

ICA Fastigheter

Framtidens livfulla platser

18/6 2018



quattroporte

Innehåll

Förord: Handelsplatsen – framtidens vardagsrum?	3
Sammanfattning – Den livfulla platsen 2030	4
Bakgrund och syfte	6
Målsättning	6
Metod och underlag	7
Handel och samhället i förändring mot 2030	8
Om staden och det fysiska rummet	8
Transporter i framtiden	9
Nya konsumtionsmönster och handelns utveckling	9
Den livfulla platsen 2030	10
Kvarteret	12
Gården	13
Teatern	14
Scenen	15
Fem viktiga strategiska teman	16
1. Grannskapet som kärna i utvecklingen	16
2. Smarta städer och integration av det fysiska och digitala skapas	17
3. Sällanköp flyttas on-line	18
4. Upplevelsen på platsen utvecklas	19
5. Kulturell hållbarhet utvecklas	20

Förord: Handelsplatsen – framtidens vardagsrum?

År 2030 är vi 11 miljoner människor i Sverige. Befolkningstillväxten kommer betyda ökad mångfald, större kulturmix – och ökade krav på nya upplevelser. Två tredjedelar av världsbefolkningen kommer bo i städer och hemmets ytor blir allt trängre. Hur kommer vårt digitaliserade liv påverka vår förväntan på det offentliga rummet, våra gränssnitt mellan mötesplatser och handel? Vi står ödmjuka och nyfikna inför insikten om att vi står inför förändring och att vi måste ge plats åt nya upplevelser i anslutning till våra handelsplatser. Hur kommer våra förändrade beteenden påverka oss som samhällsbyggare och vilka slutsatser kan vi dra av det? Hur kan vi redan nu agera för att möta den framtid som vi ser komma?

Tillsammans med strategibyran Quattroporte har ICA Fastigheter identifierat de behov som framtidens konsumenter kan ha på fem till tio år sikt. Vi hoppas att rapporten ska komma att ge dig nya insikter och att vi tillsammans ska utveckla framtidens platser som möter morgondagens behov.

Lena Boberg, vd ICA Fastigheter

Sammanfattning – Den livfulla platsen 2030

En analys och strategi kring framtidens livfulla plats har tagits fram under våren 2018. Analysen är baserad på ett gediget empiriskt underlag och har ytterligare förfinats i ett antal workshops. Materialet har ytterligare validerats i en omfattande big data-analys.

Framtidens livfulla plats kommer att präglas mycket av idén kring grannskapet, där människor vill bo, besöka och umgås. Det är platser med småskalig stadsmässighet. Stora strukturer bryts upp för att skapa möjlighet för exempelvis specialbutiker att exponeras bättre. Platser som har bostäder, service, arbetsplatser såväl som kommersiell handel utvecklas vilket ger grannskapet en naturlig aura av livfullhet. Ett medvetet program för arkitektur och design, som sträcker sig bortom modernismens ideal, bör utvecklas. Detta grannskap får en tydlig identitet och känsla. Grannskapet är den livfulla kärnan.

Konceptet med smarta städer underlättar för aktörer som befinner sig i området och blir allt viktigare för framtidens livfulla plats. En data- och IT-struktur som fungerar likt en plattform för den livfulla platsen bör utvecklas då den kommer att bli den livfulla platsens själva operativsystem.

Sällanköp i fysiska butiker kommer att minska snabbt. Fokus bör ligga på att attrahera aktörer av sällanköp som integrerar digital- och fysisk handel som genererar besök på den livfulla platsen. Aktörer som inte har denna strategi bör undvikas. Fysiska butikslokaler av sällanköp som inte med lätthet går att konvertera till livsmedelsbutiker, restauranger eller annan viktig funktion bör avyttras.

Att konsumera **upplevelser** blir viktigare än att konsumera saker. Att samla minnen är långt mycket mer värdefullt. Än att samla egendom av olika slag. Matupplevelsen är en avgörande del i den framtida upplevelsen. Arkitektur och genius loci (platsens själ) är central. Själén måste tydliggöras, utvecklas, vårdas och leva. Gamla fastigheter ger den livfulla platsen historik och värde. Generösa offentliga ytor som möjliggör aktivitet och rekreation kommer att spela en allt viktigare social roll. Kostnaden för ökad förvaltning finansieras av fler och längre besök.

