

METINĖ VEIKLOS ATASKAITA 2025



TURINYS

TURINYS	2
1. BENDROJI INFORMACIJA.....	4
1.1 VEIKLOS SRITYS IR TIKSLAI	5
1.2 VALDYMAS IR STRUKTŪRA.....	5
1.3 VEIKLOS FINANSAVIMAS	5
1.4 2025 M. VEIKLOS SANTRAUKA	7
2. VERSLO PLĖTROS SKATINIMAS	8
2.1 ANALITIKA, KONSULTACIJOS IR ATSTOVAVIMAS	8
Dalyvavimas regioniniuose ir nacionaliniuose renginiuose	9
Bendradarbiavimas su partneriais ir individualios konsultacijos verslui.....	9
Švietimo, talentų ugdymo ir inžinerijos matomumo stiprinimas.....	9
Talentų pritraukimas, mokslas ir aukštos pridėtinės vertės ekonomika	10
Darbo grupės	10
2.2 PROFESINIS ORIENTAVIMAS IR TALENTŲ PRITRAUKIMAS	10
Projektas „Inžinerija – Panevėžio DNR“.....	10
ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: studentų dienos	10
Darbdavio įvaizdžio formavimo kompetencijų stiprinimas Panevėžio įmonėse.....	11
Projektas „HEIDI“	11
Projektas „MAGNET“	12
2.3 INFRASTRUKTŪROS ĮVEIKLINIMAS	12
Investicijoms tinkamos infrastruktūros inventorizacija	12
Panevėžio regiono laisvosios ekonominės zonos vystymas.....	13
Panevėžio viešųjų erdvių pritaikymas verslui	13
2.4 INOVACIJŲ PLĖTRA	13
ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: profesionalų dienos	13
Projektas „PPI4Cities“.....	14
3. TURIZMO PLĖTROS SKATINIMAS	14
3.1 ANALITIKA IR KONSULTACIJOS	14
Turizmo plėtra, infrastruktūra ir miesto įvaizdis	14
Tarptautinis bendradarbiavimas ir turizmo politika.....	15
Kultūrinių, edukacinių ir bendruomeninių iniciatyvų plėtra	15
Industrinis paveldas ir jo įveiklinimas turizmui	15

Darbo grupės	16
3.2 TURIZMO PRODUKTAI	16
Panevėžio cukraus fabriko atvėrimas kultūrai	16
Atvira Panevėžio istorinių nuotraukų galerija	16
Gatvės meno iniciatyva „Panevėžys. Kaip mes“	17
Teminiai kompleksiniai pasiūlymai	17
ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: gastronomicinis maršrutas.....	18
3.3 RENGINIAI IR EKSKURSIJOS	18
Pasivaikščiavimai „Panevėžys. Kaip mes!“	18
ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: kultūrinė programa	18
„IKI ėjimo varžybos“	19
Europos paveldo dienos 2025.....	19
Lietuvos gastronomijos savaitė 2025	19
Šeimadieniai Panevėžio rajone.....	19
3.4 LEIDINIAI	20
Panevėžio miesto ir Panevėžio rajono žemėlapių atnaujinimas	20
Panevėžio miesto reprezentacinis leidinys	20
Turizmo skirtukų atnaujinimas	20
3.5 TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS	20
4 ĮVAIZDŽIO GERINIMAS IR ŽINOMUMO DIDINIMAS	21
4.1 BENDRADARBIAVIMO IR ĮTRAUKTIES INICIATYVOS	21
Iniciatyva „Bendradarbiaujantis Panevėžys“	21
4.2 STRATEGINIAI RENGINIAI.....	22
ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS	22
4.3 RINKODAROS IR KOMUNIKACIJOS KAMPANIJOS	23
Investicinio patrauklumo komunikacijos kampanija	23
„Panevėžys. Kaip mes!“	23
4.4 KOMUNIKACIJOS SISTEMA IR SKLAIDA	24
Panevėžio miesto vizualinis identitetas.....	24
Žiniasklaida	24
Infoturas žurnalistams ir kelionių organizatoriams.....	25
Socialiniai tinklai.....	25
Panevėžio rajono savivaldybės socialinių tinklų priežiūra	25
Interneto svetainės	25
Panevėžio miesto nuotraukų bankas	25

Renginių platforma.....	26
5 APIBENDRINTA INFORMACIJA APIE VEIKLĄ ATASKAITINIŲ LAIKOTARPIU	27
6 APIBENDRINTA INFORMACIJA APIE PLANUOJAMĄ VEIKLĄ ATEINANČIAIS FINANSINIAIS METAIS.....	31

1. BENDROJI INFORMACIJA

1.1 VEIKLOS SRITYS IR TIKSLAI

VšĮ Panevėžio plėtros agentūra (toliau – Agentūra) veiklą organizuoja remdamasi 2024 m. gruodžio 30 d. visuotinio dalininkų susirinkimo sprendimu patvirtintais įstaigos įstatais. Įstatuose numatytos įstaigos veiklos tikslas – didinti Panevėžio miesto, rajono ir regiono konkurencingumą, sudarant sąlygas verslo ir turizmo plėtrai bei kuriant patrauklų Panevėžio įvaizdį. Įstaigos veiklos sritys: verslo sąlygų Panevėžio mieste, rajone ir regione gerinimas, investicinio patrauklumo didinimas bei verslo ir investicijų plėtros skatinimas, sąlygų vietinio ir atvykstantojo turizmo plėtrai Panevėžio mieste, rajone ir regione gerinimas bei šios veiklos skatinimas, Panevėžio miesto, rajono ir regiono įvaizdžio gerinimas ir žinomumo didinimas.

1.2 VALDYMAS IR STRUKTŪRA

Aukščiausiasis Agentūros organas – visuotinis dalininkų susirinkimas. Agentūra 2025 m. turėjo du dalininkus: Panevėžio miesto savivaldybę (teises ir pareigas įgyvendina Panevėžio miesto savivaldybės taryba, kodas 111116199, įnašo dydis – 434,43 Eur) ir Panevėžio rajono savivaldybę (teises ir pareigas įgyvendina Panevėžio rajono savivaldybės taryba, kodas 111116231, įnašo dydis – 144,81 Eur). Lyginant su ankstesniais metais, įnašų dydžiai nepasikeitė.

Agentūros vienasmenis valdymo organas – Agentūros vadovas. Agentūros direktoriaus pareigas nuo 2021 metų liepos 28 d. eina Monika Miniotaitė. Neskaitant direktoriaus, ataskaitinio laikotarpio pabaigoje (2025 m. gruodžio 31 d.) Agentūros komandą sudarė 13 darbuotojų, iš kurių vienas buvo vaiko priežiūros atostogose. Visi Agentūros darbuotojai yra tiesiogiai pavaldūs direktoriui.

1.3 VEIKLOS FINANSAVIMAS

2025 m. Agentūros pagrindinės veiklos pajamos siekė 522 088,18 Eur. Iš jų finansavimo pajamos iš savivaldybių biudžetų – 325 867,24 Eur, iš Europos Sąjungos struktūrinių fondų – 56 373,06 Eur, pagrindinės veiklos kitos pajamos – 139 847,88 Eur. Agentūros pagrindinės veiklos sąnaudos siekė 504 936,91 Eur.

Vadovaujamas pareigas einančių asmenų atlyginimas per ataskaitinius metus (Eur)*:

Eil. Nr.	Pareigų (pareigybės) pavadinimas	Bazinis atlyginimas	Priemokos	Priedai	Premijos	Kitos išmokos**	Iš viso
		1	2	3	4	5	6 = 1 + 2 + 3 + 4 + 5
1	Direktorius	39482,53				9440,54	48923,07

* Nurodomos sumos, neatskaičius mokesčių.

** Kitos išmokos: atostoginiai – 4134,53 Eur, darbo užmokestis už darbą Europos Sąjungos finansuojamame projekte – 5306,01 Eur.

Ataskaitiniais metais Agentūros sudaryti sandoriai su susijusiomis šalimis*:

Eil. Nr.	Sandorio šalis					Sandorio objektas	Suma, Eur**
	Pavadinimas	Kodas	Registras	Adresas	Santykių pobūdis		
	Panevėžio rajono savivaldybės administracija	188774594	VĮ Registrų centras	Vasario 16-osios g. 27, 35185 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 1 p.	Paslaugos teikimo sutartis	11 070
	Panevėžio miesto savivaldybės administracija	288724610	VĮ Registrų centras	Laisvės a. 20, 35200 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 1 p.	Panevėžio miesto savivaldybės verslo plėtros sąlygų gerinimo projekto finansavimo sutartis	750 000
	Panevėžio regiono plėtros taryba	305693732	VĮ Registrų centras	Respublikos g. 38, LT-35173 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 6 p.	Panevėžio regiono plėtros tarybos veiklos tikslus įgyvendinančios iniciatyvos, finansuojamos Panevėžio regiono plėtros tarybos dalyvių stojamųjų įnašų ir dalyvių mokesčių lėšomis, sutartis	6 000
	Panevėžio rajono savivaldybės administracija	188774594	VĮ Registrų centras	Vasario 16-osios g. 27, 35185 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 1 p.	Turizmo informacijos paslaugos teikimo sutartis	41 280
	Panevėžio rajono savivaldybės administracija	188774594	VĮ Registrų centras	Vasario 16-osios g. 27, 35185 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 1 p.	Paslaugos teikimo sutartis	14 500
	UAB Aukštaitijos vandenys	147104754	VĮ Registrų centras	Velžio kel. 13, Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 6 p.	Paramos teikimo sutartis	450
	AB	147248313	VĮ	Senamiesči	Viešojo	Paramos	450

	Panevėžio energija		Registru centras	o g. 113, LT-35115 Panevėžys	sektorius atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 6 p.	sutartis	
	Panevėžio miesto savivaldybės administracija	288724610	VĮ Registru centras	Laisvės a. 20, 35200 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 1 p.	Paslaugų teikimo sutartis	3 305
	Panevėžio miesto savivaldybės administracija	288724610	VĮ Registru centras	Laisvės a. 20, 35200 Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 1 p.	Nemokamos turizmo informacijos teikimo paslaugos	74 280
	BĮ Stasio Eidrigevičiaus menų centras	304929400	VĮ Registru centras	Respublikos g. 40, Panevėžys	Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalies 6 p.	Nuomos sutartis	400
* Vadovaujantis Viešojo sektoriaus atskaitomybės įstatymo 2 straipsnio 14 dalimi							
** Suma nurodyta be PVM.							

Sudaryti reikšmingi sandoriai per ataskaitinius metus*:

Eil. Nr.	Sandorio šalis				Sandorio objektas	Suma, Eur**
	Pavadinimas	Kodas	Registras	Adresas		
1.	Panevėžio rajono savivaldybės administracija	188774594	VĮ Registru centras	a Vasario 16-osios g. 27, 35185 Panevėžys	Turizmo informacijos paslaugos teikimo sutartis	41 280
2.	Panevėžio miesto savivaldybės administracija	288724610	VĮ Registru centras	Laisvės a. 20, 35200 Panevėžys	Nemokamos turizmo informacijos teikimo paslaugos	74 280
* Sandoriai, kurių vertė viršija vieną dvidešimtą turto vertės.						
** Suma nurodyta be PVM.						

1.4 2025 M. VEIKLOS SANTRAUKA

2025 metais Agentūra veikė pagal patvirtintą veiklos planą, kryptingai stiprindama tris pagrindines prioritetas – verslo plėtrą ir investicinę aplinką, turizmo konkurencingumą bei miesto įvaizdžio stiprinimą. Lygiagrečiai buvo plėtojamas horizontalus prioritetas – tarpsektorinio bendradarbiavimo skatinimas, telkiant verslo, švietimo, kultūros, viešojo sektoriaus ir bendruomenės atstovus bendriems miesto plėtros sprendimams.

Didžiausias ir kompleksiškiausias Agentūros projektas – jau trečius metus organizuotas ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS – apjungė visas tris strategines kryptis: verslą, turizmą ir miesto įvaizdį. Renginio metu surengta daugiau nei 100 ekskursijų į pramonės įmones, organizuotos studentų dienos (13 mokymo įstaigų, 342 dalyviai), profesionalų

dienos, kultūrinė ir gastronomicinė programa. Projektas tapo praktiniu tarpsektorinio bendradarbiavimo modeliu, stiprinančiu miesto, kaip modernaus, atviro ir inovatyvaus pramonės centro, pozicionavimą nacionaliniu mastu.

Verslo plėtros srityje Agentūra vykdė „vienos stotelės“ funkciją, teikė 35 konsultacijas verslui, stiprino ryšius su nacionalinėmis investicijų skatinimo institucijomis ir aktyviai dalyvavo regioniniuose bei nacionaliniuose forumuose. 2025 metais pirmą kartą reikšmingas dėmesys skirtas investicinei infrastruktūrai – pradėta sisteminga potencialių teritorijų analizė, atnaujinti investiciniai duomenys ir aktyviai įsitraukta į strateginius sprendimus dėl naujosios Panevėžio regiono laisvosios ekonominės zonos vystymo. Įsitraukimas į šiuos procesus žymi Agentūros vaidmens stiprėjimą sprendžiant ilgalaikius, struktūrinius miesto konkurencingumo klausimus.

