

Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestön **TOIMIVA TORI -opas**



Suomalainen torikauppa on tänäkin päivänä merkittävä kaupankäynnin muoto.

Tämän oppaan on koonnut Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestön nimeämä torikaupan asiantuntijoista koostuva laaja kansallinen torityöryhmä. Työryhmän tavoitteena on suomalaisen torikaupan organisointi niin, että kysyntä ja tarjonta saadaan parhaalla mahdollisella tavalla kohtaamaan toisensa. Yhtenä tärkeänä osa-alueena työryhmälle on ollut muodostaa yleisesti hyväksytyt valtakunnalliset suositukset toritoiminnan ylläpidosta ja kehittämisestä. Tämä TOIMIVA TORI -opas sisältää nämä yhdessä tehdyt ja hyväksytyt torikaupan ohjeistukset suomalaisen toritoiminnan perustaksi.

Oppaan tarkoituksena on auttaa kaikkia torien ylläpitäjiä, torien sekä kaupunkikeskustojen kehittäjiä ja torikauppiaita löytämään ne vahvuudet, johon torikaupan menestyminen kullakin paikkakunnalla tai alueella perustuu.

TOIMIVA TORI -oppaan sisällön on koonnut kansallinen torityöryhmä ja sen on kirjoittanut Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestön toiminnanjohtaja Ari Kallas.

Sisältö:

1. Johdanto: Torikauppa kuuluu kulttuuriimme 2
2. Torien uusi tuleminen - alueellinen torikierto avainasemassa.....2-3
3. Toritekniikka eli mitä käytännön vaatimuksia on toimivalla torilla.....4-8
4. Torien markkinointi, tiedottaminen ja toiminnallistaminen.....9-10
5. Yhteistyö ja verkostoituminen voimavarana 11
6. Tori- ja markkinakaupan palvelukeskus auttaa, neuvoo ja palvelee 12

1. Johdanto: Torikauppa kuuluu kulttuuriimme

Tori- ja markkinakauppa muodostavat yhdessä vanhimman tunnetun kaupankäynnin muodon, jolla on ollut historian saatossa erittäin tärkeä asema koko kaupankäynnin kehittymiselle. Torikauppa on muuttunut kunkin aikakauden tapojen ja muoti-ilmiöiden mukana ja tällä tavoin säilyttänyt elinvoimansa meidän päiviimme saakka.

Tori on paljon muutakin kuin pelkkä kauppapaikka. Toria voi oikeutetusti pitää sijaintiympäristönsä henkisenä peilinä, josta näkee paljon koko alueen aktiviteetista ja siellä asuvista ihmisistä. Kautta historian tori on toiminut myös ihmisten tapaamispaikkana, jossa perinteisesti järjestetään runsaasti erilaisia yleisötilaisuuksia ja tapahtumia. Niinpä torin yleinen viihtyvyys on tärkeä seikka, sillä toria voi aivan oikeutetusti kutsua alueen asukkaiden ”toiseksi olohuoneeksi”.

Tori- ja markkinakaupan menestyksen salaisuus onkin sen ihmisläheisyydessä. Vaikka tekniikka on kehittynyt valtavasti ja ympäristö muuttuu koko ajan, niin ihminen on tänäkin päivänä hyvin samankaltainen mitä esi-isänsä tuhansia vuosia sitten. Ihminen nauttii tori- ja markkinakaupan tarjoamasta mahdollisuudesta sosiaaliseen yhteydenpitoon ja sen tarjoamista yhteisistä elämyksistä. Tori- ja markkinakaupasta voidaankin todeta, että se on enemmän kuin vain tapa käydä kauppaa, se on osa elämää.

Koko läntisessä Euroopassa kaupunkien ydinkeskustaan kuului ”pyhä kolminaisuus”: kirkko, raatihuone ja tori. Tämä kuvio on ollut hallitseva satojen vuosien ajan. Tässä seurassa tori sai arvoisensa aseman paikkakuntansa ydinkeskustassa. Nykyäänkin torikaupan merkitys kaupunkien ydinkeskustojen elävöittäjänä on tärkeä. Kaupankäynnin painopisteen siirtyminen automarketteihin ja samalla pois kaupunkien ydinkeskustoista on havahduttanut monet tahot huomaamaan torien merkityksen koko keskustan liiketoiminnalle ja viihtyvyydelle. On myöskin merkillepantavaa, että tori on edelleen paikka, jonne monet turistit suuntaavat ensimmäiseksi kulkunsa tullessaan uudelle paikkakunnalle. Kun torit vielä tunnetusti vetävät puoleensa runsaasti väkeä ympäröivältä maaseudulta, niin torilla on huomattavaa kaupankäyntiä vilkastuttavaa merkitystä myös monille alueen kiinteille kauppiaille.



Tori- ja markkinakaupalla on pitkät perinteet.

Toimiva tori on monipuolinen, viihtyisä ja edullinen kauppapaikka. Torikaupan merkitys on voimakkaimmillaan sesonkituotteissa. Tällaisia ovat mm. taimet, kukat, vihannekset ja marjat. Torien kannalta yhä merkittävämmäksi ovat nousseet erikoistuotteet, joita ei muualta ole saatavissa. Tällaisia ovat mm. mitä erilaisimmat käsityöläisten taidonnäytteet, luomutuotteet, lähiruoka ja laajemminkin maatalouden liitännäiselinkeinojen mukanaan tuomat lukuisat uutuudet.

Torikaupalla on myös merkittävä työllistävä vaikutus, sillä torikauppaa harjoittavat yleensä perheyrietykset, jotka useimmiten työllistävät kauppiasperheen lisäksi useita muita joko suoraan tai välillisesti.

On muistettava myös se, että useimmiten toriyrittäjillä on erittäin suuri asiantuntemus omasta alastaan, sekä tarkoin harkittu ja erikoistunut tuotevalikoima. Kilpailu alalla on kovaa ja huonosti hoidetut yritykset katoavat nopeasti.

2. Torien uusi tuleminen - alueellinen torikierto avainasemassa

Toimiva malli toritoimintamme järjestämiseksi löytyy Keski-Euroopasta, jossa useimmat torit on saatu toimimaan järkevällä keskittämisellä. Tällöin ainoastaan suurimpien asutuskeskusten pääkauppatorit ovat päivittäin avoinna. Sen sijaan pienempien kaupunkien, kaupunginosatorien ja maaseutupaikkojen toritoiminta on järjestetty siten, että syntyy järveviä alueellisia kiertoja. Tällöin paikkakunnalla A päätoripäivä on aina maanantai, paikkakunnalla B 30 km:n päässä päätoripäivä on tiistai, paikkakunnalla C 20 km:n päässä keskiviikkona jne... Tämänkaltaisen hyvin suunniteltu ja säännöllisesti toistuva kierto on ainoa toimiva malli, joka takaa alaan investoiville yrittäjille riittävät edellytykset toimeentuloon ja antaa varmuuden kuluttajille siitä, koska ko. yrittäjien tarjoamat palvelut ovat saatavilla. Malli sopii erityisen hyvin erikoiskaupan palveluiden hupenemisesta kärsiville laajoille alueille ruuhka-Suomen ulkopuolella.

