



# A Diána téri és Uránvárosi piacok, valamint a Vásárcsarnok és Vásártér helyi akcióterve

**Végleges változat**

**URBACT Markets projekt**

**URBACT II Program**

**Pécs, 2015. április 20.**



A „Diána téri és Uránvárosi piacok, valamint a Vásárcsarnok és Vásártér helyi akcióterve” a Pécsi Városfejlesztési Közhasznú Nonprofit Zrt. megbízásából, a DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. gondozásában készült el.

A tanulmány a URBACT Markets (Driving urban regeneration, sustainable living, employment and entrepreneurship) projekt részeként, az URBACT II. Program és Magyarország társfinanszírozásával valósult meg.

A tanulmányban foglaltak a DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. véleményét tükrözik és semmilyen formában nem tekinthetők az Európai Unió vagy az URBACT II. Program hivatalos álláspontjának.

A tanulmányt a DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft. munkatársai készítették.

A tanulmányt szerkesztette:	Pálmai Zsolt
A tanulmány szerzői:	Fejezet:
Kiss Dalma	VIII.
Máté Éva	VII.
Molnár Ákos	III., IV., V., VI.
Pálmai Zsolt	I., II., III., IV, VI., IX.
Szauer Melinda	VIII.

## Tartalomjegyzék

I.	BEVEZETÉS .....	5
	Az URBACT Markets projekt .....	5
	Az URBACT Markets projektben kidolgozandó helyi akciótervek .....	6
II.	A HELYI AKCIÓTERV KIDOLGOZÁSÁNAK FOLYAMATA.....	7
	Egyeztetések a Diána téri és Uránvárosi piacokkal, a Vásárcsarnokkal, valamint a Vásártérrel kapcsolatban .....	7
	Az egyeztetések szerepe a helyi akcióterv kidolgozásában.....	13
III.	DIÁNA TÉRI PIAC .....	14
	A Diána téri termelői piac rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai .....	14
	A piac működésének rövid története és tapasztalatai .....	14
	A piac városon belül elhelyezkedése, épített infrastruktúrájának adottságai .....	15
	A Diána téri piaccal kapcsolatos legfontosabb kihívások .....	17
	A Diána téri piac SWOT elemzése .....	18
	A Diána téri piac jövőképe .....	19
	A Diána téri piac, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere .....	19
	A Diána téri piac Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe.....	19
	A Diána téri piacnak a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe.....	20
	A Diána téri piac fejlesztésének célkitűzései .....	20
	Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve .....	21
	A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából .....	22
	A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából.....	23
	A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából.....	23
IV.	URÁNVÁROSI PIAC.....	24
	Az Uránvárosi piac rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai .....	24
	A piac működésének rövid története és tapasztalatai .....	24
	A piac városon belül elhelyezkedése, épített infrastruktúrájának adottságai .....	25
	Az Uránvárosi piaccal kapcsolatos legfontosabb kihívások .....	27
	Az Uránvárosi piac SWOT elemzése .....	28
	Az Uránvárosi piac jövőképe .....	29
	Az Uránvárosi piac, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere .....	29
	Az Uránvárosi piac Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe .....	29
	Az Uránvárosi piacnak a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe.....	29
	Az Uránvárosi piac fejlesztésének célkitűzései .....	29
	Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve .....	30
	A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából .....	32
	A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából.....	33
	A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából.....	33
V.	VÁSÁRCSARNOK.....	34
	A Vásárcsarnok rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai .....	34
	A piac működésének rövid története és tapasztalatai .....	34
	A piac városon belül elhelyezkedése, épített infrastruktúrájának adottságai .....	35
	A Vásárcsarnokkal kapcsolatos legfontosabb kihívások .....	38
	A Vásárcsarnok SWOT elemzése .....	39
	A Vásárcsarnok jövőképe .....	40
	A Vásárcsarnok, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere .....	40
	A Vásárcsarnok Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe.....	40
	A Vásárcsarnoknak a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe.....	40
	A Vásárcsarnok fejlesztésének célkitűzései .....	40
	Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve .....	41
	A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából .....	43
	A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából.....	43
	A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából.....	43
VI.	VÁSÁRTÉR .....	45
	A Vásártér rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai.....	45
	A piac működésének rövid története és tapasztalatai .....	45
	A piac városon belül elhelyezkedése, épített infrastruktúrájának adottságai .....	46
	A Vásártérrel kapcsolatos legfontosabb kihívások .....	48

A Vásártér SWOT elemzése .....	49
A Vásártér jövőképe.....	50
A Vásártér, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere.....	50
A Vásártér Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe .....	50
A Vásártérnek a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe .....	50
A Vásártér fejlesztésének célkitűzései .....	51
Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve .....	52
A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából .....	54
A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából.....	55
A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából.....	55
VII.    A DIÁNA TÉRI ÉS URÁNVÁROSI PIACOK, A VÁSÁRTÉR ÉS A VÁSÁRCSANOK FEJLESZTÉSÉINEK FINANSZÍROZÁSI FORRÁSAI .....	56
VIII.   A DIÁNA TÉRI ÉS URÁNVÁROSI PIAC, A VÁSÁRCSARNOK ÉS VÁSÁRTÉR MÁRKA, ARCULAT ÉS KOMMUNIKÁCIÓS KÉRDÉSEI.....	59
Márka .....	59
Arculat: vizuális azonosítók, embléma mutációk és arculati eszközök.....	60
Kommunikációs terv.....	64
A Diána téri piac kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban .....	64
Az Uránvárosi piac kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban .....	67
A Vásárcsarnok kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban .....	69
A Vásártér kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban.....	71
IX.    BEFEJEZÉS .....	74
RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE.....	75
1. SZÁMÚ MELLÉKLET: A SZEGEDI MARS TÉRI VÁROSI PIAC TANULMÁNYÚTJÁNAK RÉSZLETES EMLÉKEZTETŐJE .....	76

## I. BEVEZETÉS

### Az URBACT Markets projekt

Az URBACT Markets projekt az URBACT II Programon belül valósul meg. A projekt címe szerint<sup>1</sup> a városok megújítását, a fenntartható életvitelt, a foglalkoztatást, valamint a vállalkozói szellemet erősíti. A projekt európai uniós finanszírozását az URBACT II Program<sup>2</sup> biztosítja, amely a városok közötti tapasztalat és tudásmegosztás lehetőségével támogatja a fenntartható városfejlesztést.

Az URBACT Markets projekt a kulturális örökség és városmegújítás témaköreivel foglalkozik, ebben kiemelt szerepet szánva Pécs város piacainak. Pécs a Mecsek hegység lábánál elterülő Baranya megyei székhelyváros, amely a Dél-dunántúli Régió legnagyobb városaként – lakónépessége 2014. január elsején 145.581 fő volt – regionális közigazgatási és pénzügyi központ szerepet is betölt. A település 2010. évben Európa Kulturális Fővárosa (EKF) címet viselte, ennek megfelelően pezsgő kulturális élet is jellemzi. Az EKF Program keretében négy kulturális beruházás valósult meg a városban: a Pécsi Konferencia- és Koncertközpont, a Dél-dunántúli Regionális Könyvtár és Tudásközpont, a Múzeumok utcája, valamint a Zsolnay Kulturális Negyed létesítése. Mindezek mellett a város közterei és parkjai is megújultak, szerepük a város társadalmi életén túlmenően a megyeszékhelyen működő piacok és vásárok szempontjából is meghatározóvá vált.

Az URBACT Markets 800.000, euró összköltségvetésű, az Európai Regionális Fejlesztési Alap által finanszírozott nemzetközi együttműködési projekt. Partnerségét Pécs mellett, Barcelona (Spanyolország), London (Westminster, Anglia), Torino (Olaszország), Suceava (Románia), Dublin (Írország), Toulouse (Franciaország), Wrocław (Lengyelország) and Attica (Görögország) alkotják. A projektben Pécsen ténylegesen közreműködő pályázati partnerként a Pécsi Városfejlesztési Közhasznú Nonprofit Zrt. (PVF) képviseli.

A projekt kiemelkedő lehetőség biztosít a PVF-nek arra, hogy városi piacok működésével összefüggésben nemzetközi tapasztalatokat szerezzon. E mellett a projektben olyan akcióterv is kidolgozásra kerül, amely javítja a helyi foglalkoztatást, a kereskedelmi láncok hatékonyságát, hozzájárul a belváros további megújításához. A városi piacokra koncentráló akcióterv végső soron iránymutatásként is szolgál Pécs városának a fenntarthatóbb jövő eléréséhez.

Az URBACT Markets projekt segítségével átalakított piacok tökéletesen illeszkednek majd az un. okos városok európai stratégiájához. Ennek oka az, hogy a városi piacok az építészeti fejlesztések, a környezeti megújulás, a munkahelyteremtés, a gazdasági növekedés, a helyi kereskedelmi láncok hatékonyabbá tételének eszközei lehetnek. Emellett támogatják a fenntartható város kialakításával kapcsolatban megfogalmazott értékeket: a helyi termékek értékesítését, a lokális mobilitást, az egészséges étkezést, valamint a helyi termelők és a városi közösségek közötti kapcsolatok kialakítását.

<sup>1</sup> URBACT Markets: Driving urban regeneration, sustainable living, employment and entrepreneurship

<sup>2</sup> URBACT II. Program Nemzeti Tájékoztatói Pont Magyarország honlapja: <http://www.urbact.hu/#>. Hozzáférés dátuma: 2015. április 20.

## Az URBACT Markets projektben kidolgozandó helyi akciótervek

Az URBACT Markets projekt európai tapasztalatcsere folyamatának eredményeként alakult ki a helyi akcióterv jelen dokumentumban is alkalmazott szerkezete. A helyi akcióterv lényege, hogy az URBACT Markets partnervárosok piacaira azok fejlesztésének rövid, közép- és hosszú távú céljaival összhangban levő cselekvési menetrend kerüljön kidolgozásra. A helyi akcióterv szerkezete a következő:

- Az akcióterv érdemi része az aktuálisan vizsgált piacok rövid leírásával, jellemzőinek bemutatásával kezdődik. A piacok ismertetése kiter azoknak a környező városrészek vonatkozásában betöltött gazdasági, társadalmi szerepének tárgyalására is. Teszi mindezt elsősorban a piac működése kapcsán érintett fontosabb szereplők véleményének figyelembe vételével.
- A piacokra vonatkozó fő kihívások tekintetében a helyi akcióterv foglalkozik a piacokon megoldandó infrastrukturális fejlesztésekkel, a velük kapcsolatos társadalmi véleményekkel és elvárásokkal, a piacok városszerkezetben játszott szerepével, működtetésük pénzügyi vetületeivel, valamint a piacok helyi gazdaságot élénkíteni hivatott gazdasági erejével is.
- Minden pécsi, önkormányzati fenntartású piacról SWOT elemzést is tartalmaz a helyi akcióterv. Ez tömören összegzi a megelőző fejezetekben leírtakat az erősségek, gyengeségek, valamint a lehetőségek és veszélyek vonatkozásában.
- A helyi akcióterv jövőképe az URBACT Markets projekt fókusza által determinált, mivel három fő, a projekt által kiemelt területre összpontosít. Ezek egyrészt a piacok szerepét emelik ki a városok „lelke”, vagyis társadalmi élete, pezségése szempontjából, másrészt pedig a piacokat, mint a városi gazdaság motorjait mutatják be. Harmadrészt hangsúlyos elemként jelenik meg a fenntarthatóság elveinek a képviselése közvetlenül a piacok léte, működése segítségével. Minden egyes tárgyalt piac vonatkozásában feladat e három terület erősítését szolgáló célkitűzések meghatározása.
- Az akciótervnek, a fenti hármast, alapvetően a projekt partnersége által kijelölt fókusz mellett, összhangban kell lennie az Európai Unió egésze szempontjából meghatározott városfejlesztési szakpolitikai célkitűzésekkel is. Így célokat és az elérésüket segítő akciókat kell kijelölni a városközpont rehabilitáció, a foglalkoztatás és vállalkozói szellem erősítésének, az alacsony széndioxid kibocsátású helyi gazdaság területein is.
- A dokumentum ezt követő, egyben utolsó előtti fejezete egy olyan összegző táblázat, amely a helyi akcióterv megvalósítását támogató beavatkozási területeket, a mozgósítható európai uniós finanszírozási forrásokat, valamint a javasolt beavatkozásokhoz kapcsolódó projekteket tárgyalja.
- A helyi akcióterv záró fejezete rövid kivonata lesz annak az arculati kézikönyvnek, valamint az annak alkalmazását jelentő marketing tevékenységeknek és kommunikációs tervnek, amelyek az adott piac lehetőségeinek jobb kiaknázását teszi lehetővé a korábban meghatározott célok mentén.

Röviden összefoglalva, a pécsi helyi piacokra vonatkozó akciótervek lényegre törően áttekintik az azokkal kapcsolatos társadalmi, gazdasági és fenntarthatósági elvárásokat, ezek alapján – ahol erre lehetőség van – rövid, közép- és hosszú távon fejlesztési célokat határoznak meg. A dokumentum az által, hogy áttekinti a szóba jöhető finanszírozási forrásokat, kommunikációs eszközöket, maga is orientálja a piacok fejlesztéseit.

Jelen dokumentum négy, Pécsen már évtizedek óta működő, önkormányzati kezelésben, a Pécs Holding Városi Vagyonkezelővel Zrt (Pécs Holding) fenntartásában üzemelő piac illetve vásár helyi akcióterve. A következő fejezetekben a fent vázolt logikai sorrendnek megfelelően az akcióterv részletes kifejtésére kerül sor. Ahol a Diána téri piac, az Uránvárosi piac, a Vásárcsarnok és a Vásártér esetében a helyi akcióterv fejezeteinek tartalma azt indokoltá teszi, egyes témákat külön-külön, illetve együtt mutatunk be.

## II. A HELYI AKCIÓTERV KIDOLGOZÁSÁNAK FOLYAMATA

### Egyeztetések a Diána téri és Uránvárosi piacokkal, a Vásárcsarnokkal, valamint a Vásártérrel kapcsolatban

A PVF 2015. februárban bízta meg a DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft-t (Ügynökség) a négy pécsi piac akciótervének kidolgozásával. Az Ügynökség a témában illetékes stakeholdereket, illetve érdeklődőket tömörítő, un. helyi támogatói csoport ülések formájában egyeztetéseket kezdeményezett a piacok működése szempontjából meghatározó szereplőkkel/szervezetekkel. Ugyanitt ki szeretnénk emelni, hogy a Diána téri és Uránvárosi piacokkal, a Vásárcsarnokkal és a Vásártérrel kapcsolatban, mintegy funkcióbővítésként, termelői piacok üzemeltetése is szerepel a tervek között, így az alábbiakban a termelői piacokkal kapcsolatos fontosabb észrevételeket is számba vesszük.

2015. február 20-án került sor az URBACT Markets projekt első stakeholder találkozására. A megbeszélésen a PVF-en, a Pécsi Patrónus Kft-n kívül a Magyar Turizmus Zrt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága (MT DDRMI), a Baranya Megyei Önkormányzat (BmÖ), a Pécs Holding, a BLOKOM Pécsi Városüzemeltetési és Környezetgazdálkodási Kft. (BLOKOM), valamint a Ferling PR Tanácsadó és Szolgáltató Kft. (Ferling PR) munkatársai vettek részt. A stakeholder találkozó – amely elsősorban a Búza téri termelői piaccal foglalkozott, egyúttal érintette a most tárgyalt négy piacot is – során az egyes piacok akciótervéhez kapcsolódóan a következő megállapítások, javaslatok hangzottak el:

- Pécsi Patrónus Kft. a termelői piacok kapcsán felhívta a figyelmet arra, hogy Baranya megyében 1.200, regisztrált őstermelőről tudnak, ezek közül 150-200 tekinthető aktívnak. Termékeik piaca jutását a Nemzeti adó- és Vámhivatal (NAV) mellett az Élelmiszerlánc-biztonsági és Állategészségügyi Igazgatóság, valamint a Népegészségügyi Szakigazgatási Szerv is ellenőrzi és szabályozza. Véleményük szerint jelentős mennyiségű helyi termék felhasználását jelentené, ha a megyei közétkeztetésben érdekelt Hungast cégcsoport legalább részben helyi terméket vásárolna. A Pécs belterületén található 12 hektárnyi, önkormányzati tulajdonban levő mezőgazdaságilag művelhető pécsi belterület is felhasználható lenne e célból. Javaslatot tettek továbbá az un. rövid ellátási lánc<sup>3</sup> (REL) megyei működtetésére is.
- Az MT DDRMI felhívta a figyelmet a helyi termékek higiéniai problémáira, amelyet egy „időzített bombának” vél. Egyfajta szigorításra és az ellenőrzések szemléletváltására lenne szükség, más szavakkal nemcsak a technológiát kellene ellenőrizni, hanem a termelő személyét is.
- A BmÖ álláspontja támogató a négy pécsi piacon tervezett termelői piacokkal kapcsolatban. Kiemelt fontosságúnak tartották a REL működtetését a termelők és a fogyasztók között, kiemelve, hogy az önkormányzati törvény alapján a városok felelősek az őstermelői piac működtetéséért. Ezt támogatandó, a megyei önkormányzat adatbázist készít a helyi termelőkről. A BmÖ felhívta a

<sup>3</sup> A REL kialakítása kevés számú gazdasági szereplő bevonásával valósul meg, akik elkötelezettek az együttműködés iránt is. Ez a magatartás fejleszti a helyi gazdaságot, a termelők, feldolgozók és a fogyasztók között szoros földrajzi és társadalmi kapcsolatokat alakít ki. A REL az Európai Mezőgazdasági Vidékfejlesztési Alap eszköze is, létrehozásához európai uniós pénzügyi támogatás igényelhető.

figyelmet a „Kincses Baranya”<sup>4</sup> és „Fejlődő Baranya”<sup>5</sup> honlapokon szereplő információkra is. Álláspontjuk szerint a termelésre alkalmas területek összegyűjtése és biztosítása is komoly feladat. Eddig Baranya megye területén hat hektár területen tudtak termelni, amit csak nagyon nehezen tudtak a közelmúltban tíz hektárra növelni.

Amint az a fenti hozzászólásokból látható, az első támogatói csoporton résztvevők nem fogalmaztak meg konkrét javaslatokat, véleményeket a négy vizsgált piac jelenlegi működésével, fejlesztésével kapcsolatban. A négy piacon működtetni tervezett termelői piacok kapcsán egységes volt az álláspontjuk a tekintetben, hogy a szervezés, az árualap előállítása, a piacon megjelenő eladók „minősége” és termékeik minősítése csak az abban érintett szervezetek együttműködésével biztosítható.

2015. február 26-án az Ügynökség egyeztetést folytatott a Pécs Holdinggal. Az ismételések elkerülése végett ezen a ponton csak azt jelezzük, hogy a négy pécsi piac vonatkozásában a fenntartó munkatársai megfogalmazták azok fejlesztésének rövid, közép- és hosszú távú céljait is. Ezekről a későbbi fejezetekben számolunk be részletesen. A négy érintett vásárhelyen tervezett termelői piacokkal kapcsolatban pedig említést tettek a NAK-kal 2015. januárban aláírt keret-megállapodásról, amelyet PMJV Önkormányzata mellett a Pécs Holding is jegyzett. A megállapodásról a későbbiekben ejtünk szót.

2015. március 3-án Pécs Megyei Jogú Város (PMJV) főépítésze és az Ügynökség munkatársai a Szegedi Vásár és Piac Kft-nél szakmai tanulmányúton vettek részt, megismerve a szegedi Mars téri vásárcsarnok és piac működését. A megbeszélés egésze elsősorban a Pécsen tervezett Új Vásárcsarnok tervezése és megvalósítása szempontjából volt tanulságos, ezért a tanulmányút emlékeztetője jelen tanulmány 1. számú mellékletében található. A Mars téri piacot fenntartó kft. munkatársai kiemelték, hogy egy, a szegedihez hasonló, központi elhelyezkedésű, népszerű vásárcsarnok kialakítása alapos előkészítést igényel, a beruházás megvalósítása (a finanszírozási források függvényében) pedig viszonylag sokáig tart. Véleményük szerint, ha Pécs a már meglévőhöz képest jobb vásárcsarnokot szeretne létesíteni, megkerülhetetlen a bérlők igényeinek felmérése a létesítmény funkciói, kültéri, beltéri kialakítása vonatkozásában. Nagyon fontos továbbá a már működő Vásárcsarnok tapasztalatainak, problémáinak a számbavétele is. Végül, de nem utolsó sorban kiemelték: mivel Szeged esetében is a város szívében elhelyezkedő piacról van szó, Pécs tervezett Új Vásárcsarnokának közösségi térként, rendezvényhelyszínként is funkcionálnia kell. A (z Új) Vásárcsarnok, mint termelői piac kapcsán felhívták a figyelmet a Szegeden létrejött együttműködésre a Nemzeti Agrárgazdasági Kamarával (NAK) és az Agrármarketing Centrummal (ACM), amelynek keretében – a Csongrád Megyei Kereskedők és Vendéglátók Egyesületének a segítségével is – a dél-alföldi városban ún. tanyasi napokat szerveznek. Ezeknek a népszerű piacnapoknak további tanulsága, hogy sikerükhöz a fenntartó részéről az árusoknak juttatott – akár csak szimbolikus összegű – anyagi támogatásra is szükség van.

2015. március 6-án a Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Baranya megyei Igazgatóságának (NAK Bm) munkatársaival találkoztunk. A 2015. januári keret-megállapodással kapcsolatban kiemelték, hogy a helyi termékek utóbbi években tapasztalható felértékelődése fontos, hogy tudatos vásárlói magatartással is kiegészüljön. Ehhez pedig kampány és médiamegjelenések szükségesek. A NAK Bm a pécsi városi piacokon való megjelenése során a megyei kis- és őstermelőket részesíti előnyben. A Pécs Holding piaconként nagyságrendileg 4-5 árusítóhelyet bocsát a Kamara által mozgósított árusok rendelkezésére.

