklamos parodymų skaičius	287 564	185 810	+54,8 proc.
Sekėjų skaičius	1 089	600	+81,5 proc.
Vidutinis nuorodos paspaudimo rodiklis	1,55 proc.	0,59 proc.	+162,7 proc.
Įsitraukimo rodiklis	2,65 proc.	-	-

Skaitmeninės rinkodaros kampanija „Guess & Win“

2018 m. sausio mėn. buvo įgyvendinta „Guess & Win“ kampanija, skirta informacijai apie Lietuvos šimtmetį viešinti tarptautinėse rinkose. Kampanijos ašis – konkursas, kurio pagrindinis prizas – kelionė dviems asmenims į Vilnių vasario 16–18 d. Kampanijai buvo sukurtas interaktyvus žaidimas, kuriame pateiktos Vilniaus 1900–1930 metų laikotarpio nuotraukos kartu su kitų Europos miestų maždaug to paties laikotarpio nuotraukomis. Žaidimo tikslas – atpažinti, kuriose nuotraukose yra Vilnius. Teisingai atspėjus visas nuotraukas (iš viso buvo pateiktos trys), dalyvis galėjo registruotis dalyvauti konkurse.

Kampanijos komunikacija vyko sausio 19–30 dienomis socialiniuose tinkluose („Facebook“, „Instagram“) bei internetinėje reklamos platformoje „Google“. Kampanijos tikslinė auditorija buvo potencialūs turistai iš Vokietijos, Jungtinės Karalystės, Lenkijos ir Latvijos.

Kampanijos metu buvo pasiekti šie rezultatai:

- socialiniuose tinkluose buvo pasiekta daugiau nei 400 tūkst. vartotojų, reklama parodyta daugiau nei 602 tūkst. kartų;
- reklama internetinėje platformoje „Google“ buvo parodyta daugiau nei 430 tūkst. kartų;
- konkurse dalyvavo (žaidė žaidimą bei teisingai nurodė Vilniaus nuotraukas ir pateikė registraciją) daugiau nei 2 500 dalyvių iš 80 šalių;
- kelionę į Vilnių laimėjo ir Vilniuje apsilankė du amerikiečiai iš Londono.

Kalėdų komunikacija socialiniuose tinkluose

Kalėdų komunikacija socialiniuose tinkluose „Facebook“ ir „Instagram“ prasidėjo spalio 22 d. ir tęsėsi iki pat metų galo. Komunikacijos metu buvo pasiekti beveik 5 mln. vartotojų iš tikslinių rinkų: Jungtinės Karalystės, Vokietijos, Italijos, Lenkijos ir Latvijos. Vidutinis vartotojų įsitraukimo rodiklis (angl. *Engagement rate*) siekė – 4,7 proc. (vidutinis įsitraukimo rodiklis 2018 m. viešbučių ir kurortų srityje buvo 0,21 proc.).

Kalėdų komunikacijos ašis – kalėdinis savaitgalis Vilniuje. Vilnių aplankiusiems svečiams buvo rekomenduoti viešbučiai apsistoti, restoranai pasimėgauti kulinarinėmis patirtimis, įvairios veiklos ir užsiėmimai smagiam laikui praleisti.

Kalėdų komunikacijos sėkmingiausias įrašas minėtuose socialiniuose tinkluose – Kalėdų eglės nuotraukos, kurios pasiekė daugiau nei 1,2 mln. vartotojų.

Priedai

- 1 priedas. 2018 m. sgentūros veiklos rodikliai ir jų vykdymo rezultatai
- 2 priedas. Laisvalaikio turizmo skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas
- 3 priedas. Konferencijų turizmo skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas
- 4 priedas. Vilniaus miesto konkurencingumo augimo veiksmų plano įgyvendinimas
- 5 priedas. Vilniaus žinomumo ir patrauklumo užsienyje augimo plano įgyvendinimas
- 6 priedas. Dešimtukas šalių, iš kurių 2018 metais Vilniuje apgyvendinta daugiausia turistų
- 7 priedas. Dešimtukas šalių, iš kurių Vilniaus TIC 2018 m. sulaukta daugiausia lankytojų
- 8 priedas. Individualūs pažintiniai turai renginių organizatoriams
- 9 priedas. Publikacijų užsienio žiniasklaidoje pavyzdžiai
- 10 priedas. Žurnalistų ir tinklaraštininkų, viešėjusių Vilniuje, publikacijų pavyzdžiai