TORI ON KESKUSTAN KESKIPISTE - KAUPUNGIN ❤️

Hyviä puolia alueellisessa torikierrossa ovat mm:

- + tarjoaa järkevän määrän kauppapäiviä eli liiketaloudellisesti järkevät lähtökohdat yrittäjille
- + kierto on logistisesti järkevää, vrt. kuljetuskustannusten nousu
- + tuo palveluita sinne, missä ne muuten puuttuvat
- + työllistää lukuisia uusia kauppiaita
- + tarjoaa lähiruualle markkinointikanavan, joka siltä muuten usein puuttuu
- + tarjoaa lukuisille PK-yrityksille uuden järkevän jakelukanavan niiden tuotteille
- + tarjoaa monille paikkakunnille todellista ”kasvojen kohotusta” ja uskon palauttamista niiden elinvoimaan.

Käytännön toteutus vaatii huolellista suunnittelua

Toritoiminnan järjeistämiseen tarvitaan kuitenkin alueellista yhteistyötä mm. eri kuntien, torikauppiasyhdistysten, keskus-
tojen kehittämissyhistysten, TE-keskusten ja eri viranomaisten kanssa. Tämä yhteistyö ei toimi ellei joku käytä aikaa ja
vaivaa saadaksesen usein nurkkakuntaisesti toimivat alueelliset toimijat puhaltamaan yhteen hiileen.

Tilannetta helpottaa kuitenkin viimeaikainen kuntakoon kasvu, kuntaliitokset ja kuntien välisen seudullisen yhteistyön kehittäminen. Suositeltavaa olisi, että kunkin alueen toritoiminnasta vastaavat tahot kutsuttaisiin yhdessä miettimään kenellä olisi käytännössä parhaat edellytykset vastata koko alueen toritoiminnasta. Käytännössä eri alueiden ratkaisumallit alueellisen torikierron vetäjästä voivat olla hyvinkin erilaisia. Olennaista on se, että alueensa toreista vastaavalla yhteisöllä on käytettävissään riittävät resurssit, ammattitaito ja kokemus torien käytännön ylläpidosta. Alueellisesta torikierrosta voi siis vastata yhtä hyvin kunta, yksityinen yritys, torikauppiasyhdistys, keskus-
tojen kehittämissyhistys tai muu vastaava toimija, kunhan kaikki kriteerit muuten täyttyvät. Neuvoja saa aina tarvittaessa Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestöltä.

Esimerkkinä mainittakoon vaikkapa maakuntapääkaupunki, jonka torivastaava ja valvojat ottavat huolehtiakseen joka arkipäivä auki olevan pääkauppatorin lisäksi saman talousalueen useamman ympäryskunnan torit, joille sovitaan yhteisesti kullekin oma nimikkotoripäivä tai -päivät ja oma toriaika. Näin muodostuu järkevä alueellinen torikierto, joka palvelee niin alueen asiakkaita kuin kauppiaitakin.

Alueellinen torikierto voi myös toimia sopimus pohjalta, jossa useampi saman alueen kunta tai muu torien ylläpitäjä sopii kullekin paikkakunnalle omat nimikkotoripäivät ja toriajat. Tämänkaltaisia ainakin osittaisia torikiertoja on jo muodostunut maahamme. Näiden myötä on syntynyt useita maamme toimivimpia toripäiviä. Esimerkkeinä mainittakoon Kankaanpään toripäivä joka torstai ja Karkkilan toripäivä joka perjantai. Näistä on muodostunut vuosien saatossa alueellisesti erittäin merkittäviä kauppapäiviä. Esimerkiksi Kankaanpäässä torstain toripäivä kokoaa kävijöitä niin laajalta alueelta, että se on viikon vilkkain kauppapäivä paikkakunnalla ja sen ympärille rakentuvat myös kiinteiden kauppojen tarjoukset ja markkinointi.



Tori- ja markkinakaupan Keskusjärjestö neuvoo ja auttaa kaikin mahdollisin tavoin niitä tahoja, jotka omalla alueellaan lähtevät rakentamaan toimivaa alueellista torikiertoa. Olennaista on seutukuntien/ talousalueiden vapaaehtoisuus.

Alueellista torikiertoa suunnitellessa kannattaa mukana olla kaikki sidosryhmät, joihin torikierto vaikuttaa, kuten esim:

- kunnalliset päättäjät, nykyiset toritoiminnasta vastaavat ja torivalvojat, keskus-
tojen kehittämissyhistykset, alueen torikauppiat tai heidän edustajansa, paikalliset ProAgrian edustajat (paikalliset alkutuottajat), paikalliset käsityöläisten järjestöt, paikalliset yrittäjäyhdistykset jne...
- Suunnitellessa ryhmä saattaa tuntua isolta, mutta käytännössä se karsiutuu pian selkeäksi työryhmäksi, jossa sidosryhmät tuntevat alusta saakka tulensa huomioiduksi.
- Yksimielisyyttä ei tarvitse, eikä voikaan kaikista asioista saada kaikkien kanssa. Olennaista on, että lopputuloksena on toimiva ja kaikkien hyväksyttävissä oleva toimiva alueellinen torikierto.
- Alueellinen torikierto tarvitsee yleensä jonkun käytännön työtä koordinoivan henkilön vähintään vuoden ajaksi.
- Suunnitteluun/ sopimiseen kannattaa varata yleensä puolesta vuodesta vuoteen. Käytännössä kierto kannattaa aloittaa keväällä torisesongin muutenkin käynnistyessä.

3. Toritekniikka - eli mitä käytännön vaatimuksia on toimivalla torilla

Torin sijainti

Toimivia toreja voi olla hyvinkin monenlaisia, ison kaupungin juhlavasta kauppatorista pikkupaikan marketin paikoitusalueeseen. Olennaisia asioita toimivalle torille ovat:

- Torin tulee sijaita oman yhteisönsä keskustassa ihmisten luontaisen kauttakulun varrella.
- Torin tulee sijaita sellaisessa paikassa, jossa on riittävät fyysiset puitteet toritoiminnan ylläpitoa varten eli pystytään osoittamaan vesipiste, sähköt, tarvittavat sosiaalililat, kestopäällyste tai kivetetty pinta, jäteaste jne...

Suomessa on toritoimintaa kehitettäessä perinteisesti vallalla liian tekninen lähestymistapa, jossa ollaan valmiita investoimaan satojatuhsia euroja toriaukion kivetykseen ja teknisiin puitteisiin ilman, että ajatellaan kuka ja miten ko. toria käytännössä käyttää, puhumattakaan torin markkinointiin varattavasta rahasta.

Usein lähdetään tekemään hienoa juhla-alueita tai hallinnollista toriaukeaa ja unohdetaan alueen kaupallinen toiminta.

Käytännössä isot päivittäin aukiolevat kauppatorit ovat mahdollisia vain isoimpien kaupunkien keskustoissa. Muualla tori pitää tehdä sinne missä ovat ihmisetkin. Yhtenä tai kahtena päivänä viikossa aukiolevana torina voi yhtä hyvin toimia esim. kävelykatu, katu, joka suljetaan liikenteeltä toripäivän ajaksi yhden korttelin mitalta, kunnantalon etupiha, sopiva paikoitusalue keskeisellä paikalla tai muu vastaava sopiva paikka. Olennaista on alueen linkittyminen muuhun kaupunki-/kuntarakenteeseen.



Kenelle kuuluu toritoiminnasta huolehtiminen

Perinteisesti toritoiminnasta huolehtiminen on kuulunut Suomessa kunnille ja kaupungeille. Nämä ovatkin pääsääntöisesti huolehtineet torien teknisistä puitteista hyvin, mutta torien markkinointi kauppapaikkoina on jäänyt muutamaa poikkeusta lukuunottamatta lähes kokonaan huolehtimatta. Nykyisin kuntien yhä karsiessa toimintojaan on monilla paikkakunnilla päädytty ulkoistamaan toritoiminta. Ulkoistamisesta saadut kokemukset ovat olleet pääsääntöisesti rohkaisevia.

