

Gjøvik kommune

# Analyse av varehandel og senterstruktur for Gjøvik

Innspill til kommuneplanen



Oppdragsnr.: 5175922 Dokumentnr.: 1 Versjon: J1  
2018-09-05

**Oppdragsgiver:** Gjøvik kommune  
**Oppdragsgivers kontaktperson:** Gunn Elin Rudi  
**Rådgiver:** Norconsult AS, Studievegen 2, NO-2815 Gjøvik  
**Oppdragsleder:** Stine Radmann  
**Fagansvarlig:** Eirik Wiggen  
**Andre nøkkelpersoner:** Marita Hatling, Morten Selnes, Ingrid Finne Klynderud

| J1      | 2018-09-05 | For bruk                          | StRad/EWi/InKly | MaHat          | StRad    |
|---------|------------|-----------------------------------|-----------------|----------------|----------|
| C1      | 2018-01-11 | For gjennomgang hos oppdragsgiver | StRad/EWi       | MaHat          | StRad    |
| Versjon | Dato       | Beskrivelse                       | Utarbeidet      | Fagkontrollert | Godkjent |

Dette dokumentet er utarbeidet av Norconsult AS som del av det oppdraget som dokumentet omhandler. Opphavsretten tilhører Norconsult. Dokumentet må bare benyttes til det formål som oppdragsavtalen beskriver, og må ikke kopieres eller gjøres tilgjengelig på annen måte eller i større utstrekning enn formålet tilsier.

## Sammendrag

Denne rapporten er en overordna analyse av varehandel og senterstruktur for Gjøvik. Rapporten inngår som en del av arbeidet med pågående revisjon av kommuneplanens arealdel med fokus på revisjon av kommuneplanens senterstruktur og bestemmelser knyttet til lokalisering av detaljhandelen.

Gjøvik kommune har i sine overordna strategidokumenter satt som mål å utvikle kompakte, attraktive og levende bysentrum og bydelssentre, i tråd med nasjonale og regionale mål. Man ønsker å fortette sentrum og bydelssentrene med kvalitet, og legge til rette for og prioritere etablering av handel og kontorarbeidsplasser i sentrum, og samtidig begrense etablering av slike utenfor sentrum. En bærekraftig byutvikling med fortettingsstrategi, hindre byspredning, økt transportarbeid og klimagassutslipp er mål kommunen styrer etter. I denne rapporten er det sett nærmere på om kommunen har oppnådd dette gjennom sin styring av varehandel og senterutvikling.

### Viktige utviklingstrekk i detaljhandelen

Som en innledning til handelsanalysen er det gitt en kort beskrivelse av kunnskapsgrunnlaget omkring sentrumsmiljø og varehandel basert på relevante utredninger. Disse er entydige om sentrumshandelens betydning for et ønsket sentrumsmiljø. Sentrum har ofte hatt en negativ handelsutvikling og det pekes på en del årsaker til dette, blant annet etablering av avlastningsområder for varehandel utenfor sentrum. Det vises videre til at det må mer til enn handel for å opprettholde aktivitet og attraktivitet i et sentrum. Det må ha et rikt tilbud av varer, tjenester og opplevelser, og det er viktig at mange bor og jobber der. Godt kollektivtilbud og muligheter for en «kortreist hverdag» er kvaliteter som kjennetegner en attraktiv by.

Handelsstatistikken omfatter befolkningsutvikling og varehandelsomsetning over en periode på 10 år. Gjøvik har fortsatt sterk posisjon som regionalt handelssenter med en dekningsgrad på ca. 120 % og har tilsvarende utvikling som Hamar og Lillehammer. Innad i kommunen viser omsetningstallene at sentrum er klart størst, men at sentrum samtidig har tapt markedsandeler mot handelsområdene utenfor sentrum. Det er områdene Gjøvik sør (inkludert handelsområdet Kirkeby) og Hunndalen (inkludert handelsområdet Kallerud) som har hatt størst omsetningsvekst. CC i sentrum er en regional handelsaktør og har også hatt omsetningsvekst, mens den øvrige sentrumshandelen hadde nullvekst målt i kroner, som betyr at det egentlig har vært en nedgang på grunn av inflasjon og forbruksvekst. Analysen av handelsstatistikken viser at kommunen i mindre grad har oppnådd målet om attraktivt sentrum.

### Senterstrukturen

Kommuneplanen med bestemmelser skal sikre at etablering av handelsvirksomhet skjer i henhold til fastsatt senterstruktur. Alle kommuner skal fastsette en senterstruktur, som skal være retningsgivende for kommunens planlegging og forvaltning. Både regionalplanen (for Oppland) og kommuneplanen har bestemmelser som skal sikre at etablering av handelsvirksomhet skal skje i henhold til den fastsatte senterstrukturen.

For senterstrukturen opereres det generelt med følgende fire nivåer: regionsenter, kommunesenter, lokalsenter/bydelssenter og nærsenter. I Gjøvik har kommunesenteret også en rekke regionale funksjoner og defineres som et regionsenter.

Et lokalsenter er definert som et senter med detaljhandel (inkl. dagligvare) og diverse servicefunksjoner dimensjonert for sitt lokale omland, dvs. primært rettet mot det lokale stedets befolkning. Begrepene lokalsenter og bydelssenter står for det samme, et bydelssenter er lokalsenteret for sin bydel. Detaljhandel som krever et større markedsområde skal som hovedregel lokaliseres i sentrum i kommunesenteret, mye fordi det gir best tilpasning til kollektivsystemet. Det er således en klar funksjonsfordeling mellom sentrum i Gjøvik og bydelssentrene, hvor svært mye av detaljhandelen legges til sentrum. Oversikten over detaljhandelen i Gjøviks bydelssentre/lokalsentre

derimot viser at dette i stor grad er bilbasert varehandel, i det markedsområdet for mange av forretningene går langt utover det lokale markedet, og kollektivtilbudet er så dårlig at det ikke kan konkurrere med privatbilen.

Lokalisering av bydelssentrene og deres utstrekning bør vurderes i forbindelse med revisjon av kommuneplanens arealdel. Det er et mål at flest mulig kan gå eller bruke sykkel i forbindelse med besøk på det lokale senter, som også bør ha god kollektivtilgjengelighet. Eksisterende bydelssentre ligger tett lokalisert i Sørbyen, mens det mangler bydelssentre i andre deler av byen. Kommunen bør derfor vurdere å legge til rette for en utvikling som er bedre tilpasset til fysiske omgivelser og befolkningsgrunnlag og det kan også være behov for tiltak som bedrer eksisterende sentres tilgjengelighet og kvalitet.

Det generelle unntaket fra de generelle bestemmelser for lokalisering av varehandel gjelder for det som defineres som «plasskrevende varegrupper», hvor den dominerende delen av vareutvalget er biler, båter, landbruksmaskiner, trelast og større byggevarer, samt utsalg fra hagesentre. Dette er bransjer som ikke hører naturlig hjemme i sentrum og derfor lokaliseres i områder utenfor sentrum. Både kommuneplanen og lokale reguleringsplaner skal vise områder hvor slik handel kan etableres.

Regionalplanen operer også med unntaksbestemmelse for storvarehandel hvor den dominerende delen av vareutvalget er møbler, hvitevarer, brunevarer og deler/utstyr til motorkjøretøy, hvor virksomheten er over 1 500 m<sup>2</sup> BRA. I gjeldende kommuneplan er områder for plasskrevende varehandel og storhandel angitt som bestemmelsesområder. Bestemmelsesområder for storhandel anbefales ikke videreført, da dette er områder som er i direkte konkurranse med handel i sentrum.

#### Gjøvik sentrum

Gjennom etableringen av CC Gjøvik er det skapt et todelt handelssentrum – området rundt Storgata og de øvrige tradisjonelle handelsgatene i sentrumskjernen, og kjøpesenteret CC Gjøvik som grenser inn mot stasjonsområdet og sentrumskjernen. De to sentrumsdelene er ulike når det gjelder bransjesammensetning og fysisk miljø, men samlet fremstår Gjøvik sentrum som en betydelig aktør, også i regional sammenheng. De to sentrumsdelene ligger så tett og samlet rundt jernbanestasjonen/skysstasjonen at grunnlaget er tilstede for at de både kan fungere som og oppleves som et samlet handelstilbud. Det bør være et mål for den fremtidige sentrumsplanen at det legges godt til rette for dette.

Omkring handelsgatene i sentrum ligger det et stort potensial for fortetting og nye etableringer innenfor detaljhandelen. Samtidig ligger det et stort potensial for sentrumsekspanasjon gjennom transformasjon av industriområdene ned mot Mjøsa. Området Huntonstranda er under planlegging, som en ny bydel langs Mjøsstranda. Hvordan bydelen skal kobles til sentrum og bli en integrert del av byen vil stå sentralt i det videre planleggingsarbeidet, men det ligger godt til rette for at bysentrum gjennom denne planen kan åpnes ut mot Mjøsa. Sentrums utstrekning fastsettes i kommuneplanens arealdel og ev. i en sentrumsplan.

Arealpotensialet i sentrum er samlet sett mer enn tilstrekkelig for å romme ønsket vekst innen sentrumshandelen og gir meget gode muligheter for å innpasse også større etableringer innenfor bransjer som i regionalplanen er definert som storvarehandel. Det er derfor ikke grunnlag for å hevde at detaljhandel av plasshensyn må etableres utenfor sentrum. For å styrke sentrum bør kommunen unngå at viktige deler av sentrumshandelen flyttes ut til bydelene.

#### En handelsnæring i sterk endring

Detaljhandelen har over svært lang tid vært preget av sterk vekst og strukturendringer, som har hatt stor innvirkning på by- og samfunnsutviklingen. Det beste eksemplet er etableringen av nytt kjøpesenter utenfor det tidligere sentrumsområdet, samt andre etableringer av typen big-box i mer perifere områder. Mye taler for at vi i fremtiden vil oppleve at utviklingen endres relativt dramatisk. Vi ser nå konturene av en ny trend, hvor den totale veksten innenfor tradisjonell butikkhandel stagnerer, sammen med en sterk vekst innenfor netthandel og andre nye handelskonsepter. Av den grunn

vrderes derfor behovet for økning i handelsareal til å være begrenset. Netthandelen vil antagelig ta mye av veksten og konkurrere ut deler av butikkhandelen og samtidig skape behov for mer arealer til lager og logistikk. Hovedutfordringene nå ligger i å håndtere strukturendringene innenfor detaljhandelen. Dette kan innebære at mye handel med utvalgsvarer skjer over nettet med distribusjon via den lokale butikk. Dette kan styrke lokalsentrenes/bydelssentrene rolle og gjøre at man bør stille krav til sentrenes tilgjengelighet for alle grupper.

Bransjegliding gir utfordringer knyttet til kommunenes styringsmulighet, og gjør det utfordrende å styre utviklingen på varegruppenivå. Dette sammen med etableringer av big-box-forretninger er eksempel på strukturendringer innenfor detaljhandelen som forflytter varehandelen ut av sentrum og som er i konflikt med overordnede mål om å styrke bysentrum og begrense veksten i bilbruken. Gitt at den totale veksten innenfor detaljhandel vil være beskeden, må det legges vekt på de negative konsekvenser av utflytting fra sentrumskjernen. Det bør med andre ord være sterke grunner dersom man skal tillate detaljhandelsetablering som ikke er forenlig med vedtatt senterstruktur. Nyetableringer bør først og fremst skje innenfor områder hvor disse kan bidra positivt til byutviklingen, ved for eksempel å styrke sentrumshandelen og sentrumsmiljøet. Eller at de innpasses i det lokale bydelssenteret på en måte som styrker senterets rolle som lokalt handelssted og møteplass for de tilliggende boligområder. I et slikt perspektiv er det viktig at kommuneplanen gir forutsigbare rammer for detaljhandelen, som begrenser den enkelte bedrifts muligheter til etablering i konflikt med viktige samfunns mål.

#### Forslag til nye bestemmelser

I den grad kommunen ønsker at sentrumshandelen skal bidra til at sentrum blir mer attraktivt og at flere innbyggere og besøkende bruker sentrum aktivt, bør kommunen unngå at viktige deler av handelen flyttes ut av sentrum. Da handelsanalysen i tillegg viser at det ikke er behov for avlastning av sentrum, bør kommuneplanens bestemmelser være relativt restriktive når det gjelder lokalisering av større handelsenheter som ikke er plasskrevende varehandel utenfor sentrum.

Det bør i tillegg ryddes opp i bestemmelser, arealformål og bestemmelsesområder hvor varehandel tillates slik at kommuneplanen blir et verktøy for styring av varehandelen, da spesielt innenfor kategorien storhandel som er i direkte konkurranse med handel i sentrumsområdene

Den lokale situasjonen i Gjøvik, kombinert med ventet utvikling innenfor detaljhandelen, gjør at vi ikke anbefaler at regionalplanens unntaksbestemmelser for storvarehandel videreføres inn i revidert kommuneplan da den kan medføre en geografisk spredning av detaljhandelen som er i konflikt med viktige mål for byutviklingen. Unntaksbestemmelse for storvarehandel er en løsning som i et snevert bedriftsøkonomisk perspektiv kan ha en god begrunnelse, men som i et samfunnsmessig perspektiv vil være mindre gode løsninger. Sentrumshandelen og sentrum vil svekkes dersom viktige forretninger flytter ut, og en slik utvikling vil ikke bygge opp under kommunens mål for sentrumsutviklingen. Eventuelle unntak bør behandles særskilt med krav om konsekvensutredning og handelsanalyse.

## Innhold

|          |                                                                                        |           |
|----------|----------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Innledning</b>                                                                      | <b>8</b>  |
| 1.1      | Bakgrunn for oppdraget                                                                 | 8         |
| 1.2      | Formål                                                                                 | 8         |
| 1.3      | Oppdrag og oppgaveforståelse                                                           | 8         |
| <b>2</b> | <b>Nasjonale, regionale og kommunale føringer for senterstruktur og varehandel</b>     | <b>10</b> |
| 2.1      | Nasjonale bestemmelser og retningslinjer                                               | 10        |
| 2.2      | Regionale bestemmelser og retningslinjer                                               | 10        |
| 2.3      | Overordna kommunale planer for sentrumsutvikling og varehandel                         | 11        |
| 2.3.1    | Strategi for ny byutvikling – samordnet areal og transportstrategi, Visjon Gjøvik 2030 | 11        |
| 2.3.2    | Plan for utvikling av Gjøvik som universitets- og studentby, studentmelding 2016       | 12        |
| 2.3.3    | Kommunedelplan for klima 2018-2022                                                     | 12        |
| 2.3.4    | Gatebruksplan                                                                          | 12        |
| 2.3.5    | Kommuneplanen                                                                          | 12        |
| <b>3</b> | <b>Eksisterende situasjon for handel og senterstruktur</b>                             | <b>14</b> |
| 3.1      | Handel i Gjøvik sentrum                                                                | 14        |
| 3.1.1    | Sentrumshandelen                                                                       | 14        |
| 3.1.2    | Kjøpesenteret CC Gjøvik                                                                | 14        |
| 3.2      | Eksisterende senterstruktur                                                            | 14        |
| 3.2.1    | Gjøvik sentrum med CC kjøpesenter                                                      | 14        |
| 3.2.2    | Bydelssentre                                                                           | 18        |
| 3.2.3    | Lokalsentre                                                                            | 21        |
| 3.3      | Områder for plasskrevende varehandel og storhandel                                     | 22        |
| 3.3.1    | Varehandel gjennom bestemmelsesområder                                                 | 22        |
| 3.3.2    | Varehandel gjennom arealformål i kommuneplanen                                         | 24        |
| 3.4      | Infrastruktur                                                                          | 25        |
| <b>4</b> | <b>Kunnskapsgrunnlag</b>                                                               | <b>28</b> |
| 4.1      | Forskning, rapporter og undersøkelser                                                  | 28        |
| 4.1.1    | Klimavennlige og attraktive byer                                                       | 28        |
| 4.1.2    | Handel, tilgjengelighet og bymiljø                                                     | 29        |

|          |                                                                           |           |
|----------|---------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 4.1.3    | Handel i og utenfor bysentrum                                             | 30        |
| 4.1.4    | Gjøvik – bysentrum og CC-Gjøvik                                           | 30        |
| 4.2      | Statistikkgrunnlag                                                        | 32        |
| 4.2.1    | Befolkningsutviklingen                                                    | 32        |
| 4.2.2    | Omsetningstall for Gjøvik i en regional sammenheng                        | 33        |
| 4.2.3    | Dekningsgrader                                                            | 34        |
| 4.2.4    | Markedsområder                                                            | 35        |
| 4.2.5    | Endring i handelsbalansen mellom Mjøsbyene 2008-2016                      | 36        |
| 4.2.6    | Omsetningstall for detaljhandel og senterstruktur innenfor Gjøvik kommune | 39        |
| 4.3      | Oppsummering                                                              | 42        |
| <b>5</b> | <b>Analyse – handelstrender og arealbehov</b>                             | <b>43</b> |
| 5.1      | Trender innenfor handelsbransjen                                          | 43        |
| 5.1.1    | Netthandel                                                                | 43        |
| 5.1.2    | Bransjegliding                                                            | 46        |
| 5.1.3    | Big-box                                                                   | 46        |
| 5.2      | Oppsummering                                                              | 47        |
| <b>6</b> | <b>Vurdering og anbefaling - senterstruktur og varehandel</b>             | <b>48</b> |
| 6.1      | Regionalplanens senterstruktur                                            | 48        |
| 6.2      | Kommuneplanens senterstruktur                                             | 49        |
| 6.3      | Vurderinger av kommuneplanens senterstruktur                              | 49        |
| 6.3.1    | Overordna senternivå                                                      | 49        |
| 6.3.2    | Gjøvik sentrum                                                            | 53        |
| 6.3.3    | Bydels-/lokalsentre                                                       | 56        |
| 6.3.4    | Plasskrevende varehandel og storhandel                                    | 60        |
| 6.3.5    | Oppsummering                                                              | 62        |
| 6.4      | Bestemmelser for styring av varehandel                                    | 63        |
| 6.4.1    | Regionalplanens bestemmelser                                              | 63        |
| 6.4.2    | Kommuneplanens bestemmelser                                               | 65        |
| 6.4.3    | Forslag til nye kommuneplanbestemmelser                                   | 68        |
| <b>7</b> | <b>Vurdering og anbefaling for sentrumsutvikling</b>                      | <b>70</b> |
| <b>8</b> | <b>Konklusjon</b>                                                         | <b>73</b> |

# 1 Innledning

## 1.1 Bakgrunn for oppdraget

Gjøvik kommune har igangsatt arbeid med en begrenset revisjon av kommuneplanens arealdel, der varehandel er et av de tema som er åpnet opp for i revisjonen. Kommunen har derfor behov for en handelsanalyse på overordnet nivå, som skal ligge til grunn for kommuneplanrevisjonen.

Gjeldende kommuneplans bestemmelser om arealbruk og varehandel fra 2014 blir utfordret både av bransjegliding og nye handelskonsepter. I tillegg er det sterke sentrale og regionale føringer i blant annet Regional plan for attraktive byer og tettsteder i Oppland, vedtatt 15. juni 2016. I henhold til regional plan *bør en overordnet handelsanalyse utarbeides av kommunen som et underlag for kommuneplanen.*

Videre vises det til «Kommunal planstrategi 2016-2019 for Gjøvik kommune», vedtatt 17. mars 2016, og «Langtidsplan 2018. Kommuneplanens samfunnsdel, vedtatt 22. mars 2018. I begge disse dokumentene gis det klare føringer for prioritering av arbeidet med bysentrum, senterstruktur og handel. Av langtidsplanen fremgår det at bysentrum skal styrkes, blant annet gjennom prioritering av handel og kontorarbeidsplasser i sentrum, og samtidig begrensning av etableringer utenfor sentrum.

## 1.2 Formål

Formålet med oppdraget er å utarbeide en overordnet handelsanalyse for Gjøvik kommune, hvor man ser nærmere på detaljhandelens lokalisering innenfor kommunen; Gjøvik sentrum, Biri, og bydelssentrene Kirkeby nord, Kirkeby sør, Kopperud og Hunndalen. Analysen skal synliggjøre dagens situasjon og fremtidige behov, samt gi anbefalinger for fremtidig senterstruktur og lokalisering av varehandel. I tillegg skal trafikale konsekvenser og konsekvenser for eksisterende sentrum og for lokal- og bydelssentrene ligge til grunn for anbefalingene. En slik handelsanalyse vil utgjøre en del av grunnlagsmaterialet og beslutningsgrunnlaget for utarbeiding av ny arealdel til kommuneplanen.

## 1.3 Oppdrag og oppgaveforståelse

Gjøvik kommune har behov for en handelsanalyse på overordnet nivå som skal ligge til grunn for kommuneplanrevisjonen. En slik analyse skal synliggjøre dagens situasjon og fremtidige behov, samt gi anbefalinger for fremtidig senterstruktur og lokalisering av varehandel. I oppdragsbeskrivelsen er det formulert en rekke punkter med krav til hva analysen skal inneholde. Disse punktene går utover det som vanligvis inngår i en handelsanalyse, og vi har derfor valgt å kalle rapporten for en «Analyse av varehandel og senterstruktur for Gjøvik». En del av kravene til innhold og dokumentasjon i analysen krever at en går ned i detaljer for å kunne gi godt dokumenterte svar på oppdraget. Dette gjør at rapporten har blitt omfangsrik og til dels detaljert for enkelte temaer.

### Beskrivelse av oppdraget

#### Gi et bedre kunnskapsgrunnlag vedrørende:

- Arealbehov for de ulike typene varegruppene fram til år 2030
- Forventede endringer i varehandelen (netthandel, andre konsepter slik som big-boxes, bransjegliding m.m.) befolkningsframskrivninger og kjøpekraft skal ligge til grunn for arbeidet.
- Vurdere om arealene som ligger inne i kommuneplanen til ulike typer varehandel, kontor og tjenesteyting er optimalt lokalisert og understøtter Gjøviks visjon om å bli mer by.

- Vurdere og eventuelt foreslå endringer av gjeldende kommuneplanbestemmelser for varehandel og senterstruktur.
- Vurdere og gi et forslag til nye avgrensinger av områdene for varehandel og sentrum
- Vurdere om de fire bydelssentre i de søndre/vestre delene av byen, Hunndalen, Kopperud, Kirkeby nord og Kirkeby sør er optimalt plassert
- Vurdere hvilke funksjoner bør lokal- og bydelssentrene ha for å være velfungerende for sitt handelsomland?

#### Krav til innhold i analysen

- Oversikt over handelsbalansen (kommunen, regionalt senter, lokalsenter, bydel)
- Behov for endringer i handelsareal for ulike varegrupper basert på sannsynlig folketallsutvikling, kjøpekraftutvikling, dokumentert handelslekkasje i regionen, trendene framover (netthandel, bransjegliding, big-boxes, adferd, annet).
- Definere handelsomland for de ulike sentrumsområdene

#### *Gjøvik bysentrum*

- Hva trenger Gjøvik bysentrum å ha framover av varehandel, tjenester, møteplasser, arbeidsplasser, kontorer, boliger, kulturtilbud mm. for å være så attraktivt at folk handler og oppholder seg der sett i lys av de nye trendene? Hvilke (regionalt senter/ lokalsenter/bydel).
- Hvilke tiltak kan Gjøvik kommune iverksette eller ta initiativ til for at sentrum blir attraktivt for nye varehandelsetableringer?
- Hvilke tiltak kan Gjøvik kommune iverksette eller ta initiativ til for at sentrum blir attraktivt for nye varehandelsetableringer?
- Hvilke konsekvenser vil det ha for Gjøvik bysentrum, bydelssentrene og lokalsenter å tillate etablering av ulike handelskonsepter utenfor sentrumsområdene.
- Vurdere og foreslå avgrensing av den indre sentrumssonen i Gjøvik by på kart basert på analysen og regional plan for attraktive byer og tettsteder (1000-metersbyen). Dvs. foreslå hvilke arealer i Gjøvik sentrum hvor det skal være tillatt med all handel.

#### *Lokal- og bydelssentre*

- Vurdere om lokaliseringen av lokal- og bydelssentrene (Biri, Hunndalen, Kirkeby nord, Kirkeby sør og Kopperud) og om arealavgrensingen av disse er optimale, om det er behov for andre lokaliseringer av bydelssentre eller lokalsentre samt gi anbefalinger om avgrensninger av sentrumsområdene på kart. En viktig premiss er at en større andel av persontrafikken skal skje ved gange, sykkel eller kollektivtransport.
- Definere hvilke lokale behov det enkelte bydelssenter/ lokalsenter skal dekke og hvilke funksjoner det må inneholde for å være funksjonelt for det omlandet senteret skal dekke.

#### *Annet*

- Gå gjennom, evaluere og gi konkrete forslag til å endre gjeldende bestemmelser (tekst) og arealbruk (kart) i kommuneplanen opp imot funn i analyse og regional plan for attraktive byer og tettsteder. I dette skal balansen mellom styring og fleksibilitet i bestemmelsene være vurdert.

## 2 Nasjonale, regionale og kommunale føringer for senterstruktur og varehandel

### 2.1 Nasjonale bestemmelser og retningslinjer

*Forskrift om Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre* trådte i kraft 27. juni 2008. Målet var å skape en bærekraftig byutvikling med en fortetningsstrategi, og å hindre byspredning og økt transportarbeid og klimagassutslipp. Den nasjonale forskriften hadde en varighet på inntil 10 år, eller inntil den ble avløst av regional planbestemmelse. Forskriften fastla at kjøpesentre bare kunne etableres eller utvides i samsvar med retningslinjer gitt i godkjente regionale planer.

Det regionale planverktøyet for Gjøvik kommune er *Regional plan for attraktive byer og tettsteder i Oppland med regional planbestemmelse og retningslinjer*, vedtatt i 15.06.2016 (heretter kalt regionalplanen).

Formålet med den regionale planbestemmelsen er; som i forskriften, å styrke eksisterende by- og tettstedssentre, bidra til effektiv arealbruk og legge til rette for miljø- og helsefremmende transportvalg. Retningslinjene omhandler tema for måling av attraktivitet, forvaltning av senterstruktur, arealplaner i byer og tettsteder, bolig- og bokvalitet og bærekraftig transport.

Regionalplanen definerer følgende senternivåer: Regionalt senter, områdesenter, lokalsenter, bydelssenter og nærsenter. Sentrum defineres som den mest sentrale delen av byen eller tettstedet, og er et konsentrert og avgrenset område med en gangbar kjerne.

### 2.2 Regionale bestemmelser og retningslinjer

Regionale planbestemmelse og retningslinjer som er relevante for lokalisering av detaljhandel er gitt i regionalplanen. De deler som er mest relevante er referert under:

- a) Nye handelsvirksomheter eller kjøpesentre eller utvidelser av slike, som blir større enn 1 500 m<sup>2</sup> BRA, kan bare lokaliseres innenfor indre sentrumssone i regionalt senter, områdesenter, bydelssenter eller lokalsenter.
- b) Følgende arealgrenser gjelder for etablering av nye handelsvirksomheter eller kjøpesentre og utvidelser av slike:
  - a. Regionalt senter: ingen begrensning
  - b. Områdesenter: 6 000 m<sup>2</sup> BRA
  - c. Bydelssenter: 3 000 m<sup>2</sup> BRA
  - d. Lokalsenter: 3 000 m<sup>2</sup> BRA.
- c) Arealgrensene og lokaliseringskravene foran gjelder ikke for plass- og/eller transportkrevende varehandel, dersom denne lokaliseres i tilknytning til en by eller et tettsted på en slik måte at den kan nås fra hovedvegssystemet med minst mulig forstyrrelse av miljøet i byen eller tettstedet.
- d) For Gjøvik og Lillehammer gjelder egne bestemmelser for storvarehandel. Slike virksomheter kan ligge i sentrum, i bydelssentre eller i egne områder avsatt til dette i kommuneplanen, forutsatt at det er kollektivdekning, og at lokaliseringen er så nært sentrum som mulig.

Det er også gitt regler for hvordan fravik fra bestemmelsen skal håndteres. Her beskrives krav til saksgang og beslutninger. Spesielt kan nevnes kravet om handelsanalyse, basert på mal fra fylkeskommunen, før samtykke kan vurderes. Handelsanalysen skal inneholde vurderingspunkter som

handelsbalansen i kommune/omlandet, tiltakets handelsomland, og virkninger av tiltaket for det eksisterende sentrum. Den regionale planbestemmelsen har bindende virkning for kommunenes planlegging og saksbehandling etter plan- og bygningsloven.

### Unntaksbestemmelsene

Et punkt som i plansammenheng ofte står sentralt er unntaksbestemmelsen som gjelder for plasskrevende varegrupper. Dette er definert som handelsvirksomhet hvor den dominerende delen av vareutvalget (målt i omsetning) er biler, båter, landbruksmaskiner, trelast og større byggevarer, utsalg fra hagesentre og planteskoler. For disse bransjene gjelder det andre og ikke så strenge lokaliseringskrav som for detaljhandel generelt. Slik virksomhet søkes lagt til egnede næringsområder.

Regionalplanen har egne bestemmelser for storvarehandel. Med disse bestemmelsene har regionale myndigheter innført noe som fraviker fra nasjonale bestemmelser, hvor det kun er unntak for plasskrevende varegrupper. Storvarehandel er i regionalplanen definert som handelsvirksomhet hvor den dominerende delen av vareutvalget er møbler, hvitevarer, brunevarer og deler/utstyr til motorkjøretøy, hvor virksomheten er over 1 500 m<sup>2</sup> BRA. Slik handelsvirksomhet kan lokaliseres til senterområder utenfor bysentrum, uten krav om at etableringens størrelse skal være tilpasset det lokale omlandet. Det er bare et krav om «kollektivdekning, og så nær sentrum som mulig».

## 2.3 Overordna kommunale planer for sentrumsutvikling og varehandel

Gjøvik kommune har utarbeidet ulike strategidokument som har betydning for hvordan kommunen ønsker å styre sentrumsutviklingen. Disse blir presenter i det følgende.

### 2.3.1 Strategi for ny byutvikling – samordnet areal og transportstrategi, Visjon Gjøvik 2030

Dette er et resultatdokument gjennom samarbeidsprosjektet mellom Gjøvik kommune, Oppland fylkeskommune, Statens vegvesen og næringslivet gjennom «Byen vår Gjøvik<sup>1</sup>». Byvisjonen er vedtatt av Gjøvik kommunestyre og fylkesutvalget i 2011. Samarbeidet er forpliktende og videreført i ny samarbeidsavtale som varer frem til 2021.

MÅL:

- Gjøvik skal være en attraktiv by i en konkurransedyktig region.
- Gjøvik skal være en kompakt by med attraktive boliger, boligmiljøer og et pulserende byliv for folk i alle aldre.
- Gjøvik skal knyttes nærmere Mjøsa.
- Gjøvik by er vekstdynamo for hele kommunen og regionen.
- Gjøvik by skal være en attraksjon i seg selv. Gjøvik by skal ha en sjarmerende bykjerne med et pulserende byliv fylt med opplevelse, flott arkitektur, gangstrøk, attraktive boliger, vakre gater, allsidig kultur- og fritidsliv og et dynamisk handelsmiljø.
- Det er enkelt å reise til Gjøvik sentrum samtidig som sentrum er skjermet for unødige biltrafikk.
- Gjøvik skal ha et attraktivt busstilbud som kan konkurrere med privatbilen slik at andelen som benytter buss fordobles.
- Gjøvik skal ha et hovedsykkelvegnett som gjør sykkel til et attraktivt transportmiddel og får flere til å sykle slik at andelen som benytter sykkel fordobles.
- Det er enkelt å parkere for handlende og besøkende i sentrum.

<sup>1</sup> Byen vår Gjøvik samler ulike aktører for å skape utvikling og vekst for Gjøvik med Gjøvik Handel- og Næringsforening, Gjøvik Gårdeierforening, Oppland Arbeiderblad, CC Gjøvik og Gjøvik kommune i styret.

### 2.3.2 Plan for utvikling av Gjøvik som universitets- og studentby, studentmelding 2016

Planen er vedtatt av Gjøvik kommunestyre 28.04.2016, og den følger opp en av kommuneplanens fem overordnede plangrep: Gjøvik skal være kjent som en utdannings- og kunnskapsby!

Gjøvik ble universitetsby 1.1.2016 ved etableringen av NTNU i Gjøvik, som den eneste universitetsbyen i Innlandet. Kommunen har satt opp en rekke innsatsområder som skal prioriteres for en målrettet utvikling av Gjøvik som universitets- og studentby. En fellesnevner er økt innsats for å skape en attraktiv by, og her vil utviklingen av Gjøvik sentrum være et viktig punkt.

### 2.3.3 Kommunedelplan for klima 2018-2022

Klimaplanen ble vedtatt av Gjøvik kommunestyre 3.05.2018 og denne bygger oppunder tidligere vedtatte strategier med høyt fokus på å gjennomføre «Strategi for ny byutvikling – samordnet areal- og transportutvikling Visjon Gjøvik 2030» og kommunens parkeringsstrategi.

### 2.3.4 Gatebruksplan

Vedtatt gatebruksplan har 5 hovedprinsipper, hvorav handel utgjør en av disse: Fra spredt til tett utbygging av handel. CC og Storgata ligger i hver sin ende av sentrumsaksen, og definerer tett og levende sentrum. Flerfunksjonelt bysentrum med boliger, handel, rekreasjon og annen næring som skaper en mer levende by.

### 2.3.5 Kommuneplanen

#### Langtidsplan 2018. Kommuneplanens samfunnsdel, vedtatt 22.03.2018

Visjonen som legges til grunn for identitetsbygging og arbeid for utvikling av Gjøviksamfunnet og Gjøvik kommune:

*Universitetsbyen Gjøvik – ledende i bærekraftig vekst og utvikling!*

#### Mål for sentrumsutviklingen

Gjøvik ønsker å ha kompakte, attraktive og levende bysentrum og bydelssentre. Man ønsker å fortette sentrum og bydelssentrene med kvalitet, og legge til rette for og prioritere etablering av handel og kontorarbeidsplasser i sentrum, og samtidig begrense etablering av slike utenfor sentrum.