För utveckling av **kulturell hållbarhet** kan ICA Fastigheter stimulera den lokala kulturen och produktionen. Det kan handla om att ge plats till meet-ups men också att lyfta det i området som har ett bevarandevärde så väl som för boende och besökare. Den kulturella planeringen bör ledas av en plan för den kulturella utvecklingen direkt kopplad till de livfulla platserna.

Miljömässig hållbarhet kommer även fortsatt vara viktig och en förutsättning – en hygienfaktor – som framtidens människor bara förväntar sig ska existera på platsen. Kulturell hållbarhet är däremot en strategisk möjlighet som användas av under lång tid.

Hemleveranser kommer främst att ske av färdiglagad mat. Leveranser av livsmedel i större omfattning ligger snarare bortom år 2030. Automatiserade/autonoma transporter har stor potential och kommer att börja växa de närmaste fem åren. Det kommer inledningsvis handla om självkörande fordon av mindre format. Peak car är här nu. Bilen kommer självklart att

finnas kvar även i framtiden, men sättet att använda den kommer oväntat snabbt att förändras. Tillsammans med nya designlösningar, exempelvis stackable cars och nya parkeringsmetoder innebär ekvationen att behovet av parkeringsplatser gradvis kommer att minska de närmaste 10 åren. Minskningen kommer att accelerera från 2030.

I strategin har Quattroporte tillsammans med Avantgardister och ICA Fastigheter tagit fram fyra olika typer av Livfulla platser som alla betonar olika delar av utvecklingsspåren. Alla har potential och man kan överväga vilka av dessa som passar bäst för en specifik plats.

Bakgrund och syfte

Digitaliseringen kommer att fortsätta att revolutionera handeln och behovet av fastigheter kommer att förändras, men på vilket sätt? Kommer konsumenten välja att åka till den fysiska butiken om 10 år för att köpa mjölk eller en grill? Eller är det handel via olika digitala kanaler som dominerar? Om trenden urban shopping finns kvar, flyttar handeln in till stadskärnorna och kommer att ha konsekvenser för framtiden.. Det kan påverka behovet av att placera stora butiksformat i stadsmiljö och utrymmet för andra aktörer, behovet av exempelvis parkeringsplatser och cykelparkeringar.

Idag finns trender och mottrender som gör det svårt att se hur framtidens handel kommer att påverkas av digitaliseringen och automatiseringen. I grunden handlar det om hur människors värderingar och attityder förändras. Tillsammans med utvecklingen av ny teknologi, skapas nya konsumenttrender som förändrar villkoren för aktörerna. Trenderna finns ofta redan idag - mikrotrender - och går att analysera innan de blivit stora och dominerande. Quattroporte fokuserar därför på att fånga upp dessa mikrotrender, som alltså idag är relativt små, men som på några års sikt, med största sannolikhet kommer att förändra villkoren.

Utvecklingen mot framtiden är sällan enkel och linjär. Ofta har centrala aktörer med möjlighet att påverka innovationer och regleringar stor betydelse. Allt detta sker i ett komplext samspel med människors attityder och värderingar. Även ICA Fastigheter, som är en stor aktör, har möjlighet att själva påverka denna utveckling. Med en tydlig position kan utvecklingen gå mot en önskad framtid. ICA Fastigheter vill med detta projekt ha en analys av utvecklingen av nya konsumentbeteenden som kommer att spela roll i framtidens handel på något års sikt, och även ta reda på vilka konsekvenser dessa kan ha för företaget.

Målsättning

Nya konsumenttrender och teknologisk utveckling kommer att påverka utvecklingen av nya fastigheter. De fastigheter som kommer att ha bäst ekonomisk avkastning, är de företag som framtidens konsumenter vill shoppa hos, oavsett om det är livsmedel eller non-food. Vi vet, från våra resor i världen och genom vårt globala nätverk, att köpcenter och fysisk shopping för en tynande tillvaro sedan ett decennium tillbaka. Det finns liknande tendenser i Sverige och frågan är nu hur ICA ska utveckla sitt framtida fastighetsbestånd på ett sätt som maximerar portföljens värde över tid.

Det centrala målet (för big data-analysen) är att visa var det finns tillväxtpotentialer fram emot år 2030. Det ena av två delmål är att hitta vad som kommer att känneteckna framtidens livfulla plats. Det andra är att visa hur varor ska transporteras till konsumenternas hem.