Olennaista on, että toritoiminnasta vastaavalla yhteisöllä on aito mielenkiinto toritoimintaa kohtaan ja riittävät resurssit suoriutuakseen sen käytännön vaatimuksista. Tämä korostuu tulevaisuudessa siirryttäessä yhä laajemmin alueellisiin torikiertoihin.

Esimerkkejä toritoiminnan erilaisista toimivista toteutuksista:

Kunnan ylläpitämä toritoiminta: KUOPIO, TAMPERE, TURKU, MIKKELI, SALO, KANKAANPÄÄ, KARKKILA jne...

Ulkoistettu yrityksen vetämä toritoiminta: LAHTI, HÄMEENLINNA

Ulkoistettu torikauppiasyhdistyksen vetämä toritoiminta: VANTAA, ESPOO

Ulkoistettu muun yhdistyksen vetämä toritoiminta: RAUMA (yrittäjähdistys), KOUVOLA (keskustayhdistys)

Usein toritekniikan ylläpito, esim. torin puhtaanapito ja talven auraukset, kannattaa sopia kunnan kanssa ja ulkoistetun toritoiminnan vetäjän kannattaa keskittyä torin markkinointiin ja käytännön torin isännöintiin.

Torin ylläpito ei ole yleensä taloudellisesti kannattavaa ilman julkista tukea. Elävää ja toimivaa toria toivovat paikkakunnat joutuvat tavalla tai toisella aina tukemaan julkisin varoin toritoimintaa tai siitä huolehtivaa yhteisöä. Torien rakentaminen ja infrastruktuurin luominen vaatii aina julkisen rahoituksen.

Tuotevalikoima ja torin sisältö

Menestyvällä torilla pitää olla mahdollisimman monipuolinen ja laaja tuotevalikoima. Kaikkien niiden tuotteiden, joiden myymisen torilla laki sallii, pitäisi myös olla mahdollista myydä. Myynnille ei saa luoda keinotekoisia rajoituksia esim. vanhakantaisen torisäännön avulla. Tässä yhteydessä on syytä huomioida terveydensuojelulliset näkökohdat, jotta vanhentunut tai puutteellinen toritekniikka ei rajoita turhan takia torilla myytäviä tuotteita.

Mitä tyypillisimpiä tuoteryhmiä asiakkaat odottavat torilta löytävänsä:

- mahdollisimman hyvä valikoima päivittäistavaroita
- kala, lihajalosteet, leivonnaiset
- hedelmät, vihannekset, perunat, marjat
- kukat ja taimet
- kunnollinen torikahvila/ kahviloita
- erilaisia ruokapaikkoja
- sellaisia erikoistuotteita, mitä ei muualta saa
- paikallisia pientuottajien tuotteita
- lähiruokaa ja luomua
- erilaisia kausituotteita
- käsitöitä.



Uuden sukupolven myyntikalusto pitää huomioida toreja suunniteltaessa

Torin ylläpitäjien tulee huomioida, että nykyisin yhä useammat toriyrittäjät investoivat uuteen ja entistä laadukkaampaan myyntikalustoon, kuten uuden sukupolven myyntiautoihin ja -vaunuihin. Nämä mahdollistavat entistä monipuolisemman tuotevalikoiman, nostavat hygieniatasoa, mahdollistavat huomattavasti aikaisempaa paremman tuotteiden esillepanon ja tuovat samalla uusia asiakkaita torille. Toreilla pitää siis olla valmius ottaa yhä enenevässä määrin myös myyntiautoja ja -vaunuja, eikä niitä tule keinotekoisesti rajoittaa. Torin tulee olla ajan mukana elävä ja kehittyvä kauppapaikka.



Perinteinen myyntiteltilta ei välttämättä pärjää kilpailussa esim. uudelle myyntiautolle tai -vaunulle.

Tärkeimpien tuoteryhmien mukanaolo kannattaa varmistaa sopimusteitse

E erityisesti alueellisessa torikierrossa, mutta myös muulloinkin, kannattaa torin ylläpitäjän sopimusteitse sopia, että ainakin tietyt torin toimivuuden kannalta välttämättömiä tuoteryhmiä myyvät kauppiaat sitoutuvat olemaan aina toripäivisin paikalla. Tämä siksi, että asiakkaat voivat luottaa siihen, että torilta varmasti löytää haluamansa tuotteen joka toripäivä.

Ongelmallisina talvikuukausina (tammi-helmikuu) kannattaa joko laittaa koko tori ko. ajaksi kiinni tai ainakin tiedottaa supistetusta talvitorista, joka on auki ilmojen mukaan. Tällöin myös torikauppiaat pystyvät pitämään lomansa ja huoltamaan kalustonsa tulevaa sesonkia varten. Esimerkiksi Lahden kauppatorilla on talvikautena tiivistetty torikauppa puoleen toriin ja toinen puoli toimii 30 minuutin kiekoppaikoitusalueena, joka osaltaan vilkastuttaa talvitoria.

Myyntipaikkojen määrittely

Jokaisella torilla tulisi olla vuokrattavissa sekä vakinaiseen että tilapäiseen torimyyntiin tarkoitettuja paikkoja. Vakituiseen myyntiin tarkoitetut paikat täytyy voida saada vuokrata eri pituisiksi jaksoiksi. Yleisimpiä tällaisia jaksoja ovat mm:

- **VUOSIPAIKAT**, jolloin kyseinen paikka vuokrataan samalle yrittäjälle koko vuodeksi tai toistaiseksi.
- **SESONKIPAIKAT**, jolloin tyypillisesti esim. artikkeliltaan kesäsesonkiin sitoutunut kauppias voi vuokrata paikkansa vaikkapa toukokuun alusta syyskuun loppuun.
- **KUUKAUSIPAIKAT**, jolloin kyseinen paikka vuokrataan samalle yrittäjälle yhdeksi tai useammaksi kuukaudeksi sopimuksen mukaan.

Suosittellemme, että vakituksessa torimyyntissä sopimukset tehtäisiin aina joko toistaiseksi tai ainakin niin, että paikan ”vanhalla” kauppialla on etusija vuokrasopimusta uusittaessa.

Tilapäiseen myyntiin tulisi olla aina tietty määrä tätä tarkoitusta varten varattuja **PÄIVÄPAIKKOJA**. Torisäännössä tai vuokrasopimuksessa tulee aina myös määritellä aika, mihin mennessä vakituisen kauppiaan on otettava paikkansa käyttöön, jotta vakituisen kauppiaiden mahdollisesti käyttämättä jääneet paikat voidaan edelleen vuokrata tarpeen vaatiessa päiväpaikoiksi.

HUOM! Vaikka alueellisessa torikierrossa määritellään jokaiselle siihen osallistuvalla torilla oma toripäivä, tämä ei tarkoita sitä, että olemassa olevaa toria ei saisi käyttää kaupallisiin tarkoituksiin muina päivinä. Esim. paikallinen torikahvila voi edelleen olla avoinna joka päivä tai mansikanmyyjä myydä sesonkiaikana joka päivä omalla torillaan näin halutessaan.



