



T O R I

K O R T

T E L I T

2012-2020

“TORIKORTTELIT – OPIT”

I. Helsingin keskusta luo osaltaan Helsingin profiilia

Kaupunkikeskustat pirstaloituvat kaupungin laajentuessa ja painopisteet vaihtavat paikkaa. Eri alueilla on mahdollisuus kehittää omaa profiilia ja identiteettiä joilla erottua. Helsingin historiallisen ja merellisen keskustan mahdollisuus on kehittää monimuotoista ja elämyksellistä keskustaa jossa kulttuuripalvelut ovat osana tarjontaa. Nämä monipuoliset palvelut ja kohtaamispaikat yhdessä luovat koko Helsingin profiilia. Torikortteleissa vuosien varrella järjestetyt katujuhlat, katuruokatapahtumat ja monet muut tempaukset heijastavat aikansa kiinnostavaa kaupunkikulttuuria jonka vahva läsnäolo on kaupunkikehittämisessä kilpailukykyä kasvattava ja erotteleva tekijä.

2. Merellinen keskusta on mahdollisuus

Torikortteleita lähdettiin kehittämään jo kymmenen vuotta sitten osana kävelykeskustan kehittämistä ja nyt on jo nähtävissä että keskusta on ikään kuin laajentunut merelle asti ja alue on elävöitynyt. Alusta lähtien oli selvää että yhteistyö merellisen keskustan muiden kehityshankkeiden ja toimijoiden kanssa on tärkeää ja sitä tulee entisestään kehittää. Merellinen Helsinki on kaupungin strategiassa vahvasti mukana ja sen kehittämistä tullaan vauhdittamaan tällä valtuustokaudella. Torikortteleiden alue kuuluu olennaisena osana tähän kokonaisuuteen.

3. Kaupungin kannattaa aktiivisesti kehittää liike-toimintaa

Torikorttelit on konkreettinen esimerkki kaupungin liiketoiminnan mallista, josta on kaupungille ja kaupunkilaisille hyötyä. Kaupunki ei lähtökohtaisesti tee liiketoimintaa, minkä markkina voi hoitaa, mutta kaupunki voi tehdä markkinaehtoisesti liiketoimintaa, millä on myös yleishyödyllinen tavoite. Torikortteleiden esimerkissä kyse on elävöittämisestä ja kaupunkikeskustan mielikuvan muokkaamisesta ja kaupunkitilan merkityksellisestä kehittämisestä kaupunkilaisille ja matkailijoille. Panostaminen alueen kehittämiseen on pitkän aikajänteen kestävää investointia.



4. Kaupungin organisaation täytyy soittaa yhteistä säveltä

Tulevien hankkeiden onnistumiseen vaikuttaa ratkaisevasti kaupunkiorganisaation kyky rakentaa Helsinkiä yli toimialojen. Kehittämishankkeissa eri toimialat muodostavat ekosysteemikokonaisuuden, jonka toimijat ovat läheisesti tekemisissä ja hankkeen lähtökohdilla on suuri vaikutus sen etenemiseen. Kun eri sidosryhmät on tunnistettu tulee pyrkiä varmistamaan, että ekosysteemissä on tarvittava määrä luottamusta, jaettu ymmärrys hankkeen luonteesta, ymmärrys osallistujien rooleista ja tietoisuus hankkeen päämäärästä. Vaikka osallisten näkemykset saattavat erota toisistaan paljonkin, on tärkeää hahmottaa arvonluonnille selkeät tavoitteet. Eri osallistujien roolina on vaalia kaupunkilaisten omaisuutta eri lähtökohdista.

5. Muotoilulla saavutetaan huomattava ja huomaamaton hyöty

Mitä aikaisemmin muotoilu otetaan osaksi kehittämishanketta sitä suurempi hyöty sillä voidaan saavuttaa. Osana kehittämistä voidaan muotoilla vierailijan kokemus ja vaikuttaa mielikuvaan alueesta, ja parhaimmillaan nämä mietitään jo suunnitteluvaiheessa. Toimivassa konseptissa elämyksestä päällimmäiseksi jäävät mieleen alueen mielenkiintoiset sisällöt, ei niiden järjestely tai järjestelyn puuttuminen. Toimiva käyttäjäkokemus tarjoaa alustan ja fasiliteetit, sille että sisältöjä voidaan nostaa ja muotoilla huomattavaksi osaksi asiakaskokemusta. Alueelle rakennettu brändi sitoo yhteen kokemuksen ja sisällöt. Torikortteleissa tärkeäksi todistetun brändin on voinut kohdata monella eri tavoin ja eri mittakaavassa: postikorteista tilojen koristeluihin tai kokonaisesti huputettuihin rakennuksiin, joilla tuotiin esille alueen muuttuminen sen piilottamisen sijaan.

