

## Imatran keskusta-alueiden kaupallinen kehittäminen 2007

27.6.2007

<b>1</b>	<b>JOHDANTO</b>	<b>2</b>
<b>2</b>	<b>KAUPALLINEN PALVELUVERKKO IMATRALLA 2007</b>	<b>3</b>
2.1	Imatrankosken kaupallinen rakenne	5
2.2	Vuoksenniskan kaupallinen rakenne	8
2.3	Mansikkalan kaupallinen rakenne	10
2.4	Kaupalliset palvelut muilla alueilla	12
2.5	Palveluverkon kokonaiskuva Imatralla	13
<b>3</b>	<b>MUUTOKSET IMATRAN KAUPALLISESSA RAKENTEESSA 1997 - 2007</b>	<b>17</b>
<b>4</b>	<b>IMATRAN VÄHITTÄISKAUPAN MARKKINAT</b>	<b>20</b>
4.1	Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti Imatralla	20
4.2	Vähittäiskaupan myynnin kehitys Imatralla ja Lappeenrannassa	23
4.3	Markkina-alueen väestö	26
4.4	Venäläiset matkailijat Imatralla	28
4.5	Asiakaspotentiaali Imatran keskuksissa	29
4.6	Markkina-alueen ostovoima 2005	31
4.7	Markkina-alueen ostovoima 2010 ja 2020	34
4.8	Vähittäiskaupan tilantarve 2020	35
<b>5</b>	<b>IMATRAN KESKUSTOJEN KEHITTÄMINEN JA UUDET KAUPPAPAIKAT</b>	<b>38</b>
5.1	Imatrankosken kehittäminen ja uudet kauppapaikat	38
5.2	Vuoksenniskan kehittäminen ja uudet kauppapaikat	41
5.3	Mansikkalan kehittäminen ja uudet kauppapaikat	43
5.4	Uudet kauppapaikat muilla alueilla	45
<b>6</b>	<b>KAUPALLINEN PALVELUVERKKO IMATRALLA 2020</b>	<b>47</b>
Liite 1	Selvityksessä käytettyjä käsitteitä	50
Liite 2	Keskustojen aluerajaukset selvityksessä 2007	51
Liite 3	Keskustojen aluerajaukset aikavertailussa 1997 ja 2007	52
Liite 4	Imatrankosken kaupallinen rakenne 1997	53
Liite 5	Vuoksenniskan kaupallinen rakenne 1997	54
Liite 6	Mansikkalan kaupallinen rakenne 1997	55
Liite 7	Rajapatsaan kaupallinen rakenne 1997	56
Liite 8	Kaupallisten palveluiden pinta-alan tarve Imatralla vuoteen 2020 mennessä	57

## 1 JOHDANTO

Edellinen Imatran keskustojen kaupallinen selvitys on raportoitiin vuonna 1998. Tämän jälkeen on Imatrankoskella tapahtunut merkittävää kehitystä, kun torin ympäristö uusine liikerakennuksineen on valmistunut. Vuoksenniskalla on rakennettu uusia päivittäistavara-kaupan marketteja ja uusia suunnitelmia on vireillä. Kiinnostus Mansikkalaa kohtaan on kasvanut ja venäläiset matkailijat ovat yhä merkittävämpi asiakasryhmä kaupungissa. Tilaa vaativan erikoiskaupan kehitys on myös Imatralla vahva ja uusien kauppapaikkojen kehittäminen on tarpeen. Kehittämisen tueksi on tarvetta laatia päivitetty kaupallinen selvitys.

Imatran keskusta-alueiden kaupallisen selvityksen tavoitteena on tarkastella Imatran kaupallisten palveluiden verkkoa sekä päivittäis- että erikoiskaupan osalta sekä keskustojen kaupallista rakennetta. Selvityksessä keskitytään kolmeen pääkeskukseen Imatrakoskeen, Vuoksenniskaan ja Mansikkalaaan. Tarpeen mukaan käsitellään myös muita alueita kaupan tarpeiden kannalta. Imatran kaupalliset keskukset on kartoitettu myös vuonna 1997 edellisen selvityksen yhteydessä. Nykyistä palvelurakennetta verrataan nyt kymmenen vuoden takaiseen tilanteeseen. Näin voidaan havainnollistaa, miten keskustat ovat Imatralla kehittyneet kymmenen vuoden aikana.