Kirpputorit

Kirpputorit ovat tulleet ilmeisesti jäädäkseen suomalaiseen torielämään. Monilla paikkakunnilla kirpputoritoiminnan on havaittu selvästi vilkastuttaneen torielämää. Kirpputoreista täytyy kuitenkin aina muistaa, että ”kirppisläisille” täytyy olla selvästi merkitty ja rajattu oma alueensa. Kirpputorilla ei saa myydä elintarvikkeita eikä uusia tuotteita. Kirpputorilta ei saa myöskään varata vuosipaikkoja, sillä kirpputorit on tarkoitettu yksityisten ihmisten käytettyjen tuotteiden myyntipaikaksi - ei ammattimaisille kauppiaille.

Myyntipaikkojen varaaminen

VAKITUISEN MYyntIPAIKAN VARAAMINEN:

Vakituisen myyntipaikan tulisi olla vapaasti haettavissa kirjallisella hakemuksella. Hakemukset kirjattaisiin ylös ja käsiteltäisiin aina tulojärjestyksessä, kun myyntipaikkoja vapautuu uudelleen vuokrattaviksi.

TILAPÄISEN MYyntIPAIKAN VARAAMINEN:

Tilapäiset paikat pitäisi pystyä aina varmistamaan etukäteen torivalvojalta tai tähän tarkoitukseen osoitetulta yhteyshenkilöltä. Tilapäisen myyntipaikan voi kuitenkin yleensä lunastaa vasta myyntipäivän aamuna.

Myyntipaikkojen käyttöönotto

Niin vakituiset kuin tilapäisetkin paikat tulisi ottaa käyttöön riittävän ajoissa ennen virallisen toriajan alkua. Tällöin vapaana olevat paikat ovat vapaasti vuokrattavissa eteenpäin, ellei paikan myöhemmästä käyttöönotosta ole erikseen ilmoitettu. Tärkeää on, että autojen ajo torille pystytystä varten ei saa häiritä muuta kauppaa.

Myyntipaikkojen koko

Myyntipaikkojen koko voi vaihdella. Jos tori on jaettu selkeisiin riveihin ja kortteleihin, kuten monilla uusilla tai uusituilla toreilla on tehty, niin 4x4 m paikkakoko johdannaisineen on nykyisin suosituin. Myös keskieuropalainen tapa myydä paikkoja esim. kadulla sijaitsevalta nauhamaiselta ”torilta” juoksumetreittäin on lisännyt suosiotaan.

Oli paikkojen peruskoko mikä hyvänsä, niin kunnolla suunnitellulta torilta tulee löytyä paikkoja moneen tarkoitukseen, joten torilla tarvitaan aina lukuisia eri paikkakokoja. Torilta tulisi löytyä omat paikkansa mm. käsityöläisille (useimmiten 2x2 m), autopaikat, myyntivaunupaikat, maalaispaikat jne...

Myyntiautot ja -vaunut kannattaa useimmiten myydä metreittäin, jolloin torikauppias maksaa vain todellisuudessa tarvitsemastaan tilasta. Erityistä huomiota kannattaa kiinnittää myyntiautojen ja -vaunujen sijoitteluun, sillä näiden määrä on tasaisesti kasvussa ja tulevaisuudessa suurin osa ammattimaisista toriyrittäjistä on niiden käyttäjiä.

Toriaika

Käytännössä oikea toriaika muodostuu siitä, miten kysyntä ja tarjonta saadaan kullakin torilla parhaiten kohtaamaan. Olennaista on, että ihmiset tietävät koska tori on auki ja voivat luottaa sieltä tällöin löytyvän riittävän valikoiman heille tärkeitä tuotteita. Nykyisin useimmat arkitorit ovat avoinna aamusta alkuiltapäivään esim. kello 7.00-14.00. Kuitenkin asiakkaiden ajankäyttötutkimukset kertovat, että varsinkin työssäkäyvien ihmisten asiointi siirtyy koko ajan iltpainotteisemmaksi. Tämä on torien kannalta ongelmallista, sillä käytännössä pienet toriyrittäjät harvoin pystyvät olemaan torilla vaikkapa klo 8.00-21.00, kuten vaikkapa torin viereiset isot kiinteät liikkeet ovat avoinna. Liian pitkä aukioloaika saattaa vain heikentää torin toimivuutta.

Isojen kaupunkien joka päivä auki olevat kauppatorit voivat olla avoinna esim. klo 8.00-14.00 päivatorina ja klo 16.00-21.00 iltatorina. Tällöin samalle torille voi muodostua kaksi selkeästi sisällöltään erilaista toria saman päivän aikana. Myöskin erillisten kesä- ja talvitori-aikojen käytöstä on saatu hyviä kokemuksia.

Haja-asutusalueiden toreilla taas tulisi määritellä 1-2 viikottaista toripäivää, ks. alueellinen torikierto. Tämä siksi, että torille todella tulisi toripäivinä tarpeeksi kauppiaita ja asiakkaita. "Kuolleista" ja vain paperilla toteutuvista toripäivistä ei ole kenellekään iloa.

Alueellisessa torikierrossa on täysin sopimuskysymys, mikä viikonpäivä tai -päivät ja millainen toriaika kullekin torille sovitaan. Uutta kalustoa tehokkaasti käyttävät yrittäjät pystyvät hyödyntämään kahtakin toria saman päivän aikana eli paikkakunnalla A on aamupainotteinen tori klo 9.00-13.00 ja parinkymmenen kilometrin päässä paikkakunnalla B on iltpainotteinen tori samana päivänä klo 16.00-20.00.

TÄRKEÄÄ HUOMIOITAVAA: Sovituista toriajoista tulee pitää kiinni. Kauppiaiden autoja ei saa päästää torille purkua varten ennen kuin puoli tuntia ennen toriajan loppumista. Kyseessä on tärkeä MIELIKUVAKYSYMYKSI. Liian aikaisin torille päästetyt autot lopettavan niidenkin kauppiaiden myynnin kesken, jotka haluaisivat myydä loppuun saakka. Jos kauppa ei käy esimerkiksi klo 14.00-15.00 välisenä aikana, tulee virallista ja ilmoitettua toriaikaa yhdessä muuttaa, eikä vain lähteä ennenaikaisesti torilta pois.

Torisäännöt

Pääosiltaan torisääntöjä voidaan pitää nykyoloissa lähes tarpeettomina, sillä torisäännöille on harvoin todellista käyttöä ja samat asiat voidaan sisällyttää vuokrasopimukseen. Torimyyntiä koskevat yleiset ohjeet ovat tiukkoja torisääntöjä huomattavasti mielekkäämpiä ja joustavampia.

Jos torisäännöstä kuitenkin pidetään kiinni, niin on äärimmäisen tärkeätä, että torisäännöstö on ajan tasalla ja että annetut määräykset perustuvat olemassa oleviin lakeihin ja asetuksiin, jotka esim. elintarvikkeiden ulkomyyntin osalta ovat muuttuneet useaan otteeseen lyhyen ajan sisällä.

Torimaksut

Torin ylläpitäjällä on oikeus periä myyntipaikoista kohtuullista torimaksua. Määriteltäessä torimaksua tulisi huomioida ainakin seuraavat seikat:

1. LUOVUTUKSEN TARKOITUS
2. KÄYTTÄJÄN ETU TÄSTÄ
3. TORIN YLLÄPITÄJÄN KULUT TÄSTÄ
4. MUUT SEIKAT ELI KOHTUULLISUUSVAATIMUS
5. MYYNTIALUEEN "MARKKINA-ARVO"

Tärkeimpänä maksuperusteena tulisikin olla torikauppiiaan etu paikasta. Jos tori on hiljainen ja kauppa ei käy, niin ilmainenkin toripaikka on liian kallis. Vastaavasti hyvästä kauppapaikasta ollaan valmiita maksamaan kohtuullista vuokraa.