Nuosekliai stiprinta talentų ugdymo ir aukštos pridėtinės vertės ekonomikos kryptis. Tęstas projektas „Inžinerija – Panevėžio DNR“, kurio metu surengtos 53 veiklos, pritraukusios apie 2 050 dalyvių ir 30 partnerių, iš jų 20 verslo įmonių. Veiklos prisidėjo prie tvarios inžinerinių kompetencijų ekosistemos stiprinimo ir glaudesnio verslo bei švietimo bendradarbiavimo.

Turizmo plėtros srityje suteikta 31 ekspertinė konsultacija, aktyviai dirbta su infrastruktūros, maršrutų ir patirčių kūrimu. Įveiktos industrinio paveldo erdvės – atvertas Panevėžio cukraus fabriko administracinis pastatas su paroda „Arno FUNKcionalizmas“, įrengta atvira istorinių nuotraukų galerija ant buvusio konservų fabriko, įgyvendintos laikinosios instaliacijos senajame teatre. Sukurti nauji teminiai ir kompleksiniai turizmo pasiūlymai, integruojant industrinį, kultūrinį ir gastronomicinį paveldą. Turizmo informacijos centras aptarnavo 9 355 lankytojus, reikšmingai išaugus užsienio turistų srautui.

Įvaizdžio ir komunikacijos srityje nuosekliai plėtotas miesto prekės ženklas „Panevėžys. Kaip mes!“, integruojant jį į turizmo produktus, viešąsias erdves ir rinkodaros kampanijas. Vasaros laikotarpiu įgyvendinta miesto įvaizdžio kampanija bei teminių pasivaikščiojimų ciklas, stiprinęs emocinį miesto pasakojimą ir vietos bendruomenės įtrauktį.

Ataskaitiniais metais Agentūra taip pat įgyvendino tris tarptautinius projektus („HEIDI“, „MAGNET“, „PPI4Cities“), kurių metu bendradarbiauta su Europos partneriais, analizuotos skirtingų regionų praktikos ir perimtos Panevėžiui aktualios patirtys talentų pritraukimo, inovatyvių viešųjų pirkimų ir aukštos kvalifikacijos specialistų integracijos srityse. Ši tarptautinė dimensija stiprino Agentūros kompetencijas ir leido miestui integruotis į platesnius Europos bendradarbiavimo tinklus.

2025 m. Agentūra veikė kaip miesto ekosistemos koordinatorė – jungdama skirtingus sektorius, inicijuodama strateginius procesus ir kurdama sprendimus, stiprinančius Panevėžio konkurencingumą, patrauklumą ir žinomumą nacionaliniu bei tarptautiniu mastu.

2. VERSLO PLĖTROS SKATINIMAS

2.1 ANALITIKA, KONSULTACIJOS IR ATSTOVAVIMAS

Agentūra vykdo „vienos stotelės verslui ir apie verslą“ funkciją, užtikrindama aktualios informacijos apie verslo aplinką Panevėžyje surinkimą, sisteminimą ir sklaidą bei palaikydama ryšius tarp verslo, savivaldos, švietimo įstaigų ir nacionalinių institucijų.

Ataskaitiniais metais ši veikla apėmė tiek nuolatinį darbą su miesto verslu, tiek dalyvavimą regioniniuose ir nacionaliniuose renginiuose, kuriuose buvo aptariami verslo aplinkai ir investicijoms aktualūs klausimai. Per metus suteiktos 35 konsultacijos, apimančios atsakymus į individualias užklausas, pristatytus pranešimus renginiuose ir Panevėžio verslo aplinkos pristatymą įvairiuose renginiuose.

Dalyvavimas regioniniuose ir nacionaliniuose renginiuose

Per metus Agentūros atstovai dalyvavo renginiuose, skirtuose regionų konkurencingumui, investicijų planavimui, darbo rinkos tendencijoms ir verslo plėtrai aptarti, tarp jų – „Verslo ateities forumas“, „IQ Aukštaitija: Aukštaitijos verslas 2025“, „Necentrinių miestų forumas: Kūrybos ekonomika“, LINPRA organizuoti verslo pusryčiai Panevėžyje, susitikimai Panevėžio prekybos, pramonės ir amatų rūmuose. Šių renginių metu buvo palaikomi ir plėtojami ryšiai su verslo asociacijomis, finansų, švietimo ir viešojo sektoriaus atstovais, renkant informaciją apie verslui aktualius iššūkius, plėtros poreikius ir planuojamas investicijas.

Bendradarbiavimas su partneriais ir individualios konsultacijos verslui

Agentūra taip pat dalyvavo susitikimuose su nacionalinių institucijų ir organizacijų atstovais, kuriuose buvo aptariamos verslui svarbios temos, tokios kaip užsieniečių įdarbinimo sąlygos, administraciniai procesai, investicijų planavimas ir regionų konkurencingumas. Gauta informacija buvo naudojama konsultuojant miesto verslą, teikiant atsakymus į praktinius klausimus ir formuojant bendrą miesto situacijos supratimą.

Bendradarbiaujant su VŠĮ „Investuok Lietuvoje“, buvo organizuoti vizitai į Panevėžio įmones. Vizitų tikslas – pristatyti VŠĮ „Investuok Lietuvoje“ teikiamas paslaugas Lietuvos kapitalo įmonėms, informuoti apie nacionaliniu lygmeniu prieinamas investicijų skatinimo priemones, plėtros galimybes ir konsultacinę pagalbą. Vizitų metu buvo aptariami įmonių plėtros planai, aktualūs iššūkiai bei galimos bendradarbiavimo kryptys, užtikrinant, kad Panevėžio įmonės turėtų tiesioginę prieigą prie nacionalinių investicijų skatinimo instrumentų ir informacijos.

Taip pat Agentūra teikė individualias ir temines konsultacijas miesto įmonėms bei partneriams dėl verslo plėtros galimybių Panevėžyje, įsitraukimo į miesto iniciatyvas, bendradarbiavimo su švietimo ir kitomis institucijomis, taip pat dėl verslo aplinkos pokyčių. Konsultacijos buvo grindžiamos nuolat atnaujinama informacija, gaunama iš tiesioginių kontaktų su verslu ir dalyvavimo išoriniuose renginiuose.

Švietimo, talentų ugdymo ir inžinerijos matomumo stiprinimas

Agentūra suteikė konsultacijas viešojo sektoriaus bibliotekų projektų vadovams, aptariant iniciatyvą „The Europe Challenge 2025“, skirtą stiprinti inžinerijos matomumą, skatinti profesinį orientavimą ir sudominti mokinius technologijų ir inžinerijos kryptimis.

Skaitytas pranešimas konferencijoje „Panevėžys – mokykloms, mokyklos – Panevėžiui“, pristatant agentūros patirtį įgyvendinant projektą „Inžinerija – Panevėžio DNR“ ir kitas veiklas, stiprinančias švietimo ir verslo ryšį. Taip pat parengta reprezentacinė medžiaga miesto švietimo bendruomenės patirties mainų vizitui užsienyje.

Agentūra suteikė konsultaciją Panevėžio švietimo centrui dėl projekto „Pamokos matuojasi

Panevėžį 2025“ organizavimo, pasidalindama ankstesnių metų partnerystės su verslo įmonėmis patirtimi ir inicijuodama bendradarbiavimą tarp švietimo ir verslo sektorių.

Talentų pritraukimas, mokslas ir aukštos pridėtinės vertės ekonomika

Agentūra konsultavo programos „KURK Lietuvai“ dalyvę, pristatydamą Panevėžio regiono galimybes pritraukti aukštųjų technologijų investuotojus, aptariant LEZ steigimo ir valdymo aspektus, inžinerinės infrastruktūros aprėptį, vietos kompetencijų bazę ir viešojo sektoriaus koordinavimo praktiką.

Papildomai suteiktos konsultacijos asociacijoms „LithuanianBIO“ ir LITMEA, rengiant „Horizon Europe“ programos paraiškas ir vertinant Panevėžio regione veikiančių įmonių atitiktį programos reikalavimams.

Įgyvendinant iniciatyvą „Verslas – atviras mokslui“, teikta konsultacinė pagalba švietimo ir verslo organizacijoms, siekiant stiprinti ilgalaikį bendradarbiavimą, orientuotą į talentų išlaikymą mieste, mokymo kokybės gerinimą ir praktinio rengimo stiprinimą.

Darbo grupės

Dalyvauta Panevėžio miesto verslo tarybos, Panevėžio mokymo centro ir Panevėžio kolegijos tarybų veikloje.

2.2 PROFESINIS ORIENTAVIMAS IR TALENTŲ PRITRAUKIMAS

Ataskaitiniais metais buvo tęsiamos veiklos, skirtos stiprinti Panevėžio miesto palankią inžinerinių kompetencijų ugdymui ir plėtrai aplinką, palaikant nuoseklų bendradarbiavimą tarp verslo, švietimo institucijų ir savivaldos. Pagrindinis dėmesys buvo skiriamas tęstiniam, jau susiformavusiems veiklų formatams.

Projektas „Inžinerija – Panevėžio DNR“

2025 m. tęstas projekto „Inžinerija – Panevėžio DNR“ įgyvendinimas, nuosekliai stiprinant miesto kryptį inžinerinių ir technologinių kompetencijų augimo srityje. Projektas apėmė įvairias auditorijas – moksleivius, studentus, pedagogus, švietimo ekspertus ir verslo atstovus – ir buvo įgyvendinama bendradarbiaujant su miesto švietimo įstaigomis, verslo įmonėmis bei kitais suinteresuotais partneriais.

Projekto metu surengtos 53 veiklos, kuriose dalyvavo 2050 žmonių. Į jas įsitraukė 30 partnerių organizacijų, iš jų 20 – verslo įmonių. Veiklos buvo orientuotos į praktinį inžinerijos pažinimą, įvairių inžinerijos sričių pristatymą bei ryšio tarp švietimo sistemos ir vietos verslo stiprinimą. Dalis veiklų buvo skirta moksleivių profesiniam orientavimui, dalis – atviros visuomenei, siekiant populiarinti inžinerijos mokslą. Vienijanti renginio tema – robotika: šia tema organizuotas viešas atidarymo renginys Laisvės aikštėje, taip pat konkursas sukurti vaikščiavimo arba bėgimo maršrutą Panevėžio mieste.

Metų pabaigoje pradėtas iniciatyvinės grupės darbas 2026 m. projektui: kartu su partneriais įvertintos ankstesnių metų patirtys, aptartos naujos teminės kryptys, tikslinės grupės bei partnerių vaidmenys.

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: studentų dienos

Organizuojant ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALĮ tęstas darbas su studentams ir profesinių mokyklų mokiniams skirtomis dienomis, orientuotomis į aukštųjų mokyklų studentų bei profesinių mokyklų mokinių supažindinimą su Panevėžio miesto ir rajono pramonės įmonėmis bei karjeros galimybėmis regione. Studentų dienos buvo organizuojamos bendradarbiaujant su aukštojo mokslo ir profesinio mokymo institucijomis bei vietos verslo įmonėmis, siekiant sudaryti sąlygas studentams realioje aplinkoje susipažinti su gamybos procesais, technologijomis ir darbo specifika.

Studentai ir profesinių mokyklų mokiniai lankėsi įmonėse „Adax“, „Arginta Engineering“, „Aukštaitijos vandenys“, „Devold“, „Forge LT Engineering“, „Gikniaus Kaukas“, „HARJU ELEKTER“, „IKI Lietuva“, „Lietkabelis“, „Panevėžio aruodas“, „Panevėžio stiklas“, „Schmitz Cargobull Baltic“, ir „Stigma“, kur buvo pristatyta įmonių veikla, gamybos procesai, praktikos galimybės bei karjeros perspektyvos.

Iš viso 2025 m. studentų dienose dalyvavo 13 mokymo įstaigų, 342 studentai ir profesinių mokyklų mokiniai, duris atvėrė 13 Panevėžio miesto ir rajono pramonės įmonių. Agentūra koordinavo ryšį tarp švietimo ir verslo sektorių, derino dalyvių srautus, konsultavo įmones dėl veiklų formų ir dalyvių įsitraukimo.