1 priedas. 2018 m. agentūros veiklos rodikliai ir jų vykdymo rezultatai

Eil. nr.	Strateginis tikslas	KPI pavadinimas	KPI matavnt.	2017 m. bazė	KPI planinė reikšmė	Pasiektas KPI
1	Vilniaus miesto konkurencin-gumo augimas	Investuotojų pasitenkinimo lygio Vilniumi augimas	Proc.	6,46	5	5,7
2	Atvykstamojo turizmo skatini-mas	Turistų skai-čiaus mieste au-gimas	Proc.	1 070 736	6	12,15
3	Konferencijų turizmo skatini-mas	Tarptautinių renginių skai-čiaus augimas	Proc.	465	7	31
4	Vilniaus vardo žinomumo ir patrauklumo tikslinėse rin-kose augimas	Vilniaus vardo žinomumo ir patrauklumo tikslinėse rin-kose augimas	Proc.	Didžioji Britanija – 36 proc.; Vokietija – 51 proc.; Lenkija – 96 proc.	5	Didžioji Britanija – 5,6; Vokietija – 2,0; (Lenkija – 3,1. (

2 priedas. Laisvalaikio turizmo skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas

Eil. nr.	Programa/projektas	Mato vnt.	Planuota s rezultata s	Pasiektas rezultatas
1	TURIZMO PRODUKTŲ PLĖTRA			
	Svetainės vilnius-tourism.lt atnaujinimas	Atnaujintų svetainių skaičius	1	0 (atnaujinimas yra susietas su kitomis svetainėmis ir persikėlė į 2019 m.)
		Lankytojų skaičiaus augimas, proc.	0	62,56 proc.
	Turizmo maršrutų sukūrimas, informacijos apie juos spausdinimas, skaitmenizacija, pristatymas	Maršrutų skaičius	3	3
	„Vilnius City Card“ programos atnaujinimas	Parduotų kortelių skaičiaus augimas, proc.	10	-11,4
		Turinio ir vertės atnaujinimas	0	1
	Gastronominio turizmo vystymas	„White Guide“ reitinguotų restoranų skaičius	0	4
	Turizmo iniciatyvų palaikymas (geros kavos žemėlapis ir stoties rajono žemėlapis)	Iniciatyvų skaičius	0	2
	Gidų rengimo ir gidų kvalifikacijos kėlimo kursų organizavimas	Dalyvių skaičius	90	90
2	TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS TURISTAMS (B2C)			
	Vilniaus turizmo išteklių ir paslaugų pristatymas tarptautinėse turizmo parodose	Parodų vertinimo indeksas (kompleksinis rodiklis)	Ne mažiau nei 3	5,68
	TIC oro uoste atnaujinimas	Atnaujintų TIC skaičius	1	1
3	TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS TURIZMO INDUSTRIJOS ATSTOVAMS (B2B)			
	Individualių pažintinių turų užsienio operatoriams ir agentams organizavimas	Dalyvių skaičius	10	14
	Vilniaus išteklių ir paslaugų pristatymas užsienio turizmo profesionalų renginiuose	Užklausų skaičius	30	39

4	TURIZMO RINKOS TYRIMŲ ATLIKIMAS			
	Tyrimų, kurių metu nustatytas atvykusių turistų pasitenkinimo Vilniaus turizmo produktais lygis bei potencialių turistų keliavimo įpročiai, atlikimas	Tyrimų skaičius	2	2
5	PROGINIŲ TURIZMO AKCIJŲ ORGANIZAVIMAS			
	Turizmo dienos, milijoninio turisto pasitikimo ir kt. akcijų organizavimas	Renginių skaičius	3	3
	Turizmo savanorių programos įgyvendinimas	Savanoriavimo valandų skaičius	900	1 108
	Geresnių turistinių patirčių inicijavimas	Inicijuotų esminių pagerinimų skaičius	0	6

Pastabos.

1. Čia ir toliau – stulpelyje „Planuojamas rezultatas“ yra rašomi nuliai („0“), jeigu ši veikla / projektas nebuvo įtrauktas į agentūros planą.

