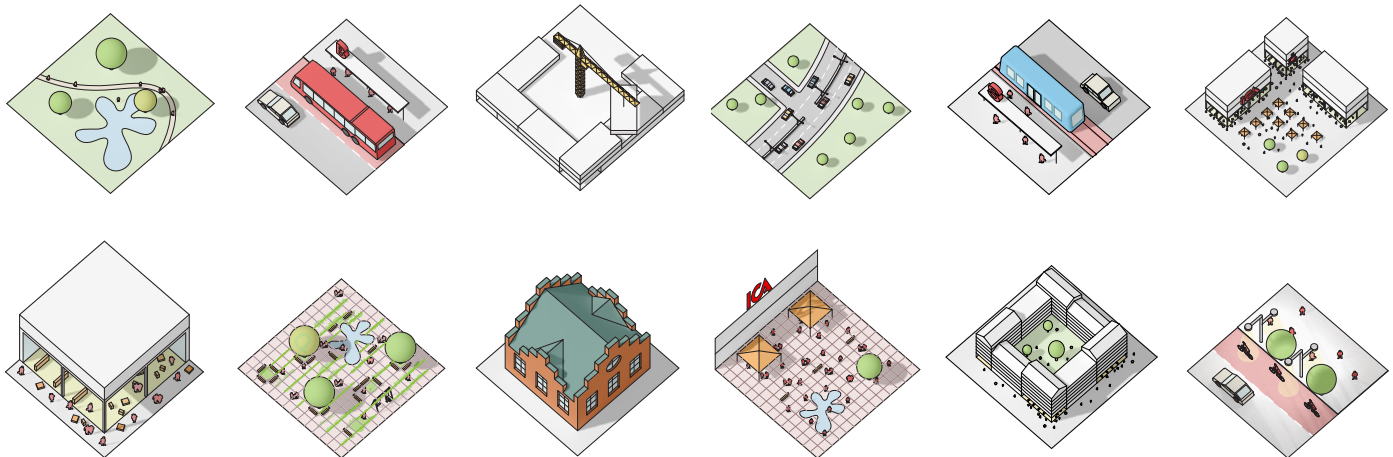


Mitt i den goda staden

ICAs Stadsbyggnadsstrategi



Innehåll

Förord	3
ICA, staden och handeln	4
Visionen: ICA mitt i den goda staden	6
Strategi	8
1. Hitta det goda läget	10
2. Utveckla den goda platsen	12
3. Forma det goda kvarteret	14
Tre goda lägen	16
1. Externhandelsområdet	18
2. Mindre centrum	22
3. Ny stadsdel	26
Hållbarhet och hälsa	30
Att vara en god granne	32
Checklista	34

Medverkande	ICA:
	Lena Boberg
	Catrine Axelsson
	Robert de la Motte
	Magnus Hjelmberg
	Carl Johansson
	Fredrik H Johansson
	Michael J Johansson
	Pia Magnius
	Rebecka Norberg
	Anders Rosqvist
	Henrik Samppala
	Ulrika Sand
	Externa experter:
	Kristina Alvendal
	Alexander Stähle, Spacescape
	Kalle Dinell, DinellJohansson
	Moa Andrén, DinellJohansson

Denna Stadsbyggnadsstrategi är en handbok för medarbetare inom ICA-gruppen. Den visar på hur vi framöver med ICA-butiken i fokus skall ta ansvar för att bygga stad och bidra till en god stadsutveckling. Stadsbyggnadsstrategin är också till för våra externa samarbetspartners och kommuner för att öka förståelsen för vad vi på ICA Fastigheter söker och vill skapa tillsammans med andra .

ICAs historia går tillbaka till 1917. Vi har alltid varit navet i byn, i samhället och i den växande staden. För oss går handel och stadsutveckling hand i hand. Handeln bygger staden och staden bygger handeln. I en tid när människors preferenser och vanor ändras har ICA alltid följt med i utvecklingen. Många gånger har vi lett utvecklingen. Framför allt gällande livsmedel och när det gäller att ta ett samhällsansvar.

Nu är det dags för ICA Fastigheter att utöka sitt samhällsansvar och möta den pågående urbaniseringen. Vi vet att människor söker ökad närhet i städerna och att fler och fler vill handla där man bor och verkar. Många vill idag gå, cykla och åka kollektivt för att uträtta sina ärenden. Detta ställer nya krav på ett fastighetsbolag som under många år framför allt byggt butiker för bilburna kunder på Sveriges olika handelsplatser.

För ICA Fastigheter är inte själva fastigheten det viktigaste, utan det är livet i och runtomkring. Det är platsen vi skall vidareutveckla. Genom att bygga attraktiva och urbana miljöer där människor vill bo och vistas kan vi skapa långsiktiga värden i både nya och gamla områden. Genom att använda vår unika kunskap om hur vi drar kunder till en butik kan vi framöver även dra människor till nya mötesplatser. ICA vill vara en god granne bland goda grannar i staden.

Denna stadsbyggnadsstrategi ger oss inom ICA, men även våra samarbetspartners, en vägledning om hur vi skall gå tillväga för att skapa attraktiva platser med ICA mitt i den goda staden.

Lena Boberg
VD ICA Fastigheter
maj 2016



ICA, staden och handeln

Staden föddes i en korsväg där varor, tjänster och idéer utbyttes. Mötesplatsen skapade en koncentration av människor som i sin tur skapade en koncentration av verksamheter. Utbytet mellan människor är det som alltid drivit städernas utveckling och marknaden är platsen som alltid stått i stadens centrum. Städer har alltid utgått ifrån mötesplatser och det är därför som människor flyttar till städerna. Det som driver urbanisering är önskan och efterfrågan att få komma närmare; närmare till jobb, vänner, familj, handel, service, kultur och rekreation. "Staden är täthet och närhet" (Edward Glaeser).

Handeln, eller snarare marknadsplatsen, har alltid haft en central roll, i både geografisk och ekonomisk betydelse, i staden. Handel har alltid lokaliserat sig där de stora flödena finns och söker sig till korsvägarna. Detta har i alla tider givits av transporter och övrig infrastruktur. Före industrialismen återfanns handeln vid stortorget mitt i staden där stadens huvudgator sammanstrålade. Tittar man på en torgmarknad så struktureras den oftast som ett nät av stråk, ett gatunät med stånden i kvarter. En marknadsplats

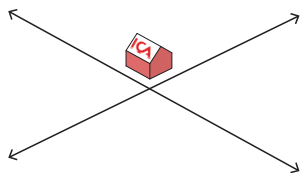
formar sig alltid som en stad i miniatyr, oavsett om det är en medeltida torgmarknad, eller en modern butik eller en galleria.

Under industrialismen utvecklades fordonstekniken och spårvägsnätet. Stadens gatunät byggdes ut och handeln lokaliserades längs gatustråk. Under första halvan av 1900-talet byggdes förortscentrum med handel kring spårstationer och busstationer utanför stadskärnan. Hakonbolaget startade 1917 och byggde på det som idag kallas Ica-idén, ett sätt att låta alla småhandlare fortsätta vara egenföretagare, men samtidigt få del av stordriftens fördelar med inköpscentraler och gemensam marknadsföring. Under det sena 1900-talet kom massbilismen som skapade nya lokaliseringsmönster. Externa handelsplatser byggdes vid motorvägskorsningar utanför förortscentrum och befintliga stadskärnor. ICA expanderade stort och blev en del i den storskaliga samhällsplaneringen under framförallt 1950-60-talen. Fortfarande är det transportnätet och infrastrukturen som lokaliserar handeln och stadsutvecklingen.

Under 2000-talet har urbaniseringen fortsatt och de stora städerna växer allt snabbare i Sverige och världen. Städernas tillväxt sker idag främst genom förtätning, i synnerhet i halvcentrala lägen och kollektivtrafiknoder. Stadskvaliteter, stadsmiljö och stadsliv efterfrågas allt mer, både på bostadsmarknaden och kontorsmarknaden. Handelsplatser liknar allt mer blandade stadsmiljöer. Biltillgängligheten idag för given, men biloberoende ses som en särskild livskvalitet. Många av de handelsplatser som redan är etablerade drar idag också till sig exploatering av bostäder och kontor, då serviceutbudet ses som en lägeskvalitet. Som komplement till städernas innerstäder växer alltså flera mindre stadskärnor fram där tillgången till handel och service är den centrala drivkraften. Kombinationen av dagens kraftiga urbanisering och digitalisering (e-handel) innebär nya utmaningar för stadsbyggandet, handeln och ICA.

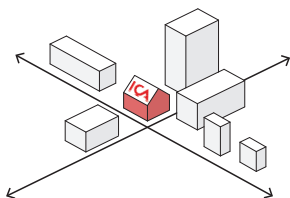
Kort sagt. Handeln bygger staden. Staden bygger handeln.

1.



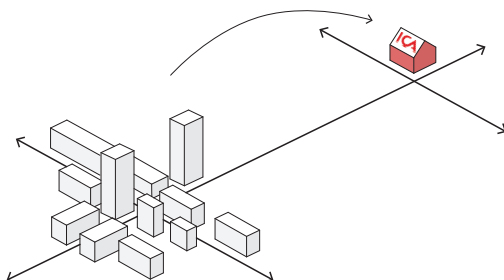
1. Handel har alltid lokaliserat sig där de stora flödena finns och söker sig till korsvägar. Städer har alltid vuxit kring handel.

2.



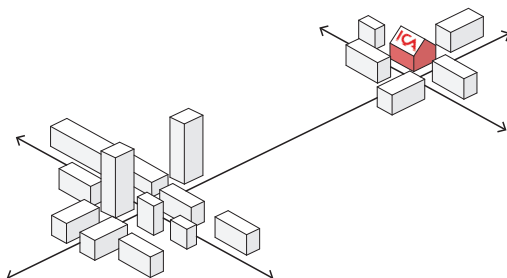
2. Under industrialismen byggdes stadens gatunät ut. Handeln lokaliserades längs gångstråk och kollektivtrafik.