Darbdavio įvaizdžio formavimo kompetencijų stiprinimas Panevėžio įmonėse

Buvo organizuotas darbdavio įvaizdžio formavimo ir komunikacijos strategijos kūrimo mokymų ciklas Panevėžio miesto ir rajono įmonėms, kurį vedė lektorė Justė Gvazdaitytė. Rugsėjo mėnesį įvyko dvi mokymų sesijos, kurių metu įmonių atstovams buvo pristatyti darbdavio įvaizdžio formavimo pagrindai, aptartos tikslinių auditorijų identifikavimo, komunikacijos kanalų pasirinkimo ir nuoseklios darbdavio žinutės formavimo temos. Mokymai buvo orientuoti į praktinį žinių pritaikymą ir įmonių pasirengimą kryptingai komunikuoti apie darbo aplinką bei karjeros galimybes Panevėžyje. Mokymuose dalyvavo 20 Panevėžio verslo ir švietimo įstaigų atstovų.

Lapkričio mėnesį įvyko trečioji mokymų ciklo sesija, kurios metu buvo gilinamasi į įmonių ambadorystės temą – aptarta, kaip kurti darbdavio įvaizdį per vidinę komunikaciją, skatinti darbuotojų įsitraukimą ir derinti asmeninę darbuotojų komunikaciją su įmonės prekės ženklu. Nuotoliniame susitikime dalyvavo 13 Panevėžio miesto įmonių ir švietimo įstaigų atstovų. Taip pat buvo aptartos įmonių patirtys taikant rugsėjo mėnesį vykusių mokymų metu įgytas žinias ir suteiktos individualios konsultacijos pagal konkrečius organizacijų poreikius.

Projektas „HEIDI“

Tęsiant Erasmus+ programos projekto HEIDI veiklas, agentūra kartu su tarptautiniais partneriais bendradarbiavo vystant skaitmeninę platformą, skirtą padėti aukštos kvalifikacijos migrantams gauti karjeros konsultavimo paslaugas, įsivertinti konkrečiai pozicijai reikalingus įgūdžius, jų turimą praktinę patirtį, kvalifikaciją ir gauti skaitmeninį sertifikatą. Išsamiai susipažinta su aukštos kvalifikacijos profesijų pripažinimo praktikomis Lietuvoje bei kitose ES šalyse. Taip pat buvo plečiamas bendradarbiavimo tinklas su migrantų integracijos, užimtumo ir švietimo srityje dirbančiais ekspertais Lietuvoje ir partnerių valstybėse.

Spalio mėn. Panevėžyje organizuotas projekto partnerių vizitas, kurio metu pristatyta miesto patirtis ir diskutuota apie aukštos kvalifikacijos imigrantų integracijos praktinius aspektus vietos lygmeniu.

Projektas „MAGNET“

Ataskaitiniais metais Agentūra pradėjo įgyvendinti Interreg Europe programos projektą MAGNET, skirtą stiprinti regionų gebėjimus pritraukti ir išlaikyti talentus bei investicijas, taikant ekosisteminių požiūrį į šių procesų valdymą.

Remdamasi partnerių parengta metodika, Agentūra įsivertino Panevėžio talentų ir investicijų pritraukimo praktikas, identifikavo ekosistemos dalyvius, pagrindinius jos elementus, taikomus procesus ir tobulintinas sritis. Mokantis iš kitų Europos partnerių patirčių, buvo analizuojami skirtingi ekosistemos veikimo modeliai ES mastu ir vertinama jų pritaikymo galimybė Panevėžio kontekste. Suformuota regioninė suinteresuotųjų šalių grupė, į kurią įtraukti verslo, savivaldos ir švietimo atstovai.

Agentūros atstovai spalį dalyvavo pirmajame projekto partnerių susitikime Reggio Emilia mieste Italijoje. Vizito metu buvo pristatyta Agentūros patirtis talentų ir investicijų pritraukimo srityje, susipažinta su kitų partnerių įgyvendinamomis iniciatyvomis bei planuojamais projektais. Taip pat aptarti projekto valdymo, finansų, komunikacijos ir metodologijos klausimai bei suderinti tolesni projekto įgyvendinimo veiksmai.

Agentūra taip pat vykdė bendros projekto komunikacijos koordinatoriaus funkciją. Ataskaitiniu laikotarpiu parengta projekto komunikacijos strategija, sukurti pagrindiniai informacijos sklaidos įrankiai ir formatai, užtikrintas nuoseklus partnerių informacijos teikimo koordinavimas. Šios veiklos prisidėjo prie Agentūros kompetencijų stiprinimo tarptautinių projektų komunikacijos planavimo ir įgyvendinimo srityje.

Papildomai kompetencijos šioje srityje buvo gilinamos dalyvaujant Interreg Europe programos seminare, vykusiame Lilyje, Prancūzijoje. Seminaro metu susipažinta su tarptautinių projektų viešinimo ir matomumo užtikrinimo reikalavimais bei aptarti praktiniai komunikacijos planavimo ir įgyvendinimo sprendimai.

2.3 INFRASTRUKTŪROS ĮVEIKLINIMAS

Investicijoms tinkamos infrastruktūros inventorizacija

Įgyvendinant šią iniciatyvą buvo vykdoma išsami Panevėžio miesto ir priemiesčio teritorijų ir patalpų analizė, siekiant identifiikuoti vietas, kurios jau galėtų būti siūlomos investuotojams arba pritaikomos investicijoms ateityje. Analizė buvo atliekama pagal VŠĮ „Investuok Lietuvoje“ naudojamos duomenų bazės formas, siekiant užtikrinti, kad ji atitiktų nacionaliniu lygmeniu naudojamus investicinių pasiūlymų pateikimo formatus ir būtų efektyviai naudojama potencialių investuotojų paieškai. Agentūra palaikė tiesioginius kontaktus su privačių teritorijų ir pastatų savininkais, įskaitant buvusios „Ekranos“ gamyklos teritorijoje veikiančius valdytojus, aptariant galimybes jų valdomas patalpas įtraukti į investuotojams siūlomų objektų registrą.

Panevėžio regiono laisvosios ekonominės zonos vystymas

Agentūros atstovė įsitraukė į bendrą Panevėžio miesto ir rajono savivaldybių atstovų darbo grupę, skirtą naujos laisvosios ekonominės zonos (LEZ) vystymo klausimams ir LR Ekonomikos ir inovacijų ministerijos pateiktų siūlymų dėl reikalingų parengiamųjų darbų įgyvendinimui. Darbo grupėje buvo nagrinėjami veiksnių pasiskirstymo, LEZ investicinio projekto atnaujinimo, planavimo ir kiti su LEZ steigimu susiję klausimai, siekiant suderinti savivaldos lygmens veiksmus ir užtikrinti nuoseklų pasirengimą tolimesniems sprendimams.

Siekdama paspartinti procesus ir užtikrinti savalaikį įsipareigojimų ministerijai įgyvendinimą, Agentūra inicijavo Panevėžio pramonės teritorijų investicinio projekto urbanistinės dalies duomenų atnaujinimą – įsigijo šią paslaugą ir pradėjo koordinuoti jos įgyvendinimą, atliepant ministerijos pateiktas pastabas.

Metų eigoje taip pat buvo reguliariai konsultuojamasi su VšĮ „Investuok Lietuvoje“ atstovais, aptariant gerąsias kitų LEZ steigimo praktikas, steigimui aktualius teisinius reikalavimus ir kitus parengiamuosius darbus. Šie darbai buvo skirti užtikrinti, kad savivaldos lygmeniu svarstomi sprendimai būtų suderinti su nacionaline investicijų pritraukimo strategija ir atlieptų realius investuotojų lūkesčius.

Panevėžio viešųjų erdvių pritaikymas verslui

Ataskaitiniais metais, įsigaliojus teisės aktų pakeitimams dėl mažos taršos zonų steigimo didžiuosiuose miestuose, Panevėžio miesto savivaldybės iniciatyva Agentūra organizavo Respublikos gatvės atkarpoje (nuo Vasario 16-osios iki J. Urbšio g.) veikiančių verslų apklausą ir diskusijas. Agentūra inicijavo ir koordinavo susitikimus su šioje teritorijoje dirbančiais verslo atstovais, vykdė tikslinę apklausą, analizavo kitų miestų praktikas bei vertino galimus mažos taršos ar pėsčiųjų zonos įvedimo scenarijus, atsižvelgiant į jų poveikį verslo aplinkai.

Surinktos išvalgos buvo sistemos ir pateiktos Panevėžio miesto savivaldybei tolimesniam sprendimų priėmimui. Ši iniciatyva užtikrino konstruktyvų dialogą tarp savivaldos ir verslo bendruomenės, sudarė sąlygas įvertinti galimas rizikas bei galimybes ir tapo pagrindu tolesniam Respublikos gatvės pertvarkos planavimui, derinant jį su platesniais miesto centro vystymo projektais.

2.4 INOVACIJŲ PLĖTRA

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: profesionalų dienos

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIO metu buvo organizuotos profesionalų dienos, skirtos į projektą įsitraukusių pramonės įmonių darbuotojams bei kitų Panevėžio verslo įmonių ir viešųjų įstaigų atstovams. Profesionalai lankėsi šiose įmonėse: „ADAX“, „Aukštaitijos vandenys“, „Devold“, „Forge LT Engineering“, „Gikniaus „Kaukas““, „Panevėžio aruodas“, ir „Panevėžio energija“.

Kiekvienoje įmonėje buvo organizuoti specialiai konkrečios srities profesionalams skirti susitikimai ir ekskursijos, orientuoti į aktualias veiklos temas: įvykdytus ir planuojamus projektus, nuotekų valymo transformaciją, kokybės sistemą ir jos priežiūrą, veiklos efektyvumo didinimą, inovatyvių produktų gamybą, skaitmeninimą, KPI nustatymą ir skaidrumo užtikrinimą, taip pat šeimos verslo istoriją, atvedusią iki unikalių produktų kūrimo.

Susitikimų metu dalintasi gerąja patirtimi apie įmonių procesus, pristatyta vykdoma veikla ir konkrečios sprendimų praktikos, skatinant tarpusavio bendradarbiavimą ir stiprinant miesto verslo aplinką. Iš viso profesionalų dienos dalyvavo 85 dalyviai.

Projektas „PPI4Cities“

Tęsiant dalyvavimą Interreg Baltic Sea Region programos projekte „PPI4Cities“, buvo vykdomos veiklos, skirtos stiprinti viešojo sektoriaus gebėjimus taikyti inovatyvius viešuosius pirkimus ir testuoti skaitmeninius sprendimus. Organizuoti susitikimai ir renginiai, kuriuose pristatyti projekto metu sukurti įrankiai, plėstas su inovatyviais pirkimais suinteresuotų partnerių tinklas.

Bendradarbiaujant su projekto vadovaujančiu partneriu VšĮ Lietuvos inovacijų centru suburta savivaldybių ekspertų grupė ir surengti du regioniniai renginiai – Kupiškėje ir Klaipėdoje („Inovatyvūs viešieji pirkimai – galimybė ar būtinybė“). Renginiuose pristatyta PPI4Cities platforma, aptartos inovacijų identifikavimo ir taikymo galimybės viešuosiuose pirkimuose, pasidalinta gerąja praktika ir organizuotos GovTech Inovacijų akademijos dirbtuvės.

Ataskaitiniais metais taip pat parengta inovatyvių viešųjų pirkimų politikos apžvalga Lietuvoje, apimanti nacionalinius teisės aktus, strateginius dokumentus, sektorių patirtis ir GovTech iniciatyvas bei identifikuojanti pagrindinius taikymo iššūkius. Surinkta informacija integruota į Baltijos jūros regiono šalių apžvalgą ir panaudota formuojant rekomendacijas dėl teisinių barjerų mažinimo ir gerųjų praktikų plėtros.

Drauge su Panevėžio miesto savivaldybės atstovais dalyvauta dviejuose projekto partnerių susitikimuose – gegužę Alborge (Danija) ir lapkritį Rygoje (Latvija). Vizitų metu susipažinta su nacionalinėmis ir regioninėmis inovatyvių pirkimų praktikomis, viešojo sektoriaus ir verslo bendradarbiavimo modeliais bei inovatyviais sprendimais viešosioms paslaugoms gerinti.

3. TURIZMO PLĖTROS SKATINIMAS

3.1 ANALITIKA IR KONSULTACIJOS

Ataskaitiniais metais Agentūra vykdė nuoseklias analitines ir konsultacines veiklas, skirtas turizmo sektoriaus stiprinimui, miesto patrauklumo didinimui ir integruotam turizmo vystymui. Ekspertinės įžvalgos teiktos remiantis duomenų analize, sektoriaus tendencijomis bei kitų miestų gerąja praktika, aktyviai įsitraukiant į susitikimus, darbo grupes, projektines veiklas ir tarpinstitucinį bendradarbiavimą. Per metus suteikta 31 ekspertinė konsultacija.

