

PATVIRTINTA
Lietuvos Respublikos žemės ūkio ministro
2025 m. gruodžio 23 d. įsakymu Nr. 3D-650

**LIETUVOS ŽEMĖS ŪKIO IR KAIMO PLĖTROS 2023–2027 METŲ STRATEGINIO PLANO VIEŠINIMO IR MATOMUMO
DIDINIMO 2026 M. VEIKSMŲ PLANAS**

Eil. Nr.	Viešinimo priemonės pavadinimas	Viešinimo uždaviniai, veiksmai	Viešinimo priemonės apibūdinimas	Viešinimo priemonės įgyvendinimo terminai	Skirtos lėšos, Eur	Tikslinė grupė	Stebėsenos ir vertinimo rodikliai
1.	Žemės ūkio ministerijos planuojamos viešinimo priemonės						
1.1.	Viešinimas internete	Informuoti apie Lietuvos žemės ūkio ir kaimo plėtros 2023–2027 metų strateginį planą, patvirtintą Europos Komisijos 2022 m. lapkričio 21 d. sprendimu Nr. C(2022) 8272 (toliau – Strateginis planas), jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes; Gerosios patirties sklaida	Keturiuose didžiuosiuose naujienų portaluose planuojama publikuoti specialiąsias rubrikas ir straipsnius Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui. Taip pat planuojama specializuotuose naujienų portaluose publikuoti straipsnius Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.	I–IV ketv.	422 532,00	Visuomenė; Profesinės organizacijos, ekonominiai ir socialiniai partneriai, vyrų ir moterų lygybę propaguojančios įstaigos ir atitinkamos nevyriausybinės organizacijos, įskaitant aplinkos apsaugos organizacijas (toliau – partneriai); Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	Publikuojamos informacijos kiekis – 224 vnt.
1.2.	Viešinimas radijuje	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą	Radio stotyse planuojama parengti ir transliuoti laidas bei garso klipus Strateginio	I–IV ketv.	30 001,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami	Viešinimo per radiją trukmė 565 min.

Eil. Nr.	Viešinimo priemonės pavadinimas	Viešinimo uždaviniai, veiksmai	Viešinimo priemonės apibūdinimas	Viešinimo priemonės įgyvendinimo terminai	Skirtos lėšos, Eur	Tikslinė grupė	Stebėsenos ir vertinimo rodikliai
		naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes; Gerosios patirties sklaida	plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.			paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	
1.3.	Viešinimas televizijoje	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes; Gerosios patirties sklaida	Planuojama parengti ir TV transliuoti vaizdo klipus Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.	I–IV ketv.	101 156,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	Viešinimo per televiziją trukmė – 135 min.
1.4.	Viešinimas spaudoje	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes; Gerosios patirties sklaida	Planuojama parengti straipsnius, kurie būtų skirti viešinti specializuotoje, regioninėje ir vietinėje spaudoje Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.	I–IV ketv.	454 000,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	Publikuojamos informacijos kiekis – 450 000 kv.cm
1.5.	Viešinimas parodose	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes; Gerosios patirties sklaida	Planuojama dalyvauti parodose, kuriose būtų įrengti stendai informuoti apie Strateginį planą, praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.	I–IV ketv.	135 578,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	Parodų, kuriose sudalyvauta, skaičius – 4 vnt.
1.6.	Viešinimas renginiuose	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą;	Planuojama organizuoti konferencijas ir informacinius seminarus Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio	I–IV ketv.	100 290,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios	Organizuotų seminarų, konferencijų ir informacinių renginių skaičius – 24 vnt.