Suomen oloissa tuskin yksikään tori pystyy toimimaan voittoa tuottavasti, jos siihen lasketaan mukaan kaikki torialueen kunnallistekniikasta aiheutuvat kulut. On muistettava, että esim. torialueen puhtaanapito ja lumenluonti täytyy tehdä joka tapauksessa - käytiin torilla kauppaa tai ei.

Tärkeää huomioitavaa: Saman artikkelin myyjien paikkojen tulee olla samanarvoisia riippumatta kauppiiaan asuinpaikkakunnasta. EU:n kilpailulainsäädännön mukaan asuinpaikkakunta ei saa olla hinnoittelun peruste, vaan kaikille EU-alueen yrittäjille on taattava asuinpaikkakunnasta riippumatta tasavertaiset mahdollisuudet kaupankäyntiin. Sitä vastoin torin ylläpitäjä voi vapaasti hinnoitella eri tuoteryhmien paikat eri hintaisiksi ja samaten määritellä tiettyä tuoteryhmää myyvien yrittäjien enimmäismäärän. Esim. kaksi torikahvilaa, kolme kalakauppiasta, viisi kukkakauppiasta jne...

Torimaksuista tulee antaa lakisääteisesti kauppiaille riittävät tiedot sisältävä kuitti, josta löytyy mm. torin ylläpitäjän yhteystiedot, Y-tunnus, paikkamaksun määrä ja sen sisältämän arvonlisäveron määrä veroprosentteineen.



Torin tekniset edellytykset

Torialueen pinnan on oltava kestopäällystetty tai kivetty siten, että se täyttää terveysuojelulain sille asettamat vaatimukset. Pinnan täytyy olla myös sellainen, että sillä pystyy liikuttamaan torilla tarvittavaa myyntikalustoa. Myös puhtaanapidon tulee olla helppoa.

SÄHKÖÄ tulee olla ostettavissa torin ylläpitäjältä, sillä esim. kylmälaitteita vaaditaan jatkossa yhä useampien artikkeleiden myyjiltä. Toreja uudistettaessa huomiota tulee kiinnittää riittävään sähköpistokkeiden määrään. Sähköpistokkeita tulee olla tasaisesti eri puolilla toria ja myös voimavirtapistokkeita tulee löytyä riittävästi. Jos torilla järjestetään myös tapahtumia, niin sieltä tulisi löytyä vähintään yksi 3x63A voimavirtapistoke.

VESIPISTEET kuuluvat joka torin pakolliseen varustukseen, samoin kuin torikauppialle tarkoitetut omat **WC:t**. Tämän lisäksi tarvitaan WC-tilat myös yleisölle. Jos torin lähistöllä on jo olemassa riittävästi valmiita WC:tä, niin usein ne ovat saatavissa sopimusteitse tarvittaessa käyttöön esim. viikottaisen toripäivän ajaksi.

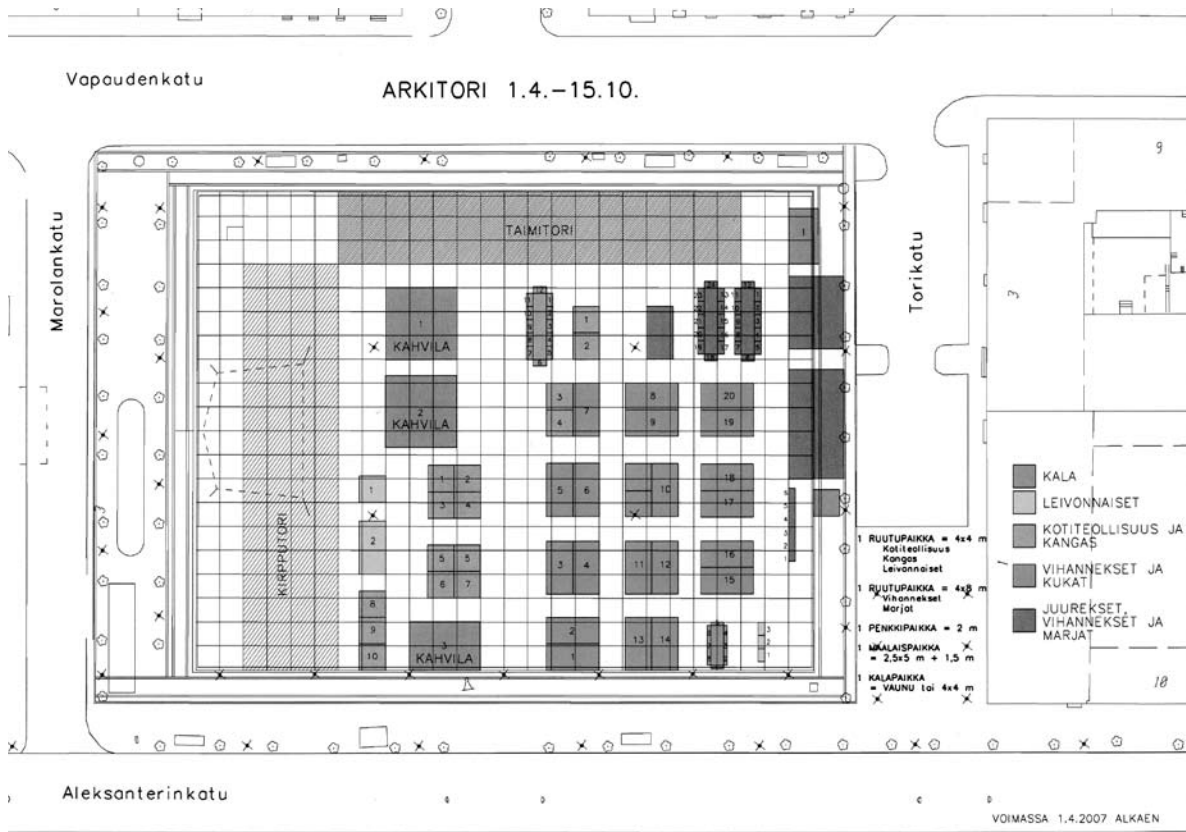
JÄTTEIDENKÄSITTELY: Torin ylläpitäjän on huolehdittava torialueen puhtaanapidosta kokonaisuudessaan, siinä missä yksittäisen torikauppiaan on huolehdittava oman myyntipaikkansa siistimisestä. Roskalava tai jättepuristin kauppiaiden jätteitä varten on välttämätön. Jätteiden lajittelussa tulee huomioida, että torilta saa melko helposti lajiteltua pahvin, biojätteen ja sekajätteen talteen. Erityyppisiä jätehuoltoratkaisuja on nykyisin paljon ja jätteiden lajittelussa noudatettava käytäntö kannattaa selvittää paikallisesti.

Liikennejärjestelyt ja paikoitus

Torin välitömässä läheisyydessä tulisi olla paikallisten joukkoliikennevälineiden pysäkit ja riittävästi paikoitustilaa yksityisautoilijoille.

Torille tulisi johtaa selvä viitoitus, jonka avulla se olisi helposti ulkopaikkakuntalaiseltakin löydettävissä.

Torikauppiaalle tulisi olla omat, heille osoitetut, paikoitustilat kohtuullisen matkan päässä torista. Kuitenkin niin, että autoja ei tarvitsisi jättää asiakkaille tarkoitetuille pysäköintipaikoille.