3 priedas. Konferencijų turizmo skatinimo veiksmų plano įgyvendinimas

Eil. nr.	Programa / projektas	Matavimo vnt.	Planuotas rezultatas	Pasiektas rezultatas
1	KONFERENCIJŲ TURIZMO PRODUKTO PLĖTRA			
	Svetainės vilnius-convention.lt atnaujinimas.	Svetainė, sk.	1	0 (atnaujinimas yra susietas su kitomis svetainėmis ir persikėlė į 2019 m.)
	Konferencijoms siūlomų produktų ir paslaugų pristatymas kataloguose, leidiniuose, svetainėje. Sukurtų produktų viešinimas, siekiant pristatyti Vilnių kaip patrauklią vietą tarptautiniams renginiams	Priemonė, sk.	2	2
	Mokymų konferencijų turizmo verslo atstovams, norint auginti konferencijų turizmo sektoriaus dalyvių kompetenciją, siekiant sektoriaus plėtros, organizavimas	Renginys, sk.	2	2
2	KONFERENCIJŲ TURIZMO IŠTEKLIŲ PRISTATYMAS KONFERENCIJŲ TURIZMO INDUSTRIJOS ATSTOVAMS (B2B)			
	Pažintinių turų po Vilnių užsienio renginių organizatoriams, siekiant pritraukti į Vilnių tarptautinius renginius, organizavimas. Organizuoti individualūs ir grupiniai turai	Įmonės (individualus turas), sk. /dalyviai (grupinis turas), sk.	4/40	7/72
	CONVENE 2018 – didžiausio Baltijos šalyse konferencijų turizmo renginio – organizavimas	Užklausos („hot leads“), sk.	10	23
	Dalyvavimas užsienio turizmo parodose, skirtose konferencijų profesionalams, siekiant pritraukti tarptautinius renginius į Vilnių	Užklausos („hot leads“), sk.	30	34
3	PRISTATYMAS SPECIALIZUOTUOSE KONFERENCIJŲ TURIZMO ŠALTINIuose	Priemonės, sk.	1	4
4	TARPTAUTINIŲ RENGINIŲ PRITRAUKIMAS IR PALAIKYMAS			

	Tarptautinių renginių pritraukimas	Pateiktos paraiškos, sk.	0	54
	Bendradarbiavimas ir tarptautinių renginių organizatorių Vilniuje palaikymas	Renginys, sk.	40	105
5	RINKOS ANALIZĖS ATLIKIMAS	Tyrimas, sk.	1	0

4 priedas. Vilniaus miesto konkurencingumo augimo veiksmų plano įgyvendinimas

Eil. nr.	Programa/projektas	Mato vnt.	Planuotas rezultatas	Pasiektas rezultatas
1	INVESTUOTOJŲ PERSIKELIMAS (ANGL. RELOCATION)			
	Investuotojų persikėlimo paslaugos schemos sukūrimas ir vykdymas	Procedūra, sk.	1	1
	Investuotojų VIP atstovų persikėlimo paslaugos standartų parengimas ir vykdymas	Procedūra, sk.	1	0
2	INVESTUOTOJŲ APTARNAVIMAS (ANGL. AFTER CARE)			
	Aptarnavimo paslaugos schemos sukūrimas ir vykdymas	Procedūra, sk./ aptarnautos įmonės, sk.	1/70	1/40
	Dalomosios medžiagos sukūrimas	Priemonė, sk.	1	1
	Renginių, skirtingų industrijų atstovams, organizavimas	Renginys, sk.	2	2
3	TALENTŲ PERSIKELIMAS (ANGL. RELOCATION)			
	Atvykimo į Vilnių interaktyvaus gido sukūrimas (skaitmeninis sprendimas, aiškiai ir patraukliai pristatantis visus atvykimo į Vilnių etapus) bei jo aktyvi komunikacija	Priemonė, sk.	1	1
	Vilniaus pristatymų užsienio renginiuose organizavimas	Renginys, sk.	2	2
4	TALENTŲ APTARNAVIMAS (ANGL. AFTER CARE)			
	Talentų užklausų atlikimas	Užklausos, sk.	0	34
	„Workshop for Talent“ – reguliarių pristatymų renginių – neseniai į Vilnių gyventi ir dirbti atvykusiems užsieniečiams organizavimas	Renginys, sk.	12	4
	Viešųjų ir privačių paslaugų užsieniečiams gido sukūrimas, siekiant pristatyti gyvenimo Vilniuje privalumus	Priemonė, sk.	1	0
5	NEKILNOJAMOJO TURTO (NT) IR INFRASTRUKTŪROS PROJEKTŲ ĮGYVENDINIMAS			
	Vilniaus NT apžvalgos, siekiant pristatyti investicijoms tinkamas vietas Vilniuje, interaktyvaus žemėlapių ir leidinio pavidalu parengimas	Priemonė, sk.	1	0
	Vilniaus NT objektų pristatymas MIPI 2018 parodoje	Užklausos apie pristatytus objektus, sk.	20	5