Metod och underlag

Om de studier som genomförts under projektets gång november 2017 - maj 2018

Djupintervjuer

I november och december 2017 genomför Quattroporte djupintervjuer med nio personer i ledande befattning på ICA Fastigheter.

Workshop I

I februari 2018 går det skarpa startskottet för projekt framtidens livfulla plats tillsammans med ICA Fastigheter. Fyra erfarna konsulter från Quattroporte leder en workshop tillsammans med nio nyckelpersoner från uppdragsgivaren, dessa är samma personer som tidigare intervjuats. Workshopen ska identifiera hypoteser och frågeställningar som sedan kan testas i vår big data-analys. Quattroporte gör en mindre omvärldsanalys där vi går igenom rapporter och avhandlingar med relevans för frågeställningen samt håller en kortare föreläsning för deltagarna. Deltagarna arbetar aktivt med att skapa sina egna framtidskoncept i mindre grupper som sedan presenteras och problematiseras, precis som Avantgardisterna kommer att få göra vid den kvalitativa delen av projektet längre fram.

Big data-analys av nya transportmönster

Efter workshop och djupintervjuer behandlas frågetecken och idéer som kommit fram under dessa interaktioner. Frågor som behandlats har varit både stora som små, exempelvis kan man fråga sig hur utvecklingen kommer att se ut? Hur snabbt kommer det att gå? Kan ICA hänga med? Vilka trender är för ICA intressanta branscher och kommer att vara av störst betydelse? Hur starka - om någon påverkan - kommer dessa ha på handel och på ICA Fastigheter? Resultaten kopplas till Avantgardister och ICA Fastigheters egna, mer framtidsorienterade, grupper.

Input för big data-analysen är den strategiska workshopen med ICA Fastigheter, Quattroportes egna insikter/hypoteser, forskningslitteratur, ICA Sveriges trendarbete, expertintervjuer och möten med Avantgardister (konceptdialoger) samt agnosologi.

Strategiska intervjuer med centrala aktörer

Quattroporte rekryterar åtta ledande experter i sitt omfattande och gedigna nätverk inom kommun, teknik, stadsutveckling och transporter för att genomföra kvalificerade intervjuer inom områden såsom bilburen privat trafik, betalssystem, lokaltrafik, stadsutveckling, urbanitet, rumslighet, robotisering, boende och säkerhet. Allt detta för att förstå hur de ser på utvecklingen inom nämnda områden och vilka konsekvenser denna utveckling får för ICA Fastigheter och samhället i framtiden. Som input används big-data analys.

Konceptdialoger med Avantgardister

Avantgardister är en grupp i samhället som ligger 6-10 år före den stora massan. De anammar nya trender tidigt, oavsett om det gäller boende, upplevelser eller konsumtion. De går sin egen väg, är ofta politiskt inkorrekta och kan av omgivningen ibland uppfattas som provocerande i sitt beteende och sina ställningstaganden. Quattroporte har sedan länge arbetat med Avantgardisterna och har identifierat dem genom att studera värderingsförändringar i över 30

länder. De är alltid först, så att bjuda in dem till konceptutveckling, utvärdering av idéer och identifiering av nya trender är ett mycket säkert sätt att se in i framtiden.

Vi genomförde i april månad 2018 sex fokusgrupper runtom i Sverige. Tillsammans med uppdragsgivaren bestämde vi oss för att träffa Avantgardister i Stockholm, Göteborg och Jönköping. 22 koncept skapades av de totalt 47 personer vi träffade.

Workshop II

När all empirisk data är insamlad är det dags att stämna av med hela gruppen igen. Den 14e maj samlas Quattroporte och ICA Fastigheter för att diskutera hur resultaten från expertintervjuer, workshops och konceptdialoger samt Big Data, kommer att påverka ICA Fastigheter i framtiden. Det är hög tid att skissa på Framtidens livfulla plats och tillsammans fundera över hur ICA Fastigheter kan utveckla en strategi som gör framtiden till en tillgång och möjlighet. Förhoppningen är att hitta något som ingen annan sett och kapitalisera på det.

Handel och samhället i förändring mot 2030

Om staden och det fysiska rummet

Städerna blir mer integrerade och handel, boende och andra tjänster kommer samexistera. Äkta stadsmiljöer kommer att efterfrågas, exempelvis med fullständiga gator som blir mer attraktiva i framtiden. Blandningen av äldre och nyare bebyggelse skapar en äkta stadsmässighet. Här kan ICA Fastigheter både bevara och utveckla intressanta rumsliga kvaliteter.