Eil. Nr.	Viešinimo priemonės pavadinimas	Viešinimo uždaviniai, veiksmai	Viešinimo priemonės apibūdinimas	Viešinimo priemonės įgyvendinimo terminai	Skirtos lėšos, Eur	Tikslinė grupė	Stebėsenos ir vertinimo rodikliai
		Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes	rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.			atstovai; Kitos tikslinės grupės	Organizuotuose seminaruose, konferencijose, mokymuose, kituose viešinio ir informavimo renginiuose dalyvavusių asmenų skaičius – 1 280 vnt.
1.7.	Popieriniai / elektroniniai leidiniai	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes; Gerosios patirties sklaida	Planuojama parengti ir išleisti įvairių lankstinukų, laikraščių ir kalendorių Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.	I–IV ketv.	30 528,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Lietuvos kaimo tinklo (toliau – LKT) nariai; Kitos tikslinės grupės	Parengtų ir išleistų popierinių leidinių kiekis – 87 500 vnt.
1.8.	Garso, vaizdo, lauko reklaminė medžiaga, reklama ekranuose kitos techninės informavimo ir reklamos priemonės, reklama paieškos sistemose ir socialinių tinklų reklama	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą	Planuojama didžiuosiuose Lietuvos miestuose sumontuotuose ekranuose transliuoti vaizdo klipus Strateginio plano tematika, taip pat apie praėjusio programinio laikotarpio rezultatus bei pasirengimą naujam programiniam laikotarpiui.	I–IV ketv.	103 587,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	Parengti ir miesto ekranuose transliuoti vaizdo klipai – 11 vnt.
1.9.	Įvaizdžiui formuoti skirta atributika	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą	Planuojama įsigyti įvairios atributikos (lietpalčių, servetėlių akiniams, krepšelių-kuprinėlių, tušinukų, kūrybinių rinkinių ir pan.) su Strateginio plano simbolika, kuri bus dalijama informacinių renginių metu.	I–IV ketv.	20 290,00	Visuomenė; Partneriai; Galimi/ esami paramos gavėjai; Žiniasklaida; Vietos valdžios atstovai; Kitos tikslinės grupės	Įvaizdžiui formuoti skirtos atributikos kiekis – 4 600 vnt.

Eil. Nr.	Viešinimo priemonės pavadinimas	Viešinimo uždaviniai, veiksmai	Viešinimo priemonės apibūdinimas	Viešinimo priemonės įgyvendinimo terminai	Skirtos lėšos, Eur	Tikslinė grupė	Stebėsenos ir vertinimo rodikliai
2.	Nacionalinės mokėjimo agentūros prie Žemės ūkio ministerijos įgyvendinamos priemonės						
1.1.	Viešinimas internete	Informuoti apie reikalavimus paramai gauti; Informuoti apie paramos gavėjų įsipareigojimus, projekto administravimo procesus, priežiūrą ir kontrolę	Pagrindiniuose ir specialiuosiuose portaluose planuojama publikuoti reklaminius skydelius ir straipsnius apie ALNSIS2 (Automatinės laukų nuolatinio stebėjimo sistemos). YouTube ir Facebook kanaluose skelbti reklaminius skydelius, susijusius su apie ALNSIS2. Taip pat numatomos informacinės kampanijos apie ALNSIS2 nuomonės formavimą socialiniuose tinkluose.	I–IV ketv.	42 143,00	Visuomenė; Galimi/ esami paramos gavėjai	Publikuojamos informacijos kiekis – 22 vnt. straipsnių. Reklaminių skydelių parodymai – 10 995 tūkst. Informacinės kampanijos – 9 vnt.
1.2.	Viešinimas radijuje	Informuoti apie reikalavimus paramai gauti; Informuoti apie paramos gavėjų įsipareigojimus, projekto administravimo procesus, priežiūrą ir kontrolę	Radijo stotyse planuojama parengti ir transliuoti garso klipus apie ALNSIS2.	I–IV ketv.	7 092,00	Visuomenė; Galimi/ esami paramos gavėjai	Garso klipo transliacijos – 30 min. 40 sek.
1.3.	Popieriniai / elektroniniai leidiniai	Informuoti apie reikalavimus paramai gauti; Informuoti apie paramos gavėjų įsipareigojimus, projekto administravimo procesus, priežiūrą ir kontrolę	Planuojama parengti ir išleisti lankstinukų apie ALNSIS2.	I ketv.	3 630,00	Visuomenė; Galimi/ esami paramos gavėjai	Parengtų ir išleistų popierinių leidinių kiekis – 1 000 vnt.
3.	Nacionalinio bendrosios žemės ūkio politikos (toliau – BŽŪP) tinklo įgyvendinamos priemonės						
3.1.	Įvaizdžiui formuoti skirta atributika	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą	Planuojama įsigyti apie 2 500 vnt. įvairios atributikos (rašikliai, raktinės, marškinėliai, užrašų	I–II ketv.	16 031,29	Socialiniai partneriai;	Įvaizdžiui formuoti skirtos atributikos kiekis – 2 500 vnt.