Turizmo plėtra, infrastruktūra ir miesto įvaizdis

Buvo teikiamos konsultacijos dėl Panevėžio miesto, kaip turizmo traukos vietovės, pozicionavimo, komunikacijos sprendimų ir turistinių patirčių kūrimo. Teiktos konsultacijos nacionalinių ir regioninių renginių organizatoriams, tarp jų – „Stasys Museum“, „Walk15“ pėsčiųjų žygio organizatoriams, Panevėžio miesto turizmo ekosistemos atstovams, Panevėžio miesto visuomenės sveikatos biurui, Lietuvos skautų sąjungos bei skautų sambūrio organizatoriams. Aptarti maršrutų parinkimo, auditorijų segmentavimo, komunikacijos, leidimų, saugumo, infrastruktūros ir miesto erdvių įveiklinimo klausimai. Taip

pat prisidėta prie turizmo infrastruktūros gerinimo – dalyvauta Skaistakalnio parko informacinių stendų parengimo darbo grupėje bei teiktos ekspertinės įžvalgos dėl miesto orientavimo sistemos ir ženklinimo sprendimų tobulinimo.

Aktyviai bendradarbiauta su žiniasklaidos ir turinio kūrėjais – konsultuotos kelionių laidos „Orijaus GASTROLės“ ir TV laidos „Maisto kelias“ komandos, rengiant Panevėžio gastronomijos, tradicijų ir pramoninio paveldo temomis paremtus maršrutus bei filmavimo koncepcijas. Taip pat konsultuota „West Express“ kelionių agentūra dėl galimybės Panevėžyje organizuoti metinę konferenciją.

Tarptautinis bendradarbiavimas ir turizmo politika

Projektinės veiklos ir tarptautinio bendradarbiavimo srityje aktyviai dalyvauta Interreg Latvijos – Lietuvos bendradarbiavimo per sieną programos projekto „Sugrąžinta istorija“ („Reclaimed History“) partnerių susitikimuose Latvijoje, kurių metu aptarti tarpiniai rezultatai, bendrų turizmo maršrutų kūrimo galimybės ir dalyvauta teminėse diskusijose.

Konsultacijos ir diskusijos vyko ir su nacionaline turizmo skatinimo agentūra „Keliauk Lietuvoje“ – aptarti Lietuvos turizmo objektų vertinimo rezultatai Panevėžyje, dalyvauta dirbtuvėse „Kaip pritraukti keliautojus į regionus“, Nacionalinės turizmo informacinės sistemos (NTIS) ir E. turisto sistemos pristatymuose, teikti pasiūlymai dėl sistemų integravimo į Panevėžio turizmo pasiūlą.

Taip pat dalyvauta European Smart and Sustainable Tourism „Benidorm Destination Summit“ dirbtuvėse Benidorme (Ispanija), skirtose išmaniojo ir tvariojo turizmo temai, nagrinėjant kitų Europos miestų gerąsias praktikas.

Kultūrinių, edukacinių ir bendruomeninių iniciatyvų plėtra

Agentūra prisidėjo prie kultūrinių, edukacinių ir bendruomeninių iniciatyvų koncepcijų formavimo ir jų integravimo į miesto turizmo pasiūlą. Vyko susitikimai su Panevėžio miesto žydų bendruomene dėl žydų kultūros ir istorinio paveldo įveiklinimo turizmui, galimų maršrutų, edukacijų ir ekskursijų konceptų.

Konsultuotos švietimo ir kultūros institucijos – Panevėžio apskrities G. Petkevičaitės-Bitės viešoji biblioteka dėl gatvės meno iniciatyvų, Erasmus+ programos atstovai dėl tarptautinio gatvės meno projekto „Erasmus+ SIENA: įžiebšk pokytį“, „Artscape“ organizacija dėl projekto „Vedami“ įgyvendinimo Panevėžio moterų kalėjime.

Taip pat teiktos konsultacijos Panevėžio „Minties“ gimnazijos mokytojai dėl mokinių bendrovės produkto kūrimo, rinkodaros ir viešinimo, siejant jį su miesto sporto istorija.

Industrinis paveldas ir jo įveiklinimas turizmui

Konsultacijos vyko ir dėl Panevėžio industrinio paveldo įveiklinimo. Konsultuota UAB „HOMA group“ ir „Tower“ prekybos miestelio vystytojai dėl buvusio mėsos kombinato vandens bokšto pritaikymo turizmo ir kultūros reikmėms, rengti preliminarūs vertės pasiūlymai, aptarti infrastruktūros ir lankytojų pritraukimo sprendimai.

Bendradarbiauta su akademinė bendruomene – Varšuvos universiteto tyrėjais, nagrinėjant pramonės paveldo apsaugos, reprezentavimo ir transformacijos iššūkius. Organizuoti

pažintiniai turai, pristatyti Panevėžio pramoninio turizmo vystymo pavyzdžiai ir gerosios praktikos.

Darbo grupės

Dalyvauta Panevėžio kraštotyros muziejaus tarybos, Krekenavos regioninio parko produkto ženklų suteikimo komisijos veikloje.

3.2 TURIZMO PRODUKTAI

Panevėžio cukraus fabriko atvėrimas kultūrai

Ataskaitiniais metais buvusio Panevėžio cukraus fabriko administracinis pastatas buvo atvertas kultūrinei veiklai – jame įsikūrė paroda „Arno FUNKcionalizmas (1898–1957)“. Prieš tai atlikta vietos analizė, parengtas vertės pasiūlymas ir pasiektas sėkmingas susitarimas su pastato savininke UAB „Roquette Amilina“, sudaręs galimybę šiame objekte sukurti naują kultūrinį ir edukacinį traukos tašką Panevėžyje. Taip pat pradėtas glaudus bendradarbiavimas su Nacionaliniu M. K. Čiurlionio dailės muziejumi dėl parodos eksponavimo mieste.

Ekspozicija buvo papildyta ir Panevėžio miesto pramonės istoriją pristatančiais eksponatais, kuriuos surinko Agentūros darbuotojai – dalis jų buvo dovanoti buvusių pramonės įmonių darbuotojų bei miesto bendruomenės narių.

Parodos metu buvo organizuojamos srautinės ir užsakomosios ekskursijos bei sudaryta galimybė lankytojams objektą pažinti savarankiškai. Šios veiklos prisidėjo prie vietos architektūros ir kultūros paveldo pažinimo, stiprino miesto kultūrinį tapatumą ir pritraukė įvairias auditorijas. Per 2025 metus Panevėžio cukraus fabrike įvyko 36 srautinės ekskursijos, kuriose apsilankė 1577 lankytojai.

Šis buvusio Panevėžio cukraus fabriko atvėrimas ir jame įkurta paroda „Arno FUNKcionalizmas (1898–1957)“ buvo nominuota Keliuk Lietuvoje „Turizmo sėkmingiausiasieji 2025“ apdovanojimuose turizmo kategorijoje „2025 metų turizmo projektas Lietuvoje“.

Atvira Panevėžio istorinių nuotraukų galerija

Ataskaitiniais metais atvira Panevėžio istorinių nuotraukų galerija įrengta ant buvusio Panevėžio konservų fabriko pastato Kranto gatvėje. Atlikus vietos analizę, pasitarus su pastato savininkais, projekto partneriais bei Panevėžio miesto savivaldybės atstovais, ši erdvė buvo patvirtinta kaip prioritetinga ir tinkama vizualiniam bei kultūriniam miesto istorijos pristatymui viešojoje erdvėje.

Bendradarbiaujant su Panevėžio kraštotyros muziejumi, iš jo archyvų atrinktos 38 istorinės miesto nuotraukos, atspindinčios Panevėžio raidą ir pramoninę praeitį. Atrinkti vaizdai dideliu formatu atspausdinti ant specialių, įvairioms oro sąlygoms atsparių medžiagų ir įrengti ant pastato langų uždengimo plokščių. Taip sukurta visą parą veikianti atvira galerija, leidžianti miesto gyventojams ir svečiams pažinti Panevėžio istoriją viešojoje erdvėje.

Gatvės meno iniciatyva „Panevėžys. Kaip mes“

Laisvės aikštėje įgyvendinta gatvės meno iniciatyva „Panevėžys. Kaip mes“, skirta stiprinti miesto vizualinį identitetą ir didinti viešųjų erdvių patrauklumą. Projekto pradžioje atlikta prioritetinių miesto erdvių analizė, įvertinta jų architektūrinė ir urbanistinė situacija, pasirinkta strategiškai tinkamiausia vieta bei suderintos įgyvendinimo galimybės su pastato savininkais.

Bendradarbiaujant su vietos menininkais, suformuota kūrybinė užduotis, paremta nauju Panevėžio miesto pozicionavimu ir vizualiniu identitetu „Panevėžys. Kaip mes!“. Atrinkus Panevėžio miesto menininkę Jolitą Puleikytę, parengtas ir su savivaldybe suderintas piešinio konceptas, kuris įgyvendintas ant pastato Laisvės aikštėje 24 tunelio erdvėje.

Instaliacija senajame Panevėžio teatre

Ataskaitiniais metais įgyvendinta senojo Panevėžio teatro (Respublikos g. 77) laikino įveiklinimo iniciatyva, kurios metu pastatas apšviestas ir pritaikytas vizualinei instaliacijai Europos paveldų dienų proga rugsėjo mėnesį ir pakartotinai nuo gruodžio 1 d.

Parengta instaliacijos koncepcija atspindėjo pastato kultūrinę istoriją ir jo vaidmenį miesto gyvenime, taip pat buvo pritaikyta žiemos sezono šventiniam laikotarpiui. Surinkti ir atrinkti vizualiniai eksponatai integruoti į pastato vidines erdves, suplanuotas jų išdėstymas, parengta pateikimo struktūra. Bendradarbiaujant su šviesų menininku Gintaru Skumbinu suderinti techniniai sprendimai, apšvietimo spalvinė gama ir instaliacijos elementai, pritaikyti pastato architektūriniam kontekstui. Vidinėse erdvėse sukurti papildomi akcentai – įrengta istorinių nuotraukų ekspozicija, LED apšvietimu apipavidalintas pianinas, šventiniu laikotarpiu įžiebta kalėdinė eglutė.

Teminiai kompleksiniai pasiūlymai

Ataskaitiniais metais sukurta teminių vienos dienos kelionių paketų linija, skirta organizuotoms grupėms ir parengta kaip iš anksto suplanuoti, įsigyti galimi turizmo produktai. Paketai apjungia gido paslaugas, pažintines ir patyrimines veiklas, edukacinius elementus bei gastrominę patirtį, integruojant miesto industrinį, kultūrinį ir istorinį paveldą į vientisas programas.

„Po Panevėžį stiklo keliu“ – teminė pažintis su Panevėžio pramonės ir kūrybos istorija per stiklo industrijos ir meno prizmę. Programa apima apsilankymus stiklo gamybos įmonėje „Panevėžio stiklas“, stiklo apdirbimo ir dizaino įmonėje „Glassremis“, kūrybiškumo centre „Pragiedruliai“ bei pietus restorane „Vasaris“.

„Panevėžys – miestas ant bėgių“ – maršrutas, pristatantis miesto raidą per geležinkelio atsiradimo ir plėtros istoriją. Kelionės metu lankoma Panevėžio geležinkelio stotis, Aukštaitijos siaurojo geležinkelio stotis (su pažintine ir temine gastrominė programa) bei buvęs Panevėžio cukraus fabrikas. Maršrutas sujungia transporto infrastruktūros, industrinio paveldo ir kultūrinių patirčių objektus.

„Panevėžio moterys, kūrusios miestą“ – teminė ekskursija, kviečianti pažinti miestą per moterų, prisidėjusių prie Panevėžio kultūros ir visuomenės raidos, istorijas. Lankomi miesto simboliai ir objektai, tarp jų „Erasmus+“ siena „Įžiebk pokytį“, skulptūros „Besimaudanti“,

„Pramonė“, „Žemė–motina–taika“, taip pat Panevėžio Gabrielės Petkevičaitės-Bitės viešoji biblioteka, kurioje siūloma edukacinė veikla „Saulės mandaloje“.

Visi pasiūlymai parengti elektronine versija lietuvių kalba ir išplatinti kelionių agentūroms.

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: gastronomicinis maršrutas

Rugsėji įgyvendinta gastronomicinių patirčių iniciatyva, skirta papildyti ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALĮ. Projekto metu 8 miesto maitinimo įstaigos parengė specialius, pramonės istorijos įkvėptus meniu, kuriuose atsispindėjo miesto pramonės raidos elementai ir su maisto gamyba susijęs paveldas.

Iniciatyvoje dalyvavo restoranai „Vasaris“, „Akordai“, „Bazaar Bab“, „Bisas“, „Cordo.22“, desertinė „Red Velvet“ bei kavinės „Kavaliarius“ ir „Cosmos Lounge“. Projekto laikotarpiu šiose įstaigose lankytojams buvo siūlomi specialiai iniciatyvai sukurti patiekalai ir gėrimai.

