

Handelsutredning gatuplansverksamheter Valla Torg

Wallenstam och Besqab

Marcus Henrikson, 4 maj 2022



Innehåll

1 Inledning

2 Trender inom handeln och hållbara gatuplansverksamheter

3 Förslag på vision för Valla Torg

4 Konkurrens i närområdet

5 Fysisk analys

6 Potential för dagligvaror, restaurang och övriga gatuplansverksamheter

Bilaga

1 INLEDNING

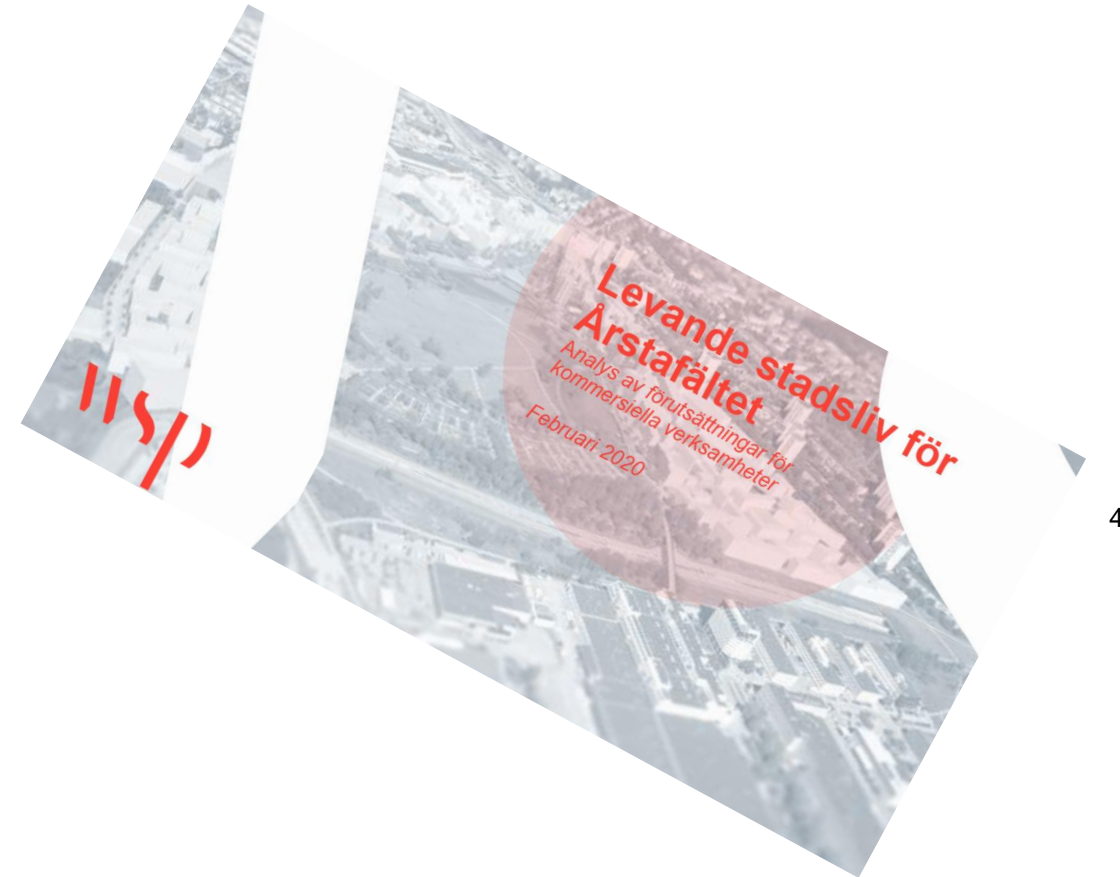
Bakgrund och syfte

Tre byggherrar står i begrepp att utveckla Valla Torg. De är Wallenstam, Besqab och Wästbygg. Ett nytt torg är inplanerat där Sandsfjärdsgatan och gång- och cykelstråket korsar varandra. Norr om torget går tvärspårvägen. Stadens vision för torget är ambitiös och innehåller flera restauranger, uteservering, torghandel, kiosk mm. Dagens markparkering försvinner och ersätts med kantstensparkering.

Byggherregruppen planerar för en bostadsexploatering runt torget.

I närheten kommer Årstafältet att utvecklas, vars analyser har fungerat som underlag i föreliggande rapport. Se bild till höger.

Wallenstam och Besqab behöver underlag kring marknadsvillkoren för gatuplansverksamheter runt det nya torget.



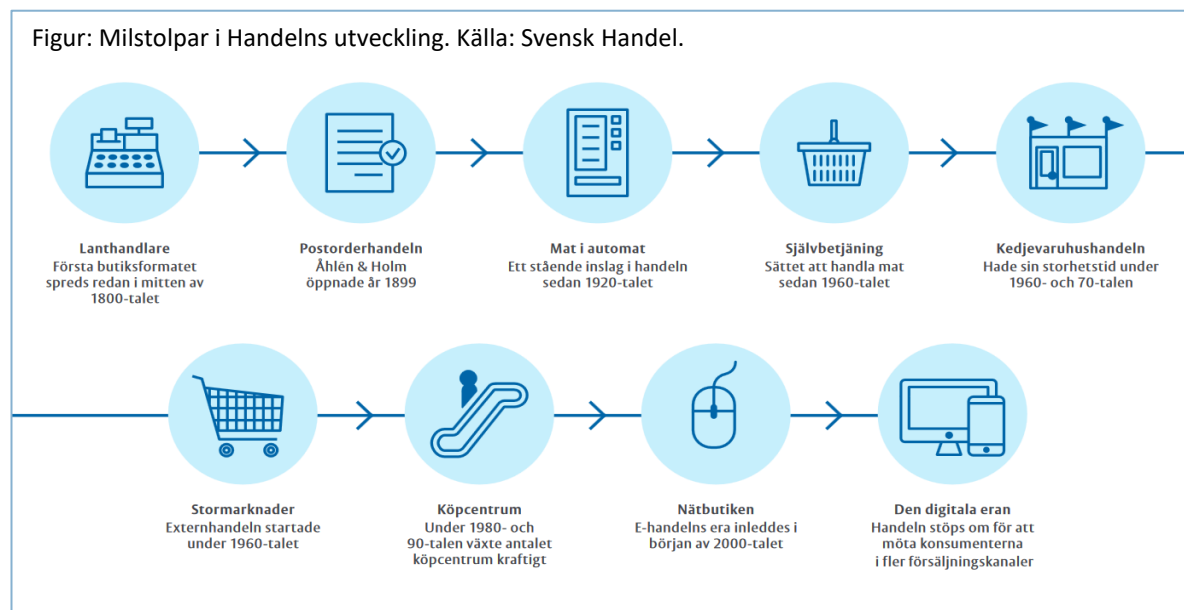
2 TRENDER INOM HANDELN OCH HÅLLBARA GATUPLANSVERKSAMHETER

Trender inom handeln

Inledning

Det finns en mängd trender och omvärldsfaktorer som på olika nivå påverkar och omvandlar handel och kommersiella näringar. I detta avsnitt diskuteras hur e-handel och förändrade konsumtionsmönster påverkar förutsättningarna för handeln.

Sett i ett långt historiskt perspektiv har detaljhandeln genomgått en kontinuerlig förändring sedan de första butikerna kom i mitten av 1800-talet. Under perioden fram till idag har nya affärsmodeller utvecklats samtidigt som andra har minskat i betydelse eller förvunnit helt, se figur nedan.



Förändrade konsumtionsbeteenden

De nya konsumentpreferenserna kommer att styra strukturomvandlingen av handel och därtill kopplad service och kan beskrivas på olika sätt. De kan sammanfattas i:

Handla billigt – ofta livsmedel eller större inköp till hem och hobby. Externa singeletableringar och volymhandelsområden står för denna handel.

Handla rationellt. Inköpslistans olika poster handlas snabbt och enklast i köpcentrum. Även väl sorterade stadskärnor erbjuder rationell handel.

Handla upplevelser. Stadskärnans utbud är i detta fall, än så länge, unikt med sin blandning av kultur, miljö och kommersiell handel. Stadens styrka ligger i ett unikt utbud och en unik miljö. Köpcentrum försöker ta fatt i denna komparativa fördel.

Handla på vägen till och från arbetet, fritidssyssla eller dylikt. Ofta ren servicehandel i anslutning till allmänna färdmedel, på bensinstationer med mera. Butikerna står för relativt små volymer totalt sett.

Handla över nätet. Handla över nätet är en extrem form av att handla rationellt. Inköpsbeteendet att handla över nätet matchas endast av att handla billigt. Alla övriga beteenden tappar marknadsandelar till dessa två.