Esimerkkinä Lahden Kauppatorin pohjakartta.

4. Torien markkinointi, tiedottaminen ja toiminnallistaminen

Suomalaisten torien yhtenä pahimpana puutteena on nykyisin pidettävä riittämätöntä markkinointia ja tiedotusta. Suurin osa kunnista ja kaupungeista on huolehtinut torin kunnossapidon ja fyysiset puitteet aivan kelvollisesti, mutta niille torien markkinointi kauppapaikkoina on uutta ja outoa. Ajatuksena on pitkälti, että markkinointi kuuluu kauppiaille itselleen. Kauppiat puolestaan ajattelevat, että torin perusmarkkinointi sisältyy heidän maksamiinsa paikkavuokriin. Lopputuloksena on, että useimmiten toreja ei markkinoida lainkaan tai ainakin erittäin hajanaisesti ja puutteellisesti.

Markkinointisuunnitelman tekeminen torille

Toria voidaan pitää ulkona toimivana kauppakeskuksena, joka tarvitsee markkinointia ja tiedottamista siinä missä mikä tahansa muukin kauppakeskus. Ongelmana on vain käytettävissä olevien resurssien niukkuus. Toreja ei koskaan pystytä "lyömään läpi" markkinoinnissa pelkällä rahalla, kuten jonkun keskusliikkeen tukemaa jättimarkettia. Torien markkinoinnin täytyykin perustua niiden omiin vahvuuksiin.

Esimerkki torin markkinointisuunnitelmasta:

1. MIELIKUVAMARKKINOINTI eli korostetaan tietoisesti torin vahvuuksia, kuten esim. paikallisuus, tuoreus, henkilökohtainen asiakaspalvelu, elämyksellisyys, luomutuotteet jne... eli luodaan torille oma BRÄNDI, jota tuodaan esille määrätietoisesti ja jatkuvasti. Kannattaa muistaa, että torilla on jo sinänsä olemassa tietty arvo ihmisten mielissä.

Hyvänä esimerkkinä voidaan tuoda esille Kuopion tori, jonka kautta koko kaupunki hyvin voimakkaasti profiloituu.

2. TIEDOTTAMINEN eli käytetään aktiivisesti medioita hyväksi tiedottamalla kaikesta mitä torilla tapahtuu. Kun resursseja on niukasti, niin hyvän tiedottamisen merkitys korostuu. Usein tiedottaminen liittyy tavalla tai toisella toiminnallistamiseen eli siihen, että tietoisesti haetaan torille ihmisiä ja samalla medioita kiinnostavia tapahtumia.



Esimerkkinä voisi olla mediatilaisuus torikahvilassa, jossa kerrotaan, että torilla on koko tulevan viikon ajan lapsille ilmainen pomppulinna ja samalla kerrotaan vaikka torstain ohjelmallisesta iltatorista. Luonnollisesti samalla kerrataan ja kerrotaan torin BRÄNDIÄ tukevia perusasioita. Sama tiedote lähetetään myös sähköpostissa kattavasti kaikille alueen medioille.

3. TOIMINNALLISTAMINEN eli erilaisten tapahtumien ja aktiviteettien saanti torille on hyvin tärkeää toria elävöittäessä. Kannattaa kuitenkin aina muistaa, että erilaisten tapahtumien on oltava sellaisia, että ne tukevat muuta toritoimintaa, eivätkä suinkaan haittaa sitä.

Esimerkkinä mainittakoon erilaiset teemapäivät, markkinatapahtumat, erilaisten yhdistysten ja yhteisöjen esittelyt vuoroviikoin veloituksetta torilla. Erityisesti kannattaa muistaa lapset. On tärkeää, että lapset oppivat nuoresta käymään torilla. Kun lapset haluavat jonnekin, niin sinne yleensä tulevat myös perheen äidit, jotka pitkälti tekevät edelleen päätökset, mistä perheen ostokset hankitaan.

4. MAINOSTUS eli maksullinen ilmoittelu torista. Kun käytettävissä on niukasti varoja maksulliseen ilmoitteluun, niin käytännössä parhaaksi toteuttamistavaksi on muodostunut yhteisilmoittelu torin ylläpitäjän ja torilla toimivien kauppiaiden kanssa. Tällöin torin ylläpitäjä sopii esim. paikallisen sanomalehden, paikallisradion tai muun median kanssa ns. vakiopalstasta, jonne jokainen kauppias voi laittaa omat ilmoituksensa sopimushintaan. Yhteisilmoittelulla saadaan huomattavasti parempi näkyvyys, kuin että jokainen toria koskeva ilmoitus on hajautettu eri paikkaan.

Esimerkkinä toimivasta yhteisilmoittelusta voidaan pitää Hakaniemen kauppahallia Helsingistä. Siellä kauppahallin markkinoinnista vastaa kauppiasyhdistys, jonka markkinointivastaava kokoaa ilmoitukset ja huolehtii käytännön työstä. Helsingin kaupunki tukee markkinointityötä antamalla siihen aina yhtä paljon rahaa, mitä kauppahallin yrittäjät saavat kootua keskuudestaan. Näin on päästy toteuttamaan isoja mainoskampanjoita televisiota myöden.



Markkinointia täytyy hoitaa pitkäjänteisesti ja ammattimaisesti

Joka tapauksessa on huomioitava, että torin markkinointi ei yleensä pysty kukaan pitkäjänteisesti hoitamaan ns. oman työn ohessa, vaan se vaatii jonkun, jolla on riittävästi aikaa keskittyä työhön. Hyviä tuloksia on saatu esim. eri kaupunkikeskustayhdistysten ja torien yhteistyöstä, jossa markkinointivastuu on siirretty muutenkin kaupungin keskustaa elävöittämään pyrkivälle keskustayhdistykselle.

Koska jokaiseen ilmoitukseen rahan keruu yksittäisiltä yrittäjiltä on työlästä, niin suosittelemme ns. kauppakeskuksellia, jossa jokaisen yrittäjän paikkamaksusta tietty osa on korvamerkitty markkinointiin tai sitten peritään esim. kerran kuussa jokaisen yrittäjän osuus yhteisilmoittelusta yhdellä laskulla.

Alueellisissa torikierroissa markkinointia helpottaa ihmisten oppiminen siihen, että esim. torstai on aina toripäivä meidän paikkakunnallamme. Silti maksullista mainostusta täytyy olla ja markkinointia pitää alueellisessa torikierrossakin hoitaa vakituisesti. Myös täällä yhteisilmoittelua vakiopalstoilla kannattaa suosia aina kun se vain on mahdollista.

Muut tärkeät ilmoittelutavat

TIENVARSIMAINOSTUS on tavattoman tärkeä ja tehokas tapa mainostaa toria ja sen tapahtumia. Suosittelemme torin sijaintipaikan sisäänkuloreittien varsille isoja kiinteitä mainoskylttejä, joihin varataan mainostila aina kulloinkin ajankohtaisille tapahtumille ja asioille. Tämä ei kuitenkaan korvaa torin selkeitä virallisia ajo-opasteita, joiden tulee opastaa torille niin, että sinne on myös vieraspaikkakuntalaisen helppo löytää.

TORI-INFOT/ MYYNTIPAikkojen tiedot

Suosittelemme, että jokaiselta torilta tulee löytyä **INFOTAULU**, jossa löytyvät tärkeimmät toria koskevat tiedot, mm. myyntipäivät, aukioloajat, torivalvojen tai torivastaavan yhteystiedot, luettelo käytettävissä olevista päiväpaikoista jne... INFOTAULUN tulee palvella niin yleisöä kuin kauppiaitakin.