<sup>4</sup> <http://kincsesbaranya.hu/> – Baranya megyei értékek megjelenítése. Hozzáférés dátuma: 2015. április 20.

<sup>5</sup> <http://www.fejlodobaranya.hu/> – a BmÖ Terület- és Településfejlesztési Operatív Program tervezéséhez és megvalósításhoz kapcsolódó honlapja. Hozzáférés dátuma: 2015. április 20.



A REL tapasztalataik szerint működik, hiszen a nagyobb települések, városok lakói biztos forrásból, sokszor a termelőktől közvetlenül szerzik be a nyersanyagokat illetve a feldolgozott élelmiszert. Véleményük szerint is probléma, hogy sokszor nincs többlet árualap, amit ezek a termelők máshol, például termelői piacon tudjanak értékesíteni. Saját, korábbi sikeres kezdeményezéseik, így a 2014. évi ormánsági dinnye program (a dinnyék NAK matricával, mintegy védjeggyel lettek ellátva, ezáltal is szavatolva az eredetük) is aláhúzták, hogy fontos valamilyen megkülönböztető védjegy, átfogóbban véve arculat alkalmazása.

2015. március 17-én második támogatói csoport ülés elsősorban a pécsi piacok logójával és arculatával foglalkozott. A megbeszélésen résztvevők (PVF, BmÖ, Pécsi Patrónus Kft, Pécs Holding, BLOKOM, Ferling PR, valamint az Origó-Ház Egyesület) kiemelték, hogy ezeknek az arculati elemeknek illeszkedniük kell ahhoz az arculathoz, amelyet PMJV is használ. Ennek megfelelően került továbbfejlesztésre az a (a támogatói csoport harmadik ülésén véglegesített) arculat, amelyről a helyi akcióterv VIII. fejezetében olvashatnak részletesen. A Pécs Holding a rendezvényen bemutatott szegedi, korábban általuk is személyesen meglátogatott Mars téri piac kapcsán kiemelte, hogy több, a piac nyitáskor még újszerűnek számító infrastrukturális megoldást (például a zöldtető alkalmazását) pár év elteltével már hibás döntésnek értékelték.

2015. március 23-án az Ügynökség munkatársai PMJV főépítészének, a BmÖ-nek, a jelenlegi vásárcsarnok bérlőinek és az azok képviselőiben részt vevő ügyvédnek a társaságában a pécsi Vásárcsarnok tervpályázatának előkészítésével kapcsolatos információkat egyeztettek.

- A BmÖ ennek kapcsán kiemelte, hogy céljuk a helyi termékek helyben maradásának elősegítése, azok közétkeztetésben való felhasználásának elősegítésével együtt. Ezért megfelelően méretezett hűtőház és raktár kialakítását is javasolták az Új Vásárcsarnokban.
- PMJV főépítésze hozzátette, hogy az Új Vásárcsarnok helyszíne kapcsán még nem született meg a végleges döntés. E nélkül pedig a tervezési program, az elvárások, a fő paraméterek nem meghatározhatók. A kiírandó tervpályázat megjelentetése előtt ezeket egyeztetni szükséges többek közt a Pécs Holdinggal, a BmÖ-vel és a bérlőkkel is. Aktuális ismeretei szerint az Új Vásárcsarnok kivitelezése 2017-ben befejeződik.
- Az egyeztetésen a bérlők képviselői elmondták, hogy a fontos számukra egy jó helyszín választása, mert a belváros és a buszmegálló közelsége sok vásárlót, jelentős keresletet jelent. A meglévő bérlők szeretnék az üzletüket az új csarnokban is majd továbbvinni, ezért valami féle prioritást szeretnének kapni, licit eljárás nélkül. Nem javasolták emeletes épület tervezését, mert az eddigi tapasztalatok alapján a fenti üzletekhez nem mennek fel a vásárlók.

Az Ügynökség munkatársai a helyi akciótervben tárgyalt négy pécsi piacot 2015. április 1-én járták be. Ezeknek az „egyeztetéseknek” a szerepe az volt, hogy lehetőség biztosítottak az egyes piacokon jelen levő árusokkal/bérlőkkel, valamint ahol erre sor került, a piacfelügyelővel való találkozásra, véleményük megismerésére. Az alábbiakban a legfontosabb megállapításokat szedtük csokorba.

- **Vásárcsarnok**
  - Árusok, bérlők: fontosnak tartották, hogy az áru az asztal alatt tárolható legyen. Igényük lenne továbbá zárható asztalokra, amelyek kis tárolókkal is felszereltek. Jelezték továbbá, hogy az asztalok mostani elrendezése az új helyen is maradjon így, vagyis, hogy sok árusító asztal kapjon helyet a csarnok közepén. Reményüket fejezték ki, hogy az asztalok bérleti a

jelenlegihez hasonló nagyságrendű lesz az Új Vásárcsarnokban is. Összességében véve könnyen tisztítható, klimatizált, szellőztetett, kulturált csarnok létesítését javasolták. Fontosnak tartották a jó megközelíthetőséget és parkolási lehetőséget. Kiemelték, hogy az akkus mérlegek és pénztárgépek használata megfelelően méretezett elektromos hálózat is szükséges az új helyen. Úgy látták továbbá, hogy a Vásárcsarnok jelenlegi vásárlói inkább a közép- és időskorúak, a fiatalabb korosztályok pedig a közeli ÁRKÁD-ban vásárolnak be. Végül, de nem utolsó sorban a bérlők egybehangzóan megállapították, hogy a jelenlegi Vásárcsarnok emeleti része szinte teljes mértékben kihasználatlan és azt csak nagyon kevés vásárló látogatja.

- **Uránvárosi piac**

- Árusok, bérlők: véleményük szerint a péntek és a szombat az erősebb nap, a többi piacnap általában gyenge. A piacon szükség lenne egy hentesboltra, élelmiszer boltra esetleg még egy halasra, mert ezek jelentős mennyiségű vásárlót vonzanának ide. Úgy látják, hogy a piacon vásárlók keresik a helyi termékeket. Szerintük a „lomisok” nincsenek útban, jóllehet egy különválasztott helyet célszerű lenne biztosítani számukra.
- Piacfelügyelő: a piacon zárható asztalok vannak, amit a kereskedők meg is tudnak fizetni, ezért igényelnek is. Ezekből többet igény esetén biztosítani tudnak. Minden évben nyár elejétől kezdve jönnek az őstermelők, ősz végéig, a kereskedők jelenléte azonban folyamatos a piacon. Rövid távon szükséges látja a villamos hálózat bővítését, festést, az asztalok cseréjét, a csarnok zárhatóságának megoldását. Rendszeresen – így legutóbb 2015. márciusban – liciteljárást indítanak a piacon található kiadó pavilonokra. Problémaként említette, hogy a közeli kocsmából a részek rendszeresen randalíroznak a piacon vagy a közelében. Kiemelte, hogy egy kerékpártároló létesítése is hasznos lenne.
- Ügynökség: az uránvárosi piac műszaki állapot vonatkozásában megállapítottuk, hogy a csarnok tetőszerkezete felújításra került, de a fa tartószerkezet nincs hosszú idő óta kezelve, festve. Az északi oldalon (a 6-os út felől) a polikarbonát burkolat előregedett, erősen szennyezett, cseréire szorul. A csarnok elektromos hálózata előregedett, alulméretezett, a pénztárgépek, mérlegek fogadására nem alkalmas, de a világítást is alig bírja. Szükséges lenne a világítás rendszerének teljes korszerűsítése. Parkolóhely kevés áll rendelkezésre. A Hajnóczy utcában összesen 50 db, a szélesebb részeken a járdaburkolatra felállva további 8 db parkolóhely található. Ebből az 58 db helyből alig 2-3 szabad hely áll rendelkezésre a bejárás – amely egy gyengébb piaci napnak számított – délelőttjén. Az Ybl Miklós utca túloldalán további kb. 10 db szabad helyet lehet figyelembe venni. Az erősebb piaci napokon ezért egyértelműen parkolóhely hiány van. További észrevétel, hogy a piaci csarnokot környező aszfalt járdaburkolat töredezett, egyenetlen, rossz minőségű.

- **Vásártér**

- Árusok, bérlők: a Vásártéren minden hónap első csütörtökén régiségvásár, míg szombatokon kisebb, főleg „zsibis” (használtcikk) vásár van. A legjelentősebb piacnap a vasárnap. Ezekkel ellentétben hétköznapi délelőttökön a Vásártér teljesen üres.

- **Diána téri piac**

- Árusok, bérlők: a péntek és a szombat jelentik az erős piaci napokat. Véleményük szerint a piacról hiányzik a lángosos és/vagy lacipecsenyés, vagyis az a lehetőség, hogy meleg étel is fogyasztható legyen a piacon. Az árusokat zavarja, hogy a bérlési díj mellett fizetniük kell a WC használatért (alkalmanként 100 Ft), ami jelentős anyagi terhet jelent az egész napos árusítás során. Sérelmezték továbbá, hogy nincs állandó biztonsági őr sem a piacon. Problémát jelent, hogy a piacon működő kocsmák és italboltok miatt többen itt részegednek le, mivel ez nem minősül közterületnek. Az árusok ezért nem érzik sem magukat, sem termékeiket biztonságban a piacon. Kifogásolták továbbá, hogy az elektromos hálózat kialakítása nem megfelelő. Nincs az asztaloknál áramvételi lehetőség, így a pénztárgépek és

mérlegek csak akkuval használhatók, amelyek általában nem bírják ki egy teljes napot. A csapadékvíz elvezetés megoldását teljesen elhibáztak tartották. Az árusító asztalok felett keletkezett vizeket a közeli fák törzsén vezetik le a burkolatra, ahol nincs megfelelő továbbvezető csatorna kialakítva. A víz így nemcsak a fákat teszi tönkre, hanem a vásárlók és árusok lábánál folyik el. Úgy gondolták továbbá, hogy szükség lenne kerékpártároló kialakítására is. Érdeemes lenne megvizsgálni egy babakocsi tároló elhelyezését is.

- Piacfelügyelő: 11 üzlethelyiség található a piac körül egyfajta térfalként is funkcionálva. A piac megjelenése viszonylag modern, a környező térburkolatok, kerítés jó állapotú. Ládamosó rendelkezésre áll és szociális helyiség is van.

A fenti piacok és vásártér bejárása során szerzett információkat figyelembe vettük az egyes vásárhelyek fejlesztési célkitűzéseinek meghatározásakor.

Az URBACT Markets projekt harmadik támogatói csoport ülésére 2015. április 10-én került sor. A megbeszélés célja a Diána téri és az Uránvárosi (Hajnóczy utcai) piacok, a Vásárcsarnok és a Vásártér fejlesztésére vonatkozó helyi akcióterv kidolgozásának a támogatása volt. A találkozón résztvevő BmÖ, a BLOKOM, új szereplőként a Mediátor Egyesület – Szabadkikötő Közösségi Tér, a NAK Bm, Pécs Holding Pécsi Patrónus Kft., Pécsi Városfejlesztési Nonprofit Zrt. véleményükkel, javaslataikkal segítették az akcióterv kidolgozását. A megbeszélés fő témái a négy piac fejlesztési elképzelései, arculati megjelenítése és kommunikációs tervei voltak. A legfontosabb elhangzott észrevételeket az alábbiakban összegezzük.

- *Fejlesztési elképzelések*

- **Vásárcsarnok**

- Pécs Holding: az Új Vásárcsarnok kapcsán úgy látták, hogy az újdonságtól tartanak a bérlők. A galéria (emeleti szint) tervezés kérdése, ha ott működik például egy McDonald's, akkor annak forgalma miatt minden bérlő inkább ott szeretne árulni. Egy Új Vásárcsarnokhoz új szemléletű bérlők és a jelenlegihez képest eltérő áru kínálat is szükséges. A Vásárcsarnokban jelenlegi épületében is van lehetőség zárt asztalok bérlésére. Kiemelték, hogy a bérlők közül a kereskedők véleménye eltér azokétól, akik östermelőként bérelnek árusítóhelyet, mivel ők bizonyos napokon termelnek, bizonyos napokon árusítanak. Az új csarnokban a kereskedők változatlanul asztalokon árulnának, amelyek a vásári órák után lezárhatók lesznek, így nem kell naponta elvinniük az árut. Az asztalok maguk is pavilonszerűek lesznek, vagyis a nem lezárt, hanem letakart áruk biztonsága is szavatolt a piacnapok között.

- **Uránvárosi piac**

- Pécs Holding: kiemelték, hogy többször próbáltak már élelmiszerboltot üzemeltető bérlőt (példaként a Tom Marketet említ) vonzani a piacra, azonban egyszer sem kaptak pozitív visszajelzést. E mellett folyamatosan dolgoznak az üresen álló pavilonok kiadásán. A vasárnapi zárva tartás adta előnyöket ki kellene használni. A „zsibit” el kellene vinni az Uránvárosi piacról a Vásártérre. Új bérlők csábítására, a piacon rendelkezésre álló kommunikációs felületek kihasználására szükség van.

- **Vásártér**

- Pécs Holding: a fenntartó képviselőjében jelezték, hogy a pécsi vásárt olyan lehetőségnek tekinti, amelyet érdemes a jelenleginél jobban kihasználni. Az alacsony kihasználtsági mutató abból fakad, hogy a Vásártér alapvetően vasárnapi piac. A vásár területén folyamatosan 18 autókereskedés működik. Szórakoztató park korábban működött, azonban nem tudott megélni.

- **Diána téri piac**

- Pécs Holding: a piac területén a vízvezetés eredetileg meg volt oldva, de a bérlők ráépítettek. Ezért alakult ki az a jelenlegi helyzet, hogy a csapadékvíz az árusok és a vevők

lába alatt folyik el. Ki szeretnének alakítani egy újabb vízvezetést, ez ügyben még egy bérlővel kell egyezsége jutniuk. A csapadékvíz elvezetése a fák tövéhez azok öntözése miatt is fontos, mivel fedett piacról van szó. Elismerték, hogy nem volt szerencsés megoldás a fák megtartása a fedett árusítóhelyek között. Az elektromos végpontok kiépítése az akkumulátoros pénztárgépek üzemeltetése miatt fontos. Azonban úgy látták, hogy sok esetben más célra használják az áramot, például fűtenek vele. Kiemelték, hogy hasonló probléma merül fel a Vásárcsarnoknál is. Mindkét piac hivatalos helyiségeiben tölteni lehet az akkumulátoros pénztárgépeket, ezért az áramvételi lehetőség bérlők által kért kialakítását alaposan át kell gondolni. Ezekkel együtt is a piac jó állapotúnak tekinthető. Elismerték továbbá, hogy a biztonságra nagyobb hangsúlyt kell helyezni.

- *Arculat és kommunikációs terv*

- Arculat mind a négy piac vonatkozásában

- Ügynökség: a PVF és a Pécs Holding fog dönteni az arculatról. Kiemelték, hogy az arculattal kapcsolatos, második stakeholder találkozón javasolt korrekciókat elvégezték a célból, hogy legyen realisztikusabb a logó, akár írott betű használatával is. (Ezekről a javaslatokról a helyi VIII. fejezetében olvashatnak majd). A javasolt logók között a Búza téri piac színe zöld, a Vásárcsarnoké narancsos árnyalatú, az Uránvárosi piacé lila, a Diána téri piacé bordós, míg a Vásártéré kékes színű. További alkalmazási lehetőségekről is készítettek javaslatokat (Facebook, tasakok, megállító táblák).
- Pécs Holding: kiemelték, hogy az Új Vásárcsarnok infrastrukturális megvalósítása befolyásolhatja az alkalmazandó logót is.

- Kommunikációs terv mind a négy piac vonatkozásában

- Ügynökség: kiemelték, hogy konkrét programoknak kell születniük abból, amik a javaslatokban szerepelnek. A rendezvények szerepe mozgósító hatással bír. E mellett fontos eleme a kommunikációs tervnek a szemléletformálás, tanítás is arra vonatkozóan, hogy ismételten bevezessük a piacra járás szokását. Termelői, eladói oldalról „Piaci kódex” kialakítására is szükség lenne, amely orientálja az árusokat, gyakorlatilag szemléletet formál. Nagyon fontos és sürgős lenne a pécsi piacok honlap kialakítása (beszállítói-kereskedői, fogyasztói felülettel). Javasolták, hogy a NAK-kal együttműködve az összes piacon egyszerre legyenek akciók-tematikus programok (sonka és tojás, fenyővásár, stb.).
- Pécs Holding: véleményük szerint a kommunikációs javaslat megvalósítása minden esetben költségvetésfüggő. A piacokon az említett promóciók mindig párhuzamosan zajlanak, de nem mindig van elég áru. Hozzá tették, hogy a pécsi piacok honlap még nem állt fel. A Pécsi Marketing és Média Központtal jelenleg is kapcsolatban áll több pécsi önkormányzati cég (így a Pécs Holding) marketingese is. Aktuálisan a párhuzamosságok kiszűrése zajlik.

A helyi támogatói csoport harmadik ülésén elsősorban azok a kérdések voltak a figyelem középpontjában, amelyek az érintett piacok gazdasági értelemben jobb, fenntarthatóbb működéséhez járulnak hozzá, beruházási és szolgáltatási értelemben egyaránt.

## Az egyeztetések szerepe a helyi akcióterv kidolgozásában

Az érintett szervezetekkel való egyeztetéseken szerzett információkat, kritikai megjegyzéseket figyelembe vettük a Diána téri és az Uránvárosi piacok, a Vásárcsarnok és a Vásártér helyi akciótervének kidolgozása során. Számos tanulság vonható le a termelői piacok sikeres szervezése és működtetése tekintetében.

- Az első, és talán a legfontosabb, hogy a négy vizsgált piac vonatkozásában elsősorban infrastrukturális fejlesztéseket kell eszközölni ahhoz, hogy azok árusai/bérlői magasabb színvonalon nyújtsanak szolgáltatásokat. Ezek a beruházások a vásárlók számára is vonzóvá, korszerű környezetben szerzett vásárlási élménnyé változtatják a piacra járást. E célból tehát a finanszírozási lehetőségek, a hozzájuk kapcsolódó döntési jogkörök, valamint a piac kínálati és keresleti oldali szereplőinek összehangolására van szükség a tervezés, kivitelezés és működtetés folyamataiban egyaránt.
- A négy piacon létesíteni tervezett termelői piacok szervezése egy olyan szakmai feladat, amely során a vonatkozó nemzeti szabályozás figyelembe vételével kell eljárni. Ezt elsősorban „A vásárokról, a piacokról, és a bevásárlóközpontokról” szóló 55/2009. (III. 13.) számú Kormányrendelet határozza meg, a piacok kötelező infrastrukturális és működtetési feltételeinek, valamint az illetékes szakhatóságok bevonásának tekintetében.
- A helyi akciótervben vizsgált pécsi piacokkal kapcsolatos fenntartói és üzemeltetői feladatok a fentiekben túl ki kell egészüljenek olyan tevékenységekkel is, amelyek a piacot, mint a közösségi élet helyszínét is népszerűsítik. Ehhez az élményszerű vásárlás, a piacon való megjelenés egységes arculatának biztosítása, valamint célzott marketingtevékenység egyaránt hozzájárul. Amennyiben ezeket a feladatokat sikeresen végezzük el, akkor beszélhetünk csak – akár a turisták számára is vonzó – értékesítési helyek létrejöttéről.

### III. DIÁNA TÉRI PIAC

A helyi akciótervnek ebben a fejezetében a Diána téri piaccal kapcsolatos működtetési, infrastrukturális és fejlesztési kérdéseket tekintjük át. A piacra vonatkozó finanszírozási kérdéseket, arculati elemeket és kommunikációs terveket – tekintettel arra, hogy azok számos ponton együttmozognak a másik három piaccal – a későbbi fejezetekben, összevont formában mutatjuk be.

#### A Diána téri termelői piac rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai

#### A piac működésének rövid története és tapasztalatai

A Diána téri piac elsősorban Pécs Kertvárosának ellátásához járul hozzá vegyes profilú piacként. A Krisztina tértől északra, a Diána tértől délre elhelyezkedő, 1977 óta működő piac népszerű a városrész középkorú vásárlói között, igényeiket – többek között – a városban egyedülként nyári és téli nyitva tartással is igyekszik kiszolgálni. 1.840, m<sup>2</sup>-es kereskedelmi területén 80 asztal és 14 pavilon található (utóbbiak közül három a piac kerítéssel körbezárt területén kívül helyezkedik el). Elárusítóhelyeinek kihasználtsága közel 100%-os.

#### 1. ábra: A Diána téri piac a Berek sétány felől fényképezve



*Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel*

A Diána téri az egyetlen piac, ahol elkülönül a téli és nyári nyitva tartás, de egyedüli abból a szempontból is, hogy a kistermelők igényeinek megfelelően minden nap nyitva tart. A Búza téri piac mellett itt árulnak még jelentősebb mennyiségű (a piaci kínálat közel 80%-át jelentő) helyi terméket a kistermelők. A Diána







## A Diána téri piaccal kapcsolatos legfontosabb kihívások

Ahogy az piaccal kapcsolatban a támogatói csoport ülésein és a helyszíni bejárás alkalmával is megfogalmazódott, PMJV mintapiaca elsősorban infrastrukturális fejlesztésekre szorul. Az ezeket kiegészítő, kapcsolódó arculati és kommunikációs beavatkozások a többi pécsi piaccal együtt, összhangban kivitelezendők, ezért azokra majd az ezzel foglalkozó fejezetben térünk ki (VIII. fejezet).