Markkinoiden ostovoiman avulla lasketaan kaupan tilantarve tulevaisuudessa ja tutkitaan sen sijoittumista Imatralla. Lisäksi selvitetään vireillä olevat kaupan hankkeet ja näiden kokonaisvaikutus Imatran kaupalliseen palveluverkkoon ja sen kehittymismahdollisuuksiin. Tavoitteena on luoda näkemys tavoitteellisesta kaupallisesta palveluverkosta Imatralla vuonna 2020.

Kaupallisen selvityksen on laatinut Tuomas Santasalo Ky ja tutkimuksesta vastaavat KTM Tuomas Santasalo sekä KTM Katja Koskela. Tutkimusavustajina ovat toimineet Liisa Kirjavainen sekä Auli Santasalo. Imatran kaupungin puolelta selvityksen ohjausryhmässä ovat toimineet kehitysjohtaja Jaana Utti, strateginen controller Sirkku Sarlomo, kaupunginarkkitehti Kimmo Hartikainen, kaupungininsinööri Lauri Lihavainen, maakäyttöpäällikkö Hannu Ojala sekä kiinteistötekniikko Pertti Kanervo.

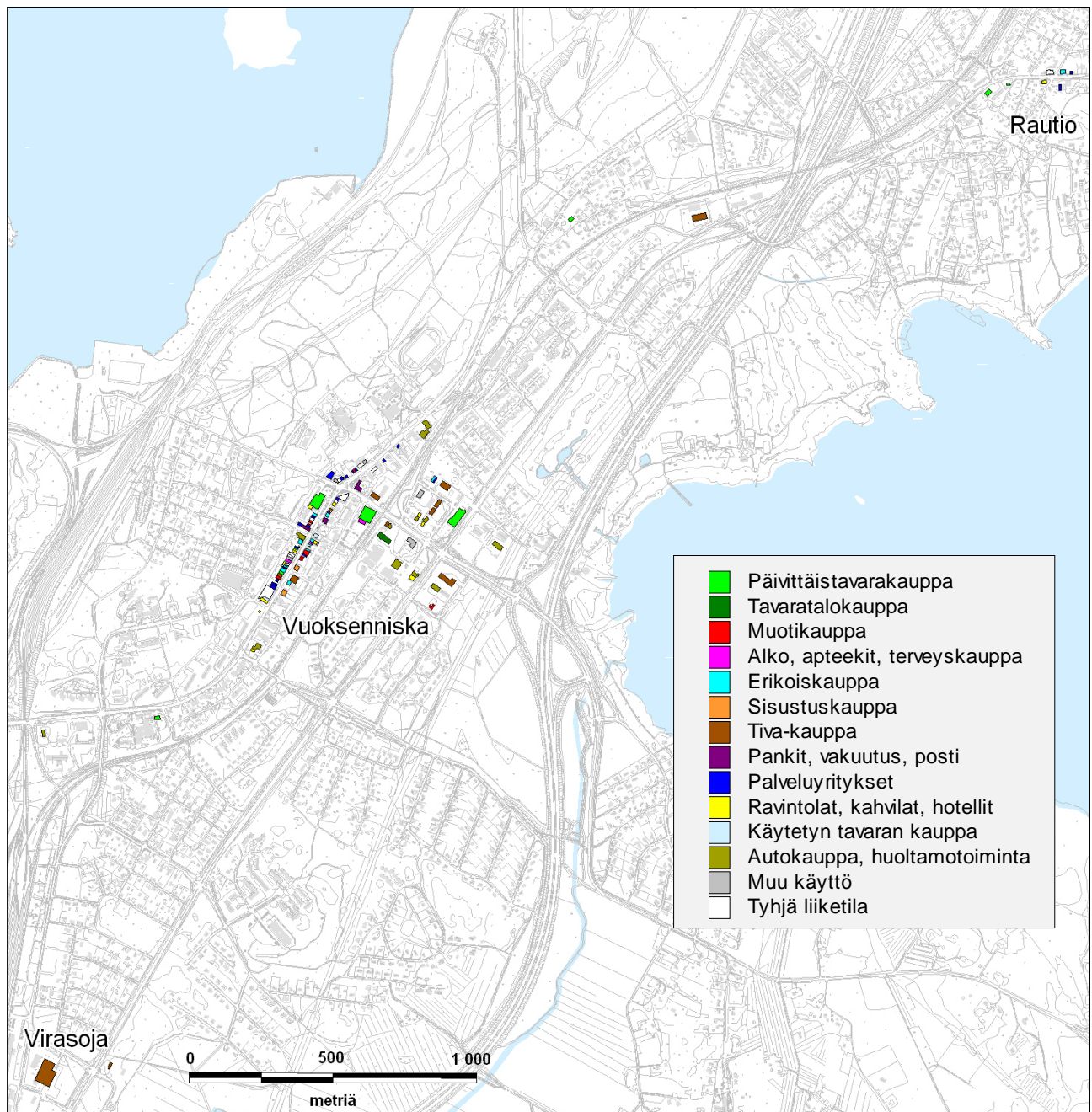
Helsinki 27.6.2007

TUOMAS SANTASALO Ky

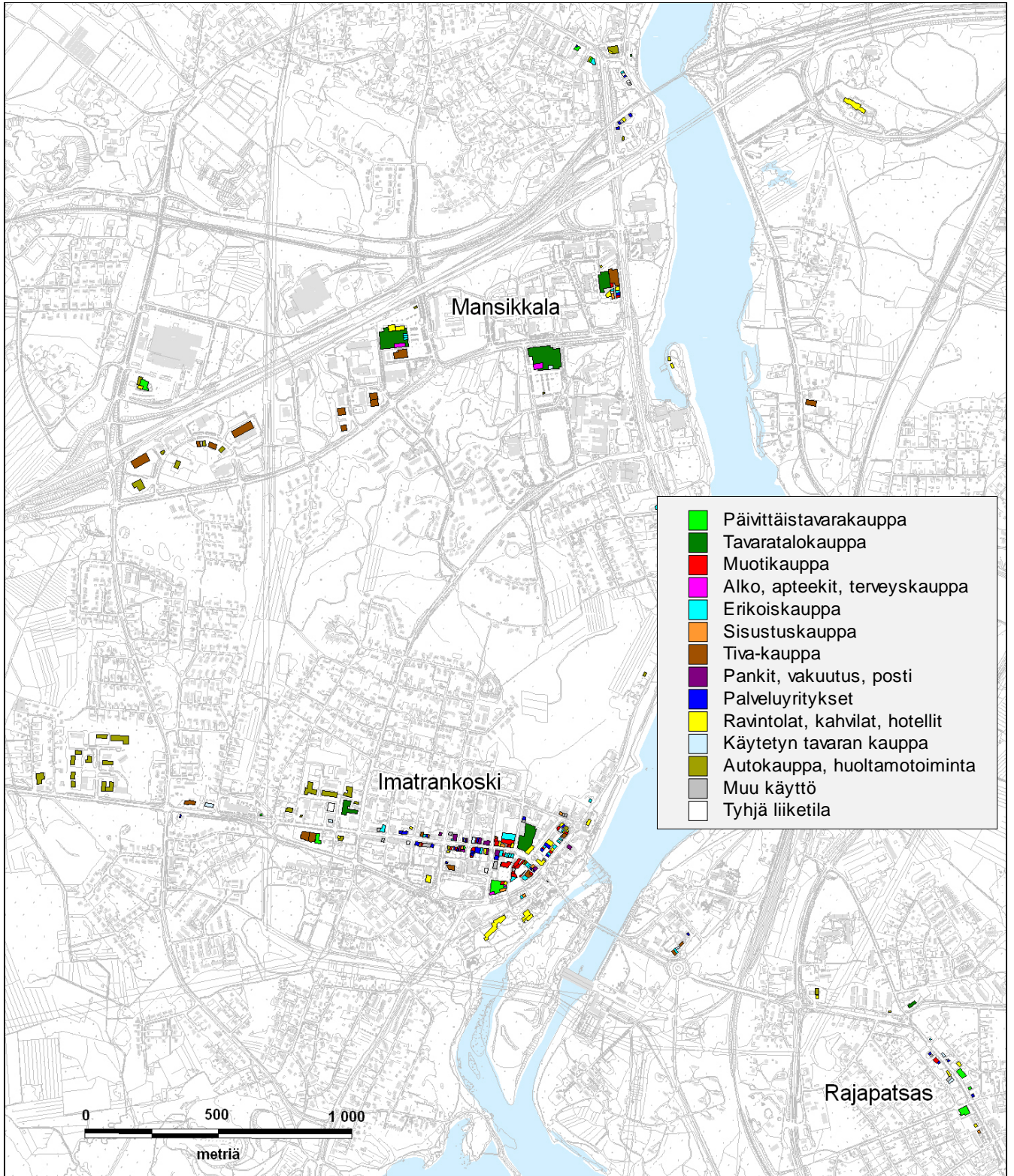
## 2 KAUPALLINEN PALVELUVERKKO IMATRALLA 2007