KAUPPIAIDEN NIMIKYLTTI JA SUORAMAINOSTUS

Myös kaikilla torimyyjillä tulee olla omassa myyntipisteessään selvästi nähtävillä nimikyltti, josta löytyvät yrityksen nimi ja yhteystiedot. Tämä on hyvin tärkeä luottamusta ja avoimuutta lisäävä toimi, jonka merkitystä kaikkien kauppiaiden on vielä nykyisin vaikea ymmärtää. Myös kauppiaiden myyntipisteissä olevien mainosten käyttöön kannattaa kiinnittää huomiota. Ne ovat sängen tehokkaita saamaan aikaan ohikulkijoissa heräteostoksia. Näillä on myös olennaista merkitystä koko torin mielikuvaan. Samaa luonnollisesti palvelevat siistit myyntipaikat, asiallinen työvaatetus ja muut ulkonäköön liittyvät seikat.

OMAT KOTISIVUT ovat toreille välttämättömiä. Elämme aikaa, jossa varsinkin nuorempi sukupolvi etsii tietoja enemmän internetistä kuin mistään muualta. Jos torilla ei ole asiallisia kotisivuja internetissä, sitä ei jonkun mielestä ole olemassakaan. Omat kotisivut ovat myös tärkeä mielikuvan luoja ja tiedotuskanava, jota edullisuutensa vuoksi kannattaa käyttää aktiivisesti toria markkinoitaessa. Myös alueellisille torikierroille omat kotisivut ovat välttämättömiä.



Hyviltä kotisivuilta löytyvät kaikki torin perustiedot, sopivasti kuvia torilta ja sen kauppiaista sekä mielikuvaa tukevaa materiaalia, esim. vanhoja artikkeleita torin historiasta jne... Monilla torikauppiailakin alkaa olla omat kotisivunsa, joten ainakin vakituiset kauppiaat kannattaa esitellä kotisivuilla ja laittaa linkki heidän omille kotisivuilleen. Linkit kannattaa laittaa myös toria sivuavien yhteisöjen kotisivuille ja alan omille kotisivuille osoitteeseen www.markkina.net

Kaikki maamme toritiedot samojen kotisivujen alle osoitteessa www.tuletorille.fi kokoava hanke on erittäin tärkeä ja siihen kannattaa kaikkien ottaa osaa. Hankkeen keskeisenä ajatuksena on tarjota niin asiakkaille kuin kauppiaillekin veloituksetta, helposti ja vaivatta perustiedot kaikista maamme toreista. Hyvät tiedot www.tuletorille.fi -sivuilla ovat selkeästi parempi vaihtoehto kuin suppeat omat kotisivut. Hankkeen mallina voidaan pitää Isossa-Britanniassa menestyksellä toteutettua vastaavaa hanketta, joka on selkeästi lisännyt torien suosiota valtakunnallisella ja paikallisella tasolla.

TARRAKAMPANJAT ovat tehokas tapa saada näkyvyyttä esim. kauppiaiden autoissa ja myyntikalusteissa. Malliesimerkinä voidaan pitää Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestön pari vuotta sitten toteuttamaa "Tori on kaupungin sydän" -tarrakampanjaa, joka innosti tuhannet kauppiaat mainostamaan toreja autoissaan, missä ikinä liikkuvatkaan.

5. Yhteistyö ja verkostuminen voimavarana

Nykyisin torien ylläpito ja kehittäminen on niin haastavaa työtä, että tuskin löytyy ketään, joka ei siihen tarvitsisi apua. Onkin sängen järkevää tehdä yhteistyötä aina kun se on mahdollista ja verkostoitua mahdollisimman laajasti.

Erilaisia ratkaisumalleja on yhtä monta kuin torejakin, mutta olennaista on saada asiat sujumaan tavalla, jossa kaikki toimivan torin kannalta olennaiset sidosryhmät on saatu sitoutumaan torin kehittämiseen. Jos joku olennainen toimija unohdetaan toiminnasta sivuun, aiheuttaa tämä helposti ongelmatilanteita tulevaisuudessa.

Aito yhteistyö on sellaista, että siitä hyötyvät kaikki mukana olevat tahot suoraan tai välillisesti.

Toritoimikunnat ja torikauppiasyhdistykset

Toritoimintaa kehitettäessä ja muutoksia tehtäessä on paikallaan kysyä niiden henkilöiden mielipidettä, jotka siellä todella työskentelevät. Tätä varten on monilla isoimmilla toreilla olemassa torikauppiaiden muodostamia TORIKAUPPIASYHDISTYKSIÄ, joiden kanssa on hyvä tehdä yhteistyötä kaikissa toreja koskevissa asioissa.

Niillä paikkakunnilla, missä kauppiaat eivät ole järjestäytyneet yhdistykseksi, on hyväksi havaittu yhteistyön muoto ollut TORITOIMIKUNNAT. Tällöin toimikuntaan kuuluu ylläpitäjän torivastaava, torivalvojat, erilaisia teknisiä asiantuntijoita tarpeen mukaan ja luonnollisesti tarpeellinen määrä kauppiaiden keskuudestaan nimeämiä edustajia. Suosittelemme pitämään näitä vapaamuotoisia kokouksia säännöllisesti ja aina tarpeen niin vaatiessa.

Elävä Kaupunkikeskusta ry ja paikalliset keskustojen kehittämissyhteistyöt

Elävä Kaupunkikeskusta ry tarjoaa kolmikantamalla: kaupungit, kiinteistönomistajat ja yrittäjät vetävät keskustan kehittämistyötä yhdessä muiden mahdollisten toimijoiden, kuten keskustan asukasyhdistysten, matkailualan tai kulttuuriväen kanssa. Tässä myös toritoimintojen ylläpitäjällä ja torikauppiailta on tärkeä rooli.

Elävä keskusta on kaupungin sydän. Elävä Kaupunkikeskusta ry on Suomen johtava keskustojen kehittäjien yhteistyöfoorumi. Elävä Kaupunkikeskusta ry:n koordinoitujen tavoitteena on kaupunki- ja kuntakeskusten jatkuva kehittäminen elinvoimaisemmiksi, viihtyisämmiksi ja kilpailukykyisemmiksi. Valtakunnallisena vaikuttajana Elävä Kaupunkikeskusta ry tarjoaa ainutlaatuisen tietotaitotorin, jolla keskustojen kehittäjät vaihtavat hyödyllisiä kokemuksia - ja voittavat kaikki jotain uutta.

Monet paikalliset keskustayhdistykset ovat nykyisin myös torien ylläpitäjiä tai ainakin huolehtivat torin markkinoinnista ja toiminnallistamisesta.

Lisätietoja:

Elävä kaupunkikeskusta ry
Toiminnanjohtaja:
Pokko Lemminkäinen 040-555 3462
pokko.lemminkainen@kaupunkikeskustat.fi
Postiosoite: Toinen linja 14, 00530 Helsinki



Elävä Kaupunkikeskusta ry

Torien kehittäminen

Nykyoloissa torien jatkuva kehittäminen on välttämätöntä toiminnan jatkuvuuden turvaamiseksi. Tärkeää on tiedostaa, että esim. ulkoista ilmettä uudistettaessa kukaan ei ymmärrä torilaisten tarpeita ja toivomuksia kysymättä sitä heiltä. Toimiva, käytännöllinen ja viihtyisä tori on niin monen tekijän summa, että kaikkien sidosryhmien mielipiteitä on kuultava onnistumisen varmistamiseksi.