Trender inom handeln

Olika marknadsplatser i en kommun

I en kommun finns som regel flera olika former av handelsplatser, allt ifrån enskilda butiker till köpcentrum, stadskärnor och externa handelsplatser. Handelsplatserna har olika innehåll och funktion.

Bostadsområdescentrum och stadsdelscentrum har i huvudsak en lokal marknad och utbudet är framförallt inriktat på konsumenternas dagliga behov.

Köpcentrum och externa handelsplatser har ett större upptagningsområde och utbudet är varierat med både dagligvaror och sällanköpsvaror samt restauranger.

Stadskärnor och kommuncentrum har ett stort upptagningsområde och det mest kompletta utbudet med såväl handel och restaurang som hotell samt annan kommersiell service och offentlig service.

I figuren till höger redovisas en sammanställning av vad som kännetecknar olika typer av centrum.

Centrumtyp	Innehåll	Primär målgrupp	Konkurrens (från)
Stadskärna/kommun centrum	All form av handel, kultur, nöjen, service, alla kategorier av restauranger	Boende i regionen, arbetande, turister	Externhandel, Stadsdels-centrum i innerstaden
Köpcentrum (volymhandel)	All form av handel utom finaste märkena, service, restauranger (dock ej finaste)	Boende i regionen, mycket arbetsplatser, shoppingturism	Andra köpcentrum, stadskärnan, stadsdels-centrum
Centrum för flera stadsdelar	Som köpcentrum, men mindre yta totalt och med mer offentlig service	Boende i flera stadsdelar, arbetande	City, andra stadsdels-gruppcentrum, köpcentrum
Lokala stadsdelscentrum	Som köpcentrum, men mindre yta totalt och med mer offentlig service	Boende i flera bostadsområden i stadsdelen, arbetande	City, stadsdels-gruppcentrum, köpcentrum
Litet lokalt centrum	Livsmedelsbutik som ankare, offentlig service, enklare restauranger, enstaka mindre sällanköpsbutiker	Boende i bostadsområdet anställda på mindre kontor	Alla ovan, men har närhetsfördel
Lokala torg	Saknar livsmedelsbutik / ev. jouliv, närlivs, tobaksaffär, enklare restaurang	Boende max 500 meter bort	Alla ovan, men har närhetsfördel

Trender inom handeln

Bostadsområdescentrum och stadsdelscentrum

Ett bostadsområdescentrum innehåller ett begränsat utbud av handel och service nästan uteslutande riktat till de som bor i området (mycket låg regional dragningskraft).

I ett stadsdelscentrum sammanförs olika aktiviteter, som butiker, service och skolor för de omkringliggande bostadsområdena. Centrumet fungerar som en plats där ett möte mellan människor är möjlig. En dagligvaruhandel är ofta det primära i ett stadsdelscentrum. Annan service som frisör, post, blomsterhandel, skola och bibliotek kan också förekomma.

Stadsdelscentrumet fyller en viktig funktion som social mötesplats och skapar även identitet och samhörighet för de omkringliggande bostadsområdena.

Dessa två centrumtyper har under en lång haft en svag utveckling på grund av den ökande konkurrensen från stadskärnor, köpcentrum och handelsområden. I takt med ett ökat bostadsbyggande, i nya eller förtätade stadsdelar och bostadsområden, finns det behov av nya och uppdaterade centrum som kan tillgodose de boendes mest vardagliga behov.

En bra dagligvarubutik fungerar som centrumets dragmotor och kompletteras ofta med kommersiell service. Sällanköpsvaruhandel förekommer i mer begränsad utsträckning eftersom det krävs ett större befolkningsunderlag för att butikerna ska vara lönsamma. De sällanköpsvarubutiker som finns är vanligtvis fristående (icke kedjeanslutna)

inom beklädnad, heminredning med mera. Möbler, järn & bygg och elektronik kommer att vara fortsatt ovanliga i dessa centrumtyper.

Bostadsområdescentrum och stadsdelscentrum är mindre utsatta för e-handelskonkurrens än stadskärnor, köpcentrum och externhandel eftersom det främsta konkurrensmedlet inte är pris eller ett stort utbud utan närhet och god tillgänglighet.

Trendspaning bostadsområdeshandel

Guldkant – varumärkesbyggande, exempelvis Ålstensgatan

Köpstarka pensionärer

Barnfamiljen – största målgruppen

Mattrenden stärks – mer restaurang, café och take away

Närhet är den primära konkurrensfaktorn

BGV – Berikande Gatuplansverksamheter – i rätt läge ger liv (noder, flöden, flexibilitet, rätt hyra)

Viktigare med stark närmarknad för handelsplatser

Uthållighet krävs

Mindre pengar på dagliga inköp – mer på annat

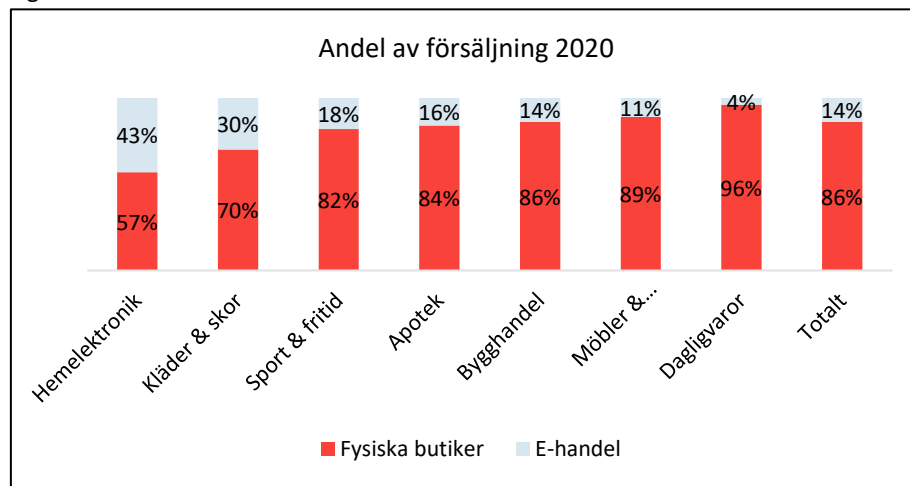
Trender inom handeln

Digitalisering och e-handel

Inom handeln pågår en förskjutning mot en allt högre omsättningsandel för e-handel. Inom sällanköpsvaruhandeln står e-handeln för i stort sett hela tillväxten. Trots det står de fysiska butikerna fortfarande för en klar majoritet av försäljningen i den totala detaljhandeln.

De branscher där e-handeln har tagit störst andelar är hemelektronik samt kläder och skor. Inom dagligvaruhandeln står e-handeln bara för 4 procent av försäljningen. E-handeln med livsmedel växer dock snabbt och inom bara några år kan andelen ha växt till närmare 10 procent.

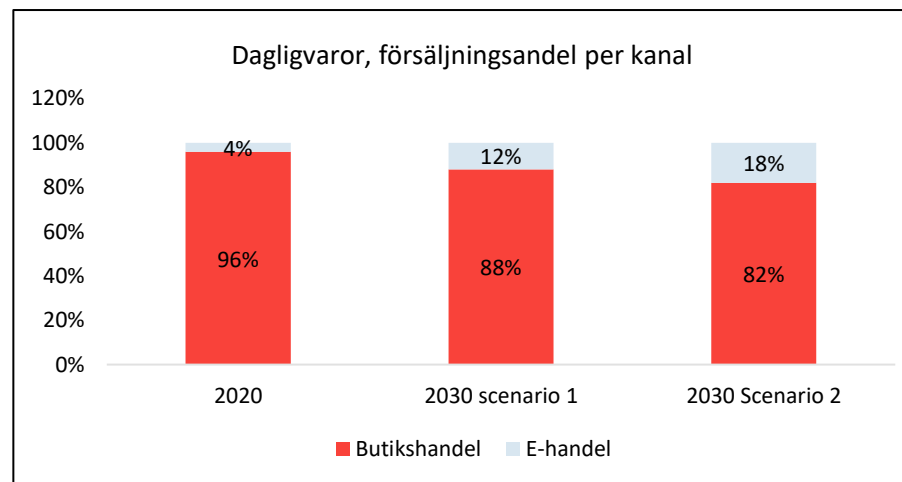
Figur: Branschernas e-handelsandelar. Källa: Postnord



Källa: Svensk Handel, Läget i handeln - 2021 års rapport om branschens ekonomiska utveckling. I figuren avses med dagligvaror endast livsmedel.

De fysiska butikerna står i dag för närmare 90 procent av all omsättning i detaljhandeln. Enligt prognoserna i Svensk Handels rapport Läget i handeln - 2021 års rapport om branschens ekonomiska utveckling kommer mellan 82 och 88 procent av dagligvaruhandeln fortfarande att äga rum i fysiska butiker år 2030.