6. Aluetta kehitetään sisältöjen kautta, pelkkä seinien kehittäminen ei riitä

Torikortteleissa on asetettu prioriteetiksi kasvattaa sisällöt mielenkiintoiseksi ja alueen profiilia luovaksi osaksi kiinteistökehittämistä. Perinteinen vuokraustoiminta ei enää riitä luomaan tietynlaista profiilia vaan sitä tavoitellaan saavuttamalla oikean joukon huomio alueelle esimerkiksi tapahtumien tai väliaikaistoiminnan kautta. Hyvästä sisällöstä voi tehdä hyvää markkinointiviestintää, joka on avain alueen tunnettavuuden kasvattamiselle. Sisältöjen täytyy uusiutua ja pysyä kiinnostavina, jotta alueen kiinnostavuus säilyy.

7. Kaupunki saa kuratoida

Jotta Torikortteleiden kiinnostavuus ja tunnettuus kasvavat, on toimijat ja tapahtumat alueella kuratoitava tarkasti ja laatutason on oltava korkea jatkossakin. Torikortteleita on kehitetty primääristi elävöittäminen ja kaupunkilaiset etusijalla, kuitenkin niin ettei matkailijoita ole unohdettu. Tulevaisuuden matkailija haluaa sinne, missä kaupunkilainenkin viihtyy. Edelläkävijyyys ja ajan hermoilla pysyminen on kehittämisessä edellytys.

8. Torikorttelit toimintamalli tukee yrittäjyyttä ja yhteistyötä

Torikorttelit on alusta yrittäjyydelle joka tarjoaa mahdollisuuden yhteisölliseen toimintaan. Torikorttelit työstävät alueen mielikuvaa ja positiiviset asiat joita onnistutaan liittämään alueeseen hyödyttävät kaikkia alueen toimijoita. Yrittäjien vastuulla on oman liiketoiminnan kehittäminen ja markkinoiminen, mutta yhteisö tukee yrittäjyyttä. Torikortteleiden toimijoita tulee valita sillä perusteella että yrittäjällä on tahtotila yhteistyöhön muiden toimijoiden kanssa ymmärtäen siitä saavutettavat synergiaedut. Torikorttelit mahdollistaa Helsingin profiilia luovien pk-yritysten toiminnan ja sen kehittämisen keskustan alueella.

9. Kokeilukulttuuri eli Kyllä-kulttuuri

Torikorttelit on liiketoiminnan alusta, joka mahdollistaa erilaisia kokeiluja. Torikorttelit itsessään voidaan nähdä joukkona kokeiluja, joiden laajempi tavoite on ollut kehittää kaupunkikeskustaa ja kaupunkia yleensä. Kokeilukulttuurin arvo on tehdä aktiivisesti (näkyviä) positiivisia tekoja eikä epäonnistumista pidä pelätä jos kaikki ei menekään aivan nappiin. Avoimuus on kaiken a ja o.

10. Sesongit tarjoavat Potentiaalia elävöittämiselle

Torikorttelit muuttaa Helsingin identiteettiä näkemällä kaupungissa yhä uusia mahdollisuuksia ja testaamalla niitä. Tuomaan Markkinoiden uudistus mm. vahvan ravintolatoiminnan ja karusellin voimin on onnistunut pilotti Helsingin vahvemmalle roolille kansainvälisenä joulukaupunkina. Tarvitsemme vain aktiivisuutta, päättäväisyyttä ja mielikuvitusta toteuttaaksemme Helsingin persoonallisen kulman. Perinteiset sesongit tarjoavat oman mahdollisuutensa mutta uusia sesonkeja pitää myös luoda.

Placemaking – projektit

- Senaatintori 2020
- Kasarmitori ja kesäkatukokeilut 2021
 - Laajempi palautumisohjelma myös kulttuurin ja taiteen osalta.

KIIITOS!