Šios iniciatyvos metu buvo įgyvendintas gastronomicinis žaidimas-maršrutas. Jo dalyviams buvo parengtas specialus gastronomicinio maršruto lankstinukas, kuriame pažymėtos visos projekte dalyvaujančios maitinimo įstaigos. Lankytojai, apsilankę pasirinktose vietose ir paragavę specialiojo meniu patiekalų ar gėrimų, rinko tai patvirtinančius lipdukus. Surinkus ne mažiau kaip keturis lipdukus, dalyviai buvo kviečiami atvykti į Panevėžio turizmo informacijos centrą ir atsiimti prizą.

3.3 RENGINIAI IR EKSKURSIJOS

Pasivaikščiojimai „Panevėžys. Kaip mes!“

Ataskaitiniais metais buvo organizuotas teminių pasivaikščiojimų ciklas „Panevėžys. Kaip mes!“, kvietęs pažinti miestą per vietos gyventojų asmenines patirtis ir istorijas. Į veiklas įsitraukė skirtingų sričių atstovai – meno, kultūros, architektūros, sporto ir kitų bendruomenių nariai, kurie dalijosi savo santykiu su miestu ir jo erdvėmis.

Vasaros laikotarpiu kiekvieną šeštadienį buvo organizuojami nemokami 1–2 val. trukmės pasivaikščiojimai, kuriuos vedė vietiniai gyventojai jų pačių sudarytais maršrutais. Iš viso surengta 13 pasivaikščiojimų, kurių metu miestas pristatytas per vietos bendruomenės narių asmenines patirtis ir istorijas. Renginiai buvo pritaikyti ir žmonėms su judėjimo bei klausos negalia. Pasivaikščiojimuose dalyvavo 420 asmenų, iš jų 70 – atvykę iš kitų miestų.

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS: kultūrinė programa

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIO metu buvo įgyvendinta plati kultūrinių veiklų programa, skirta padėti renginio dalyviams atrasti santykį tarp pramonės ir miesto istorijos, architektūros bei meno. Surengtas žygis po miesto pramoninę dalį „Panevėžio pramonės milžinai“, ekskursijos ir STEAM edukacijos meno platformos „Iškrovos“ erdvėse buvusioje siuivykloje, kūrybiniai užsiėmimai keramikos dirbtuvėse „Midenė“, ekskursijos buvusiam Panevėžio cukraus fabriko administraciniame pastate. Į programą įtraukta ir UAB „Aukštaitijos vandenys“ požeminiame rezervuare surengta meninių instaliacijų paroda „Tekantys kūnai“. Renginio dalyviai taip pat buvo kviečiami apžiūrėti įmonės „Aurida Engineering Company“ teritorijoje pristatytą pirmąjį Panevėžyje pagamintą šarvuotį. Iš viso šiose kultūrinėse veiklose apsilankė 620 renginio dalyvių.

„IKI ėjimo varžybos“

Buvo prisidėta prie „IKI ėjimo varžybų“ organizavimo siekiant pritraukti aktyvaus laisvalaikio entuziastus iš visos Lietuvos ir stiprinti Panevėžio įvaizdį kaip patrauklios aktyvaus turizmo krypties miestą. Drauge su „Walk15“ komanda parengtas renginio planas, suderintas maršrutas, tarpininkauta rengiant reikalingą dokumentaciją leidimui gauti, identifiukuotos renginio vietos ir pagrindiniai partneriai. Renginio dieną daugiau nei 8500 dalyvių iš visos Lietuvos žingsniavo žaliosiomis miesto erdvėmis palei Nevėžio upę.

Europos paveldo dienos 2025

Buvo įgyvendinta „Europos paveldo dienų 2025“ renginių programa, kurios tema – „Architektūrinis paveldas: langas į praeitį, durys į ateitį“. Buvo remtasi parengtu ir patvirtintu architektūrinį paveldą turinčių pastatų sąrašu, kuris tapo programos formavimo pagrindu. Viena pagrindinių šios programos veiklų – profesorės Marijos Drėmaitės paskaita „Saldi pramonė: Panevėžio cukraus fabrikas ir architektas Arno Funkas“, kuri supažindino dalyvius su Panevėžio pramoniniu paveldu ir jo reikšme šiuolaikiniame miesto identitete.

Europos paveldo dienų metu taip pat buvo organizuotos nemokamos ekskursijos apie Respublikos ir Kranto gatvių istoriją, taip pat teminės ekskursijos „Pirmoji spaustuvė Panevėžyje“ ir „Juozo Miltinio gyvenimas ir teatras“. Šia proga senajame Panevėžio miesto teatre įgyvendinta meninė šviesų instaliacija bei surengtos edukacinės veiklos „Apie Panevėžį ir jo žmones“ ir „Šiandien aš – architektas/ė“.

Lietuvos gastronomijos savaitė 2025

Įsitraukta į nacionaliniu mastu organizuojamą renginių ciklą – Lietuvos gastronomijos savaitę 2025, kuri buvo inicijuojama ir koordinuojama Lietuvos vyriausiųjų virėjų ir konditerių asociacijos. Ši savaitė buvo skirta vietos kulinarinio paveldo pristatymui ir skirtingų miestų bei regionų iniciatyvų sujungimui. Panevėžyje šio ciklo metu pristatyta specialiai miestui parengta kultūrinė–gastronominė programa. Šios iniciatyvos metu Panevėžyje įgyvendinta teminė ekskursija, skirta miesto kultūrinio ir gastrominio paveldo sąsajoms su režisieriumi Juozu Miltiniu. Ekskursijos metu dalyviams pristatytos istorijos apie J. Miltinio kasdienius ritualus, gastrominius įpročius ir jo kurtas tradicijas, leidusios per asmenybės prizmę pažinti miesto kultūrinį kontekstą. Teminėje ekskursijoje dalyvavo 60 lankytojų.

Šeimadieniai Panevėžio rajone

Tris vasaros savaitgalius buvo organizuoti jau tradicija tapęs atvirų durų renginių ciklas „Šeimadieniai Panevėžio rajone“. Jo metu lankytojams nemokamai atverti Panevėžio rajono turistiniai objektai – Amatų rezidencija „Savos erdvės“, senasis Ramygalos malūnas, Mėnulio akmens parkas, Raguvos kino muziejus, Jurginų sodyba Tumagalyje, Naujamiesčio miestelis ir jo istorija, Angoros ožkų ūkis ir „Nausodės žirgai“. Visos „Šeimadienių“ metu vykusios ekskursijos ir edukacijos buvo nemokamos, o jose apsilankė 700 lankytojų.

Buvo vykdyta nuosekli komunikacija Agentūros socialiniuose tinkluose „Facebook“ ir „Instagram“, taip pat bendradarbiauta su nuomonės formuotoja Agne Kairiene, kuri savo paskyroje dalijosi informacija apie „Šeimadienius“.

3.4 LEIDINIAI

Panevėžio miesto ir Panevėžio rajono žemėlapių atnaujinimas

Pakitus turizmo informacijai (turizmo objektams, jų pavadinimams, aprašymams ir kt.), bendradarbiaujant su grafikos dizaineriais buvo parengtas atnaujintas Panevėžio miesto ir Panevėžio rajono turistinio žemėlapių tiražas lietuvių ir anglų kalbomis. Atlikus turinio ir dizaino korekcijas, užsakytas papildomas leidinių spausdinimas, o atnaujintos elektroninės žemėlapių versijos paskelbtos Agentūros interneto svetainėje.

Panevėžio miesto reprezentacinis leidinys

Buvo parengtas reprezentacinis Panevėžio turizmo leidinys, sukurtas remiantis bendru miesto vizualiniu identitetu, nustatyta turinio struktūra ir apibrėžtomis komunikacijos kryptimis. Leidinyje nuosekliai pristatyti Panevėžio miesto išskirtinimai, lankytini objektai, kultūros ir pramoninio paveldo akcentai, turizmo maršrutai bei skirtingoms tikslinėms auditorijoms pritaikytos patirtys. Tekstinis ir vaizdinis turinys parengtas naudojant profesionalią fotografiją, taikant vientisą dizaino sistemą ir aiškią pasakojimo struktūrą, taip užtikrinant leidinio reprezentatyvumą, informatyvumą ir nuoseklų informacijos pateikimą.

Leidiny bus naudojamas miesto reprezentacinėse veiklose – pristatant Panevėžį turizmo parodose, verslo susitikimuose, tarptautiniuose renginiuose, bendradarbiaujant su kelionių organizatoriais bei priimant oficialias delegacijas, taip pat kaip informacinė priemonė miesto svečiams.

Turizmo skirtukų atnaujinimas

Siekiant užtikrinti aktualią ir patogiai lankytojams pateikiamą turizmo informaciją, buvo atnaujinti teminiai Panevėžio miesto ir rajono turizmo leidiniai, parengti knygos skirtuko formatu. Šie informaciniai skirtukai – tai kompaktiški, teminiai siūlomų veiklų ir lankytinų objektų rinkiniai lietuvių ir anglų kalbomis: „Pažinkite pramoninį Panevėžį“ / „Discover industrial Panevėžys“, „Leiskitės į meno ir kultūros kelionę po Panevėžį“ / „Embark on a journey through the arts and culture of Panevėžys“, „Pažink Panevėžio rajoną!“ / „Get to know Panevėžys district!“.

Atnaujinant turinį buvo įtraukti nauji objektai, patikslinti pasikeitę pavadinimai, aprašymai, kontaktiniai duomenys ir kita aktuali informacija. Po turinio peržiūros ir atnaujinimo užsakyta papildoma leidinių tiražo gamyba.

3.5 TURIZMO INFORMACIJOS CENTRAS

Agentūra taip pat atlieka turizmo informacijos centro funkcijas ir turi teisę naudoti turizmo informacijos ženklą. Šiuo metu turizmo informacijos centras veikia „Stasys Museum“ patalpose ir visais sezonais teikia informaciją lankytojams antradieniais–sekmadieniais nuo 12.00 iki 17.00 val.

Ataskaitiniais metais turizmo informacija buvo suteikta 9 355 interesantams (2024 m. – 5 876). Daugiausia lankytojų buvo iš Lietuvos, užsieniečių – apie 954, daugiausia keliautojų iš Latvijos, Lenkijos, Jungtinių Amerikos Valstijų, Ukrainos, Estijos ir Vokietijos. Informacija keliautojams teikta telefonu, elektroniniu paštu bei atsakant į užklausas socialiniuose

tinkluose įvairiais turizmo klausimais: apie miesto lankytinas vietas, vykstančius renginius, maitinimo ir apgyvendinimo įstaigas bei kitas paslaugas. Taip pat buvo rengiami individualūs maršrutai norintiems lankytis Panevėžio mieste ir teikiama informacija apie ekskursijų galimybes bei gidų paslaugas.

Turizmo informacijos centre nemokamai platinama Panevėžio miesto ir Panevėžio rajono turizmo išteklius pristatanti medžiaga, įskaitant informacinius lankstinukus, miesto ir rajono turistinius žemėlapius, turizmo skirtukus bei kitus leidinius. Leidinių tiražas buvo nuolat peržiūrimas ir atnaujinamas, siekiant užtikrinti informacijos tikslumą ir aktualumą.

Plečiant turizmo informacijos pasiekiamumą ir sudarant galimybę kad miesto svečiams ją gauti bet kuriuo metu, taip pat ir Agentūros nedarbo valandomis, buvo palaikomas ir plečiamas turizmo informacijos taškų tinklas. Leidiniai buvo platinami šiose Panevėžio miesto ir rajono vietose: Panevėžio kūrybiškumo centre „Pragieduliai“, Panevėžio miesto dailės galerijoje, Panevėžio Kraštotyros muziejuje, A.G. Audickų dviračių muziejuje – kolekcijoje, viešbutyje „Romantic“, viešbutyje „Conviva“, viešbutyje „Verslo klasė“, hostelyje „Arthost“, Bistrampolio dvare, Vasaryje, Cukraus fabriko administraciniame pastate, Krekenavos regioninio parko lankytojų centre, CORDO.22, viešbutyje Via Baltica, viešbutyje „Pervaža“, Juozo Miltinio dramos teatre, Panevėžio teatre „Menas“, Panevėžio muzikiniame teatre, „Stasys Museum“, Panevėžio rajono savivaldybėje bei Panevėžio apskrities Gabrielės Petkevičaitės-Bitės viešojoje bibliotekoje. Taip pat leidiniai buvo platinami ir Latvijoje: Jūrmalos, Jelgavos, Ventspilio ir Bauskės turizmo informacijos centruose.

Agentūra pristatė Panevėžio miesto turizmo išteklius, naujausias sezono aktualijas, leidinius ir teminius pasiūlymus už miesto ribų vykusiuose masiniuose renginiuose, dalyvaudama su turizmo informacine medžiaga ir tiesiogiai bendraudama su renginių lankytojais. Panevėžio turizmo pasiūla gegužės 23–25 d. pristatyta Kauno miesto šventėje, liepos 25–27 d. – Klaipėdos miesto šventėje, rugpjūčio 2 d. – Biržų miesto šventėje, rugsėjo 12–13 d. – Šiaulių miesto šventėje.