	Pramonės parkų teisinės bazės paruošimas, siekiant įsteigti pramonės parkus Vilniuje	Įsteigtas pramonės parkas, sk. / įgyvendintos PP steigimo sąlygos, sk.	1/2	1/2
	Pilotinių „Smart City“ projektų inicijavimas, siekiant pritraukti į Vilnių kūrėjus ir skatinti inovacijas mieste	Projektas, sk.	2	0
6	KONKURENCINGUMO VERTINIMO IR SKATINIMO PROJEKTŲ ĮGYVENDINIMAS			
	Verslo aplinkos apžvalgos parengimas. Informacinių paketų skirtingų industrijų atstovams sukūrimas ir platinimas, siekiant atskleisti investavimo Vilniuje privalumus	Priemonė, sk.	3	1
	Vilniaus atsiradimo tarptautiniuose reitinguose inicijavimas, siekiant didinti Vilniaus konkurencingumą	Reitingas	2	2
	Vilniaus konkurencingumo, lyginant Vilnių su kitomis sostinėmis, skaičiavimas, siekiant įvertinti Vilniaus privalumus ir trūkumus konkurencinėje aplinkoje. Atlikus skaičiavimą bus numatytos tolimesnės veiklos kryptys bei matuojama Vilniaus konkurencingumo pažanga	Tyrimas, sk.	1	1
	Naktinės ekonomikos potencialo Vilniuje tyrimo atlikimas	Tyrimas, sk.	1	1
	Tarptautinės gerosios praktikos konferencijos surengimas Vilniuje (SCALE rėmuose). Konferencija pasitarnaus siekiant Vilniuje suburti startuolių bendruomenę ir prisidėti prie to, kad miestas būtų pozicionuojamas kaip patraukli vieta kitų šalių startuoliams	Renginys, sk.	1	0
	Susisiekimo oro transportu gerinimas, inicijuojant naujas ir tobulinant esamas kryptis	Kryptis, sk.	2	2

5 priedas. Vilniaus žinomumo ir patrauklumo užsienyje augimo plano įgyvendinimas

Eil. nr.	Programa/projektas	Mato vnt.	Planuotas rezultatas	Pasiektas rezultatas
1	SKAITMENINĖ KOMUNIKACIJA			
	Socialinių tinklų palaikymas (turinio kūrimas ir sklaida):			
	„Facebook“ socialinis tinklas	Pasiektos auditorijos augimas, proc.	30	+240
	„Instagram“ socialinis tinklas	Pasiektos auditorijos augimas, proc.	30	+3 514
	„LinkedIn“ socialinis tinklas	Pasiektos auditorijos augimas, proc.	30	+154,8
	Svetainės govilnius.lt palaikymas	Lankytojų skaičiaus augimas, proc.	0	+489,8
2	ŽURNALISTŲ IR TINKLARAŠTININKŲ VIZITAI	Publikacijų skaičiaus augimas, proc.	20	+214
3	KOMUNIKACIJA – VIEŠŲJŲ RYŠIŲ AKCIJOS	Publikacijų skaičius užsienio žiniasklaidoje augimas, proc.	20	+125
4	ĮVAIZDŽIO PROJEKTAI			
	Įvaizdinio leidinio, reprezentuojančio Vilnių turistams, talentams ir investuotojams, paruošimas ir platinimas	Priemonių skaičius	1	1
	Reklamos kampanijos, organizuotos kartu su partnerė – tarptautine turizmo platforma, įgyvendinimas	Nakvynių skaičiaus (kampanijos metu vykdomose rinkose) augimas, proc.	+50	+9,2
	Reklamos kampanijos, veikiančios kartu su partnerė – aviakompanija, įgyvendinimas	Keleivių skaičiaus (kampanijos metu vykdomose rinkose) augimas, proc.	+20	0 (kampanija nebuvo vykdoma)
		Publikacijų skaičius	0	1 122