A konkrét infrastrukturális kihívásokat a Diána téri piaccal kapcsolatban a következőkben összegezzük:

- Az elektromos hálózat kialakítása középtávon bővítést igényelne a jelenkor igényei kielégíthetőségére. Nincs az asztaloknál áramvételi lehetőség, így a pénztárgépek és mérlegek csak akkuval használhatók, amelyek általában nem bírják ki egy teljes napot. (Ezeket az eszközöket jelenleg a piacfelügyelő irodában lehet tölteni.)
- A csapadékvíz elvezetés megoldása nem megfelelő, mivel az árusító asztalok felett keletkezett vizeket a közeli fák törzsén vezetik le a burkolatra, ahol nincs megfelelő továbbvezető csatorna kialakítva. A víz a téli időszakban a fák törzsét át tudja áztatni a hosszabb esős időjárás során, amely miatt azok tönkremennek, továbbá a burkolatra érkezett víz sincs megfelelően elvezetve. Az a meglévő burkolaton a vásárlók és árusok lábánál folyik el a piac északi oldala irányába. Ott azonban az üzlethelyiség tulajdonosok beépítették a vízelvező csatornát és így az üzletek lábuzatánál folyik el a víz, felázta azokat.
- Javasolt lenne kerékpártároló kialakítása, továbbá egy babakocsi tároló elhelyezése is.

## A Diána téri piac SWOT elemzése

<b>Gyengeségek</b> <i>(Belső tényezők: olyan dolgok, amik nem jól működnek, de befolyásolhatók, hogy jobbak legyenek.)</i>	<b>Erősségek</b> <i>(Belső tényezők: pozitív dolgok, amik jól működnek és befolyásolhatók, hogy még jobban működjenek.)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A piac infrastruktúrája jóllehet javarészt felújított, de a használat során még így is számos probléma adódik (áramvételi lehetőség, csapadékvíz elvezetés, kerékpártároló hiánya).</li> <li>• A termékkínálatból hiányzik a pecsenyés/lángosos, nem kapható meleg étel sem.</li> <li>• A piac a téli időszakban áruhiánnyal küzd.</li> <li>• A piac vásárlói kizárólag a városrész lakói.</li> <li>• Termékeket/termelőket/akciókat népszerűsítő események és a marketing hiánya.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pécs város mintapiaca.</li> <li>• Az 1977 óta működő pécsi városrészi piac 1.840, m<sup>2</sup>-es kereskedelmi területével a legkisebb ugyan, de a helyi lakosok által jól ismert és gyakorta látogatott kertvárosi piac.</li> <li>• Hosszú, téli-nyári viszonyokhoz alkalmazkodó, a városban leghosszabb piaci nyitva tartás.</li> <li>• Elárúsítóhelyek (80 asztal és 14 pavilon) kihasználtsága közel 100%-os.</li> <li>• Az árusok között sok kistermelő és jelentős a viszonteladói kör is, akik főként városi és Pécs környéki illetőségűek.</li> <li>• A piaci kínálatban a helyi termékek aránya közel 80%-os.</li> <li>• A piac árszínvonala leginkább a szupermarketekéhez hasonlít.</li> <li>• A helyi lakosok közül a fiatalok és az idősebb korosztály egyaránt látogatja a piacot.</li> <li>• Autóval, tömegközlekedéssel alapvetően jól megközelíthető piac.</li> </ul>
<b>Lehetőségek</b> <i>(Külső tényezők: olyan adottságok, amelyeket nem tudunk befolyásolni, de kedvezőek, és rájuk építve kihasználhatjuk az erősségeinket.)</i>	<b>Veszélyek</b> <i>(Külső tényezők: olyan korlátok, negatív tényezők, amelyeket nem tudunk befolyásolni, és csökkentik a siker esélyeit, kockázatot is jelentenek.)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásai fedezetet biztosíthatnak a Diána téri piac fejlesztésére.</li> <li>• A városi piacok átgondolt arculatának, kommunikációs feladatainak kidolgozása, valamint a vasárnapi zárva tartás hozzájárulhat a Diána téri piacban rejlő lehetőségek jobb kihasználásához.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pécs és Baranya gazdasági leszakadása tovább folytatódik, a városi piacokon megjelenő vásárlóközönség forrásai apadnak.</li> <li>• A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásait más projektek finanszírozására fordítják.</li> </ul>

## A Diána téri piac jövőképe

Jelen fejezet az URBACT Markets európai partnerei között lezajlott tapasztalatcsere alapján olyan, konkrét piacüzemeltetési tapasztalatokon alapuló javaslatokat, célokat fogalmaz meg, amelyeket a Diána téri piac, illetve az azon megrendezendő termelői piacnapok gazdaságos, egyúttal fenntartható működtetése érdekében figyelembe kell venni.

## A Diána téri piac, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere

- A piac a baranyai megyeszékhely olyan társadalmi tere, amely hatékony várostervezést igényel. Ennek szervezeti dimenziója szükségessé teszi a Pécs Holdingon belül egy, a piaccal foglalkozó szervezeti egység működtetését, szolgáltatási (például marketing) és infrastruktúra-működtetési értelemben egyaránt. Ennek az egységnek egyúttal vezető szerepet kell játszania a piacra vonatkozó kihívások észlelésében, az azokkal kapcsolatos célok megjelölésében, valamint a piaccal összefüggő adatok, információk kezelésében. Ez tehát egy alapos, más szereplők együttműködését igénylő koordinációt is jelent egyúttal. Ehhez pedig nélkülözhetetlen a piac közösségként való kezelése, a hozzá kapcsolódó stakeholderek igényeinek folyamatos figyelemmel kísérése.
- A Diána téri piac közvetlen és közvetett értelemben egyaránt hatást gyakorol környezetére. Ezért nélkülözhetetlen az azzal összefüggő gazdasági és társadalmi (az eladókra, a vásárlókra, a piac környezetében élőkre vonatkozó) mutatók meghatározása, az azokkal kapcsolatos adatgyűjtés. Ezáltal a piac kihívásai pontosabban azonosíthatók, céljai – különböző időtávokban – jobban meghatározhatók. A hatások vonatkozásában ki kell emelnünk a helyes kommunikáció, mint eszköz szerepét is. Az összegyűjtött adatok alapján üzeneteket kell összeállítani, amelyeket a stakeholderek, a helyi közigazgatás, valamint a település lakossága felé egyaránt közvetíteni szükséges.
- A piac sikeres működtetéséhez nem pusztán a hatások számbevételére van szükség. A Diána téri piac egy olyan komplex rendszer, amelyben politikai, kereskedelmi, gazdasági és társadalmi, magán- és közérdekek egyaránt szerepet játszanak. Kezelésükben a már említett Pécs Holding szervezeti egység kiemelt szerepet kell játsszon, rendszeresen konzultálnia szükséges az imént felsorolt érdekeket reprezentáló stakeholderekkel, megvitatva-elfogadtatva velük elképzeléseit. Csak ilyen módon biztosítható az a társadalmisítás, amely a piac működését lehetővé teszi.
- A Diána téri piac fejlesztéseihez nagy szükség van a megfelelő finanszírozási modell azonosítására, a mozgósítható közösségi és magánforrások bevonására, azok koordinációjára is.

## A Diána téri piac Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe

A Diána téri piac kapcsán fontos szempont annak a foglalkoztatás növelésében és a vállalkozói szellem erősítésében betöltött szerepe. E tekintetben az alábbiakra kell összpontosítani:

- az URBACT Markets projekt ugyan javaslatot tesz a pécsi piacok turisztikai attrakcióként történő is számbavételére és kommunikációjára a Diána téri termelői piac esetében is,
- a Diána téri piac, mintapiac minőségében is, a városban működő további piacok megújításához is példát mutathat (új árusok megjelenése és új vásárlói csoportok bevonása, többlet piaci forgalom előállítása),
- a termelői típusú piacok és a széles körben elterjedt kiskereskedelmi értékesítés vonatkozásában vajon versenyről vagy együttélésről kell beszélni Pécsset,
- hasonlóképpen: alaposan meg kell vizsgálni a Diána téri piac foglalkoztatás-ösztönző és jövedelemtermelő szerepét is. Erre elsősorban a piacon közvetlenül megjelenő eladók és vevők

viszonylatában van lehetőség, mivel a foglalkoztatási-vállalkozási szempont leginkább ebben a dimenzióban számszerűsíthető.

### A Diána téri piacnak a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe

- A Diána téri megrendezendő termelői piacnapok – jellemzően, de nem kizárólag mezőgazdasági alapanyagok és feldolgozott élelmiszerek esetében – hatékonyan elősegítik a város-vidék kapcsolatokat erősítését is. Ez a baranyai megyeszékhely esetében a következő előnyökkel jár:
  - könnyebben megvalósíthatóvá válnak a REL kezdeményezések, vagyis jobban a helyi erőforrásokra alapozó, önálló élelmiszergazdálkodás alakul ki,
  - újabb, Pécsen kívüli termelők bevonása növeli a Diána téri termelői piacnapok árualapját,
  - a környező települések termelői szempontjából a piacon való megjelenésük egyfajta önreklám, önpromóció is,
  - ki kell továbbá emelnünk, hogy a Diána téri termelői piacnapok lehetővé és indokoltá teszik akár „zöld”, akár helyi márka bevezetését is.
- Az erőforrásokkal való hatékonyabb gazdálkodás szempontjából a Diána téri piac elősegíti:
  - a fenntartható városi mobilitást, mivel a piac tömegközlekedéssel, valamint kerékpárral (ez jobbára a vásárlókra igaz) egyaránt jól megközelíthető,
  - a piacon keletkezett hulladékok mennyiségének csökkentését, mivel a termelői áruk általában véve kevesebb göngyöleg használatát teszik szükségessé a kiskereskedelmi forgalomhoz képest. Ugyanebben az irányban hat, hogy a termelői piacnapok végén megmaradó árufelesleg további hasznosítására (a közétkeztetésben, vagy más, továbbértékesítési konstrukcióban) is vannak elképzelések.
  - Az energiahatékonyság és a megújuló energiák használata a piacokon található infrastruktúra működtetési költségének csökkentését szolgálja. A Diána téri piac esetében erre vonatkozóan nem fogalmazódtak meg fejlesztési elképzelések.

### A Diána téri piac fejlesztésének célkitűzései

A fenti elvárásokkal összhangban álló, egyúttal a támogatói csoport által is támogatott fejlesztési célkitűzések a következők:

Rövid távú célkitűzés: jelenlegi szinten való működtetése. A környező lakóépületek miatt kereskedelmi területében tovább már nem bővíthető piac esetében a parkolás nem okoz problémát, azonban a vízelvezetést mindenképpen kell még oldani. A téli időszakban minden alkalommal áruhiánnyal küzdő piacon az áruval való ellátás problémája azonban szervezési, nem fejlesztési célkitűzésként jelenik meg.

Középtávú célkitűzésként jelenik meg (elsősorban a finanszírozási források ütemezése miatt) a piac elektromos hálózatának bővítése, áramvételi lehetőség biztosítása az árusító asztaloknál.

A hosszú távú célkitűzést pedig a piac bejáratánál elhelyezendő kerékpár- és fedett babakocsi tároló építése jelenti, szintén a pénzügyi források rendelkezésre állása és a kezelendő problémák fontossága szempontjából

Amint azt alábbi táblázatok illusztrálják, ezek a célok viszonylag kis ráfordítással, alapvetően a Pécs Holding saját forrásainak terhére kivitelezhetők.

## Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve

1. táblázat: Rövid távú beavatkozások akcióterve

Rövid távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Csapadékvíz elvezetés megoldás. Az építmények tetején összegyűlt vizeket nem az építmények mellett álló fák törzsén kellene a burkolatra folytatni, hanem csatornában, vagy például egy kifeszített acél-láncon levezetni. A levezetett vizeket összegyűjtve kellene a térburkolat alatt vagy abban elhelyezett rácsos folyókával vezetni.
Várt eredmény	A piac területén található fák pusztulásának megállítása és az északi oldalon található üzlethelyiségek vizesedésének megszüntetése.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2015.09.30. Kivitelezés: 2016.03.31.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 400.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 1.600.000,- Ft. Összesen: bruttó 2.000.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"><li>Saját forrás.</li></ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

2. táblázat: Középtávú beavatkozások akcióterve

Középtávú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Elektromos hálózat bővítése, áramvételi lehetőség biztosítása az árusító asztaloknál.
Várt eredmény	Az árusok megelégedettsége.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2017.02.27. Kivitelezés: 2018.02.27.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 300.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 600.000,- Ft. Összesen: bruttó 900.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"><li>Saját forrás.</li></ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

### 3. táblázat: A hosszú távú beavatkozások akcióterve

Hosszú távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Kerékpár- és fedett babakocsi tároló építése a piac bejáratánál. <ul style="list-style-type: none"> <li>• 12 db kerékpártámasz létesítése</li> <li>• fedett babakocsi tároló építése</li> </ul>
Várt eredmény	A vásárlók elégedettségének és számának növekedése.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2018.10.31. Kivitelezés: 2019.10.31.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 500.000,- Ft. Kivitelezés: <ul style="list-style-type: none"> <li>• kerékpártámasz kialakítása (javasolt a fordított „U” alak, 12 db): bruttó 400.000,- Ft.</li> <li>• fedett babakocsi tároló építése, bruttó 1.800.000,- Ft.</li> </ul> Összesen: bruttó 2.700.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6.1<sup>6</sup></li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

#### A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából

Amennyiben a fenti fejlesztési elképzeléseket az URBACT Markets projektben javasolt, nagy ívű, korszerűnek számító európai célokkal vetjük össze, az alábbi megállapítások tehetők:

- Várostervezési szempontból, a Diána téri piaccal kapcsolatban a Pécs Holdingon belül már működik a piaccal foglalkozó szervezeti egység, a piac- és vásárüzemeltetési osztály. Ez szolgáltatási és infrastruktúra-működtetési feladatokkal is foglalkozik, azonban a kommunikáció, a marketing és a tervezés területén a Pécs Holding más szervezeti egységeivel való szorosabb együttműködése javasolt. Az osztály, emberi erőforrásaihoz mérten, a különféle stakeholderok igényeit is figyelemmel kíséri.
- Megoldandó feladatot jelent azonban a Diána téri piaccal (valamint annak termelői piacnapjaival) összefüggő gazdasági és társadalmi (eladók, vásárlók, a piac környezetében élők) mutatók meghatározása, az azokkal kapcsolatos adatgyűjtés, elemzés és kommunikáció.
- A Diána téri piac politikai, kereskedelmi, gazdasági és társadalmi, magán- és közérdekeket átfogó rendszer. Ezeknek a nyomon követése fontos, azonban messze túlnő Pécs Holding hatáskörein.
- A fejlesztési lehetőségeknek megfelelő finanszírozási modell azonosítása, a mozgósítható közösségi és magánforrások bevonása, azok koordinációja a PVF-el, valamint PMJV Önkormányzatával való szoros együttműködést igényli.

<sup>6</sup> Terület és Településfejlesztési Operatív Program 6. prioritás 1. intézkedés, 2014-2020 közötti programozási időszak.

## A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából

- A Diána téri piac turisztikai attrakcióként történő kommunikációja nem javasolt.
- A Diána téri termelői piacnapok működnek, azonban egyelőre nem olyan sikeresek, hogy azok a többi piac számára példák lehessenek.
- A Diána téri piac és a kiskereskedelmi értékesítés vonatkozásában jelenleg együttéléstről lehet beszélni Pécsen.
- A piac foglalkoztatás-ösztönző és jövedelemtermelő szerepéről mért adatok egyelőre nem állnak rendelkezésre, viszont a piac megítélése e tekintetben alapvetően pozitív.

## A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából

- A város-vidék kapcsolatok erősítése tekintetében:
  - a Diána téri piac, illetve (termelői piacnapok) szempontjából több stakeholder javasolja a REL kezdeményezésekhez való csatlakozást, ehhez azonban konkrét lépések és együttműködés szükséges,
  - ugyanez a megállapítás az újabb, Pécsen kívüli termelők bevonását illetően is,
  - komoly hiányosság a piac kapcsán a márka kérdés megoldatlansága is.
- Az erőforrásokkal való hatékonyabb gazdálkodás szempontjából:
  - a piac támogatja a fenntartható városi mobilitást, mivel a piac tömegközlekedéssel, kerékpárral egyaránt jól megközelíthető. E mellett a vásárlók döntő többsége a Diána tér melletti utcákból, illetve Kertvárosból (vagyis saját városrészéből) látogatja a Diána téri piacot;
  - a piacon keletkezett hulladék mennyisége a Pécs Holdingtól származó információk alapján nem jelentős, eltakarítása nem gondot okoz a piacnapokat követően. Az eladók árufeleslegének további hasznosítása a szűk árualap miatt nem okoz problémát, viszont közép- és hosszú távon erre a feladatra is fel kell készülni.
- Ahogy azt már említettük is, a megújuló energiák használata a Diána téri piac esetében egyelőre nem releváns. A javasolt rövid, közép- és hosszú távú beavatkozások olyan elemeket tartalmaznak, amelyek az alapinfrastruktúra hiányosságait hagyományos, olcsóbb megoldások alkalmazásával célozzák meg.

## IV. URÁNVÁROSI PIAC

A helyi akciótervnek ebben a fejezetében az Uránvárosi piaccal kapcsolatos működtetési, infrastrukturális és fejlesztési kérdéseket tekintjük át. A piacra vonatkozó finanszírozási kérdéseket, arculati elemeket és kommunikációs terveket – tekintettel arra, hogy azok számos ponton együttmozognak a másik három piaccal – a későbbi fejezetekben, összevont formában mutatjuk be.

### Az Uránvárosi piac rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai

#### A piac működésének rövid története és tapasztalatai

Az Uránvárosi piac az 1960-as évek óta működik a Hajnóczy utcában, jól ismert, kereskedelmi területe 4.100, m<sup>2</sup>, 89 asztallal, valamint 16 kültéri pavilonnal. Hasonlóan a Diána téri piachoz, saját városrészének vevőit látja el, annak korösszetételével összhangban az idősebb, illetve középkorú vásárlói vannak. Termelői és viszonteladói piac is egyben, egyúttal a legkevésbé (mintegy 40%-ban) kihasznált városi piacnak minősül. Az Uránvárosi piacról készült SWOT elemzés – a helyi akciótervhez kevésbé tartozó szempontok ismertetésének elkerülése végett – további részleteiben is bemutatja ezt a piacot.

4. ábra: Az Uránvárosi piac főépülete a Hajnóczy utca bejárata felől fényképezve



*Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel*

Az Uránvárosi piac vonatkozásában mind infrastrukturális beavatkozásokra, mind piacszervezési-működtetési újításokra szükség van a célból, hogy saját városrészének ellátásában a jelenleginél

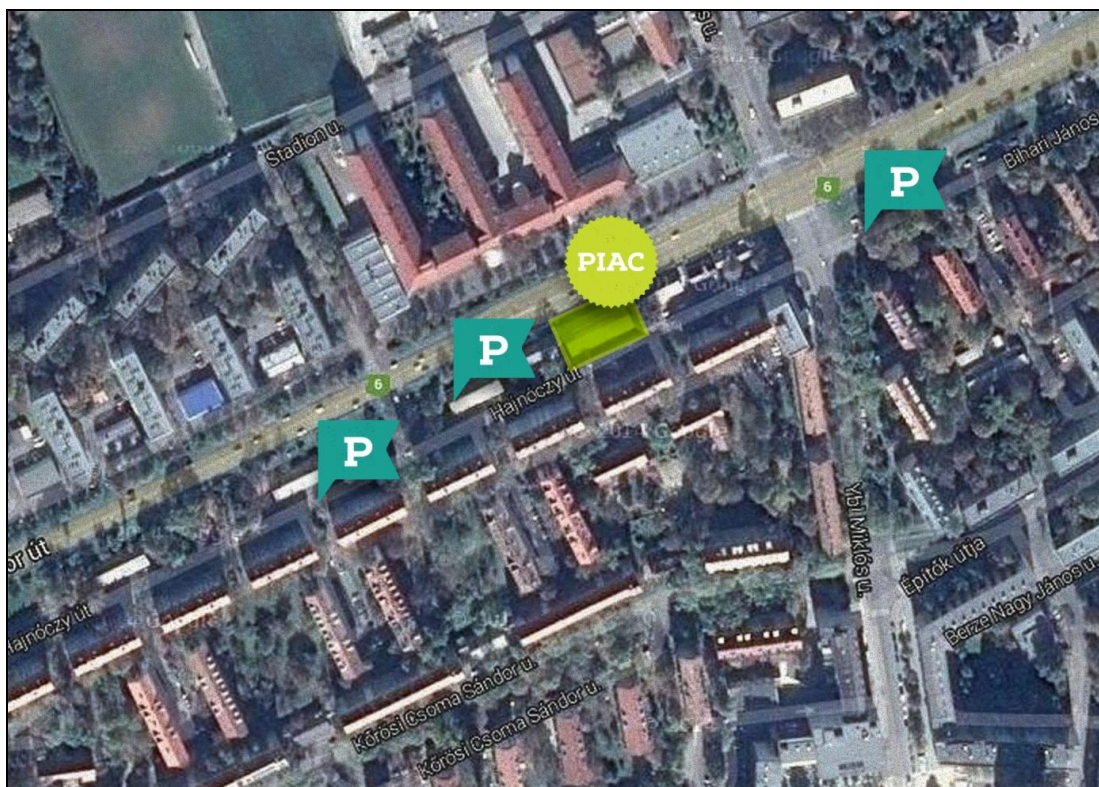




erősen szennyezett, cserére szorul. A csarnok elektromos hálózata nem napjaink felhasználási igényeire lett méretezve, a pénztárgépek, mérlegek folyamatos ellátására nem alkalmas. Szükséges lenne a világítás rendszerének teljes korszerűsítése is. Probléma továbbá, hogy a csarnokot környező aszfalt járdaburkolat töredezett, egyenetlen, rossz minőségű.

A piac legnagyobb problémáját a rendelkezésre álló kevés parkolóhely jelenti. Az utcában összesen 50 db, a szélesebb részekben a járdaburkolatra felállva további nyolc db. Az 58 db helyből alig kettő-három szabad hely áll rendelkezésre egy gyengébb piaci nap délelőttjén. Az Ybl Miklós utca túloldalán további kb. tíz db szabad helyet lehet figyelembe venni. Az erősebb piaci napokon egyértelműen parkolóhely hiány van. A parkolóhely kapacitás bővítésével a vásárlók köre, így a kereslet is bővíülhetne, hiszen az általában magasabb társadalmi státuszú Magyarürögi városrész lakosság gépjárművel el tudná érni a piacot.