Figur: Scenarier för utvecklingen i butikshandel och e-handel.



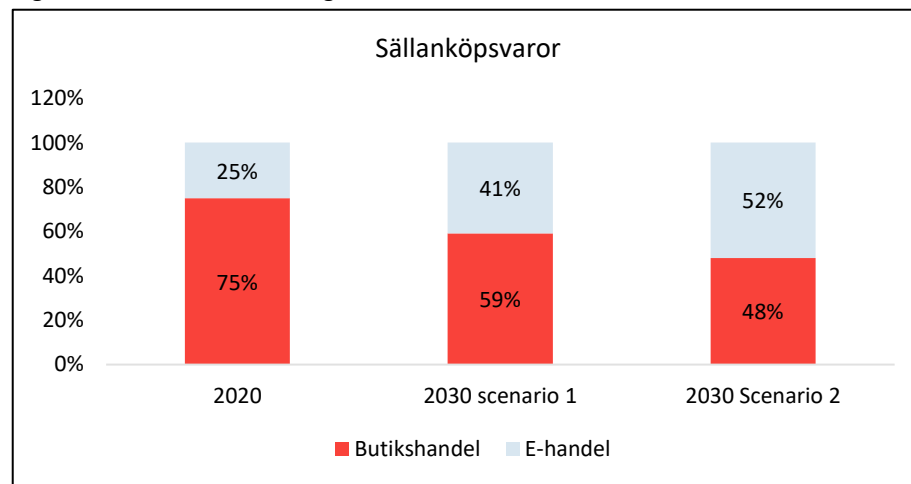
Källa: Svensk Handel, Läget i handeln - 2021 års rapport om branschens ekonomiska utveckling. I figuren avses med dagligvaror endast livsmedel.

Trender inom handeln

Digitalisering och e-handel, forts.

I sällanköpsvaruhandeln bedöms emellertid e-handeln i scenario 2 ta över som den dominerande försäljningskanalen. Prognosen för fysiska butiker är en marknadsandel mellan 48 procent i scenario 2 och 59 procent i scenario 1.

Figur: Scenarier för utvecklingen i butikshandel och e-handel.



Källa: Svensk Handel, Läget i handeln - 2021 års rapport om branschens ekonomiska utveckling.

Handeln och Coronapandemin

I ett långt historiskt perspektiv är ekonomiska kriser ett återkommande problem. Länders ekonomier tenderar att gå igenom hög- och lågkonjunkturer med jämna mellanrum. Sedan 1850-talet har det varit ca 30 tydliga hög- respektive lågkonjunkturer i Sverige. Genomgående har högkonjunkturerna varit både starkare och längre än lågkonjunkturerna.

Till skillnad från tidigare kriser är Coronapandemin en speciell kris eftersom interventioner för att hindra smittspridning begränsar möjligheten att konsumera varor (primärt sällanköpsvaror) och tjänster (framförallt restaurang, hotell och även olika evenemang). Det innebär att krisen inte drivs av att det finns en brist på efterfrågan utan framförallt för att på att man inte får, bör eller vill/vågar besöka butiker, restauranger och hotell.

Den kortsiktiga effekten av detta är att företag inte kan sälja sina varor och tjänster vilket leder till ett intäktsbortfall. Inom handel och servicenäringar är inte sällan lönsamheten låg varför minskade intäkter i hög grad riskerar innebära att företagen ställs inför avveckling eller rekonstruktion.

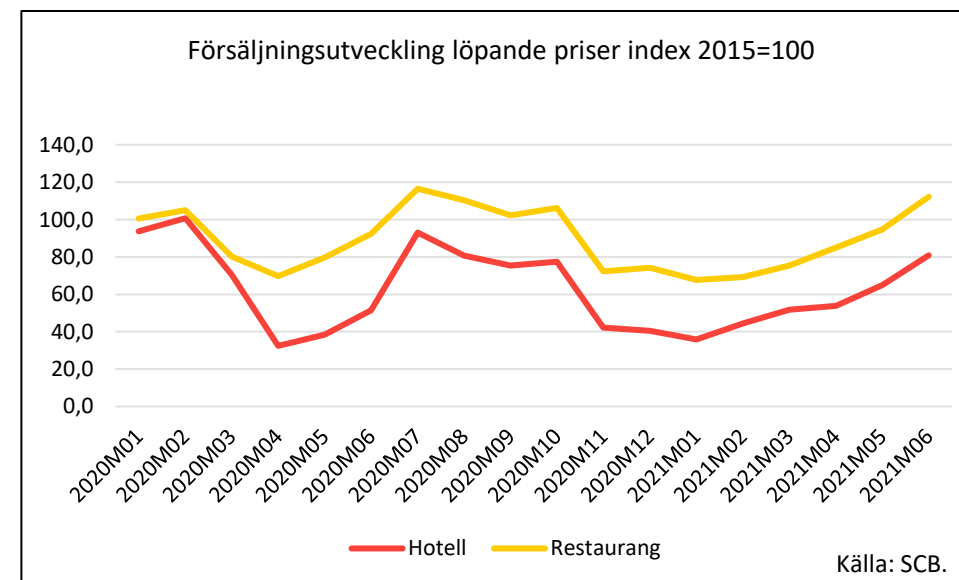
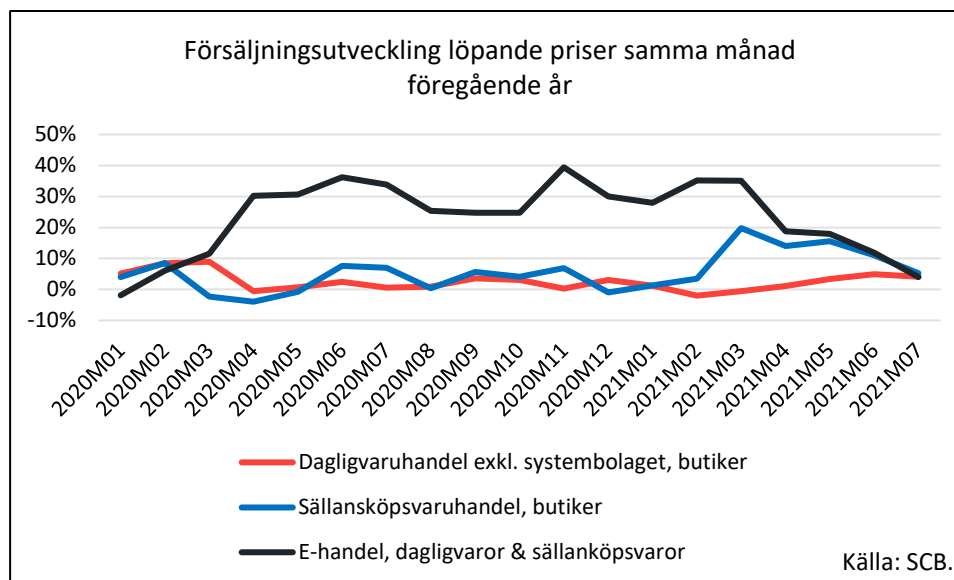
I sammanhanget kan nämnas att alla inte är förlorare. Till exempel har e-handeln fått ett uppsving. Detsamma gäller för dagligvaruhandeln som gynnas av att vi äter mer hemma än tidigare. På sikt kan det också bli vanligare med hemleveranser både från livsmedelsbutiker och från restauranger.

Trender inom handeln

Handeln och Coronapandemin, forts.

I början av pandemin (mars 2020) sjönk försäljningen i butik samtidigt som e-handeln växte kraftigt. Ett år senare (mars 2021) började kunderna återvända till butikerna och tillväxten i e-handeln minskade betydligt. Trots pandemins påverkan på de fysiska butikerna har försäljningsutvecklingen varit positiv undre i stort sett hela perioden. Tillväxten i e-handeln var i juni 2021 ungefär densamma som innan pandemin.

Inom hotell och restaurang sjönk omsättningen kraftigt i mars 2020, mest på grund av ett minskat affärsresande. Under sommaren 2020 skedde en återhämtning (kanske beroende på att många svenskar semestrade i Sverige). Hösten och vintern 2020/2021 blev åter tuff för hotell och restaurang medan sommaren 2021 återigen innebar en återhämtning.



Trender inom handeln

Handeln och Coronapandemin – vad händer efter Corona?

Sverige är liksom många andra länder, på väg att (eller har redan) avskaffa de restriktioner funnits som ett sätt att begränsa smittspridningen. Nu är det fritt fram att gå på konsert, resa, arbeta på kontoret med mera.

En fråga som många ställer sig är om allt kommer att bli som innan pandemin vad gäller hur vi kommer att konsumera i handeln. Ingen kan förstås veta men erfarenheten visar att konsumenter tenderar att förändra sina köpmönster vid stora livsombälvande förändringar, som till exempel Coronapandemin. Allt kommer nog därför inte att bli precis som förr.