Eil. Nr.	Viešinimo priemonės pavadinimas	Viešinimo uždaviniai, veiksmai	Viešinimo priemonės apibūdinimas	Viešinimo priemonės įgyvendinimo terminai	Skirtos lėšos, Eur	Tikslinė grupė	Stebėsenos ir vertinimo rodikliai
			knygutės, dėžutės, lipdukai, metaliniai ženklukai, bambukiniai padėkliukai ir kt.) su Strateginio plano ir LKT simbolika, kuri bus dalijama informacinių renginių metu.			Esami potencialūs paramos gavėjai; LKT nariai; Kitos tikslinės grupės	
3.2.	Viešinimas interneto svetainėje	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą	Informacijos apie Strateginio plano galimybes bei Lietuvos kaimo plėtros 2014–2020 m. programos, patvirtintos 2015 m. vasario 13 d. Europos Komisijos sprendimu C(2015)842 (toliau – KPP) įgyvendinimo rezultatus, KPP ir Strateginio plano projektų geruosius pavyzdžius, jų atrankos procesą bei kitos LKT nariams aktualios informacijos viešinimas interneto svetainėje www.kaimotinklas.lt	I–IV ketv.	1 500,00	Socialiniai partneriai; Esami potencialūs paramos gavėjai; LKT nariai; Kitos tikslinės grupės	Publikuojamos informacijos kiekis – 120 vnt.
3.3.	Viešinimas renginiuose	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą, gerinti Strateginio plano įgyvendinimo kokybę; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes	Planuojama organizuoti iki 15 gyvai vykšančių renginių (projekto „Mažieji ūkininkai“ renginiai, stebėsenos ir vertinimo pajėgumų stiprinimo renginys, baigiamasis gerųjų projektų pavyzdžių atrankos konkurso „Ateities kaimo kūrėjų apdovanojimai 2026“ finalinis renginys) bei iki 10 nuotolinių renginių, įskaitant mokymus į Nepriklausomų žemės ūkio konsultantų sąrašą įtrauktiems žemės	I–IV ketv.	160 000,00	Socialiniai partneriai; Esami potencialūs paramos gavėjai; LKT nariai; Kitos tikslinės grupės	Organizuotų renginių bei nuotolinių LKT dirbtuvių renginių skaičius – 25. Bendras renginiuose dalyvavusių asmenų skaičius – 1 500.

Eil. Nr.	Viešinimo priemonės pavadinimas	Viešinimo uždaviniai, veiksmai	Viešinimo priemonės apibūdinimas	Viešinimo priemonės įgyvendinimo terminai	Skirtos lėšos, Eur	Tikslinė grupė	Stebėsenos ir vertinimo rodikliai
			ūkių konsultantams („LKT dirbtuvių“ formatu).				
3.4.	Popieriniai / elektroniniai leidiniai	Informuoti apie Strateginį planą, jo tikslus, teikiamą naudą, didinti Strateginio plano matomumą; Informuoti apie Strateginio plano teikiamas paramos galimybes	Planuojama išleisti 12 kasmėnesinių naujienlaiškių „LKT žinios“.	I–IV ketv.	0,00	LKT nariai; Socialiniai partneriai	Parengtų ir išsiųstų elektroninių leidinių kiekis – 12 vnt.