#### 6. ábra: Az Uránvárosi piacot kiszolgáló infrastruktúra: parkolási lehetőségek



*Forrás: saját szerkesztés Google Maps felhasználással*

## 7. ábra: Párhuzamos parkolás a Hajnóczy utca két oldalán



*Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel*

### **Az Uránvárosi piaccal kapcsolatos legfontosabb kihívások**

Ahogy az piaccal kapcsolatban a támogatói csoport ülésein és a helyszíni bejárás alkalmával is megfogalmazódott, az Uránvárosi piac, hasonlóan a Diána térihez, infrastrukturális fejlesztésekre szorul. A piac esetében ezt ki kell egészítsék továbbá szervezési feladatok is, gondolunk itt például a „zsibi” Vásártérre való telepítésére. Ezeken túl itt is javasoltak kapcsolódó arculati és kommunikációs beavatkozások, amelyek a többi pécsi piaccal együtt, összhangban kivitelezendők. Azokra a későbbiekben, az ezzel foglalkozó fejezetben térünk ki (VIII. fejezet).

A konkrét infrastrukturális kihívásokat az Uránvárosi piaccal kapcsolatban a következőkben összegezhethetjük:

- Csarnoképület felújításai: fa tartószerkezet kezelése, festése, valamint az északi oldalon a polikarbonát burkolat teljes cseréje.
- Csarnoképület elektromos hálózatának korszerűsítése, az asztaloknál áramvételi lehetőség kialakítása, valamint a világítótestek cseréje.
- Kerékpártároló elhelyezése, akárcsak a Diána téri piac esetében.
- Parkolóhely hiány enyhítése: az utca elején merőleges parkolás kialakítása, ahol a szabályozási szélesség ezt engedi (a beavatkozás körülbelül három-négy új parkolóhelyet eredményez). Megfontolásra érdemes továbbá a csarnok és a piac nyugati részén található kocsmák közötti kihasználatlan épületek elbontásával egy kb. 20 gépjármű fogadására alkalmas parkolóhely kialakítása.
- A piac körüli térburkolatok cseréje.

## Az Uránvárosi piac SWOT elemzése

<b>Gyengeségek</b> <i>(Belső tényezők: olyan dolgok, amik nem jól működnek, de befolyásolhatók, hogy jobbak legyenek.)</i>	<b>Erősségek</b> <i>(Belső tényezők: pozitív dolgok, amik jól működnek és befolyásolhatók, hogy még jobban működjenek.)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>A piac infrastruktúrája az utóbbi évek karbantartó munkálatai ellenére is elavult (csarnoképület felújítása – tartószerkezet, elektromos hálózat, polikarbonát burkolat –, a környező járdaburkolat töredezett), valamint hiányos (kerékpártárolóra szükség lenne).</li> <li>A város legkevésbé kihasznált piaca (a kapacitásainak 40%-ával), amelynek kihasználtsága ráadásul csökkenő tendenciát mutat. A tendencia megfordítható lenne, ha a piacon helyet kapna élelmiszerbolt, húsbolt, valamint halbolt.</li> <li>A bolhapiaci árusok jelenléte általában véve nem erősíti a piac vonzerejét.</li> <li>Termékeket, termelőket és piacot népszerűsítő akciók nincsenek.</li> <li>A piac vásárlóit egy szűk kör, kizárólag a városrész időskorú lakói alkotják.</li> <li>Nagyon kevés a vásárlók által használható parkolóhely a szomszédos társasházak miatt.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Az 1960-as évek óta működő, jól ismert, 4.100, m<sup>2</sup> kereskedelmi területű piac, 89 asztallal, valamint 16 kültéri pavilonnal.</li> <li>A piac infrastruktúráján időről-időre fejlesztéseket hajtanak végre (víz, szennyvíz, pavilonok karbantartása).</li> <li>Helyi termékek 50%-os aránya a kínálatban. A pécsi piacok közül a leginkább viszonteladói piac.</li> <li>Árszínvonal a szupermarketekéhez hasonlítható.</li> <li>Az árusok jellemzően pécsi és Pécs környéki termelők és viszonteladók.</li> <li>A városrészben élő nyugdíjasok a rendszeres visszatérő vásárlók.</li> <li>A piac a pécsi tömegközlekedés átszervezését követően busszal nagyon jól elérhető.</li> </ul>
<b>Lehetőségek</b> <i>(Külső tényezők: olyan adottságok, amelyeket nem tudunk befolyásolni, de kedvezőek, és rájuk építve kihasználhatjuk az erősségeinket.)</i>	<b>Veszélyek</b> <i>(Külső tényezők: olyan korlátok, negatív tényezők, amelyeket nem tudunk befolyásolni, és csökkentik a siker esélyeit, kockázatot is jelentenek.)</i>
<ul style="list-style-type: none"> <li>A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásai fedezetet biztosíthatnak az Uránvárosi piac fejlesztésére.</li> <li>A városi piacok átgondolt arculatának, kommunikációs feladatainak kidolgozása tovább erősítheti az Uránvárosi piac szerepét saját városrészének ellátásában.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pécs és Baranya gazdasági leszakadása tovább folytatódik, a városi piacokon megjelenő vásárlóközönség forrásai apadnak.</li> <li>A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásait más projektek finanszírozására fordítják.</li> <li>A szupermarket-láncok árletörő hatása tovább csökkenti a piaci forgalmat.</li> <li>A vásári árusok kiöregedése veszélyezteti a piac további kihasználtságát (kínálati oldalon).</li> </ul>

## **Az Uránvárosi piac jövőképe**

Hasonlóan a Diána téri piachoz, ez a fejezet az URBACT Markets európai partnerei között lezajlott tapasztalatcsere alapján olyan, konkrét piacüzemeltetési tapasztalatokon alapuló javaslatokat, célokat fogalmaz meg, amelyeket az Uránvárosi piac, illetve az azon megrendezendő termelői piacnapok gazdaságos, egyúttal fenntartható működtetése érdekében figyelembe kell venni. A két piac közötti nagyszámú hasonlóság miatt sok átfedés adódik a Diána téri piaccal.

## **Az Uránvárosi piac, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere**

A piaccal kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a Diána téri piacnál leírtakkal.

## **Az Uránvárosi piac Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe**

A piaccal kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a Diána téri piacnál leírtakkal.

## **Az Uránvárosi piacnak a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe**

A piaccal kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a Diána téri piacnál leírtakkal.

## **Az Uránvárosi piac fejlesztésének célkitűzései**

A fenti elvárásokkal összhangban álló, egyúttal a támogatói csoport által is támogatott fejlesztési célkitűzések a következők:

Rövid távú célkitűzésnek az tekinthető, hogy az Uránvárosi piac ugyanolyan eredményesen működjön, mint a Diana téri piac. Ezért a szükséges felújítások és korszerűsítés előkészítése és elvégzése indokolt. Ezek a fa tartószerkezet kezelését; a csarnok északi oldalán található polikarbonát burkolat cseréjét (kb. 180 m<sup>2</sup> felületen), továbbá az elektromos hálózat korszerűsítését és a világítótestek cseréjét jelentik.

Középtávú célkitűzésként jelenik meg a krónikus parkolóhely hiány enyhítése, valamint ezzel együtt kerékpártároló kialakítása. A szükséges fejlesztések kerékpártámasz kialakítását, az utca elején a párhuzamos parkolás merőlegessé alakítását jelentik elsősorban. Ezek mellett a csarnok és a Hajnóczy utca 9. sz. között található, rossz állapotú, hullámpala fedésű épület elbontásával annak helyén parkoló kialakítása is középtávú feladat.

A hosszú távú célkitűzést pedig a piac környezetében a térburkolatok cseréje, ezzel együtt hulladékgyűjtők elhelyezése, és a térburkolatok alatt a közművezetékek cseréje jelenti.

Amint azt az alábbi táblázatok illusztrálják, a fenti célok a Diána térihez képest nagyságrenddel nagyobb ráfordítást igényelnek, azonban változatlanul alapvetően a Pécs Holding saját forrásainak terhére kivitelezhetők. Az Európai Unió támogatási forrásainak igénybevételére ilyen nagyságrendben nem okvetlenül várható majd célzott pályázati felhívás a 2014-2020-as időszakban.

## Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve

4. táblázat: A rövid távú beavatkozások akcióterve

Rövid távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	<p>Szükséges felújítások és korszerűsítés előkészítése és elvégzése.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fa tartószerkezet kezelése.</li> <li>Északi oldali polikarbonát burkolat cseréje (kb. 180 m<sup>2</sup>).</li> <li>Elektromos hálózat korszerűsítése és a világítótestek cseréje.</li> </ul>
Várt eredmény	Igényesebb megjelenésű csarnok és környezet, amely a kommunikációs tevékenységekkel kiegészülve vásárlószám növekedést eredményez.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	<p>Előkészítés: 2015.10.31.</p> <p>Kivitelezés: 2016.05.31.</p>
Becsült költségek	<p>Előkészítés: bruttó 400.000,- Ft.</p> <p>Kivitelezés:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Fa tartószerkezet kezelése, festése: bruttó 300.000,- Ft.</li> <li>Északi oldali polikarbonát burkolat cseréje: bruttó 1.500.000,- Ft.</li> <li>Elektromos hálózat korszerűsítése és a világítótestek cseréje: bruttó 2.200.000,- Ft.</li> </ul> <p>Összesen: bruttó 4.400.000,- Ft.</p>
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>TOP 6.1</li> <li>Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

**5. táblázat: A középtávú beavatkozások akcióterve**

<b>Középtávú beavatkozások</b>	
Javasolt tevékenység	<p>Parkolóhely hiány enyhítése és ezzel együtt kerékpártároló kialakítása.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerékpártámasz kialakítása.</li> <li>• Az utca elején a párhuzamos parkolás merőlegessé alakítása.</li> <li>• A csarnok és a Hajnóczy utca 9. sz. közötti, rossz állapotú, hullámpala fedésű épület elbontásával annak helyén parkoló kialakítása.</li> </ul>
Várt eredmény	A magyarürögi városrész lakosságának nagyobb része jelenik meg vásárlóként a piacon ezzel növelve a keresletet.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	<p>Előkészítés: 2016.06.30.</p> <p>Kivitelezés: 2017.10.31.</p>
Becsült költségek	<p>Előkészítés: bruttó 1.500.000,- Ft.</p> <p>Kivitelezés:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Kerékpártámasz kialakítása (javasolt a fordított „U” alak, 12 db): bruttó 400.000,- Ft.</li> <li>• Az utca elején a párhuzamos parkolás merőlegessé alakítása: bruttó 1.500.000,- Ft.</li> <li>• A csarnok és a Hajnóczy utca 9. sz. közötti, rossz állapotú, hullámpala fedésű épület elbontásával annak helyén parkoló kialakítása (javasolt: zúzottkő burkolat): bruttó 6.000.000,- Ft.</li> </ul> <p>Összesen: bruttó 9.400.000,- Ft.</p>
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6.1</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

## 6. táblázat: A hosszú távú beavatkozások akcióterve

Hosszú távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Piac környezetében a térburkolatok cseréje (ezzel együtt hulladékgyűjtők elhelyezése, a térburkolatok alatt a közművezetékek cseréjével).
Várt eredmény	Esztétikusabb környezet kialakítása, amely a vásárlók számának növekedéséhez vezet.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2018.10.31 Kivitelezés: 2019.05.31.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 1.300.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 20.000.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6.1</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

### A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából

Amennyiben a fenti fejlesztési elképzeléseket az URBACT Markets projektben javasolt, nagy ívű, korszerűnek számító európai célokkal vetjük össze, az alábbi megállapítások tehetők:

- Várostervezési szempontból, az Uránvárosi piaccal kapcsolatban a Pécs Holdingon belül már működik a piaccal foglalkozó szervezeti egység, a piac- és vásárüzemeltetési osztály. Ez szolgáltatási és infrastruktúra-működtetési feladatokkal is foglalkozik, azonban a kommunikáció, a marketing és a tervezés területén a Pécs Holding más szervezeti egységeivel való szorosabb együttműködése javasolt. Az osztály, emberi erőforrásaihoz mérten, a különféle stakeholderek igényeit is figyelemmel kíséri.
- Megoldandó feladatot jelent azonban a Uránvárosi piaccal (valamint annak termelői piacnapjaival) összefüggő gazdasági és társadalmi (eladók, vásárlók, a piac környezetében élők) mutatók meghatározása, az azokkal kapcsolatos adatgyűjtés, elemzés és kommunikáció.
- Az Uránvárosi piac politikai, kereskedelmi, gazdasági és társadalmi, magán- és közérdekeket átfogó rendszer. Ezeknek a nyomon követése fontos, azonban messze túlnő Pécs Holding hatáskörein.
- A fejlesztési lehetőségeknek megfelelő finanszírozási modell azonosítása, a mozgósítható közösségi és magánforrások bevonása, azok koordinációja a PVF-el, valamint PMJV Önkormányzatával való szoros együttműködést igényli. Az Uránvárosi piac fenti célkitűzései jellemzően saját forrásból valósíthatók meg, kevésbé komplex, európai uniós finanszírozású fejlesztési projekt részeként.



## A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából

- Az Uránvárosi piac turisztikai attrakcióként történő kommunikációja nem javasolt.
- Az Uránvárosi piacon termelői piacnapok a többi pécsi piaccal összehangoltan működnek, azonban egyelőre nem olyan sikeresek, hogy azok más PMJV piac számára példák lehessenek.
- Az Uránvárosi piac és a kiskereskedelmi értékesítés vonatkozásában jelenleg együttéléstről lehet beszélni Pécssett.
- A piac foglalkoztatás-ösztönző és jövedelemtermelő szerepéről mért adatok egyelőre nem állnak rendelkezésre, viszont a piac megítélése e tekintetben alapvetően pozitív.

## A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából

- A város-vidék kapcsolatok erősítése tekintetében:
  - az Uránvárosi piac, illetve (termelői piacnapok) szempontjából több stakeholder javasolja a REL kezdeményezésekhez való csatlakozást, ehhez azonban konkrét lépések és együttműködés szükséges,
  - ugyanez a megállapítás az újabb, Pécsen kívüli termelők bevonását illetően is,
  - komoly hiányosság a piac kapcsán a márka kérdés megoldatlansága is.
- Az erőforrásokkal való hatékonyabb gazdálkodás szempontjából:
  - a piac támogatja a fenntartható városi mobilitást, mivel a piac tömegközlekedéssel, kerékpárral egyaránt jól megközelíthető. E mellett a vásárlók döntő többsége a Hajnóczy utca melletti utcákból, illetve Uránvárosból (vagyis saját városrészéből) látogatja a Diána téri piacot;
  - a piacon keletkezett hulladék mennyisége a Pécs Holdingtól származó információk alapján nem jelentős, eltakarítása nem gondot okoz a piacnapokat követően. Az eladók árufeleslegének további hasznosítása a szűk árualap miatt nem okoz problémát, viszont közép- és hosszú távon erre a feladatra is fel kell készülni.
- A megújuló energiák használata az Uránvárosi piac esetében nem releváns. A javasolt rövid, közép- és hosszú távú beavatkozások olyan elemeket tartalmaznak, amelyek az alpinfrastruktúra hiányosságait hagyományos, olcsóbb megoldások alkalmazásával célozzák meg.

## V. VÁSÁRCSARNOK

Az alábbiakban a Vásárcsarnokkal kapcsolatos működtetési, infrastrukturális és fejlesztési kérdéseket tekintjük át. A csarnokra vonatkozó finanszírozási kérdéseket, arculati elemeket és kommunikációs terveket – tekintettel arra, hogy azok számos ponton együttmozognak a másik három piaccal – a későbbi fejezetekben, összevont formában mutatjuk be.

### A Vásárcsarnok rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai

#### A piac működésének rövid története és tapasztalatai

A Vásárcsarnok 1980 óta működő, városszerte jól ismert, központi elhelyezkedésű, fedett piac, 4.000, m<sup>2</sup> kereskedelmi területtel, 216 asztallal és 46 pavilonnal. A Vásárcsarnok Pécs leginkább központi elhelyezkedésű és legnagyobb forgalmú piaca is egyben, ennek megfelelően kihasználtsága átlagosan 90% feletti. Széles termelői (agrárgazdálkodói) termékkínálat rendelkezik, kevesebb viszonteladó van a bérlői között, továbbá kevesebb mint tíz nem élelmiszer profilú árus is értékesít a Vásárcsarnokban. Kínálatában körülbelül 60%-os súlyt képviselnek a helyi termékek. A piac vonzáskörzete Pécs egészére, valamint annak agglomerációjára is kiterjed, vásárlóit pedig középkorúak, valamint az idősök korosztályai alkotják. A piac megközelíthetősége, a környezetében található parkolóhelyek száma ideálisnak tekinthető. A Vásárcsarnokban rendszeres jelleggel vásárlókat vonzó programokra, akciókra, termelői piacnapokra kerül sor. A fejezetben található SWOT fentiekhez képest további részletinformációkat is szolgáltat – ezekre az ismétlések elkerülése végett nem térünk ki itt.

#### 8. ábra: A Vásárcsarnok épülete délkeleti irányból fényképezve



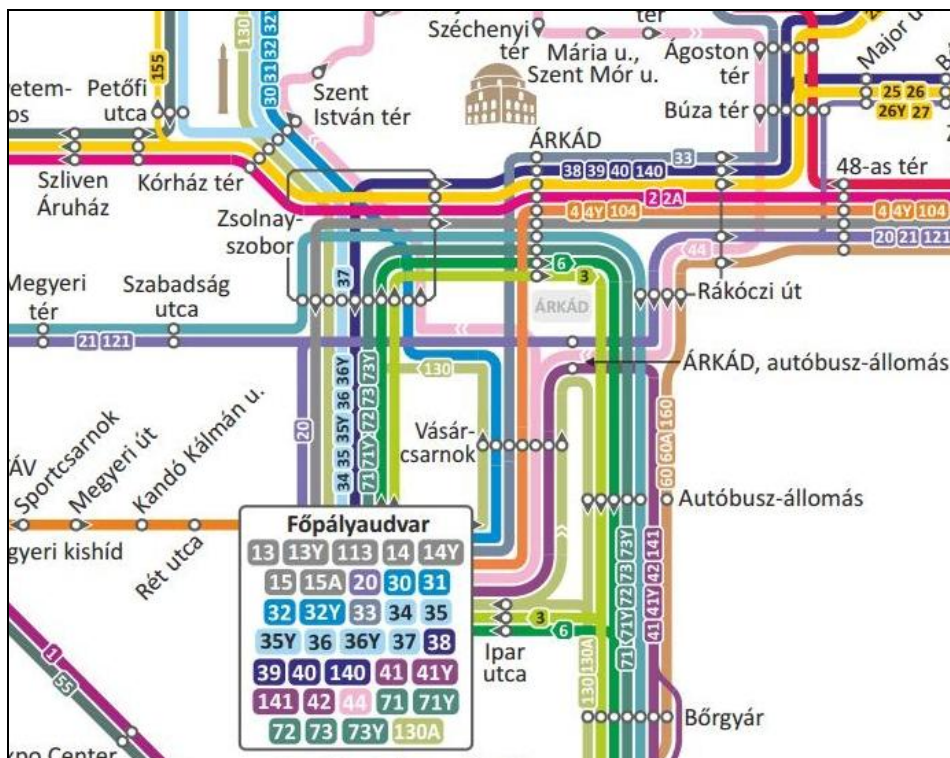
*Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel*

A Vásárcsarnok fejlesztése, illetve helyette Új Vásárcsarnok létesítése napjainkra nagymértékben foglalkoztatja nemcsak annak használóit (fenntartó, árusok, vásárlók), hanem – köszönhetően a 2014-2020-as európai uniós programozási periódus lehívható finanszírozási forrásainak – PMJV döntéshozóit is. A fizikai infrastruktúra megújítása, illetve új beruházás indítása mellett az arculati kérdések és a megfelelő kommunikáció is fontos szerepet játszanak majd.

### A piac városon belül elhelyezkedése, épített infrastruktúrájának adottságai

A Vásárcsarnok a város szövetében való elhelyezkedésével kivételes helyzetben van, mind területileg, mind a megközelíthetőség szempontjából. A csarnok szomszédságában található a távolsági buszpályaudvar, saját parkolóval rendelkezik és a helyi járatú buszok többsége is megáll a közelében. A kereslet szempontjából további adottsága, hogy a központi elhelyezkedése mellett a nyugati oldalról nagy lakossűrűségű, lakótelepi övezet található, továbbá a rendkívül nagy forgalomvonzó ÁRKÁD üzletház is a közvetlen közelében fekszik (lásd: 9. ábra).

9. ábra: A Vásárcsarnok elérhetősége tömegközlekedéssel



Forrás: Tüke Busz aktuális nappali vonalhálózata [www.tukebusz.hu](http://www.tukebusz.hu)

Méretéből adódóan a Váráscsarnok nem csak a helyi lakosok igényeit igyekszik kielégíteni, hanem a megye lakosságát is. Mindenkiét, aki el tud jutni a piacra, ez pedig sok embert jelent, hiszen általában távolsági busszal érkeznek Pécsre ügyeket intézni (orvosi szakrendelések, hatósági ügyintézés, okmányiroda, bevásárlás, stb.). Megközelíthetőség szempontjából a piac tökéletes helyen van. A helyközi buszpályaudvar közvetlen közelében. A helyi buszok jelentős része megáll a piac mellett, vagy annak

közvetlen közelében. A 6-os főút északról, a Siklói felüljáró (58-as főút) keletről határolja, így gépjárművel is könnyű a megközelítése.

Parkolási szempontból vegyes képet kaptunk a vizsgálatok során. A piac rendelkezik egy kisebb méretű saját, fizetős parkolóval, továbbá a közelben rengeteg parkolóhely található. Ezek közül a délnyugati irányban található „DOMUS parkoló” ingyenes, a 6-os főúttól délre található 100 Ft/óra díjért használható, a Vásárcsarnok parkolója 160 Ft/óradíjű, a 6-os úttól északra található parkolók 300 Ft/óra díjért használható. Az ÁRKÁD parkoló specialitása, hogy az első óra ingyenes, így egy gyors bevásárlást még el lehet végezni ott parkolva.