Några saker som olika experter på handel tror kan ske som en följd av Coronapandemin är:

- På kort sikt starkt ökad efterfrågan då konsumenterna tar igen förlorad shopping.
- Ännu snabbare tillväxt i e-handeln, särskilt inom dagligvaror, då fler konsumenter har fått upp ögonen för e-handels fördelar.
- Sämre förutsättningar för handel i stadskärnor om fler jobbar hemma.
- Bättre förutsättningar för bostadsnära handel om fler jobbar hemma.
- Ökad service från butiker med hemleverans och möjlighet att hämta varor utanför butiken.
- Ökat fokus på hållbarhet och klimat.

Berikande Gatuplansverksamheter...

... är krävande

När man vill skapa stad handlar det inte bara om utrymme för handel. Rätt utformat och med rätt innehåll innebär detta ett mer levande och attraktivare gaturum – som skapar större attraktivitet även för byggnadernas huvudfunktion.

Praktiskt har det dock visat sig svårt att få till visionen då de kommersiella förutsättningarna ofta saknas.

Vakanser eller svag lönsamhet blir resultatet.

Risken kan minskas om man på ett tidigt planeringsstadium tar mer hänsyn till kommersiella samband och villkor.

Framgångsfaktorer för berikande gatuplansverksamheter:

- om den lokala köpkraften (det vill säga underlaget) är stor nog
- om konkurrensen inte är alltför stark,
- om torget eller gatan kopplas ihop rätt med de övergripande sambanden där stråken är intensiva redan från start,
- om lokalen, torget eller gatan blir rätt utformad,
- om exploateringsgraden är hög,
- om någon tar ett ansvar för skötsel och miljö (trygghetsfokus)

3 FÖRSLAG PÅ VISION FÖR VALLA TORG

Presentation av skiss och vision

Torget får en inramad plats förflyttad från gatan med ett antal olika möjligheter för uteserveringar, foodtrucks/torghandel samt en mindre permanent paviljon/kiosk som säljer kaffe/korv eller en kombination tillsammans med blommor.

Torgytan med uteserveringar och torghandel / food trucks i bästa solläge på torget.

Parkstråk mot Årstafältet. Stråket som går från Årstafältet till tvärbanan och vidare upp mot Årsta torg ska ha en tydlig sammanhållen identitet. Längs stråket så kommer man till olika platser så som Valla torg eller entrén till tvärbana. I anslutning till dessa samlingspunkter kan stråket få ytterligare markörer i form av konst eller belysning som signalerar att man kommit till en knutpunkt.

Stråket som går från Årstafältet till tvärbanan och vidare till Årsta torg, befäster torget som en naturlig samlingspunkt för området.

Wallenstam har möjlighet att bygga 3 lokaler i bottenvåningen, 2 mindre (30-40 kvm) och en större (ca 130 kvm). Dessutom har Besqab lokalläge på sin gavel och Stockholms hem möjlighet att bygga om sin centrumbyggnad för få lokal mot torget.



Figur: förslag från staden.



Figur: förslag från byggaktörer.

4 KONKURRENS I NÄROMRÅDET

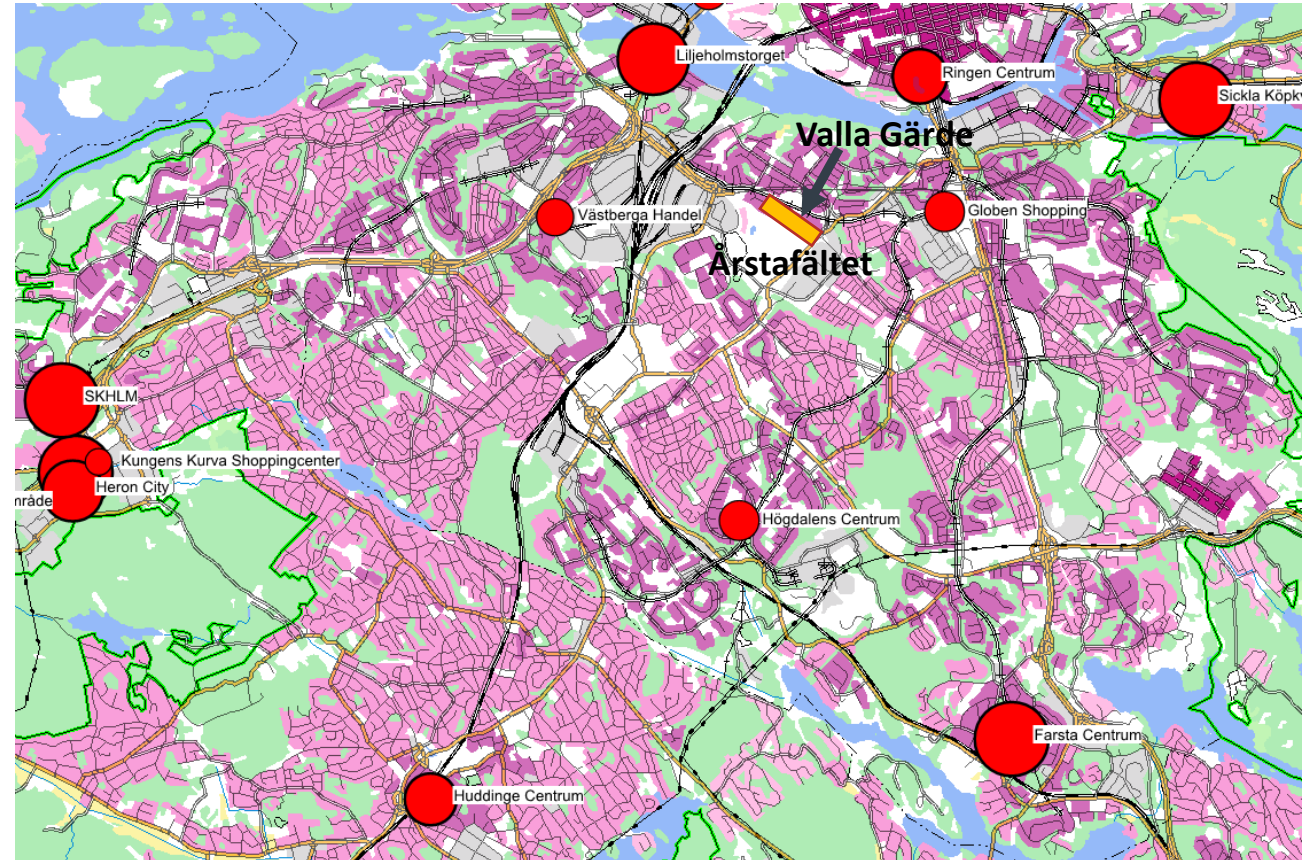
Handel föder handel – en sammanställning av handelsstrukturen (inzoomningsnivå 1)

Marknadsområdet är det område som eventuell handel och kommersiell service huvudsakligen verkar och konkurrerar inom; området definieras dels av befintliga vägar och kommunikationer, dels av konkurrerande handelsplatser i omlandet.

Kartan till höger visar de större konkurrerande handelsplatserna i omlandet utmarkerade. Utöver de markerade platserna erbjuder naturligtvis även Södermalm och Stockholms city stark konkurrens.

Valla Gärde och dess torg Valla Torg ligger med direkt närhet till några av Stockholms starkaste kollektiva knutpunkter – Gullmarsplan och Liljeholmen.

Omkring Valla Gärde finns både befintliga bostads- och verksamhetsområden. I söder finns det stora utvecklingsområdet Årstafältet.