4 ĮVAIZDŽIO GERINIMAS IR ŽINOMUMO DIDINIMAS

4.1 BENDRADARBIAVIMO IR ĮTRAUKTIES INICIATYVOS

Iniciatyva „Bendradarbiaujantis Panevėžys“

Ataskaitiniais metais Agentūra inicijavo ir pradėjo įgyvendinti tarpsektorinio bendradarbiavimo iniciatyvą „Bendradarbiaujantis Panevėžys“, kurios tikslas – kurti nuolatinę skirtingų sektorių dialogo ir bendrų sprendimų platformą miesto iššūkiams spręsti. Pirmojo veiklų ciklo metu Agentūra organizavo susitikimų ir dirbtuvių procesą, į kurį įsitraukė 30 viešojo, nevyriausybinių ir privataus sektorių atstovų. Moderuotų diskusijų metu buvo identifikuotos aktualios miesto problemos, išgrynintos prioritetinės kryptys ir suformuotos pilotinės iniciatyvos, orientuotos į miesto erdvių įveiklinimą, bendruomeniškumo stiprinimą bei įtraukties didinimą.

Agentūra veikė kaip proceso koordinatorė ir fasilitatorė – organizavo susitikimus, užtikrino dialogo struktūrą, telkė partnerius bei lydėjo idėjų vystymą iki praktinio įgyvendinimo. Pirmuoju apčiuopiamu rezultatu tapo bendradarbiaujant su Panevėžio teatru „Menas“,

Kūrybiškumo centru „Pragiedruliai“ ir bendruomene „Sankrova“ surengtas renginys, kuriame pristatyta „Pokalbių suoliuko“ idėja, skatinanti gyventojų tarpusavio bendravimą. Inicijatyvos įgyvendinimą papildė ekspertinė mentorystė, kurią teikė Ugnė Balčiūnaitė. Įvertinus pirmojo ciklo patirtį, sutarta tęsti iniciatyvą ir plėtoti ją kaip ilgalaikę miesto bendradarbiavimo platformą, stiprinančią tarpsektorinį dialogą ir gyventojų įtraukimą į miesto procesus.

4.2 STRATEGINIAI RENGINIAI

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS

Trečiąjį kartą Panevėžio mieste ir pirmą kartą rajone surengtas renginys ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS tapo vienu svarbiausių Panevėžio ekonominės krypties ir identiteto stiprinimo renginių. Per tris dienas renginyje apsilankė daugiau nei 2500 lankytojų iš visos Lietuvos.

Pagrindinė renginio dalis – daugiau nei 100 nemokamų pažintinių ekskursijų į veikiančias pramonės įmones. Projekte dalyvavo 17 (14 – Panevėžio miesto, 3 – Panevėžio rajono) pramonės įmonių, atvėrusių savo vidines gamybos erdves lankytojams: „Adax“, „Arginta Engineering“, „Aukštaitijos vandenys“, „Devold“, „Forge LT Engineering“, „Geld Baltic“, „Gikniaus Kaukas“, HARJU ELEKTER, „IKI Lietuva“, „Kalnapilio-Tauro grupė“, „Lietkabelis“, „Panevėžio aruodas“, „Panevėžio energija“, „Panevėžio stiklas“, „Schmitz Cargobull Baltic“, „Stigma“. Ekskursijų, kurias vedė patys įmonių darbuotojai, metu dalyviai susipažino su gamybos procesais, kuriamais produktais, diegiamomis technologijomis ir taikomais pažangiais sprendimais.

Renginį lydėjo specialios tikslinėms grupėms skirtos veiklos. Šalies aukštųjų mokyklų studentams ir profesinių mokyklų mokiniams organizuotos ekskursijos į gamybos įmones, pristatant karjeros ir praktikos galimybes (plačiau žr. [2.2 skyrių](#)). Taip pat vyko profesionalų dienos, skirtos įmonių darbuotojams, verslo ir viešojo sektoriaus atstovams, kurių metu stiprintas tarpusavio bendradarbiavimas ir dalijimasis gerąja praktika (plačiau žr. [2.4 skyrių](#)).

Pramonės tema renginyje buvo išplėsta į kultūros, industrinio paveldo ir kūrybinių veiklų lauką – organizuotos parodos, kūrybinės dirbtuvės, patyriminės veiklos bei gastracinė iniciatyva, į kurią įsitraukė 8 miesto maitinimo įstaigos (plačiau žr. [3.2](#) ir [3.3 skyrius](#)).

Renginio įgyvendinimui suburta 37 savanorių komanda. Prieš renginį jiems surengti dviejų dalių parengiamieji mokymai, užtikrinę sklandų ekskursijų ir kitų veiklų koordinavimą.

ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS buvo lydimas plataus masto nacionalinės komunikacijos kampanijos, kuri tapo reikšminga projekto dalimi ir svarbiu įrankiu stiprinant Panevėžio, kaip modernaus ir inovatyvaus pramonės centro, įvaizdį. Pagrindine informacijos platforma tapo atnaujinta svetainė www.atvirapramone.lt, kurioje buvo skelbiama visa renginio programa, įmonių pristatymai ir vykdoma registracija į ekskursijas. Socialiniuose tinkluose nuosekliai viešinta renginio koncepcija, registracijos pradžia, specialios ekskursijos, publikuotas vaizdo turinys, į komunikaciją įtraukti miesto atstovai. Vykdytos Meta ir Google reklamos kampanijos, renginys aktyviai pristatytas „Facebook“, „Instagram“ ir „LinkedIn“ platformose.

Renginio matomumui didinti pasitelkti ir nacionaliniai kanalai – parengti ir išplatinti

pranešimai spaudai, LRT tapo informaciniu partneriu, reklama transliuota televizijoje, radijuje ir portale LRT.LT. Taip pat naudota skaitmeninė lauko reklama didžiuosiuose Lietuvos miestuose, viešajame transporte bei prie įvažiavimų į Panevėžį. Kampanijos laikotarpiu bendra pasiekta auditorija siekė 5 444 000.

4.3 RINKODAROS IR KOMUNIKACIJOS KAMPANIJOS

Investicinio patrauklumo komunikacijos kampanija

Panevėžio miesto įvertinimas „Financial Times“ investicijų ekspertų padalinio „fDi Intelligence“ reitinge „Europos ateities miestai ir regionai 2025“ (angl. *European Cities and Regions of the Future 2025*) tapo pagrindu kryptingai investicinio įvaizdžio stiprinimo kampanijai. Mažųjų Europos miestų kategorijoje Panevėžys užėmė trečią vietą pagal užsienio investicijų strategiją ir penktą vietą pagal investicijų atsiperkamumą.

Šis pasiekimas buvo panaudotas pristatant miestą tiek užsienio investuotojams, tiek potencialiems gyventojams, formuojant Panevėžio, kaip miesto, kuriančio palankią aplinką verslo augimui, įvaizdį.

Atsižvelgiant į tarptautinį įvertinimą, įgyvendinta tikslinė rinkodaros ir komunikacijos kampanija, orientuota į investuotojų ir talentų pritraukimą. Žurnale „European Cities and Regions of the Future 2025“ publikuota reklama, pristatanti Panevėžį, su nuoroda į naują investuotojams skirtą leidinį „Panevėžys: Where manufacturing business goes to grow“. Taip pat išplatintas pranešimas spaudai o „Panevėžys NOW“ „Facebook“ paskyroje nuosekliai skelbta informacija apie pasiektus rezultatus ir miesto konkurencinius pranašumus.

„Panevėžys. Kaip mes!“

Tęsiant Panevėžio miesto prekės ženklo ir šūkio „Panevėžys. Kaip mes“ įgyvendinimą, ataskaitiniais metais vykdyta rinkodaros kampanija, skirta stiprinti miesto, kaip patrauklios vietos gyventi, kurti verslą ir profesinę karjerą, įvaizdį. Kampanijos tikslas – per autentiškas vietos žmonių istorijas pristatyti Panevėžį kaip šiuolaikišką, atvirą ir augimui palankų miestą.

Socialiniuose tinkluose publikuoti trumpi „reels“ formato vaizdo įrašai, kuriuos kūrė patys Panevėžio gyventojai – verslo, kultūros, sporto, švietimo ir kitų sričių atstovai. Savais žodžiais jie pristatė, kaip mato Panevėžį, kur dirba, kur leidžia laisvalaikį, kokios miesto vietos jiems artimiausios ir kokius privalumus jie išvelgia gyvendami šiame mieste. Tokiu būdu komunikacija buvo grindžiama realiomis patirtimis ir asmeniniu santykiu su miestu, stiprinant emocinį ryšį su auditorija.

Kampanijos metu veikė ir speciali interneto svetainė www.kaipmes.lt, kurioje buvo pateikiama informacija apie pasivaikščiojimų ciklą „Panevėžys. Kaip mes!“, kitus renginius, muziejus, parodas ir kitas miesto kultūros iniciatyvas. Interneto svetainė veikė kaip pagrindinis Panevėžio vasaros turizmo informacijos šaltinis, didinęs miesto matomumą ir skatinęs lankytojų srautus iš kitų miestų.

Socialinių tinklų platformose („Facebook“, „Instagram“) publikuoti 34 „reels“ vaizdo įrašai ir renginių įrašai, kurie pasiekė 484 457 vartotojus. Kampanijos vizualinis identitetas ir šūkis „Panevėžys. Kaip mes!“ tapo pagrindiniu komunikacijos akcentu, pabrėžusiu miesto autentiškumą ir unikalumą.

„BINGO! Surink patirtį Panevėžio rajone“

Siekiant formuoti Panevėžio rajono, kaip patrauklios kelionių krypties, įvaizdį, 2025 m. vasaros–rudens laikotarpiu įgyvendinama nuosekli turizmo rinkodaros kampanija, kurios pagrindą sudarė turistinis žaidimas. Žaidimas buvo skirtas skatinti turistų keliones Panevėžio rajone, didinti lankytinų objektų ir siūlomų patirčių žinomumą. Žaidimo tikslas – pasitelkiant pačių turistų užfiksuotas akimirkas skleisti žinią apie Panevėžio rajono turizmo galimybes. Dalyviai buvo kviečiami naudotis specialiai sukurtą knygos skirtuko pavidalo žaidimo skrajute – orientacine medžiaga su užduotimis, susietomis su konkrečiomis vietomis, veiklomis ir patirtimis Panevėžio rajone. Užduotys įgyvendinamos keliaujant, lankant objektus, dalyvaujant veiklose ir jas fiksuojant nuotraukose.

Rinkodaros kampanijos metu bendradarbiauta su nuomonės formuotoja Agne Kairiene, taip pat visa žaidimo eiga ir komunikacija vyko per Agentūros socialinius tinklus „Facebook“ ir „Instagram“. Per įgyvendintas komunikacijos priemones pasiekta bendra 705 tūkst. vartotojų auditorija, iš kurių 12 tūkst. pasiekta per viešinimą žiniasklaidos kanaluose, 650 tūkst. – per socialinių tinklų įrašus ir mokamas reklamas, o 43 tūkst. – per nuomonės formuotojo sukurtą turinį. Šia tema iš viso buvo parašyti 2 straipsniai, kuriais 3 kartus buvo pasidalinta vietinėje, 1 kartą – nacionalinėje žiniasklaidoje.

4.4 KOMUNIKACIJOS SISTEMA IR SKLAIDA

Panevėžio miesto vizualinis identitetas

Kelerius metus vykdytas Panevėžio miesto vizualinio identiteto kūrimo procesas ataskaitiniais metais buvo užbaigtas – galutinai patvirtintas miesto pozicionavimas ir jį iliustruojantis vizualinis identitetas su pilna naudojimo sistema – vizualinio identiteto stiliaus knyga, apibrėžiančia pagrindinius naudojimo principus, spalvinę gamą, tipografiją bei vizualinės komunikacijos gaires. Prekės ženklo kūrimas apėmė analitinį etapą, kūrybines diskusijas, miesto išskirtinumo ir pozicionavimo kryptių formavimą bei sprendimų derinimą specialiai sudarytoje darbo grupėje.

Ataskaitiniais metais patvirtinus identitetą, bendradarbiaujant su Panevėžio miesto savivaldybe buvo parengtas ir pradėtas įgyvendinti jo įveiklinimo planas. Surengti naujojo identiteto pristatymai savivaldybės tarybos nariams, administracijos darbuotojams, savivaldybei pavaldžių įstaigų vadovams ir komunikacijos specialistams, o vėliau – ir miesto bendruomenei. Naujas vizualinis identitetas integruotas į Agentūros komunikaciją, rinkodaros priemones, tapo pagrindu interneto svetainės bei kitų komunikacijos priemonių dizainui ir turiniui.