3.



3. Massbilismen skapade nya lokaliseringssmönster. Externa handelsplatser byggdes vid motorvägskorsningar utanför befintliga stadskärnor.

4.



4. Städernas tillväxt sker idag främst genom förtätning i halvcentrala lägen. Stadskvaliteter, stadsmiljö och stadsliv efterfrågas allt mer.

Vision - ICA mitt i den goda staden

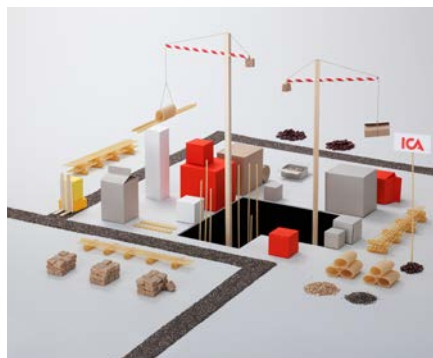
För oss är fastigheter i sig inte det viktigaste, utan det är livet i och omkring dem. Däremot är fastigheter vår utgångspunkt när vi skapar nya och bättre förutsättningar för det goda livet. Med det synsättet kan vi göra skillnad i staden och för våra kunder.

Vår idé är, att via en marknadsplats med mat och måltider som den naturliga utgångspunkten, bidra till förädling, utveckling och positiva upplevelser i staden och skapa platser värda att besöka.

Genom att se på fastigheter som något tryggt och långsiktigt, förvaltadt med ett mänskligt och lokalt engagemang, bygger vi starka förtroenden. Som hyresvärd vill vi själva alltid agera som en god granne: trygg, inspirerande, personlig och enkel att ha att göra med. Vi är en möjliggörare

som är snabb till handling när det gäller att förbättra och göra det enkelt varje dag. Vi vill vara inspirerande genom att visa på nya vägar, överraska och bjuda på vår kunskap. Vi är en jämlike som lyssnar på sina kunder och förstår deras behov – hos oss är det tryggt att handla och leva. I sällskap med andra är vi en lättsam och öppen aktör som på ett personligt sätt bjuder på sin humor och gärna står för det goda. Dessa kärnvärden är också en naturlig utgångspunkt för den goda stad vi vill utveckla.

Vår vision för stadsbyggande är
"ICA mitt i den goda staden".



ICA och den goda staden är trygg, inspirerande, enkel och personlig.



Strategi

Stadsutveckling handlar om att skapa värden på kort och lång sikt, att vara på rätt plats i regionen och att styra detaljutformningen av platser och byggnader. Allt måste samspela.

För att förverkliga visionen "ICA mitt i den goda staden" behövs en strategi för stadsbyggande, från det stora till det lilla, från närtid till det långsiktiga, från läge till plats. Vår stadsbyggnadsstrategi bygger på tre delar: 1) Hitta det goda läget, 2) Utveckla den goda platsen, 3) Forma det goda kvarteret.

1) Hitta det goda läget

"Hitta det goda läget" handlar om att hitta de lägen som har goda förutsättningar att utvecklas. Det handlar dels om var fastigheter bör förvärvas, vilka lägen som ICA-fastigheter bör vidareutveckla, men också vilka lägen som bör avvecklas

2) Utveckla den goda platsen

"Utveckla den goda platsen" handlar om stadsplanering och platsutveckling kring ICA-fastigheter. Hur skall det goda läget förvaltas, hur skall området planeras och formas så att en attraktiv stadsmiljö skapas kring ICA-fastigheterna för att utveckla den goda platsen.

3) Forma det goda kvarteret

"Forma det goda kvarteret" handlar om ICA-fastighetens utformning och gestaltning. Hur skall byggnaderna, entréerna, bottenvåningarna, gården, inlastningen, handelsytorna formas för att skapa det goda kvarteret.

Tillsammans säkerställer stadsbyggnadsstrategins tre delar ett långsiktigt värdeskapande och ett hållbart stadsbyggande.

*"ICA mitt i den goda staden", bild från utvecklingen av Ica Maxi Häggvik.
Illustration Dinelljohansson.*



Strategi del 1. Hitta det goda läget

Den goda staden går bara att utveckla i lägen med bra förutsättningar. De goda lägena är de som först och främst är enkla att ta sig till. De har en bra regional tillgänglighet, särskilt bra kollektivtrafik. I staden där ICA ligger skall det också vara nära till trygga inspirerande rekreationsområden, parker, natur och vatten.

Goda lägen för stadsutveckling har följande kvaliteter. Ju fler desto bättre.



1.1 Bra turtät kollektivtrafik

Det skall finnas regional kapacitetsstark och turtät kollektivtrafik, gärna spårbunden, såsom tunnelbana, pendeltåg eller spårvagn.



1.2 Anslutning till huvudgata

Biltillgänglighet är en hygienfaktor i byggandet av handelsplatser idag. Det bör finnas anslutning till en större väg eller huvudgata som har god regional tillgänglighet.



1.3 Etablerat handelskluster

Redan etablerad handel är en god förutsättning för stadsutveckling. Ett redan etablerat och väl fungerande ICA är en styrka och en lokal förankring som gör en stadsutvecklingsprocess enklare.



1.4 Attraktiva grönområden

Bostäder i tätbebyggda områden kräver attraktiva parker och rekreationsområden. Finns potentiella promenadstråk längs vatten är det en mycket stor bostadskvalitet.



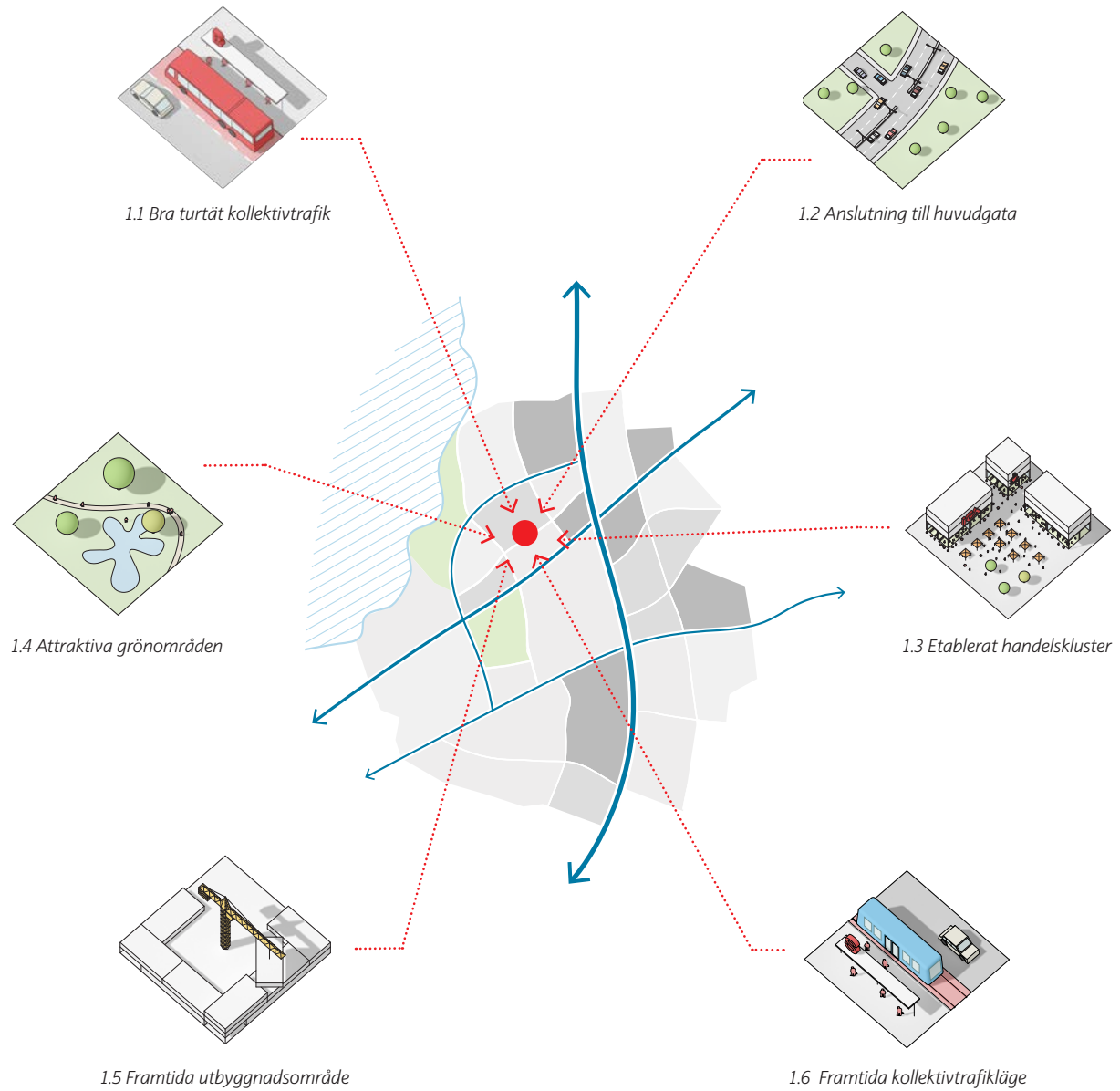
1.5 Framtida utbyggnadsområde

Planeras det en större utbyggnad eller förtätning i ett område med många nya bostäder och arbetsplatser, nya gator och parker, så har detta läge sannolikt stor utvecklingspotential.