På framtidens livfulla plats är det nära till det mesta och bil behövs inte i samma utsträckning som tidigare. Till den livfulla platsen färdas man helst i ett autonomt fordon eller med den samägda bilen/cykeln.

Inslaget av smarta städer kommer att växa. Detta förutsätter en infrastruktur av teknologi som gör det enklare att leva i den urbana miljön. Smarta plattformar som är osynliga men som ger konkreta fördelar för besökare, hyresgäster och andra aktörer måste skapas.

Grannskapet är det centrala begreppet för den livfulla platsen. Här känner människor igen varandra. Interagerar. Besökare är välkomna för att njuta av platsens upplevelser och handel. Grannskapstanken med många offentliga, gemensamma platser och med större inslag av kollektiva boenden kommer att bli det mest framgångsrika konceptet i framtiden. Hit vill talangerna flytta, verka och bo.

Attraktiv och urban arkitektur skapar platsens själ och speciella känsla. Grön stadsbildning och vertikal växtlighet kommer att utvecklas på framtidens attraktiva och livfulla plats.

Transporter i framtiden

Quattroportes analys utifrån rapporten är att hemleveranser främst kommer att ske av färdiglagad mat. Leveranser av livsmedel i större omfattning ligger snarare bortom år 2030. Mycket beroende av problem med miljö, begränsningar i infrastruktur och förpackningar för transport som ännu inte är utvecklade.

Automatiserade/autonoma transporter har stor potential och kommer att börja växa de närmaste fem åren. Det kommer inledningsvis handla om självkörande fordon av mindre format. Stora fördelar väntas för den aktör som löser detta på ett bra sätt. Tillsammans med drönartransporter, som snart blir standard, ska uppdaterade spelare gå en ljus framtid till mötes.



Peak car är här nu. Bilen kommer självklart att finnas kvar även i framtiden, men sättet att använda den kommer oväntat snabbt att förändras. Vi kommer att bli färre bilägare och istället bli fler som delar med varandra. Den autonoma bilen, taxibilen/bussen innebär ett skifte och utvecklas gradvis de närmaste 10 åren. I detta sammanhang är begränsningen snarare av regulatorisk art medan de tekniska förutsättningarna och intresset bland konsumenterna finns redan idag.

Tillsammans med nya designlösningar, exempelvis stackable cars och nya parkeringsmetoder innebär ekvationen att behovet av parkeringsplatser gradvis kommer att minska de närmaste 10 åren. Runt 2030 är antagligen parkeringsplatser hälften till antal av vad de är idag.

Nya konsumtionsmönster och handelns utveckling

Den fysiska handeln står inför mycket stora utmaningar. Det är bara ett mindre antal kategorier som inte kommer att minska och endast ett fåtal som kommer att öka något.

Den digitala utvecklingen kommer ha mycket hög potential för framtidens konsumenter. Utmaningen består i att koppla digitaliseringen till den fysiska platsen på ett naturligt sätt. Lösningar som utvidgar konsumentens perspektiv, snarare än algoritmer, som får konsumenten att stanna i sin digitala bekvämlighetsbubbla, blir avgörande för den livfulla platsens framgång.

Behovet av upplevelser blir allt större. De som kan definiera och utveckla starka upplevelser i den fysiska miljön är vinnarna. Maten och restaurangerna är två oerhört viktiga delar, nästan bärande, i denna upplevelse. Ett större intresse för kultur och naturliga, fysiska mötesplatser växer och behövs som komplement till matupplevelsorna.

Den hälsosamma hedonismen, en företeelse som kombinerar det goda, lite syndiga, med det som är nyttigt, växer och blir en stor källa för tillväxt under de kommande tio åren. De företag

som tar ett socialt ansvar och drivs av en idé som går utöver att maximera vinsten, är de som har störst möjligheter att attrahera framtidens konsumenter.