Tapasztalatunk alapján a Vásárcsarnok a hétköznapokon elegendő parkolóhellyel rendelkezik, a közelben lévő városi fizetős parkolóhelyekkel kiegészülve. Parkolási problémák szombat délelőttökön jelentkezhetnek, mivel a vásárlók – értelem szerűen – törekednek az ingyenes (DOMUS parkoló) és olcsóbb parkolási díjú övezetbe tartozó parkolóhelyeket találni (a lakótelepi házak között). Az Új Vásárcsarnok esetében kulcskérdés lesz a megfelelően méretezett – és lehetőség szerint multifunkciós – parkoló létesítése.

### 10. ábra: A Vásárcsarnokot kiszolgáló infrastruktúra: parkolók és szociális blokk, valamint illemhelyek a közelben



*Forrás: saját szerkesztés Google Maps felhasználással*

A Vásárcsarnok épületének helyét a 70-es években készített rendezési terv szabta meg. A városrendezési koncepció az elavult és szanálásra ítélt lakóházak helyén megépülő új lakónegyedbe helyezte a vásárcsarnok tömbjét a Volán pályaudvarral együtt. A kétszintes, összesen 5.760, m<sup>2</sup> alapterületű, előregyártott vasbeton szerkezetű fedett piac épülete 1980-ban került átadásra. Már

akkoriban megfogalmazásra kerültek az épület minőségével kapcsolatos kritikák, amelyek főként a szakipari munkák gyenge minőségére vonatkoztak<sup>7</sup>.

Az 1980 óta eltelt 35 évben ezek a problémák megsokszorozódtak, hiszen a csarnok kapacitása megnövekedett, amelyet a rendelkezésre álló közművek már nem tudtak követni. Az épület egyes szerkezetei elöregedtek, a folyamatos karbantartása forráshiány miatt. Az elmúlt tíz év jelentősebb fejlesztéseit a víz- és szennyvíz-vezetékek részbeni felújítása, szelektív hulladékgyűjtő szigeteket telepítése, továbbá a csarnok körül - biztonságtechnikai szempontból - kialakított térfigyelő kamerás rendszer jelentették.

### 11. ábra: Életkép: egy átlagos hétköznap délelőtt a Vásárcsarnokban



*Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel*

<sup>7</sup> Forrás: <http://pecsi-studio.blog.hu/tags/v%C3%A1s%C3%A1rcsarnok>. Hozzáférés dátuma: 2015. április 20.

## A Vásárcsarnokkal kapcsolatos legfontosabb kihívások

Ahogy az a Vásárcsarnokkal kapcsolatban a támogatói csoport ülésein és a helyszíni bejárás alkalmával is megfogalmazódott, az csarnok elsősorban elsősorban infrastrukturális fejlesztésekre szorul. Az ezeket kiegészítő, kapcsolódó arculati és kommunikációs beavatkozások a többi pécsi piaccal együtt, összhangban kivitelezendők, ezért azokra majd az ezzel foglalkozó fejezetben térünk ki (VIII. fejezet).

A konkrét infrastrukturális kihívásokat a Vásárcsarnokkal kapcsolatban a következőkben összegezhetjük:

- A Vásárcsarnok épülete elöregedett, a lapostető vízszigetelése nem megfelelő, amely miatt több helyen leázások és átnedvesedett földmészerkezet tapasztalható. Az épület energiahatékonysága nem felel meg a hatályos előírásoknak, hőtechnikai szempontból elavult. A közmű rendszere elöregedett, emiatt rendszeresen a szennyvíz-elvezető rendszer dugulásai. Utóbbiak egyes esetekben népegészségügyi kockázattal is járhatnak az épület jellegéből adódóan.
- A villamos energia hálózat nem napjaink fogyasztására lett méretezve. A pénztárgépek és elektromos mérlegek árammal való ellátása (vagy legalább időszakonként történő töltése) elvárás az árusok részéről. További probléma, hogy épület nem akadálymentes kialakítású. A tervezési koncepció hibája miatt az emeleti rész nincs a vásárlók fókuszában, a feljutás módja sem kellően kiemelt, így annak nagy része kihasználatlan. Ennek következménye, hogy a földszinten tolonganak a vevők, az emeleten azonban alig találkozni velük.

A fentiek alapján a városvezetés korábban úgy döntött, hogy nem költség-hatékony a meglévő épület felújítása, korszerűsítése, átalakítása. E helyett Új Vásárcsarnok építése szükséges a mostani helyszín közelében, Pécs belvárosában.

## A Vásárcsarnok SWOT elemzése

<p style="text-align: center;"><b>Gyengeségek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Belső tényezők: olyan dolgok, amik nem jól működnek, de befolyásolhatók, hogy jobbak legyenek.)</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Erősségek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Belső tényezők: pozitív dolgok, amik jól működnek és befolyásolhatók, hogy még jobban működjenek.)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Vásárcsarnok napjainkra infrastrukturálisan elavult, műszaki állapotának szinten tartása is komoly és állandó pénzügyi ráfordítást igényel. Az épület akadálymentesítése nem megoldott.</li> <li>• A Vásárcsarnok értékesítési területe fokozatosan csökken: az épület I. emelete, a galéria jelenleg gyakorlatilag kihasználatlan, hosszú távú megoldást igényel.</li> <li>• Az árusítóhelyek kihasználtsága – a piac számos erősege ellenére – stagnál.</li> <li>• A város piacai közül itt a legmagasabbak a kínált termékek árai. Az árak más kereskedelmi egységek árait is meghaladják.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Az 1980 óta működő, városszerte jól ismert, központi elhelyezkedésű, fedett piac, 4.000, m<sup>2</sup> kereskedelmi területtel, 216 asztallal és 46 pavilonnal.</li> <li>• Részben felújított infrastruktúra (víz, szennyvíz, szelektív hulladékgyűjtés, térfigyelő kamerarendszer) rendelkezésre áll. Konkrét elképzelések körvonalazódnak az infrastruktúra fejlesztésére, illetve Új Vásárcsarnok építésére.</li> <li>• 262 elárusítóhely átlagosan 90%-ban kihasznált, sok kistermelővel.</li> <li>• Széles termelői (agrárgazdálkodói) termékkínálat, kevesebb viszonteladó, kevesebb mint tíz nem élelmiszer profilú árus.</li> <li>• A helyi termékek aránya a kínálatban 60%-os, bioélelmiszerek is kaphatók.</li> <li>• Évente két (karácsonyi, húsvéti) kézműves vásár és hat börze csábítja a vásárlókat.</li> <li>• Jellemzően idős-középkorú, valamint (esetjelleggel) külföldi vevőkör, amely Pécsről és a város vonzáskörzetéből verbuválódik.</li> <li>• A legjobban megközelíthető pécsi piac (személygépkocsival, helyi- és távolsági tömegközlekedéssel), jó parkolási lehetőségekkel.</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Lehetőségek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Külső tényezők: olyan adottságok, amelyeket nem tudunk befolyásolni, de kedvezőek, és rájuk építve kihasználhatjuk az erősségeinket.)</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Veszélyek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Külső tényezők: olyan korlátok, negatív tényezők, amelyeket nem tudunk befolyásolni, és csökkentik a siker esélyeit, kockázatot is jelentenek.)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásai fedezetet biztosíthatnak a Vásárcsarnok fejlesztésére/új csarnok építésére.</li> <li>• A városi piacok átgondolt arculatának, kommunikációs feladatainak kidolgozása tovább erősítheti a Vásárcsarnok szerepét Pécs ellátásában.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pécs és Baranya gazdasági leszakadása tovább folytatódik, a városi piacokon megjelenő vásárlóközönség forrásai apadnak.</li> <li>• A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásait más projektek finanszírozására fordítják.</li> <li>• A szupermarket-láncok árletörő hatása tovább csökkenti a piaci forgalmat.</li> </ul>

## **A Vásárcsarnok jövőképe**

Akárcsak az előzőekben, itt is az URBACT Markets európai partnerei között lezajlott tapasztalatcserén alapuló konkrét piacüzemeltetési javaslatokat, célokat fogalmazunk meg, amelyeket a Vásárcsarnok, illetve az azon megrendezendő termelői piacnapok gazdaságos, egyúttal fenntartható működtetése érdekében figyelembe kell venni.

## **A Vásárcsarnok, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere**

A piaccal kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a korábbi piacoknál leírtakkal.

## **A Vásárcsarnok Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe**

A piaccal kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a korábbi piacoknál leírtakkal.

## **A Vásárcsarnoknak a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe**

A piaccal kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a korábbi piacoknál leírtakkal.

## **A Vásárcsarnok fejlesztésének célkitűzései**

A fenti elvárásokkal összhangban álló, egyúttal a támogatói csoport által is támogatott fejlesztési célkitűzések a következők:

Rövid távon elegendő a meglévő állapotok szinten tartása, a felmerülő problémák folyamatos megoldásával, a hibák kijavításával. Ez nem minősül fejlesztésnek ezért ezeket az elemeket ebben a tanulmányban nem részletezzük, sem ennek költség vonzatát. Azonban rövid távon, azaz 2015-ben szükséges előkészíteni az Új Vásárcsarnok projektjavaslatát. Ezért időszerű lefolytatni a partnerségi egyeztetéseket, elkészíteni a műszaki dokumentációt és beszerezni a szükséges engedélyeket.

Közép- és hosszú távon egyaránt az Új Vásárcsarnok építésével számolunk, amelyre vonatkozóan a helyi akciótervben csak korlátozott mértékben van lehetőség akcióterv-szerű lépéseket megfogalmazni. Ennek oka, hogy 2015. áprilisban PMJV Polgármesteri Hivatalának az épülettel kapcsolatos elvárásai még formálódnak, valamint egyelőre az építmény pontos helyszíne sincsen kijelölve.

Amint azt alábbi táblázatok illusztrálják, ezek a fenti célok igen jelentős ráfordítással, alapvetően külső finanszírozási források igénybevételével kivitelezhetők csak.



## Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve

7. táblázat: A rövid távú beavatkozások akcióterve

Rövid távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	<p>Az Új Vásárcsarnok projekt-előkészítése.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Tervpályázat koncepciójának, feltételeinek meghatározása és a pályázat lebonyolítása.</li> <li>• Engedélyezési szintű műszaki dokumentáció elkészítése.</li> <li>• Kiviteli szintű tervdokumentáció elkészítése.</li> <li>• Közbeszerzési dokumentáció összeállítása.</li> <li>• Szükség esetén ingatlanvásárlás.</li> </ul>
Várt eredmény	Megfelelő minőségben előkészített projekt, amely lehetővé teszi a kivitelezés mielőbbi megkezdését a lehető legkisebb kockázat mellett.
Felelős	PMJV Polgármesteri Hivatala
Határidő	2016.04.30.
Becsült költségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Tervpályázat koncepciójának, feltételeinek meghatározása és a pályázat lebonyolítása: 50.000.000,- Ft.</li> <li>• Engedélyezési szintű műszaki dokumentáció elkészítése: 40.000.000,- Ft.</li> <li>• Kiviteli szintű tervdokumentáció elkészítése: 60.000.000,- Ft.</li> <li>• Speciális tervek (útépítés, közműkiváltások): 50.000.000,- Ft.</li> <li>• Közbeszerzési dokumentáció összeállítása, lebonyolítása: 15.000.000,- Ft.</li> </ul> <p>Összesen: bruttó 255.000.000,- Ft + az esetleges ingatlanvásárlás, amennyiben szükséges.</p>
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6.1</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

### 8. táblázat: A középtávú beavatkozások akcióterve

<b>Középtávú beavatkozások</b>	
Javasolt tevékenység	Az elkészített terveknek megfelelően az Új Vásárcsarnok felépítése.
Várt eredmény	Jó minőségű, korszerű, a vásárlók és az árusok igényeinek is megfelelő Új Vásárcsarnok építése.
Felelős	PMJV Önkormányzata
Határidő	2018.04.30.
Becsült költségek	Elfogadott végleges koncepció, tervek és helyszín hiányában csak egy pontatlan becslés adható. Bruttó 3.000.000.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6.1</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

### 9. táblázat: A hosszú távú beavatkozások akcióterve

<b>Hosszú távú beavatkozások</b>	
Javasolt tevékenység	<p>Az Új Vásárcsarnok működtetésének finomhangolása az első év tapasztalatai alapján.</p> <p>Ez jelenthet kisebb módosításokat a működési szabályzatban, de akár jelentheti további eszközök beszerzését. Mivel az új csarnok várhatóan európai uniós támogatásból készül el, ezért a fenntartási időszakban jelentősebb módosítás csak a támogató hozzájárulásával lesz lehetséges.</p> <p>Szükséges majd egy alapos igényfelmérés elkészítése és elemzése az első teljes működési év végén.</p>
Várt eredmény	Az üzemeltető és az árusok számára is kiforrott, megfelelő feltételek és körülmények mellett való üzemeltetés.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	2019.07.30.
Becsült költségek	Igényfelmérés és annak elemzése az árusok és vásárlók bevonásával: bruttó 3.500.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

A tervezett fejlesztések támogathatósága függ a majd megjelenő pályázati felhívás pontos tartalmától. Abban még szűkülhet a támogatható tevékenységek és elszámolható költségek köre, illetve ezek felhasználására speciális feltételek is megfogalmazásra kerülhetnek.

## A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából

Amennyiben a fenti fejlesztési elképzeléseket az URBACT Markets projektben javasolt, nagy ívű, korszerűnek számító európai célokkal vetjük össze, az alábbi megállapítások tehetők:

- Várostervezési szempontból, a Vásárcsarnokkal kapcsolatban a Pécs Holdingon belül már működik a piaccal foglalkozó szervezeti egység, a piac- és vásárüzemeltetési osztály. Ez szolgáltatási és infrastruktúra-működtetési feladatokkal is foglalkozik, azonban a kommunikáció, a marketing és a tervezés területén a Pécs Holding más szervezeti egységeivel való szorosabb együttműködése javasolt. Az osztály, emberi erőforrásaihoz mérten, a különféle stakeholderek igényeit is figyelemmel kíséri. Ez különösen szükséges akkor, amikor a meglévő Vásárcsarnok helyett egy új létesítmény megvalósításán dolgozik az utóbbi feladatot koordináló PMJV Polgármesteri Hivatal.
- Amint az több helyen, így a hosszú távú célok között, az Új Vásárcsarnok vonatkozásában szerepel is, megoldandó feladatot jelent a – jelenlegi és Új – Vásárcsarnok (valamint annak termelői piacnapjaival) összefüggő gazdasági és társadalmi (eladók, vásárlók, a piac környezetében élők) mutatók meghatározása, az azokkal kapcsolatos adatgyűjtés, elemzés és kommunikáció.
- A Vásárcsarnok politikai, kereskedelmi, gazdasági és társadalmi, magán- és közérdekeket átfogó rendszer. Ezeknek a nyomon követése fontos, azonban messze túlnő Pécs Holding hatáskörein.
- A fejlesztési lehetőségeknek megfelelő finanszírozási modell azonosítása, a mozgósítható közösségi és magánforrások bevonása, azok koordinációja a PVF-el, valamint PMJV Önkormányzatával való szoros együttműködést igényli.

## A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából

- Az Új Vásárcsarnok turisztikai attrakcióként történő kommunikációja, annak konkrét kivitelezési koncepciója alapján, indokolt lehet. A jelenlegi Vásárcsarnok esetében ilyen tartalmú kommunikáció alkalmazása kerüendő.
- A Vásárcsarnok termelői piacnapjai működnek, azonban a többi piac számára nem jelentenek példát.
- A Vásárcsarnok és a kiskereskedelmi értékesítés vonatkozásában jelenleg együttéléstről lehet beszélni Pécsen, annak ellenére, hogy a Vásárcsarnok árai magasabbak a szupermarketekéinél.
- A piac foglalkoztatás-ösztönző és jövedelemtermelő szerepéről mért adatok nem állnak rendelkezésre. Ellenben a piac megítélése e tekintetben alapvetően pozitív: a termelőknek, kereskedőknek az áru keresettek, ezért nem jelentős mértékű a bérlők cserélődése sem.

## A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából

- A város-vidék kapcsolatok erősítése tekintetében:
  - a Vásárcsarnok és annak termelői piacnapjai szempontjából több stakeholder javasolja a REL kezdeményezésekhez való csatlakozást, ehhez azonban konkrét lépések és együttműködés szükséges. A Vásárcsarnok agglomerációs vonzáskörzete ellenére ennek gátja lehet a kiadó asztalok hiánya, illetve az alkalmi árusítás szintén korlátozott infrastrukturális lehetőségei,
  - ugyanez a megállapítás az újabb, Pécsen kívüli termelők bevonását illetően is,
  - a Vásárcsarnok kapcsán – stabil forgalmára való tekintettel – nem jelent nagy problémát a márka kérdés megoldatlansága.

- Az erőforrásokkal való hatékonyabb gazdálkodás szempontjából:
  - a Vásárcsarnok támogatja a fenntartható városi mobilitást, mivel a piac tömegközlekedéssel, kerékpárral egyaránt jól megközelíthető – központi elhelyezkedése miatt – a város minden pontjáról;
  - a piacon keletkezett hulladék kezelését a BÍOKOM látja el. A Pécs Holdingtól származó információk alapján azonban sok esetben higiéniai problémát okoz a bérlők asztalánál hagyott, akár hosszabb ideig is ott található hulladék. Ennek a jelenleginél hatékonyabb kezelésére az Új Vásárcsarnok esetében fel kell készülni.
- Ahogy azt már említettük is, a megújuló energiák használata a Vásárcsarnok esetében egyelőre nem releváns. A közép- és hosszú távú beavatkozások azonban javasolt, hogy olyan elemeket is tartalmazzanak, amelyek igénybe veszik a korszerű és napjainkban reális áron elérhető megújuló energetikai technológiákat is az Új Vásárcsarnok létesítése során.



## VI. VÁSÁRTÉR

A helyi akciótervnek ebben a fejezetében a Vásártérre kapcsolatos működtetési, infrastrukturális és fejlesztési kérdéseket tekintjük át. A kapcsolódó finanszírozási kérdéseket, arculati elemeket és kommunikációs terveket – tekintettel arra, hogy azok számos ponton együttmozognak a másik három piaccal – a későbbi fejezetekben, összevont formában mutatjuk be.

### A Vásártér rövid bemutatása és működtetésének tapasztalatai

#### A piac működésének rövid története és tapasztalatai

A Vásártér, amely egyben Pécs egyik rendezvénytere is, az 1950-es évek óta üzemel a jelenlegi területén. Kapacitásai a nyolcvanas évek második és a kilencvenes évek első felében voltak a legjobban kihasználva. Ebben az időszakban jelentek meg a külföldi vásárlók (eladók), ezért a Vásárteret ebben az időben lengyel piacnak is nevezték, bár eladók nemcsak Lengyelországból, hanem Romániából, Ukrajnából és a távol-keletről is érkeztek. Ugyanerre az időszakra esett a délszláv háborúk következményeként megélénkülő horvát, szerb és bosnyák jelenlét, elsősorban a vásárlói oldalon. A délszláv háború közelsége alapvetően negatívan érintette a város gazdaságát, mivel elriasztotta a beruházókat a városból, jóllehet a kereskedelmi forgalomra inkább növekedés volt jellemző ebben az időszakban is. Erre a korra reflektál Emir Kusturica 1997-ben készült kultuszfilmje, a "Macskajaj", amely a Duna szerbiai szakaszán játszódik. A tanulmány szempontjából a Vásártér határon átívelő ismertségére is utal az a jelenet, amikor a film egyik roma főszereplőjét az apja a pécsi vásárba küldi feleséget keresni. A Vásártér forgalma és kihasználtsága az elmúlt évtizedben csökkent, de a vasárnapi vásárok még mindig nagy vonzerőt gyakorolnak Pécs és agglomerációja lakosságára. A Vásárteret jelentős régiségkereskedés is jellemzi, ezáltal még az országhatáron túlról is sok látogatót, vásárlót vonz.

A Vásártér 44.000, m<sup>2</sup> kereskedelmi területen, 1.190, jellemzően nem élelmiszerértékesítési célzattal bérelt elárusítóhellyel (ahol élőállat-, helyi termék-, autó-, valamint minden hónap első csütörtökén régiségkereskedelem, szombatonként bolhapiaci értékesítés is folyik), valamint vasárnaponként további kb. 700 alkalmi áruval működik. Gyakorlatilag minden korosztály látogatja, vegyes jellegű árukínálatában 20% a helyi termékek aránya. Hét közbeni kihasználtsága azonban – lévén, hogy alapvetően vasárnapi piacról van szó – az összes vizsgált piac közül a legalacsonyabb. A Vásártérről készült SWOT elemzés – az ismétlések elkerülése végett – további részleteiben is bemutatja ezt a piacot.

## 12. ábra: A Vásártér egy átlagos hétköznapi piacnapon



*Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel*

A Vásártér fejlesztése önmagában is komplex feladat, hiszen itt alapvetően egy hétfégi vásárról van szó, amely más infrastrukturális adottságok mentén, más fejlesztési igényekkel, részben más kommunikációs elemek alkalmazásával fejlesztendő, mint a korábbi három másik piac.