1.6 Framtida kollektivtrafikläge

Planeras det en större utbyggnad av en station för tunnelbana, spårvagn, pendeltåg, eller buss-terminal så har detta läge sannolikt stor utvecklingspotential. Framtida infrastruktursatsningar är en nyckel till att hitta det goda läget.



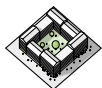
Strategi del 2. Utveckla den goda platsen

ICA skall ligga vid stadsdelens centrala mötesplats. Här skall det finnas en levande, inspirerande stadsmiljö och ett tryggt gång- och cykelvänligt gatunät. Här finns ett brett service- och handelsutbud i personliga bottenvåningar. Det är blandad bebyggelse med både bostäder och arbetsplatser. Det är enkelt att hitta till kollektivtrafik och cykelstråk.



2.1 Stark lokal identitet

Handelsplatser och boende trivs bäst när det finns en stark lokal identitet. Det kan vara en spännande byggnadshistoria, en levande driftig näringsverksamhet eller en engagerad och passionerad ICA-handlare. Detta är lokala energier som skall tas tillvara. Ibland finns skäl att bevara gammal äldre karaktäristisk rustik bebyggelse som kan bidra till identiteten.



2.2 Tätt blandad yteffektiv

Byggnande sker i första hand på redan exploaterad mark, som exempelvis trafikytor och industrimark. Tätheten är högre nära kollektivtrafikstationer och stora målpunkter. Bebyggelsen har en blandning av funktioner. I samma kvarter finns exempelvis kontor, handel och service. Byggnader placeras i gatuliv så att gaturum och gårdsrum skapas. Detta ger ett tydligt offentligt rum mot gatan och en egen social sfär inne i kvarteret.



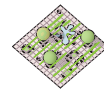
2.3 Gå- och cykelvänliga gator

Trafiken hanteras i ett sammanhängande finmaskigt gatunät där alla trafikslag blandas. På en gata samsas gående på breda trottoarer, cyklister på sammanhängande cykelbanor och bilister på körbanor. Cykelnätet är gent och tryggt. Hastighetsbegränsningar för fordon anpassas till stadslivet. Alla städer prioriterar vanligen trafik i följande ordning: gående, cykel, kollektivtrafik och bil. Byggnader kring gatorna har levande bottenvåningar i form av lokaler eller tätt med bostadsentréer och fönster som skapar trygghet och upplevelserikedom.



2.4 Öppna mötesplatser

En plats attraktivitet drivs av möten mellan människor. Mötesplatser etableras helst i anslutning till centrala korsningar, vid hållplatslägen och vid entréer för stora målpunkter som kulturhus, sportanläggningar, tågstationer och busstationer. Kring mötesplatsen skall bottenvåningarna vara öppna med lokaler runt om. Torg och stadsparker utformas för att användas för aktivitet, events, möten och lek. Ett kulturhus eller en sporthall kan också utgöra en viktig mötesplats, precis som en bra ICA-butik.



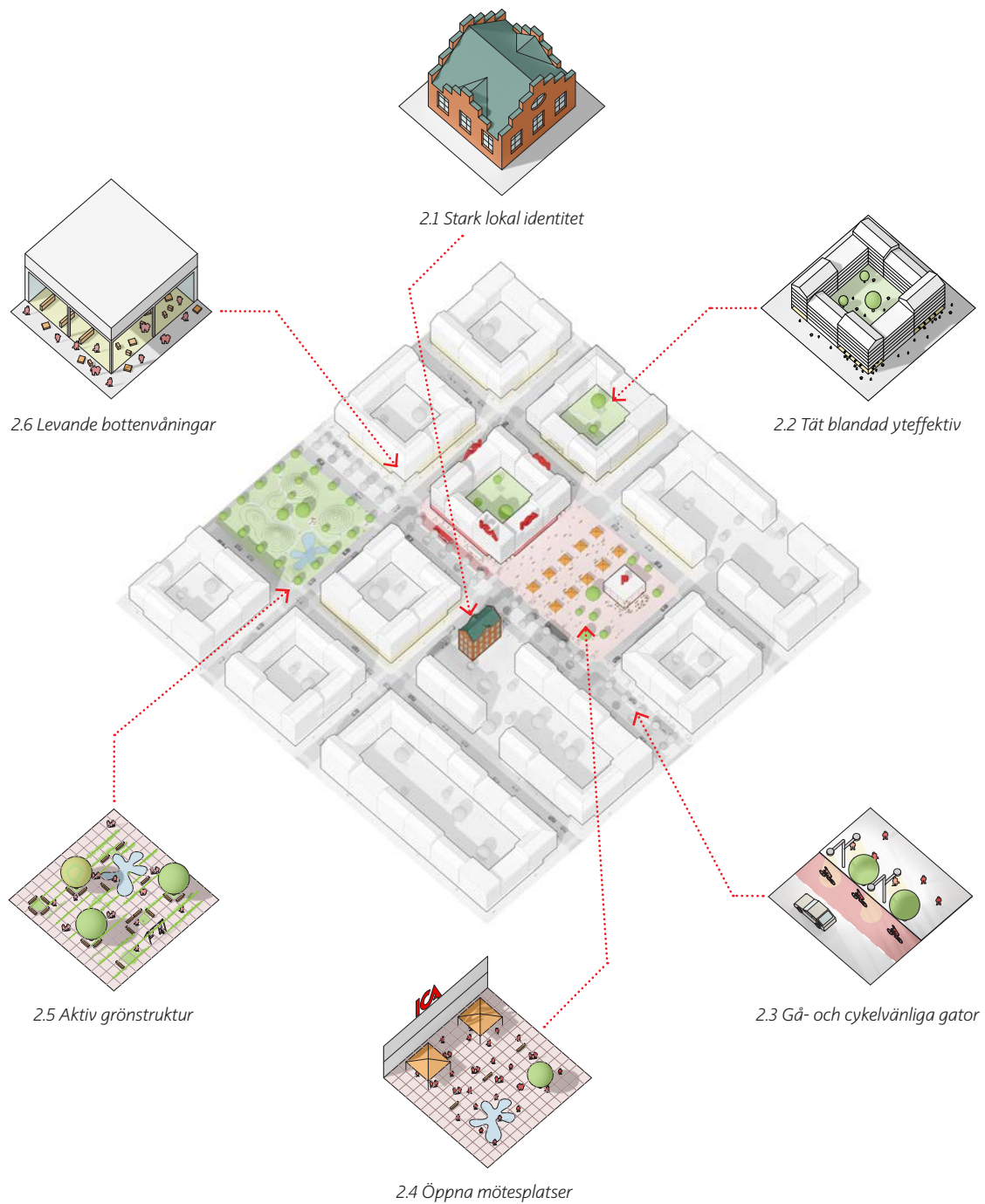
2.5 Aktiv grönstruktur

Stadens grönska är viktig för miljö och livskvalitet. Den hårdgjorda ytan minimeras. Grönstruktur utvecklas med parker, gröna stråk och grönska på tak och fasader. Gator och andra trafikytor bör trädplanteras. Värdefulla biotoper och spridningszoner tas tillvara och utvecklas. Grundvatten skyddas och dagvatten omhändertas lokalt.



2.6 Levande bottenvåningar

I en levande trygg stadsmiljö så är byggnadernas bottenvåningar aktiva stora delar av dygnet. Byggnadsentréer ligger längs gatan. Entréer bör ligga tätt för att skapa en trygg och intressant stadsmiljö. Entrétäthet och lokaler i gatuplan ger också god tillgänglighet för funktionshindrade. Bottenvåningar innehåller företrädesvis lokaler för utåtriktad verksamhet som handel, restauranger, service och receptioner.



Strategi del 3. Forma det goda kvarteret

ICA ligger i ett kvarter där handeln på insidan samspelar med livet på gator och torg. Det finns bra, ljusa och personliga bostäder. Det finns en gård för inspirerande lek och odling. Inlastning och parkering är smart och enkelt löst. Kvarteret är en trygg mötesplats för de boende och besökare.

3.1 Enkla flöden

Det mest grundläggande för att en butik skall fungera är enkla effektiva gångflöden. Det betyder att butiksentrén skall ligga där den är mest synlig och orienterbar i stadsmiljö och i relation till andra målpunkter så som kollektivtrafikhållplatser, centrala gatustråk och korsningar, bil- och cykelparkeringar. Inne i butiken är det lätt att orientera sig och gångstråken är tydliga och trivsamma.

3.2 Samspel med stadsmiljö

Verksamheterna inne i kvarter och butik är en viktig del av stadslivet. Kvarters bottenvåningar är öppna med aktiva lokaler runt om. Butikens verksamhet kan spilla ut på gatan eller torget i form av uteserveringar, torgmarknader eller

tillfälliga evenemang. Ett torg som ligger i anslutning till ett butikskvarter kan vara marknadsplats, evenemangsplats och lekplats samtidigt.

3.3 God bostadsmiljö

En bra boendemiljö erbjuder olika typer av boendeformer, boendekvaliteter, och bostadsstorlekar. När det finns ett stort utbud av olikheter så finns förutsättningar att invånarna i kvarteret blir en mångfald av åldrar och bakgrund, vilket skapar liv och långsiktighet. Likaväl som bostaden skall vara trivsam och ljus så skall det också finnas en bra bostadsgård där det finns plats för både lek, odling och avkoppling. För att det skall ske så behöver gården vara tillräckligt stor och samtidigt tydligt avgränsad för de som bor i kvarteret. Då skapas en trygghet och tillhörighet som kan gynna lokala initiativ.

3.4 Smart parkering

Parkeringsytan minimeras. Parkering av fordon sker företrädesvis inte på mark utan hellre i garage under mark eller i parkeringshus. Markparkering och tillfällig angöring sker helst som kantstensparke-

ring eller fickor på trottoar. Parkeringsytor bör samutnyttjas av olika verksamheter. Cykelparkering finns nära hållplatser och vid byggnadsentréer.