Kaupallisen palveluverkon tarkastelu perustuu kenttäkartoitukseen. Keskustojen kaupalliset palvelut kartoitettiin maaliskuussa 2007 ja kartoitusta on täydennettiin huhtikuussa. Kartoituksen perusteella on hahmotettu Imatran nykyinen kaupallinen palveluverkko.

Imatran kaupalliset palvelut sijoittuvat pääasiassa kolmeen keskustaan Imatrankoskelle, Vuoksenniskalle ja Mansikkalaan. Lisäksi lähipalveluita on mm. Rajapatsaalla ja tilaa vaativan kaupan palveluita Mansikkalan teollisuusalueella Sukkulakadun ympäristössä sekä Imatrankoskella Anssinkadun ympäristössä. Keskustojen ulkopuolella on yksittäisiä palveluita, joita kaikkia ei ole kartoitettu.



Imatran pohjoisosien kaupallinen rakenne



Imatran eteläosien kaupallinen rakenne

## 2.1 Imatrankosken kaupallinen rakenne

Imatrankoski on Imatran pääkeskusta, jossa kaupalliset palvelut ovat kaikkein monipuolisimmat. Imatrankoskelle on keskittynyt muotikauppaa sekä muuta keskustahakuista erikoiskauppaa. Erikoiskauppojen lisäksi Imatrankoskella on aivan keskustassa yksi supermarket K-market Cassa sekä yksi hypermarket Euromarket. Lisäksi Imatrankoskella on lukuisia ravintoloita ja kahviloita ja muita kaupallisia palveluita.

Imatrankoskella kaupalliset palvelut ovat keskittyneet Koskenpartaalle sekä Koskentorille. Kävelykadun ja torin ympäristö on kohtalaisen tiiviisti rakennettu ja kaupalliset palvelut sekä ympäristö houkuttelevat shoppailemaan. Pääosa muotikaupoista on sijoittunut näille keskeisille alueille.



*Koskenparras houkuttelee viihtymään.*

K-market Cassa on sijoittunut keskustan reunaan, ja sen kiinteistössä on myös pienliikkeitä, jotka avautuvat kadulle ja torille. Halpamarkettina Cassa hieman heikentää Koskentorin vetovoimaa. Sen paikalle sopisi paremmin laadukas ja monipuolinen keskustatyyppinen päivittäistavarakauppa.