	Reklamos kampanijos, didinančios Vilniaus žinomumą, įgyvendinimas	užsienio žiniasklaidoje		
		Pasiekta auditorija – žmonių skaičius	0	986 mln.
	ES finansuojamo rinkodaros projekto įgyvendinimas	Projektų skaičius	1	1
5	VERSLO IR TALENTŲ PRITRAUKIMO RINKODAROS KAMPANIJA			
	„Workation in Vilnius“ projekto, kurio metu buvo kviečiami prioritetinių verslo sektorių įmonių darbuotojai „išbandyti“ Vilnių dirbant ir pramogaujant, įgyvendinimas. Projektas skirtas pristatyti Vilniaus patrauklumą investuotojams ir talentams	Dalyvaujančių užsienio kompanijų skaičius	2	3
6	RINKOS ANALIZĖ			
	Vilniaus žinomumo tyrimo tikslinėse rinkose atlikimas. Nuoseklus žinomumo matavimas leis identifikuoti Vilniaus žinomumą, jo dinamiką tikslinėse rinkose bei parinkti tinkamas priemones žinomumui didinti	Tyrimo ataskaitų skaičius	1	1

6 priedas. Dešimtukas šalių, iš kurių 2018 metais Vilniuje apgyvendinta daugiausia turistų

1. Baltarusija – 102 915 (-14,96 proc., lyginant su 2017 m.);
2. Vokietija – 101 999 (+37,81 proc.);
3. Lenkija – 99 386 (+11,91 proc.);
4. Rusija – 90 388 (+10,59 proc.);
5. Latvija – 61 829 (+8,00 proc.);
6. Jungtinė Karalystė – 53 714 (+20,54 proc.);
7. Ukraina – 50 266 (+11,34 proc.);
8. JAV – 33 827 (+12,71 proc.);
9. Italija – 31 029 (+10,14 proc.);
10. Ispanija – 27 917 (+1,75 proc.).

7 priedas. Dešimtukas šalių, iš kurių Vilniaus TIC 2018 m. sulaukta daugiausia lankytojų

1. Vokietija – 11 061 (-8,45 proc. lyginant su 2017 m.);
2. Rusija – 9 412 (-15,35 proc.);
3. Lenkija – 8 865 (-5,14 proc.);
4. Ispanija – 6 597 (+3,17 proc.);
5. Prancūzija – 6 465 (+14 proc.);
6. Didžioji Britanija – 6 434 (+26,95 proc.);
7. Baltarusija – 4 463 (+2,39 proc.);
8. Italija – 3 824 (-3,12 proc.);
9. JAV – 3 643 (+1,48 proc.);
10. Ukraina – 2 488 (+36,48 proc.).

8 priedas. Individualūs pažintiniai turai renginių organizatoriams

Eil. nr.	Data	Klientas	Potencialus renginys / tema	Potencialaus renginio metai	Rezultatas
1.	2018 05 01-03	Profesionali konferencijų organizavimo įmonė „Global Conference Partners“ (Nyderlandai)	„Euroconference on Clinical Cell Analysis“ / medicina (500 dalyvių)	2020 m.	Patvirtintas renginys
2.	2018 10 22-24	„Global Conference Partners“ ir „European Society on Clinical Cell Analysis“ valdyba (Nyderlandai)	„Euroconference on Clinical Cell Analysis“ / medicina (500 dalyvių)	2020 m.	Patvirtintas renginys
3.	2018 05 13	„PDA Europe – Parental Drug Association“	„PDA Universe of Pre-filled Syringes and Injection Devices“ / farmacija (850 dalyvių)	2020 m.	Nepatvirtintas renginys
			„Workshop“ (100 dalyvių)	2019 m.	Patvirtintas renginys
4.	2018 06 07	Profesionali konferencijų organizavimo įmonė „Congrex Switzerland“ (Šveicarija)	„GoldSchmidt Conference“ / geochemija (3000 dalyvių)	2023 m.	Nepatvirtintas renginys
5.	2018 08 09-10	Profesionali konferencijų organizavimo įmonė „Integrity Events“ (JK)	„Annual Meeting of the European Society of Coloproctology“ / medicina (2000 dalyvių)	2020 m.	Procese
6.	2018 08 09	Privati įmonė „C. R. BARD“ (JK)	Kasmetinis įmonės seminaras / medicinos įranga (450 dalyvių)	2019 m.	Nepatvirtintas renginys
7.	2018 10 23-25	„European College of Sport Science“ (Vokietija)	„Annual Congress of European College of Sport Science“ / sporto inovacijos (2000 dalyvių)	2022 m.	Procese
8.	2018 12 05-06	„European Patent Office“ (Austrija)	„Patent Information Conference“ / teisė (400 dalyvių)	2019 m.	Procese