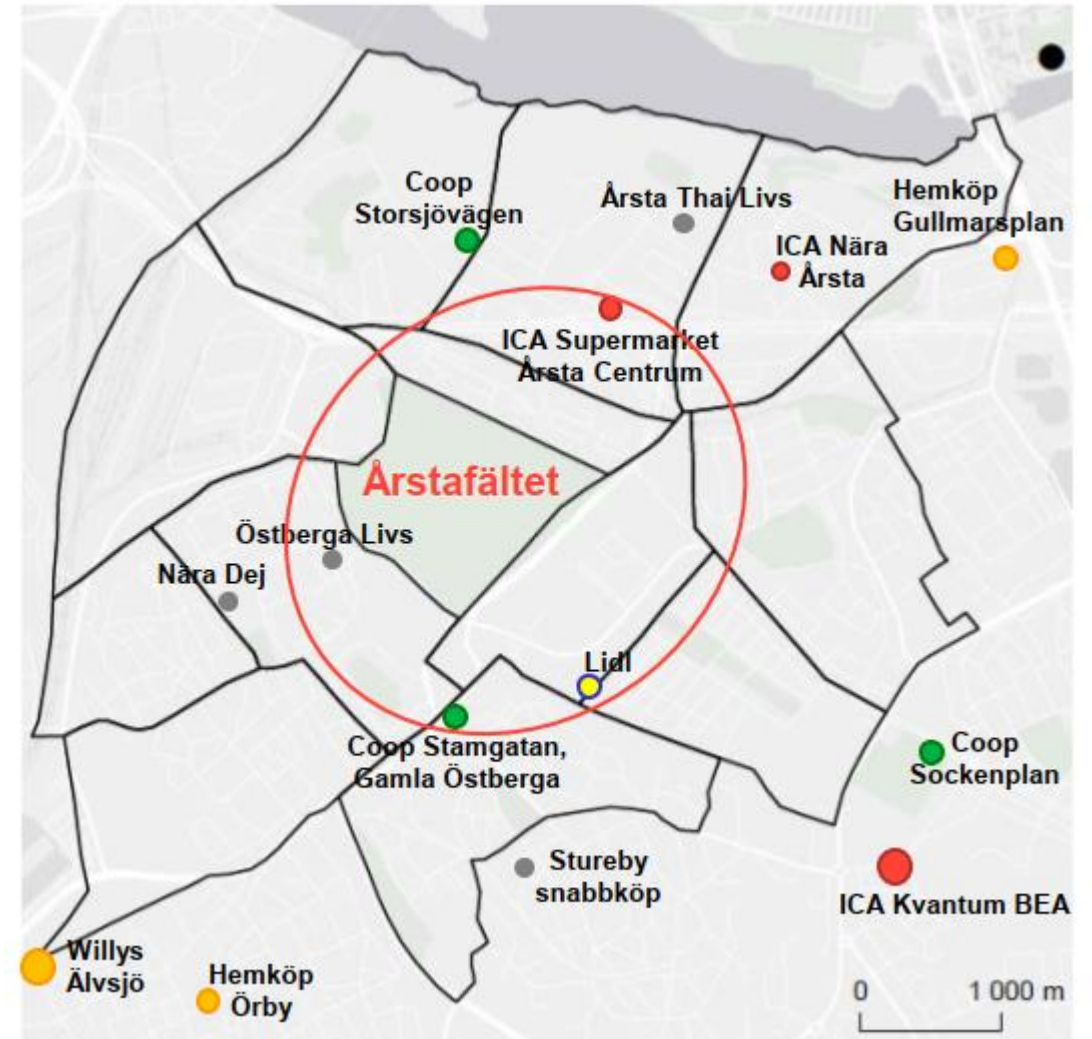


Figur: större handelsdestinationer i regionen.

Livsmedelshandel – en sammanställning av handelsstrukturen (inzoomningsnivå 2)

Det råder ett underskott på livsmedelshandel i området. Norr om Årstafältet finns endast en ICA Supermarket på gångavstånd från Valla Gärde. Dock är det bergigt och ganska branta backar mellan Årsta Centrum och Valla Torg.

Livsmedelshandeln i närområdet kännetecknas idag av ett fåtal butiker av allivskaraktär. Det är till exempel ICA Supermarket på Årsta Torg, som i huvudsak försörjer de områden som ligger norr om Årstafältet, och Coop Stamgatan i Gamla Östberga som främst är riktad mot de södra områdena som Stureby och Örby Slott. I tillägg finns ett antal mindre närbutiker. Inom lågprissegmentet finns en Lidl lokaliserad i ett eget läge invid Sockenvägen och verksamhetsområdet Årsta Park. I dagsläget finns det inte några storbutiker eller stormarknader i direkt närhet till Årstafältet. De närmaste större butikerna är söderut Willys i Älvsjö samt österut ICA Kvantum BEA i Enskede.



Figur: livsmedelsbutiker.

Lokala torg och centra – en sammanställning av handelsstrukturen (inzoomningsnivå 3)



Årstaberg

Årstaberg är en kommunikationspunkt men saknar handel och service, en välanvänd bytespunkt. Befintliga verksamheter är Pressbyrån och Årstabergsgrillen.

I Valla Gärde finns det idag endast två berikande gatuplansverksamheter (förutom några cykelrum, skolor, allmänna möteslokaler, soprum, industribetong, tillfälliga projektkontor och liknande verksamheter): kolgrill och tandläkare.

Till dessa förekommer det en food truck som parkerar vid det gamla torget.



Vid Valla Torg har det funnits en Coop Konsum/Tempo, Luxor (butik för elinstallationer, hushållsartiklar, radio och TV), Valla krog, Walla scen, kiosk, frisör, flygsimulator och hissreparationsfirma. Närmaste levande lokala torg är i Linde, en hållplats bort med tvärbanan.

- Lokalt centrum/handel
- Kommunikationer



Östberga C - Östbergahöjden

Östbergahöjden har en mindre centrumplats med i huvudsak kommunal kulturverksamhet och en mindre närbutik. I övrigt finns här en frisørsalong och en pizzeria/grill.



Gamla Östberga

Ett mindre lokalt centrum med livsmedelsbutik som ankare, viss restaurang och service. Totalt 7 st verksamheter – tobak/spel, bageri, café/restaurang, hudvård, mäklare.



Årsta Torg/Centrum

Ett lokalt centrum med ett 40-tal aktörer - handel, service och restauranger. Det huvudsakliga livsmedelsankaret är ICA Supermarket. Centrumet försörjer främst områdena Årsta Gård, Årsta Centrum och Skanskvarn. Torget har ett Folkets Hus, kommunal service, bio- och kulturverksamhet.



Johanneshovsvägen/Årstavägen/Linde

Nybyggda lokaler med primärt restaurang och service. Totalt 14 st verksamheter, varav 9 st service, 3 st restaurang och 2 st sällanköpsvaror. Typ av verksamheter: restaurang, gym, mäklare/försäkring, hår-/hudvård, lås-/nyckelservice, foto, cykelservice, vintage. Finns inte något livsmedelsutbud.

Planer på Årstafältet

Dagligvaror	4 000
Systembolag	1 500
Gym	1 000
Restauranger	1 000
Kommersiell service och sällanköpsvaror	500
Summa	8 000

På Årstafältet när det står klart kommer det att tillkomma ett antal verksamheter som påverka potentialen på Valla Torg. De två tabellerna får ses som möjligt utbud, det exakta kan komma att bli ett annat. Tabellerna avser tre platser. Det kan tillkomma ytor på andra platser. Se figur.

I bedömningen av potentialen för Valla Torg har det antagits att tillkommer för berikande gatuplanslokaler i här bedömd omfattning på Årstafältet.



Figur: platser för handel.

Dagligvaror	400
Restaurang	300
Kommersiell service och sällanköpsvaror	300
Summa	1 000

5 FYSISK ANALYS

Exempel på barriärer

Olika former av barriärer minskar det naturliga upptagningsområdet.



Figur: norr om banvallen, tittar norrut mot Årsta Centrum.



Figur: norr om banvallen, tittar söderut.



Figur: norr om banvallen, tittar på höjdskillnad i öster.

Exempel på kopplingar och stråk

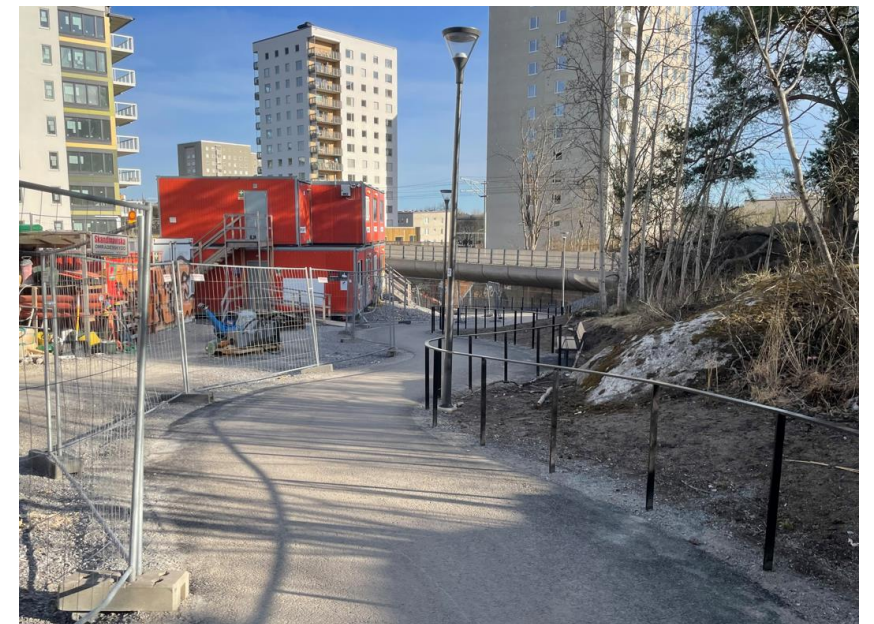
Olika former av kopplingar och stråk binder ihop områden.