Maamme toritoiminnan menestymisen kannalta haastavimpana osa-alueena voidaan pitää toimivien alueellisten torikiertojen luomista mahdollisimman nopeassa aikataulussa. Tässä kehitystyössä ovat tärkeässä osassa jo nyt merkittävät alueelliset torikaupan toimijat ja ylläpitäjät, sillä viime kädessä kunkin torin tai alueellisen torikierron kehittäminen on paikallista toimintaa. Sitä ei pystytä huolehtimaan muuten kuin paikallisten toimijoiden avulla.

Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö tekee osaltaan kokonaisvaltaisia torien kehittämissuunnitelmia, mutta sen resurssit ovat melko rajallisia, joten kovinkaan montaa hanketta ei yhtäaikaaisesti pystytä auttamaan alkuun.

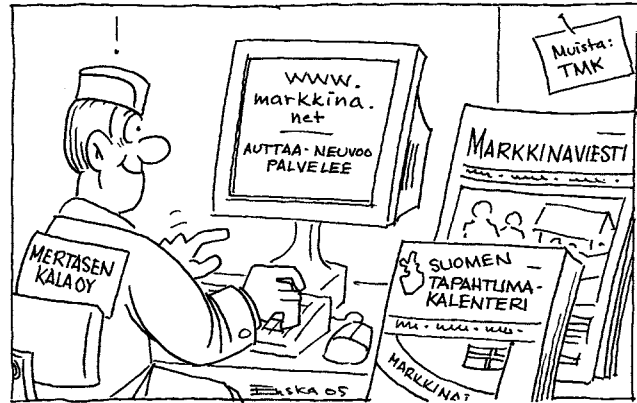
TORI ON KESKUSTAN KESKIPISTE - KAUPUNGIN 

6. Tori- ja markkinakaupan palvelukeskus auttaa, neuvoa ja palvelee

Suomalainen tori- ja markkinakauppa on saanut viime vuosina aivan uutta puhtia kaikkien alalla toimivien tahojen yhteistyöllä. 1990-luvun puolessa välissä yhteistyö synnytti koko alan valtakunnalliseksi edunvalvontajärjestöksi **Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestön**, jossa ovat jäseninä niin torien ylläpitäjät, tärkeimmät kauppiasjärjestöt kuin tapahtumajärjestäjätkin. Yhteistyön parhaana saavutuksena voidaan hyvällä syyllä pitää valtakunnallista **Tori- ja markkinakaupan palvelukeskusta**, joka toimii koko alan ”hermokeskuksena”. Palvelukeskuksen kautta pidetään yhteyttä niin viranomaisiin kuin kaikkiin alalla toimiviin tahoihin. Se on ainut organisaatio, joka kerää keskitetysti tietoa kaikista maamme toreista, markkinoista, messuista ja festeistä. Tietoja julkaistaan monin eri tavoin. Alan ammattilehti Markkinaviesti on ehkä tärkein tietolähde useimmille, mutta myös perinteinen ammattikalenteri Suomen tapahtumakalenteri on pitänyt pintansa. Myös internet-porttaali markkinanetti (www.markkina.net) lisää koko ajan suosiotaan. Lisäksi tarjolla on erilaisia oppaita ja historioikkejä. Tori- ja markkinakaupan palvelukeskus huolehtii myös alan ammattikoulutuksen ja kurssituksen järjestämisestä, alan arkistojen hoidosta, alan ulkomaanyhteyksistä ja on mukana monenlaisten tapahtumien käytännön järjestelyissä. Tärkeätä on muistaa, että Tori- ja markkinakaupan palvelukeskus palvelee kaikkia alasta kiinnostuneita ”yhden luukun periaatteella” nopeasti ja tehokkaasti.

Jos tori- ja markkinakauppa kiinnostaa, niin ota rohkeasti yhteyttä

TORI- JA MARKKINAKAUPAN PALVELUKESKUS
(lyhenteenä TMK)
PL 12, 29201 Harjavalta
Puh. 020 749 8700
Fax. 020 749 8701
tmk@markkina.net
www.markkina.net



Tori- ja markkinakaupan palvelukeskus palvelee koko suomalaista tapahtumaelinkeinoa.

Tietoja toreista ja tapahtumista löytyy mm. seuraavista medioista:

1. **Suomen Tapahtumakalenteri** on alan ammattikalenteri, joka sisältää valtavan määrän tietoa maamme tapahtumista. Ilmestyy aina tammikuun alussa.
2. **Markkinaviesti** on tori- ja tapahtumaelinkeinon ammattilehti, joka kertoo aina ajankohtaisista asioista ja päivittää myös seuraavan kahden kuukauden tapahtumatiedot kalenterisivuillaan. Markkinaviesti ilmestyy yhdeksän kertaa vuodessa.
3. **Markkinanetti eli www.markkina.net** on porttaali koko suomalaisen tapahtumaelinkeinon laajoine tietopankkeineen ja linkkistoineen. Markkinanetin osana on myös reaaliaikainen **sähköinen tapahtumakalenteri eli tapahtumanetti**.
4. Torien kaikki tiedot **www.tuletorille.fi** -osoitteessa niin asiakkaille kuin kauppiaillekin veloittuksetta ja vaivattomasti.

Huomioi myös muut tämän oppaan kanssa samaan sarjaan kuuluvat oppaat joita ovat mm:

- TAPAHTUMAJÄRJESTÄJÄN ABC-opas
- KAUPPIAAN ABC-opas

Kaikista julkaisuista saat lisätietoja tai voit tilata niitä www.markkina.net tai puhelimitse 020 749 8700.

Tämän oppaan ovat tuottaneet:

Tori- ja markkinakaupan keskusjärjestö, Markkinaperinteen tuki ry, Ympäristöministeriö ja Suomen Kauppahansat ry

Tämän oppaan on koonnut kansallinen torityöryhmä, johon ovat kuuluneet:

torien ylläpitäjät: Juhani Pentinmäki (Tampereen kaupunki), Kaisa Kauma (Turun kaupunki), Kari Laitinen (Kuopion kaupunki), Markku Lehtonen (Porin kaupunki), Seppo Sintonen (Lahden tori-isäntä ja TK:n puheenjohtaja), Juhani Tauru (Hämeenlinnan tori-isäntä), Hannu Pärssinen (Rauman Yrittäjät ry)

kauppiasjäsenet: Mauno Laihonen (Lihänvälitys Laihonen Oy, Tampere), Isto Kärkäinen (I&R Kärkäinen, Loimaa), Inka-Leena Lylymäki (Poppanamyynti, Nokia), Heikki Auvinen (Auvisen kala, Hyvinkää), Kaija Kosonen (Tmi Dokos marjat, Espoo), Jarkko Koivula (Kahvila Cafelot, Forssa)

asiantuntijajäsenet: Pokko Lemminkäinen (Elävä kaupunkikeskusta ry:n toiminnanjohtaja), Tuomas Santasalo (Tuomas Santasalo Ky), Mikko Heikkilä (Arkkitehtitoimisto Mikko Heikkilä Sito Oy), Timo Holmi (TMK:n kalustoasiantuntija), Ari Kallas (TMK:n toiminnanjohtaja)

Tätä opasta saa vapaasti kopioida ja sen voi hakea myös suoraan internetistä www.markkina.net/toimivatori