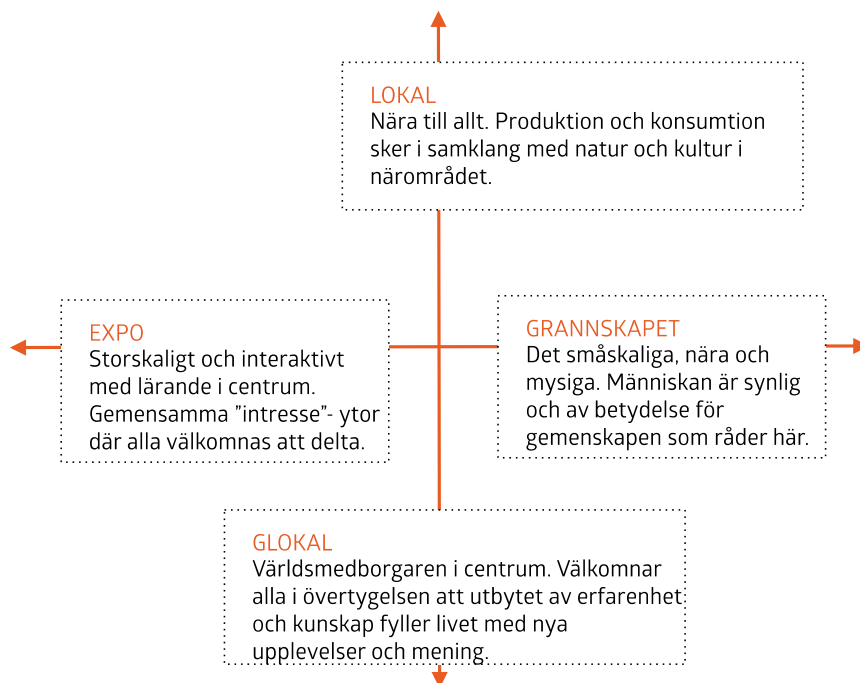
Intresset för personalisering/individualisering med tydligt anpassade erbjudanden växer - det behöver inte vara datadrivna erbjudanden, utan kan lika gärna vara genuin personlig service i det fysiska mötet.

Den livfulla platsen 2030

Baserat på workshops med ledningen för ICA Fastigheter och med konsumenter i Stockholm, Jönköping och Göteborg har fyra möjliga livfulla platser skapats.

De fyra koncepten definieras av två dimensioner:

1. Glokal - Lokal
2. Grannskapet - Expo.



Notera att den lodräta dimensionen har vissa likheter med GAL-TAN-skalan, som inom vissa politikområden blivit mer viktig än vänster- högerdimensionen. Detta bekräftar att vår studie visar på mer grundläggande värderingsförändringar i samhället som kommer påverka handeln under lång tid.



Fyra möjliga Livfulla platser för 2030

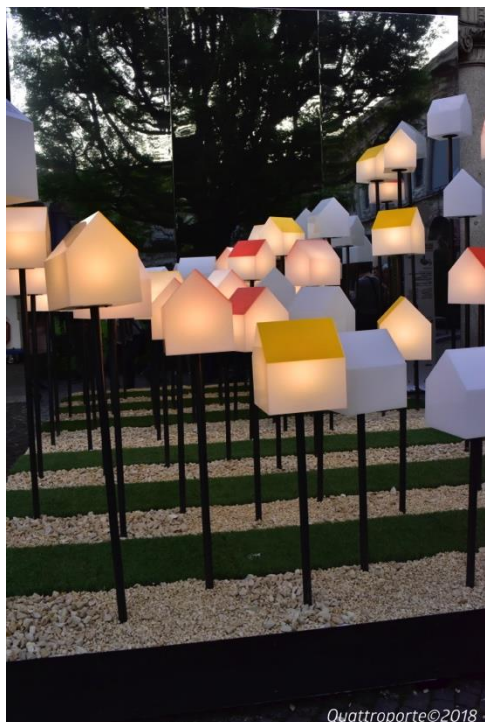
Kvarteret



Kvarteret är en plats som ligger en bit utanför centrum vilken präglas av hållbarhet och etik. Här är det omöjligt för konsumenten att göra fel. System och strukturer är utvecklade så att det är enkelt att göra rätt, oavsett om det handlar om transporter eller vad som går att köpa i butikerna.

Kvarteret kännetecknas av transparens och naturlighet och arkitekturen kan vara ett konverterat fabriksområde eller annan miljö som fått en helt ny funktion. Nybyggnation där hela området uppförs på samma gång kommer inte uppfattas som hållbart eller tillräckligt naturligt. Hela kvarteret deltar i platsens utveckling.