#### Kommuneplanens bestemmelser om varehandel

Kommuneplanens bestemmelser har i hovedtrekkene fulgt opp regionalplanen. Senterstrukturen er nedfelt der, med bestemmelser om at detaljhandelen skal lokaliseres til sentrene; Gjøvik sentrum, bydelssentrene Kirkeby nord, Kirkeby sør, Hunndalen og Kopperud, samt lokalsentrene i Biri og Snertingdal.

Kommuneplanens arealdel har flere formålskategorier hvor handel inngår:

- Sentrumsformål: omfatter all type handel inkludert detaljhandel og kjøpesenter.
- Kjøpesenter: inkluderer all type handel
- Forretnings, som er delt inn i plasskrevende varehandel og storhandel.

### § 9-2.1 Sentrumsformål

Sentrumsformål er brukt på indre deler av Gjøvik sentrum og bydelssentrene Hunndalen, Kopperud, Kirkeby nord og Kirkeby sør, samt lokalsentrene Biri og Snertingdal. I bestemmelsene står det at detaljhandel skal lokaliseres i Gjøvik sentrum, bydelssentre og lokale handelssentre.

Sentrumsformål omfatter de formål som er vanlige i et by- eller tettstedssentrum. Formålet innbefatter forretninger, tjenesteyting, boligbebyggelse og kjøpesenter.

Bestemmelsen sier at detaljhandel skal lokaliseres i Gjøvik sentrum, bydelssentre og lokale handelssentre.

| Regionalt handelssenter                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Bydelssentre                                                                                  | Lokale handelssentre                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Gjøvik sentrum                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Hunndalen, Kirkeby nord, Kirkeby sør, og Kopperud                                             | Biri sentrum og Snertingdal sentrum                                                                                                                                                                                                                            |
| I Gjøvik sentrum er all handel tillatt i områder avsatt til sentrumsformål, inkl. kjøpesenter.<br><br>Etablering av nye kjøpesenter skal bidra til å styrke eksisterende bysentrum og effektiv arealbruk. Det skal legges vekt på å utvikle et kompakt handelssentrum med korte gangavstander mellom ulike sentrumsfunksjoner og kollektivnett.<br><br>Kommunedelplan for bygningsvern og tilhørende fysisk utvikling i Gjøvik sentrum (Verneplanen) av 20.10.1998, med tilhørende bestemmelser og retningslinjer, gjelder for alle bygge- og tiltakssaker innenfor denne planens begrensning (sentrum). | Størrelsen på kjøpesenter i bydelssentrum skal ikke overstige 3000 m <sup>2</sup> bruksareal. | Ved etablering av kjøpesenter inntil 3000 m <sup>2</sup> bruksareal i Biri sentrum skal det først utarbeides en handelsanalyse, jf. Retningslinje 22.6.6.<br><br>Størrelsen på kjøpesenter i Snertingdalen skal ikke overstige 1500 m <sup>2</sup> bruksareal. |

### § 9-2.2 Forretning for plasskrevende varehandel

Plasskrevende varehandel er definert som «plasskrevende varer» begrenset til biler, motorkjøretøy, landbruksmaskiner, trelast og andre byggevarer, salg fra planteskoler/hagesentre, lystbåter og campingvogner.

Plasskrevende varehandel tillates innenfor områdene Kallerud (BEST-OMR 9), Damstedet (BEST-OMR 10), Aas skog (BEST-OMR 11) og Kirkeby (BEST-OMR 12) og er avsatt i plankartet som bestemmelsesområde for plasskrevende varehandel. Detaljvarehandel tillates ikke innenfor bestemmelsesområdene.

### § 9-2.3 Forretning for storhandel

Storhandel defineres i bestemmelsen til varehandelsenheter over 1000 m<sup>2</sup> BRA i følgende bransjer innenfor Statistisk sentralbyrås næringsgruppering (NACE rev. 2, SN 2007): Møbler (47.591), hvitevarer, brunevarer, kjøkken og bad (47.599) og handel med deler og utstyr til motorkjøretøy (45.3 og 45.4).

Storhandel med en enhetsstørrelse på minimum 1000 m<sup>2</sup> BRA (inkl. lager med mer) tillates innenfor områdene Kallerud (BEST-OMR 13) og Rubosenteret (BEST-OMR 14), og er avsatt i plankartet som bestemmelsesområder for storhandel. Plasskrevende varehandel tillates innenfor bestemmelsesområdene. Detaljvarehandel tillates ikke innenfor bestemmelsesområdene.

## 3 Eksisterende situasjon for handel og senterstruktur

### 3.1 Handel i Gjøvik sentrum

#### 3.1.1 Sentrumshandelen

I sentrum er det et bredt utvalg av forretninger og handelsvirksomhet. Det er blant annet tilbud innen dagligvare, sko, klær, elektro, sport, gullsmed, urmaker, glassmagasin og stoff/garn. Storgata har den sterkeste posisjonen som handelsgate, og den eneste gata hvor myke trafikanter delvis er prioritert (2 kvartal gågate). Nedre Torvgate har også handel, men her er det ombygd areal på gateplan fra forretning til andre formål som øker avstanden mellom handelsaktørene. I Øvre Torvgate, Hunnsvegen og Jernbanegata ligger forretningene spredt og i Strandgata spesielt er det store avstander.

Det foreligger ingen samlet oversikt over forretningsareal, varehandelsomsetning og arbeidsplasser innenfor varehandel for sentrum. Sentrum består av gårdeiere og næringsdrivende som i noen grad samarbeider gjennom Gjøvik handels- og næringsforening og Byen vår Gjøvik.

#### 3.1.2 Kjøpesenteret CC Gjøvik

CC-Gjøvik ble først etablert i 1986. Følgende nøkkeltall gjelder i dag:

- 85 butikker – herav 7 spisesteder
- 40.000 kvm totalt areal og 20.000 kvm parkeringsareal
- 26.500 kvm butikkareal.
- Ca. 800 arbeidsplasser
- Omsetning i 2016: 1.424 Mrd kr
- 3 mill. besøk
- 110.000 unike kunder

CC Gjøvik regnes som en del av sentrum, og bidrar til at Gjøvik er blitt en betydelig handelsby. Det antas at det er sterk konkurranse mellom CC Gjøvik på den ene siden, og handelsstanden i øvrige sentrum. Det er med årene blitt en betydelig forskjell i bransjemiksen i kjøpesenteret og i det «gamle» handelssentrum i Gjøvik. De fremstår som to deler, hvor det er konkurranse mellom bydelene (bransjemiksen i sentrum og CC)

Varehuset CC har en viktig regional rolle, da en relativt stor andel av varehusets omsetning er knyttet til kunder som er bosatt utenfor Gjøvik by og Gjøvik kommune. Jf. kapittel 4.2.3.

### 3.2 Eksisterende senterstruktur

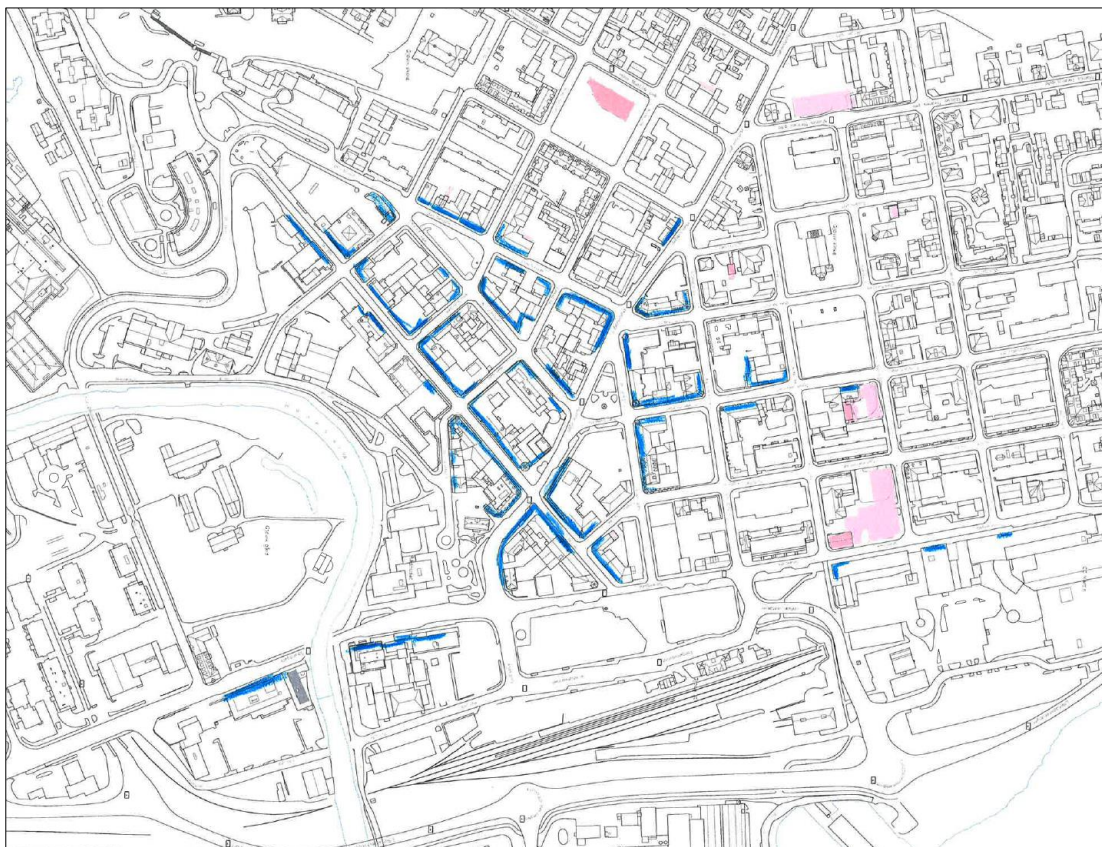
#### 3.2.1 Gjøvik sentrum med CC kjøpesenter

Gjøvik sentrum er kommunens administrasjonssenter og har samtidig en rekke regionale funksjoner. Byens sentrum er tyngdepunktet for handelen i kommunen, og har en regional funksjon som handelssenter for et omland som går langt utenfor kommunens grenser.

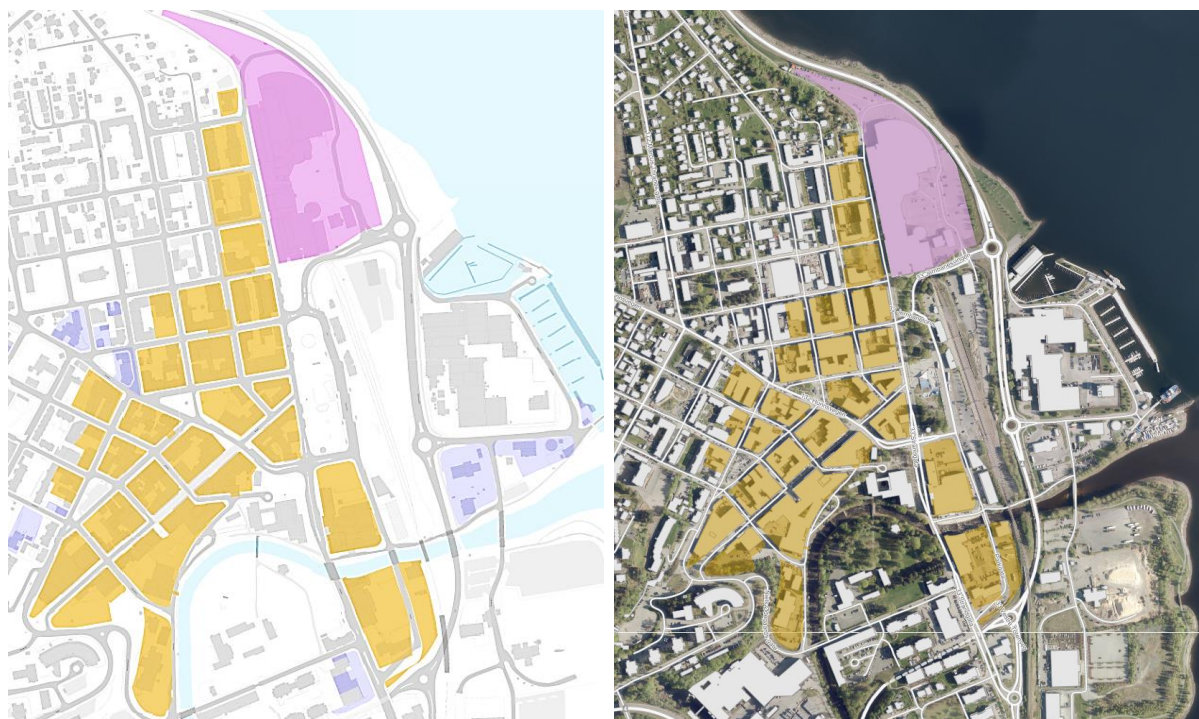
Gjøvik sentrum har en naturlig avgrensning av sentrum. Selve sentrumssonen, med sin kvartalsstruktur og gateløp, er omkranset av blokker og villabebyggelse, og Mjøsa. Sentrumsområdet består av tradisjonelle bygårder på 2-3 etasjer med forretningsareal på gateplan med boliger i etasjen og over til nyere og større bygårder med kontorarbeidsplasser over gateplan.

Detaljhandelen med utvalgsvarer i sentrum er i store trekk innenfor og langs området Jernbanegata – Øvre Torvgate – Storgata – Glassverksgata – Strandgata i tillegg til kjøpesenteret CC. CC ligger øst i sentrum og er avgrenset av rv. 4 – Strandgata – Jernbanesvingen. Forretninger/handel er i stor grad konsentrert rundt Storgata. Cafeer og restauranter ligger mer spredt og strekker seg fra Strand hotell ved Elvegata til Kirkegata i nord. Servicefunksjoner som post og bank er representert i gatebildet og ikke på CC, mens CC har vinmonopolet. Kontorarbeidsplasser er spredt rundt i sentrumskjernen i de større bygårdene. Nord for Bjørnsonsgate består kvartalsstrukturen stort sett av leilighetsbygg, sammen med enkelte bygg med litt varehandel, næring og tjenesteyting.

Hovedaksene for buss i sentrum går via Hunnsvegen, Øvre Torvgate, Strandgata og Jernbanesvingen.



Figur 1 Blå merking viser fasader for varehandel, tjenesteyting som generer kunder (frisør, velvære mm) og serveringssteder



Figur 2 Gjøvik sentrum – Illustrasjoner viser kommuneplanens arealdel med arealformål  
Sentrumsformål (brunt), Kjøpesenter (mørk lilla) og Forretningsformål (lys lilla)

### Storgata

I Storgata er det stort sett handel langs hele gata med unntak av nederste del mot Strandgata. Det er størst handelsaktivitet langs de to gågate-kvartalene med forretningsareal på begge sider av gata. I Storgata er det utvalgsvarer, bank, advokatkontor, offentlig tjenesteyting, velvære, frisører, cafeer/restauranter og sjokoladefabrikker.

Storgata er rustet opp med snøsmelteanlegg og i stor grad trinnløse inngangsparti til lokalene. Gågata har et trivelig gatemiljø og er i stor grad omkranset av aktive fasader som huser forretninger, frisører, cafeer mm. I kryssområdet med Hunnsvegen utvider Storgata seg med et lite torg. Storgata utgjør hjertet i sentrum og blir ofte benyttet til arrangement innenfor handel, frivillighet mm. Andelen forretningsfasader er størst langs de to kvartalene som omfatter gågate. Det er flere husfasader i Storgata hvor det ikke er forretningsareal på gateplan.

### Skysstasjonen og parkene

I skjæringspunktet mellom Storgata og Jernbanegata ligger skysstasjonen med buss- og togtilbud. Langs Strandgata ligger tre parkanlegg; Fischerparken, Minneparken og Jernbaneparken. Områdets sentrale beliggenhet mellom kjøpesenteret CC og sentrum for øvrig med Storgata medfører at det er høy aktivitet med mye gangtrafikk. Langs parkene er det spesielt lagt til rette for gående, med bred gangakse med benker og god belysning. Høy aktivitet og god tilrettelegging øker attraktiviteten og trygghetsfølelsen for de gående. Jernbaneparken er med sin skatepark en magnet for barn og unge, og har nylig utvidet skateanlegget og åpnet en lekeplass.

### Aksen Strandgata – CC Gjøvik

Inngangene til kjøpesenter CC Gjøvik mot bysentrum er fra Strandgata. Aksen mellom Strandgata og Storgata er derfor et viktig bindeledd for en kobling mellom bylivet i handlegata Storgata og kjøpesenteret CC. Som nevnt i avsnittet over er det parkdrag langs hele denne aksen og det er en god

kobling mellom sentrum og CC. Det er ikke varehandel på strekningen, men parkdraget gjør at det likevel er en hyggelig strekning å gå.



Figur 3 Inngangen til CC til venstre i bildet. Storgata og Jernbanegata møtes i torgarealet utenfor skystasjonen. Parkdraget langs Strandgata gjør området attraktivt som gangakse mellom CC og Storgata.

### Utviklingsprosjekter som berører utviklingen i sentrum

Planer i og utenfor sentrum som vi mener kan berøre utviklingen i sentrum er omtalt i det følgende.

- **Ny innkjøring fra rv. 4 – «Huntonarmen»**  
Hensikten med planarbeidet er å oppfylle målet i Gjøvik kommunes bystrategi gjennom å øke tilgjengeligheten til byen sørfra samtidig som byen skjermes for unødvendig gjennomgangstrafikk, og legge bedre til rette for gående og syklende. Reguleringsplanen skal legge til rette for en ny adkomstvei inn til Gjøvik sentrum, slik at trafikken inn til Huntonfabrikken, det planlagte Farverikvartalet og videre inn til sentrum ledes her og inn til et p-hus. Samtidig skal tilgjengeligheten for gående og syklende i området bedres, med blant annet en ny gangbro.
- **Rv. 4 Jernbanesvingen**  
Planen omfatter tiltak for å få bedre trafikkavvikling og trafiksikkerhet for alle trafikanter i kryssområdet rv. 4/fv. 33 Jernbanesvingen og Jernbanesvingen med atkomster til CC Gjøvik, Skysstasjonen mm. Planen omfatter hele kryssområdet mellom Jernbanesvingens øvre del og til rundkjøringen ved rv. 4. Tiltak som vurderes er å stenge utkjøringen fra parkeringshuset til CC og ut i Strandgata, for å legge bedre til rette for gangaksen mellom Storgata og CC.
- **Den nye bydelen på Mjøsstranda – plan og designkonkurranse**  
«Huntonstranda» er et utfylt område langs Mjøsa på ca. 80-100 daa som er preget av næring og industri. Området er separert fra det øvrige sentrum av rv. 4 og jernbanen. Hvordan bydelen skal kobles til sentrum for å bli en integrert del av bybildet er et sentralt spørsmål i det videre utredningsarbeidet. Hva denne bydelen skal fylles av boliger, tjenester, næring, kultur og handel og hvordan bydelen skal gro sammen med sentrum med sømløse overganger som styrker gåing, sykling og kollektiv blir viktige premisser å ivareta for utviklingen av Gjøvik by. Den nye bydelen på Huntonstranda skal kanskje romme så mye som 1 000 boliger, offentlig virksomhet, aktivitetstilbud og friområder.

- **Nytt kulturhus**  
Byggingen av nytt kulturhus i Gjøvik by vil påvirke bruken av sentrum. Aktuelle tomtealternativer som utredes er på Hunton-stranda gjennom utviklingen av den nye bydelen, Shelltomta i synergier med hotell og eksisterende kino og Farverikvartalet, sentralt i gågata, som kan favne biblioteket i et nytt litteraturhus. En sentral plassering av kulturhuset vil kunne medføre liv og kraft til bysentrum med aktivitet både på dag og kveldstid. Og visa versa vil kulturhuset i større grad kunne bli en integrert del av bylivet som et naturlig knutepunkt og møteplass med en sentral beliggenhet.
- **Campus Gjøvik og Mustad næringspark**  
Campus Gjøvik dekker området hvor NTNU Gjøvik, Fagskolen Innlandet m.fl. er etablert. Området ligger en drøy kilometer fra skystasjonen. Det er et mål for kommunen å knytte Campus tettere til sentrum, noe både gatebruksplan og studentmeldingen peker på. Høsten 2017 ble det igangsatt ny busslinje mellom Campus Gjøvik, sentrum og Nordbyen for å legge til rette for økt kollektivtrafikk og det foreligger planer om å legge bedre til rette for økt kollektiv, sykkel og gåing. Antallet studenter øker hvert år og er nå ca. 4 000 studenter og 420 ansatte. Fagskolen Innlandet er lokalisert innenfor Campus med over 1 100 studenter og 65 ansatte og er Norges største offentlige fagskole. Gjøvikregionen internasjonale skole «GIS» med grunnskole fra 1-10 trinn og et internasjonalt lærerteam, ligger også inne på Campusområdet.  
  
Mustad næringspark er et område rett nord for Campus Gjøvik, og området har transformert fra industri til kontorarbeidsplasser. NTNU er også lokalisert på Mustad næringspark sammen med andre store kontorarbeidsplasser. I mars 2019 åpnes Innovasjonshuset med 70-100 arbeidsplasser på 2650 m2 inn på næringsparken.
- **Nytt storsykehus**  
Styret i Sykehuset Innlandet (SI) vedtok 20.10.2017 å bygge et nytt storsykehus lokalisert ved Mjøsbrua, og har dermed ikke tatt hensyn til advarslene mot å bygge en ny stor offentlig arbeidsplass utenfor de største byene i regionen. Det vil være en lang beslutningsprosess i denne saken, og ett nytt storsykehus kan stå klar tidligst om 10 år. Det er for øvrig så stor usikkerhet knyttet til lokaliseringsvalget at det er for tidlig å begynne å vurdere eventuelle konsekvenser for Gjøvik by.

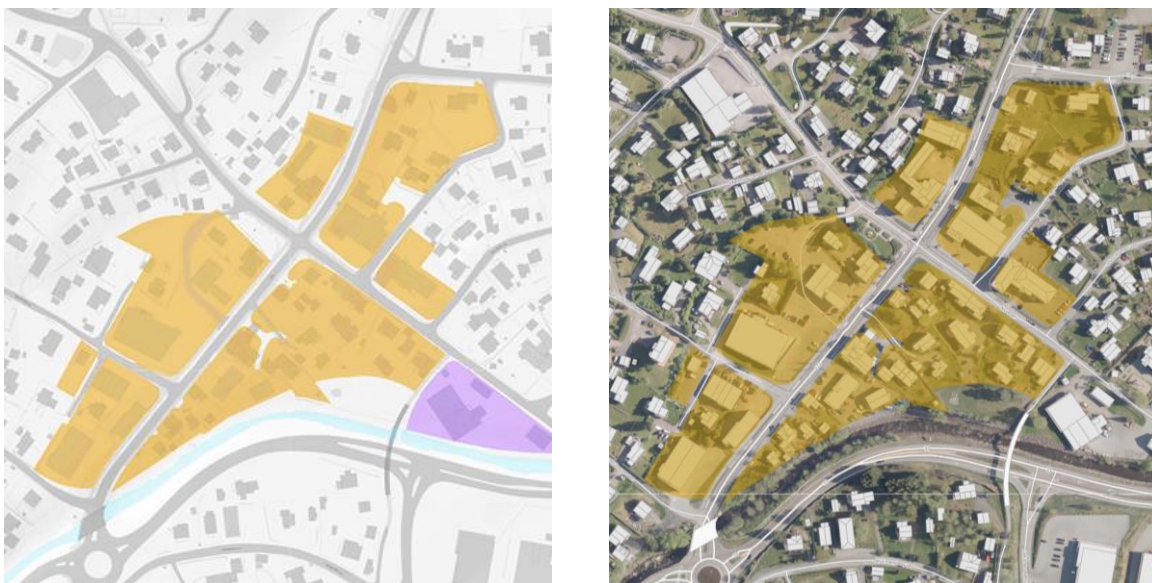
### 3.2.2 Bydelssentre

Dette kapittelet inneholder en beskrivelse av arealbruk og hva som finnes av handels- og servicetilbud i bydels- og lokalsentrene.

#### Hunndalen

Bydelssenteret Hunndalen er et etablert sentrum basert på et tidligere kommunesenter og omfatter området fra Vesleelva, langs Raufossvegen og nord til krysset med Skolevegen. Sør for Nyvegen og Raufossvegen gjelder BEST OMR 3 Holmen som gir bestemmelser for småhusbebyggelsen. Senteret omfatter bolig-, forretning- og næringsbebyggelse. Arealformålet er ca. 400 m i utstrekning langs Raufossvegen og ca. 250 m langs Nyvegen og utgjør ca. 41 daa. Innenfor sentrumsformålet finnes Coop Extra med post i butikk, Kiwi, Hunndalen bar og restaurant, Esso, frisør, bilforhandlere (Hunndalen Auto AS, Autocenteret AS, KNA Auto), Folkets hus og boliger. I tilgrensende areal utenfor senteret ligger tjenesteyting som skole og barnehage. Områder med kombinert formål med forretning er lokalisert utenfor senteret, med detaljhandel som verken er plasskrevende eller storhandel.

Hunndalen har kollektivtilbud i Raufossvegen. Raufossvegen er ombygd til miljøgate og er tilrettelagt for myke trafikanter. Årsdøgnetrafikken (ÅDT) i Raufossvegen varierer mellom 5300-6300 kjøretøy. Fv. 33 med ÅDT på over 8300 kjøretøy og Hunnselva sør for senteret er barrierer mot boligområdene i sør.



Figur 4 Hunndalen sentrum – Illustrasjoner viser kommuneplanens arealdel med arealformål  
Sentrumsformål (brunt), tjenesteyting (rødt), kombinert formål med forretning og næringsformål (mørk lilla)

#### Bydelssenter Kirkeby nord

Bydelssenter Kirkeby nord ligger mellom Jernbanen, Vestre Totenveg og Minnesundvegen og et næringsområde. Senteret er bygd opp som mindre kjøpesenter med leiligheter og big-boxes med flateparkering foran bebyggelsene. Det er ensidig fortau langs Kaser Andresens veg og senteret ble utvidet til å omfatte sørsiden av denne ved forrige kommuneplanrevisjon. Senteret omfatter forretning- og boligbebyggelse. Arealformålet har en største utstrekning på ca. 240 m og området utgjør ca. 20 daa. Innenfor sentrumsformål finnes Rusta, Kjelstad bakeri, Elkjøp og XXL, Kiwi, Apotek 1 og boliger. Forretninger med detaljhandel som verken er plasskrevende eller storhandel er lokalisert utenfor senteret.

Kirkeby nord har kollektivtilbud i Vestre Totenveg. Vestre Totenveg har en årsdøgntrafikk på over 13000 kjøretøy og Minnesundvegen over 15000 kjøretøy. Over vegene er det tilrettelagt med fotgjengerfelt i planet mot Tongjordet, og over jernbanen mot Viken er det en oppgradert jernbaneovergang for myke trafikanter med bom og lys. Vegene og jernbanen er barrierer mot boligområdene som delvis omkranser senteret.



Figur 5 Bydelssenter Kirkeby nord – Illustrasjoner viser kommuneplanens arealdel med arealformål  
Sentrumsformål (brunt), Næringsformål (mørk lilla) og Forretningsformål (lys lilla)

### Bydelssenter Kirkeby sør

Bydelssenter Kirkeby nord ligger mellom Ringvegen, Valdresvegen og Hadelandsvegen. Senteret omfatter forretningsbebyggelse. Arealformålet har en utstrekning på i overkant av 100 m og utgjør ca. 9 daa. Området ble lagt til som bydelssenter i siste kommuneplanrevisjon. Senteret består av big-box med varehandel på grunnplanet og kontorer i etasjene over. Flateparkering i forkant av bebyggelsen og liten til ingen tilrettelegging for gående og syklende. Innenfor sentrumsformålet ligger Coop Extra med post i butikk, Apotek 1 og Kjelsrud reiseeffekter. I andre etasje på Byggmakker som ligger utenfor arealformålet i kommuneplanen finnes lege- og tannlegekontor.

Kirkeby sør har kollektivtilbud i Ringvegen. Fv. 33 med ÅDT på nesten 11700 kjøretøy og jernbanen er barrierer mot boligområdet i øst: Vikenområdet. Mot sør: Kirkeby/Vindingstad, er jernbanen en barriere: Det er dårlig tilrettelagt for ferdsel mellom disse boligområdene og bydelssenteret med få ferdselsveger.

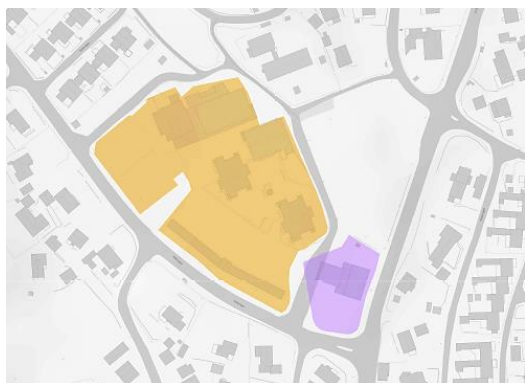


Figur 6 Bydelssenter Kirkeby sør – Illustrasjoner viser kommuneplanens arealdel med arealformål Sentrumsformål (brunt), Næringsformål (mørk lilla) og Forretningsformål (lys lilla)

### Kopperud bydelssenter

Bydelssenter Kopperud ligger langs Kalkvegen. Senteret virker planlagt og etablert som et bydelssenter. Senteret omfatter bolig-, og forretnings- og næringsbebyggelse. Arealformålet har en utstrekning på knapt 170 m og omfatter ca. 13,4 daa. Innenfor senteret ligger dagligvareforretning, restaurant, frisør og byggeteknisk konsulent og dekker under halvparten av arealformålet. Det resterende arealet er dekket av bolig og parkering. Flateparkering i forkant av bebyggelsen og liten til ingen tilrettelegging for gående og syklende mellom boligområdene med unntak mot nord. Tilgrensende næringsareal huser bensinstasjon og i nord finnes offentlig tjenesteyting som barnehage.

Senteret har kollektivtilbud i Kalkvegen og Vestre Totenveg. Det er ensidig fortau langs Kalkvegen forbi senteret og ensidig fortau langs Vestre Totenveg. Begge veger har belysning. Vestre Totenveg har en årsdøgnsrafikk rundt 5600-7000 kjøretøy og kan oppfattes som en barriere mot boligområdet øst for vegen.



Figur 7 Koppeud bydelssenter – Illustrasjoner viser kommuneplanens arealdel med arealformål Sentrumsformål (brunt) og Næringsformål (mørk lilla)

### 3.2.3 Lokalsentre

#### Biri lokalsenter

Biri lokalsenter er et eldre etablert sentrum basert på et tidligere kommunesenter. Arealformålet strekker seg ca. 620 m langs Birivegen fra Møllerstuvegen i nord til sør for Ravegen og ca. 320 m langs Kragebergvegen. Arealformålet utgjør ca. 68 daa.

Varehandelen er konsentrert på sørsiden av Vismunda med to dagligvareforretninger, post i butikk og apotek. Innenfor sentrumsformål finnes også tjenesteyting ved Biri helsesenter (lege, tannlege mm.) og øvrige næringer med fotterapi, dyreklinikk, malermester, begravelsesbyrå, frisør, mm. Innenfor senteret er det ikke forretninger med typiske utvalgsvarer (sko, klær mm.) I tilgrensende areal utenfor senteret ligger tjenesteyting som skole, barnehage og helse- og omsorgssenter. Biri har kollektivtilbud langs Birivegen. Det er for det meste ensidig gang-/sykkelveg eller fortau gjennom senteret, og en kortere strekning med tosidig. Årsdøgntrafikken i Birivegen ligger på ca. 2800 kjøretøy.



Figur 8 Biri lokalsenter – Illustrasjoner viser kommuneplanens arealdel med arealformål Sentrumsformål (brunt) og Næringsformål (mørk lilla)

### Snertingdal lokalsenter

Snertingdal lokalsenter strekker seg ca. 525 m langs Snertingdalsvegen og ca. 250 m på tvers. Området dekker i overkant av 60 daa og omfatter forretnings-, tjeneste- og næringsbebyggelse.

Senteret omfatter dagligvarehandel med Coop Prix og plasskrevende varehandel med Snertingdal bil og bilpleie. I tillegg finnes tjenester som fysikalsk institutt og helse- og omsorgssenter.

Senteret bærer preg av spredt bebyggelse. I tilgrensende område ligger skole. For senteret er det et pluss at disse tjenestene, både varehandel, næring og tjenesteyting, er samlet innenfor et begrenset geografisk område.

Det er kollektivtilbud langs Snertingdalsvegen. Det er i liten grad tilrettelagt for gående og syklende i området, det er belysning langs kjørevegen, men ingen gang- og sykkelveg. Årdsogntrafikken i Snertingdalsvegen gjennom senteret ligger på ca. 1600 kjøretøy.