Figur: söder om Valla Torg, tittar söderut mot Årstafältet. Här kommer det nya parkstråket att dras fram.



Figur: söder om banvallen, tittar norrut.



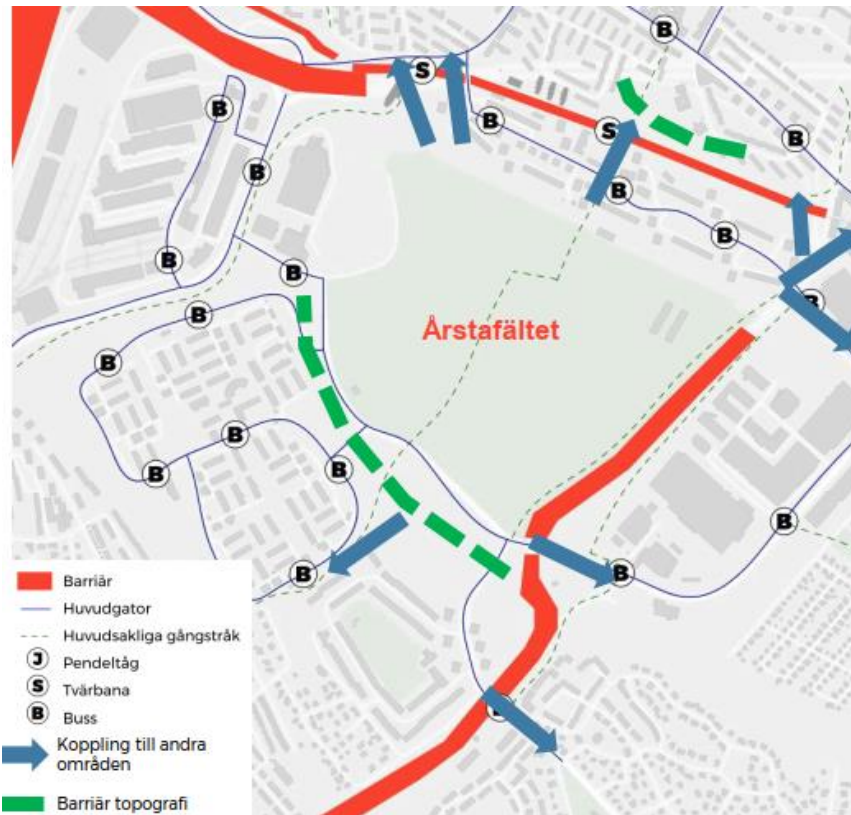
Figur: norr om banvallen öster om Valla Torg, tittar på ny undergång.

Valla Torgs potential påverkas av de fysiska förutsättningarna

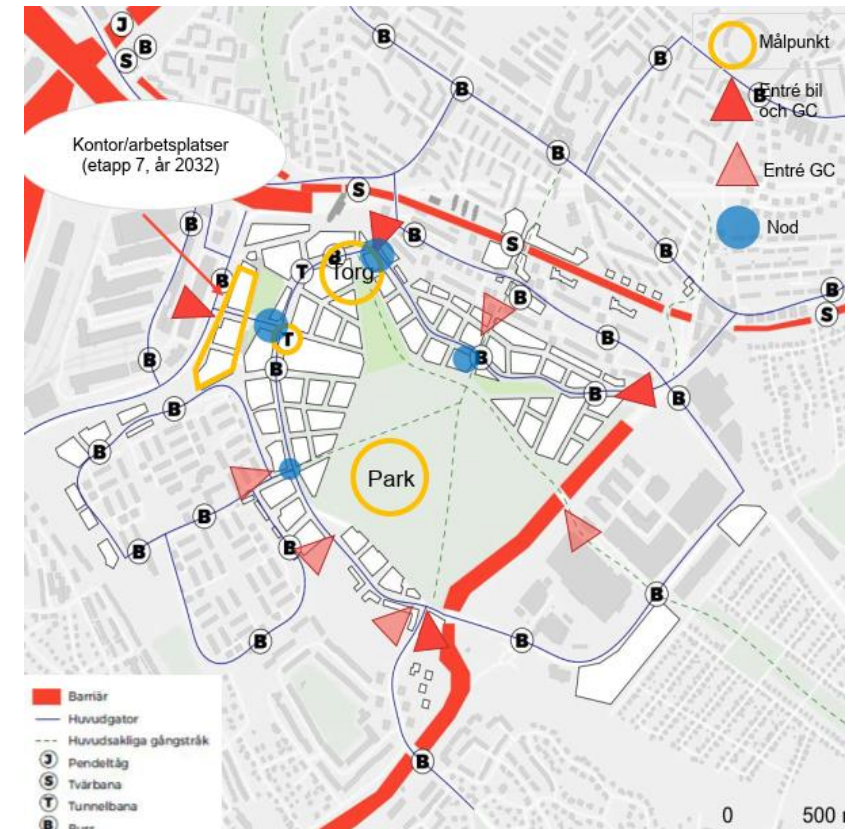
Valla Torgs upptagningsområde påverkas av barriärer, kopplingar och framtida konkurrens på så sätt att det blir relativt begränsat.

Figuren nederst till vänster anger kopplingar och barriärer övergripande för Årstafältet och Valla Gärdet.

Figuren nederst till höger anger framtida huvudgator och gångstråk. Situationen avser 2032 med ny tunnelbana.



Figur: kopplingar och barriärer.



Figur: huvudgator och gångstråk.

”Vallastråket” på Årstafältet

Närmast Valla Torg finns det så kallade ”Vallastråket”.

I dagsläget finns ingen direkt konkurrens inom handel och service. Men det kommer sannolikt i bland annat ”Vallastråket”.

Det är ganska långt till Årsta Centrum med flera barriärer.

Visst bidrag från ”vägens marknad” (de som passerar förbi utan att bo eller arbetar på platsen) till verksamheter på Valla Torg från passerande biltrafik och gångtrafik.



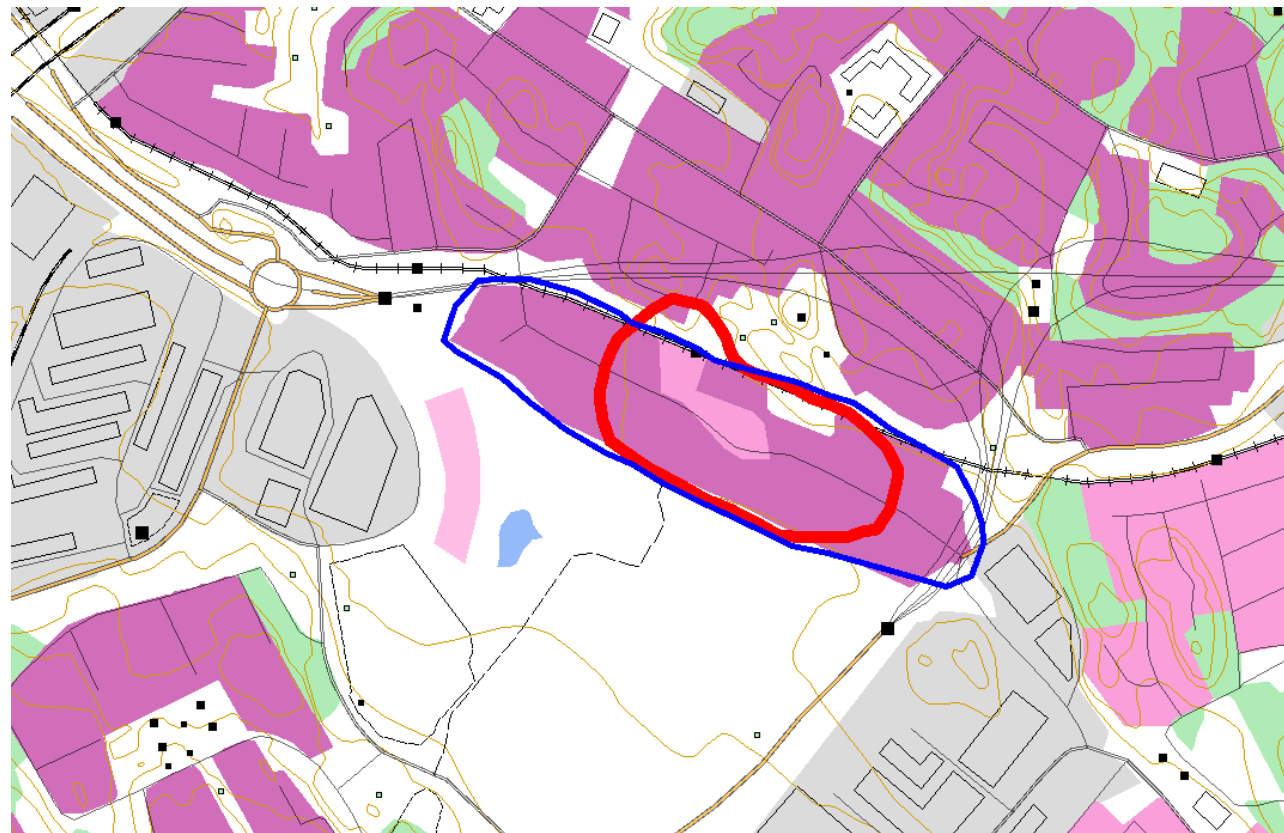
Figur: kopplingen ”Vallastråket ” och Valla Torg.