3.5 Invändig inlastning

En effektiv inlastning är viktigt för att en butiksverksamhet skall kunna drivas och utvecklas. Inlastning är något som skall göra så lite ingrepp i stadsmiljön som möjligt. Därför sker inlastning invändigt i fastigheten, där så är möjligt. På så sätt göms inlastningsfunktionen och blir integrerad i kvartersutformningen.

3.6 Energismart

I byggnader och infrastruktur används bästa energi- och resurseeffektiva system. Byggnader placeras med god dagsljusexponering. System för avfallsåtervinning genomförs. Exploatering sker energi- och resurseeffektivt. Hållbara byggmaterial används. Samtliga byggnader bör kunna miljöcertifieras enligt Miljöbyggnad, BREEAM eller LEED.

3.3 GOD BOSTADSMILJÖ

Variation av boendeformer. Gemensam bostadsgård.

3.6 ENERGISMART

Goda dagsljusförhållanden. Hållbara material. System för värme- och avfallsåtervinning.

3.5 INVÄNDIG INLASTNING

Inlastning integreras i i kvartersutformning.

3.2 SAMSPEL MED STADSMILJÖ

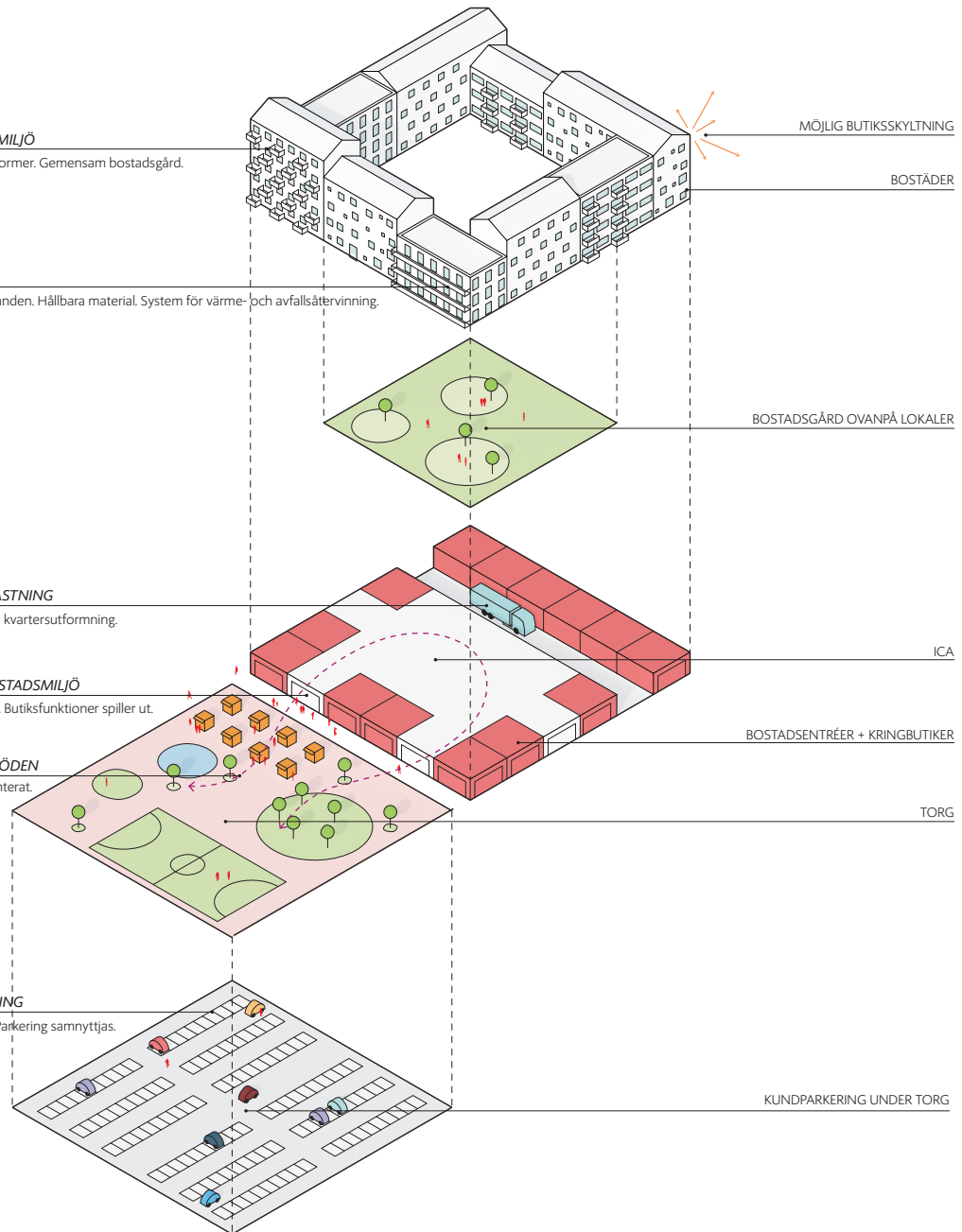
Öppen bottenvåning. Butiksfunktioner spiller ut.

3.1 ENKLA KUNDFLÖDEN

Synlig entré. Lättorienterat.

3.4 SMART PARKERING

Garage under mark. Parkering samnyttjas.



Tre goda lägen

Den goda staden går bara att utveckla i lägen med bra förutsättningar. De goda lägena är de som först och främst är enkelt att ta sig till. De har en bra regional tillgänglighet, särskilt bra kollektivtrafik. Här finns också goda möjligheter att bygga tät blandad stad med levande gator och grönområden.

Här ger vi exempel på tre vanligt förekommande lägen som har potential att utvecklas till den goda staden. Det finns självklart andra typer av lägen som har utvecklingspotential. Varje läge och plats är unik och skall tas till vara utifrån sina egna styrkor och förutsättningar.

1. Externhandelsområdet

Sedan 1970-talet har det etablerats flera stora externhandelsområden i våra städer, i synnerhet en bit utanför stadskärnorna nära större trafikleder. Områdena har byggts upp utifrån en biltillgänglighet. I och med den pågående urbaniseringen och digitaliseringen av handeln så hamnar flera av dessa områden i ett nytt läge. Utbyggnad av nya bostäder och kontor

samt av kollektivtrafiken skapar ett exploateringsstryck på dessa områden, vilket driver en förändring. Handelsaktörer och företag tvingas omstrukturera och uppgradera. Dessa aktiva verksamheter utgör samtidigt en viktig energi på platsen. Det är centralt att omvandling och utveckling tar tillvara lokala aktörer och byggnader i möjligaste mån för att driva omvandlingen på ett hållbart sätt. I externhandelsområdet ligger större ICA-anläggningar så som ICA Kvantum eller ICA Maxi.

2. Mindre centrum

Det finns många olika typer av mindre centrum. Dels finns centrum i förortsstadsdelar som kan vara etablerade från början av 1900-talet fram till idag. Oftast ligger de i anslutning till en kollektivtrafikhållplats, spårstation eller större busstation. Bebyggelsen kring centrumet är ofta blandad, med allt från hus i park till äldre kvartersbebyggelse. Dels finns centrum i små tätorter, som har en längre historia och ofta är indelade i någon slags kvartersstruktur. Dessa centrum ligger ibland vid en större spårstation eller busstermi-

nal eller vid en äldre etablerad stadsgata eller stadens torg. ICA i mindre centrum är vanligen en ICA Supermarket eller ICA Nära.

3. Ny stadsdel

I takt med städernas tillväxt så byggs det även helt nya stadsdelar. Detta sker i både små och stora städer. När en helt ny stadsdel planeras finns det möjlighet att redan från början få till optimala lösningar och attraktiva stadsmiljöer. När en helt ny stadsdel skall byggas ut och etableras så är det extra viktig med det som kallas placemaking, det vill säga att i tidigt skede skapa intresse för platsen genom aktiviteter och verksamheter i det offentliga rummet. Det betyder att det allra första som byggs och etableras i en ny stadsdel med fördel kan vara ICA-kvarteret. Det kan vara den första och viktigaste pusselbiten i en långsiktigt hållbar stadsutveckling.

På de kommande sidorna beskriver vi mer i detalj hur utveckling av dessa lägen skulle kunna gå till.



Läge - externhandelsområde

Sedan 1970-talet har det etablerats flera stora externhandelsområden i våra städer, i synnerhet en bit utanför stadskärnorna nära större trafikleder. Områdena har byggts upp utifrån en biltillgänglighet. I och med den pågående urbaniseringen och digitaliseringen av handeln så hamnar flera av dessa områden i ett nytt läge. Utbyggnad av nya bostäder och kontor samt av kollektivtrafiken skapar ett exploateringsstryck på dessa områden vilket driver en förändring. Handelsaktörer och företag tvingas omstrukturera och uppgradera. Dessa aktiva verksamheter utgör samtidigt en viktig energi på platsen. Det är centralt att omvandling och utveckling tar tillvara lokala aktörer och byggnader i möjligaste mån för att driva omvandlingen på ett hållbart sätt. I externhandelsområden ligger större ICA-anläggningar så som ICA Kvantum eller ICA Maxi.

Utvecklingen kan ske på följande sätt enligt vår strategi.

1) Externhandelsområde identifieras som har ett bra levande handelskuster och en större ICA-butik. Bra kollektivtrafik skall finnas eller planeras byggas ut. Det skall finnas planer på att bygga ut området, helst med både bostäder, kontor och ny handel.