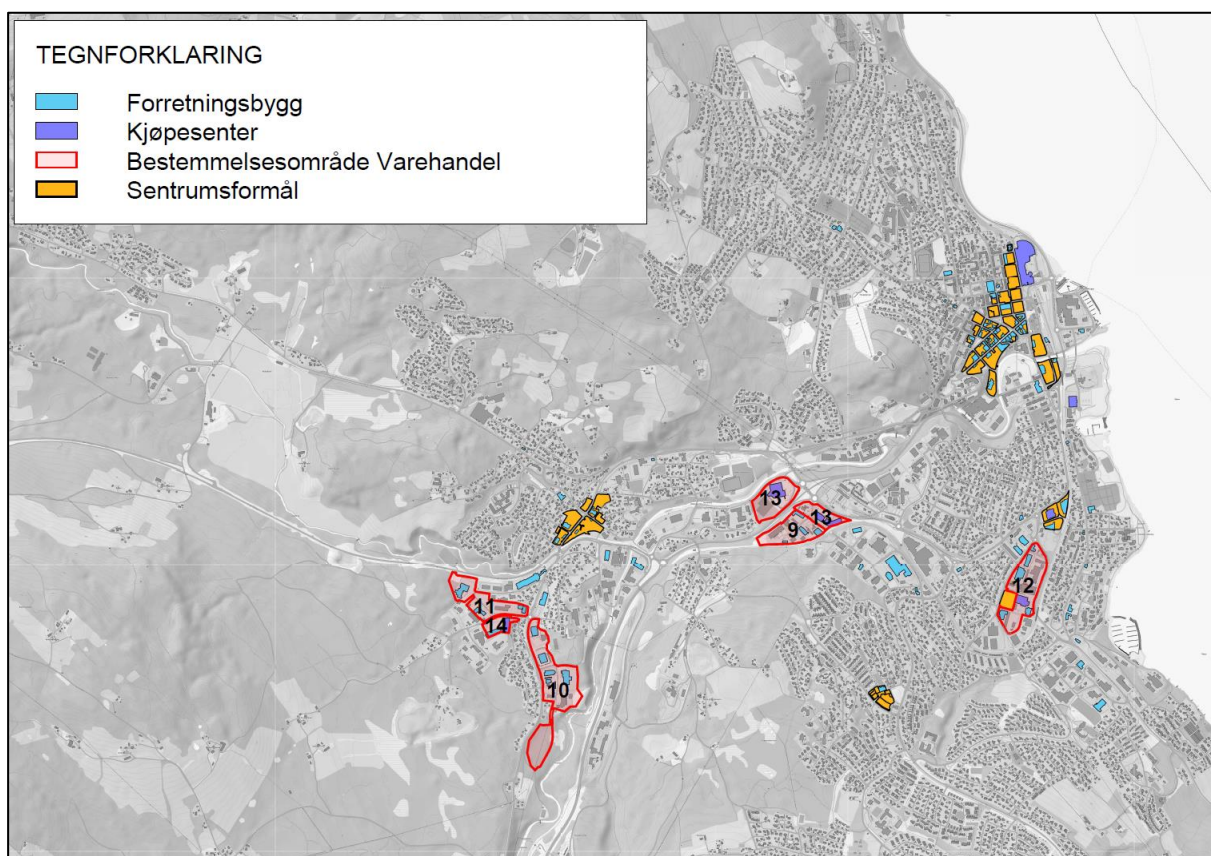
Figur 9 Snertingdal sentrum - Illustrasjoner viser kommuneplanens arealformål sentrumsformål (brunt)

## 3.3 Områder for plasskrevende varehandel og storhandel

Dette kapittelet inneholder en gjennomgang av områder avsatt i kommuneplanens arealdel for plasskrevende varehandel og storhandel. Disse områdene har til dels betydelig innslag av detaljhandel, med en blanding av plasskrevende varegrupper, storvarehandel, mm. Områdene har utviklet seg gjennom etablering av forretninger over lengre tid. Gjennom forrige revisjon av kommuneplanens arealdel ble arealene avsatt som bestemmelsesområder for storhandel og plasskrevende varehandel. En del av områdene med kombinerte formål i kommuneplanen åpner også opp for varehandel og disse vil bli nærmere gjennomgått.

### 3.3.1 Varehandel gjennom bestemmelsesområder

Gjennom kommuneplanen er det angitt bestemmelsesområder som åpner opp for plasskrevende og storhandel. Figur 10 viser oversikt over disse områdene. I tillegg viser figuren etablerte bygninger for forretning og kjøpesenter som synliggjør at en del av disse ligger utenfor arealformål og bestemmelsesområder for varehandel. Noen av disse forretningsbyggene ligger i arealformål for kombinert bebyggelse, og andre i områder avsatt til næringsbebyggelse. Tabellen gir en oversikt over bestemmelsesområdene og type virksomheter som er etablert der.



Figur 10 Oversikt over områder hvor varehandel er tillatt og eksisterende bygg for forretning og kjøpesenter.

| Varegruppe               | Bestemmelses-område      | Arealformål                        | Beskrivelse                                                                                                             |
|--------------------------|--------------------------|------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Plasskrevende varehandel | BEST OMR 9 Kallerud      | Forretning/<br>Kontor/<br>Industri | Området er ferdig utbygd. Rommer plasskrevende varehandel, storhandel og øvrig detaljvarehandel samt næringsvirksomhet. |
|                          | BEST OMR 10 Damstedet    | Forretning/<br>Kontor/<br>Industri | Området er under utbygging. Rommer plasskrevende varehandel samt næringsvirksomhet.                                     |
|                          | BEST OMR 11 Aas skog     | Forretning                         | Området har areal som ikke er utbygd. Rommer plasskrevende varehandel.                                                  |
|                          | BEST OMR 12 Kirkeby      | Forretning                         | Området er utbygd. Rommer plasskrevende varehandel og øvrig detaljvarehandel samt næringsvirksomhet.                    |
| Storhandel               | BEST OMR 13 Kallerud II  | Forretning                         | Området er fortsatt under utbygging. Rommer storhandel, plasskrevende varehandel og øvrig detaljvarehandel.             |
|                          | BEST OMR 14 Rubosenteret | Forretning                         | Området er utbygd. Rommer detaljvarehandel, inkludert storhandel og plasskrevende varehandel, samt næringsvirksomhet.   |

### 3.3.2 Varehandel gjennom arealformål i kommuneplanen

I kommuneplanen er det også åpning for varehandel gjennom kombinerte formål som omfatter forretningsformålet og rene forretningsformål.

To områder er Kallerud og Mustad, hvor det er åpning for varehandel gjennom arealformålet, se Figur 11. Gjennom gjeldende reguleringsplan for Kallerud næringspark tillates plasskrevende varehandel for 13500 m<sup>2</sup> og 1500 m<sup>2</sup> til annen varehandel.



Figur 11 Områder for plasskrevende varehandel og storhandel (lys lilla) og næringsområder (mørk lilla) og kombinerte områder (gul skravur). En del av næringsområdene og de kombinerte områdene inneholder varehandel

I Hunndalen er det åpning for varehandel i områder som ikke er definert som avlastningsområde innenfor bestemmelsesområde for plasskrevende- eller storhandel, der forretning tillates som et kombinert formål, se Figur 12. Områdene huser blant annet plasskrevende varehandel og dagligvare (øvrig detaljhandel). Innenfor arealformålet næring i det gamle Sivesindbygget er det etablert storhandel og tjenesteyting.



Figur 12 Områder for plasskrevende varehandel og storhandel (lys lilla) og næringsområder (mørk lilla) og kombinerte områder (gul skravur). En del av næringsområdene og de kombinerte områdene inneholder varehandel

På Kirkeby og langs Østre Totenveg er det regulert forretnings- og kombinert formål for varehandel som verken ligger innenfor bydelssentrene eller er angitt som bestemmelsesområde for plasskrevende varehandel eller storhandel, se Figur 13. Områdene rommer blant annet handel som verken er plasskrevende varehandel eller storhandel.



Figur 13 Områder for plasskrevende varehandel og storhandel (lys lilla) og næringsområder (mørk lilla) og kombinerte områder (gul skravur). En del av næringsområdene og de kombinerte områdene inneholder varehandel

Ved Vindingstad er det også eksempler på varehandel som verken er plasskrevende varehandel eller storhandel innenfor næringsformål. I tillegg til disse eksemplene er det også andre areal hvor varehandel tillates. Dette viser at detaljvarehandel er utbredt og at det er vanskelig å få en god oversikt over hvor det er.

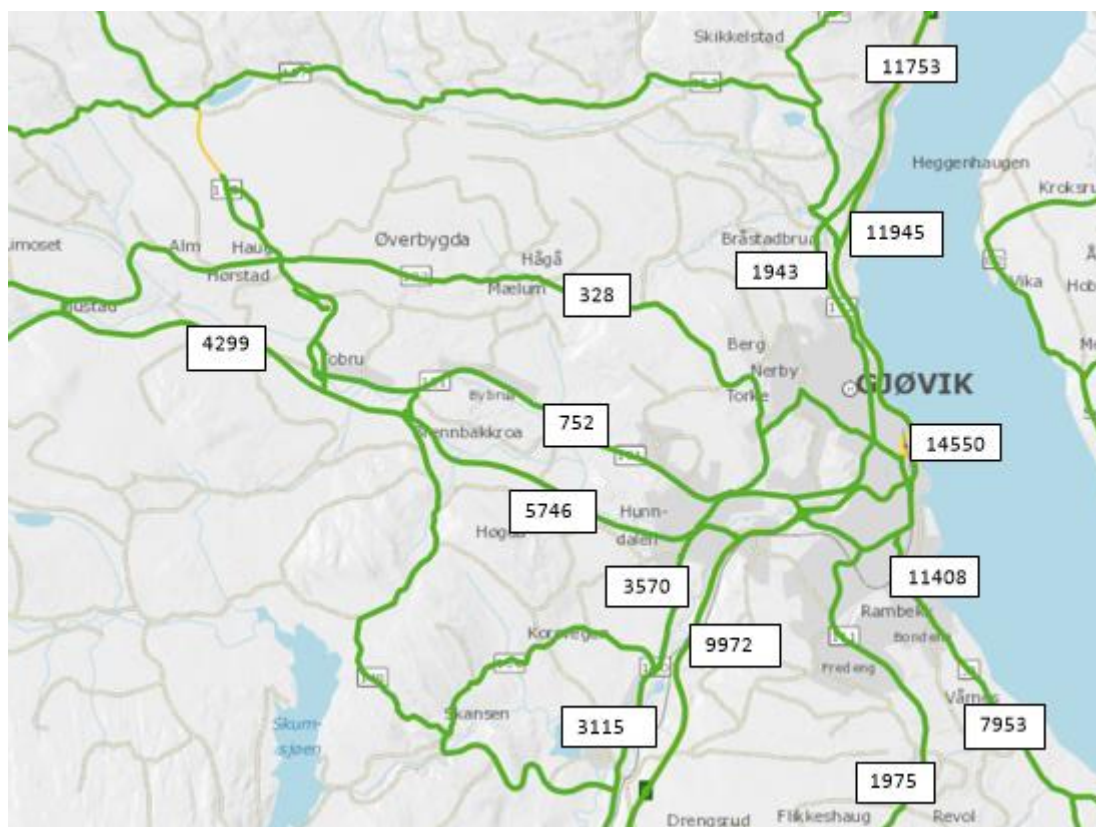
### 3.4 Infrastruktur

#### Hovedveier

Gjennom Gjøvik går rv. 4 og fv. 33 som sammen med Hunnselva og jernbanen deler opp Gjøvik by er barrierer for videre byutvikling mot Mjøsa og strandsonen.

Figur 14 viser trafikk tall for Gjøvik og områdene omkring Gjøvik for år 2016. Tallene er oppgitt i ÅDT (årsdøgntrafikk) som er et beregnet tall basert på trafikk tellinger der trafikken over ett år blir fordelt likt på årets dager. ÅDT vil ligge til dels betydelig høyere i sommersesongen og i helgene. Vi ser at høyeste registrerte trafikk tall er 14 550 registrert på rv. 4 gjennom Gjøvik sentrum. De høye tallene i Gjøvik sentrum tyder på at det skjer en del interntrafikk innad i Gjøvik by. Det er høye trafikk tall på begge sider av Gjøvik, noe som tyder på at det er en stor del gjennomgangstrafikk.

Sett i forhold til en videre utvikling av Gjøvik sentrum, er det en utfordring med en for så vidt tung trafikkåre gjennom sentrum. Samtidig må en også se at denne trafikkåren gir økt handel i sentrum som følge av at handelsomlandet har lett tilgjengelighet til sentrum.



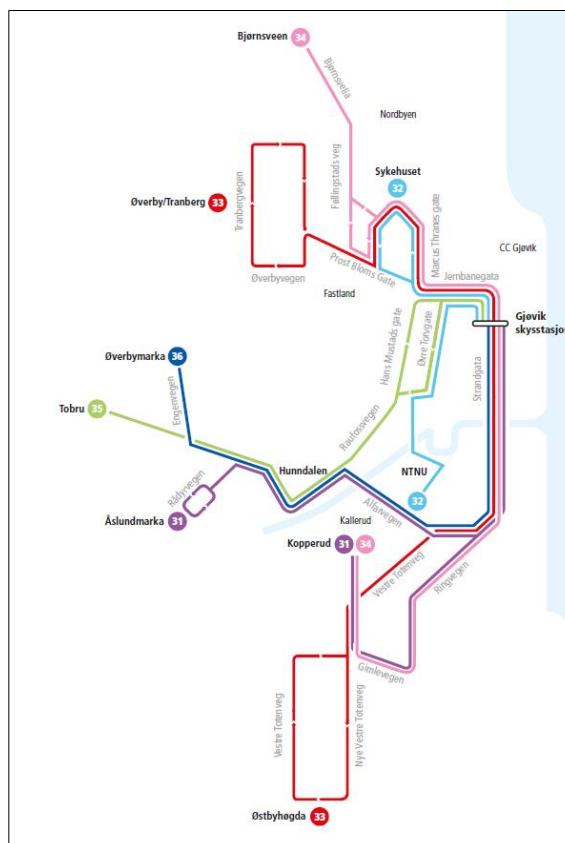
Figur 14. Trafikktall for Gjøvik og omland (2016). Trafikktall i ÅDT. Kilde: vegvesen.no – vegkart – trafikkmengde.

### Kollektivsystemet

Gjøvik kommune konkurrerer med nabokommuner om å være attraktiv overfor nye innbyggere og næringslivet. Et moment som kan ha betydning for om byen som regionsenter oppleves som attraktiv er hvordan infrastrukturen er i området. Mulighet for grønne reisevalg gjennom å reise kollektivt bygger oppunder en bærekraftig byutvikling, og må være godt utbygd for å oppleves som attraktivt.

Det regionale kollektivtilbudet til Gjøvik består i all hovedsak av buss og tog. Gjøvikbanen går mellom Gjøvik og Oslo S via Hadeland og har 12 avganger i døgnet. Toget bruker ganske nøyaktig 2 timer på de 12 milene mellom Gjøvik og Oslo. Til sammenligning er Hamar og Lillehammer en del av intercity-triangelen til Oslo og har henholdsvis 24 og 22 avganger til Oslo på hverdager. Reisetiden med tog mellom Hamar og Oslo er 1 time og 20 minutter på omtrent samme reiselengde som mellom Gjøvik og Oslo.

Figur 15 Rutekartet over bybussen i Gjøvik (Kilde: Opplandstrafikk)



Mellom mjøsbyene er det rutebuss med timesavganger på hverdager og med ekspressbusser Lillehammer - Gjøvik og Hamar - Gjøvik morgen og ettermiddag.

Nærmeste flyplass er OSL Gardermoen. Dit går det buss Gjøvik – Oslo med 8 avganger på hverdager, 2 på lørdager og 5 på søndager.

### **Gjøvik sentrum**

Gjøvik sentrum har kollektivknutepunktet skysstasjonen for buss og jernbane. Skysstasjonen er navet for bybuss, regionale bussruter, flybuss og ekspressruter, ca. 40 bussruter totalt. I tillegg er det en rekke bussholdeplasser i sentrum og langs inn- og utfartsvegene.

Gjøvik sentrums sterke posisjon i senterstrukturen henger nær sammen med sentrums rolle som navet i kollektivsystemet. Eller sagt med andre ord – byens kollektivsystem er bygget ut med utgangspunkt i sentrums rolle som kommune- og handelssenter. Gjøvik sentrum er det området som har det absolutt beste kollektivtilbudet i byen og kommunen.

### **Kirkeby nord bydelssenter**

Nærmeste holdeplass som dekker Kirkeby nord er Kaspergården. Holdeplassen er knyttet opp mot både bybusser og regionale ruter og tilbyr ca. 7-9 avganger i timen i retning sentrum på dagtid hverdag. Et par av rutene har samme avgangstid fra holdeplassen.

### **Kirkeby sør bydelssenter**

Bydelssenter Kirkeby sør dekkes opp av holdeplassen Alfarvegen i Ringvegen. Holdeplassen dekkes opp av bybusser og arbeids- og skoleruter. Regionrutene dekkes av holdeplasser i noen minutters gangavstand langs Vestre eller Østre Totenveg. På hverdag dagtid er det ca. 2-3 avganger i timen i retning sentrum.

### **Kopperud bydelssenter**

Kopperud bydelssenter dekkes opp av bybuss og skolebuss på holdeplassene Kalkvegen – Korallvegen og Sandli langs Vestre Totenveg. På dagtid hverdag er det ca. 4 avganger i timen i retning sentrum (2 med samme avgangstid fra hver holdeplass) mens det på morgen og ettermiddag kan være ca. 5-7 avganger (2 med samme avgangstid fra hver holdeplass) i retning sentrum fra området.

### **Hunndalen bydelssenter**

Hunndalen bydelssenter er betjent med holdeplasser sentralt langs Raufossvegen som betjener begge retninger. Fra Hunndalen mot sentrum går det på dagtid en vanlig hverdag ca. 5 busser i timen, 3 av disse på samme tidspunkt. Fra Hunndalen går det busser videre til Raufoss, Hov og Dokka (Fagernes).

## 4 Kunnskapsgrunnlag

Det finnes en lang rekke forskningsrapporter og andre utredninger om sammenhengen mellom sentrumsmiljø og detaljhandel. Det er allmenn enighet i planfaglige miljøer om at handel er en viktig funksjon i bykjernen, og bidrar positivt til bysentrums attraktivitet og rolle som møtested for byens innbyggere. Gitt kommunens mål for sentrum og sentrumsmiljø, synes det derfor viktig å legge godt til rette for varehandel i sentrum.

Men samtidig viser utviklingen i Gjøvik og andre byer at det også finnes andre syn på dette, da det i mange kommuner gjøres vedtak som bidrar til å svekke sentrum som handelssted. Vi ser det derfor som viktig at vi innleder handelsanalysen med en kort oversikt over kunnskapsgrunnlaget omkring spørsmålet. Det gis enkelte kildehenvisninger, og relevante utdrag/resultater gjengis.

### 4.1 Forskning, rapporter og undersøkelser

#### 4.1.1 Klimavennlige og attraktive byer

Transportøkonomisk institutt (TØI) er et nasjonalt senter for samferdselsforskning med ansvar for å drive og fremme forskning til nytte for norsk samfunns- og næringsliv. TØI skal også formidle informasjon om forskningsresultater og bidra til at forskningsresultatene blir nyttiggjort i samfunnet gjennom samarbeid med brukerne. TØI har utarbeidet flere rapporter om klimavennlige og attraktive byer. Dette legges derfor til grunn som en viktig del av kunnskapsgrunnlaget for vurderingene i rapporten.

##### «Areal- og transportutvikling for klimavennlige og attraktive byer», TØI-rapport 1593/2017

Rapporten gir et omfattende kunnskapsgrunnlag for areal- og transportutviklingen for klimavennlige og attraktive byer, og vi har forsøkt å plukke ut aktuelle funn som er interessante og relevante for Gjøvik.

##### Bylivsundersøkelser

Rapporten viser til en bylivsundersøkelse fra Oslo hvor det er undersøkt hva som er utløsende årsak til at besøkende velger å reise til sentrum og hvilke tilbud de benyttet seg av når de var i sentrum. 21 % oppga planlagte innkjøp som formål, 41 % skulle møte bekjente, 40 % skulle spise og drikke og 25 % dro til sentrum for å oppleve bystemningen. Mange oppga at de kombinerte flere formål, som for eksempel handel og sosiale aktiviteter, når de dro til sentrum. Når respondentene ble spurt om hovedformål for besøket, oppga 81 % sosiale aktiviteter.

Bylivsundersøkelsene fra Oslo og København viser at gode bymiljøer og gaterom er viktige for de som bruker sentrum. I Oslo vektla de spurte folkeliv og stemning, tilgangen til grøntareal og god tilgjengelighet. De likte ikke tiggere, trafikk og søppel. Når man så på hvor i sentrum folk oppholdt seg er det størst konsentrasjon av mennesker i bilfrie byrom med aktive fasader, som Aker Brygge og Karl Johans gate med sidegater. En undersøkelse fra Hordaland indikerer at utformingen av sentrum er viktig og at besøkende foretrekker at deres sentrum er utformet som en liten by med gater og plasser fremfor at det er utformet som et kjøpesenter.

##### Kjøpesentre og storhandel

Rapporten tar for seg den underliggende diskusjon som dreier seg om hvorvidt sentrum kan romme den type handel som etableres i handelsområder utenfor sentrum, og om det faktisk er i konkurranse med sentrum. Handelsanalyser forutsetter ofte at det kun er varer som selges i spesialbutikker i eksterne kjøpesentre som representerer konkurranse mot sentrum. Handel med andre typer varer (for

eksempel store varer som kjøleskap og biler) eller varer som selges i storhandelskonsepter og big-box (som sportsutstyr) forutsettes å ikke representere konkurranse. Man kan argumentere med at det derimot er slik at all handel utenfor sentrum representerer konkurranse med sentrum. Når det etableres en sportsbutikk i en big-box utenfor sentrum, representerer dette konkurranse mot sportsbutikkene i sentrum. På samme måte representerer salg av snittblomster, servietter og sesongvarer på hagesentre og møbelbutikker utenfor sentrum konkurranse med butikker som selger slike varer i sentrum. Noen oppfatter også at mange vareslag, som hvitevarer og møbler, ikke kan selges i sentrum, og at handelskonsepter som XXL ikke kan innpasses i bysentrum. Dette er beviselig feil, siden man finner slike butikker og konsepter i sentrum i mange byer.

Det er likevel neppe slik at all detaljhandel bør skje i sentrum. Både for innbyggere, transportsystem og miljø kan det ofte være fordelaktig at folk kan utføre handel og service som de bruker ofte i nærheten av bostedet. Derfor er det ofte riktig å bygge ut lokale tilbud eller små sentre i direkte tilknytning til store og tette boligkonsentrasjoner. Da er det viktig at størrelsen på og tilbudet i disse sentrene tilpasses at de skal være lokalsentre for et visst område. Tillates de å bygges større og mer velassorterte, må sentrene hente inn mange leietakere og trekke kunder fra et større omland. Det betyr direkte konkurranse med sentrumshandelen.

#### Attraktive byer

Gode steder å bo og drive virksomhet i er i rapporten definert som attraktive byer. Viktige kvaliteter som innbyggere i tette indre byområder verdsetter, er blant annet godt kollektivtilbud, trivelige gater og plasser med liv og aktivitet, kort vei og god tilgjengelighet til handel, service, kulturtilbud, skole og jobb, og til ulike typer utearealer av høy kvalitet, trafiksikker tilgjengelighet og fravær av støy og lokal forurensing. Tilgang til gode utearealer er viktig for befolkningens trivsel, helse og livskvalitet. Byutvikling som bidrar til økt tilgjengelighet til gode utearealer, er byutvikling som bidrar til mer attraktive byer.

For å oppnå liv og aktivitet i sentrum, må mange mennesker bruke sentrum. Dette krever at mange bor og jobber i og ved sentrum og at det er et stort tilbud av varer, tjenester og opplevelser. God transportkvalitet og en 'kortreist hverdag' er også faktorer som kjennetegner en attraktiv by.

### **4.1.2 Handel, tilgjengelighet og bymiljø**

#### **«Handel, tilgjengelighet og bymiljø», TØI-rapport 1400/2015**

Rapporten oppsummerer funn fra litteraturstudie om sammenhenger mellom handel, tilgjengelighet og bymiljø i sentrum. Rapporten viser at det er en klar tendens til at sentrum taper markedsandeler til eksternt lokalisert handel, som kjøpesentre, handelsparker og storhandelskonsepter, i løpet av den siste tiårsperioden.

En økende andel av handelen i sentrum foregår i kjøpesentre i sentrum, mens kjøpesentrene utenfor sentrum opprettholder sine markedsandeler. I mange tilfeller er det ulike storhandelskonsepter og handelsparker utenfor sentrum som vinner markedsandeler. Det ser ikke ut til at det er systematiske forskjeller mellom større og mindre byer når det gjelder disse tendensene, verken i omsetningsandeler eller utvikling.

Nærhet er viktig når folk velger handlested. Halvparten av handlereisene til bysentre og lokalsentre er 2 km eller kortere. Kombinasjonen av at store deler av bolig- og arbeidsplassutbyggingen i norske byer har skjedd andre steder enn i og ved sentrum, at byene har blitt mer bilbaserte og utbygging av kjøpesentre og storhandelskonsepter utenfor har gjort at eksternt lokalisert handel har blitt mer tilgjengelige, mens sentrum har blitt mindre tilgjengelig.

Når sentrum taper markedsandeler, skyldes det også at eierstrukturen i kjøpesentre og andre eksterne handleområder matcher eierstrukturen i handelen bedre enn eierstrukturen i mange norske

bysentre. I sentrum har man ofte en fragmentert gårdeierstruktur med mange og små eiere, som ikke driver profesjonelt med eiendomsutvikling og utleie. Dette bidrar også til at kjøpesentre kan gi bedre service til leietakerne og sikre at de har gode handelsnaboer.

Brukerne oppgir ofte flere formål ved sentrumsbesøk, og handel er ikke det viktigste formålet i større byer (rapporten er basert på undersøkelser for større byer). Sentrum må derfor ha flere typer attraksjoner som trekker folk, som et bredt handelstilbud, en livlig gågate der det skjer noe og man treffer folk, eller kulturtilbud og opplevelser det er verdt å oppsøke. Kjøpesentre i sentrum kan bidra til å styrke sentrum dersom de er riktig lokalisert, dimensjonert og utformet. Brukerne oppholder seg mest i bilfrie byrom med aktive fasader.

En viktig forutsetning for høy detaljvareomsetning i sentrum er at handelsaktører velger å etablere seg her. Handelsaktører vektlegger god tilgjengelighet til sentrum med alle transportmidler, er opptatt av bymiljø og at sentrum må tilby kvaliteter som kjøpesentrene ikke har. De er også svært opptatt av hvilke andre butikker som ligger i sentrum og mener at det kun bør være publikumsrettede aktiviteter på gateplan i handlegatene.

Prosjekter som gir bedre gåmiljø i sentrale deler av sentrum bidrar til å øke befolkningens bruk av disse områdene og til å styrke handelen. Avveininger mellom god biltilgjengelighet og godt bymiljø kan løses gjennom bevisst prioritering av gående i de viktigste gangstrøkene, progressiv prising av parkeringsplasser ved disse strøkene og parkering for arbeidstakere og andre i utkanten av sentrum.

#### 4.1.3 Handel i og utenfor bysentrum

##### Rapporten «Handel i og utenfor bysentrum» (Asplan Viak AS, 2013)

###### Evaluerings av «Rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre»

I norske byer og tettsteder har det vært en økende tendens til etablering av kjøpesentre i utkanten av, og utenfor bysentrum. Noe som påvirker konkurranseforholdet i forhold til sentrum og kan gi økt transportarbeid i forbindelse med innkjøpsreiser. Hensikten med rikspolitisk bestemmelse for kjøpesentre var å hindre byspredning, og bidra til å styrke by- og tettstedssentre.

Miljøverndepartementet ønsket å få belyst hvordan utviklingen i handelen har vært for bysentre og eksterne kjøpesentre, for utvalgte byområder. Rapporten viser hvordan markedsandelene for henholdsvis bysentrum og eksterne kjøpesentre har utviklet seg. Er det slik at eksterne kjøpesentre tar markedsandeler fra bysentrene?

###### Bysentrum har hatt tilbakegang og fått redusert sin markedsandel

Dette er det generelle utviklingstrekk, selv om det er variasjoner i bildet. De byer/byområder det er innhentet omsetningstall fra er følgende: Nedre Glomma-regionen, Drammen (+ Eiker og Lier), Grenlandsregionen, Arendalsregionen, Kristiansandsregionen, Stavangerregionen, Haugalandet og Trondheim. I alle disse byregionene er det en senterstruktur som innbefatter store kjøpesentre beliggende utenfor bykjernen. Det store bildet er at bysentrum går tilbake i handelsomsetning, mens kjøpesentrene utenfor bysentrum har økt sin markedsandel.

#### 4.1.4 Gjøvik – bysentrum og CC-Gjøvik

##### CC Gjøviks kundeundersøkelse

Senteret gjennomfører hvert år en kundeundersøkelse. Resultatene fra den siste, høsten 2017, er kort gjengitt under. Basert på intervjuer av 501 tilfeldige kunder, på vei ut av senteret.

- Andelen som handler ukentlig eller oftere går ned. For bosatte i Gjøvik ligger denne andelen på 49 % (ned fra 69 % i 2015). Flere grunner til nedgang nevnes, som bruk av andre kanaler

(internett), og kvalitet og attraktivitet (dyrt, dårlig utvalg og kjedelig). Det nevnes også at senteret er stort og vanskelig å orientere seg i.

- 6 av 10 var sammen med andre ved besøket i senteret.
- 16 % handler i senteret flere ganger i uken. For bosatte i Gjøvik var denne andelen 22 %.
- Hvorfor ble CC Gjøvik valgt? 43 % oppga som grunn «en konkret butikk», 17 % oppga sosialt samvær.
- Kundene besøkte i snitt 3,3 butikker.
- 1 av 5 handler i sentrum når de ikke handler på CC.

Den kunnskapen vi kan hente fra undersøkelser av denne typen bør ikke trekkes for langt. Men det synes å være grunnlag for å konkludere med at CC representerer sterk konkurranse med øvrig sentrumshandel, og at besøk på CC for mange også sosialt representerer et alternativ til å besøke bysentrum.

### Ministudie Hamar sentrum (etter CC Stadion-etableringen)

Hamar sliter som mange andre kommuner med tomme lokaler i sentrumsgatene. De før så levende handlegatene kan synes som om de er dømt til et liv i stillhet. Nå tar kommunen og gårdeiere initiativ for å snu den negative trenden, og har engasjert konsulenter til oppdraget.

Gjennom prosjektet ønsker Hamar kommune å finne en vei for fremtidens Hamar sentrum. Gjennom investeringer i nytt kulturhus med kino og bibliotek har allerede deler av sentrum fått en oppgradering. Men gågaten er lang, og dette er ikke nok. For å komme videre ønsker man å samle gårdeiere og kommune i et felles initiativ som kan lede til felles mål og tiltaksplan. De ønsker å etablere en langt sterkere og mer formalisert form for samhandling.

Hamar har et forholdsvis vidstrakt sentrum, og i fremtiden må kommunen og grunneiere finne en konsensus om fremtidens sentrum. Det er ikke mennesker nok til å fylle alle smågater med yrende byliv, og innsatsen bør fokusere på et noe snevrere geografisk område enn i dag.

Denne saken er ganske så typisk for det man finner tallrike eksempler på. Kommunen har først hatt en viktig rolle ved planleggingen av det nye kjøpesenteret, her CC Stadion, for deretter å måtte engasjere seg sterkt for å motarbeide nedgangen i handelen i sentrumsgatene.

### Town Management-prosjektet i Gjøvik

Bakgrunnen for prosjektet var ønske om styrke sentrum og skape et mer attraktivt bysentrum, blant annet gjennom samarbeid mellom de ulike aktører i sentrum (grunneiere, varehandel, mm.). Prosjektet er avsluttet, og grunnen skal være manglende resultater.

### Møtereferat - Gjøvik handels- og næringsforening

I forbindelse med utarbeiding av handelsanalysen, er det avholdt møte med styreleder i Gjøvik handels- og næringsforening. Foreningen teller over 100 medlemmer fra ulike bransjer og har gjennom mange år vært en drivkraft for utvikling av sentrum og for å ivareta handelsstandens interesser i viktige saker. De har ingen egne statistikker eller analyser å vise til, men foreningen har et tett samarbeid med Byen vår Gjøvik. 15 butikker i sentrum rapporterer ukentlige omsetningstall til Byen vår Gjøvik. Dette omfatter utvalgsvarer med klær, sko, sport, interiør mm. Omsetningstallene viser at sommerhalvåret er en viktig tid for sentrumshandelen og omsetningen er lavere i vinterhalvåret. Dette kan skyldes redusert fremkommelighet og at været ikke frister så mye til å gå i sentrum. Handelsområdet til Gjøvik sentrum omfatter også Østre og Vestre Toten og deler av Ringsaker. Sentrum merker ikke konkurransen fra Amfi Raufoss og mener sentrum har lagt den verste knekken bak seg etter etableringen av CC. Foreningen jobber mye med opplevelser knyttet til handel i sentrum og mener sentrum går godt. Foreningen og sentrum har et høyt aktivitetsnivå og fremhever spesielt nattåpent som et viktig tiltak. De ønsker flere studenter til sentrum og gjerne både studenthus og kulturhus etableres i sentrumskjernen, og bidra til at byen fylles med liv.

## Møtereferat – CC Gjøvik

Det er avholdt møte med senterleder. Senterledelsen har et omfattende underlag av statistikk over besøkende, omsetningstall og kundeundersøkelser. Omsetningen av senteret har økt etter at CC Stadion på Hamar åpnet og CC Gjøvik holder god stand som handelsmagnet i regionen, noe som også sentrum drar nytte av. 20 % av leietakerne er lokale gründere som senterlederen anser som et pre for CC Gjøvik.

Det har blitt færre besøk av innbyggere i Gjøvik kommune. CC har en fordel med CC Mat og Vinmonopolet på samme etasje og hytteturismen gir et stort kundegrunnlag. Fredag er den store handledagen (mot normalt lørdager). 70 % av de handlende kommer utenfra Gjøvik-Totonområdet. CC peker på at handelslekkasje i form av shopping-turer til utlandet er en større trussel enn netthandelen og viser til Virke handelsrapport: 87 % av handelen skjer i Norge. Av de 13 % er det 40 % som er netthandel, resten er handelslekkasje på reise til utlandet.