Maten står helt i centrum i Kvarteret. Möjligheten att utveckla sin matlagning finns här. Närproducerat och hållbart är viktigt i butikernas utbud. Här finns även odlingar där lokala grödor växer och kanske kan det bli en del av de parkeringsplatser som i sinom tid kommer att konverteras. Förutsättningar för andra typer av bilanvändning (Bil Nouvaeu) utvecklas tidigt på platsen i form av biltjänster, laddningsstolpar, självkörande bussar. Teknologin som finns på platsen underlättar ett hållbart och smidigt agerande i alla sammanhang.



Gården

Drömmen om den lilla staden och det genuina grannskapet där alla känner varandra är nyckeln. Den livfulla platsen är hjärtat för Gården och driver på utvecklingen. Genom att lyfta fram den lokala själen, oavsett om det är i form av arkitektur eller bara den typ av varor som finns här, skapas en unik plats där människor vill vara och vill komma tillbaka till.

Organiska material och biofilisk design gör detta område grönt och levande. Vackra material finns representerade i en del av bebyggelsen, åtminstone som framträdande detaljer. Närproducerade livsmedel och produkter finns alltid tillgängliga och utbudet varierar efter säsong. Små specialbutiker med exempelvis kött- fisk- ost- och grönsakshandlare förstärker känslan av ett levande och småskaligt grannskap.

Tjänster som gör det enklare att klara vardagen finns i Gården. Kanske hjälper den smarta appen dig att byta tjänster. ICA står för plattformstänkande och programmering av området tillsammans med kommunen. Fokus är att göra samhället lite bättre, mycket vackrare och betydligt mer välkomnande. Inte minst för att det är just det som skapar lojala kunder och stabila intäkter på en livfull plats.

Teatern



Teatern är en plats för njutning. Den goda maten attraherar, likaså de spännande upplevelserna och de genomtänkta offentliga ytorna. Här har människor roligt oavsett om de besöker restaurangen, sportbaren eller den nya korv-meet-upen. Fina livsmedelsbutiker är i centrum. Teatern är ändå den plats som påverkas mest av ny och artificiell teknologi, den digitala plattformen måste därför hålla högsta kvalitet för att kunna utveckla starka digitala upplevelser för besökarna. På Teatern är man öppen för omvärlden och nya upplevelser.

Kultur som musikkonserter, festivaler och diverse sportevenemang är vanliga här. Event, festivaler och performance drar människor hitåt och gör platsen levande större delen av dygnet. ICA Fastigheter utvecklar med Teatern en plats som kommer vara högtintressant även för företag att förlägga sin verksamhet här.

Scenen



Det här är en livfull plats där grannskapet har släppt in internationella referenser och inspiratörer men fortfarande utan att tappa bort sin identitet. Större internationella aktörer måste anpassa sig till platsens format och innehåll. Arkitekturen är särpräglad med en kombination av internationella trender som förs in av ledande kreativa begåvningar. Dessa kan relatera till platsens berättelser, vilket gör den livfulla platsen till något som både känns hemma och provocerande samtidigt. Här känner sig alltså världsmedborgaren från Arvika lika välkommen som besökaren från Brooklyn.

Offentliga ytor som engagerar och välkomnar är hjärtat för scenen. Här finns konst och kultur som får människor att återkomma och spendera mer tid och mer pengar än kanske på någon av de övriga platserna. Teknologin förstärker upplevelsen men är ingen förutsättning här utan den sker alltid på människornas villkor. ICA Fastigheter är kreativa ledare och affärsutvecklare för en livfull plats i den absoluta fronten.

Fem viktiga strategiska teman

Här lyfter vi fram de strategiska teman/trender som ledningen anser vara de viktigaste för att utveckla framtidens livfulla plats, oavsett vilken av de fyra livfulla platsernas som väljs. Temana kan härledas ur de genomförda studierna.

1. Grannskapet som kärna i utvecklingen



På den livfulla platsen blomstrar Grannskapet¹. ICA Fastigheter bidrar till att design och arkitektur präglas av småskalig stadsmässighet. Istället för geometriskt enkla former och stora volymer handlar det här om motsatsen då man bryter upp befintliga stora strukturer och skapar möjlighet för exempelvis specialbutiker som exponeras bättre. Här finns ofta äldre bebyggelse likväl som samtida inslag. Organiska former och biofilisk design (där växtlighet skapar levande rum) bör utvecklas. Ornamentik utan postmodern ironi eller refererande betydelse kan göra platsen unik och identitetsskapande.