Euromarket on hypermarkettina hieman liian keskeisellä paikalla kävelykadulla. Hypermarketit sopivat keskustassa paremmin keskustan reunaan. Tällöin keskeisimmät paikat jäisivät keskustahakuisille erikoiskaupoille, jotka eivät reunalla enää menesty. Euromarketin kiinteistössä toimii kadun puolella ravintola, joka sopii paikkaan hyvin. Ravintola avautuu kesäaikaan terassina kadulle. Euromarketin julkisivun näyteikkunat ovat perinteisten teippausten sijaan osittain somistetut, mikä parantaa kävelykadun katukuvaa. Euromarketin laajennuksen yhteydessä kävelykadun julkisivuun ei ole kuitenkaan saatu sijoitettua pieniä erikoisliikkeitä, jotka parantaisivat kävelykadun julkisivun kaupallista toimivuutta.

Kaupallisia palveluita on myös Jukankadun korttelissa. Jukankadun korttelin pohjoisosat ovat luonteeltaan muuttuneet pääosin reunakaupungin toimintoiksi, mikä johtuu kaupallisen painopisteen siirtymisestä Koskentorin suuntaan. Vastaava reunakaupunki löytyy myös kävelykadun jatkeelta Lappeentieltä. Lappeentien kaupallinen rakenne painottuu pääosin kaupallisiin palveluihin. Mitä kauemmaksi Koskenpartaalta mennään sitä enemmän palveluiden joukossa on myös toimistoja.

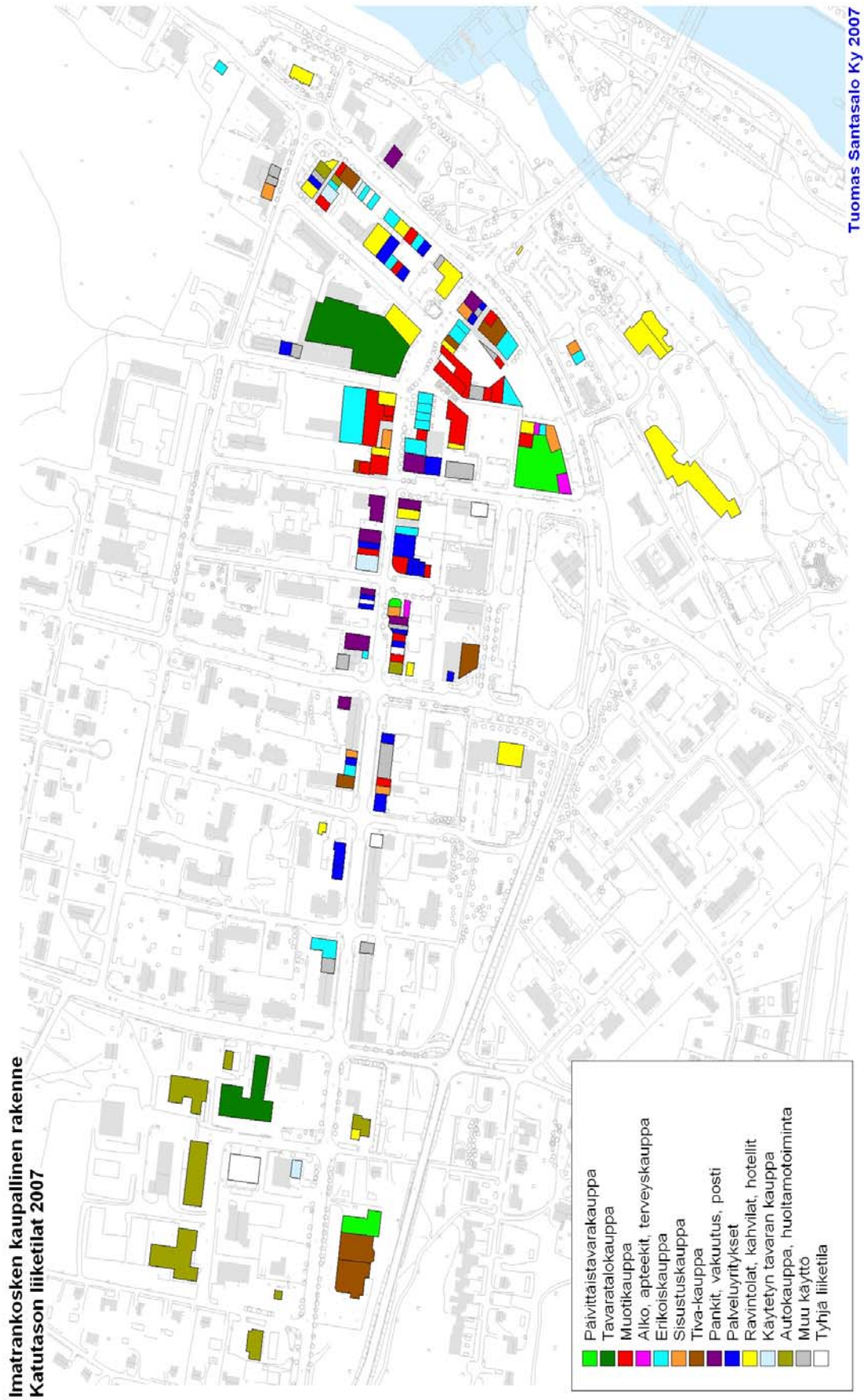
Lappeentien päähän Imatrankoskella on sijoittunut tilaa vaativaa erikoiskauppaa mm. kodintekniikkakauppa Tekniset sekä huonekalukauppa Sotka. Lisäksi lähikaduille on keskittynyt autokauppaa. Lappeentien päässä on myös päivittäistavarakauppa Siwa sekä alennustavaratalo Minimani.