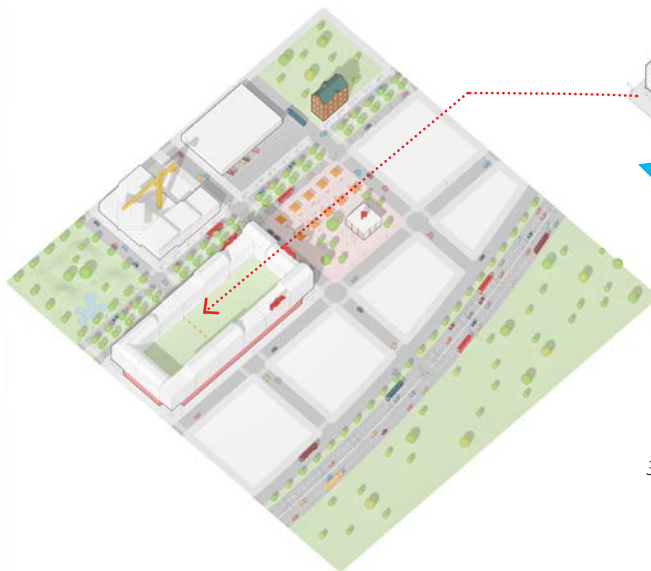
2) Området utvecklas genom att befintlig infrastruktur tas till vara i möjligaste mån. Gatunät, kollektivtrafikhållplatser och cykelbanor byggs ut. ICA-butiken införlivas i ett stadskvarter som skall ligga centralt i stadsdelen – "Mitt i den goda staden". Här ligger också ett torg eller en stadspark som skapar en öppen mötesplats med olika aktiviteter. Kring torget och de allra mest centrala gatustråken är bottenvåningarna öppna med butiker och andra utåtriktade verksamheter. Överstora parkeringsytor omvandlas till exploateringar och parkering förläggs i garage, i parkeringshus eller under mark.

3) ICA-kvarterets huvudentré placeras ut mot den centrala platsen som lyfts till ett torg med aktiviteter och lekmöjligheter. På så sätt blir entrén tydlig och lätt att hitta och leder naturligt in gångflöden. Kvarteret får i övrigt butikslokaler runt om så att en levande och trygg stadsmiljö skapas. Ovanpå bottenvåningen placeras bostäder kring en grön gård. Byggnaderna försörjs av smarta energi och resurssystem. Inlastningen läggs inne i kvarteret så att inte stora lastkajer behövs ut mot gaturummet. Parkeringen förläggs under mark i garage eller i parkeringshus. Taxi- och cykelparkering finns i anslutning till butiksentréerna.

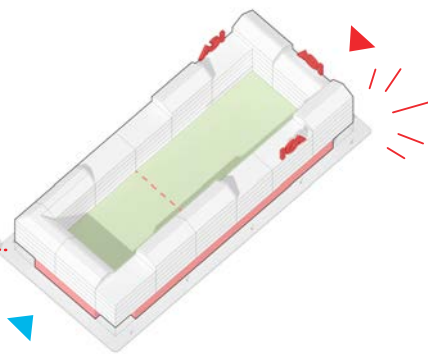
1. Externhandelsområde identifieras.



2. Området utvecklas.



3. ICA-kvarteret formas.





Ica Kvantum, Bollnäs



Ica Maxi, Häggvik



Ica Maxi, Kalmar



Ica Kvantum, Luleå



Ica Kvantum, Sannegården, Göteborg



Ica Kvantum, Sickla



Ica Kvantum, Skövde

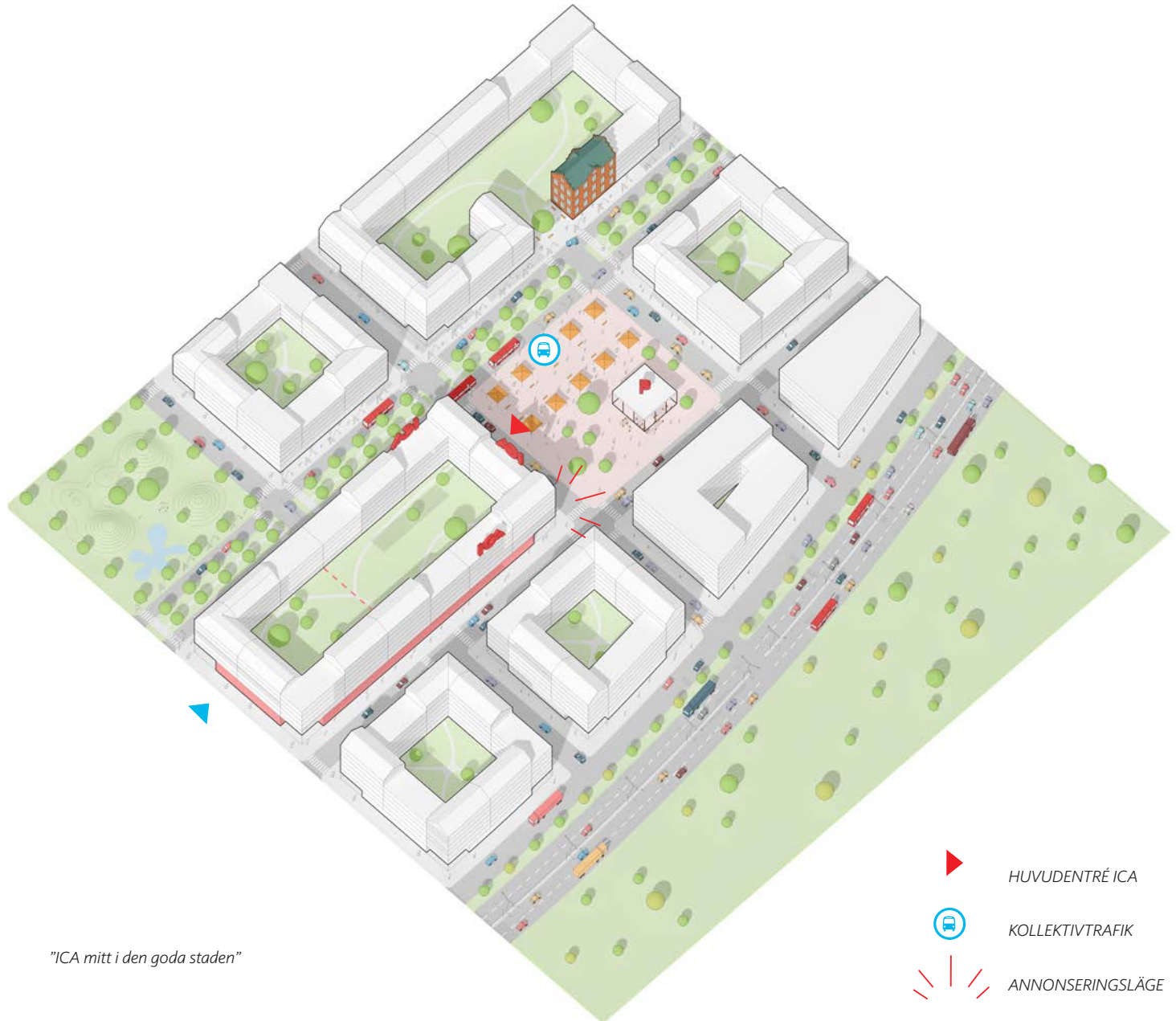


Ica Kvantum, Stenungssund



Ica Maxi, Västerås

Läge - externhandelsområde



"ICA mitt i den goda staden"

- ▶ HUVUDENTRÉ ICA
- ⊗ KOLLEKTIVTRAFIK
- ⋈ ANNONSERINGSLÄGE
- ▶ INLAST

Läge - mindre centrum

Det finns många olika typer av mindre centrum. Dels finns centrum i förorts-stadsdelar som kan vara etablerade från början av 1900-talet fram till idag. Oftast ligger de i anslutning till en kollektivtrafik-hållplats, spårstation eller större busstation. Bebyggelsen kring centrumet är ofta blandad, med allt från hus i park till äldre kvartersbebyggelse. Dels finns centrum i små tätorter, som har en längre historia och ofta är inskrivna i någon slags kvartersstruktur. Dessa centrum ligger ibland vid en större spårstation eller bussterminal eller vid en äldre etablerad stadsgata eller stadens torg. ICA i mindre centrum är vanligen en ICA Supermarket eller ICA Nära.

Utvecklingen kan ske på följande sätt enligt vår strategi.

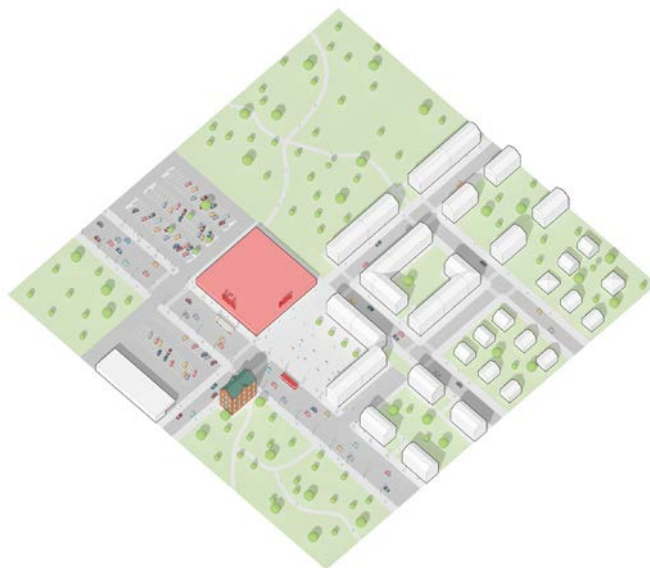
1) Mindre centrum identifieras som har bra kollektivtrafik eller där kollektivtrafik planeras byggas ut. Det bör finnas planer på att bygga ut området, helst med både bostäder, kontor och ny handel. Handeln och ICA-butiken i området skall vara aktiv och intresserad av framtida utveckling.