### A piac városon belül elhelyezkedése, épített infrastruktúrájának adottságai

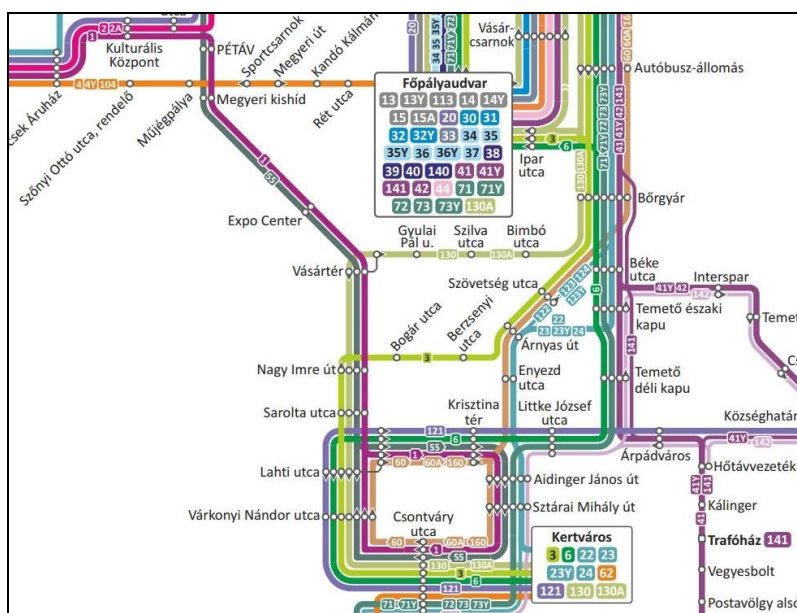
A Vásártér, bár együtt vizsgáltuk a többi piaccal, mégis külön kezelendő. Területileg a legnagyobb, a legrégebben működő és a legszerteágazóbb kereskedést folytató piactér. Pécs Kertváros városrészéről északra, azonban a Megyeri városrész alatt, a Pécsi víz által határolt területen helyezkedik el. Saját parkolóval rendelkezik, megközelíthetősége helyi járatokkal megfelelő.

## 13. ábra: A Vásártér aktuális helyszínrajza.



*Forrás: Pécs Holding*

#### 14. ábra: A Vásártér elérhetősége tömegközlekedéssel



Forrás: Tüke Busz aktuális nappali vonalhálózata, [www.tukebusz.hu](http://www.tukebusz.hu)

A Vásártérrel annak keleti oldalán szomszédos Hauni Hungária Gépgyártó Kft. a közelmúltban megvásárolt egy részt a Vásártér területéből, azonban ez nem okoz a működésben/működtetésben problémát, tekintettel, hogy a rendelkezésre álló terület még így is elegendő a vásárok és a kapcsolódó szolgáltatások (például parkolók, szociális helyiségek, stb.) elhelyezésére. A közelmúltban készült el a Móra Ferenc utcára nyíló új bejárat, valamint a tanulmány írásakor folyamatban van a mázsaház felújítása (nyílászáró cserék és homlokzat felújítás). A Vásártér infrastruktúrája a kisebb időszakosan ütemezett fejlesztések ellenére is elhanyagoltnak tekinthető.

#### 15. ábra: A vásártéri büfésor jelenlegi állapota



Forrás: 2015. április 1-én készített saját felvétel

## A Vásártérrel kapcsolatos legfontosabb kihívások

Ahogy a Vásártérrel kapcsolatban a támogatói csoport ülésein és a helyszíni bejárás alkalmával is megfogalmazódott, a vásár területén infrastrukturális fejlesztések indokoltak. Az ezeket kiegészítő, kapcsolódó arculati és kommunikációs beavatkozások a többi pécsi piaccal együtt, összhangban kivitelezendők, ezért azokra majd az ezzel foglalkozó fejezetben térünk ki (VIII. fejezet).

A konkrét infrastrukturális kihívásokat a Diána téri piaccal kapcsolatban a következőkben összegezhetjük:

- A Vásártér műszaki állapota hagy kívánnivalót maga után, azonban a működésre jelen formájában is alkalmas. A közeljövőben szükséges lesz a teljes büfesor korszerű, egységes arculatú, átépítése. Mivel a büfesor előtt egy elötetős építmény található, ezért az egységes arculathoz elegendő ezt megfelelő módon átépíteni.
- Problémát jelent az aszfaltburkolatú felületek folyamatos öregedése, amely miatt fokozatosan szükséges ezek felújítása is. A belső kis terhelésű utak állapota megfelelő, de az új bejáratról induló ún. „fősor” felújításra szorul. Hosszabb távon költséghatékonyabb a meglévő burkolat kiegyenlítése és egy új vízzáró kopóréteggel való ellátása, mint a meglévő burkolat kátyúzása.
- A terület problémáját sokkal inkább a kihasználatlanság jelenti. A Vásártér a város két legnagyobb lakónépességű városrésze között fekszik (Kertváros kb. 60.000, fő és Uránváros 25.000, fő lakossal), továbbá a város és a térség településeiről is jól megközelíthető helyen van. Ezzel szemben a vasárnap délelőtti vásárok kivételével minimális a hasznosítása. A hét közbeni hasznosításban azonban jelentős potenciál rejlik, hiszen a területen ingyenes parkolóhelyek biztosítottak, a közművek rendelkezésre állnak, és szinte az egész terület burkolt (aszfalt, beton, zúzottkő).

A Vásártér fejlesztésével kapcsolatban a legfontosabb, hogy új, kiegészítő funkciókat kapjon, amelyek által a hétköznapok során is hasznosításra kerülhet az értékes terület.



## A Vásártér SWOT elemzése

<p style="text-align: center;"><b>Gyengeségek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Belső tényezők: olyan dolgok, amik nem jól működnek, de befolyásolhatók, hogy jobbak legyenek.)</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Erősségek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Belső tényezők: pozitív dolgok, amik jól működnek és befolyásolhatók, hogy még jobban működjenek.)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A Vásártér napi nyitvatartási ideje a pécsi piacok közül a legrövidebb.</li> <li>• Vasárnapi vásárnapok kivételével a többi piacnapon a vásár kihasználtságáról nem lehet beszélni.</li> <li>• Helyi termékek 20%-os aránya a kínálatban.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pécs legrégebbi, az 1950-es évektől működő, a városhatáron túl is jól ismert szabadtéri piaca, 44.000, m<sup>2</sup> kereskedelmi területtel, 1.190, elárusítóhellyel, valamint vásárnaponként további kb. 700, alkalmi áruval.</li> <li>• Részben felújított infrastruktúra (térvilágítás, új vízvételi helyek, szolgálati helyiségek, aszfaltút, ingatlanok tetőszerkezete) és folyamatosan ütemezett fejlesztések.</li> <li>• A hétköznapi, valamint hétvégi kihasználtság növelésére vonatkozó elképzelések rendelkezésre állnak (mezőgazdasági és állatpiac, családi szórakoztató park).</li> <li>• Elárusítóhelyek (1.190, db) 75%-os kihasználtsága, jelentős számú alkalmi áruval,</li> <li>• A vásártéri kereskedelem jellemzően nem élelmiszer profilú.</li> <li>• Legolcsóbb piac (más kereskedelmi egységek árához viszonyítva is).</li> <li>• A Vásárteret minden korosztály és külföldiek is látogatják.</li> <li>• A piac agglomerációs vonzáskörzettel rendelkezik. Árusai gyakran a Dél-Dunántúl területéről, valamint külföldről is érkeznek.</li> <li>• Autóval, tömegközlekedéssel egyaránt jól megközelíthető.</li> <li>• Kínálatot és piacot népszerűsítő akciók kevésbé gyakran, de vannak (oldtimer show, kerékpáros versenyek).</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Lehetőségek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Külső tényezők: olyan adottságok, amelyeket nem tudunk befolyásolni, de kedvezőek, és rájuk építve kihasználhatjuk az erősségeinket.)</i></p>	<p style="text-align: center;"><b>Veszélyek</b></p> <p style="text-align: center;"><i>(Külső tényezők: olyan korlátok, negatív tényezők, amelyeket nem tudunk befolyásolni, és csökkentik a siker esélyeit, kockázatot is jelentenek.)</i></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásai fedezetet biztosíthatnak a Vásártér fejlesztésére.</li> <li>• A városi piacok átgondolt arculatának, kommunikációs feladatainak kidolgozása, valamint a vasárnapi zárva tartás tovább hozzájárulhat a Vásártérben rejlő lehetőségek jobb kihasználásához.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pécs és Baranya gazdasági leszakadása tovább folytatódik, a városi piacokon megjelenő vásárlóközönség forrásai apadnak.</li> <li>• A 2014-2020 közötti programozási időszak támogatási forrásait más projektek finanszírozására fordítják.</li> </ul>

## **A Vásártér jövőképe**

Jelen fejezet az URBACT Markets európai partnerei között lezajlott tapasztalatcsere alapján olyan, konkrét piacüzemeltetési tapasztalatokon alapuló javaslatokat, célokat fogalmaz meg, amelyeket a Vásártér piac, illetve az azon megrendezendő termelői piacnapok gazdaságos, egyúttal fenntartható működtetése érdekében figyelembe kell venni.

## **A Vásártér, mint Pécs Megyei Jogú Város társadalmi tere**

A Vásártérrel kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a korábbi piacoknál leírtakkal.

## **A Vásártér Pécs Megyei Jogú Város gazdaságának erősítésében betöltött szerepe**

A Vásártérrel kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a korábbi piacoknál leírtakkal.

## **A Vásártérnek a fenntarthatóság értékeinek erősítésében betöltött szerepe**

A Vásártérrel kapcsolatban itt megfogalmazható javaslatok, célok megegyeznek a korábbi piacoknál leírtakkal.

## A Vásártér fejlesztésének célkitűzései

A fenti elvárásokkal összhangban álló, egyúttal a támogatói csoport által is támogatott fejlesztési célkitűzések a következők:

Rövid távú célkitűzés: a vásártéri büfésor előtetőjének egységes arculatú átalakítása. Az un. „Fősor” útburkolatának korszerűsítése, 1.300, m<sup>2</sup> felületű aszfaltburkolat tisztítása, kiegyenlítése és új vízzáró aszfaltbeton kopóréteggel való ellátása.

Középtávú célkitűzésként jelenik meg a Vásártér funkcióbővítése, szabadidő funkcióval, KRESZ-parkkal, görkorcsolyázás, gördeszkázás, rollerezésre alkalmas burkolattal. Ezt kiegészítve tervezett fejlesztés a büfésor büfé egységeinek belső korszerűsítése is.

A hosszú távú célkitűzést pedig speciális játszótér kialakítása jelenti halmozottan sérült gyermekek számára, a Vásártér jó megközelíthetőségű, infrastruktúrával ellátott terület hátsó, északi részén. Javasolt a Pécsi Víz melletti parkolóból egy kb. 300 m<sup>2</sup> alapterületű terület leválasztása és játszótér létrehozása.

Amint azt alábbi táblázatok illusztrálják, ezek a célok viszonylag kis ráfordítással, alapvetően a Pécs Holding saját forrásainak, valamint további támogató szervezetek pénzeszközeinek terhére kivitelezhetők.

## Az eltérő időtávú beavatkozások akcióterve

10. táblázat: A rövid távú beavatkozások akcióterve

Rövid távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Vásártéri büfésor előtető egységes arculatú átalakítása.
Várt eredmény	Egységes arculatú büfésor létrehozása, amely vonzó lesz a vásárlók számára és az egységes megjelenésével, valamint az itt árult speciális vásári meleg ételekkel a vásárok egyik attrakciója is.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2015.09.30. Kivitelezés: 2016.06.30.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 250.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 2.250.000,- Ft. Összesen: bruttó 2.500.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saját forrás</li> </ul>
Javasolt tevékenység	Az un. „Fősor” útburkolatának korszerűsítése Kb. 1.300, m <sup>2</sup> területű aszfaltburkolat tisztítása, kiegyenlítése és új vízzáró aszfaltbeton kopóréteggel való ellátása.
Várt eredmény	Jó minőségű megközelítési lehetősége a területnek.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2015.08.31. Kivitelezés: 2015.06.30.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 200.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 10.000.000,- Ft. Összesen: bruttó 10.200.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saját forrás</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

### 11. táblázat: A középtávú beavatkozások akcióterve

Középtávú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Vásártér funkcióbővítése (szabadidő funkcióval, KRESZ-parkkal, görkorcsolyázás, gördeszkázás, rollerezésre alkalmas burkolattal). Olyan multi funkciós burkolt felület kialakítása, amely a hétfvégéken könnyen parkolóvá alakítható. A felület mellett a büfésor mögött szükséges lesz egy fűthető, mobil faház elhelyezése, amelyben görkorcsolya és védőfelszerelések bérelhetők.
Várt eredmény	A Vásártér hétköznapi látogatói számának növekedése, közösségi funkció biztosításával. Ezáltal a büfék egy részének rentábilis lesz a hétköznapi nyitva tartás.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2016.06.30. Kivitelezés: 2017.10.31.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 500.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 6.500.000,- Ft. Összesen: bruttó 7.000.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saját forrás.</li> </ul>
Javasolt tevékenység	A büfésor büfé egységeinek belső korszerűsítése. A meglévő egységek belső állapotáért jelenleg a bérlők felelnek. Ez néhány esetben nem jelenti a megfelelő karbantartási munkák elvégzését. A büfék állapota most még megfelelő, rendelkeznek a szükséges szakhatósági engedélyekkel, azonban középtávon érdemes tervezni a teljes építészeti és gépészeti, konyha-technológiai korszerűsítésüket.
Várt eredmény	Teljesen korszerű, jó energiahatékonyságú, modern büfésor létrejötte. Több vásárló, magasabb bevételek, kisebb működési, üzemeltetési költségek és a Pécs Holding Kft. számára magasabb bérleti díj bevétel.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2017.10.31. Kivitelezés: 2018.10.31.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 1.500.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 28.500.000,- Ft. Összesen: bruttó 30.000.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saját forrás.</li> <li>Bérlők hozzájárulása (későbbi bérleti díjból levonható módon).</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

## 12. táblázat: A hosszú távú beavatkozások akcióterve

Hosszú távú beavatkozások	
Javasolt tevékenység	Speciális játszótér kialakítása halmozottan sérült gyermekek számára. A jó megközelíthetőségű, infrastruktúrával ellátott terület hátsó (északi) részén (Pécsi Víz melletti parkolóból leválasztva) egy kb. 300 m <sup>2</sup> alapterületű játszótér létrehozása.
Várt eredmény	A vásártér hétköznapokon való további hasznosítása.
Felelős	Pécs Holding
Határidő	Előkészítés: 2018.10.31. Kivitelezés: 2019.06.30.
Becsült költségek	Előkészítés: bruttó 1.500.000,- Ft. Kivitelezés: bruttó 35.000.000,- Ft.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>Saját forrás.</li> <li>Alapítvány bevonása.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*

### A célok értékelése a városközpont megújítás szempontjából

Amennyiben a fenti fejlesztési elképzeléseket az URBACT Markets projektben javasolt, nagy ívű, korszerűnek számító európai célokkal vetjük össze, az alábbi megállapítások tehetők:

- Várostervezési szempontból, a Vásártérrel kapcsolatban a Pécs Holdingon belül már működik a piaccal foglalkozó szervezeti egység, a piac- és vásáruzemeltetési osztály. Ez szolgáltatási és infrastruktúra-működtetési feladatokkal is foglalkozik, azonban a kommunikáció, a marketing és a tervezés területén a Pécs Holding más szervezeti egységeivel való szorosabb együttműködése javasolt. Az osztály, emberi erőforrásaihoz mérten, a különféle stakeholderek igényeit is figyelemmel kíséri. Ugyanitt azonban ki kell emelni, hogy a Vásártérrel, mint rendezvényterrel való foglalkozás fontos, hogy a korábbinál hangsúlyosabban jelenjen meg ebben a munkamegosztásban.
- Megoldandó feladatot jelent azonban a Vásártér (valamint annak termelői piacnapjaival) összefüggő gazdasági és társadalmi (eladók, vásárlók, a piac környezetében élők) mutatók meghatározása, az azokkal kapcsolatos adatgyűjtés, elemzés és kommunikáció.
- A Vásártér is piac politikai, kereskedelmi, gazdasági és társadalmi, magán- és közérdekeket átfogó rendszer. Helyzetében speciális, hogy nemcsak Pécsre és agglomerációjára terjed ki, hanem ez a viszonyrendszer országhatáron átnyúlóan is értelmeződik. Ennek a kibővült érderendszernek a nyomon követése fontos, azonban messze túlnó Pécs Holding hatáskörein.
- A fejlesztési lehetőségeknek megfelelő finanszírozási modell azonosítása, a mozgósítható közösségi és magánforrások bevonása, azok koordinációja a PVF-el, valamint PMJV Önkormányzatával való szoros együttműködést igényli. A vásártéri akciótervben kijelölt célok viszonylag kis ráfordítással, alapvetően a Pécs Holding saját forrásainak, valamint további támogató szervezetek pénzeszközeinek terhére kivitelezhetők. Ezt az alkalmazott modell kialakításának figyelembe kell venni.

## A célok értékelése a foglalkoztatás és vállalkozói szellem szempontjából

- A Vásártér, mint a város turisztikai vonzerőleltárának egy sikeresen alkalmazható eleme jelenhet meg, amennyiben azt a fenntartó infrastrukturális fejlesztésekkel és megfelelő programokkal, kommunikációval alá tudja támasztani.
- A Vásártéri termelői piacnapok működnek, azonban egyelőre olyan sikeresek, hogy azok a többi piac számára példák lehessenek.
- A Vásártér és a kiskereskedelmi értékesítés vonatkozásában jelenleg együttéléstről lehet beszélni Pécsen.
- A piac foglalkoztatás-ösztönző és jövedelemtermelő szerepéről mért adatok egyelőre nem állnak rendelkezésre, a jellemzően hétfégi vásárokról a vásárlóknak inkább a kedvező árak, széles kínálat, semmint a Vásártér foglalkoztatás-ösztönző és jövedelemtermelő szerepe jut eszébe. A Vásártéren rendszeresen megjelenő árusoknál azonban ezzel a hatással feltételezhetően számolni lehet.

## A célok értékelése az alacsony széndioxid kibocsátású gazdaság szempontjából

- A város-vidék kapcsolatok erősítése tekintetében:
  - a Vásártér, illetve annak termelői piacnapjai szempontjából a REL kezdeményezésekhez való csatlakozás konkrét lépések és együttműködés hiányában nem lehetséges,
  - ugyanez a megállapítás az újabb, Pécsen kívüli termelők bevonását illetően is,
  - komoly hiányosság a Vásártér kapcsán a márka kérdés megoldatlansága is.
- Az erőforrásokkal való hatékonyabb gazdálkodás szempontjából:
  - a piac nem támogatja a fenntartható városi mobilitást, mivel a közelben/városban lakók kivételével a tömegközlekedés, kerékpár igénybe vétele nem jellemző. Inkább az a jellemző, hogy a város távolabb pontjairól, illetve PMJV-n kívülről érkező eladók-vásárlók gyakran haszon/személygépjárművel érkeznek a Vásártérre;
  - a pécsi Vásártér sok szemetet termel, ennek eltakarítása gondot okoz a piacnapokat követően. Az eladók árufeleslegének további hasznosítása – gyorsan romló, illetve primőr termékek esetében –közép- és hosszú távon megoldásra érdemes feladat.
- Ahogy azt már említettük is, a megújuló energiák használata a Vásártér esetében egyelőre nem releváns. A javasolt rövid, közép- és hosszú távú beavatkozások olyan elemeket tartalmaznak, amelyek az alpinfrastruktúra hiányosságait hagyományos, olcsóbb megoldások alkalmazásával célozzák meg. A fejlesztési projektek esetében a megújuló energiák alkalmazása még lehetőségként sem jelenik meg.



## VII. A DIÁNA TÉRI ÉS URÁNVÁROSI PIACOK, A VÁSÁRTÉR ÉS A VÁSÁRCSANOK FEJLESZTÉSÉINEK FINANSZÍROZÁSI FORRÁSAI

13. táblázat: A piacok fejlesztését szolgáló, az Európai Unió által biztosított finanszírozási források

Célok	#	A projekt címe és leírása	Kedvezményezett köre	Finanszírozó program	Finanszíro- zás típusa	Finanszíro- zás biztosított-e?	Időzítés	Kapcsolódás más projekthez
Helyi fejlesztések a gazdaság és a foglalkoztatás erősítése érdekében.		Helyi piacok szervezése, helyi termékek előállítása, közösségi/helyi kereskedelemre koncentráció szolgáltatások; mezőgazdasági termékek elérhetősége, tárolása, feldolgozása, tartósítása (post harvest manipuláció, tárolás, hűtés, válogatás, tisztítás, csomagolás); közösség és helyi hatóságok tulajdonában levő logisztikára koncentráció infrastruktúra és szolgáltatások.	PMJV Önkormányzata, Pécs Holding, PVF – meghatározás alatt	TOP 6.1	ERFA, ESZA	egyelőre nem	2015-től	egyelőre nem ismert





Célok	#	A projekt címe és leírása	Kedvezményezettek köre	Finanszírozó program	Finanszírozás típusa	Finanszírozás biztosított-e?	Időzítés	Kapcsolódás más projekthez
Közösségvezérelt helyi fejlesztések (CLLD: Community Led Local Development).		Helyi termékek és előállítási mechanizmusuk bemutatása, ezekről workshop-ok (különös tekintettel a kézműves termékekre) valamint egyéb, a fiatal korosztályokat célzó programok szervezése. Alapvetően a kulturális és közösségi terek, szolgáltatók infrastrukturális és szolgáltatási minőségi fejlesztését célozza, ezáltal erősítve a város-vidék kapcsolatot.	PMJV Önkormányzata, Pécs Holding, PVF – meghatározás alatt	TOP 6.1 TOP 7.1	ERFA, ESZA	egyelőre nem	2015-től	egyelőre nem ismert
A négy tárgyalt piac rövid, közép- és hosszú távú fejlesztési célkitűzései.		Piaci infrastruktúra fejlesztése és bővítése, piaci eszközök beszerzése. Mindezek által a piac és a szolgáltatás minősége nagyságrendekkel nagyobb lehet.	PMJV Önkormányzata, Pécs Holding, PVF – meghatározás alatt	TOP 6.1	ERFA, ESZA	egyelőre nem	2015-től	egyelőre nem ismert

Célok	#	A projekt címe és leírása	Kedvezményezettek köre	Finanszírozó program	Finanszírozás típusa	Finanszírozás biztosított-e?	Időzítés	Kapcsolódás más projekthez
A városi CO <sub>2</sub> kibocsátás csökkentése.		A Zöld Főváros cím elnyerése, megújuló energiahordozókra való áttérés és ehhez támogatások szerzése, környezetbarát közlekedés, környezettudatosság kialakítása, fenntartása, a felsorolt célokkal kompatibilis piaci infrastruktúra kialakítása	PMJV Önkormányzata, Pécs Holding, PVF – meghatározás alatt	TOP 6.1 TOP 6.4 TOP 6.5 KEHOP 5.1 <sup>8</sup>	ERFA, ESZA, KA	egyelőre nem	2015-től	egyelőre nem ismert
Foglalkoztatás növelése és a vállalkozói szellem erősítése.		A piacok turisztikai vonzerejének növelése, a helyi gazdaság erősítése a piac és a termelők kapcsolatainak erősítésével, szakértők bevonása és felhasználóbarát rendszerek kialakítása. Ezek által a helyi foglalkoztatás növelése, valamint a lokális vállalkozások (kistermelők) megalakulása valósítható meg.	PMJV Önkormányzata, Pécs Holding, PVF – meghatározás alatt	TOP 5.1 TOP 6.1 TOP 6.8 GINOP 1.3 <sup>9</sup>	ERFA, ESZA	egyelőre nem	2015-től kezdődően	egyelőre nem ismert

*Forrás: saját szerkesztés*

<sup>8</sup> Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Program 5. prioritás 1. intézkedés, 2014-2020 közötti programozási időszak.