9 priedas. Publikacijų užsienio žiniasklaidoje pavyzdžiai

„USA Today“:

<https://eu.usatoday.com/story/travel/2018/12/03/25-stunning-christmas-lights-around-the-world/38665927/>

„New York Post“:

<https://nypost.com/2018/11/16/the-9-most-magical-christmas-cities-in-europe/>

„Focus“:

https://www.focus.de/reisen/reise-news/litauen-alles-gute-zum-hundertsten-litauen-feiert-seine-unabhaengigkeit_id_8521124.html

„Stern“:

https://www.stern.de/kultur/vilnius-diese-event-highlights-im-sommer-warten-hier-7991460.html?utm_campaign=kultur&utm_medium=rssfeed&utm_source=standard

„Vatican News“:

<https://www.vaticannews.va/pt/igreja/news/2018-09/viagem-apostolica-lituania-jesu-misericordia-3d.html>

Catholic.net:

<http://es.catholic.net/op/articulos/71250/divina-misericordia-de-vilna.html#modal>

„Daily Mail“:

<https://www.dailymail.co.uk/wires/ap/article-6346841/Lithuania-marks-female-suffrage-crossing-lights.html>

„Radio France International“:

<http://en.rfi.fr/wire/20181220-lithuania-wraps-tree-plastic-protest-christmas-consumerism>

10 priedas. Žurnalistų ir tinklaraštininkų, viešėjusių Vilniuje, publikacijų pavyzdžiai

Jungtinės Karalystės vieni populiariausių leidinių „The Independent“, „The Sun“:

<https://www.independent.co.uk/travel/48-hours-in/vilnius-lithuania-best-restaurants-hotels-bars-things-to-do-city-guide-a8444581.html>

<https://www.thesun.co.uk/travel/7652352/vilnius-weekend-getaway-lithuania/>

Didieji Lenkijos naujienų portalai „Onet“, „Gazeta Wyborcza“, „Wirtualna Polska“:

<https://podroze.onet.pl/gdzie-na-weekend/wilno-atrakcje-co-zobaczyc-przewodnik/emf9h93>

http://podroze.gazeta.pl/podroze/56,114158,23757608,lonely-planet-wybralo-wilno-jednym-z-najlepszych-kierunkow-w.html?utm_source=facebook.com&utm_medium=SM&utm_campaign=FB_Gazeta

<https://turystyka.wp.pl/wino-leje-sie-strumieniami-muzyka-gra-jarmark-w-wilnie-czeka-6328480796522113a>

<https://turystyka.wp.pl/kobiec-y-weekend-pelen-smakow-nowa-sztuka-i-telefon-od-mickiewicza-6329544188536449a>

Lenkijos kelionių tinklaraštis:

<https://wesolowski.co/2018/07/15/wilno-stolica-litwy/>

<https://wesolowski.co/2018/07/22/wilno-przewodnik/>

Prancūzijos televizijos kanalas TF1:

<https://www.lci.fr/loisirs/week-end-a-vilnius-2087138.html>

Vokietijos kelionių portalas:

<https://www.travellers-insight.com/vilnius/>

Vokietijos italų bendruomenės portalas:

<https://berlinocacioepemagazine.com/10-cose-da-fare-a-vilnius-citta-perfetta-per-passare-un-bel-weekend/>

<https://berlinocacioepemagazine.com/tutti-hanno-il-diritto-di-essere-felici-e-la-splendida-costituzione-di-uzupis-la-repubblica-degli-artisti-di-vilnius/>

Populiarūs „Instagram“ puslapiai:

Jungtinė Karalystė:

<https://www.instagram.com/p/Br0tulGHI-x/>

Lenkija:

<https://www.instagram.com/p/Bk4SRK4A3-K/>

<https://www.instagram.com/p/Bk5UA4fBRe/>