2) Centrumet utvecklas med utgångspunkt i befintliga gatustråk och målpunkter så som kollektivtrafikhållplatser och handelskluster. ICA-kvarteret utvecklas och byggs ut "Mitt i den goda staden". ICA ligger helst vid det centrala torget eller handelsgatan. Torget eller stadsparken utvecklas till en öppen mötesplats med olika aktiviteter. Kring torget och de allra mest centrala gatustråken är bottenvåningarna öppna med butiker och andra utåtriktade verksamheter. Översta parkeringsytorna omvandlas till exploateringar

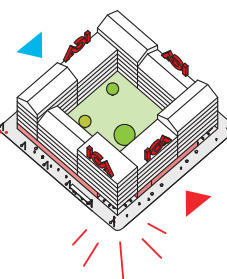
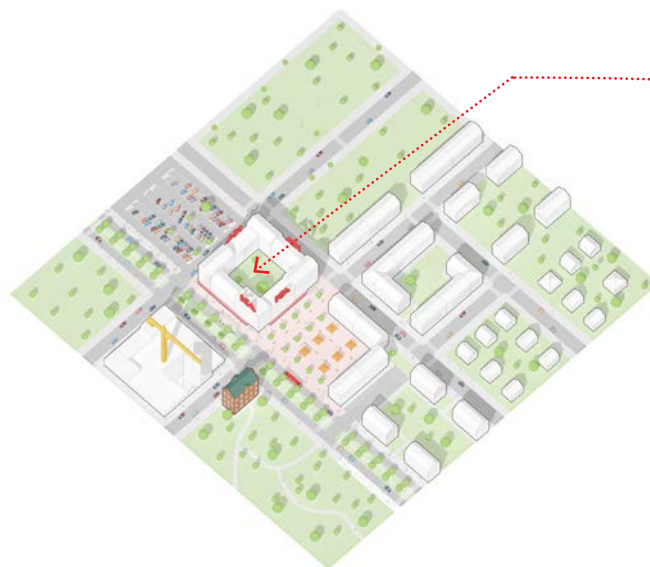
och parkering förläggs i garage, i parkeringshus eller under mark.

3) ICA-kvarterets huvudentré ligger ut mot den centrala gatan eller platsen som lyfts till ett torg med aktiviteter och snygg utformning. På så sätt blir entrén tydlig och lätt att hitta och leder naturligt in gångflöden. Kvarteret bör få butikslokaler runt om så att en levande och trygg stadsmiljö skapas. ICA-kvarteret byggs upp med bostäder ovanpå butikerna i bottenvåningen. Byggnaderna försörjs av smarta energi och resurssystem. Inlastningen bör läggas inne i kvarteret så att inte stora lastkajer behövs ut mot gaturummet. Parkeringen förläggs under mark i garage eller i parkeringshus. Taxi- och cykelparkering finns i anslutning till butiksentréerna.

1 Mindre centrum identifieras



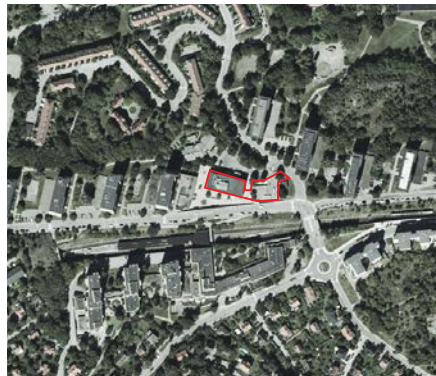
2 Centrumet utvecklas



3 ICA-kvarteret formas



Ica Kvantum Avesta, Avesta



Ica Nära Axelsberg, Stockholm



Ica Nära Bergshammra, Stockholm



Ica Supermarket Brommaplan, Bromma



Ica Nära Högsbo, Göteborg



Ica Supermarket Mjölby, Mjölby



Ica Nära Råby, Västerås



Ica Supermarket Alen, Söderhamn



Ica Supermarket Oden, Trollhättan

Läge - mindre centrum



"ICA mitt i den goda staden"



Läge - ny stadsdel

I takt med städernas tillväxt så byggs det även helt nya stadsdelar. Detta sker i både små och stora städer. När en helt ny stadsdel planeras finns det möjlighet att redan från början få till optimala lösningar och attraktiva stadsmiljöer. När en helt ny stadsdel skall byggas ut och etableras så är det extra viktigt med det som kallas placemaking, det vill säga att i tidigt skede skapa intresse för platsen genom aktiviteter och verksamheter. Det betyder att det allra första som byggs och etableras i en ny stadsdel med fördel kan vara ICA-kvarteret. Det kan vara den första och viktigaste pusselbiten i en långsiktigt hållbar stadsutveckling.

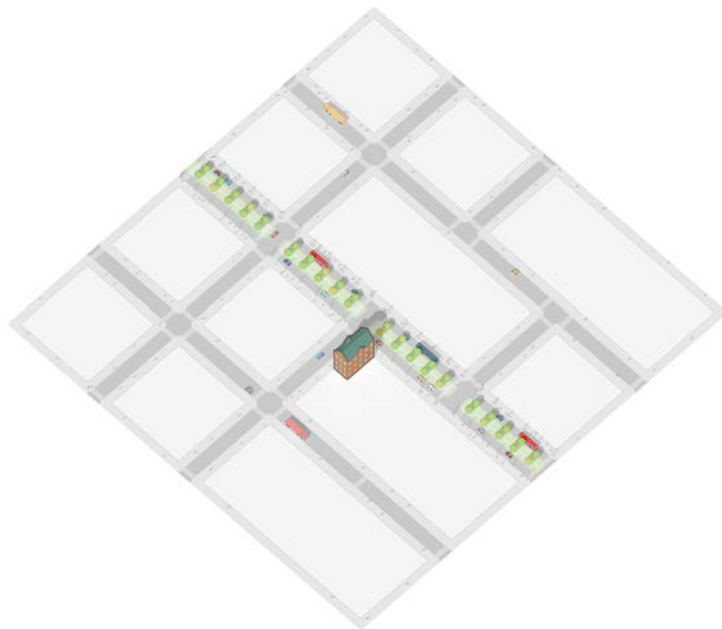
Utvecklingen kan ske på följande sätt enligt vår strategi.

1) Nya stadsdelar identifieras i kommunens pågående översiktliga planering. Denna cirkulerar ofta kring satsningar på kollektivtrafik. Spårstationers och buss-terminalers lokaliseringar är det som är grunden i nya hållbara stadsdelar.

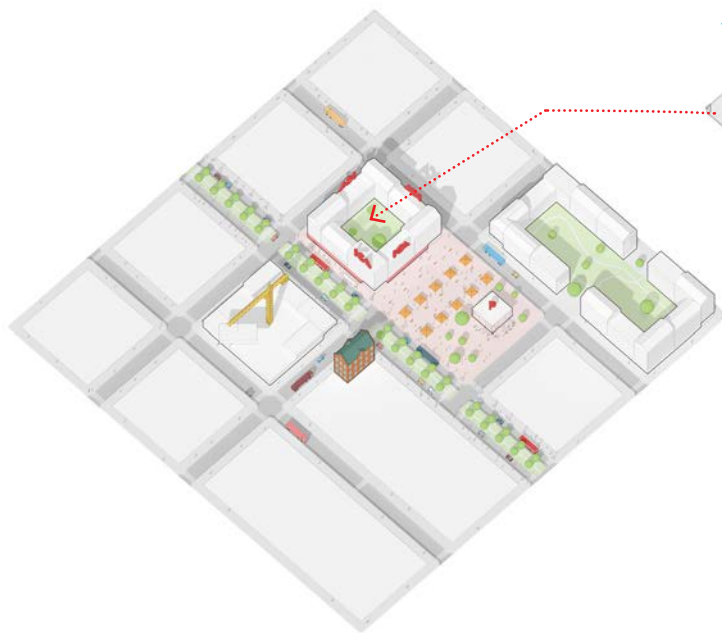
2) Nya stadsdelar utvecklas alltid med utgångspunkt i det offentliga rummet, det vill säga kollektivtrafikens hållpunkter, gatunätet, torg och parkers lokalisering. ICA-kvarteret bör planeras "Mitt i den goda staden". ICA ligger helst vid det centrala torget eller den centrala handelsgatan. Torget eller stadsparken skall utvecklas till en öppen mötesplats med olika aktiviteter. Kring torget och de allra mest centrala gatustråken är bottenvåningarna öppna med butiker och andra utåtriktade verksamheter. Parkering förläggs i garage, i parkeringshus eller under mark.

3) ICA-kvarterets huvudentré ligger ut mot den centrala gatan eller platsen som lyfts till ett torg med aktiviteter och snygg utformning. På så sätt blir entrén tydlig och lätt att hitta och leder naturligt in gångflöden. Kvarteret bör få butiksloter runt om så att en levande och trygg stadsmiljö skapas. ICA-kvarteret byggs upp med bostäder ovanpå butikerna i bottenvåningen. Byggnaderna försörjs av smarta energi och resurssystem. Inlastningen bör läggas inne i kvarteret så att inte stora lastkajer behövs ut mot gaturummet. Parkeringen förläggs under mark i garage eller i parkeringshus. Taxi- och cykelparkering finns i anslutning till butiksentréerna.