<sup>9</sup> Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program 1. prioritás 3. intézkedés, 2014-2020 közötti programozási időszak.



### VIII. A DIÁNA TÉRI ÉS URÁNVÁROSI PIAC, A VÁSÁRCSARNOK ÉS VÁSÁRTÉR MÁRKA, ARCULAT ÉS KOMMUNIKÁCIÓS KÉRDÉSEI

A PVF és az Ügynökség között létrejött vállalkozási szerződés tartalmazza a négy fejezetcímben szereplő piac arculati megjelenésének és kommunikációs tervének kidolgozását is. Ez a fejezet – jöjjön nem része az URBACT Markets projekt keretében meghatározott helyi akcióterv struktúrájának – zárja a vizsgált piacok helyi akciótervét. Mint arra már többször rámutattunk, e piacok arculatának és kommunikációs tervének kidolgozása aktuális feladatok. Az alábbiakban a vállalkozási szerződés keretében kidolgozott arculati kézikönyvből mutatjuk be az alkalmazandó „brand”-et (márkát), annak arculati elemeit és a rá épülő kommunikációs tevékenységeket.

#### Márka

A Búza téri termelői piac helyi akciótervében kialakításra került egy ernyőmárka PMJV piacainak vásáraitól egészére. Ez alatt almárkák jelennek meg az egyes piacok vonatkozásában. A tervezésnél figyelembe vettük, hogy minden egyes pécsi piacon/vásáron lehetőség van termelői piac szervezésére is, ezért az alapvetően nem termelői piacként pozicionált piacokhoz is indokolt termelői piac arculati elemek kidolgozása.

Az ernyőmárkát a „Pécsi Piacok” jelentik.

Az ernyőmárka alá rendelt almárkák a következők:

- „Búza téri Termelői piac”,
- „Diana téri piac”, termelői piacnapokon: „Diana téri Termelői piac”,
- „Uránvárosi piac”, termelői piacnapokon: „Uránvárosi Termelői piac”,
- „Vásárcsarnok”, termelői piacnapokon: „Vásárcsarnok Termelői piac”,
- „Vásártér”, termelői piacnapokon: „Vásártéri Termelői piac”.

A következő oldalon bemutatjuk az ernyőmárkát, majd a vizuális azonosítók használatára tett javaslatokkal folytatjuk a helyi akciótervet.



16. ábra: A „Pécsi Piacok” ernyómárka

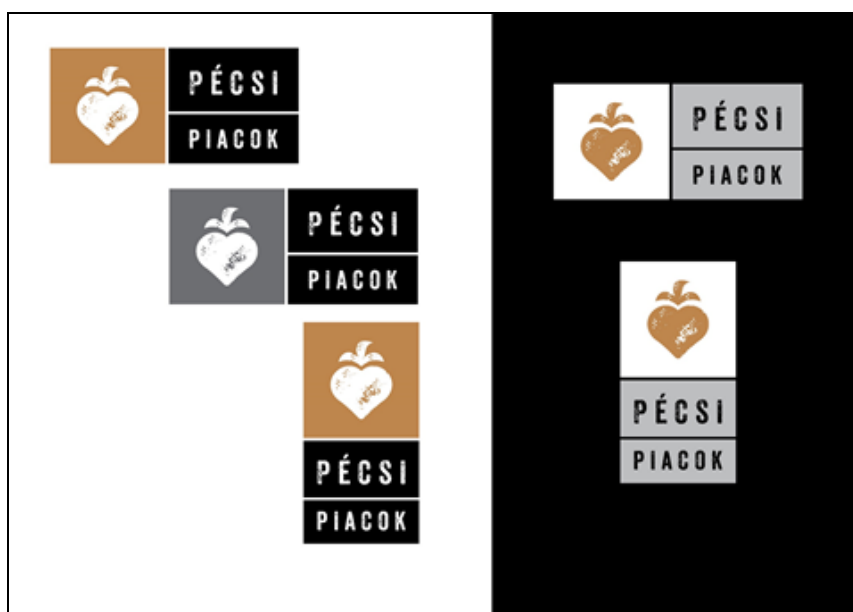


Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

**Arculat: vizuális azonosítók, embléma mutációk és acrolati eszközök**

A logót és felépítését a 17. ábra szemlélteti.

17. ábra: A logó és felépítése



Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

A grafikai elem a színes négyzetben jelenik meg, mellé-illetve alárendelve pedig fekete mezőkben található a feliratok. Mind a fekvő, mind az álló verzió használható a megjelenés módja és a lehetőségek függvényében.

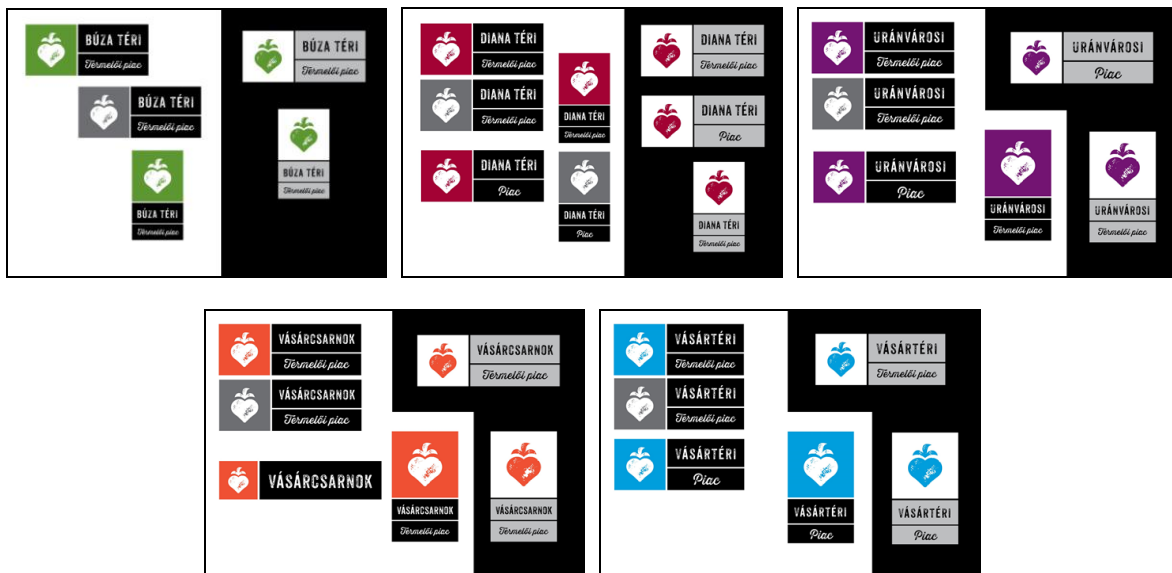
**18. ábra: Grafikai elem színes négyzetekben**



*Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv*

Piaconként eltérő színekot használunk. A termelői piacot meg kell különböztetni a többi piacon is.

**19. ábra: Alkalmazott színek az egyes piacok esetében (a Búza téri termelői piaccal együtt)**



*Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv*

Az arculati elemek megjelenése/megjelenítése a következő formákban is javasolt:

## 20. ábra: Alkalmazott arculat a piacok tárgyi elemein



Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

## 21. ábra: Banner és Facebook megjelenések.



Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

## 22. ábra: Csomagolóanyagokon történő megjelenés



Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

Az egyes formák a lehetséges asszociációk mentén jelennek meg. Ezeknek szerepe, hogy segítsék a logó beépülését, értelmezését. Az un. „pattern” által az egyes marketingkommunikációs elemek gyorsan és egységesen illeszthetők az arculathoz. Felhasználási területek lehetnek: háttér, díszítő elemként való alkalmazás nyomtatott illetve elektronikus hordozóeszközökön.

## 23. ábra: Vizuális jegyek, pattern



Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

A javasolt tipográfia nem egyedi betűkészlet, így díjmentesen beszerezhető.

## 24. ábra: Javasolt betűhasználat



Forrás: URBACT Markets arculati kézikönyv

### Kommunikációs terv

Felméréseink során azt tapasztaltuk, hogy a fogyasztók és a bérlők is igényelnék a piacok markánsabb kommunikációját. A jelenlegi kommunikáció eseti jellegű és csak egyes piacokra vonatkozik. Célszerű volna az összes piac népszerűsítése, amely vásárlási szokásainkat is megváltoztatná. Erősödne a piacra járás szokása, így az ismét divatba jönne.

### A Diána téri piac kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban

A Diána téri piac aktuálisan egy ismert és kedvelt piac. Célcsoportját elsősorban Kertváros piac közelében élő lakói alkotják. A piac újrapozicionálása nem szükséges, de annak „polírozása” aktuális feladat. Javasolt események szervezése, elsősorban ünnepekhez kapcsolódó akciók, termékakciók formájában.

A Diána téri piac kommunikációs terve a következő oldalon található.







A 14. táblázatban szereplő kommunikációs terv tábla a rövid távú feladatokat tartalmazza. Az abban szereplő eszközök évről-évre, „finomhangolás” mellett alkalmazhatók. Ez alapján az alapvető rövid távú célkitűzés a belső kommunikáció erősítése a bérlők irányában. Középtávú célként a Diána téri piac megítélésének javítása jelenik meg. A hosszú távú célt pedig a Diána téri piachoz kapcsolódó közösségépítés jelenti.

**15. táblázat: A Diána téri piac vonatkozásában (ideértve a termelői piacnapokat is) az arculat bevezetésének és kommunikációs terv megvalósításának az akcióterve**

Javasolt tevékenység	Rövid táv: Az éves kommunikációs tervben foglaltak megvalósítása, arculat bevezetése, belső kommunikáció a bérlők irányában. Középtáv: A javasolt infrastrukturális fejlesztések mellett a Diána téri piac megítélésének javítása. Hosszú táv: A Diána téri piachoz kapcsolódó közösségépítés.
Várt eredmény	Rövid táv: A piac árusai és vásárlói egyaránt hasznot húznak az új arculat összehangolt kommunikációjából. Középtáv: A piac látogatottsága és megítélése javul, a funkciók színvonala emelkedik, aktív belső kommunikáció. Hosszú táv: A piac célközönsége bővül.
Felelős(ök)	Pécs Holding, (Pécsi Patrónus Kft., BmÖ, NAK Bm – termelői piac)
Határidő	Rövid táv: 2015.12.31. Középtáv: 2017.01.01. Hosszú táv: 2019.12.31.
Becsült költségek	Nem becsülhetők. A költségek mindhárom időtáv vonatkozásában jelentősen függenek az arculat, valamint a kommunikációs terv megvalósításának konkrét formáitól és annak elvárt színvonalától.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6. prioritásának támogatási forrásai (különálló formában nem, csak komplex fejlesztésként, több tevékenységgel együtt).</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*



## Az Uránvárosi piac kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban

A piac ismert, kedvelt bevásárló hely, amelynek a megítélése messze elmarad attól az ideálisnak is nevezhető állapottól, amely ebben a piacon „benne van”. Az Uránvárosi piac célcsoportját jellemzően Uránváros lakói alkotják. A piac újrapozicionálására is szükség van, a már számba vett infrastrukturális fejlesztések mellett egy olyan igényes, komplex szolgáltatást nyújtó „kis” piac formájában, amely vasárnap is nyitva van. Ezáltal a piac célcsoportja is felfrissül, azaz a magyarüregi városrészből tehetősebb és mindenképpen új vásárlói réteg bevonására nyílik lehetőség. Javasolt események szervezése, elsősorban ünnepekhez kapcsolódó akciók, termékakciók formájában. Mivel ez a piac sok szempontból hasonlít a nála sokkal jobban működő Diána téri piacra, így jelentős együttmozgás figyelhető meg kommunikációs feladatok vonatkozásában is. A részletes uránvárosi kommunikációs terv a következő oldalon olvasható.

Rövid távon az uránvárosi piacon is cél a belső kommunikáció erősítése a bérlők irányában. A középtávú célt új arculat bevezetése, a piac vonzerejének növelése jelenti. A hosszú távú cél ez esetben is az Uránvárosi piaccal kapcsolatos közösségépítés.

### 16. táblázat: Az Uránvárosi piac vonatkozásában (ideértve a termelői piacnapokat is) az arculat bevezetésének és kommunikációs terv megvalósításának az akcióterve

Javasolt tevékenység	Rövid táv: A kommunikációs tervben foglaltak megvalósítása, belső kommunikáció a bérlők irányában. Középtáv: Az arculat bevezetése, a piac vonzerejének növelése. Hosszú táv: Az Uránvárosi piachoz kapcsolódó közösségépítés.
Várt eredmény	Rövid táv: A piac árusai és vásárlói egyaránt hasznot húznak az összehangolt, célzott kommunikációból. Középtáv: A piac látogatottsága és megítélése javul, az arculat ismertté válik, funkciók színvonala emelkedik, a piac vonzereje nő. Hosszú táv: A piac célközönsége bővül.
Felelős(ök)	Pécs Holding (Pécsi Patrónus Kft., BmÖ, NAK Bm – termelői piac)
Határidő	Rövid táv: 2015.12.31. Középtáv: 2017.01.01. Hosszú táv: 2019.12.31.
Becsült költségek	Nem becsülhetők. A költségek mindhárom időtáv vonatkozásában jelentősen függenek az arculat, valamint a kommunikációs terv megvalósításának konkrét formáitól és annak elvárt színvonalától.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"><li>• TOP 6. prioritásának támogatási forrásai (különálló formában nem, csak komplex fejlesztésként, több tevékenységgel együtt).</li><li>• Saját forrás.</li></ul>

*Forrás: saját szerkesztés*



## 17. táblázat: Az Uránvárosi piac kommunikációs terve

Uránvárosi piac kommunikációs terv				2015											
	téma	eszköz		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Fogyasztói kommunikáció															
	Image kampány	Újrapozicionálás, új arculat, milyen pozitív változások történtek az Uránvárosi piacon? Vasárnap nyitva!	piacon elhelyezett plakát honlap,facebook/ Uránváros Pécsi Hírek Pécsma.hu												
	Termék akciók	NAK-kal közös termék akciók, konkrét termék/termécsoport ajánlatok	piacon elhelyezett plakát honlap,facebook/ Uránváros Pécsi Hírek Pécsma.hu												
	Események	ünnepek ( pünkösd, karácsony)													
		tematikus programok	plakát honlap, facebook/Uránváros Pécsi Hírek Pécsma.hu piacon elhelyezett plakát												
Kereskedői, beszállítói kommunikáció															
	bemutakozás /akvirálás	mit nyújt az Uránvárosi piac, miért érdemes csatlakozni	honlap/ FB beszállítói felület/Uránváros												
	bemutakozás /akvirálás		DM levél												

Forrás: saját szerkesztés





## A Vásárcsarnok kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban

A Vásárcsarnok annak széleskörű megítélése szerint egy nagy hagyománnyal rendelkező, ám korából fakadóan elavult és korszerűtlen piac, amelynek a szinten tartása a cél. Célcsoportját PMJV és agglomerációjának lakosai jelentik. Az újrapozicionálás egyértelműen az Új Vásárcsarnok 2017-re tervezett átadását követően lesz esedékes, 2017-től lesz esedékes. Akárcsak az első két piac esetében, itt is javasolt eszköz az események szervezése, elsősorban ünnepekhez kapcsolódó akciók, termékakciók formájában. Rövid távon a kommunikációs terv (lásd: a következő oldalon) megvalósítása, középtávon az Új Vásárcsarnok, mint „termék” bevezetése, hosszú távon pedig annak regionális ismertségének és elismertségének elérése, vonzerejének növelése a cél.

### 18. táblázat: A Vásárcsarnok/Új Vásárcsarnok vonatkozásában (ideértve a termelői piacnapokat is) az arculat bevezetésének és kommunikációs terv megvalósításának az akcióterve

Javasolt tevékenység	Rövid táv: A kommunikációs tervben foglaltak megvalósítása. Középtáv: Arculat bevezetése, kereskedői, szállítói kommunikációs csatornák erősítése a bérlők irányában a tervekről, a várható beruházásról. Hosszú táv: Az Új Vásárcsarnok bevezető kommunikációjának összehangolása, kommunikációs csatornák segítségével regionális ismertség építése.
Várt eredmény	Rövid táv: A piac árusai és vásárlói egyaránt hasznot húznak az összehangolt, célzott kommunikációból. Középtáv: Bevezetett és jól ismert Vásárcsarnok (termelői piaci) arculat, mely megalapozza az Új Vásárcsarnok felvezető népszerűsítését. Hosszú táv: Az Új Vásárcsarnok sikeres bevezetése, regionális ismertség és elismertség mellett.
Felelős(ök)	Pécs Holding (Pécsi Patrónus Kft., BmÖ, NAK Bm – termelői piac)
Határidő	Rövid táv: 2016.04.30. Középtáv: 2017.01.01. Hosszú táv: 2019.12.31.
Becsült költségek	Nem becsülhetők. A költségek mindhárom időtáv vonatkozásában jelentősen függenek az arculat, valamint a kommunikációs terv megvalósításának konkrét formáitól és annak elvárt színvonalától.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6. prioritásának támogatási forrásai (különálló formában nem, csak komplex fejlesztésként, több tevékenységgel együtt).</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*



19. táblázat: A Vásárcsarnok/Új Vásárcsarnok kommunikációs terve

Vásárcsarnok kommunikációs terv				2015											
	téma	eszköz		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Fogyasztói kommunikáció	Termékakció	NAK-kal közös termék akciók, konkrét termék/termécsop ort ajánlatok	piacon elhelyezett plakát honlap,facebook /Vásárcsarnok Pécsi Hírek Pécsma.hu												
	Események	ünnepek (pünkösöd, karácsony)	személyes tájékoztatás												
		tematikus programok (adatot várunk)	személyes tájékoztatás												
Kereskedői, beszállítói kommunikáció		mik a jelenlegi tervek , hogyan alakul az új Vásárcsarnok beruházás	személyes tájékoztatás												
<b>Új Vásárcsarnok kommunikációs terv</b>				<b>2017</b>											
	téma	eszköz		I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII
Fogyasztói kommunikáció	Nyitási promóció (áprilisi nyitás esetén)	Mikor nyit, milyen szolgáltatásokat, milyen termékeket találunk, nyitva tartás, új arculat, új elemek	Régi Vásárcsarnokban elhelyezett plakát honlap,facebook /Vásárcsarnok Pécsi Hírek Pécsma.hu Rádió 1 Pécs Pécs TV												
	átadás	mit nyújt az Új Vásárcsarnok, ajánlatok	RTL,TV2,M1												
	image	mit nyújt az Új Vásárcsarnok, ajánlatok	honlap,facebook /Vásárcsarnok												
	Termékakció		piacon elhelyezett plakát honlap,facebook /Vásárcsarnok Pécsi Hírek Pécsma.hu Rádió 1 Pécs												
	Események	ünnepek (húsvét, pünkösöd, karácsony)	tematikus programok												
		tematikus programok	tematikus programok												
Kereskedői, beszállítói kommunikáció	bemutatózás /akvirálás	mit nyújt az Új Vásárcsarnok, ajánlatok	honlap/ beszállítói felület/ FB DM levél személyes tájékoztatás												

Forrás: saját szerkesztés

## A Vásártér kommunikációs terve, rövid, közép- és hosszú távú bontásban

A Vásártér jelenlegi megítélése szerint egy jelentős múltra visszatekintő, nagy hagyománnyal rendelkező vásár, a szó klasszikus értelmében. A vásár által képviselt értékek ezzel együtt megkopottnak tekintendők. A Vásártér célcsoportját a Dél-Dunántúl és PMJV lakosai alkotják, akik jellemzően alacsony árfekvésű termékeket, valamint különlegességeket keresnek.

Ennek a piactérnek is át kell esnie egy újrapozícionáláson, vagyis, hogy a látogatók úgy tekintsenek rá, mint egy minőségi termékeket is árusító, igényes, egyben „retro” hangulatot árasztó, komplex szolgáltatást nyújtó, akár a család egésze számára is kikapcsolódást nyújtó piacra. Akárcsak az előző piacok esetében, itt is javasolt eszköz az események szervezése, elsősorban ünnepekhez kapcsolódó programok (régiség, oldtimer, húsvét, stb.), termékakciók, valamint tematikus programok formájában. Mindez azonban nem elég, új funkciót is érdemes adni a Vásártérnek anélkül, hogy annak jelenlegi funkciót zavarnánk, fenntartási költségeit jelentősen megnövelnénk. Megfontolásra érdemes tehát egy olyan szabadidőpark kialakítása (például „Vásártér-park” néven), amely a büfésor közelében, aszfaltos, füves részek kialakításával, mobil padok elhelyezésével, KRESZ-park formájában kerülne kiépítésre. Ez a tér egyúttal más tevékenységekre, például görkorcsolyázásra, rollerezésre is alkalmas lenne. Hasonló kezdeményezés (családi programok szervezése a piacon) a szegedi Mars téri piacon bevált. A javaslat járulékos előnye, hogy a vásárba járás családi programmá válik, az emberek több időt töltve több pénzt is költenek a Vásártéren. Természetesen szükség van ezeknek az „élményterületeknek” a vásárlók, látogatók számára is jól látható módon való megkülönböztetésére, információs táblák kihelyezésére.