6 POTENTIAL FÖR DAGLIGVAROR, RESTAURANG OCH ÖVRIGA GATUPLANSVERKSAMHETER

Upptagningsområde och närområde

Figuren till höger visar även områdets höjdskillnader.

Konkurrensen kommer att bli hårdare i väster än i öster.



Figur: blått område motsvarar Valla Gärde. Rött område utgör Valla Torgs huvussakliga upptagningsområde. Till detta kommer visst bidrag från "vägens marknad".

Upptagningsområde boende

På Årstastråket byggs knappt 3 000 nya bostäder i stadslig miljö. Årstastråket förtätas och kopplas närmare samman med innerstaden. Projektet genomförs i tre etapper.

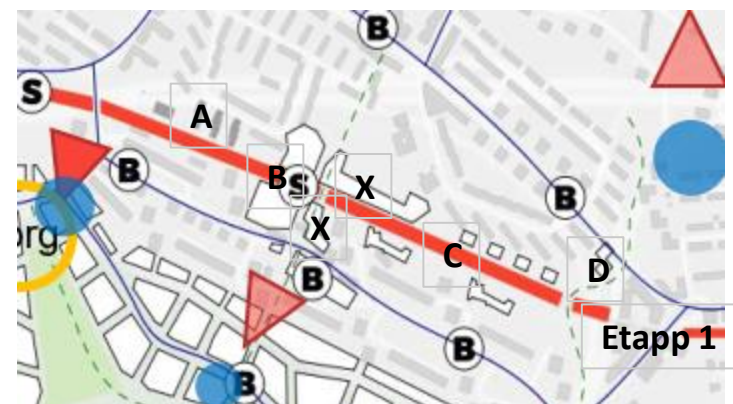
Nu är Årstastråkets första etapp Arlabacken, med bland annat cirka 500 nya lägenheter, färdiginflyttad och klar. Se figuren till höger. De ligger utanför upptagningsområdet.

Etapp 3 med ca 1 500 bostäder hamnar ibland annat Bolidentriangeln och hamnar därmed utanför området.

Planerade bostadsprojekt i Årstastråkets etapp 2 omfattar cirka 800 nya lägenheter.

I det område som ursprungligen ingått i planen finns fornlämningar i form av gravfält från järnåldern som är skyddade av Kulturminneslagen. Det har lett till att planområdet minskat och antalet lägenheter nu är färre än det tidigare planerats för.

Läge	Färdigställda	Antal lägenheter
A	Är klara och inflyttade	144
B	2027	270
C	2021-2022	293
D	2021	96
X	Blir ej av	
Summa		803



Källor: stadens planer, varav en del redan är uppfört eller under uppförande.

Upptagningsområde boende

Område	Befolkning 2018	Befolkning 2027	Skillnad	Skillnad
Primärområde	1 800	2 700	900	50%
Valla Gärde, resten	1 200	1 200	0	0%
Summa	3 000	3 900	900	30%

En del av planerad exploatering ligger utanför området.

Förvärvsarbetande dagbefolkning styr främst efterfrågan på lunchrestauranger. Det arbetar endast cirka 200 personer i Valla Gärde.

Område	Inkomstindex
Primärområde	97
Valla Gärde, hela	97
Länet	119
Sverige	100

Inkomstindex. Medelinkomst bland inkomstagare 16 år och äldre.

Stora avvikelser i inkomster kan påverka köpkraften. Detta gäller främst för sällanköpsvaror och i mindre utsträckning dagligvaror.

Cirka hälften bor i bostadsrätt och hälften i hyresrätt.

Köpkraft dagligvaror och restaurang

Köpkraft dagligvaror	2018 MSEK	2027 MSEK	Skillnad	Skillnad
Primärområde	61	86	25	41%
Valla Gärde, resten	41	38	-2	-6%
Summa	102	125	23	22%

Köpkraften per capita för dagligvaror riktad mot fysisk handel krymper på grund av ökad näthandel.

Köpkraft restaurang och café	2018 MSEK	2027 MSEK	Skillnad	Skillnad
Primärområde	22	38	16	75%
Valla Gärde, resten	14	17	2	17%
Summa	36	55	19	52%

Tillväxten inom restaurangsegmentet är betydligt större än inom dagligvaror. Siffrorna är i dagens penningvärde.

Köpkraften består av konsumtion per capita och befolkningsunderlaget i respektive område, tillväxten beror av konsumtionstillväxt och befolkningstillväxt riktad mot det fysiska butiksnätet.

Potential för dagligvaror och restaurang 2027

Bostadsbyggandet i Valla Gärde innebär att marknadsunderlaget ökar. Ökningen är betydligt större inom restaurang jämfört med inom dagligvaruhandeln eftersom restaurangerna inte förväntas drabbas alls lika av en fortsatt växande e-handel.

Idag finns det inga verksamheter att kalibrera emot då centrumhusen är under förvandling.

Ett växande marknadsunderlag tillsammans med ett nytt och modernt torg ger utrymme för några verksamheter. Marknadsandelen bedöms kunna öka från noll procent till cirka 15 procent i dagligvaruhandeln för de som bor närmast och cirka 10 procent inom restaurang. Den kritiska befolkningmassan för en allivsbutik bedöms vara för liten, i annat fall hade marknadsandelen varit högre. Även marknadsandelen för restaurang hade varit högre om det inte funnits bättre lägen på Årstafältet (i söderläge mot parken).

Potential dagligvaror 2027	Köpkraft MSEK	Marknadsandel	Omsättning MSEK
Primärområde	86	15%	13
Valla Gärde, resten	38	5%	2
Summa	125	12%	15
Inflöde/vägens marknad			3
Summa	125	14%	18

Potential restaurang och café 2027	Köpkraft MSEK	Marknadsandel	Omsättning MSEK
Primärområde	38	10%	4
Valla Gärde, resten	17	5%	1
Summa	55	8%	5
Dagbefolkning			1
Summa			6

Detta innebär en potentiell försäljning om cirka 18 mkr. i dagligvaruhandeln och cirka 6 mkr. inom restaurang. Inflöde/vägens marknad är det extra nettobidrag som Tvärbanans hållplats ger när Årstafältet är fullt utbyggt.

Säkerställ flexibel användning av lokalerna

Det går inte på förhand veta vilken typ av butiker som kommer att finnas på en så pass liten marknad som det här är fråga om.

För att skapa goda förutsättningar att locka hyresgäster är det viktigt att lokalerna passar för många olika verksamheter.

En skönhetsalong omvandlas till kontorslokal som blir ett gym och så vidare.

Restauranger är mer komplexa med krav på fettavskiljare, ventilation och liknande.

Diskussionen nedan om lämpliga verksamheter får ses som en bruttolista.

Planera för "C", ej "H" i detaljplan för flexibel användning mellan kontor och butik.



Figur. Spännande och flexibel lokal i Hammarby sjöstad.

Dagligvaror: i gränslandet och val av strategi avgör

Analyserna ovan av platsens olika förutsättningar resulterar i att marknadsunderlagets storlek är i gränslandet för att ett antal möjliga etableringar ska vara långsiktigt ekonomiskt hållbara.

Potentialen för dagligvaror motsvarar 250-300 kvm LOA.

Allivsbutik, sannolikt ej etablerbar. Behöver ca 500 lägenheter till utöver planerade / under uppförande i närområdet placerade utan mellanliggande barriärer till torget.

Pressbyrå kan vara möjlig, men är ett gränsfall. Potentialen ovan är inklusive en butik som lever på kollektivtrafikresenärer. Påstigande vid Station Valla Torg en vinterdag 2018: 1 700. Tentativ bedömning av påstigande när Årstafältet och Valla Torg står färdigt: 3 500-4 000. Det finns ett antal mindre stationer i länet med Pressbyråer.

Direkten kan vara ett alternativ. Direkten är ibland mer kiosk och har ibland ett bredare utbud nästan som 7Eleven. Varje butiksägare skräddarsyr sitt sortiment efter sitt kvarter.