## CCs fremtidsplaner

CC var i lokalavisa med sine tanker om fremtiden. CC mener det er nødvendig å ta radikale grep for å tilpasse seg fremtiden. Peker på andre kjøpesenter som kombinerer handel med tjenestetilbud, kultur, boliger og hotell som eksempel. Vurderer både utbygging og ombygging av eksisterende bygningsmasse. Bygningsmassen er over 30 år gammel og man ser mange muligheter for fornyelse. CC vil i løpet av våren 2018 ta noen store og viktige valg med hensyn til videre satsning og er opptatt av at kjøpesenteret må skape opplevelser for å være attraktivt; lage gode møteplasser, tilby eventer og arrangementer som gjør at kundene har lyst til å komme (når man i dag kan få tak i hva man vil hvor man vil og når man vil). Forretninger som kombinerer fysisk butikk og netthandel har størst mulighet for å overleve og alle senterets butikker må bli digitale.



Figur 16 Faksimile fra Oppland Arbeiderblad  
24. november 2017

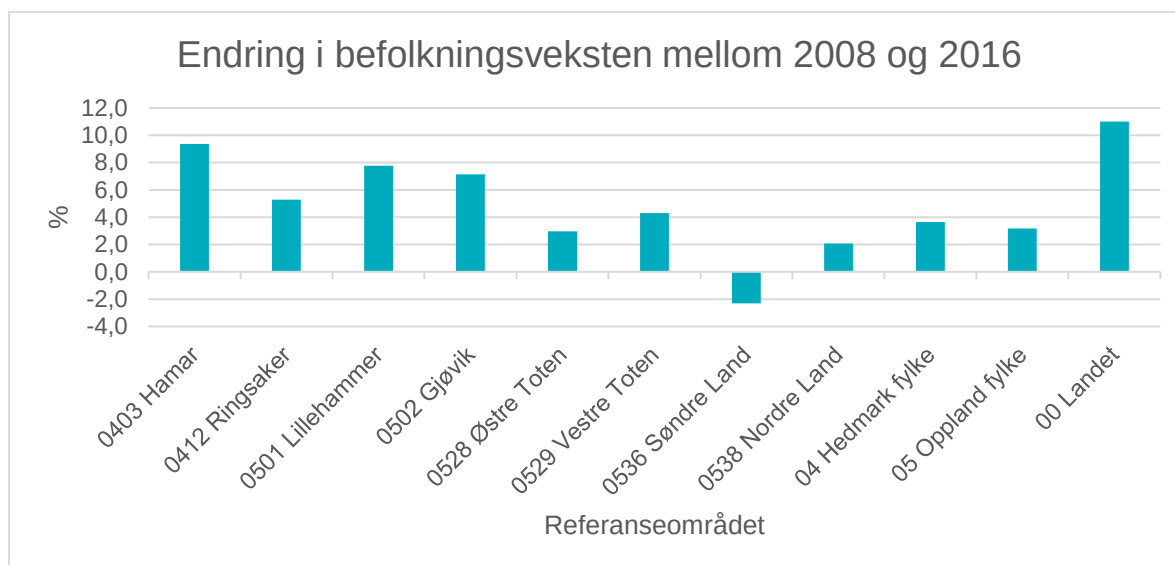
## 4.2 Statistikkgrunnlag

I dette kapittelet blir et utdrag av tilgjengelig befolkningsstatistikk og handelsstatistikk presentert. Statistikkgrunnlaget viser detaljhandelens utvikling i perioden 2008-2016 sammenstilt med befolkningsutviklingen for Gjøvik og referanseområdet.

### 4.2.1 Befolkningsutviklingen

I det følgende presenteres tabeller som viser befolkningsutviklingen mellom 2008 og 2016 samt SSBs befolkningsframskriving frem til 2040.

Fra 2008 til 2016 ser vi av Tabell 1 at befolkningsveksten innen referanseområdet er lavere enn for landet for øvrig. Oppland har hatt noe lavere befolkningsvekst enn Hedmark. Bykommunene Hamar, Lillehammer og Hamar har hatt størst vekst med mellom 7,8 % og 9,4%, mens Gjøvik har hatt 7,1 % vekst i befolkningen.



Tabell 1 Befolkningsveksten for referanseområdet mellom 2008 og 2016. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult

Befolkningsframskrivingen basert på Alternativ MMMM fra SSB viser en vekst på 19,2 % for Gjøvik frem mot 2040 til 36.000. innbyggere. Gjøvik har en befolkningsframskriving som er høyere enn for landet totalt, og høyere enn de andre bykommunene i referanseområdet.

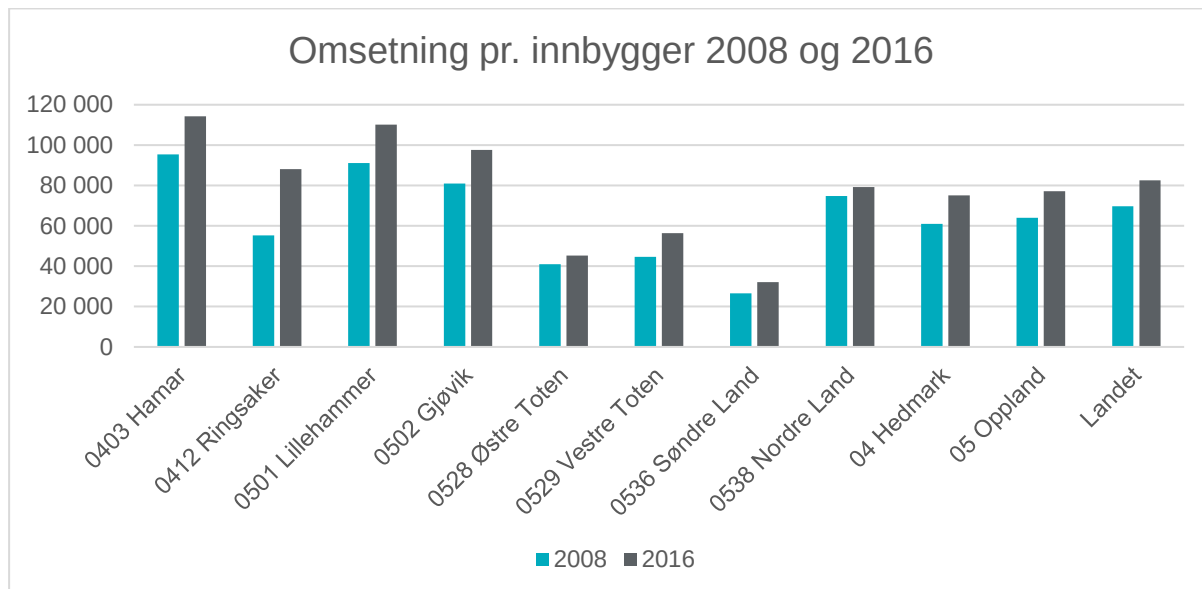


Tabell 2 Fremskrevet folkemengde vist som prosentvis utvikling etter Alternativ MMMM fra SSB. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult

#### 4.2.2 Omsetningstall for Gjøvik i en regional sammenheng

«Handelsbalansen» i referanseområdet bestående av nabokommuner og de øvrige Mjøsbyene, og endringer i perioden 2008 – 2016 er vist i Tabell 3. Det er de største byene (Hamar, Lillehammer og Gjøvik) som har høyest omsetning innenfor detaljhandel pr. innbygger i referanseområdet. Disse

byene har en sterk posisjon i det regionale marked, og fungerer som regionale handelssentre. Gjøviks rolle som regionalt handelssenter illustreres også gjennom de lave omsetningstallene for nabokommunene på Toten og Land.



Tabell 3 Omsetning innenfor detaljhandel pr capita pr kommune (kr) i referanseområdet. Tallene er eksklusiv omsetning av motorkjøretøyer og bensin, og eksklusiv merverdiavgift. Kilde SSB og KommuneProfilen.no.

Den totale omsetningen for detaljhandel (eksklusiv motorkjøretøy og drivstoff) i Oppland fylke i 2016 var 11,78 mrd kr. I Gjøvik ble det i 2016 omsatt for 2,29 mrd kr. I Gjøvik økte detaljhandelsomsetningen med 646 mill. kr fra 2008 til 2016, samtidig som befolkningen økte med 2 018 innbyggere.

Målt i gjennomsnittlig lønnsinntekt ligger Gjøvik og de andre kommunene i referanseområdet alle lavere enn landsgjennomsnittet. Innen referanseområdet varierer gjennomsnittlig brutto lønnsinntektsnivå på kommunenivå mellom 420 000 kr (Hamar) og 345 500 (Søndre Land). Gjøvik (395 000 kr) ligger lavere enn nabobyene Lillehammer (418 900 kr) og Hamar. Inntektsnivået er høyere i byene enn i landkommunene. Et lavere inntektsnivå kan være en forklaring på hvorfor omsetningen per person er noe lavere for Gjøvik enn Lillehammer og Hamar.

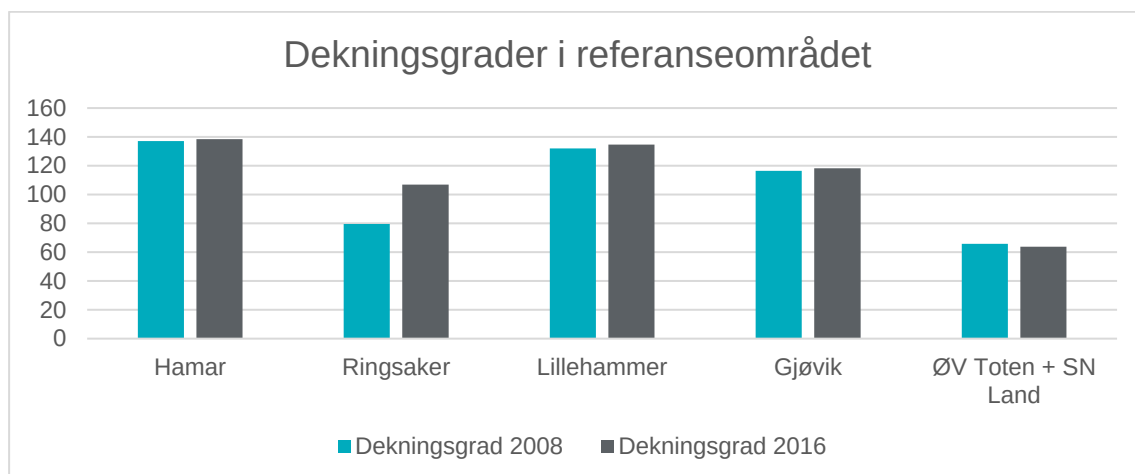
### 4.2.3 Dekningsgrader

Dekningsgraden er forholdet mellom omsetning i en handelssone og det antatte forbruket til bosatte i samme sone beregnet ut fra gjennomsnittstall. Dette blir uttrykt i prosent. En handelssone kan her være et fylke, en kommune, en bydel eller en region. Omsetningen i en handelssone kan beregnes samlet for all handel innen sonen, eller den kan angis for den enkelte varegruppe (NACE-kode).

Dekningsgraden beregnes slik:

$$((\text{Omsetning i handelssonen}) / (\text{Antatt forbruk pr person}) * (\text{Antall bosatt i handelssonen})) * 100$$

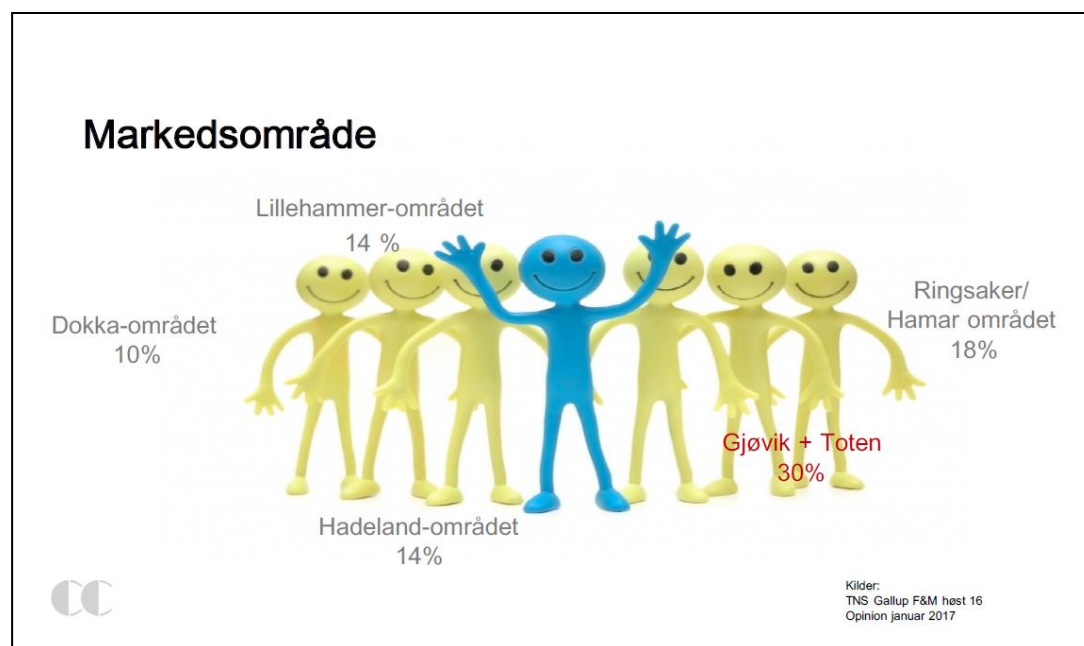
Dekningsgrad på over 100 % betyr at omsetningen innen detaljhandelen i kommunen er høyere enn befolkningsgrunnlaget skulle tilsi. Gjøvik kommune har i 2016 en dekningsgrad på 118 % (Tabell 4).



Tabell 4 Dekningsgraden innenfor detaljhandel pr kommune i referanseområdet.

#### 4.2.4 Markedsområder

Kommunene Gjøvik, Lillehammer og Hamar er ganske like i folketall – mellom 28 000 og 31 000 innbyggere. Avstanden mellom byene er så stor at omlandene ikke går inn i hverandre, men det er likevel en viss konkurranse byene imellom når det gjelder detaljhandel. Dette skyldes mye at alle byene omfatter store kjøpesenteretableringer, som alle har en god del «regional» handel. Det er en viss handelslekkasje byene i mellom, slik det fremgår av kundeundersøkelser for CC-Gjøvik.



Figur 17. Markedsområde for CC-Gjøvik. Kilde; CC-Gjøvik.

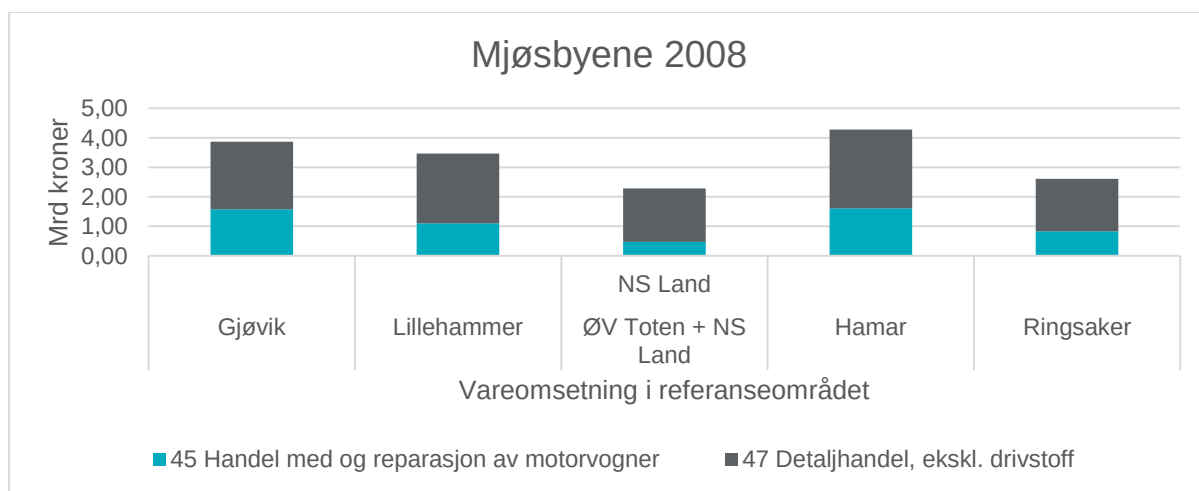
Handelsstrømmene kommunene i mellom må også ses i sammenheng med den interaksjon som finner sted mellom kommunene, blant annet som følge av omfattende arbeidspendling. Pendlingsstatistikken for 2016 viser at av Gjøviks vel 15 000 arbeidsplasser er ca. 5 300 innpendlere til kommunen. Samtidig har kommunen nesten 3 500 utpendlere. Det aller meste av pendlingen er arbeidsreiser mellom Gjøvik og nabokommunene (Ringsaker, Østre Toten og Vestre Toten), men det er også betydelige pendlingsstrømmer bykommunene imellom. Gjøvik har en positiv

pendlingsbalanse, med flere innpendlere enn utpendlere. Dette må tas med når man ser på størrelsen av markedet for detaljhandelen i kommunen.

#### 4.2.5 Endring i handelsbalansen mellom Mjøsbyene 2008-2016

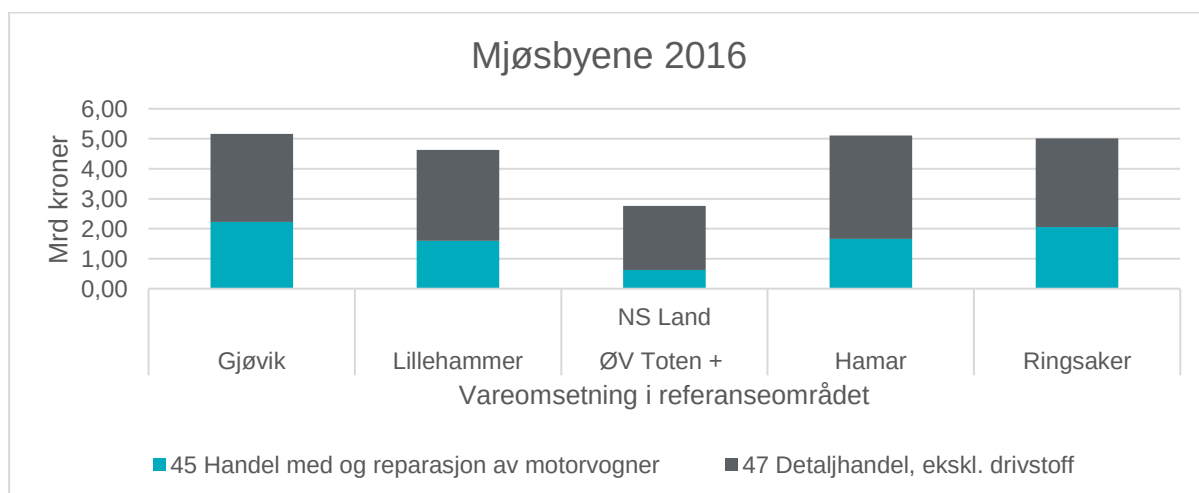
Summen av hovedgruppe 45 og 47<sup>2</sup> omfatter det vi i daglig tale kaller handel – enten dette dreier seg om dagligvarer, utvalgsvarer, storhandel eller plasskrevende varer. Hovedgruppe 45 omfatter i hovedsak detaljhandel med biler og motorkjøretøy, mens hovedgruppe 47 omfatter all annen handel som dagligvarer, møbler, utstyr, sport, fritid, klær, sko etc.

Vi har i Tabell 5 og Tabell 6 summert hovedgruppe 45 og 47 for årene 2008 og 2016.



Tabell 5 Total vareomsetning i hovedgruppene NACE 45 og 47 (ekskl. drivstoff) for referanseområdet i 2008.  
Kilde SSB. Bearbeidet av Norconsult.

Vi ser av Tabell 5 at Hamar var byen i referanseområdet med størst vareomsetning målt i kroner, med en omsetning på i alt 4,28 mrd kr i 2008. Gjøvik hadde nest største vareomsetning med en omsetning på 3,87 mrd kr. Handel med motorvogner utgjør en stor andel av omsetningen innen detaljhandelen.



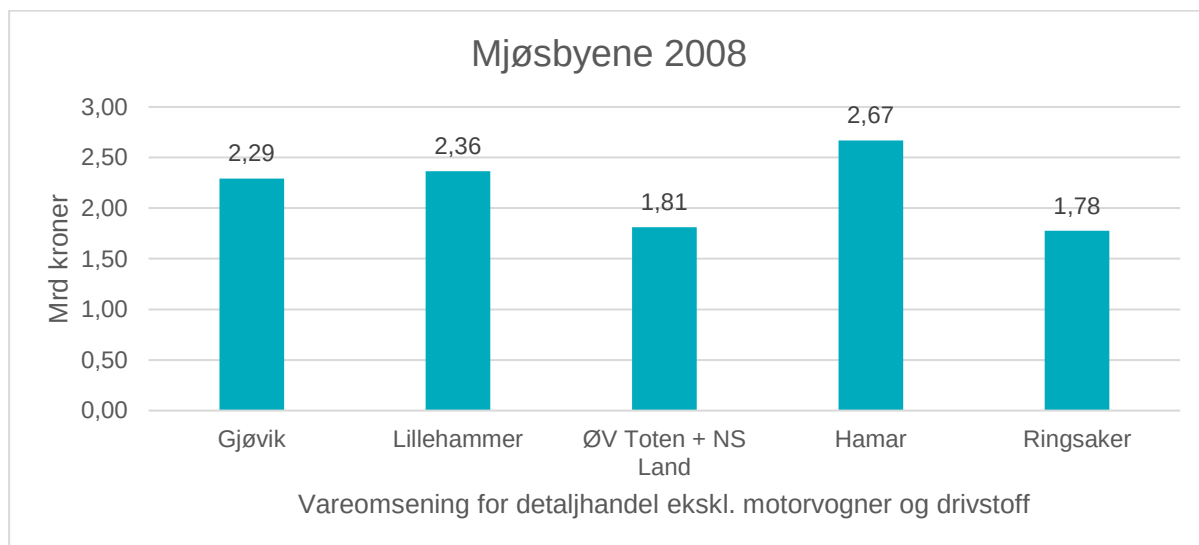
Tabell 6 Total vareomsetning i hovedgruppene NACE 45 og 47 (ekskl. drivstoff) for referanseområdet i 2016.  
Kilde SSB. Bearbeidet av Norconsult

<sup>2</sup> Hovedgruppe 45 og 47 referer til standarden NACE for gruppering av ulike næringsvirksomheter

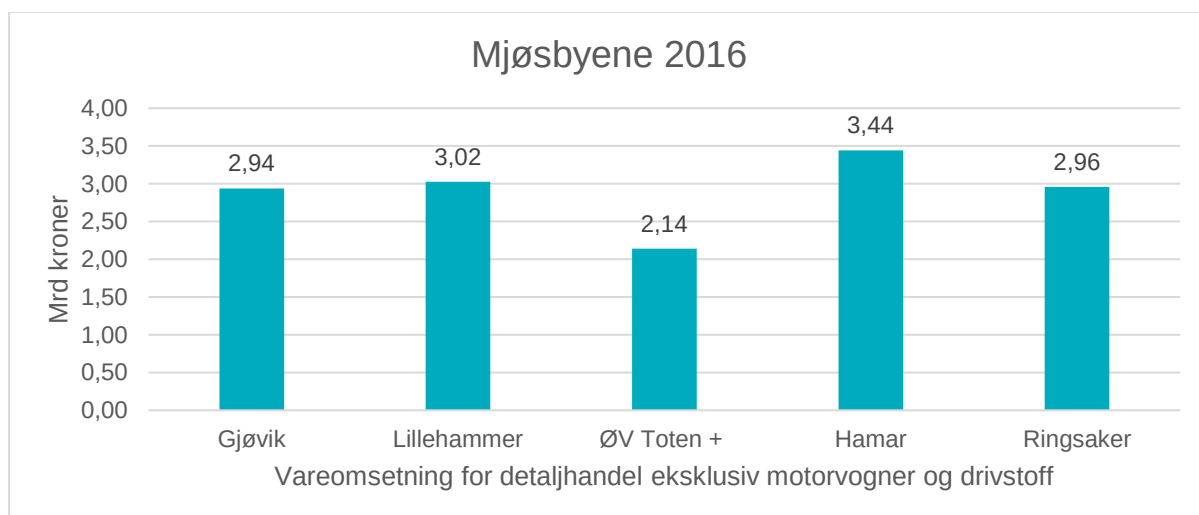
For 2016 ser vi av Tabell 6 at Gjøvik var byen i referanseområdet med størst vareomsetning, med en omsetning på i alt 5,17 mrd kr. Hamar hadde nest største vareomsetning med en omsetning på 5,10 mrd kr, mens Ringsaker hadde en vareomsetning på 5,01 mrd kr og Lillehammer på 4,62 mrd kr.

I perioden 2008-2016 har Gjøvik kommune styrket sin posisjon i regionen når man ser på den totale omsetningen innen detaljhandelen, eksklusiv drivstoff.

Ser vi nærmere på omsetningen innen detaljhandel i 2008 (ekskl. handel med motorvogn og drivstoff) er det fortsatt Hamar som har størst vareomsetning med 2,67 mrd kr, se Tabell 7. Deretter følger Lillehammer med 2,36 mrd kr og Gjøvik med 2,29 mrd kr.



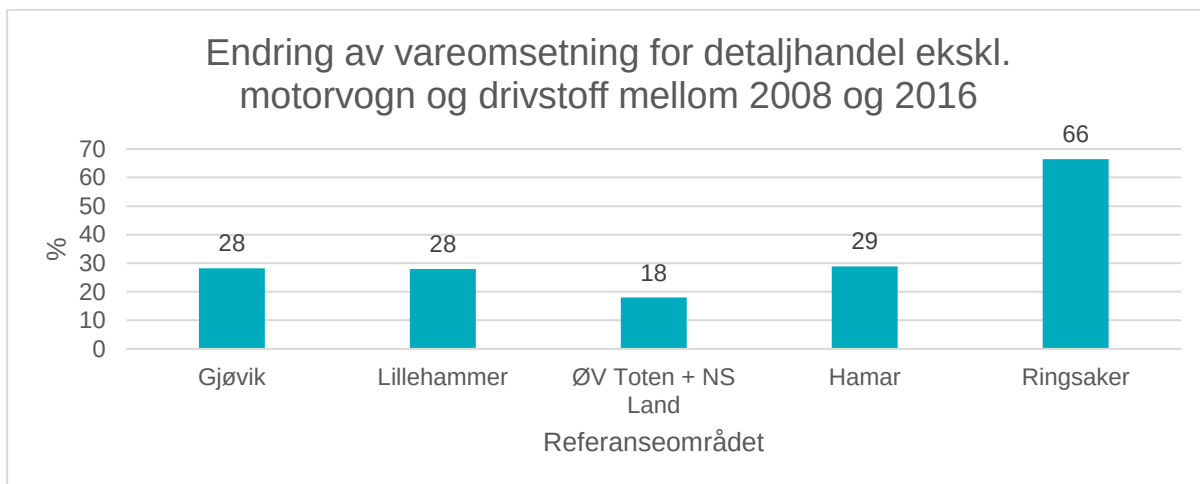
Tabell 7. Vareomsetning for detaljhandel, eksklusiv motorvogner og drivstoff for referanseområdet for 2008. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult



Tabell 8 Vareomsetning for detaljhandel eksklusiv motorvogner og drivstoff for referanseområdet i 2016. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult

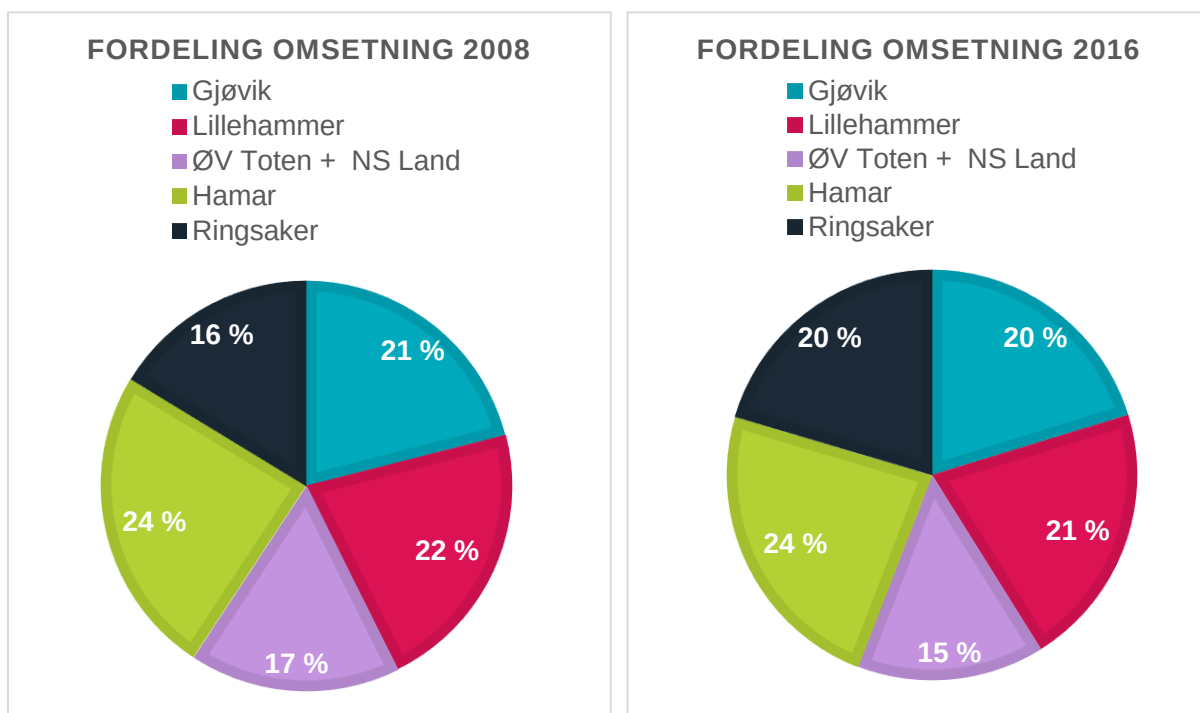
I 2016 hadde Hamar størst omsetning med 3,44 mrd kr, etterfulgt av Lillehammer med 3,02 mrd kr. Ringsaker og Gjøvik følger tett på med hhv 2,96 mrd kr og 2,94 mrd kr. Både Hamar og Lillehammer har hatt større befolkningsvekst enn Gjøvik mellom 2008 og 2016, og det kan forklare en høyere omsetningsvekst. Ringsaker har hatt klart den største veksten i perioden, spesielt innen kategorien

butikkhandel med møbler, belysningsutstyr og andre innredningsartikler som har hatt en vekst på nesten 900 %. (IKEA-etableringen). Dette setter Ringsaker kommune i en særstilling når det gjelder handelsutviklingen. Dette ser vi igjen på tallene for prosentvis utvikling i omsetningen mellom 2008 og 2016 for referanseområdet. Det er Ringsaker som skiller seg ut med 66 % vekst for detaljhandel eksklusiv motorvogn og drivstoff. Hamar, Lillehammer og Gjøvik ligger ganske jevnt med en stigning på 28-29 %. Toten- og Land-kommunene har en vekst på 17 %.



Tabell 9 Endring av vareomsetningen for detaljhandel ekskl. motorvogner og drivstoff mellom 2008 og 2016 for referanseområdet. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult.

Ved å se på fordelingene av omsetningen innen detaljhandel (ekskl. motorvogn og drivstoff) i de ulike kommunene i referanseområdet kan vi få frem hvordan kommunenes markedsandeler har endret seg mellom 2008 og 2016, se Tabell 10. Det har vært små endringer, og Gjøvik har hatt en stabil utvikling og beholdt sin posisjon i markedet. En liten nedgang fra 21 til 20 %, kan antagelig forklares med IKEA-etableringen i Ringsaker og en høyere befolkningsvekst i Hamar.



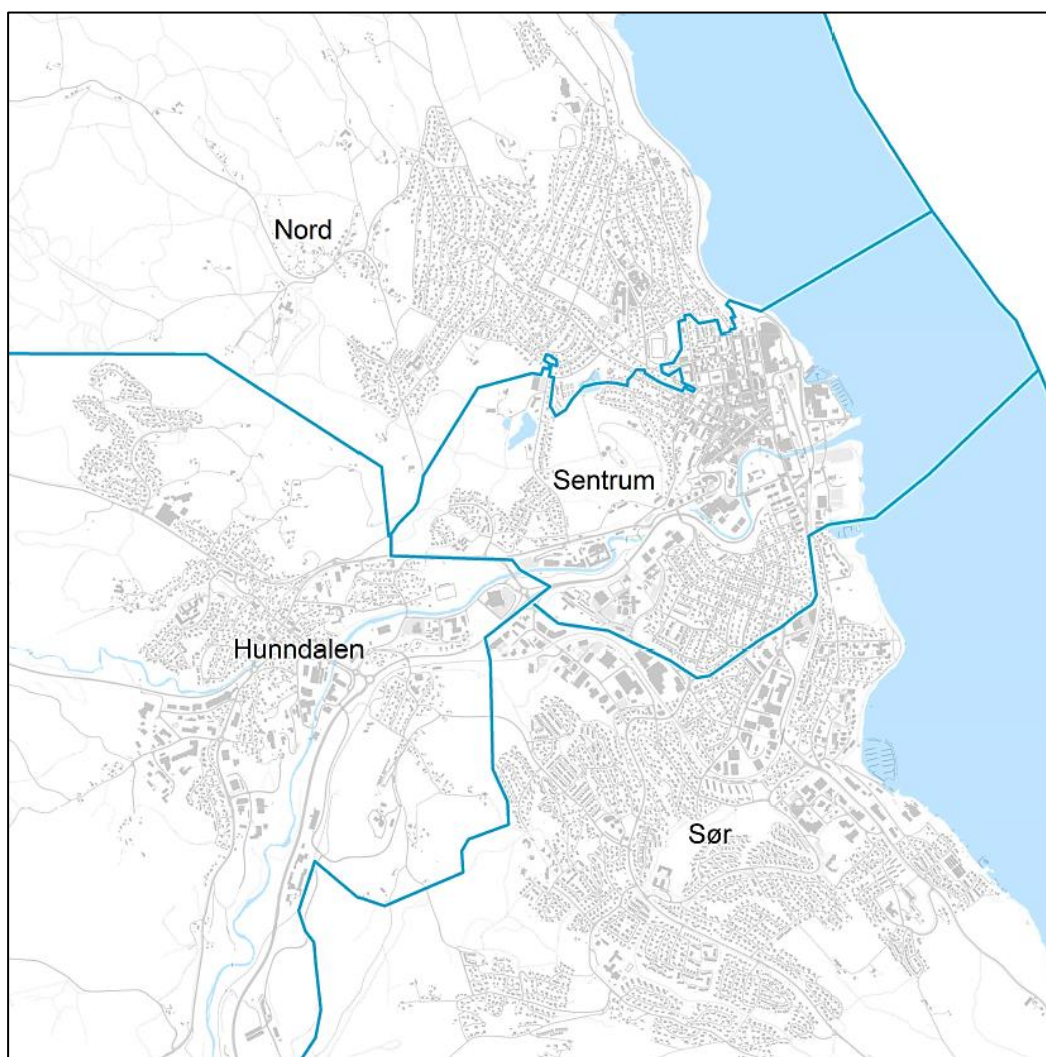
Tabell 10 Omsetningen for detaljhandel ekskl. motorvogn og drivstoff 2008 og 2016 fordelt i referanseområdet. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult.