25. ábra: A vásártéri szabadidőpark javasolt helyszíne és pár illusztráció azzal összefüggésben



Forrás: saját szerkesztés

Rövid távú célkitűzésként a kommunikációs tervben (a részletes kommunikációs terv a következő oldalon található) foglaltak megvalósítását, az arculat bevezetését, valamint az élményterületek markáns lehatárolását, népszerűsítését és kitáblázását jelölhetjük meg.

Középtávon a vásártéri közösség szervezése, közösségi tér funkció erősítése javasolt. Ezáltal ismét közkedvelt vasárnapi tevékenység lehet a vásárlátogatás, a Vásártér pedig egy ismert közösségi térré válhat.

Hosszú távú célként pedig országos szinten is turisztikai attrakcióvá kellene fejleszteni a Vásárteret.

**20. táblázat: A Vásártér vonatkozásában (ideértve a termelői piacnapokat is) az arculat bevezetésének és kommunikációs terv megvalósításának az akcióterve**

Javasolt tevékenység	Rövid táv: A kommunikációs tervben foglaltak megvalósítása, arculat bevezetése. Élményterületek markáns lehatárolása, népszerűsítése és kitáblázása. Középtáv: Vásártéri közösség szervezés, közösségi tér funkció erősítése. Hosszú táv: A Vásártér, mint turisztikai attrakció népszerűsítése országsszerte.
Várt eredmény	Rövid táv: A Vásártér árusai és vásárlói egyaránt hasznot húznak az élményterületekre is fókuszáló, egységes kommunikációból. Középtáv: A Vásártér látogatottsága és megítélése javul, erősödik a közösségi tér funkciója. Hosszú táv: Közkedvelt Vásártér, amely egyben országos hírnevét is elérő turisztikai attrakció.
Felelős(ök)	Pécs Holding (Pécsi Patrónus Kft., BmÖ, NAK Bm – termelői piac)
Határidő	Rövid táv: 2015.12.31. Középtáv: 2017.01.01. Hosszú táv: 2019.12.31.
Becsült költségek	Nem becsülhetők. A költségek mindhárom időtáv vonatkozásában jelentősen függenek az arculat, valamint a kommunikációs terv megvalósításának konkrét formáitól és annak elvárt színvonalától.
Finanszírozási lehetőségek	<ul style="list-style-type: none"> <li>• TOP 6. prioritásának támogatási forrásai (különálló formában nem, csak komplex fejlesztésként, több tevékenységgel együtt).</li> <li>• Saját forrás.</li> </ul>

*Forrás: saját szerkesztés*





## 21. táblázat: A Vásártér kommunikációs terve

Vásártér kommunikációs terv			2015														
	téma	eszköz	I	II	III	IV	V	VI	VII	VIII	IX	X	XI	XII			
Fogyasztói kommunikáció	Image kampány	Újrapozicionálás, új arculat, milyen pozitív változások történtek a Vásártéren? Élményterületek bemutatása. Vasárnap nyitva!	PR film (honlapra)														
			plakát														
			honlap, facebook/Vásártér														
			Pécsi Hírek														
		Pécsma.hu															
		Rádió 1 Pécs															
	Image	mit nyújt a Vásártér, miért érdemes kilátogatni?															
	Termék akciók																
	Események	NAK-kal közös termék akciók, konkrét termék/termécsoport ajánlatok	prácson emelyezett plakát														
honlap, FB/Vásártér																	
Pécsi Hírek																	
Pécsma.hu																	
	tematikus programok (pl. régiség vásárok)	ünnepek (húsvét, pünkösd, karácsony)	plakát														
honlap, facebook/Vásártér																	
Pécsi Hírek																	
Pécsma.hu																	
		Rádió 1 Pécs															
		piacra elhelyezett plakát															
Kereskedői, beszállítói kommunikáció	bemutatózás /akvirálás	mit nyújt a Vásártér, miért érdemes csatlakozni + PR film	honlap/ beszállítói felület/ FB														
			DM levél														
			telefonos megkeresés														

Forrás: saját szerkesztés





## IX. BEFEJEZÉS

A Diána téri és Uránvárosi piacok, valamint a Vásárcsarnok és Vásártér helyi akciótervének befejezéseként az Ügynökség által legfontosabbnak tartott szempontokra ismételtelen fel szeretnénk hívni a figyelmet.

Elsősorban arra, hogy a nevezett piacok PMJV olyan társadalmi és gazdasági terei is egyben, amelyek gazdaságos és környezetileg is fenntartható működése szükségessé teszi a piacok fenntartóinak más szervezetekkel (helyi döntéshozókkal, civil szervezetekkel is) való együttműködését a piacot működését meghatározó fontos döntések tekintetében.

Másodsorban ki szeretnénk emelni, hogy a piacok fejlesztése finanszírozási oldalról kisebb volumenű beavatkozások esetén elsősorban saját erőből, nagyon, komplexebb fejlesztéseknél a Magyarország rendelkezésére bocsátott európai uniós forrásokból valósítható meg a legkönnyebben. E célból mindenképpen indokolt a Pécs Holding együttműködése a PVF-el, PMJV Önkormányzatával, valamint a REL kapcsán a BmÖ-vel is.

Végül, de nem utolsó sorban, általános érvényű megállapítás az is, hogy a piacok üzemeltetéséhez szükség van azok ismertségének erősítésére Pécs vonzáskörzetén, Baranya megyén-Dél-Dunántúlon belül, illetve a Vásártér esetében országos léptékben. Ehhez jól átgondolt és vásárlókat vonzó arculatra és hatékony kommunikációra van szükség.



## RÖVIDÍTÉSEK JEGYZÉKE

ACM	Agrármarketing Centrum
BIOKOM	BIOKOM Pécsi Városüzemeltetési és Környezetgazdálkodási Kft.
BmÖ	Baranya Megyei Önkormányzat
CLLD	Community Led Local Development, magyarul: közösségvezérelt helyi fejlesztés
Ferling PR	Ferling PR Tanácsadó és Szolgáltató Kft.
GINOP	Gazdaságfejlesztési és Innovációs Operatív Program
KEHOP	Környezeti és Energiahatékonysági Operatív Program
MT DDRMI	Magyar Turizmus Zrt. Dél-Dunántúli Regionális Marketing Igazgatósága
NAK	Nemzeti Agrárgazdasági Kamarával
NAK Bm	Nemzeti Agrárgazdasági Kamara Baranya megyei Igazgatósága
NAV	Nemzeti Adó- és Vámhivatallal
Pécs EKF	Pécs 2010 Európa Kulturális Fővárosa Program
Pécs Holding	Pécs Holding Városi Vagyonkezelővel Zrt.
PMJV	Pécs Megyei Jogú Város
PVF	Pécsi Városfejlesztési Közhasznú Nonprofit Zrt.
REL	Rövid Ellátási Lánc
TOP	Terület és Településfejlesztési Operatív Program
Tüke Busz	Tüke Busz Közösségi Közlekedési Zrt.
Ügynökség	DDRFÜ Dél-Dunántúli Regionális Fejlesztési Ügynökség Közhasznú Nonprofit Kft.

## 1. SZÁMÚ MELLÉKLET: A SZEGEDI MARS TÉRI VÁROSI PIAC TANULMÁNYÚTJÁNAK RÉSZLETES EMLÉKEZTETŐJE

### EMLÉKEZTETŐ

**Tárgy:** URBACT Markets projekt, a Szeged Mars tér városi piac tanulmányútja

**Helyszín:** Szeged, Mars tér

**Időpont:** 2015.03.03., 12:00 – 14:30

Jelen vannak:

- Bényi Mihály – Szegedi Vásár és Piac Kft., műszaki vezető
- Csaba Ders – Pécs Megyei Jogú Város Polgármesteri Hivatala, főépítész
- Gubicza Attila – Szegedi Vásár és Piac Kft., karbantartó
- Kátai Ágnes – Szegedi Vásár és Piac Kft., piacfelügyelő
- Kiss Dalma – DDRFÜ Nkft., kommunikációs és ügyfélszolgálati csoportvezető
- Molnár Ákos – DDRFÜ Nkft., döntés-előkészítési csoportvezető
- Németh István – Szegedi Vásár és Piac Kft., ügyvezető igazgató
- Pálmai Zsolt –DDRFÜ Nkft., vezető projektmenedzser
- Rácz Attila – Szegedi Vásár és Piac Kft., ügyvezető igazgató-helyettes

A Szegedi Vásár és Piac Kft. vezetősége fogadta a DDRFÜ kollégáit, bemutatták a Mars téri piac elhelyezkedését, történetét, üzemeltetésének előnyeit, tapasztalatait, problémáit. Megválaszolták a felmerült kérdéseket és végigkísérték a DDRFÜ kollégáit a piac területén. A találkozó során a DDRFÜ kollégáinak lehetősége volt digitális fényképfelvételeket készíteni.

A megbeszélésen és a helyszín megtekintése során az alábbiak hangzottak el:

- A piac területe 4 ha, ebből kb. 1,2 ha a parkoló. Piacterkép elérhető az alábbi linken: <http://szvp.hu/piacterkep.php?h=U> A piac a „város gyomrában” található, vagyis központi elhelyezkedésű. Mellette található a szegedi távolsági pályaudvar is.

A piac 3 csarnoképületből áll, 1 főcsarnokból (4200 m2 alapterülettel, Nagycsarnok elnevezéssel) és 2 kisebb csarnokból (1450-1450 m2 alapterülettel, Irén és Anna elnevezéssel). A csarnokok hosszanti oldalán üzlethelyiségek vannak 18 m2 alapterületű raszter méretben. Lehetősége van az árusoknak dupla vagy tripla egységet is bérelni.

Összesen 557 db árusító asztal áll rendelkezésre.

- A két kis csarnok készült el korábban (építésük 2005-ben kezdődött), míg a 2009-ben építeni kezdett nagycsarnok 2010-ben. A Mars téri piacot a mai formájában 2010. szeptemberben adták át a vásárlóknak. A bekerülési költsége a két kis csarnoknak 515 millió Ft, a nagycsarnoké és a többi infrastrukturális fejlesztése 1,6 milliárd Ft volt.
- A Szegedi Vásár és Piac Kft. a városi önkormányzat 100%-os tulajdonában áll. A tulajdonos piaccal kapcsolatos elvárása a profittermelés, ennek nagyságrendjét a kft. éves üzleti terve tartalmazza.

- A piac raktárkapacitása viszonylag kicsi és különálló hűtőkapacitás egyáltalán nincs. A hűtésről a bérlők maguk gondoskodnak. Az előbbieket hozzájárulnak ahhoz, hogy az eladók különösen érdekeltek az áru folyamatos cseréjében, amelynek köszönhetően különösen frissek a kínált termékek. A raktárkapacitás szűkös volta koncepcionális és területi okokkal magyarázható, jóllehet többlet raktárkapacításra a bérlők részéről folyamatos igény mutatkozik.
- Az üzletek 20-25 éves bérleti joggal kerültek kiadásra (licites eljárás során), amely örökölhető, átruházható. Ezzel kapcsolatban probléma volt, hogy a későbbi kültéri bővítés során többen úgy érezték, hogy ha előre tudták volna azt, akkor nem bérelték volna ki hosszú távra a csarnokban az üzlethelyiséget, hanem inkább kint árusítottak volna, amely a kereslet szempontjából kedvezőbbnek tűnik. Az üzleteket szerkezetkész állapotban adták át, az üzletek belső kialakítása a bérlő feladata és költsége. A pécsi vásárcsarnok esetében érdemes figyelni erre, a csarnok és kültéri árusító helyeket szükséges egyszerre kialakítani és megversenyeztetni.
- A tapasztalatok alapján jó időben a vásárlók sokkal inkább preferálják a kinti árusító helyeket, mint a bentieket. A csarnokon belül sem mennek minden esetben végig a vásárlók, ezért a nagy csarnok végébe tettek egyes olyan termékcsoportokat (például füstölt árukat), amelyek elérése ösztönzi az embereket, hogy annak végébe is elsétáljanak. Az árusító helyek kapcsán tudatos lépés volt a színes bérlői összetétel kialakítása (vegyesbolt, virágos, zöldség-gyümölcs, stb.). A piac egésze az élelmiszerek vonatkozásában egyfajta „mini bevásárlóközpontként” is funkcionál. A Nagycsarnokban élelmiszerek, virágok, helyi termelők áruja vásárolható meg, az Irén csarnok profilja is élelmiszer illetve meleg étel, míg az Anna csarnokban ruha- és cipőboltok kapnak helyet.
- Forgalom megoszlás az alábbi:

Hétfő: viszonylag gyenge forgalom.

Kedd: hétfőinél csak egy kicsit erősebb.

Szerda: ez piacnap, különösen erős forgalommal.

Csütörtök: viszonylag gyenge forgalom.

Péntek: érezhetően erősödő forgalom.

Szombat: jelentős forgalom.

Vasárnap: jelenleg gyenge, de 2015. március 15. után, a vasárnapi zárva tartás bevezetésével nagyon jelentős erősödést várnak.

Gombavizsgálat már csak heti 3 nap biztosított, korábban ez gyakoribb volt.

- A piac a kereslet-kínálat találkozásának funkciója mellett közösségi funkciót is betölt, amelyet tovább kívánnak erősíteni, alapvetően kültéri hétfői programok szervezésével.
- A piac területén összesen 467 parkolóhely áll rendelkezésre, az alábbiak szerint: nagyparkoló 325 db, további 70 parkolóhely található egy szomszédos foghíj telken (az un. tojáspiacon), 16 db akadálymentes parkolóhely az ingatlan szélén az egyik bejárat közelében és 60 db a két kis csarnok mentén az árusok számára. (Az összesen 83 db üzlet rendelkezik 1-1 parkolóhellyel, amelyet a bérleti díj tartalmaz.) A vendég és üzemi parkolás szétválasztását még meg kell oldani.
- A tapasztalatok alapján ez a parkolóhely mennyiség az átlagos hétköznapokon elegendő, de az ünnepekkor és a szombati piacok alatt már kapacitás problémával küzdenek.
- A parkolót célszerű úgy kialakítani, hogy az rendezvény helyszíneként is funkcionálhasson, amikor nincs parkolásra szükség. (Például kisebb kültéri koncertek, gyereknapi, illetve árusítások: nyáron dinnyeárusítás, télen fenyőárusítás.) Ehhez már a tervezés is kivitelezés során érdemes a víz és áram közműveket a megfelelő pontig a földben elvinni és ezek vételező pontjait besüllyesztve elhelyezni.
- A bejáratok közelében mindenhol lehelyezésre kerültek kerékpártámaszok is, amelyek száma – a tapasztalatok alapján – sohasem elég.

- Az elvart levegő minőség biztosítása különös problémát jelent, amelyet nem a piac és nem a parkoló okoz, hanem a közeli helyközi buszpályaudvar és a piac melletti többsávos főút forgalma. Utóbbiak miatt a légszennyezettség és a por koncentráció Mars téri piacon mérhető adatai nagyon rosszak. Jóllehet a távolsági pályaudvart a piac mellől kitelepíteni tervezik, de mivel annak területét a helyi forgalmú tömegközlekedésnek adják át, jelentős javulás nem várható.
- A helyi rendezési terv előírásaiban foglalt zöldfelületi mutatók csak úgy voltak biztosíthatók, hogy a csarnokok tetőszerkezetének egy részét zöldtetővel alakították ki, amely jelentős fenntartási költséggel jár.
- Létrejött egy együttműködés a Nemzeti Agrárgazdasági Kamarával és az Agrármarketing Centrummal, amely keretében ún. tanyasi napokat tartanak. Kifejezetten jó, hogy ezekre a napokra érkeznek árusok, helyi termelők mert ez szükséges ahhoz, hogy a nagycsarnok megteljen. A Szegedi Vásár és Piac Kft. anyagi támogatással (kedvezményes helypénzzel) is hozzájárul a tanyasi napokhoz, a rendezvény koordinációját az agrárkamara végzi. Mindezek mellett a Csongrád Megyei Kereskedők és Vendéglátók Egyesületének szervező munkája is hozzájárul a piac jobb kihasználásához.
- A piac területén két nagy bérlő is működik. A JYSK az „U” Pavilonban, míg a Piacigazgatóságnak is helyt adó épületben a Sing-Sing Disco. A két bérlő hosszú távú szerződéssel rendelkezik, amely stabil piaci bevételt biztosít. A szerződések lejárta után a piac – igény esetén – ebbe a két irányba bővíthető.
- Hivatalosan az árusok kb. 30%-ka kereskedő és 70%-ka őstermelő. A Szegedi Vásár és Piac Kft. nem rendelkezik hatáskörrel ezek valóságtartalmának ellenőrzésére. Valószínűsítik, hogy nem minden őstermelő az a valóságban. Ők kb. 40%-ra becsülik az őstermelők arányát és 60%-ra a kereskedőkét.
- Heti szintűek a különböző szakhatósági ellenőrzések, amelyek hozzájárulnak a jó minőségű termékek árusításához (NAV, ÁNTSZ, élelmiszerbiztonság, állategészségügy). A szegediek és környékbeliek számára már tudatos, hogy az itt árult termék a „friss termék”: tudják, hogy mi a jó és mi a rossz termék, illetve hogy mikor kitől és mit fognak vásárolni. A Szegedi Vásár és Piac Kft-nek nem célja „óvó bácsiként” mindent koordinálni.
- Leg hatékonyabb marketing eszköznek a városi helyi újságban való folyamatos megjelenés jelenti. Gyakorlatilag minden héten van egy cikk a Mars térről, amelyek többnyire pozitívak.
- Bár a tér és az épületek is modernnek a piac fenntartási költségei – különösen a régebbi, hagyományos piacokéhoz képest – mégis rendkívül magasak. Jelentősek a kertészeti munkák, a takarítás, az elektromos energia, valamint a fűtés költségei. Utóbbi a legmagasabb, mivel kb. 14 °C biztosított a téli időszakban. Ezért az üzletbérlők egy része szeretne a közös fűtési rendszerről leválni, mert az számára jelentős költség. Ez a konkrét példa is azt illusztrálja, hogy már a piac épületeinek tervezésekor érdemes figyelembe venni a bérlők központi energetikai rendszerről való leválásának igényeit.
- Az üzlethelyiségek esetében minimális a változás, csere. Éves szinten kb. 3-4 ilyen történik, azonban ezek többsége sem az üzlet tényleges profilváltását jelenti, hanem inkább csak tulajdonosváltást. A piac engedélye szükséges a bérleti jog átruházásához.
- A csarnokok nem emeletes kialakításúak, mert a tervezés során, mások tapasztalatait alapul véve arra a következtetésre jutottak, hogy az emeletre csak a vásárlók töredéke menne fel.
- A piac területét 42 db kamera figyeli. Egy műszakban 8 biztonsági őr van szolgálatban és a piacfelügyelet irodaházában kapott helyet a körzeti megbízott is, így az állandó rendőri jelenlét is biztosított. Mindezeknek köszönhetően a piac közbiztonsága rendkívül jó. Nincs zsebtolvajlás sem biciklilopás sem.

- A kinti árusító helyek (245 asztal) esetében 1 sort kifejezetten a napijegyesek számára tartanak fent, amelyre nagy az igény, mindig gyorsan betelik.
- Minden asztalnál elhelyezésre került egy-egy szemetes, amely jelentősen hozzájárul a terület tisztaságához. Korábban próbálkoztak szelektív szemétyűjtéssel is, azonban ez nem működött, letettek róla. További tapasztalat, hogy nem szerencsés a kültéri asztalokat fák alá helyezni, ugyanis a lombkorona is hulladék forrása. A Mars téri piacon egyes fák törzsét „beépítették” a kültéri asztalsorokba. A megoldás hibája, hogy hasznos árusító felületet von el a bérlőktől és a kínálatot nehezen áttekinthetővé teszi.
- A kinti árusító helyek esetében a gőzölt tölgyfa lécek használata nem vált be, mert viszonylag rövid idő alatt behajlottak. Javasolt a műanyag felület használata. Esztétikai okokból készült fából, de nem praktikus.
- Az árusító asztalok felülete 180x90 cm. Csak az asztalokról engedélyezett az árusítás. Lehetőség van 1/2 vagy 1/4 méretű asztalok bérlésére is. Minden asztal egyedi azonosítóval, vonalkóddal rendelkezik. A díjbeszedők a kézi terminállal ezeket be tudják olvasni és ez össze van kötve a könyveléssel, továbbá kizárja a díjbeszedők esetleges ún. „zsebre dolgozását” is oly módon, hogy a díjbeszedéssel egyidőben, kamerával is figyelik a területet.
- A Kft. 20 fő állandó alkalmazottal rendelkezik, amelyből 9 fő a díjbeszedő. A takarítás és a biztonsági szolgálat kiszervezésre került.
- Az árusító helyek bérleti díja a piac honlapján elérhető.
- A kinti árusító helyek közé egyes helyeken fákat ültettek, amely azonban nem praktikus, mert egyrészt helyet vesz el, másrészt az áruk közé szemetetel (főként az őszi időszakban), harmadrészt a biztonsági kamerák látóterét is csökkenti. Az árnyékolás a megfelelő mikroklíma miatt fontosak a fák, csak nem az árusító asztalokkal sorában elhelyezve.
- Tulajdonosi döntés született arról, hogy a piac közösségi térként is funkcionáljon, így a kialakításnál szempont volt, hogy „pihenő parkot” is kialakítsanak, ahol le lehet ülni, illetve a gyerekek tudnak mozogni, játszani.

K.m.f.