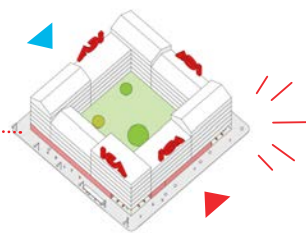
1 Nya stadsdelar identifieras



2 Stadsdelen utvecklas



3 ICA-kvarteret formas





Frihamnen, Göteborg



H+, Helsingborg



Norrtälje hamn, Norrtälje



Saltängen, Norrköping



Södra Värtan, Stockholm



Vallastaden, Linköping



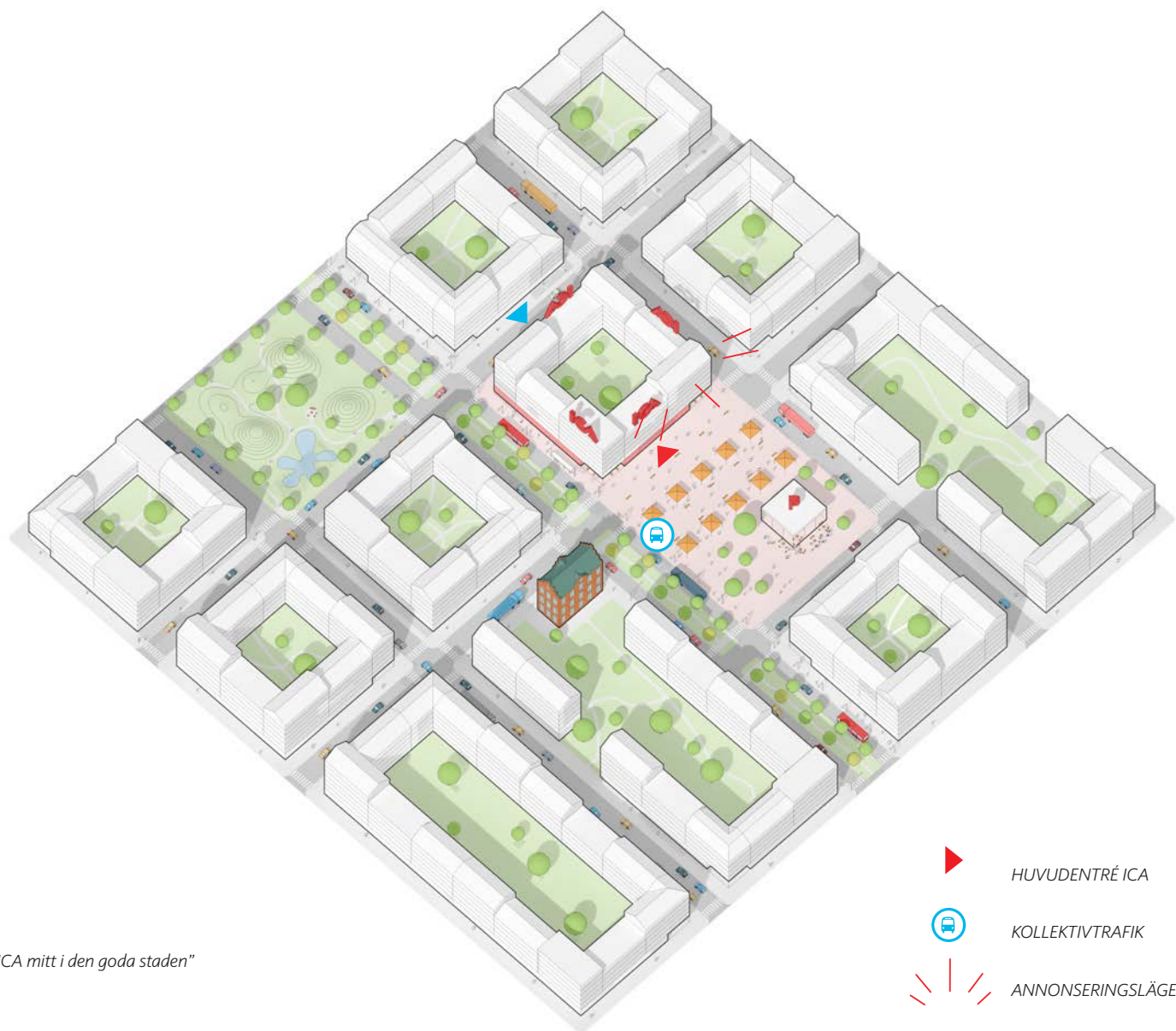
Västra hamnen, Malmö



Västra Ursvik, Sundbyberg



Årstafältet, Stockholm



"ICA mitt i den goda staden"

- ▶ HUVUDENTRÉ ICA
- 🚌 KOLLEKTIVTRAFIK
- ANNONSERINGSLÄGE
- ▶ INLAST

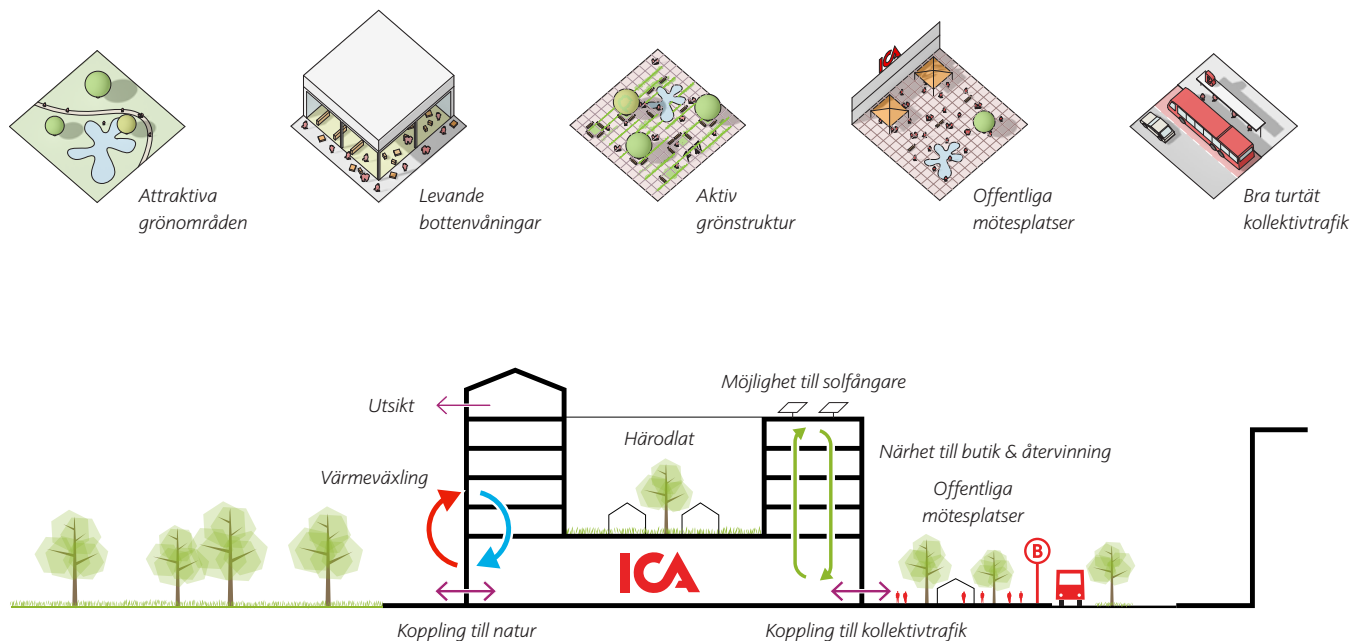
Hållbarhet och hälsa

Hållbarhet är en central del av stadsutveckling och byggande. Det vi bygger idag kommer att stå i många år, i många fall flera hundra år och påverka tusentals människors liv och hälsa. För ICA är hälsa en grundläggande utgångspunkt. Om hälsa är målet så är hållbarheten medlet. En social, ekonomiskt och miljömässig hållbarhet leder till ökad hälsa och välbefinnande hos människor i staden. Med denna stadsbyggnadsstrategi kan

vi nu bidra till en hälsosam miljö, där boende och handlare trivs tillsammans.

FN har nyligen antagit 17 globala mål för hållbar utveckling som är en viktig utgångspunkt för allt hållbarhetsarbete. Sveriges nationella miljökvalitetsmål, mål för folkhälsans utveckling samt Sveriges vision för 2025 är också viktiga i det nationella perspektivet. Swedish Green Building Council är en ideell organisation

som drivs av 276 svenska kommuner, bygg- och fastighetsföretag. De har i certifieringssystemet Citylab formulerat 17 mål för hållbar stadsutveckling med hänsyn till globala, nationella, regionala och lokala mål.



Den täta blandade kvartersstaden är fördelaktig ur ett hållbarhets- och hälsoperspektiv. Kontor och butiker, som producerar ett överskott av värme, kan via värmeväxling bidra till en klimatsmart uppvärmning av bostäderna. Närhet till service, parker och mötesplatser leder till mer gående och cyklande.

Citylabs 17 mål för hållbar stadsutveckling

Mål 1 Bebyggelse Mark skall användas på ett resurseffektivt sätt, anpassat till lokala förutsättningar, där befintlig och ny bebyggelse länkas samman för att åstadkomma en fysiskt sammankopplad och socialt integrerad stad.

Mål 2 Kulturvärden Befintliga kulturvärden och en levande kulturhistoria skall så långt som möjligt nyttjas och vidmakthållas som villkor för utveckling och integrering av ny bebyggelse.

Mål 3 Funktioner Förutsättningar för stor mångfald och variation i gestaltningen samt funktionsblandning (boende, service, kultur och arbetsplatser) skall skapas samtidigt som närliggande bebyggelsemiljö beaktas.

Mål 4 Människor En god livsmiljö, som möjliggör sociala aktiviteter och medför ett så litet ekologiskt fotavtryck som möjligt, skall beredas för boende, verksamma och besökare.

Mål 5 Transporter Projektet skall skapa närhet och tillgänglighet till olika urbana funktioner och anläggningar (bostäder, arbetsplatser, samhällsservice, kultur, etc.), samt skapa goda förutsättningar för användning av hållbara transporter (gång, cykel och kollektivtrafik samt leveranser).

Mål 6 IKT Projektet skall säkerställa att informations- och kommunikationsteknologi (IKT) och den information som en stad behöver eller genererar integreras och används på lämpligt sätt för att utveckla staden hållbart.