#### 4.2.6 Omsetningstall for detaljhandel og senterstruktur innenfor Gjøvik kommune

I dette kapitlet vil vi fokusere på utviklingen i delområder innen Gjøvik kommune. Disse er:

- Gjøvik Sentrum
- Gjøvik Nord
- Gjøvik Sør
- Hunndalen
- Biri og omland.

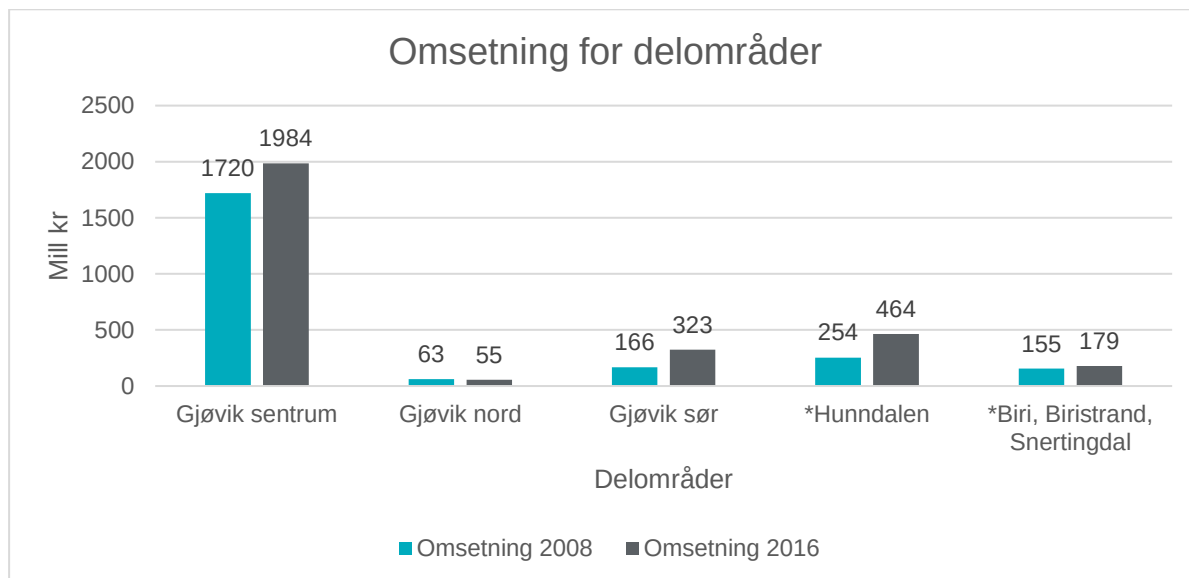
Vi har avgrenset Hunndalen, Gjøvik Nord, Gjøvik Sentrum og Gjøvik Sør etter postnummer-inndelingen, som er den samme inndelingen som SSB legger til grunn for beregning av omsetningstall i varehandelen. Det er valgt en relativt «grov» geografisk inndeling, da omsetningsdata vil bli anonymisert (prikket) dersom det er tre eller færre bedrifter i den valgte sonen. Av samme grunn er det ikke relevant å presentere statistikk på varegruppenivå. Handel innenfor arealformål sentrumsformål er ikke mulig å skille ut fra statistikkgrunnlaget, slik at man får ikke differensiert veksten mellom sentrum, bydeler og avlastningsområdene for storhandel og plasskrevende varehandel.



Figur 18 Inndeling av Gjøvik – sentrale områder. Kilde Bring.no. Bearbeidet av Norconsult.

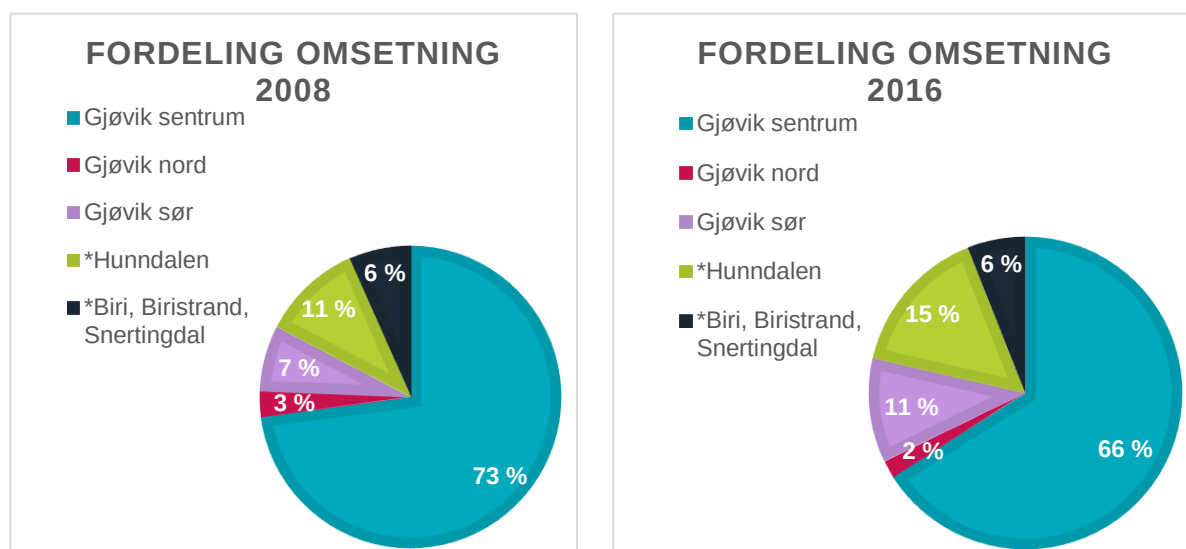
Befolkningstall følger grunnkretser, mens omsetningstall følger postnummerinndelingen. På kommunenivå blir det sammenfall mellom disse inndelingene, mens det på område/bydelsnivå blir en uoverensstemmelse mellom befolkningstall (grunnkrets) og omsetningstall (postnummersone).

I det følgende viser vi utviklingen i vareomsetning for disse områdene i omsetningstall og prosentvis endring over perioden. Omsetning innen handel med motorvogn og drivstoff er tatt ut av statistikken da dette er lite relevant for vurderinger knyttet til sentrumsutvikling og senterstruktur. Innenfor områdene Hunndalen og Biri, Biristrand og Snertingdal omfatter omsetningstallene drivstoff på grunn av få aktører innen disse områdene og behov for anonymisering av statistikken.



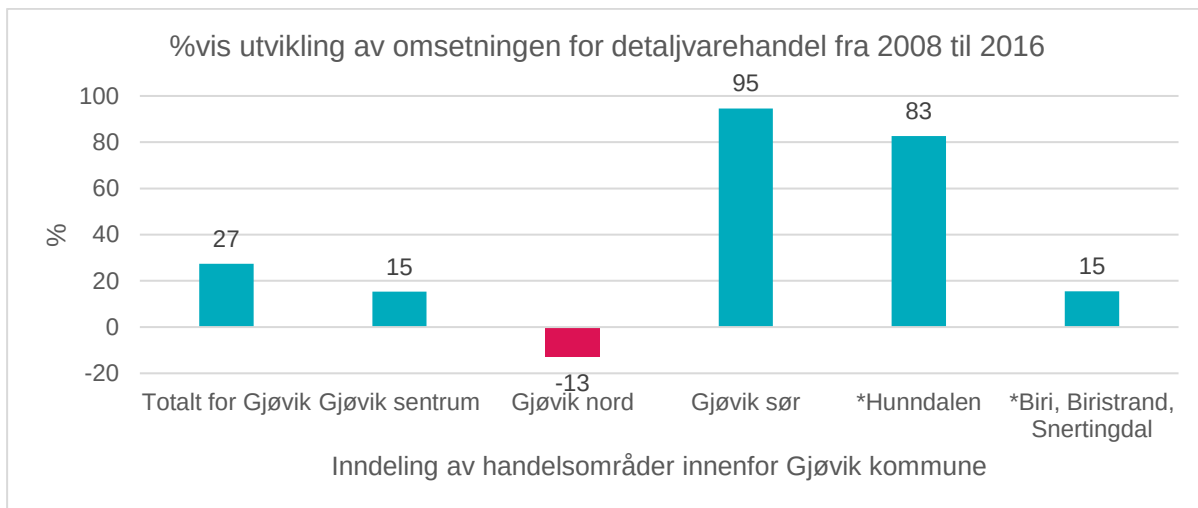
Tabell 11 Vareomsetningen for 2008 og 2016 fordelt på ulike delområder. (ekskl. motorvogner og drivstoff). \*Viser omsetningen med drivstoff. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult

Gjøvik sentrum er dominerende innen detaljhandel i kommunen med 1984 mill kr i omsetning i 2016, etterfulgt av Hunndalen med 464 mill kr og Gjøvik sør med 323 mill kr (Tabell 11). For Hunndalen, Biri og Snertingdal inkluderer tallene drivstoff.



Tabell 12 viser fordelingen av omsetningen innen detaljvarehandel i kroner for 2008 og 2016. Omsetningstallene omfatter all detaljhandel, ekskl. motorvogner og drivstoff. \*Viser omsetningen med drivstoff. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult.

Omsetningen innen detaljhandel (ekskl. motorvogner og drivstoff) har i Gjøvik kommune økt med 30 % mellom 2008 og 2016. Ser vi på fordelingen av omsetningen innad i kommunen i samme tidsperiode (Tabell 12) ser vi at Gjøvik sentrum har en lavere andel av omsetningen i 2016 enn 2008. Samtidig har Gjøvik sør og Hunndalen en større andel av omsetningen i 2016 enn 2008. I Gjøvik sør og Hunndalen har omsetningen økt med henholdsvis 95 % og 83 % i perioden (Tabell 13). Gjøvik sør omfatter bydelssentrene Kirkeby sør og Kirkeby nord samt areal for plasskrevende varehandel Kirkeby.

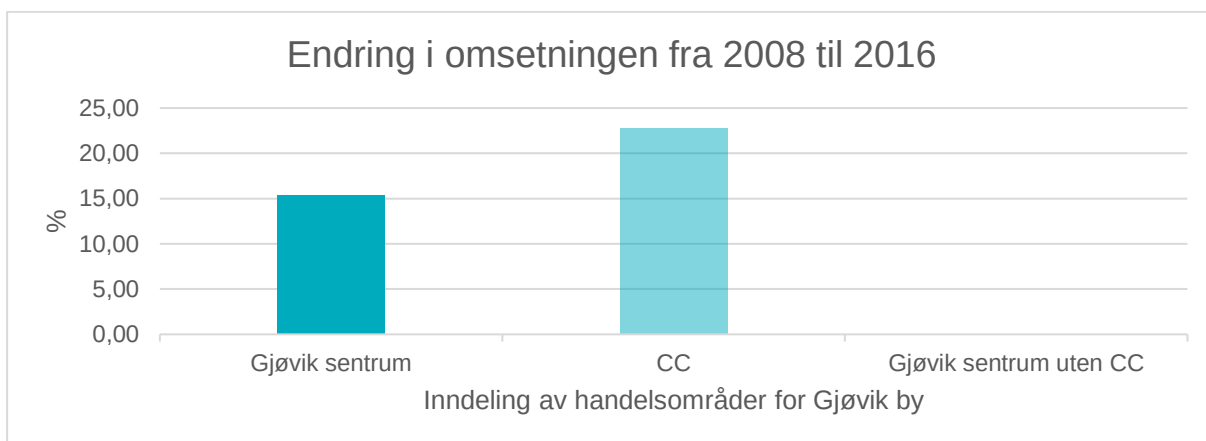


Tabell 13 Prosentvis utvikling av detaljvarehandelen innenfor Gjøvik mellom 2008 og 2016. Tabellen omfatter ikke varehandel med motorvogn og drivstoff. \*Viser omsetningen med drivstoff. Kilde: SSB. Bearbeidet av Norconsult.

Hunndalen omfatter i tillegg til bydelssenteret Hunndalen areal for storhandel ved Kallerud og Rubosenteret samt bestemmelsesområder for plasskrevende varehandel Kallerud, Damstedet, Aas Skog. Det er ikke mulig å skille ut omsetningen for bydelssentrene (innenfor sentrumsformålet) fra de øvrige handelsarealene for varehandel. Ut i fra statistikken kan vi derfor ikke se hvor stor andel av veksten som tilfaller bydelssentrene kontra avlastningsområdene. Statistikken viser at områder som omfatter avlastningsområder for plasskrevende varehandel og storhandel har hatt større vekst enn sentrumsområdet. Områdene Biri, Biristrand og Snertingdal har til sammen hatt en økning i varehandelsomsetningen på 15 %. Området Gjøvik nord har hatt en nedgang i varehandelsomsetningen på 13 %.

Gjøvik sentrum, som inkluderer kjøpesenteret CC, har hatt en vekst på 15 % mellom 2008 og 2016. Vi har fått omsetningstallene<sup>3</sup> for CC fra senterleder for 2008 og 2016. Disse var henholdsvis 1160 mill kr og 1424 mill kr (vekst på 23 %). Dersom vi trekker fra omsetning for CC fra omsetningen for sentrum gir dette en omsetning for sentrum forøvrig på 560 mill kr i 2008 og 560 mill kr i 2018, det vil si nullvekst i perioden. Antagelig er omsetningen i sentrum noe høyere, da omsetningen for CC omfatter omsetningen for hele kjøpesenteret (servering og tjenesteyting mm). Nullvekst målt i antall kroner betyr egentlig at det har vært nedgang på grunn av inflasjon og forbruksvekst.

<sup>3</sup> Omsetningstallene for CC inkluderer antakelig noe omsetning innen tjenesteyting og servering



Tabell 14 Prosentvis økning i omsetning i detaljvarehandelen ekskl. motorvogn og drivstoff for Gjøvik sentrum mellom 2016 og 2008 fordelt på CC og Gjøvik sentrum forøvrig. Kilde: SSB og CC. Bearbeidet av Norconsult.

### 4.3 Oppsummering

Funn fra rapporter og utredninger om varehandel og sentrumsutvikling er gjennomgått. Viktige faktorer for å være en attraktiv by er gjerne kvaliteter som godt kollektivtilbud, trivelige gater og byrom, tilgang til ulike type utearealer av høy kvalitet, korte avstander, god tilgjengelighet til handel, service, kulturtilbud, skole og jobb, god trafiksikkerhet og lite forurensning. Utredningene viser at bysentrum har hatt tilbakegang med redusert markedsandel. Bysentrum har ofte fragmentert gårdeierstruktur som ikke driver profesjonelt med eiendomsutvikling og utleie sammenlignet med kjøpesenter. Utbygging av lokalsentre/bydelssentre i tilknytning til store og tette boligkonsentrasjoner er viktig, men også at størrelsen på disse tilpasses det lokale handelsområdet. Prosjekter som gir bedre gåmiljø bidrar til å øke befolkningens bruk av områdene og til å styrke handelen.

Gjøvik kommune har fortsatt en sterk posisjon som regionalt handelssenter og har en sammenlignbar utvikling med kommunene Hamar og Lillehammer. I Gjøvik by har sentrum hatt størst omsetning i perioden 2008-2016. Egne tall for CC viser at kjøpesenteret står for den klart største omsetningen i sentrum og har også hatt omsetningsvekst i perioden. For den øvrige sentrumshandelen kan tallene indikere en nullvekst målt i kroner for perioden, som betyr at det egentlig har vært en nedgang på grunn av inflasjon og forbruksvekst. For øvrig er det Hunndalen med Kallerud handelsområde og Gjøvik sør med Kirkeby handelsområde, som har hatt størst omsetningsvekst mellom 2008 og 2016. Området Gjøvik nord har hatt nedgang i omsetningen, mens områdene/sentrene Biri, Biristrand og Snertingdal har hatt tilsvarende vekst.

## 5 Analyse – handelstrender og arealbehov

Ser man på utviklingen frem til i dag, har det det generelle bildet vært at forbruksveksten har ført til omsetningsvekst innenfor detaljhandelen lokalt. Dette har gitt grunnlag for nyetableringer og økt arealbehov innen detaljhandel. De kommende årene kan dette bildet endres vesentlig, hovedsakelig pga. en ventet økning innen netthandel. Dette utdypes i det følgende.

### 5.1 Trender innenfor handelsbransjen

#### 5.1.1 Netthandel

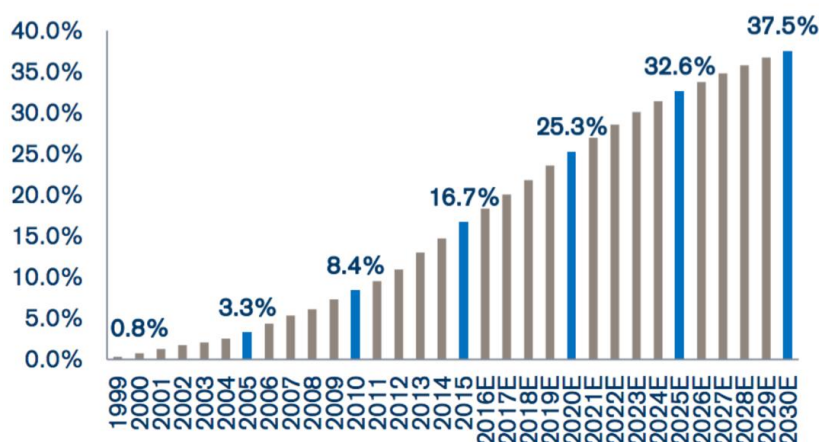
Det er knyttet stor usikkerhet til hvor stor andel av omsetningen innen detaljhandelen som vil skje via kanaler på nett i fremtiden, men det er sannsynlig at det vil skje store endringer.

«Teknologien, logistikken og internasjonal konkurranse samler seg til en perfekt storm for handelsbransjen. Når over halvparten av omsetningen av fysiske varer flytter seg fra butikker til nett vil det naturlig nok også resultere i betydelig færre butikker, men ikke en dødsdom for butikken som sådan». Sitatet fra DN Etterbørs 30.01.2017 sier noe om omveltningen bransjen ser for seg.

Norsk e-handel er en statistisk rapport utarbeidet av DIBS<sup>4</sup> som gir et detaljert bilde av e-handelen og dens utvikling i Norge og Norden. I det følgende presenteres et utvalg av vurderinger fra rapporten:

- Utviklingen i USA kan gi oss en pekepinn ang fremtiden innenfor e-handel. USA ligger vanligvis 6-7 år foran oss i digitaliseringen av forretningslivet. En av de mest iøynefallende tendensene som finner sted er at fysiske butikker stenger. Det anslås i rapporten at ¼ av alle amerikanske kjøpesentre vil være stengt i løpet av 7 år.
- En ny type fysisk butikk har begynt å vinne frem. Amazon etablerer nå fysiske butikker innredet basert på data samlet inn fra nettsalg, som er et supplement til e-handel og ikke motsatt.

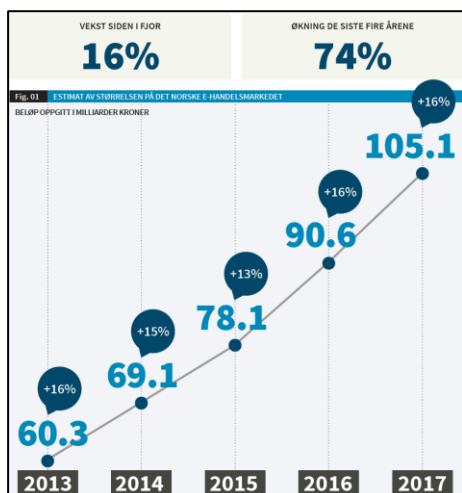
DIBS statistiske data om netthandelens størrelse er vist i Figur 19. Den viser at netthandelen i Norge utgjorde 16,7 % av omsetningen i 2015, og prognose for forventet utvikling innen netthandel frem mot 2030 er en vekst på bortimot 40 %.



Figur 19 Viser prognose for den norske netthandelen frem mot 2030 – slik handler fremtidens forbrukere. Kilde: DIBS: Norsk E-Handel 2017

<sup>4</sup> DIBS tilbyr Nordens største utvalg av enkle og sikre betalingsløsninger på nett.

Figur 20 viser at netthandelen har økt med 16 % siden i fjor og 74 % i løpet av de siste 4 år.



Figur 20 viser omsetningsveksten innenfor det norske nettmarkedet. Kilde: DIBS: Norsk E-Handel 2017

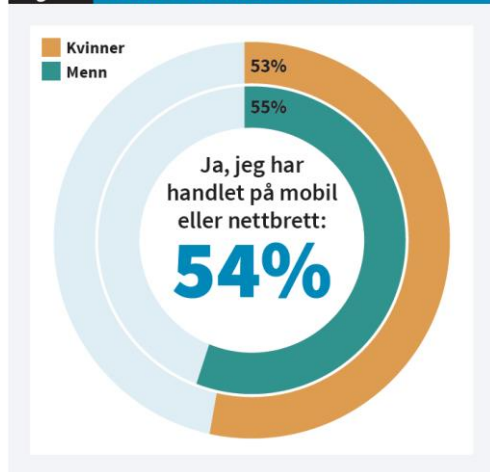
Nordmenn brukte 27 mrd kr på varehandel på nett i 2016, og DIBS viser til en omsetningsvekst på 21 % til 32,5 mrd kr i 2017. I 2017 kjøper 44 % av befolkningen klær, sko og tilbehør på nettet (Figur 21).

| Slik fordeles forbruket i kategorien |     | Andel av befolkningen som kjøper dette på nettet |     |
|--------------------------------------|-----|--------------------------------------------------|-----|
| Erotikk                              | 1%  | Erotikk                                          | 4%  |
| Leker                                | 5%  | Leker                                            | 15% |
| Byggematerialer                      | 4%  | Byggematerialer                                  | 5%  |
| Sport og fritid                      | 9%  | Sport og fritid                                  | 21% |
| Fysiske medier                       | 6%  | Fysiske medier                                   | 28% |
| Kropp og helse                       | 8%  | Kropp og helse                                   | 33% |
| Dagligvarer                          | 13% | Dagligvarer                                      | 15% |
| Hus og hjem                          | 7%  | Hus og hjem                                      | 15% |
| Klær, sko og tilbehør                | 19% | Klær, sko og tilbehør                            | 44% |
| Elektronikk                          | 23% | Elektronikk                                      | 25% |
| Bil, båt og motorsykkel              | 4%  | Bil, båt og motorsykkel                          | 7%  |

Figur 21 viser hvordan nordmenns nettforbruk fordeler seg ulike varegrupper. Kilde: DIBS: Norsk E-Handel 2017

I 2017 var det første året hvor gruppen med personer i alderen 15-74 år, som har handlet fra en mobil enhet i løpet av de siste tre månedene var større enn gruppen som ikke har (Figur 22).

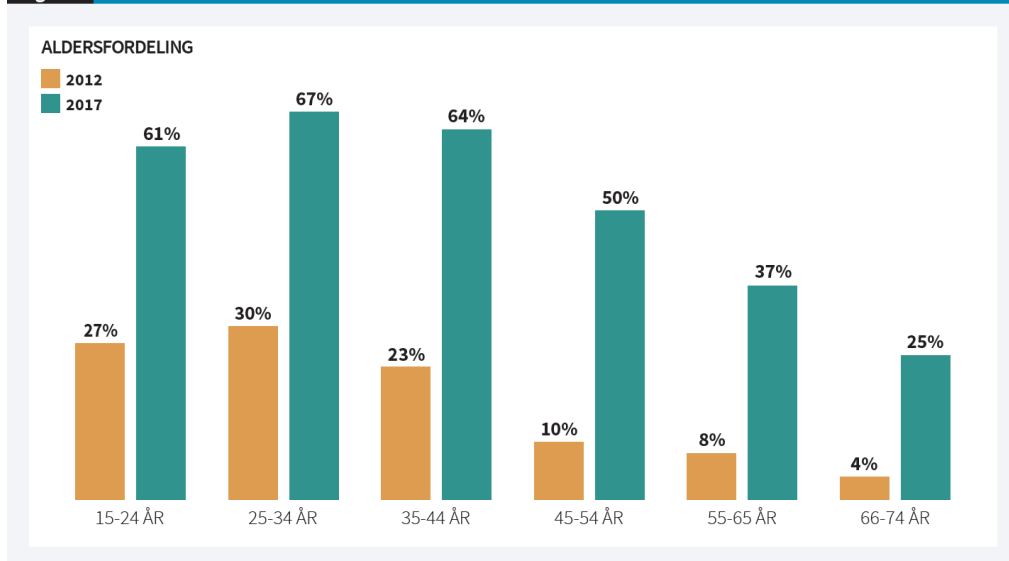
Fig. 12 HANDLET FRA MOBIL ELLER NETTBRETT



Figur 22. I 2017 handlet 54 % av personer i alderen 15-74 år fra en mobil enhet i løpet av de siste tre månedene. Kilde: DIBS: Norsk E-Handel 2017

Aldersgruppen 25–34 år, tett etterfulgt av 35–44 år, er den aldersgruppen som oftest tyr til smarttelefonen når den digitale handlevognen skal fylles, men en markant utvikling innenfor den mobile e-handelen ses i netthandelen hos den eldre delen av befolkningen (Figur 23). Selv om den eldre delen av befolkningen fortsatt handler mindre enn den yngre, er de eldste i rivende utvikling når det gjelder mobil e-handel.

Fig. 13 KJØPT FRA SMARTTELEFON ELLER NETTBRETT I LØPET AV DE SISTE TRE MÅNEDENE



Figur 23 Viser fordeling av netthandel for ulike aldersgrupper. Kilde: DIBS: Norsk E-Handel 2017

Vi har i tidligere handelsanalyser referert til ulike studier, og gjengir dette her, selv om studiene ikke er av helt ny dato. En dansk studie fra Institutt for Center-Planlægning (2012) anslår at 2-15 % av omsetningen innen dagligvare, og 10- 50 % av omsetningen innen utvalgsvarer vil skje via netthandel i 2025. Den samme studien antyder at så mye som 15 % av arealet til dagligvare og 40 % av arealet til utvalgsvarer<sup>5</sup> kan forsvinne som følge av økning i netthandelen.

NCSC (Nordic Council of Shopping Centers) utga i 2013 en rapport som drøfter netthandelens betydning for kjøpesentrene. Et viktig funn i denne rapporten er at «både bransjen og ulike

<sup>5</sup> Klær, sko, elektronikk etc.

eksperttrafporter regner med at netthandelen kommer til å fortsette å vokse for å nå markedsandeler innenfor først og fremst faghandelen på opptil 20 prosent.

Økt netthandel vil kunne føre til økt behov for arealer til lager og logistikk. Næringsparker kan ha et nytt «marked» innen netthandel, men nærhet til hovedvegnett og konkurransedyktige tomtepriser.



(Foto: Einar Ryvarden)

NHH-PROFESSOR SPÅR BUTIKKDØD:

### **- Mot 2035 vil netthandelen ta en vesentlig større andel, kanskje 50 prosent**

Figur 24 NHH professor mener at netthandelens andel av omsetningen kan bli opp mot 50 %. Kilde: ehandel.com

Oppsummert så er det høy sannsynlighet for at netthandelen vil medføre store konsekvenser for detaljhandelen i tiden fremover.

## **5.1.2 Bransjeglidning**

Enkelte handelsbedrifter, blant annet enheter innen plasskrevende varegrupper, har bidratt til at skillet mellom bransjene gradvis forsvinner. Typisk er kjedene innenfor trelast og byggevarer, som opererer med store enheter, hvor det også forhandles varer hvor de konkurrerer direkte med en rekke andre bransjer. Tilsvarende for de større hagesentrene som eksempel Plantasjen og Hageland. Forretninger av typen Clas Ohlson, Europris, Biltema, Rusta og diverse andre lavprisforretninger er også bransjeoverskridende.

## **5.1.3 Big-box**

Etableringer av såkalte big-box-forretninger er et eksempel på strukturendringene innenfor detaljhandelen. Dette er gjerne store enheter, hvor det er lagt større vekt på parkering og biltilgjengelighet enn god kollektivtilgjengelighet. Etableringen skjer ofte innen et industri-/næringsområde, og gjerne ved at det etableres flere enheter innen et område, som en handelspark. Forretningen her nyter godt av lave tomtekostnader, lave byggekostnader, og rikelig med parkeringsarealer. Forretningene er ofte tidligere sentrumsforretninger, som har flyttet ut til en mer perifer beliggenhet.

## 5.2 Oppsummering

Handelen er i endring og nye handelskonsepter oppstår. Til tross for vekst i varehandelen og befolkningsvekst de senere årene vurderes behovet for nyttbutikkareal å være begrenset de kommende årene. Dette fordi det vurderes som sannsynlig at netthandel vil ta en større andel av omsetningen innen varehandelen. Dette vil kunne medføre en redusert etterspørsel etter tradisjonelt butikkareal og gi utfordringer til eksisterende butikker. Netthandel vil antagelig på den annen side skape behov for mer arealer til lager og logistikk. Gitt at etterspørselen etter butikkareal reduseres, blir det viktigere å sikre at eventuelle nye etableringer skjer på «rett sted» og bygger opp under en ønsket utvikling slik at viktige samfunns mål hensyntas.

Trenden med økt bransjegliding skaper utfordringer knyttet til kommunenes styringsmulighet, og gjør det utfordrende å styre utviklingen på varegruppenivå. Big-box-forretninger er et annet eksempel på strukturendringene innenfor detaljhandelen som har bidratt til flere handelsetableringer utenfor sentrum. Utflytting av varehandel til mer perifert beliggende næringsområder er en utvikling som er i konflikt med overordnede mål om å styrke bysentrum og begrense veksten i bilbruken. Gitt at den totale veksten innenfor detaljhandel vil være beskjeden, må det legges vekt på de negative konsekvenser av utflytting fra sentrumskjernen.

## 6 Vurdering og anbefaling - senterstruktur og varehandel

Gjøvik kommune har som mål å legge til rette for en positiv utvikling av sentrumsområdene, slik at disse kan fremstå som levende og attraktive for byens innbyggere og andre som bruker sentrum. Handel trekker folk til sentrum og sentrumshandelen har derfor stor betydning for å skape et levende og attraktivt sentrum.

Som det framgår i kap. 4 og 5 kan det se ut som at kommunen ikke har oppnådd mål om å styrke sentrumsområdene. Handelsstatistikk fra 2008 – 2016 indikerer at det ikke har vært økt omsetning innen handel i Gjøvik sentrum i perioden, og at dette også gjelder bydelssentrene. Veksten innen varehandelen i kommunen har i hovedsak har skjedd gjennom etablering av handel utenfor sentrum.

Kommunens styring av varehandelen skal skje gjennom fastsatt senterstruktur med tilhørende bestemmelser i kommuneplanens arealdel. Med bakgrunn i resultater fra analysene kan det se ut som gjeldende senterstruktur og bestemmelser ikke har fungert godt nok som styringsverktøy for kommunen. I dette kapitlet vil vi derfor vurdere behov for endringer av kommuneplanens senterstruktur og bestemmelser sett opp mot mål om å styrke sentrumsområdene.

### 6.1 Regionalplanens senterstruktur

Prinsipper gitt i regionalplanen skal legges til grunn for kommunens fastsetting av senterstruktur og avgrensning av sentrumsområder i kommuneplanens arealdel.

I regionalplanen er senterstrukturen fastsatt slik:

- **Regionalt senter:** Sentrum betjener et større omland enn bare en kommune og har et bredt og variert handels- og tjenestetilbud. Offentlige funksjoner som dekker mer enn en kommune skal prioriteres lokalisert hit.
- **Områdesenter:** Senter som primært dekker handel, tjenester og arbeidsplassbehov for en kommune, men som også kan ha betydning i et større område som går utover kommunegrensene. Noen er områdesentre på bakgrunn av at de er reiselivssentre.
- **Lokalsenter:** Lokalt senter for handel, tjenester mv. dimensjonert for et større lokalområde i en kommune og som primært er rettet mot stedets befolkning. Må være innenfor definisjonen som tettsted i SSBs registre 1.1.2014 (min. 200 pers./normalt maks. 50 m avstand ml. hus).
- **Bydelssenter** Et bydelssenter er sentrum i en bydel i Gjøvik eller Lillehammer. Vanligvis dekker et slikt senter primært bydelens servicebehov. Det har normalt ikke et influensomland ut over dette. Et slikt senter har et dagligvaretilbud og kan også ha et mindre utvalg av bransjehandel, ulike typer offentlig og privat service.
- **Nærsenter:** Mindre bolig- eller trafikkorientert senter med et begrenset tilbud av varer og tjenester.