Närilivs (till exempel ICA Nära) behöver ca 300 kvm LOA och omsätter ofta 15-20 MSEK. En sådan butik skulle bidra till platsens kvalitet. Det har ej studerats om det finns rationella lokaler för en sådan tagare. En sådan tar hand om det mesta av etableringsutrymmet inom dagligvaror.

Andra aktörer kan vara Tempo, Handlar'n och Matöppet. De behöver något mindre yta, ca 250 kvm LOA. Även de skapar ett naturligt flöde som andra verksamheter kan dra nytta av.

En rekommendation är att ta en diskussion med någon/några av dessa aktörer och testa etableringsintresse.

Dessa butiker säljer livsmedel, men fungerar även som kiosk och säljer blommor och kan flytta ut en del försäljning som då påminner om "torgförsäljning". Även pakethantering med utlämning.

En enskild blombutik behöver ofta 60 kvm LOA och uppåt.

Restauranger och andra verksamheter

Restauranger (totalt 1-3 verksamheter)

Potentialen för restauranger, kiosk och café motsvarar 200-250 kvm LOA.

Potentialen för restaurang & café vid torget är 1-3 verksamheter.

Kvartersrestaurang: 140-150 kvm LOA. Kan vara en bättre pizzeria med något större utbud, möjlighet att hämta samt äta på plats.

Matigt café: 100-150 kvm LOA.

Café: ca 50-100 kvm LOA.

Kan med fördel placeras på takterrass om enkel access. Krav: sol och värme.

Food truck (finns idag). Grillkiosk.

Andra verksamheter (totalt 2-3 verksamheter)

Tandläkare. Den som finns i området idag kan flyttas till en mer synlig plats på torget. Underlaget bedöms vara för litet för en till.

Gym (här finns stor variation): exempelvis ett litet gym utan bemanning, 35-100 kvm LOA.

Det finns potential för 1-2 mindre lokaler för övrig service: frisör, kemtvätt, sko- och nyckelservice, hud- och nagelvård.

Ibland förekommer det till och med sällanköpsvaror, till exempel barnkläder & leksaker eller second hand.

Mindre kontor i gatuplan kan också räknas till övriga verksamheter. Hantverkare, städtjänster, mäklare.

BILAGA

Definition av begreppet handel

Det har visat sig meningsfullt att förtydliga följande begrepp inom handelsanalysen för att undvika förekommande missförstånd. De nedan bedömer vi som extra viktiga att ha ett klart grepp om.

Detaljhandel

Denna utredning behandlar främst detaljhandelsvaror som går via försäljningsställen som klassas som egentlig detaljhandel. Bil- och bensinhandel samt apotekets receptdel och systembolag ingår därför inte. Detaljhandel delas upp i dagligvaror och sällanköpsvaror. Endast cirka hälften av de besöksintensiva verksamheterna i en stadskärna och minoriteten i kommundelscentra utgörs av detaljhandelsbutiker. Resten utgörs av restauranger, kaféer, annan kommersiell service och social service.

Dagligvaror (förkortas DV)

Med dagligvaror eller dagligvaruhandel avses sådana varor som fyller konsumentens dagliga inköpsbehov. Begreppet omfattar livsmedel och övriga dagligvaror såsom blommor (blommor, trädgårdsväxter, -artiklar), kemtekniska artiklar (kemtekniska artiklar, övrig medicin, hälsopreparat, vitaminer, andra skukvårsprodukter, andra varor och artiklar), tobak, tidningar, tidskrifter och djurmat.

Av vår konsumtion av dagligvaror utgörs ungefär 70 % av livsmedel. Förarbetena till PBL nämner möjligheten att reglera handelsändamålet i detaljplanen genom att ange handel med livsmedel respektive inte handel med livsmedel.

Den rådande branschglidningen medför att en del butiker som branschklassas om sällanköpsvaruhandel även till allt större del säljer livsmedel och övriga dagligvaror.

Livsmedelsbutiker kan delas upp i följande undergrupper:

- Bekvämbutiker (trafik- och service/jourbutiker med ofta förlängt öppethållande, max 250 kvadratmeter säljyta och ett begränsat sortiment). Tempo och Handlar'n är exempel på bekvämbutiker. Kallas ibland för närbutiker.
- Lågrprisbutiker (saknar en vedertagen definition). Willy:s och City Gross är exempel på lågrprisbutiker.
- Stormarknader (minst 2 500 kvadratmeter säljyta, brett sortiment av både livsmedel och specialvaror, externt läge samt minst 300 bilplatser). COOP Forum och ICA Maxi är exempel på stormarknader.
- Allivsbutiker (i mittfåran vad gäller storlek, sortimentsinriktning, servicenivå och priser; de är den svenska dagligvarumarknadens ryggrad och mest anlitade butikskoncept och har ca 50 % av dagligvarumarknaden). ICA Kvantum och Hemköp är exempel på allivsbutiker.
- Speciallivsbutiker (de har en huvudsaklig inriktning inom ett varuområde, exempelvis kött-, frukt- och fiskbutiker etc). Speciallivsbutiker samlokaliseras ofta i saluhallar..

Definition av begreppet handel

Sällanköpsvaror (förkortas SV)

Sällanköpsvaror eller sällanköpsvaruhandel delas upp i fyra olika huvudbranscher: beklädnad, hemutrustning, fritidsvaror och byggvaror. Specialvaror är sällanköpsvaror minus byggvaror.

Den pågående branschglidningen har skapat en femte "bransch" som växer sig allt starkare, bestående av "andra butiker, varuhus och stormarknader med brett sortiment" och "övrig sällanköpshandel". Exempel på enheter som hör hit är ÖoB, Rusta, Åhléns, Albert & Herbert, Lantmännen, Babyland, Eko och Karlssons varuhus.

Sällanköpsvarubutiker förekommer i följande typer av handelsdestinationer och lägen:

- Citygallerior (handelsplats bestående av flera olika mindre butiker och därtill kopplad service, restauranger och mötesplatser och som är planerad, utvecklad, ägd och förvaltd som en enhet). Signifikant för citygallerior är en hög andel beklädnadshandel. Citygallerior utgör ofta den kommersiella tyngdpunkten i en stadskärna.
- Varuhus (försäljningsställen som återfinns både externt och i centrum med minst 1 500 kvadratmeter försäljningsyta och med minst 20 av 30 definierade varuområden i sitt sortiment). ÖoB, Gekås och Åhléns är exempel på varuhus.
- Fackhandelsbutiker (butiker som har en huvudsaklig inriktning inom ett varuområde såsom färg, järnvaror, böcker, textil, beklädnad, fritid etc). De återfinns både externt ("box shops", "category killers") och i centrum (mindre butiksenheter av citykaraktär). H&M, Cheapy och XXL är exempel på fackhandelsbutiker.

- Storbutikscentrum (återfinns i extern- eller halvextena lägen av utrymmesskäl; består av ett flertal mycket stora fackhandelsbutiker i olika branscher, butikerna ligger i ett sammanhang och har ofta gemensam parkering men fungerar fristående från varandra). Antal butiker varierar mycket: från fyra-fem och uppåt. Butikstyper varierar kraftigt efter de lokala förutsättningarna. En ofta återkommande diskussion är om man ska här ska tillåta livsmedel eller inte. De kallas ibland oegentligt för volymhandelscentrum, trots att de rymmer en stor andel icke skrymmande varor. Kungens Kurva är exempel på storbutikscentrum.
- Externa köpcentrum (definition, se citygallerior). Skillnaden mellan en citygalleria och ett extern köpcentrum är läget i marknaden och kravet på egen parkering. Signifikant för externa köpcentra är en hög andel beklädnadshandel, vilket gör dem till stora konkurrenter till centrumhandeln. Bilkundsandelen (andel omsättning som kommer med bil) ligger ofta på 95 % medan för en citygalleria utgör även kollektivtrafiken ett viktigt komplement. A6 och Väla centrum är exempel på externa köpcentrum. Kungsmässan och Täby centrum är exempel på centralt belägna köpcentrum som de facto konkurrerat ut den gamla stadskärnans handel och därmed fyller båda funktionerna.
- Temacentrum (en specialvariant av det regionala köpcentrumet som inriktar sig på en nisch av detaljhandelsmarknaden). BäckeboHomecenter är ett exempel på temacentrum.
- Factory Outlets (överskottsproduktion alternativt varor av föregående säsong eller med smärre defekter till ett väsentligt lägre pris säljs av konkurrensskäl långt utanför de stora tätorterna; minst 70 % ska utgöras av beklädnad). Gant i Norrtälje och Quality Outlet i Barkarby är exempel på äkta Factory Outlets.
- Det är viktigt att notera att begreppet externhandel endast säger något om det fysiska läget, inget om innehållet. Man kan även dela upp sällanköpsvaror i volymhandel och shopping.