Mål 7 Platser Den byggda och naturliga miljön skall erbjuda trygga och säkra offentliga och semi-offentliga platser och stråk för människor oavsett bakgrund, kön, funktionsnedsättning eller ålder.

Mål 8 Skolmiljöer Skolor och förskolor skall utformas med goda utomhus- och inomhusmiljöer, samt även vara integrerade i en hållbar utveckling av projektområdet.

Mål 9 Luft En god luftkvalitet skall säkerställas och luftkvalitetsfrågor skall inkluderas i ett tidigt skede för att undvika framtida problem.

Mål 10 Ljus Goda lokala ljusförhållanden skall skapas för att värna om urbana kvaliteter avseende orienterbarhet, trafiksäkerhet, trygghet och estetik.

Mål 11 Ljud God arkitektur och en levande stadsmiljö som även hanterar bullerproblematiken skall uppnås för att undvika negativa hälsoeffekter i form av exempelvis stress, högt blodtryck, sömn- och koncentrationssvårigheter, desorientering eller allmän otrevnad.

Mål 12 Grönytor Mångfunktionella grönytor och ekosystemtjänster som ger goda förutsättningar för hälsosam luftkvalitet, ljudmiljö och mikroklimat skall skapas eller vidmakthållas, vilket stärker fysiskt, psykiskt och socialt välbefinnande.

Mål 13 Klimatanpassning Samhällets robusthet inför omvärldens förändringar skall öka och sårbarheten för framtida extrema skyfall och

stigande nivåer i hav, vattendrag och sjöar samt ökade temperaturer skall minimeras.

Mål 14 Materialflöden En låg resursanvändning med cirkulära flöden för biologiska förnyelsebara resurser och tekniska icke förnybara resurser skall upprätthållas.

Mål 15 Produkter Val av produkter och material skall göras så att spridning av miljö- och hälsofarliga ämnen till luft, vatten och mark undviks, samt för att skapa förutsättningar för goda arbetsvillkor och en god arbetsmiljö i produktions- och byggskedet.

Mål 16 Vatten En miljö- och hälsomässigt tillförlitlig och resurseffektiv vattenförsörjning skall upprättas, med en säker leverans av dricksvatten och ett hållbart omhändertagande av spillvatten och dagvatten.

Mål 17 Energi Energianvändningen skall minimeras, förnybara energikällor som har begränsad miljö- och hälsopåverkan skall användas och utsläpp av växthusgaser skall vara nära noll.

Placemaking och att vara en god granne

Stadsbyggande är en process där många olika människor, myndigheter och verksamheter skall samskola och samarbeta för att skapa den goda staden. ICA vill vara en central kraft i denna process. Stadsbyggande och fastighetsutveckling som fokuserar kring platser är mer hållbart på kort och lång sikt. Det handlar både om att vara en bra partner i en planprocess och att vara en god granne i stadsdelen. Vi vill föra en tät dialog med alla inblandade, särskilt de som är platsens framtida brukare.

Placemaking gör en plats attraktiv för många människor och kräver många ingredienser. Det är ett sätt att utveckla det of-fentliga rummet fastigheter och stadsmiljö tillsammans så att alla generationer känner sig välkomna och mervärden skapas. Placemaking gör planprocess och stadsbyggande mer meningsfullt. Det handlar om att i dialog utveckla områden till identitets-starka platser som attraherar människor, företag och kapital. Syftet är att utveckla miljöer som förstärker människors emotionella investering i en plats. Forskning* har visat att det på aggregerad nivå finns ett samband mellan människors emotionella investering i en plats och den ekonomiska utvecklingen på densamma. Platser med tydlig identitet och goda kvaliteter attraherar såväl nya människor, som ökar be-nägenheten för människor som redan bor och arbetar på en plats att stanna kvar.

Goda exempel på placemaking återfinns bland annat i New York City och Paris där gaturummet på flera platser har omvandlats för att prioritera människor framför

bilar. Delar av gatusektioner, och hela gator, har stängts av för biltrafik och, blivit till gågator och torg med sittplatser för oss människor. Även projektet Superkilen i Köpenhamn är ett intressant exempel på framgångsrik placemaking där ett tidigare banområde omvandlats till parkstråk i stadsdelen Nørrebro. Det intressanta med Superkilen är framförallt hur man medvetet har skapat en platsidentitet som bygger på områdets särart – föremål på platsen illustrerar den lokala befolkningens etniska mångfald. I Norrtälje Hamn har man redan innan byggandet kommit igång startat en mängd olika identitetsskapande aktiviteter som temporära lekplatser, badplatser, och båtutställningar för att skapa de kvaliteter som kommer att vara platsens kärnvärden. Samtidigt som man gjorde detta har en förankring skett hos Norrtäljeborna för projektet, vilket minskat opinion och misstänksamhet. Projektet ses nu som en naturlig och välkomnad del av tätortens utveckling. Ett småskaligare placemaking-projekt är den park som anlagts i Solna Business Park i samband med att en populär restaurang öppnade sin verksamhet. Det går nu att både äta lunch eller ta en after work bland träd och buskar i ett område som tidigare präglats endast av bildar och betong.

ICA är en aktör som är en naturlig ledare av placemaking. En så kallad "placeleader". ICA har en stark identitet och är en naturlig mötesplats och utgångspunkt för det sociala livet i en stadsdel. Oftast finns en intressant och tydlig historia kopplad till ICA-butiken på en plats. ICA-handlaren kan

också vara en stark personlighet som sätter prägel på en plats, som ICA-handlaren i Västerås som engagerar områdets ungdomar i Summer Camp eller ICA Kvantum i Liljeholmen som lockar med vinbar och fiskaktion. I och med att ICA finns från början på en plats och avser att vara kvar på längre sikt så betyder det möjlighet för ett långsiktigt platsbyggande vilket ger stöd för en långsiktig utveckling av fastighetsvärdena. Runt ICA kan inte bara boende i området samlas utan även företagare och andra handlare. Det betyder att ICA kan vara ett slags nav i den lokala utvecklingen och skapa en trygghet för framtida investerare. Det är också viktigt för de som skall flytta in i en stadsdel och även i de kvarter som drivs av ICA Fastigheter. Mindre enklare identitetsskapande aktiviteter i stadsmiljön, som exempelvis torghandel, loppis eller event, där kringboende och närliggande aktörer deltar är en bra start på en långsiktig utveckling och ett förankringsarbete.

Som navet i byn, i samhället och i den växande staden sitter ICA på en av de viktigaste pusselbitarna i en långsiktigt hållbar stadsutveckling, framförallt när det gäller de sociala och ekonomiska aspekterna. Med detta följer också ett ansvar att vara förebild när det gäller hälsa och miljö. Så skall ICA vara med och driva utvecklingen av den goda staden och vara en god granne på riktigt.

** Se till exempel Silverberg et al, 2013, Places in the Making: How placemaking builds places and communities, DUSP MIT.*



Superkilen, Köpenhamn, BiG arkitekter
Parkstråk med stark identitet.



Times Square, New York
Gatumiljön omvandlas för att prioritera människor och stadsliv framför bilar.



Norrtälje Hamn
Stadsutveckling i dialog med närboende.



ICA summer camp
Tre ICA-handlare i Västerås arrangerar sommarläger för barn och ungdomar i närområdet.



Checklista

Denna checklista kan användas när du vill testa ett projekt enligt vår stadsbyggnadsstrategi. Du kan steg för steg gå igenom i vilken mån som ditt projekt uppfyller

de olika delmålen. När du räknar fram poängsumman så får du en indikation om projektet går mot visionen – ICA mitt i den goda staden. Checklistan kan också

användas som allmänt stöd i diskussioner om stadsbyggnade vid möten och workshops. Lycka till!

1. Hitta det goda läget	Det finns bra turtät kollektivtrafik. Ja Delvis Nej 2 1 0	Ligger nära anslutning till trafikled. Ja Delvis Nej 2 1 0	Handel finns etablerat på platsen. Ja Delvis Nej 2 1 0
Lokal identitet tas tillvara. Ja Delvis Nej 2 1 0	2. Utveckla den goda platsen	Det är ett framtida utbyggnadsområde. Kollektivtrafiken ska byggas ut. Ja Delvis Nej 2 1 0	Nära till attraktiva grönområden. Ja Delvis Nej 2 1 0
Bebyggelsen är tät och blandad. Ja Delvis Nej 2 1 0	Gatunätet är gång- och cykelvänligt. Ja Delvis Nej 2 1 0	Torg och parker skapar öppna mötesplatser. Ja Delvis Nej 2 1 0	Grönstrukturen ger liv och tar hand om dagvatten. Ja Delvis Nej 2 1 0

Bottenvåningar är akiva. Ja Delvis Nej 2 1 0	3. Forma den goda byggnaden	Gångflödena är enkla och tydliga. Ja Delvis Nej 2 1 0	Lokaler samspelar med stadsmiljö. Ja Delvis Nej 2 1 0
Energismarta system används. Ja Delvis Nej 2 1 0	Invämdig inlastning. Ja Delvis Nej 2 1 0	Smart yteffektiv parkering. Ja Delvis Nej 2 1 0	En god bostadsmiljö och bra gårdar. Ja Delvis Nej 2 1 0
Dags att räkna samman poängen!	30-34 Utmärkt. Bravo! Du har skapat ICA mitt i den goda staden. Projektet kommer att skapa en rik och innehållsrik stadsmiljö där människor trivs att bo, verka och handla.	20-30 Godkänt. Du närmar dig visionen om ICA mitt i den goda staden. Kanske kan platsen utvecklas bättre eller byggnaden formas annorlunda? Eller går det att hitta ett ännu bättre läge?	0-20 Underkänt. Projektet klarar inte målen. Du måste jobba hårdare för att uppnå visionen om ICA mitt i den goda staden.