I regional plan er det fastsatt at Gjøvik sentrum skal defineres som et regionalt senter. Sentrum i Lillehammer og Gran, Fagernes, Vinstra og Otta er også definert som regionale sentre i Oppland. Gjøvik har, i tillegg til å være et regionalt handelssenter, også enkelte regionale administrative funksjoner. Etableringen av NTNU i Gjøvik bidrar ytterligere til at byen har en sterk stilling innenfor senterhierarkiet i Innlandet. Ingen av sentrumsområdene i Gjøvik skal ifølge den regionale planen defineres som et områdesenter.

## 6.2 Kommuneplanens senterstruktur

I kommuneplanen i Gjøvik er senternivå definert etter denne strukturen:

- Regionalt handelssenter: Gjøvik sentrum
- Bydelssentre: Hunndalen, Kirkeby nord, Kirkeby sør og Kopperud
- Lokalsentre: Biri sentrum og Snerthingdal sentrum



Figur 25 Viser kommuneplanens avgrensning av bysentrum og bydelssentrene i Gjøvik byområde

## 6.3 Vurderinger av kommuneplanens senterstruktur

### 6.3.1 Overordna senternivå

Kommunens definisjoner av senternivå i kommuneplanens arealdel samsvarer med regionalplanen bør videreføres. Unntaket er Snerthingdal sentrum som bør defineres som et nærsenter og ikke et lokalsenter. Dette fordi Snerthingdal ikke er definert som tettsted i SSBs registre (min 200 per/normalt

maks 50 m avstand mellom hus) og er derfor ikke et lokalsenter etter definisjonen i regionalplan. Stedet er for lite og har for spredt bebyggelser til å komme inn under tettstedsdefinisjonen.

Inndelingen i bydelssenter og lokalsenter er en hensiktsmessig inndeling for å skille mellom sentre innenfor Gjøvik by og utenfor Gjøvik by. Men, i praksis er dette to betegnelser for det samme, nemlig et senter som primært skal dekke bydelens behov for handel og service. Det har normalt ikke et markedsomland utover dette. Senteret skal ha et dagligvaretilbud, og kan i tillegg ha et mindre utvalg av bransjehandel tilpasset sitt lokale marked. Gitt at de lokale sentre er lokalisert i og tett knyttet til definerte bydeler i de to bykommunene, har det vært hensiktsmessig å bruke begrepet bydelssenter. Men bydelssenter i seg selv representerer ikke noe nytt nivå i senterhierarkiet.

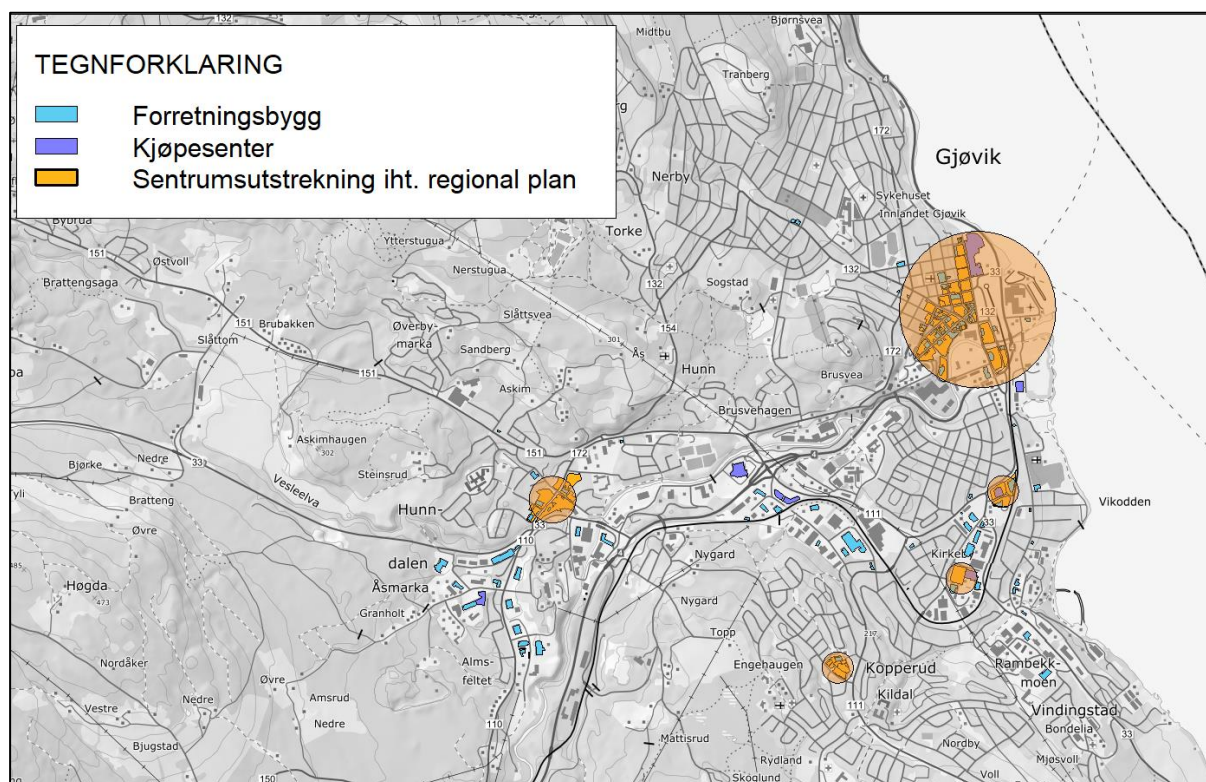
Senterstrukturen slik den er definert i kommuneplanens arealdel er tilpasset til eksisterende situasjon og ut fra hvor forretninger, tjenesteyting osv. er lokalisert. Lokalisering av bygg med ulike funksjoner har skjedd over tid og i varierende grad som følge av en enhetlig overordna plan. Plassering av sentrene er derfor ikke nødvendigvis valgt med utgangspunkt i en mest mulig optimal senterstruktur av hensyn til befolkningsgrunnlag, gangavstand eller avstand mellom sentrene. Det er derfor behov for å se nærmere på om fastsatt senterstruktur med bydelssentrene og lokalsentrene oppfyller sin hensikt om å dekke behov for handel og service. Gjøvik kommune har satt som mål at kommunens sentre skal være attraktive og kompakte. Begrensning av handelsvirksomhet utenfor sentrum er kommunens viktigste styringsverktøy. Sentrumsavgrensningen bør både bidra til en kompakt utvikling av sentrum og gi rom for videre vekst og utvikling. I regionalplanen er avgrensninger av de ulike senternivåene fastsatt og kommunen bør så langt som mulig følge opp disse i kommuneplanen. Sentrumsavgrensning for de ulike sentrene er vurdert opp mot disse i de videre vurderingene.

Med bakgrunn i regionalplanen bør følgende senternivå og sentrumsutstrekning legges til grunn for fastsetting av senterstruktur i kommuneplanen:

| Senternivå               | Sentrumsutstrekning (målt i diameter) |
|--------------------------|---------------------------------------|
| Regionalt handelssenter  | 1000 meter                            |
| Bydelssentre/Lokalsentre | 2 - 300 meter                         |
| Nærsenter                | 200 meter                             |

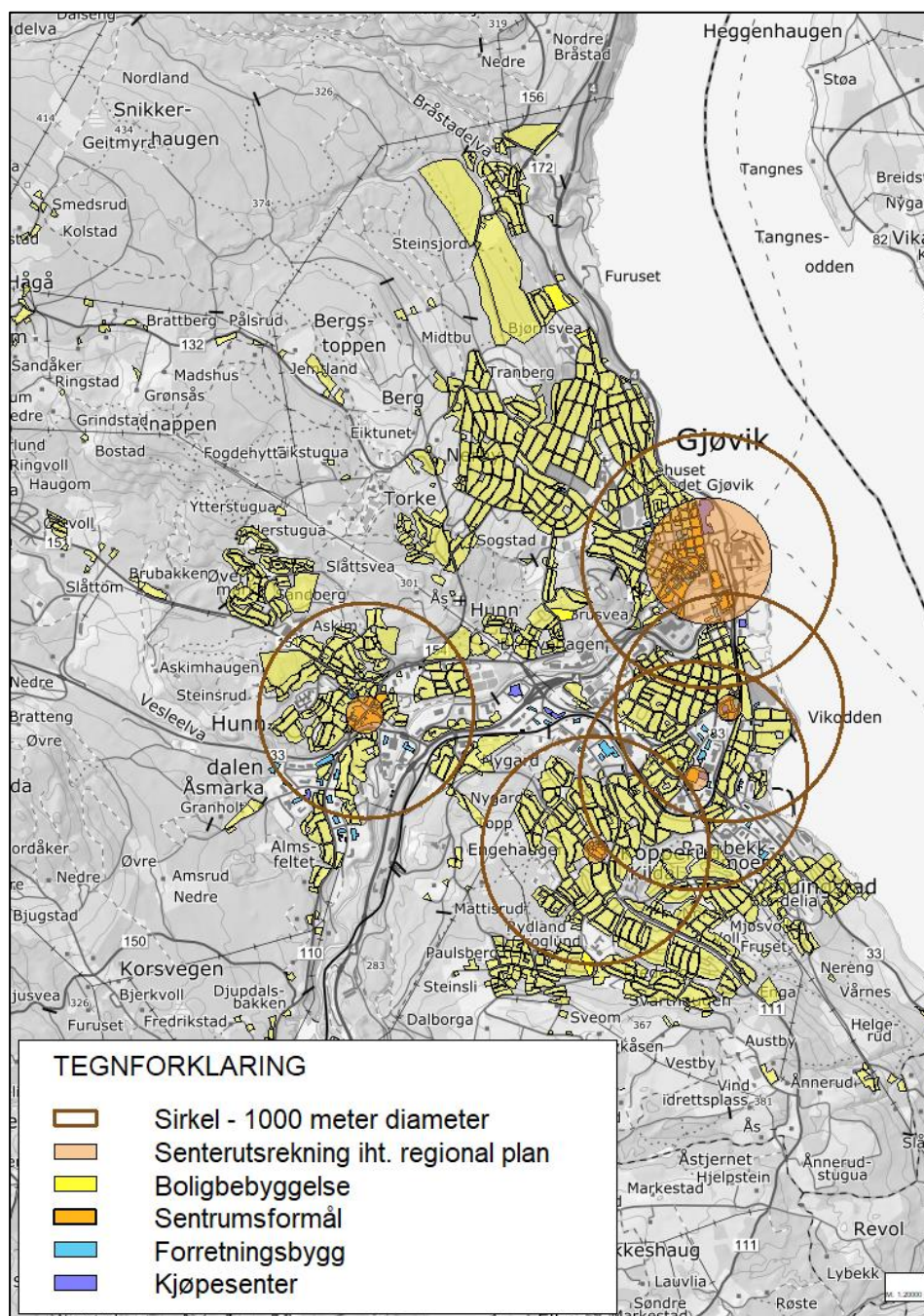
Illustrasjonen (Figur 26) viser regionalplanens prinsipper for utstrekning av sentrum målt i luftlinje. For Gjøvik sentrum er det i illustrasjonen vist en utstrekning på 1000 meter i diameter, 300 meter i diameter for Hunndalen og 200 meter for de andre bydelssentrene.

Bransjegliding skaper utfordringer knyttet til kommunenes styringsmulighet, og gjør det utfordrende å styre utviklingen på varegruppenivå. Dette sammen med etableringer av big-box-forretninger er eksempel på strukturendringene innenfor detaljhandelen som forflytter varehandelen ut av sentrum. Utflytting av varehandel til mer perifert beliggende næringsområder er en utvikling som er i konflikt med overordnede mål om å styrke bysentrum og begrense veksten i bilbruken. Gitt at den totale veksten innenfor detaljhandel vil være beskeden, må det legges vekt på de negative konsekvenser av utflytting fra sentrumskjernen.



Figur 26 Illustrasjonen viser regionalplanens prinsipper for utstrekning av sentrum målt i luftlinje

Potensialet for økt gåing og sykling er størst på de korte reisene. I tettbygde strøk blir akseptabel gangavstand gjerne regnet som 1 km og sykkelavstand som 5 km. Avstand mellom bydelssentrene bør derfor vurderes med utgangspunkt i gangavstand samt befolkningsgrunnlag. For å finne en eksakt gangavstand er det nødvendig å gjennomføre en nettverksanalyse, men det har ikke vært rom for å gjennomføre en slik analyse i denne rapporten. Det er derfor tatt utgangspunkt i avstander i luftlinje. Illustrasjonen på neste side kan bidra til å belyse om lokaliseringen av bydelssentrene er optimalt plassert i forhold til gangavstander og avstander mellom sentrene.



Figur 27 viser Gjøvik sentrum og bydelssentre med radius 1000 meter i luftlinje med boligområdene som gult

Illustrasjonen synliggjør at det er korte avstander mellom bydelssentre i Sørbyen, mens det er store områder i Nordbyen som ikke betjenes av et bydelssenter. Det kan også se ut til at det er områder ved Campus og Mustad, samt i området ved Vindingstad/Rambekk som har stor avstand til eksisterende bydelssentre. Kommunen bør derfor i forbindelse med revisjon av kommuneplanens arealdel vurdere å endre fastsatt senterstruktur for å legge til rette for en utvikling som er bedre tilpasset til fysiske omgivelser og befolkningsgrunnlag. Det er ikke rom for å vurdere befolkningsgrunnlag eller plassering av eventuelle nye bydelssentre i denne rapporten.

I det følgende presenteres en vurdering av status og utvikling i de ulike senterområdene som inngår i gjeldende senterstruktur.

### 6.3.2 Gjøvik sentrum

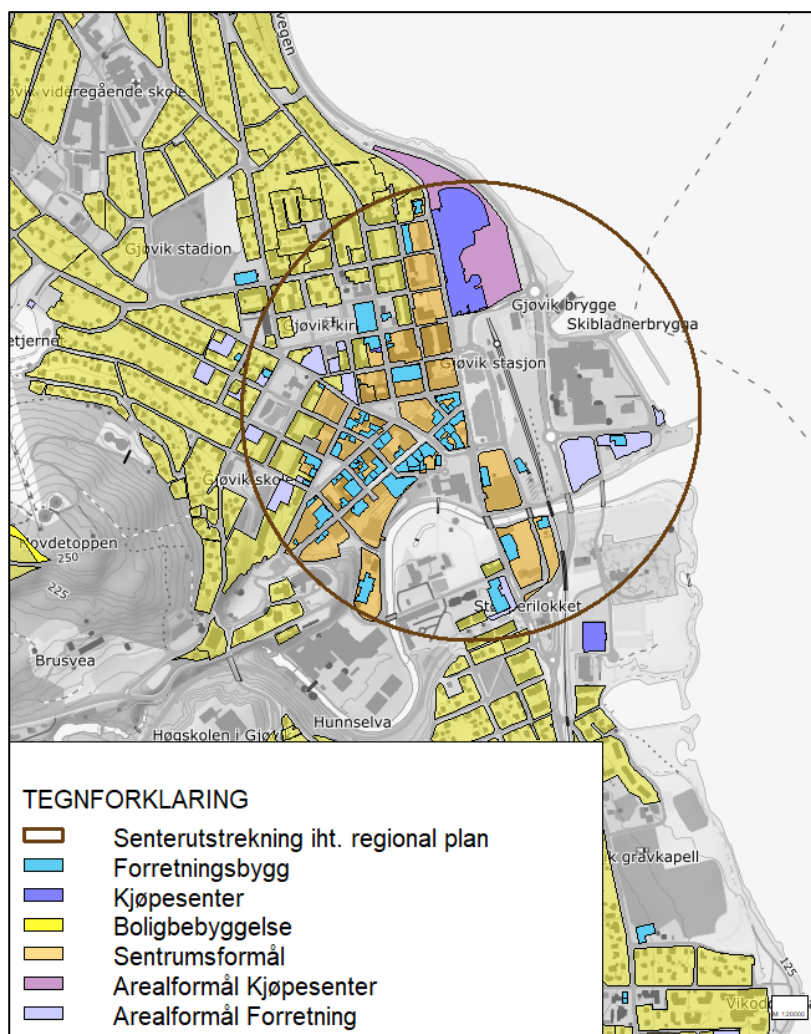
Som det framgår av rapporter og utredninger (kap. 4) er sentrumshandelen av stor betydning for å skape et levende og attraktivt sentrum. Handelen trekker folk til sentrum, og for å oppnå liv og aktivitet i sentrum er det nødvendig at mange mennesker bruker sentrum. Sentrum må ha et rikt tilbud av varer, tjenester og opplevelser, og det er viktig at mange bor og jobber der. Godt kollektivtilbud og muligheter for en «kortreist hverdag» er kvaliteter som kjennetegner en attraktiv by. I den grad kommunen ønsker at sentrumshandelen skal bidra til at sentrum blir mer attraktivt og at flere innbyggere og besøkende bruker sentrum aktivt, bør kommunen unngå at viktige deler av sentrumshandelen flyttes ut til bydelene. Kommunens viktigste verktøy for å styre utviklingen i ønsket retning er kommuneplanens plankart med tilhørende bestemmelser for detaljhandelens lokalisering.

#### Et todelt handelssentrum

Gjennom etableringen av CC Gjøvik i 1986 er det skapt et todelt handelssentrum – området rundt Storgata og de øvrige tradisjonelle handelsgatene i sentrumskjernen, og kjøpesenteret CC Gjøvik som grenser inn mot stasjonsområdet og sentrumskjernen. De to sentrumsdelene er svært forskjellige når det gjelder bransjesammensetning og fysisk miljø, men samlet fremstår Gjøvik sentrum som en betydelig aktør, også i regional sammenheng. For CC Gjøvik finnes detaljerte data fra kundeundersøkelser, som viser senterets markedsomland. I kraft av kjøpesenterets størrelse og markedsmessige styrke har senteret et relativt stort innslag av regional handel, både fra Hadeland-/Dokka-siden og også fra Lillehammer og Ringsaker.

De to sentrumsdelene ligger så tett og samlet rundt jernbanestasjonen/skysstasjonen at grunnlaget er tilstede for at de både kan fungere som og oppleves som et samlet handelsområde. Det bør være et mål for den fremtidige sentrumsplanen at det legges til rette for dette.

Figur 28 viser Gjøvik sentrum med arealformål som tillater varehandel og sentrumsutstrekning på 1 km i tråd med regional plan. Kjøpesenteret ligger i nordre del av sentrums utstrekning og handelsgatene i søndre, med et område med hovedvekt på boliger og kontorer mellom.

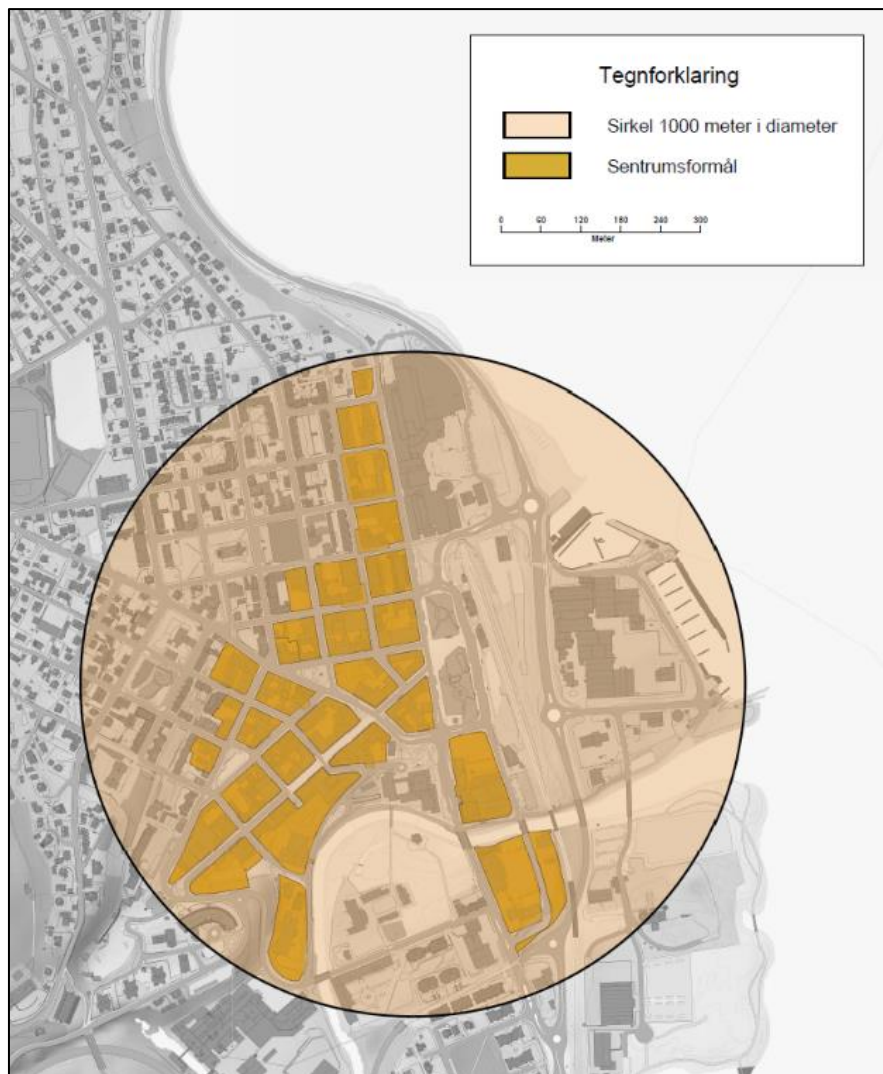


Figur 28 viser en avgrensning i tråd med regional plan av sentrumszone for Gjøvik by. Kjøpesenter i nordre del og handelsgatene i søndre. Sirkelen viser 500 meter avstand fra Skysstasjonen.

## Sentrumsavgrensing

Det bør være flere faktorer enn varehandel som legges til grunn når sentrumsavgrensingen skal fastsettes i ny kommuneplan eller sentrumsplan. Sentrumsformål omfatter også tjenesteyting, kontor og boliger i tillegg til forretning og kjøpesenter. For varehandelen bør avgrensingen av sentrum legge grunnlaget for et kompakt handelstilbud som medfører et konsentrert handelsentrum. Sentrum bør derfor differensieres nærmere med fokus på å styrke handelen i kjernen av sentrum. Som vi tidligere har påpekt er aksene mellom CC og Storgata viktig for å binde sammen kjøpesenteret med sentrum. Skysstasjonen som kollektivknutepunkt har en sentral rolle som navet i sentrum. En indre sentrumssone for Gjøvik bør ha en sentrumsavgrensing som ligger innenfor gangavstand.

Eksisterende handelsområder og kjøpesenteret CC, samt andre bygg med viktige sentrumsfunksjoner gir en arealutstrekning i nord-sør-retning på ca. 1100 meter og ca. 800 meter i øst-vest-retning. Dette samsvarer noenlunde med regional plan som anbefaler en utstrekning med diameter 1000 m. Dette arealet er for stort for dagens handelstilbud med det resultat at forretninger i handlegatene ligger spredt og drar ikke veksler på hverandre. For å styrke sentrums attraktivitet med et komplett og kompakt handelstilbud bør man derfor vurdere å avgrense utstrekningen av handelsarealet innenfor sentrumsformålet i gjeldende plan.



Figur 29 viser sentrum med sentrumsformål illustrert med sentrumssone på 1000 m jf. regional plan

Omkring handlegatene i sentrum ligger det et stort potensial for fortetting og nye etableringer innenfor detaljhandelen. CC Gjøvik vurderer også mulighetene for utbygging og ombygging av eksisterende

bygningssmasse. Det ligger også et stort potensial for sentrumsekspansjon gjennom transformasjon av industriområdene ned mot Mjøsa. Gjøvik har en visjon om å knytte seg nærmere til Mjøsa og det pågår utredningsarbeid for utvikling av Mjøsstranda «Huntonstranda». Her ser man for seg at det kan bygges omkring 1 000 nye boliger, sammen med næringsvirksomhet innenfor kontor, tjenester, handel og kultur. Hvordan bydelen skal kobles til sentrum og bli en integrert del av fremtidige Gjøvik sentrum vil stå sentralt i det videre planleggingsarbeidet. Det ligger godt til rette for at bysentrum gjennom denne planen kan åpnes mot Mjøsa.

Området representerer også et mulig område for varehandel og tjenestetilbud som ikke finner sin plass i sentrum, som vil være i nær tilknytning til navet i kollektivsystemet i tillegg til boliger. Kommunen kan derfor vurdere å innlemme «Huntonstranda» i sentrumssonen. På lengre sikt kan også området for Hoff potetindustri AS være aktuelt å transformere til sentrumsformål pga. sin sentrale beliggenhet. Samtidig er det viktig å styre varehandelen innenfor sentrumsformålet slik at man ikke åpner opp for etablering av et større kjøpesenter på for eksempel Huntonstranda.

Samlet gir dette et arealpotensial som antakelig er mer enn tilstrekkelig for å romme ønsket vekst innenfor detaljhandel i sentrum. Det vurderes å være meget gode muligheter for å innpasse også større etableringer innenfor bransjer som i regionalplanen er definert som storvarehandel. Det bør derfor ikke argumenteres med at slik detaljhandel av plasshensyn må etableres utenfor sentrum, med de arealmuligheter byen har i sentrumsområdet vil arealressursene være store nok (Figur 30). Her finnes store arealreserver tett inntil bykjernen med nærhet til kollektivknutepunktet skysstasjonen.



Figur 30 Areal som har potensiale for annen arealbruk og utviklingsområder er vist med grønn farge

### 6.3.3 Bydels-/lokalsentre

Bydelssenter og lokalsentre er som beskrevet i praksis to betegnelser for det samme, nemlig et senter som primært skal dekke bydelens eller stedets behov for handel og service. Disse to kategoriene blir derfor behandlet under ett i dette kapittelet.

Lokal- og bydelssentrene skal i utgangspunktet kun ha detaljhandel som har en lokal funksjon, dvs. har det lokale markedet som sin basis. Her bør det være butikker som dekker dagligvarebehovet, og tjenester som for eksempel helsestasjon, barnehage, lege, post-i-butikk og frisør, samt kafe/restaurant, apotek og blomsterbutikk. Bydelssentrene bør ha treffpunkt i form av torg eller annen naturlig møteplass.

Detaljhandel som krever et større markedsgrunnlag skal primært lokaliseres i bysentrum. Lokaliseringen skal være i henhold til fastsatt senterstruktur, som gjenspeiler kollektivsystemet struktur og lokale ulikheter i kollektivtilgjengelighet. Det er et overordnet mål at de fleste skal ha muligheten til å gå, sykle eller reise kollektivt i forbindelse med handelsreiser. Man ønsker ikke å ekskludere de som ikke har tilgang til privatbil. Dette målet må også ses i et videre perspektiv, gitt de klimautfordringer vi står overfor og de nasjonale mål om tilpasning til disse. Bysentrum er knutepunktet i kollektivsystemet og ingen av bydelssentrene har et kollektivtilbud på tilnærmet samme nivå. Dette innebærer at en «løser» strategi for handelsetableringer på sikt vil gi et lokaliseringsmønster som er lite optimalt, gitt overordnede mål for byutviklingen.

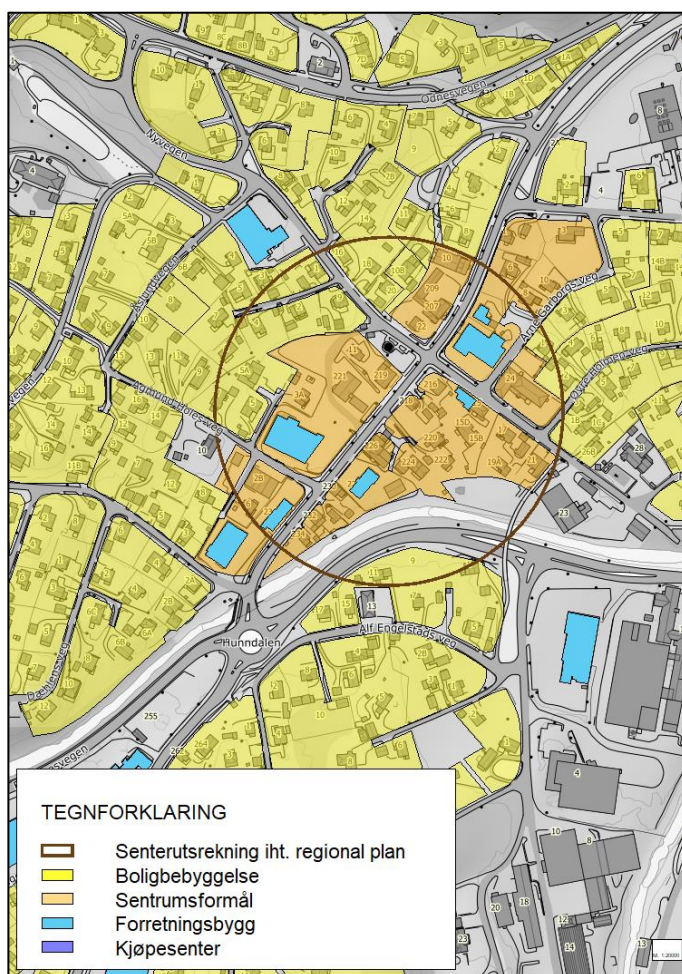
En viktig faktor for utvikling av bydels- og lokalsentre er også beliggenhet i forhold til sitt boligomland. Tettere og mer konsentrert boligbebyggelse omkring bydelssentrene gir et større kundegrunnlag og gjør det lettere er det å tilrettelegge for fremkommelighet for alle.

#### Bydel Hunndalen

Hunndalen bydel er detaljert beskrevet i kap. 3.2 under beskrivelse av eksisterende senterstruktur i Gjøvik.

Kort oppsummert er bydelssenteret Hunndalen et etablert eldre sentrum med dagligvareforretninger, restaurant, bensinstasjon og frisør. Tjenestetilbud som legesenter, helsestasjon og barnehage er lokalisert utenfor senteret. Parkområdene Folkeparken og Evenrudparken fungerer som treffpunkt og sosial møteplass i tillegg ligger Folkets hus i sentrum som administreres av Gjøvik frivilligsentral. I gangavstand til sentrum ligger barne- og ungdomsskole og barnehage. Hunndalen har et kollektivtilbud, men frekvensen burde vært bedre.

Figur 31 Bydelssenter Hunndalen med sirkelavgrensning på 300 m i diameter, jf. regional plan



Området som er regulert til sentrumsformål har stor arealutstrekning. For å opprettholde handels- og tjenestetilbudet i sentrum, er det viktig å legge til rette for fortetting med boliger og etablere et tjenestetilbud i tillegg til varehandelen. Vi mener at man bør vurdere en mer kompakt avgrensning og legge opp til fortetting. Det bør også vurderes å redusere barrierevirkningen mellom boligområdet i sør og senteret.

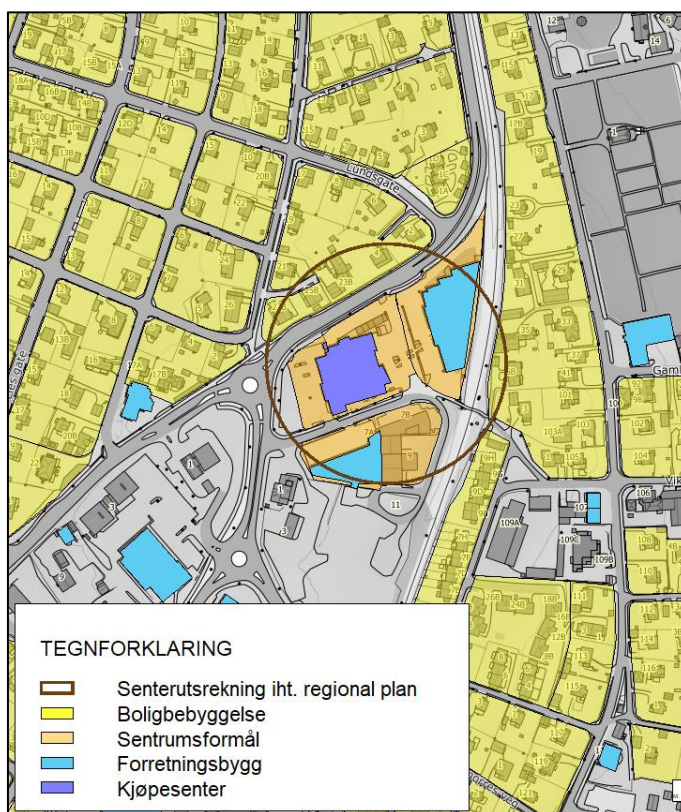
Bilforretningene vurderes å være utenfor formålet til et bydelssenter og betjener også et regionalt kundegrunnlag. Forretningsvirksomhet med dagligvarehandel utenfor sentrum uten tilknytning til kollektivtilbud svekker bydelen og forutsetter at en stor andel av kundene må benytte bil.

### Bydel Kirkeby nord

Kirkeby nord er detaljert beskrevet i kap. 3.2 under beskrivelse av eksisterende senterstruktur i Gjøvik. Kort oppsummert består Kirkeby nord i stor grad av mindre og spredte handelssentre/kjøpesentre etablert som big-boxes som betjener et regionalt kundegrunnlag med Elkjøp, Rusta og XXL. Kiwi og Apotek 1 er typiske forretninger som betjener bydelen. Senteret virker ikke planlagt og bygget som et bydelssenter, men definert som dette i etterkant. Området har tjent som et avlastningsområde, men uten at dette har vært forankret i en overordnet plan. Mellom boligområdene og bydelssenteret er det få lenker og ikke godt tilrettelagt for gående og syklende. Både type varehandelstilbud og måten området er utformet på legger opp til bilbasert varehandel.