Žiniasklaida

Ataskaitiniais metais metais buvo inicijuotas 221 Agentūros ir Panevėžio paminėjimas žiniasklaidoje, iš kurių 76 pasirodė nacionaliniu mastu. Informacija apie įvairias Agentūros veiklas buvo publikuojama vietiniuose naujienų portaluose, įskaitant jp.lt, sekunde.lt, ir aina.lt Taip pat nacionaliniuose portaluose – delfi.lt, lrytas.lt, LRT.lt, 15min.lt, welovelithuania.lt, regionunaujienos.lt ir kt. Žinios apie Agentūros ir miesto iniciatyvas taip pat buvo skleidžiamos LRT televizijoje bei LRT Klasika radijo stotyje.

Infoturas žurnalistams ir kelionių organizatoriams

Rugsėjo 16–17 d. surengtas dviejų dienų pažintinis infoturas žurnalistams ir kelionių agentūrų atstovams, skirtas Panevėžio miesto ir rajono turizmo objektams ir patirtims pristatyti. Pirmąją dieną dalyviai lankėsi dvaruose, dalyvavo edukacinėse programose bei degustacijose. Antrąją dieną programoje buvo turizmo objektų, muziejų ir meninių erdvių lankymas bei susitikimai su vietos kūrėjais ir kultūros atstovais.

Infoture dalyvavo 17 žurnalistų ir kelionių agentūrų atstovų iš UAB „Kelionių laikas“, UAB „Vildora“, LRT radijo, „Keliaukim kartu“, Žurnalistų sąjungos, „Valstiečių laikraščio“, internetinio portalo „Mano kraštas“, leidinių „Namie ir sode“ ir „Žalioji pasaulis“, UAB „Etuna“, portalų „15min“, „Nesėdėk namuose“, „Noriu ir keliauju“ ir „Delfi“.

Socialiniai tinklai

Visus metus buvo vykdyta aktyvi komunikacija Agentūros socialiniuose tinkluose „Facebook“, „Instagram“, „LinkedIn“ ir „TikTok“.

Ataskaitinių metų pabaigoje Agentūros „Facebook“ paskyra „Panevėžys NOW“ turėjo 11 335 sekėjus, t. y. 34 proc. daugiau nei 2024 m, o „Facebook“ paskyra „Ką veikti Panevėžyje – mieste ir rajone“ turėjo 4 607 sekėjus. Per ataskaitinį laikotarpį „Facebook“ platformos paskyroje „Panevėžys NOW“ ir „Ką veikti Panevėžio mieste ir rajone?“ buvo paskelbti 373 įrašai, kurių bendra pasiekta auditorija siekė 2 082 892 vartotojus. „Instagram“ paskyroje (2025 m. pabaigoje – 2 679 sekėjai) per metus publikuotas 151 įrašas, pasiekęs 251 575 vartotojus. „LinkedIn“ kanale (2025 m. pabaigoje – 766 sekėjai) paskelbti 59 įrašai, kurie pasiekė 17 579 vartotojų auditoriją. „TikTok“ platformoje (2025 m. pabaigoje – 1 000 sekėjų) publikuoti 8 įrašai, pasiekę 69 054 vartotojus.

Panevėžio rajono savivaldybės socialinių tinklų priežiūra

Ataskaitiniais metais Agentūra teikė Panevėžio rajono savivaldybės socialinių tinklų paskyrų administravimo paslaugas. Buvo administruojamos socialinių tinklų „Facebook“ ir „Instagram“ paskyros. 2025 m. „Facebook“ paskyrą sekė 3 682 vartotojai. Per metus publikuoti 304 įrašai, o įrašų pasiekiamumas siekė 1 074 330. Socialiniame tinkle „Instagram“, kurį 2025 m. stebėjo 370 sekėjų, buvo viešinama informacija apie rajono lankytinus objektus ir paskelbti 38 įrašai, jais pasiekta 7 183 auditorija.

Interneto svetainės

Ataskaitiniu laikotarpiu įstaigos interneto svetainė sulaukė maždaug 78 tūkst. lankytojų. Svetainės turinys buvo aktyviai prižiūrimas – informacija reguliariai atnaujinama, o struktūra papildyta naujomis rubrikomis. Per metus tinklalapyje buvo patalpinta 111 pranešimų, iš kurių miesto skiltyje – 85, turizmo skiltyje – 37 ir verslo skiltyje – 93.

Viso ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIO metu buvo aktyviai naudojamosi specialiai tam sukurta interneto svetainė www.atvirapramone.lt, kurioje per 2025 m. apsilankė 24 144 vartotojai.

Panevėžio miesto nuotraukų bankas

Tęstas pirmojo nemokamo skaitmeninio Panevėžio nuotraukų banko vystymas. Šiuo metu

miesto nuotraukų banke, skirtame visuomenės poreikiams, iš viso sukauptos ir viešai prieinamos 456 Panevėžio nuotraukos. Ataskaitiniais metais nuotraukų banke buvo įkeltos 93 nuotraukos. Nuotraukų bankas pasiekiamas adresu <https://www.foto.panevezysnow.lt/>. Svetainėje ataskaitiniu laikotarpiu apsilankė 1 863 lankytojai.

Renginių platforma

Siekiant, kad tiek Panevėžį planuojantys aplankyti turistai, tiek miesto gyventojai lengvai ir patogiai rastų informaciją apie vykstančius renginius, ir toliau buvo administruojama internetinė renginių platforma www.renginiai.panevezysnow.lt. Per 2025 metus joje paskelbti 4 167 renginiai, o svetainėje apsilankė 80 861 lankytojas.

5 APIBENDRINTA INFORMACIJA APIE VEIKLĄ ATASKAITINIŲ LAIKOTARPIU

VšĮ Panevėžio plėtros agentūros tikslas – didinti Panevėžio miesto, rajono ir regiono konkurencingumą, sudarant sąlygas verslo ir turizmo plėtrai bei kuriant patrauklų Panevėžio įvaizdį			
Veiklos tikslai	Uždaviniai	Siekiant veiklos tikslų atlikti darbai	Siekiant veiklos tikslų pasiekti rezultatai
1. Verslo sąlygų Panevėžio mieste ir rajone gerinimas, investicinio patrauklumo didinimas bei verslo ir investicijų plėtros skatinimas	<ul style="list-style-type: none"> – Stiprinti „vienos stotelės verslui“ funkciją – Stiprinti profesinio orientavimo ir talentų pritraukimo sistemą – Įsitraukti į strateginių investicinės infrastruktūros sprendimų formavimą – Skatinti verslo bendradarbiavimą ir inovacijų plėtrą 	<ul style="list-style-type: none"> – Suteiktos 35 konsultacijos verslui, organizuoti susitikimai su nacionalinėmis institucijomis ir investicijų skatinimo organizacijomis. – Dalyvauta regioniniuose ir nacionaliniuose verslo forumuose, stiprintas institucinis atstovavimas. – Tęstas projektas „Inžinerija – Panevėžio DNR“. – Organizuotos studentų dienos ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIO metu. – Organizuoti darbdavio įvaizdžio stiprinimo mokymai įmonėms. – Vykdyta investicijoms tinkamos infrastruktūros inventorizacija. – Įsitraukta į Panevėžio regiono LEZ vystymo darbo grupę, inicijuotas investicinio projekto duomenų atnaujinimas. – Organizuotos profesionalų dienos. – Įgyvendintos tarptautinio inovatyvių viešųjų pirkimų skatinimo projekto „PPI4Cities“ veiklos. – Tęstos tarptautinių projektų „HEIDI“ ir „MAGNET“ veiklos. 	<ul style="list-style-type: none"> – Sustiprintas Agentūros vaidmuo kaip sąlygų verslo plėtrai ir investicijoms gerinimo koordinatorės, užtikrinant nuoseklų informacijos srautą tarp verslo, savivaldos ir nacionalinių institucijų bei veikiant kaip „vieno langelio“ principu grindžiama kontaktinė organizacija investuotojams ir vietos įmonėms. – Pagerintas miesto pasirengimas investicijoms – atnaujinti investiciniai teritorijų duomenys pagal nacionalinius standartus, sisteminta informacija apie galimas investicines vietas, koordinuoti parengiamieji darbai dėl Panevėžio regiono laisvosios ekonominės zonos vystymo, taip sustiprinant miesto konkurencingumą nacionalinėje investicijų pritraukimo sistemoje. – Sustiprintas verslo ir švietimo bendradarbiavimas – į profesinio orientavimo ir inžinerijos populiarinimo veiklas įtraukta daugiau nei 2 000 dalyvių, 30 partnerių organizacijų ir 20 verslo įmonių, formuojant ilgalaikę talentų ugdymo ekosistemą mieste. – Pagerintos įmonių kompetencijos darbdavio įvaizdžio ir komunikacijos srityje, sudarytos prielaidos kryptingesniam specialistų pritraukimui ir išlaikymui Panevėžyje. – Sustiprintas įmonių bendradarbiavimas ir žinių apsikeitimas – profesionalų dienų metu skatintas gerųjų praktikų dalijimasis, procesų tobulinimas ir inovatyvių sprendimų taikymas. – Skatintas inovatyvių viešųjų pirkimų taikymas ir jų kompetencijų stiprinimas – suburta savivaldybių ekspertų grupė, organizuoti regioniniai renginiai ir parengta politikos apžvalga, sudarant prielaidas sistemingesniam inovatyvių sprendimų diegimui viešajame sektoriuje.

			<ul style="list-style-type: none"> – Išplėstas tarptautinis bendradarbiavimo tinklas – per projektus „PPI4cities“, „HEIDI“ ir „MAGNET“ perimtos Europos regionų praktikos inovacijų skatinimo, talentų pritraukimo, aukštos kvalifikacijos specialistų integracijos ir investicijų ekosistemų stiprinimo srityse, sustiprintos Agentūros kompetencijos strateginio planavimo ir projektų valdymo srityse. – Sustiprintas Panevėžio, kaip inžinerinės kompetencijos ir aukštos pridėtinės vertės pramonės centro, pozicionavimas nacionaliniu mastu.
<p>2. Sąlygų vietinio ir atvykstamojo turizmo plėtrai Panevėžio miesto ir rajone gerinimas bei šios veiklos skatinimas</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Plėtoti konkurencingus turizmo produktus ir maršrutus. – Įveiklinti viešąsias erdves turizmo reikmėms. – Stiprinti turizmo informacijos paslaugų kokybę ir pasiekiamumą. – Skatinti renginius ir patirtines iniciatyvas, didinančias lankytojų srautus. 	<ul style="list-style-type: none"> – Suteikta 31 ekspertinė konsultacija turizmo sektoriaus atstovams. – Atvertas Panevėžio cukraus fabriko administracinis pastatas, įrengta paroda „Arno FUNKcionalizmas (1898–1957)“. – Įrengta atvira istorinių nuotraukų galerija ant buvusio Panevėžio konservų fabriko pastato. – Įgyvendinta gatvės meno iniciatyva „Panevėžys. Kaip mes!“ Laisvės aikštėje. – Įveiklintas senasis Panevėžio teatras, sukuriant meninę šviesų instaliaciją. – Sukurti nauji teminiai turizmo paketai ir maršrutai („Po Panevėžį stiklo keliu“, „Panevėžys – miestas ant bėgių“, „Panevėžio moterys, kūrusios miestą“). – Organizuoti teminiai pasivaikščiavimai „Panevėžys. Kaip mes!“. – Koordinuotos ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIO kultūrinė ir gastrominė programos. – Organizuoti renginiai (Europos paveldo dienos, „Šeimadieniai Panevėžio rajone“, teminės ekskursijos Lietuvos gastronomijos savaitės metu), taip pat bendradarbiauta organizuojant kitų iniciatorių renginius („IKI ėjimo varžybos“ ir kt.). – Atnaujinti turizmo leidiniai, žemėlapiai. 	<ul style="list-style-type: none"> – Išplėsta ir struktūruota Panevėžio turizmo pasiūla – sukurti teminiai, iš anksto suformuoti turizmo produktai ir maršrutai, sudarantys sąlygas kryptingai dirbti su organizuotomis grupėmis, kelionių organizatoriais ir individualiais lankytojais. – Įveiklintos strategiškai reikšmingos industrinio ir kultūrinio paveldo erdvės (Panevėžio cukraus fabrikas, buvęs konservų fabrikas, senasis teatras), sukuriant naujus traukos taškus ir stiprinant miesto, kaip industrinio ir kūrybiško miesto, identitetą. – Sustiprintas miesto viešųjų erdvių patrauklumas ir vizualinis atpažįstamumas, integruojant gatvės meno iniciatyvas ir laikinas kultūrinės instaliacijas į turizmo ir miesto įvaizdžio sistemą. – Padidintas kultūrinių ir patyriminių renginių spektras bei jų įvairovė, sudarant prielaidas tolygiam lankytojų srautų augimui skirtingais sezonais ir platesnei auditorijai įtraukčiai. – Sustiprintas turizmo sektoriaus dalyvių bendradarbiavimas ir kompetencijos – konsultacijų ir koordinavimo dėka pagerintas renginių, maršrutų ir turizmo iniciatyvų integravimas į bendrą miesto pasiūlą. – Reikšmingai išaugęs Turizmo informacijos centro lankytojų skaičius (60 proc.), išplėstas informacijos sklaidos tinklas mieste, regione ir už jo ribų, pagerinta turizmo informacijos prieiga skirtingoms auditorijoms. – Sustiprintas Panevėžio matomumas nacionaliniu ir tarptautiniu turizmo kontekstu, integruojant miestą į