Platser som har bostäder, service, arbetsplatser såväl som kommersiell handel utvecklas och ger grannskapet en naturlig livfullhet. Positiv social kontroll ger området en känsla av trygghet.

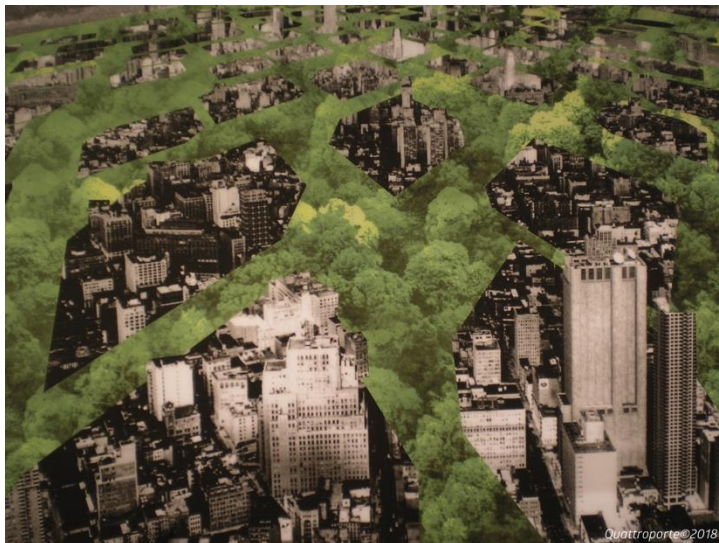
¹ Grannskapsteorin för stadsutveckling skapades på början 1900-talet och är en del av den arts och crafts rörelse som bland annat utvecklade trädgårdsstaden.

Det här är en självbärande och självförsörjande stadsdel/område. Aktörerna på platsen utvecklar nya samverkansformer med ett gemensamt ansvar för ledning, utveckling och förvaltning. Att cykla eller gå är det vanligaste sättet att förflytta sig i grannskapet och avstånden skall vara små.

Ett medvetet program för arkitektur och design som sträcker sig bortom modernismens ideal bör utvecklas av ICA Fastigheter. Ett exempel skulle kunna vara att anordna en arkitekturtävling för att få ledande internationell talang att skapa platser av högsta kvalitet med möjlighet att lyfta gestaltningen till en nivå som skapar en plats som människor vill arbeta, bo och spendera sin fritid på. Detta grannskap får genom ICA Fastigheters medvetna arbete en tydlig identitet och känsla. Grannskapet är kärnan.

2. Smarta städer och integration av det fysiska och digitala skapas

Konceptet med smarta städer underlättar för aktörer som befinner sig i området och blir allt viktigare för framtidens livfulla plats. En data- och IT-struktur som fungerar likt en plattform för den livfulla platsen bör utvecklas. Detta blir den livfulla platsens operativsystem.



På den mest basala nivån handlar det om förvaltning och optimering av fastigheternas ventilation, värme, säkerhetssystem med mera. I nivå två handlar det om tjänster som ger kommersiella aktörer tillgång till supersnabb wifi och smarta system för exempelvis parkering. I nivå tre handlar det om att koppla plattformen till kunddata och längre fram även möjligheter att integrera trafiklösningar, inte minst då förekomsten av uppkopplade fordon blir mer vanliga.

En organisation som kan se till hela affären måste leda framtidens livfulla plats, vilket innebär att den digitala och fysiska affären måste integreras även organisatoriskt. Silomentalitet och avgränsade datasystem måste öppnas upp.

Att använda data på ett sätt som är relevant för affären är med andra ord det avgörande.

3. Sällanköp flyttas on-line

Sällanköp i fysiska butiker kommer att minska snabbt. Fokus bör vara att attrahera aktörer av sällanköp som integrerar digital och fysisk handel. Dessa koncept genererar besök på den livfulla platsen. Aktörer som inte har denna strategi bör undvikas. Fysiska butikslokaler av sällanköp som inte med lätthet går att konvertera till livsmedelsbutiker, restauranger eller annan viktig funktion bör avyttras.



Quattroporte©2018

4. Upplevelsen på platsen utvecklas

Att konsumera upplevelser blir viktigare än att konsumera saker. Att samla på sig minnen är långt mycket mer värdefullt. Matupplevelsen är en avgörande del i den framtida upplevelsen. Arkitekturen och genius loci (platsens själ) är viktigt. Själen måste tydliggöras, utvecklas, vårdas och leva. Gamla fastigheter ger den livfulla platsen historik och värde.