Bydelssenteret har en utstrekning i samsvar med regional planbestemmelse, da området ligger godt innenfor 200-300 m radius. Området bør bevare størrelsen og videreutvikle sin kompakthet gjennom i større grad legge til rette for gående og syklende dersom det fortsatt skal være et bydelssenter. Senteret mangler offentlig tjenestetilbud og treffpunkt, men Kjelstad bakeri fungerer som møteplasser.

Kollektivtilbudet i Vestre Totenveg har en bra frekvens inn mot sentrum, noe dårligere utover i bydelene og distriktet. For å komme til holdeplass i sørgående retning må man krysse Vestre Totenveg med stor trafikk. Vestre Totenveg er også barriere mot boligområdet mot nord. Boligområdet i øst er avskåret av jernbanetraseen. Det bør derfor ses på tiltak som kan redusere barrierevirkningene mellom senteret og boligområdene.



Figur 32 Bydelssenter Kirkeby nord med sirkelavgrensning på 200 m i diameter, jf. regional plan

### Bydel/Kirkeby sør

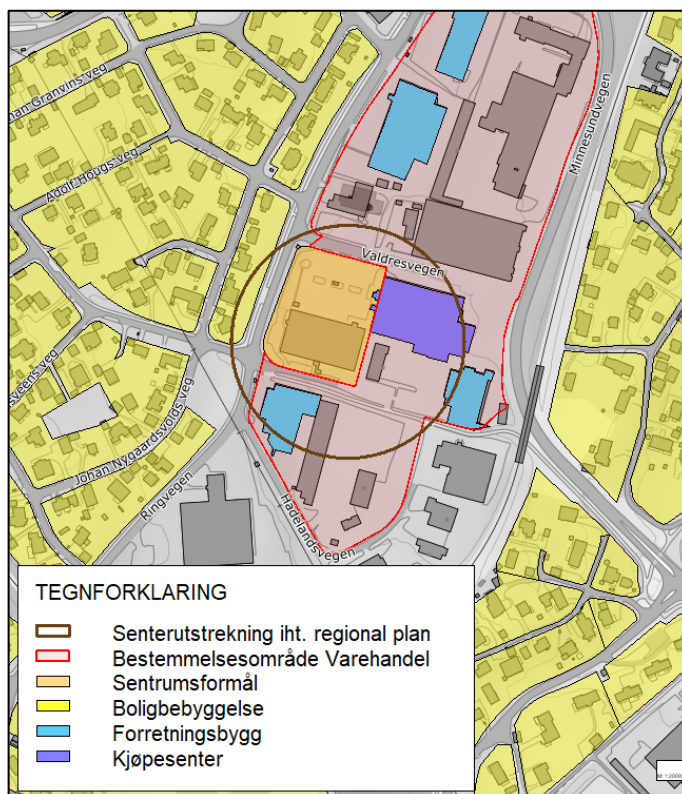
Bydelssenter Kirkeby sør er detaljert beskrevet i kap. 3.2 under beskrivelse av eksisterende senterstruktur i Gjøvik.

Senteret dekker tjenester som er typisk for et sentrumsområde, med dagligvareforretning, apotek, post-i-butikk og tjenesteyting med lege, tannlege. Senteret mangler boliger.

Senteret er et arealeffektivt handelsområde med liten arealutstrekning og er dermed i samsvar med regional planbestemmelse. Området er bilbasert og i liten grad tilrettelagt for gående og syklende. Senteret er i stor grad avskåret fra de store boligområdene øst og sør for senteret pga av veg og jernbane som reduserer tilgjengeligheten. Det bør derfor ses på tiltak som kan redusere barrierevirkningen.

Detaljreguleringen for Kirkeby sør bydelssenter omfatter både BEST OMR 12 og bydelssenter Kirkeby sør. I tillegg til eksisterende bruk legger planen til rette for kontorarbeidsplasser og stadfester eksisterende plasskrevende varehandel innenfor BEST OMR 12.

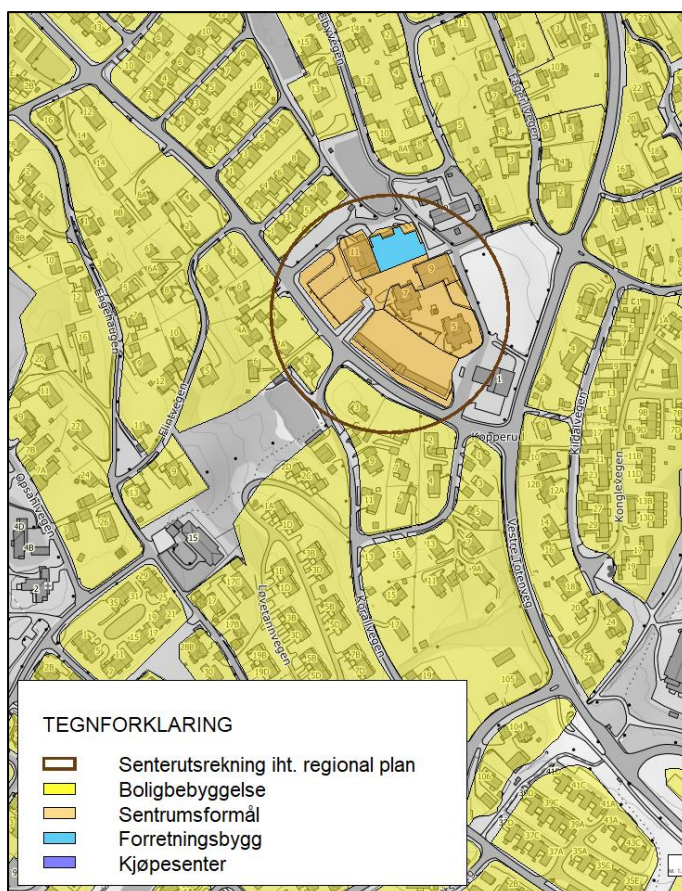
Figur 33 Bydelssenter Kirkeby sør med sirkelavgrensning på 200 m i diameter, jf. regional plan



## Bydel Kopperud

Bydelssenter Kopperud er detaljert beskrevet i kap. 3.2 under beskrivelse av eksisterende senterstruktur i Gjøvik. Kort oppsummert er bydelssenteret et arealeffektivt bydelssenter, og er i arealutstrekning i samsvar med regional planbestemmelse. Bydelssenteret har opprinnelig vært mer velfungerende og har huset flere virksomheter. Fordelen med senteret er at handelsområdet ligger konsentrert rundt et torg, og det er lagt til rette for gående. Området er konsentrert med mange boliger tett inntil, men bærer preg av å være litt slitent og utdatert. Dagens tilbud dekker i stor grad dagligvarebehovet for beboere i nærområdet og schnitzelhuset fungerer som en sosial møteplass.

Figur 34 Bydelssenter Kopperud med sirkelavgrensning på 200 m i diameter, jf. regional plan



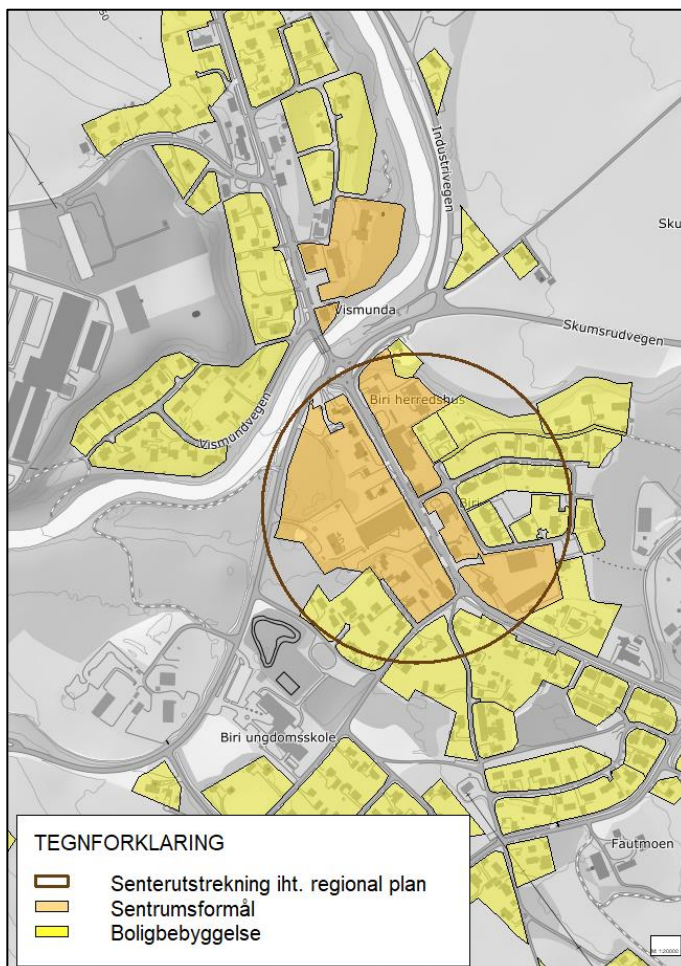
Kopperud har høy arealutnyttelse rundt bydelssenteret, men området er også bilpreget med mye flateparkering. En opprustning av det offentlige torget og øvrig bygningsmasse ville økt attraktiviteten. Det pågår planarbeid innenfor bydelssenteret som kan medføre nettopp dette, og som samtidig øker arealutnyttelsen på områder som i dag nyttes til flateparkering.

### Lokalsenter Biri

Biri sentrum er detaljert beskrevet i kap. 3.2 under beskrivelse av eksisterende senterstruktur i Gjøvik. Kort oppsummert strekker Biri seg geografisk over et stort område på begge sider av elva Vismunda. Varehandelen er konsentrert på sørsiden av Vismunda med to dagligvareforretninger, post i butikk og apotek, helsesenter og andre tjenesteytende formål. Det er behov for å avgrense sentrumsformål i kommuneplanen mellom Vismunda og kryssområdet ved Kragebergvegen med fokus på å få til et bærekraftig mindre sentrum

Biri har stor arealutstrekning. For å opprettholde handels- og tjenestetilbudet i sentrum, er det viktig å legge til rette for fortetting med boliger og etablere et tjenestetilbud i tillegg til varehandelen. Det offentlige tjenestetilbudet som nytt helse- og omsorgssenter er besluttet lagt utenfor sentrum, noe som kan virke uheldig når målet er å styrke sentrum. Vi mener at man bør vurdere å redusere arealavgrensningen for sentrum og legge opp til fortetting.

I Biri lokalsenter er det ikke forretninger med typiske utvalgsvarer (sko, klær mm). Hovedgata i Biri er godt tilrettelagt for gående. Det er noen leiligheter i Biri sentrum, men boligbebyggelsen i Biri er i stor grad småhusbebyggelse utenfor selve sentrum.



Figur 35 Lokalsenter Biri med sirkel på 300 m diameter

### Nærsenter Snertingdal

Snertingdal sentrum er detaljert beskrevet i kap. 3.2 under beskrivelse av eksisterende senterstruktur i Gjøvik. Kort oppsummert bærer Snertingdal preg av spredt bebyggelse, men varehandel, næring og tjenesteyting, er samlet innenfor et begrenset geografisk område.

Snertingdal er ikke definert som tettsted i SSBs registre (min 200 per/normalt maks 50 m avstand mellom hus) og er derfor ikke et lokalsenter etter definisjonen i regionalplan. Arealstørrelsen på tettstedet for øvrig er i samsvar med regional planbestemmelse for lokalsentre. Snertingdal bør i kommuneplanen defineres som et nærsenter og ikke som et lokalsenter, da stedet er for lite og har for spredt bebyggelse til å komme inn under tettstedsdefinisjonen.

Snertingdal har stor arealutstrekning. For å opprettholde handels- og tjenestetilbudet i sentrum, er det viktig å legge til rette for fortetting med boliger og etablere et tjenestetilbud i tillegg til varehandelen. Vi mener at man bør vurdere arealavgrensningen og legge opp til fortetting.

*Figur 36 Nærsenter Snertingdal med en arealutstrekning som et bydelssenter – 200 meter*



#### 6.3.4 Plasskrevende varehandel og storhandel

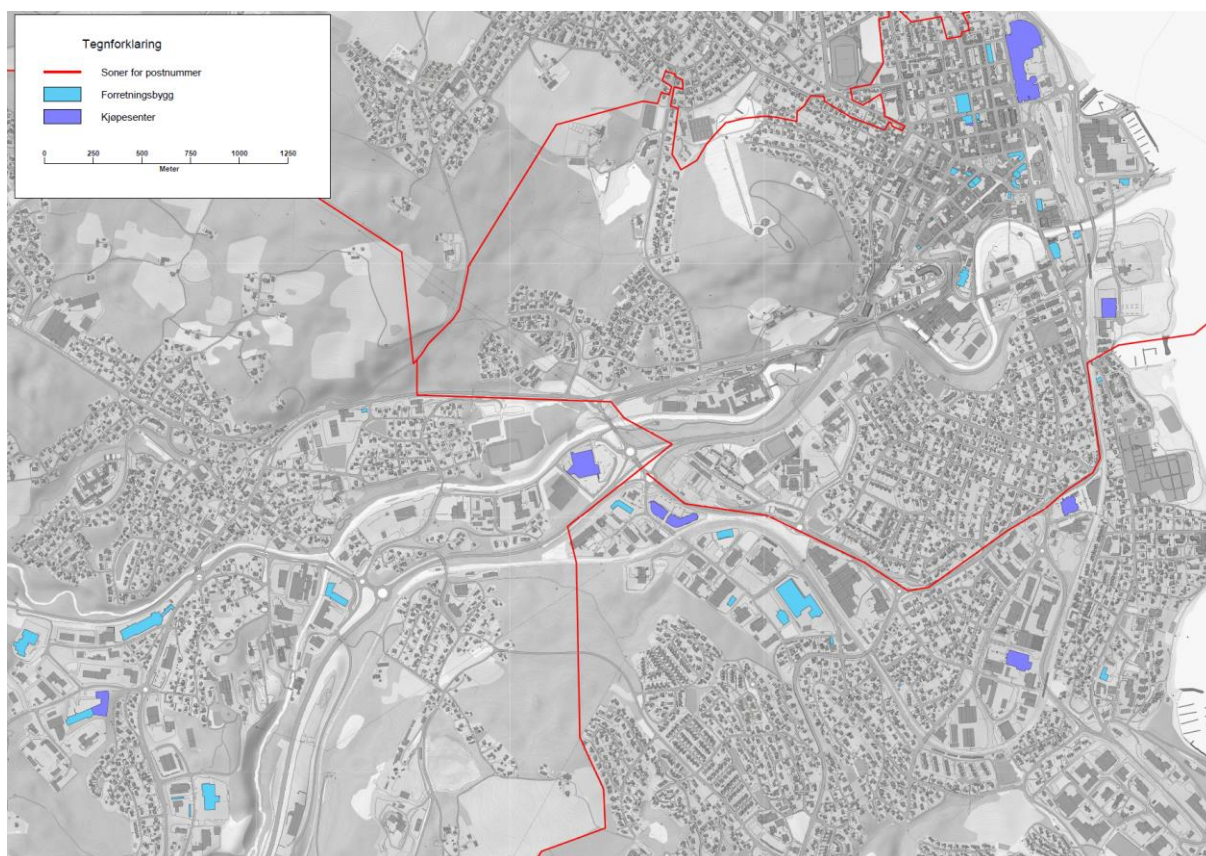
Eksisterende områder for plasskrevende varehandel og storhandel er detaljert gjennomgått i kap. 3.3 og vil ikke bli beskrevet her. I dette kapittelet blir disse avlastningsområdene for sentrum kort vurdert opp mot den øvrige senterstrukturen. Konsekvenser av disse etableringene er nærmere beskrevet i kap. 6.3.

«Plasskrevende varegrupper» er detaljhandel som ikke naturlig hører hjemme innenfor senterområdene. Disse bransjene representerer unntakene fra de generelle bestemmelser for lokalisering av detaljhandel, som krever at større etableringer innenfor detaljhandel skal lokaliseres til kommunesenteret eller lokalsentrene.

Typisk for de «plasskrevende varegrupper» er at dette er handel som av ulike årsaker ikke hører hjemme i sentrum eller i bydelssentrene, og disse kan derfor henvises til mer perifert beliggende næringsområder. Både kommuneplanen og lokale reguleringsplaner skal vise områder hvor slik handel kan etableres.

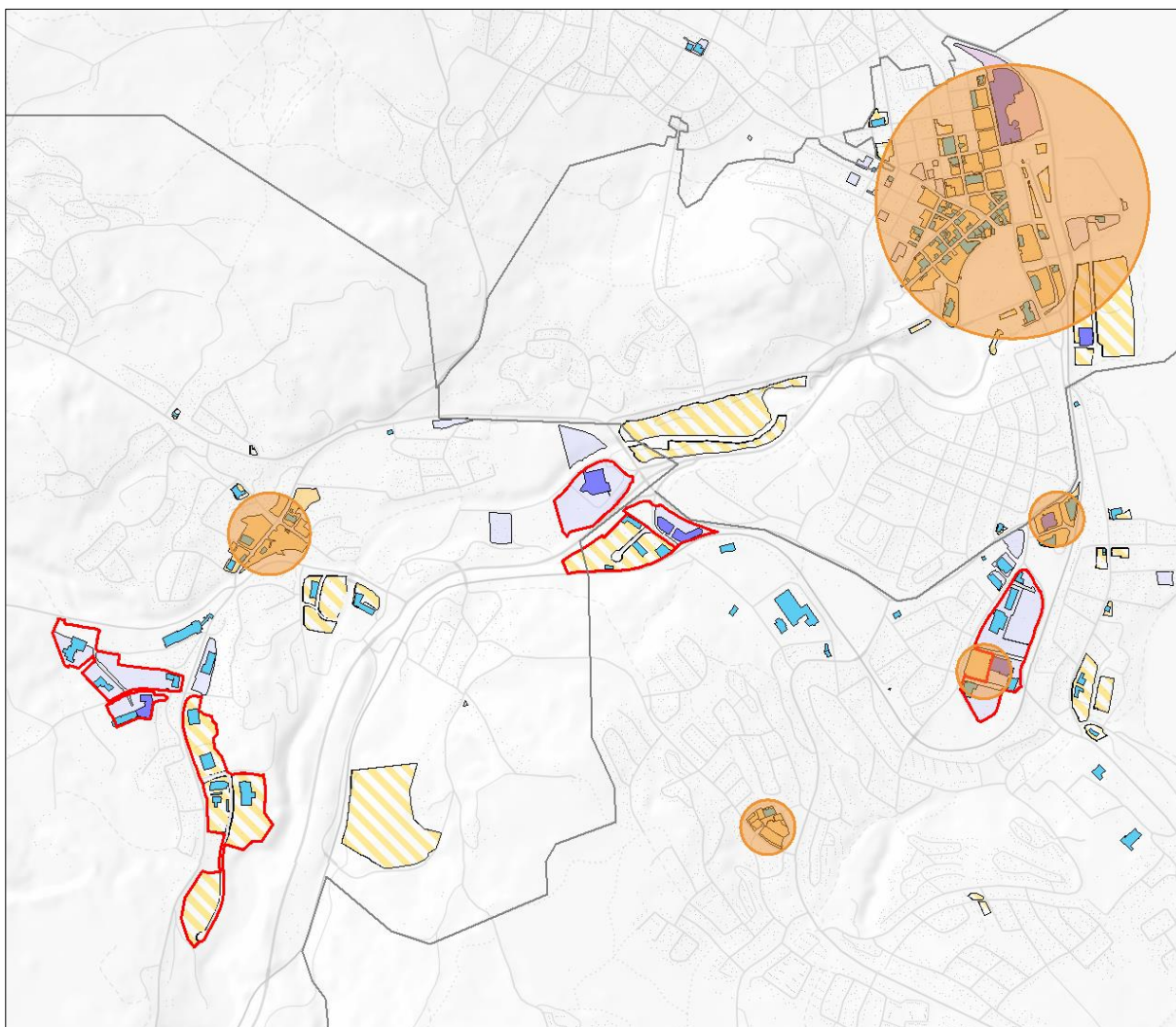
Et «avlastingssenter» er et begrep som ofte introduseres når man ønsker å lokalisere detaljhandel utenfor senterstrukturen. Begrepet henviser til at man ønsker å «avlaste» sentrum for vedkommende etablering. Det er da en forutsetning av det av ulike årsaker kan være behov for å avlaste sentrum. De grunner som det er vanlig å vise til er at det ikke er plass (egnede arealer) i sentrum, eller at trafikken som medfølger ikke lar seg håndtere på en god måte innenfor sentrum. Her snakker man om etablering av større enheter innenfor detaljhandelen. I mange etableringssaker for såkalt storhandel blir slik handel henvist til et avlastingssenter, som ofte ligger i et næringsområde ved et lokalsenter/bydelssenter. Gitt at dette er detaljhandel som krever et handelsomland langt større enn lokalsenterets omland, stilles det gjerne krav til god kollektivtilgjengelighet. Etableringssaker av typen big-box er ofte av denne typen.

Ser man med fugleperspektiv på områder utenfor Gjøvik sentrum på lokaler som er definert som forretningsbygg eller kjøpesenter i matrikkelen får man opp et bilde over hvor spredt disse forretningsbyggene ligger, se Figur 37. Det skilles ikke på forretningsbygg for plasskrevende varehandel og storvarehandel i illustrasjonen under.



Figur 37 Oversikt over forretningsbygg og kjøpsenterbygg fra matrikkelen med inndelingen av delområdene

I gjeldende kommuneplankart er det åpnet for en ytterligere spredning av varehandel utenfor sentrum på store arealer (Figur 38). Det er vanskelig å få en oversikt over disse arealene fordi en del områder er avsatt gjennom bestemmelsesområder, andre gjennom kombinerte arealformål med bl.a. forretningsformål. I tillegg finnes det en del gamle reguleringsplaner for næringsbebyggelse som også åpner for forretningsvirksomhet gjennom planbestemmelsene. Kommunen bør derfor ta en gjennomgang for å skaffe oversikt over lokalisering og størrelse på disse arealene. På grunnlag av en slik oversikt bør det gjennom kommuneplanrevisjonen ryddes opp i plankartet for å unngå ytterligere spredning av varehandel, og da spesielt innenfor kategorien storhandel som er i direkte konkurranse med handel i sentrumsområdene.



Figur 38 viser sentrumsområdene (oransje sirkel), forretningsbygg (blå), kjøpesenter (mørk lilla), områder for kombinerte byggeområder (stripete), forretningsområder (lys lilla) og bestemmelsesområder for varehandel (røde streker)

### 6.3.5 Oppsummering

Kommunens senterstruktur skal gi grunnlag for styring av hvor ny handel skal etableres. Det er viktig at lokalisering og handelsomland gir rom for lønnsom handelsvirksomhet. Antall handelssentre og størrelsen på disse må gjenspeile handelsomlandene og kjøpekraften innenfor disse. Avveiningen mellom bysentrum og omkringliggende handelssentre er ofte avgjørende for å oppnå en «god» byplan. Bydelssentrene og lokalsentrene skal dekke behovet innenfor sitt omland, det innebærer at forretninger og andre servicetilbud som krever et langt større marked, skal lokaliseres i bysentrum.

Gjøvik sentrum har en solid posisjon som regionalt handelssentrum, men for å styrke sentrum bør kommunen unngå at viktige deler av sentrumshandelen flyttes ut til bydelene. Sentrum bør i større grad fremstå som et samlet og komplett handelstilbud, og dette bør være et mål for en sentrumsplan. Sentrums utstrekning skal avklares i kommuneplan og ev. en sentrumsplan.

Kommuneplanens definisjon av senternivå følger i hovedsak regionalplanens prinsipper og bør videreføres med unntak av at Snertingdal bør defineres som et nærsenter. Vi anbefaler at arealavgrensningen Kommunen bør derimot i forbindelse med revisjon av kommuneplanens arealdel

utrede om lokalisering av bydelssentrene bør endres. Det er et viktig mål at flest mulig kan gå eller bruke sykkel i forbindelse med besøk på det lokale senter. Sentrene bør også ha god kollektivtilgjengelighet. Handelsanalysens rammer ga ikke mulighet for noen bred analyse av bydelssentrene, men vår gjennomgang av bydelssentrene viser at man her har litt å gå på, og at det kan være behov for tiltak som bedrer tilgjengeligheten og sentrenes kvalitet. Kommunen har bydelssentre i Sørbyen med overlappende markedsområder, mens det mangler bydelssentre i Nordbyen og i andre områder i Sørbyen. Kommunen bør derfor vurdere å endre fastsatt senterstruktur for å legge til rette for en utvikling som er bedre tilpasset til fysiske omgivelser og befolkningsgrunnlag.

Kommunen bør i forbindelse med kommuneplanrevisjonen rydde opp i plankartet for å unngå ytterligere spredning av varehandel, og da spesielt innenfor kategorien storhandel som er i direkte konkurranse med handel i sentrumsområdene.

## 6.4 Bestemmelser for styring av varehandel

### 6.4.1 Regionalplanens bestemmelser

#### Innledning

I de gjeldende bestemmelser i regionalplanen og kommuneplanen er det uklarerhet både i begrepsbruken og i selve bestemmelsene, og det kan være ønskelig å få på plass et mer presist begrepsapparat med tilhørende bestemmelser. Denne handelsanalysen kan være et utgangspunkt for en videre prosess omkring dette.

I fylkesdelplanen fra 2004 er plass- eller transportkrevende varegrupper definert slik: Motorkjøretøy, landbruksmaskiner, trelast og andre byggevarer, varer fra planteskoler/hagesentre, møbler, hvitevarer og brunevarer.

For de tre siste gruppene, møbler og brune/hvitevarer, har det vært ulike måter å håndtere disse på. Fra statens side har man ikke ønsket disse varegruppene innenfor unntaksbestemmelsene. Praksisen er ulik fylkene imellom, og noen skiller ikke mellom varegrupper i det hele tatt.

I den nye regionalplanen fra 2016 endres definisjonen, ved at møbler, hvite- og brunevarer ikke regnes som plass- eller transportkrevende varegrupper. Det er flere grunner til dette. Først og fremst fordi dette er en definisjon som ikke er i tråd med nasjonale retningslinjer. Videre at dette er bransjer som fører både store og små varer, noe må kjøres med bil, men ikke alt, og det er ikke alltid kunden ønsker å kjøre hjem varene selv. Løsningen er ofte å bruke eksterne lagerlokaler, hvor kunden enten henter, eller forhandler kjører ut varer fra. Dette er trolig en løsning som vil bli mer vanlig, gitt antatt vekst innenfor netthandel.

Regionalplanen inneholder en ny bestemmelse om «storvarehandel», som defineres som møbler, brune- og hvitevarer. Målet er at denne storvarehandelen lokaliseres så sentralt som mulig, men samtidig bør sentral lokalisering avveies mot andre hensyn, som trafikk og støy i sentrum.

Bestemmelsen ble som følger: «For Gjøvik og Lillehammer gjelder egne bestemmelser for storvarehandel. Slik virksomhet kan ligge i sentrum, bydelssentre eller egne områder avsatt til dette i kommuneplanen, forutsatt at det er kollektivdekning, og så nært sentrum som mulig.»

Denne regionale bestemmelsen skal følges opp i kommuneplanens bestemmelser for lokalisering av detaljhandel, hvor man tar utgangspunkt i vedtatt senterstruktur med definerte bydelssentre/lokalsentre.

## Uklarerheter omkring bestemmelser

Det kan stilles spørsmål ved regionalplanens bestemmelser, om disse følger opp nasjonale mål for miljø og byutvikling, og om bestemmelsene er klare nok til å være operasjonelle? Bestemmelsene åpner opp for svekkelse av sentrum som handelssted, og en spredning av handelen som ikke er forenlig med mål knyttet til redusert biltrafikk og klimagassutslipp. I utgangspunktet er regionalplanens unntaksbestemmelser ikke forankret i nasjonale bestemmelser eller retningslinjer (samordnet areal- og transportplanlegging), men i gjeldende nasjonale bestemmelser er det avklart at regionale myndigheter skal fastsette bestemmelser om styring av handelsetableringer.

Lokalisering til steder med godt kollektivtilbud er en vesentlig grunn for myndighetenes ønske om kontroll med lokaliseringen av handelsetableringer. Når regionalplanen bruker formuleringen «*forutsatt at det er kollektivdekning*» i sine bestemmelser, blir dette svært uklart. Det er i regionalplanen ikke spesifisert noe nærmere om hvilke krav som bør tilfredsstilles. Gitt at unntaksbestemmelsene skal gjelde for store handelsetableringer, som krever et handelsomland som går langt utover det lokale, bør de aktuelle steder for slik storhandel være ved viktige knutepunkter i kollektivsystemet, hvor kollektivtilgjengeligheten er spesielt god? Dette synes å være et naturlig krav å knytte til denne unntaksbestemmelsen.

Regionalplanens unntaksbestemmelser om lokalisering av storvarehandel har også et punkt om «nærhet til sentrum», men uten noe nærmere om hvorfor og hvordan? Så lenge man beveger seg utenfor sentrumskjernen betyr ikke avstanden så mye, handelssenteret blir bilbasert uansett avstand til sentrum, hvis ikke kollektivtilbudet er meget godt.

## Om unntaksbestemmelser for «storvarehandel»

Med de utviklingstendenser vi kan se, med økt netthandel og andre nye butikkonsepter hvor man opererer med butikklokaler (showroom) geografisk skilt fra varelagrene, kan det argumenteres med at utviklingen innenfor handelsnæringen gjør at regionalplanens unntaksbestemmelse for storvarehandel bør vurderes nærmere.

Unntaksbestemmelsen gjør at plansaker med big-box-konsepter kan fremmes som handelsetableringer innenfor storvarehandel. Gitt de utviklingstendenser vi ser innenfor enkelte bransjer, hvor det er de helt store enheter som vokser på bekostning av de mindre enhetene, får man mange steder en utvikling hvor stadig mer av handelen flyttes fra bysentrum og ut til bydelssentre eller mer perifere næringsområder, hvor varehandelen etableres i store, enkle og billige bygninger (big-boxes), med tilhørende store parkeringsarealer helt inntil forretningene.

Det kan synes som om regionalplanens krav til konsekvensanalyser ikke alltid følges like godt opp i slike etableringssaker. I utgangspunktet bør grunnen til at man får etableringer etter denne unntaksbestemmelsen være a) mangel på egnede arealer i sentrum, eller b) at den aktuelle etablering av ulike årsaker (miljø og trafikk) ikke kan innpasses i sentrum på en god måte. Et naturlig krav vil være at dette dokumenteres i de aktuelle plansaker.

Vår analyse av arealpotensialet i Gjøvik sentrum viser at det er vanskelig å forsvare at denne unntaksbestemmelsen brukes i Gjøvik (jf. kapittel 5). Her er det mye ledige arealer og fortetningsmuligheter, og det kan også vises til de muligheter Hunton-stranda gir for å innpasse store varehandelsenheter. Hunton-stranda har en beliggenhet som gjør den godt egnet for storvarehandel – nær kollektivknutepunktet, og ideelt i forhold til hovedveisystemet).

Videre viser vår analyse av bydelssentrene/lokalsentrene at det ikke er noen av disse som har så god kollektivtilgjengelighet at det skulle tilsi at man bør etablere forretninger for et stort markedsområde der. Lokalsentrene skal i utgangspunktet huse forretninger basert sitt lokale markedsgrunnlag (bosatte i nærområdet).

Overordnede mål for samfunnsutviklingen tilsier at lokalisering av detaljhandel skal vurderes i forhold til nasjonale og kommunale mål knyttet til klima og sentrumsutviklingen. Dette tilsier at detaljhandel basert på et større marked enn en bydels lokale marked som hovedregel skal etableres i sentrum.

### Unntaksbestemmelsens konsekvenser

Et eksempel på hva som kan skje dersom man ikke har et strengt regelverk er vedtaket om etablering av XXL innenfor bydelssenteret Kirkeby nord. Av saksutredningen fremgår det at man har ønsket å få butikkkonsepter med store enheter (XXL) behandlet under unntaksbestemmelsen for storvarehandel, selv om man her er i en helt annen bransje. Dersom dette skulle bli en etablert praksis åpner man opp for at mange bransjer kan flyttes ut av sentrum, bare de kan etableres i store nok enheter.

Med en trend med nye store etableringer i perifere næringsområder, vil det medføre en utvikling som ikke er i tråd med kommunens mål for bysentrum og sentrumsmiljø, og vedtatt senterstruktur. I tråd med senterstrukturen skal Kirkeby nord være et lokalsenter, primært for senterets lokale omland. Skal bydelssenteret Kirkeby nord gis en annen og større rolle, bør dette fastsettes gjennom kommuneplanrevisjonen.

Et viktig argument i denne etableringssaken var at dersom Gjøvik ikke får sin XXL, vil Gjøvik-folk reise til Hamar for å handle, med handelslekkasje til Hamar som en konsekvens. Dette er en sak som har mange sider. Blant annet vil XXL i Gjøvik kunne gi markedseffekter og øke Gjøviks attraktivitet som handelssted, slik det formuleres i tiltakshavers utredning. Men saken kunne med fordel vært belyst på en mer balansert måte.

Et viktig poeng i denne saken er at det finnes egnede arealer i Gjøvik sentrum og at sentrum derfor ikke trenger noen avlastning. Det er snarere tvert imot, det kan ikke ventes stor nettovekst innen tradisjonell detaljhandel, mye på grunn av utviklingen innenfor netthandel, og det er derfor viktig at attraktive forretninger med et regionalt marked blir gitt plass i sentrum.

Trenden innen tradisjonell detaljhandel er at man må vente en stagnasjon, kombinert med strukturendringer hvor nye forretningskonsepter vokser på bekostning av tradisjonelle konsepter. Store enheter overtar fra de små. Dette gjør at man får store utfordringer i å styre innenfor de bransjer som defineres som storvarehandel. Generelt bør også de store forretningsenhetene lokaliseres der kollektivtilgjengeligheten er god, og ikke ensidig basert på billig tomte- og husleie i mer perifert beliggende næringsområder, med god biltilgjengelighet.