		<ul style="list-style-type: none"> – Dalyvauta tarptautiniuose turizmo projektuose ir dirbtuvėse, analizuotos kitų miestų gerosios praktikos. – Turizmo informacijos centre aptarnauti 9 355 lankytojai. 	nacionalines iniciatyvas, tarptautinius projektus ir perimant kitų Europos miestų gerąsias praktikas.
3. Panevėžio miesto ir rajono įvaizdžio gerinimas ir žinomumo didinimas	<ul style="list-style-type: none"> – Nuosekliai įgyvendinti miesto prekės ženklą ir komunikacijos sistemą. – Įgyvendinti strategines rinkodaros kampanijas. – Organizuoti didelio masto miesto įvaizdį stiprinančius renginius. – Skatinti tarpsektorinį bendradarbiavimą ir bendruomenės įtrauktį. 	<ul style="list-style-type: none"> – Užbaigtas Panevėžio miesto vizualinio identiteto kūrimo procesas, patvirtintas grafinis ženklas ir identiteto sistema, parengtas įveiklinimo planas. – Surengti miesto identiteto pristatymai savivaldybės tarybos nariams, administracijos darbuotojams, savivaldybei pavaldžių įstaigų vadovams, komunikacijos specialistams ir visuomenei. – Miesto vizualinis identitetas integruotas į turizmo, renginių, leidinių ir skaitmeninės komunikacijos priemones. – Įgyvendinta miesto įvaizdžio kampanija „Panevėžys. Kaip mes!“ ir su ja susijęs turinio ciklas. – Įgyvendinta Panevėžio rajono komunikacijos kampanija. – Organizuotas ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS – daugiau nei 100 ekskursijų visuomenei. – Įgyvendinta nacionalinė ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIO rinkodaros ir komunikacijos kampanija. – Inicijuota ir koordinuota tarpsektorinio bendradarbiavimo iniciatyva „Bendradarbiaujantis Panevėžys“. – Parengti ir atnaujinti reprezentaciniai bei informaciniai leidiniai, stiprinta miesto komunikacijos sistema. – Plėtotas nuosekli komunikacija žiniasklaidoje, socialiniuose tinkluose ir interneto platformose, užtikrinant sistemingą miesto žinutės sklaidą. 	<ul style="list-style-type: none"> – Užtikrintas nuoseklus ir vieningas Panevėžio miesto komunikacijos pagrindas – užbaigus vizualinio identiteto kūrimą ir pradėjus jo įveiklinimą, sustiprintas miesto atpažįstamumas bei komunikacijos vientisumas skirtinguose kanaluose. – Padidintas miesto komunikacijos profesionalumas ir institucinis pasirėngimas naudoti vieningą identiteto sistemą – po pristatymų ir įveiklinimo veiklų sustiprintas savivaldos ir jai pavaldžių įstaigų įsitraukimas į bendrą miesto komunikacijos kryptį. – Sustiprintas Panevėžio, kaip modernaus, pramonės ir kūrybos kompetencijas jungiančio miesto, pozicionavimas nacionaliniu mastu – kryptingos kampanijos ir projektai formavo aiškią ir nuoseklią miesto žinutę. – Padidintas Panevėžio ir Panevėžio rajono matomumas tikslinėse auditorijose – įgyvendintos komunikacijos kampanijos ir rinkodaros priemonės užtikrino platesnį miesto ir rajono pasiekiamumą bei auditorijų įsitraukimą. – ATVIROS PRAMONĖS SAVAITGALIS įtvirtintas kaip strateginis miesto įvaizdį stiprinantis projektas, integruojantis verslo, turizmo ir komunikacijos kryptis bei kuriantis nacionalinio masto matomumą. – Sukurtas ir praktiškai išbandytas tarpsektorinio bendradarbiavimo modelis, telkiantis viešojo, privataus ir nevyriausybinių sektorių atstovus bendroms miesto iniciatyvoms.

			<ul style="list-style-type: none"> – Sustiprinta sisteminė komunikacijos sklaida – nuoseklus darbas su žiniasklaida, skaitmeniniais kanalais ir leidiniais prisidėjo prie ilgalaikio miesto žinomumo augimo.
<p>4. Panevėžio plėtos agentūros veiklos organizavimas, jos kokybės kėlimas ir efektyvumo didinimas</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Stiprinti organizacinę kultūrą, darbuotojų įsitraukimą ir kompetencijas. – Gerinti vidinę komunikaciją ir vidaus valdymo procesus. – Didinti veiklos organizavimo efektyvumą taikant skaitmeninius sprendimus. – Užtikrinti organizacijos finansinį tvarumą ir projektinių veiklų plėtrą. 	<ul style="list-style-type: none"> – Atliktas darbuotojų pasitenkinimo darbu tyrimas (NPS), rezultatai aptarti komandoje ir numatytos tobulinimo kryptys. – Organizuoti darbuotojų mokymai ir sudarytos galimybės dalyvauti nacionaliniuose bei tarptautiniuose renginiuose ir projektuose. – Taikytos reguliarios vidinės komunikacijos priemonės (komandos susitikimai, strateginės sesijos, projektų aptarimai). – Patvirtintos naujos Agentūros darbo tvarkos taisyklės, atnaujinti vidaus veiklos reglamentavimo dokumentai. – Tęstas skaitmeninių projektų valdymo ir veiklos organizavimo įrankių naudojimas, užtikrinant efektyvesnį užduočių planavimą ir kontrolę. – Parengtos ir pateiktos paraiškos nacionaliniams ir tarptautiniams projektams finansuoti, užtikrintas papildomas projektinis finansavimas, vykdytas turizmo, komunikacijos paslaugų pardavimas, pritraukta finansinė parama. 	<ul style="list-style-type: none"> – Darbuotojų pasitenkinimo darbu indeksas (NPS) 2025 m. siekė 25 balus, sustiprintas komandos įsitraukimas ir organizacinė kultūra. – Jau kelintus metus iš eilės mokymuose dalyvavo visi Agentūros darbuotojai, užtikrinant nuoseklų kompetencijų stiprinimą projektų valdymo, komunikacijos, investicijų ir tarptautinio bendradarbiavimo srityse. – Sustiprinta vidaus kontrolės sistema – patvirtintos naujos darbo tvarkos taisyklės ir aiškiau reglamentuoti veiklos procesai. – Užtikrintas veiklos tęstinumas ir finansinis stabilumas – pradėtas naujas tarptautinis projektas, pritrauktas verslo srities veiklų trimetis finansavimas, bendrai išaugęs projektinis finansavimas, pritrauktos paramos dydis. – Toliau didintis veiklos organizavimo efektyvumas, nuosekliai taikant skaitmeninius valdymo įrankius.

6 APIBENDRINTA INFORMACIJA APIE PLANUOJAMĄ VEIKLĄ ATEINANČIAIS FINANSINIAIS METAIS

Pastaba. Lentelėje pateikiamos preliminarios Agentūros veiklos kryptys ateinantiems finansiniams metams. Galutinė veiklų apimtis ir turinys priklausys nuo pritraukto projektinio ir kito finansavimo, finansavimo šaltinių nustatytų reikalavimų bei prioritetų. Išsamus veiklų sąrašas ir konkretūs rodikliai bus tvirtinami metiniame veiklos plane.

Veiklos tikslai	Uždaviniai	Siekiant veiklos tikslų planuojami atlikti darbai
1. Gerinti verslo plėtros sąlygas	1.1. Stiprinti vietos verslo ekosistemą ir plėtros galimybes 1.2. Didinti Panevėžio miesto ir rajono investicinį patrauklumą ir pritraukti 1.3. Formuoti bendradarbiavimu ir duomenimis grįstą verslo aplinką	<ul style="list-style-type: none"> – Stiprinti talentų ir žmogiškųjų išteklių ekosistemą. – Didinti vietos verslo atsparumą, inovatyvumą ir konkurencingumą. – Įveiklinti investicijoms tinkamą infrastruktūrą ir miesto erdves. – Koordinuoti investicinio patrauklumo didinimo priemones. – Pritraukti, aptarnauti ir atstovauti investuotojams. – Pozicionuoti ir reprezentuoti Panevėžio miestą ir rajoną kaip patrauklią vietą investuoti. – Analizuoti ir stebėti verslo aplinką bei inicijuoti duomenimis grįstus sprendimus. – Teikti konsultacijas ir metodinę pagalbą verslo aplinkos klausimais. – Koordinuoti bendradarbiavimo ir tarpsektorines iniciatyvas.
2. Gerinti turizmo plėtros sąlygas	2.1. Vystyti konkurencingą turizmo pasiūlą 2.2. Vykdyti kryptingą ir integruotą turizmo rinkodarą 2.3. Formuoti bendradarbiavimu ir duomenimis grįstą turizmo ekosistemą	<ul style="list-style-type: none"> – Vystyti turizmo produktus ir patirtis. – Įveiklinti viešąsias erdves, objektus ir renginius turizmo reikmėms. – Gerinti turizmo pasiūlos prieinamumą, patogumą ir įtrauktį. – Pozicionuoti Panevėžio miestą ir rajoną kaip patrauklią turizmo kryptį ir formuoti aiškų vertės pasiūlymą. – Kurti ir skleisti turizmo rinkodaros turinį pavieniams keliautojams (B2C) ir turizmo rinkos dalyviams (B2B). – Koordinuoti turizmo informacijos sistemą ir gerinti lankytojų patirtį. – Stebėti ir analizuoti turizmo aplinką bei inicijuoti duomenimis grįstus sprendimus. – Teikti metodinę pagalbą ir stiprinti turizmo paslaugų teikėjų kompetencijas.
3. Stiprinti įvaizdį ir didinti žinomumą	3.1. Formuoti nuoseklų ir aiškų Panevėžio miesto ir rajono pozicionavimą	<ul style="list-style-type: none"> – Formuoti Panevėžio miesto ir rajono įvaizdžio kryptį bei pagrindinius naratyvus. – Vystyti ir koordinuoti miesto ir rajono prekės ženklus bei užtikrinti jų naudojimo nuoseklumą.

	<p>3.2. Didinti Panevėžio miesto ir rajono žinomumą tikslinėse auditorijose</p> <p>3.3 Stiprinti bendrakūrą ir ambasadorystę formuojant Panevėžio miesto ir rajono įvaizdį</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Kurti ir atnaujinti reprezentacinį turinį (leidinius, prezentacijas, vaizdo filmus ir kt.). – Inicijuoti Panevėžio miesto ir rajono dalyvavimą reitinguose, apdovanojimuose ir strateginiuose palyginimuose. – Įgyvendinti tikslinėmis auditorijomis grįstas komunikacijos strategijas ir kampanijas. – Užtikrinti nuoseklų Panevėžio matomumą nacionaliniu ir tarptautiniu mastu. – Vystyti, testuoti ir taikyti strateginius komunikacijos kanalus ir formatus. – Įtraukti miesto ir rajono ekosistemos narius ir ambasadorius į Panevėžio įvaizdžio formavimą ir žinomumo didinimą. – Inicijuoti miesto įvaizdį stiprinančias ir žinomumą didinančias bendras iniciatyvas ir kampanijas.
<p>4. Stiprinti organizacijos pažangumą, efektyvumą ir rezultatyvumą</p>	<p>4.1. Stiprinti darbuotojų kompetencijas ir įsitraukimą</p> <p>4.2. Užtikrinti skaidrų ir efektyvų agentūros veiklos organizavimą</p> <p>4.3 Užtikrinti agentūros finansinį ir veiklos tvarumą</p>	<ul style="list-style-type: none"> – Stiprinti darbuotojų kompetencijas, lyderystę ir profesinį augimą. – Didinti darbuotojų įsitraukimą, motyvaciją ir stiprinti organizacinę kultūrą. – Formuoti ir stiprinti Agentūros, kaip patrauklaus darbdavio ir patikimo partnerio, reputaciją. – Stiprinti veiklos planavimą, įgyvendinimą ir rezultatų valdymą. – Tobulinti vidaus procesus, standartus ir vidaus kontrolės sistemą. – Pritraukti projektinį finansavimą ir rėmimą. – Vystyti Agentūros paslaugas, partnerystes ir pajamų pritraukimo modelius. – Stiprinti finansinį planavimą ir efektyvų išteklių naudojimą.