Hälsa och träning kommer fortsatt vara viktigt även om trenden kommer att mattas av och inte öka lika snabbt som under de senaste tio åren. På varje plats bör någon form av gym eller träningsanläggning finnas.

Generösa offentliga ytor som möjliggör aktivitet och rekreation kommer att spela en allt viktigare social roll. Biblioteket, skateboard-parken, lunden, fontänen är några exempel. Kostnaden för

ökad förvaltning finansieras av fler och längre besök. Att utveckla generösa offentliga platser, att fokusera på matupplevelsen och utgå från platsens historik i utvecklingen av framtidens livfulla plats blir mycket viktigt. Allt detta sammantaget gör att det här blir en plats att minnas.

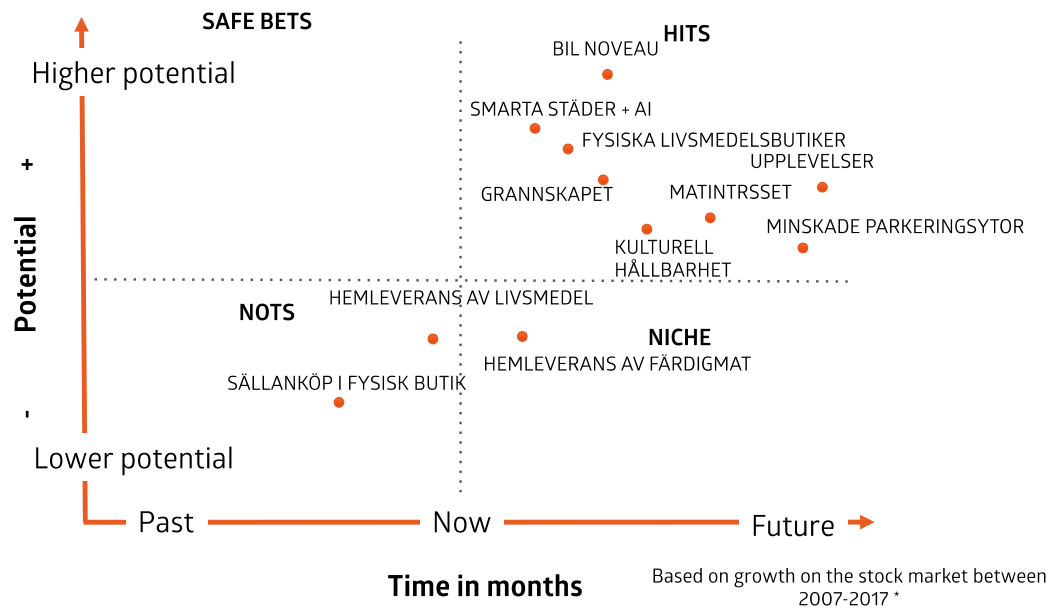
5. Kulturell hållbarhet utvecklas

Den kulturella hållbarheten är besläktad med andra former av hållbarhet som till exempel miljömässig och social. Här är det viktigt att behålla och utveckla de värderingar och kvaliteter - rumsliga eller historiska - som redan finns på platsen.

För att utveckla den kulturella hållbarheten kan ICA Fastigheter stimulera den lokala kulturen och produktionen. Det kan handla om att ge plats till meet-ups men också att lyfta det i området som har ett bevarandevärde så väl som för boende som för besökare. Denna form av kulturell planering bör ledas av en plan för den kulturella utvecklingen kopplade till de livfulla platserna.

Den miljömässiga hållbarheten kommer fortsatt vara viktig - en förutsättning - hygienfaktor som framtidens människor bara förväntar sig ska finnas på platsen. Alla aktörer som vill överleva kommer att arbeta med hållbarhetsfrågor. Det blir dock allt svårare att använda sig av hållbarhet som strategiskt konkurrensmedel fram emot 2030. Det går att likna vid att det blir allt svårare för Tesla att konkurrera med det faktum att de är eldrivna eftersom i princip alla fordon 2030 kommer vara just detta.

Kulturell hållbarhet är däremot en strategisk möjlighet att nyttjälång tid.



Ovan finns trenderna skildrade från Big Data analysen

28