### Varehandelsbestemmelser i Hedmark fylke

Hedmark fylke har vedtatt en Fylkesdelplan for samordnet miljø-, areal- og transportutvikling (SMAT) i 6 by og tettsteder og 2 næringsområder i Hamarregionen 2009 – 2030. Fylkesdelplanen inneholder ingen bestemmelser knytte til varehandel, men har retningslinjer. Disse åpner opp for å tillate all slags handelsetableringer inntil 3 000 m<sup>2</sup> innenfor alle tettsteder.

Fra 1. januar 2019 er Oppland og Hedmark ett fylke. Det er derfor grunn til å anta at forskjeller i bestemmelser på regionalt nivå på sikt vil bli borte, slik at kommunene har de samme overordnede bestemmelser og retningslinjer å forholde seg til.

## 6.4.2 Kommuneplanens bestemmelser

### Innledning

Forslaget til reviderte bestemmelser i ny kommuneplan er basert på de resultater og konklusjoner vi har kommet frem til i handelsanalysen. Myndighetenes styring av utviklingen innen detaljhandel skjer i hovedsak gjennom kommuneplanens arealdel og bestemmelser til arealplanen. I utgangspunktet skal kommuneplanen følge opp regionalplanens bestemmelser om lokalisering av detaljhandel. Disse er

basert på vedtatt senterstruktur, (i kommuneplanen) og generelt skal handelsetableringer lokaliseres i henhold til kommuneplanen. Men i regionalplanen er det tatt inn unntaksbestemmelser knyttet til «stovarehandel», og disse bestemmelsene kan ha stor betydning for byutviklingen. Stovarehandel er definert som bransjene møbler og hvite- og brunevarer. Når man i regionalplanen har valgt å unnta disse bransjene fra det generelle kravet om lokalisering i henhold til senterstrukturen, vises det til a) mangel på egnede arealer i sentrum, eller b) trafikk- og miljøkonsekvenser av en etablering innenfor sentrum. Regionalplanen omtaler dette helt generelt, og vi har i handelsanalysen gått nærmere inn på realitetene omkring de lokale forhold. Er det en reell mangel på egnede forretningsarealer innenfor sentrumssonen, og/eller er det konsekvenser knyttet til trafikk og miljø som tilsier at bedrifter innenfor de aktuelle bransjer bør lokaliseres utenfor sentrum?

Hvis disse forutsetningene ikke er tilstede, gir dette grunnlag for at kommunen i sin kommuneplan ikke følger regionalplanens bestemmelser helt ukritisk. Det er en svakhet ved regionalplanen at disse forutsetningene om de lokale forholdene ikke drøftes nærmere.

Vi vil i kapittelet gå nærmere inn på grunnlaget for kommuneplanens bestemmelser om unntak fra det generelle kravet om at handelsetableringer skal skje i henhold til vedtatt senterstruktur. Grunnlaget for slike unntak må være dokumentert, som eventuell mangel på egnede arealer i sentrumssonen. Det må også være krav knyttet til god kollektivtilgjengelighet dersom større handelsetableringer skal tillates utenfor sentrum. Har noen av lokalsentrene/bydelssentrene så god kollektivtilgjengelighet at dette tilsier at vedkommende lokalsenter kan være et akseptabelt alternativ til Gjøvik sentrum?

Unntaket for etablering av varehandel i sentrum gjelder for plasskrevende varegrupper. Dette er handel som av ulike årsaker ikke hører hjemme i sentrum eller i bydelssentrene, og derfor kan henvises til mer perifert beliggende næringsområder. Både kommuneplanen og lokale reguleringsplaner skal vise områder hvor slik handel kan etableres.

### Bestemmelsene i gjeldende kommuneplan

Overordnet gjelder at bestemmelsene har som mål styrke Gjøvik sentrum. Men styringen av varehandelen gjennom kommuneplanens bestemmelser blir veldig detaljert og virker derfor vanskelig å følge opp i praksis. Bransjeglieningen og ulik definering av varehandelsgrupper kan være faktorer som gjør det vanskelig å følge opp planbestemmelsene på en enhetlig måte. Analysen viser at de områder som har fungert som avlastningsområder har hatt en sterkere varehandelsvekst enn Gjøvik sentrum. Bestemmelsene har derfor i begrenset grad klart å styre varehandelen til fordel for Gjøvik sentrum. I bestemmelsene står det at detaljhandel skal lokaliseres i Gjøvik sentrum, bydelssentre og lokale handelssentre. Dette viser seg å ikke stemme helt ved at man finner mange eksempler på lokalisering av detaljhandel utenfor disse områdene. Varehandel etablert utenfor sentrum vil konkurrere med sentrumshandelen uavhengig av om det er såkalt stovarehandel eller ikke. Ingen av bydelssentrene er planlagt for å ha en overordnet funksjon som et alternativ til sentrumslokalisering, og ingen har en kollektivtilgjengelighet som tilsier en slik rolle. Da handelsanalysen i tillegg viser at det ikke er behov for avlastning av sentrum, bør kommuneplanens bestemmelser være relativt restriktive når det gjelder lokalisering av større handelsenheter i bydelssentrene.

Kommuneplanen definerer formål til forretning for eksisterende virksomheter, men kunne i større grad ha tenkt utvikling av nye bydelssentre sett ut ifra nye store og tette boligkonsentrasjoner for å legge til rette for mindre transportarbeid i det daglige. Det bør være rom for å åpne opp for dagligvareforretninger av begrenset arealstørrelse i tilknytning til konsentrerte store boligområder for å legge til rette for korte avstander mellom dagligvarehandel og bolig. Ved utbygging av store og tette boligkonsentrasjoner bør man se på om det er behov for et nærsenter med handel og tjenestetilbud eller dagligvaretilbud innenfor gåavstand. Dette bør reguleres inn som sentrumsformål med krav til miks av handel og tjenester.

Gjeldende kommuneplanens arealdel er ikke mer enn 4 år gammel. Den stadfester gjeldende arealbruk i stor grad, men er ikke like tydelig på hvordan kommunen ser for seg den langsiktige utviklingen for å kunne ivareta attraktivitet for både næringsliv, varehandel og til syvende og sist

innbyggerne. Varehandel i seg selv er ikke tilstrekkelig for å ivareta og styrke Gjøvik bysentrum. Nye boligområder er i stor grad basert på å ta hull på nye områder og ikke ved transformasjon av eksisterende byggeområder, slik at Gjøvik by vokser i areal. Denne trenden bør snus for å kunne styrke sentrum og bygge sterke lokalsentre. Kommunen bør etter vår vurdering i større grad engasjere seg i sentrale transformasjonsområder, heller enn å åpne opp nye områder for boligutbygging.

I kommuneplanen er det regulert forretningsareal som ligger utenfor bestemmelsesområdene som rene forretningsformål eller kombinert formål der forretning er en del av kombinasjonen. Disse områdene er ikke omtalt nærmere i kommuneplanens bestemmelser, og det er uklart hva som er styrende bestemmelser. Kommunen bør ta en gjennomgang av disse områdene og deres reguleringsplaner og rydde opp i bestemmelsene slik at formål som dekker detaljhandel blir mer entydig i kommuneplanen. Det bør vurderes å begrense denne type areal for å få forretninger mer konsentrert i tilknytning til bydelssenter og sentrum.

### Bydelssentrene og kollektivdekning

Regionalplanens bestemmelser om bydelssentrenes kollektivdekning bør tas inn ved revisjon av kommuneplanens bestemmelser. Skal det imidlertid ha noen hensikt, bør formuleringen vurderes nærmere. Slik den står, angis ikke noe konkret krav mht. kollektivdekningen. Handelsetablering skal skje i bysentrum og bydelssentrene, og det bør følges opp med konkrete krav om god kollektivdekning i sentre hvor varehandel med regionalt marked skal lokaliseres. Dette på bakgrunn av målet om minst mulig bilbasert handel i lokalsentrene.

### Storhandelsbegrepet i regional- og kommunal planbestemmelse

Det er ikke samsvar mellom regional planbestemmelse og kommuneplanens bestemmelse vedrørende definisjon av begrepet storhandel. Dersom begrepet skal videreføres i revidert kommuneplan bør dette endres slik at det er samsvar. Kjøkken og bad er ikke definert som storhandel i regional plan, men er det i gjeldende kommuneplan. Regional plan stiller krav om at virksomhet for storhandel skal være over 1500 m<sup>2</sup>, mens kommuneplanen opererer med over 1000 m<sup>2</sup>.

### Utviklingstrekk innen detaljhandel

Kommuneplanen skal gjennom sin arealplan og tilhørende bestemmelser gi detaljhandelen gode og forutsigbare rammer. Dette innebærer at det avsettes arealressurser i henhold til markedets behov og krav, både med hensyn til arealstørrelse og beliggenhet. Men samtidig skal kommuneplanen ivareta den nødvendige styring av detaljhandelen, slik at utviklingen er i samsvar med overordnede mål for by- og samfunnsutviklingen. Det betyr at det kan settes rammer og begrensninger som oppleves som ulemper for bransjen og den enkelte bedrift, men at de samme rammer er viktige for å ivareta samfunnets interesser.

Hvilken vekst skal det planlegges for, og hvor bør denne veksten komme? Dette blir et sentralt spørsmål i denne saken. Foreliggende handelsanalyse gir grunnlag for følgende korte og enkle svar: Det vil bli en befolkningsvekst, og en økonomisk utvikling med økt kjøpekraft. Det er imidlertid ikke å grunn til å vente noen stor vekst totalt innenfor detaljhandelen, som eventuelt skulle tilsi at det bør legges ut nye og store arealreserver for dette formålet. Oppgaven blir mer å styre detaljhandelen i tråd med overordnede mål for byutviklingen. Detaljhandelsbransjen er dynamisk og under stadig forandring, som krever at planmyndighetene hele tiden må forholde seg til bransjens strukturendringer og nye handelskonsepter. Generelt er totaltilbudet stort, og stort nok til å sikre den ønskede konkurransen. Man kan ikke vente en vekst som genererer stor etterspørsel etter mer areal, det blir viktigere å styre bransjen slik at man tar hensyn til viktige samfunns mål.

Hovedutfordringene nå ligger i å håndtere strukturendringene innenfor detaljhandelen. Vi ser nye handelskonsepter, som netthandel kombinert med post i butikk, jf. kap. 5. Dette kan styrke

lokalsentrenes/bydelssentrene rolle, og gjøre at man bør stille krav til sentrenes tilgjengelighet for alle grupper.

En viktig trend har vært utflytting av varehandel fra sentrale områder i byen og ut til mer perifert beliggende næringsområder. Dette er en utvikling som er i konflikt med overordnede mål om å styrke bysentrum og begrense veksten i bilbruken. Gitt at den totale veksten innenfor detaljhandel vil være beskjeden, må det legges vekt på de negative konsekvenser av utflytting fra sentrumskjernen. Det bør med andre ord være sterke grunner dersom man skal tillate detaljhandelsetablering som ikke er forenlig med vedtatt senterstruktur. Man bør prioritere at nyetableringer først og fremst skjer innenfor områder hvor disse kan bidra positivt til byutviklingen, ved for eksempel å styrke sentrumshandelen og sentrumsmiljøet. Eller at de innpasses i det lokale bydelssenteret på en måte som styrker senterets rolle som lokalt handelssted og møteplass for de tiliggende boligområder. I et slikt perspektiv er det viktig at kommuneplanen gir forutsigbare rammer for detaljhandelen, som begrenser den enkelte bedrifts muligheter til etablering i konflikt med viktige samfunns mål.

### 6.4.3 Forslag til nye kommuneplanbestemmelser

#### Alternativene

Det er en viss uklarhet i de begreper og definisjoner som er brukt i bestemmelsene: For bestemmelsesområder hvor plasskrevende varehandel og storhandel er tillatt er det tatt med et punkt om at «*Detaljvarehandel tillates ikke innenfor bestemmelsesområdene*». Dette bør endres ved revisjonen av kommuneplanen, i det både storhandel og handel med plasskrevende varegrupper er detaljhandel. Alt er detaljhandel, og videre har man undergrupper knyttet til plasskrevende varegrupper, samt bransjer man har valgt å definere som storvarehandel/storhandel.

Det er derfor grunn til å se kritisk på bestemmelsene i gjeldende kommuneplan, hvor det er uklarheter i de begreper og definisjoner som er benyttet. Videre er regionalplanens bestemmelser om storvarehandel ikke forenlig med vurderinger og konklusjoner i handelsanalysen.

Til grunn legges forutsetningen om at kommunen har vedtatt en senterstruktur som er i tråd med overordnede mål. Nasjonale mål tilsier at varehandel konsentres til sentrumsområder, i henhold til senterstrukturen. Dette er en oppfølging av kommunale mål om sentrumsmiljø og sentrums attraktivitet, mål om høy kollektivandel, samt klimamål om redusert utslipp av klimagasser. Kommunene skal følge dette opp gjennom sine bestemmelser til kommuneplanen.

Det sentrale punktet i bestemmelsene gjelder eventuelle unntaksbestemmelser for storvarehandel. Skal man legge inn unntaksbestemmelser, slik gjeldende regionalplan åpner for, eller ønsker kommunen et sterkere virkemiddel for å styre og kontrollere varehandelens etablering og lokaliseringsmønster?

Valget vil stå mellom følgende to hovedalternativer:

**Alternativ A:** Bestemmelser i tråd med gjeldende kommuneplans bestemmelser, og tilpasset bestemmelsene i ny regionalplan. Dette innebærer at det for enkelte bransjer (betegnet som storvarehandel) kan gjøres unntak fra kravet om lokalisering i tråd med fastsatt senterstruktur. Det må i tilfelle dokumenteres at det ikke finnes egnede arealer i sentrum eller bydelssentrene/lokalsentrene, og/eller at en slik lokalisering vil gi uønskede miljøkonsekvenser.

**Alternativ B:** Bestemmelser med utgangspunkt i nasjonale retningslinjer, med krav om at detaljhandel skal lokaliseres i tråd med fastsatt senterstruktur. Dette innebærer at detaljhandel for et større markedsomland som hovedregel skal lokaliseres i sentrum, og at detaljhandel tilpasset sitt lokale markedsgrunnlag skal lokaliseres til bydelssentrene/lokalsentrene.

## Oppsummering og anbefaling

Store og attraktive forretningsenheter, som på grunn av sin størrelse krever et stort markedspotensial, skal lokaliseres til Gjøvik sentrum, hvor kollektivtilbudet er best. Slike forretninger bør ikke etableres i mer perifere næringsområder, som på grunn av svak kollektivdekning vil bli bilbasert. På bakgrunn av kommunens mål om «klimariktig» byutvikling bør det være et krav at kommunen ikke legger opp til ytterligere bilbasert handel i stort format.

Med alternativ A vil det bli åpnet opp for ytterligere spredning av detaljhandelen. Dette avhenger selvsagt av hvordan praksis blir i slike plansaker, men gitt at man har en generell unntaksbestemmelse «mister» kommunen mye av kontrollen med etableringer innenfor de aktuelle bransjer.

Med alternativ B beholdes muligheten for god kontroll, samtidig som kommunen kan oppnå den ønskede fleksibilitet gjennom en egen fraviksbestemmelse, i tråd med regionalplanens fraviksbestemmelse.

Ved eventuelle fravik fra den generelle bestemmelsen om lokalisering av ny handelsvirksomhet skal det foreligge en handelsanalyse hvor blant annet følgende vurderingspunkter inngår:

- Dokumentasjon på mangel av egnede arealer i bysentrum.
- Virkningen av tiltaket for det eksisterende bysentrum (sentrumshandel, sentrumsmiljø og sentrums attraktivitet).
- Analyse av tiltakets handelsomland, og dokumentasjon av ventet handelslekkasje og handelsbalanse i kommunen/omlandet.
- Miljøkonsekvenser av tiltaket, blant annet i form av klimagassutslipp.

På grunnlag av handelsanalysen blir anbefalingen at kommuneplanens bestemmelser baseres på hovedalternativ B. Dette innebærer at man ikke tar inn regionalplanens unntaksbestemmelser for de aktuelle storvarebransjene.

## 7 Vurdering og anbefaling for sentrumsutvikling

I dette kapittelet skal vi forsøke å svare på hva Gjøvik bysentrum i fremtiden vil trenge å ha av varehandel, tjenester, møteplasser, arbeidsplasser, kontorer, boliger, kulturtilbud mm. for å være så attraktiv at folk handler og oppholder seg der. Vi skal vurdere hvilke tiltak Gjøvik kommune kan iverksette eller ta initiativ til for at sentrum blir attraktivt for nye varehandelsetableringer.

For å oppnå liv og aktivitet i sentrum, må mange mennesker bruke sentrum. Sentrumshandelen er viktig, men er alene ikke nok for å skape liv til sentrum. Dette krever at mange bor og jobber i og ved sentrum og at det er et stort tilbud av varer, tjenester og opplevelser. Det å beholde og helst øke antallet arbeidsplasser i sentrum er derfor en viktig faktor for å styrke bylivet. Kontorarbeidsplasser blir i dag flyttet ut av sentrum, blant annet til Mustad næringspark og Kirkeby. Dette er en utvikling som kan være i konflikt med andre mål for byutviklingen, som går ut på å styrke sentrum. Sentrum vil være et egnet og attraktivt lokaliseringssted for etablering av kontorarbeidsplasser. Først og fremst fordi sentrum er det området hvor kollektivtilbudet er best, og hvor man kan oppnå høyest kollektivandel. Arbeidsplasser i sentrum vil gi mer sentrumshandel, da man ofte handler på veg til og fra jobb. Etablering av flere boliger og arbeidsplasser vil bidra til et større kundegrunnlag for forretninger, service og bevertning i sentrum. En stor andel av de nye boliger som bygges bør fortrinnsvis være leiligheter innenfor og i nær tilknytning til sentrum. I lys av eldrebølgen er det et økende behov for sentralt plasserte leiligheter med gåavstand til forretninger og tjenestetilbud. Det er også et stort behov for studentboliger og disse bør lokaliseres til sentrum. Studenter i byen skaper liv og røre og kan bidra til å skape en positiv utvikling i sentrum.

I forbindelse med transformasjon og fortetting av sentrum er det viktig at kommunen setter av areal til byrom og parker, slik at det finnes gode offentlige rom og parker som bidrar til folkehelse og trivsel. Det pekes på at det må investeres i gode utearealer, da dette er grunnlag for befolkningens trivsel, helse og livskvalitet, og bygger oppunder utviklingen til en mer attraktiv by. Dette viser seg gjennom opprustningen av Jernbaneparken, som har blitt et nytt treffpunkt for barn og unge i byen. Videre er rådhuset under rehabilitering og en opprustning av parkområdet i rådhuskvartalet med biblioteket og gangaksen til Gjøvik gård som legger til rette for et inviterende uteareal kan styrke området. Det at Gjøvik satser på det offentlige rom er en styrke for sentrum. Viser i den sammenheng også til planene for Pan-parken, sentralt plassert i bybildet og serveringssteder, noe som gir store muligheter for et yrende folkeliv. Mellom Øvre og Nedre Torvgate ligger et skrått kvartal «Gamletorvet» som tidligere har vært et handelsområde for torghandel og som i dag er avsatt til parkering. Området er avsatt til torghandel på lørdager, men parkeringsstatusen står veldig sterkt og området fremstår ikke attraktivt som handelsområde. Området har potensial til å bli et flott byrom som kan gi mer byliv og aktivitet til sentrum.

Det kan observeres en positiv utvikling i Gjøvik by, med transformasjon av områder, «infill-prosjekter» og fjerning av flateparkering til fordel for boligutbygging. Utvikling av Huntonstranda som en attraktiv bydel i Gjøvik er nok et element som vil forsterke Gjøviks bysentrum. Det nye kulturhuset bør få en sentral plassering i Gjøvik sentrum. Hvis etableringen av nytt kulturhus i sentrum skaper mer liv i sentrum på dag og kveldstid, vil dette igjen også føre til et øktende behov for å benytte seg av tilbudet i sentrum på andre områder innenfor handel, bespisning og tjenester.

For at et sentrum skal være attraktivt som en etableringsarena for nye etableringer innenfor varehandelen er det viktig å se hvordan kjøpesentrene planlegges og drives. Prosessen omfatter alt fra varehandelssortiment og riktig butikkmix, enhetlig og god standard på butikker, inngangsparti og gangareal, samt servicetilbud for de handlende som spisesteder, toalett og møte-/hvileplasser. Det kan vises til CC Gjøvik som peker på basis forutsetninger for kjøpesenterdriften; beliggenhet, størrelse, utvalg, butikkmix, parkering, logistikk, trygghet, rent, moderne, innemiljø og fremkommelig for alle. Dette kan være en utfordring for et sentrumsområde med mange gårdeiere og næringsdrivende å få til en tilsvarende felles satsning. Gjøviks utgangspunkt er gjennom samarbeidet med Byen vår Gjøvik.

Samarbeidet om sentrumsutvikling kan være et grep som styrker oppunder ønsket byutvikling. Sentrumsbutikkene må kunne tilby noe mer enn netthandelen, slik at det som trekker folk til sentrum også er opplevelser, service og det sosiale livet. Varehandelen er i endring og for å skape attraktive handelsområder i sentrumskjernen bør det spisses ytterligere hvor man skal satse på handel av utvalgsvarer og tjenester.

Å øke antall boliger i sentrum vil være en faktor av stor betydning for utvikling av et attraktivt og bærekraftig bysentrum. Det er fortetningsplaner i Gjøvik by og det pågår utbygging av nye boligblokker og bygårder. Blant de større prosjektene som ikke er startet opp er Farverikvartalet med 100-120 boliger i tillegg til utviklingene av Huntonstranda som tidligere omtalt.

### Aktuelle tiltak som kommunen kan bidra med

Under har vi oppsummert hva som kan være tiltak kommunen kan bidra med for å gjøre sentrum mer attraktivt. Tiltak som kan være med på å skape mer liv i sentrum og får folk til å oppholde seg der og handle. Lista er utarbeidet i tråd med kommunens målsetning om å fortette sentrum og bydelssentrene med kvalitet, og legge til rette for og prioritere etablering av handel og kontorarbeidsplasser i sentrum, og samtidig begrense etablering av slike utenfor sentrum. Listen er ikke uttømmende:

- Følge vedtatt senterstruktur
  - Ikke tillate varehandel i strid med senterstrukturen
- Legge mer/opprettholde kommunalt tjenestetilbud til sentrum, eks:
  - Rådhus, Helsestasjon, Legekontor, Bibliotek, Barnehage, Skole, Frivilligsentral, Frisklivssentral
- Offentlige etater i sentrum, eks: NAV, Likningskontor, Folkeregister, Skattekontor, DIBK
- Fortsett samarbeid med gårdeiere og næringslivet i sentrum
- Begrense muligheten for å etablere kontorer utenfor sentrum.
- Fortette og transformere i sentrumskjernen
- Legge til rette for bygging av flere boliger i sentrum, deriblant studentboliger
- Ikke tillate studenthybler utenfor sentrum
- Bruk av utbyggingsavtaler som bidrag til etablering og oppgradering av offentlige møteplasser, parker, friområder osv.
- Sosiale møteplasser
  - Ruste opp offentlige byrom og parker
  - Tilby lag og foreninger lokaler i sentrum
- Prioritere trafiksikkerhet for gående og syklende mellom boligområdene og sentrum
- Følge opp vedtatt gatebruksplan
  - Følge opp overordna strategier angående parkering, bygging av p-hus utenfor sentrumskjernen. Avstand mellom arbeidsplasser og parkering med forretninger langs vegen vil legge til rette for varehandel.
  - Legge til rette for gående og syklende i sentrum
- Ha fokus på drift- og vedlikehold av offentlig areal i sentrum året rundt for å legge til rette for trivsel, opphold og fremkommelighet. Samme driftsstandard for myke trafikanter som for kjørende.
- Legge til rette for god kollektivdekning. Fortetting langs kollektivaksene

Tiltak som kan gjøre bydelssenter/lokalsenter/nærsenter mer attraktivt å bruke:

- Sørge for flere kommunale tjenestetilbud i og i tilknytning til senteret:
  - Helsestasjon, Legekontor, Frivilligsentral, Bibliotekfilial, Barnehage, Skole
- Legge til rette for bedre ferdsel for gående og syklende mellom senter og boligområder
  - Trafiksikkerhet
  - Redusere barrierevirkningen

- Redusere omveger
  - Bedre drift- og vedlikehold året rundt
- Legge til rette for sosiale møteplasser
  - Ruste opp offentlig byrom og parker
  - Lokaler for lag og foreninger
- Legge til rette for god kollektivdekning. Fortetting langs kollektivaksene

## 8 Konklusjon

Gjennom Gjøvik kommunes overordna strategidokumenter er det satt klare mål om å styrke sentrum for å legge til rette for utvikling av et levende og attraktivt sentrum. Kommunen har en rolle som et regionalt handelssenter. Det underbygges av dekningsgraden innen varehandel på ca. 120 %, som vil si at omsetningen er høyere enn befolkningsgrunnlaget tilsier.

Til tross for høy dekningsgrad og kommunens klare mål har ikke utviklingen gått helt i sentrums favør viser omsetningsstatistikk for perioden 2008-2016. Selv om statistikken viser at Gjøvik sentrum fortsatt fremstår som en betydelig handelsaktør, også i regional sammenheng, har sentrumshandelen blitt svekket på bekostning av handel utenfor sentrum. Kjøpesenteret CC står for den største andelen av omsetningen og har også økt sin omsetning i perioden. Sentrum for øvrig har hatt nullvekst i omsetningen. Inflasjon og forbruksvekst i samme periode tilsier at omsetningen i sentrum skulle økt, og nullvekst betyr derfor at sentrum reelt sett har blitt svekket. Kirkeby og Kallerud, hvor det er lokalisert plasskrevende varehandel og storhandel, har derimot hatt sterk omsetningsvekst. I disse områdene er det lokalisert forretninger som ikke faller inn under definisjonen plasskrevende varer eller storhandel jfr. definisjonen i regional plan.

Flere forretninger som er etablert med utgangspunkt i unntaksbestemmelser for plasskrevende varer og storhandel har et varesortiment som også omfatter varegrupper som det ikke gis unntak for. Dette gjelder spesielt forretninger som er etablert etter unntaksbestemmelse for storhandel. Dette tyder på at gjeldende praksis med bestemmelser som skiller på varegrupper kan være vanskelig å følge opp i praksis. Utredningen viser at det er arealpotensial for nye handelsetableringer i og i tilknytning til sentrum og det er derfor ikke grunnlag for å hevde at detaljhandel av plasshensyn må etableres utenfor sentrum. Storhandelsbegrepet anbefales fjernet da dette ikke synes å ha fungert som egnet styringsverktøy for kommunen og da det åpner opp for etablering av mer handel utenfor sentrum.

Utredninger omkring sentrumsmiljø og varehandel er relativt entydige om sentrumshandelens betydning for et ønsket sentrumsmiljø. Handelen trekker folk til sentrum, og for å oppnå liv og aktivitet i sentrum er det nødvendig at mange mennesker bruker sentrum. Sentrum må ha et rikt tilbud av varer, tjenester og opplevelser, og det er viktig at mange bor og jobber der. Godt kollektivtilbud og muligheter for en «kortreist hverdag» er kvaliteter som kjennetegner en attraktiv by. I kommunal planstrategi (2016-2019) er sentrumsplan for Gjøvik et av de planarbeid som skal prioriteres. Funn i handelsanalysen understøtter at det er behov for en sentrumsplan. Gjøvik har et todelt handelssentrum etter etableringen av CC. Det bør være et mål for den fremtidige sentrumsplanen at det legges godt til rette for at sentrum både kan fungere som og oppleves som et samlet handelstilbud.

Kommunens styring av utviklingen innen varehandelen skal skje gjennom kommuneplanens arealdel ved avsetting av områder for varehandel i plankartet med tilhørende bestemmelser. I kommuneplanens bestemmelser er det gitt unntaksbestemmelser fra hovedregelen om at all varehandel skal skje innenfor avsatte sentrumsområder. Den generelle unntaksbestemmelsen for storhandel gjelder først og fremst bransjene møbler og hvite- og brunevarer, idet både kommuneplanen og regionalplanen har bestemmelser som gir unntak for disse bransjene. Dette er løsninger som i et snevert bedriftsøkonomisk perspektiv kan ha en god begrunnelse, men som i et samfunnsmessig perspektiv vil være mindre gode løsninger. Sentrumshandelen og sentrum vil svekkes dersom en større andel av forretningene lokaliseres utenfor sentrum, og en slik utvikling vil ikke bygge opp under kommunens mål for sentrumsutviklingen. Bruk av denne unntaksbestemmelsen vil trolig bidra til økt bilbruk, og at de som ikke har tilgang til privatbil får et dårligere tilbud da kollektivtilbudet utenfor sentrum ikke er godt nok.

Dersom kommunen skal nå sitt mål om kompakte og attraktive sentrum, mener vi at kommuneplanens plankart og planbestemmelser vedrørende varehandel må revideres. I gjeldende kommuneplankart er det åpnet for en ytterligere spredning av varehandel utenfor sentrum gjennom unntaksbestemmelsene. Det er vanskelig å få en oversikt over disse arealene fordi

unntaksbestemmelsene gjelder for områder avsatt som forretningsområder, kombinerte arealformål inkl. forretning og/eller bestemmelsesområder for forretning. I tillegg finnes det gamle reguleringsplaner for næringsbebyggelse som også åpner for forretningsvirksomhet gjennom planbestemmelsene. Kommunen bør ta en gjennomgang for å skaffe oversikt over lokalisering og størrelse på arealer der det tillates forretningsvirksomhet utenfor sentrum. På grunnlag av en slik oversikt kan områdene hvor det tillates forretningsareal begrenses for å unngå ytterligere spredning av varehandel.

Den lokale situasjonen i Gjøvik, kombinert med ventet utvikling innenfor detaljhandelen, gjør at vi ikke anbefaler at regionalplanens unntaksbestemmelser for storvarehandel videreføres inn i revidert kommuneplan. Slik handel skal som hovedregel lokaliseres til Gjøvik sentrum. Eventuelle unntak behandles særskilt, med krav om konsekvensutredning og handelsanalyse. Grunnlaget for slike unntak må være dokumentert, som eventuell mangel på egnede arealer i sentrumssonen. Det må også være krav knyttet til god kollektivtilgjengelighet dersom større handelsetableringer skal tillates utenfor sentrum.

Når det gjelder senterstrukturen anbefales at senternivåinndelingen med regionsenter, bydelssenter/lokalsenter videreføres i ny kommuneplan. Som en tilpasning til senternivåinndelingen i regionalplanen kan man vurdere å legge til et nytt nivå for nærsenter for Snertingdal sentrum da Snertingdal ikke oppfyller kriteriene som lokalsenter. Omfanget av og lokalisering av bydelssentre/lokalsentre bør også vurderes nærmere. Det er korte avstander mellom bydelssentrene i deler av byen, mens andre områder ikke betjenes av et bydelssenter. Lokalisering av bydelssentrene bør i større grad tilpasses til fysiske omgivelser og befolkningsgrunnlag. Det har ikke vært rom for å gå inn og vurdere konkrete alternative plasseringer av nye bydelssentre i denne rapporten. Ved utbygging av store og tette boligkonsentrasjoner som ikke betjenes av et bydelssenter/lokalsenter bør man se på om det er grunnlag for et nærsenter med handel og tjenestetilbud innenfor gåavstand.

Kommunen bør også ved revisjon av kommuneplanens arealdel følge opp prinsipper for utstrekning av sentrene fastsatt i regionalplanen for å nå mål om kompakte og attraktive sentrum. Regionalplanens skille mellom bydelssenter og lokalsenter synes å være unødvendig, og vi anbefaler at kommuneplanen kun viderefører begrepet som anbefales lagt på samme nivå som bydelssenter. Både Hunndalen sentrum, Biri sentrum og Snertingdal sentrum bør begrenses i utstrekning for å legge til rette for mer kompakte sentrum med korte gangavstander. Det anbefales også å legge til rette for flere boliger i sentrene da dette vil legge til rette for aktivitet og handel. Bedre tilgjengelighet for gående og syklende, styrking av kollektivtilbudet og møteplasser er også viktig for å utvikle sentrene. Kommunen kan i tillegg ha et mer bevisst forhold til hvor kommunalt tjenestetilbud lokaliseres for å styrke sentrenes rolle, eksempelvis legekontor, helsestasjon og frivilligsentral.

Detaljhandelen har over svært lang tid vært preget av sterk vekst og strukturendringer, som sammen har hatt stor innvirkning på by- og samfunnsutviklingen. Eksempler på dette er etableringen av nye kjøpesentre utenfor det eksisterende handelssentrum, andre etableringer av typen big-box i næringsparker utenfor sentrum samt bransjeglidning som skaper utfordringer knyttet til kommunens styringsmulighet. Mye taler for at vi i fremtiden vil oppleve at utviklingen endres relativt dramatisk. Vi ser nå konturene av en ny trend, hvor den totale veksten innenfor tradisjonell butikkhandel stagnerer, og vi får en sterk vekst innenfor netthandel og andre nye handelskonsepter. Handelsbransjen er dynamisk og under stadig forandring, som krever at planmyndighetene hele tiden må forholde seg til bransjens strukturendringer og nye handelskonsepter. Det er derfor viktig at kommuneplanen i tillegg til å være et styrende verktøy også kan være dynamisk og fange opp muligheter som er til det bedre for byutviklingen.

I den grad kommunen ønsker at sentrumshandelen skal bidra til at sentrum blir mer attraktivt og at flere innbyggere og besøkende bruker sentrum aktivt, bør kommunen unngå at viktige deler av sentrumshandelen flyttes ut av sentrum. Kommunens viktigste verktøy for å styre utviklingen i ønsket retning er kommuneplanens bestemmelser for detaljhandelens lokalisering.