Imatrankoskella on kolme katettua sisäistä kauppakäytävää Koskenportti Jukankadun päässä, Napinkulma Koskenpartaan alkuosassa sekä Koskenhelmi kävelykadun keskiosissa. Molemmat ensimmäiseksi mainitut toimivat tehottomasti. Koskenportti sijaitsee hieman kaukana kaupallisesta ytimestä, vaikka matkaa kävelykadulta Koskenporttiin on vain noin 150 metriä. Jukankadun kaupallinen ilme jää vaisuksi, jolloin tunne-etäisyys heikentää sen toimivuutta.



*Koskenhelmen kauppakäytävä ei ole nykyaikaisen vetovoimaisen kauppakäytävän tasoinen.*

Napinkulma sijaitsee aivan keskustan ytimessä, mutta se ei kuitenkaan ole vetovoimainen. Sisäinen yhteys ei johda oikeastaan minnekään ja ilmeeltään käytävä ei ole viihtyisä eikä houkutteleva. Koskenhelmi on toiminnoiltaan kaikkein vetovoimaisin. Suurin osa Koskenhelmen kiinteistöjen liikkeistä avautuu myös kävelykadulle. Koskenhelmen kauppakäytävä ei kuitenkaan oikein hahmotu eikä se vastaa nykyistä käsitystä katetusta kauppakäytävästä. Imatrankoskelta puuttuu edelleen toimiva kauppakeskusmainen kortteliratkaisu. Se ei toteutunut Koskentorin liikerakentamisen yhteydessä.





## 2.2 Vuoksenniskan kaupallinen rakenne

Vuoksenniska on monipuolinen keskusta, joka palvelee paikallisten lisäksi myös muita imatralaisia sekä ruokolahtelaisia ja rautjärveläisiä. Myös venäläisiä käy Vuoksenniskalla, mutta vähemmän kuin Imatrankoskella. Vuoksenniska on perinteinen kauppapaikka, jollaista ei enää syntyisi uuteen kaupunkirakenteeseen.

Kaupalliset palvelut ovat keskittyneet Vuoksenniskantien varrelle ja Torikadun ympäristöön. Vuoksenniskantien varteen on sijoittunut pieniä erikoiskauppoja ja palveluyrityksiä sekä S-market. Pääosa liikkeistä on sijoittunut keskustamaisen tiiviisti katulinjaan.

Torikadun ympäristössä on kaksi supermarketia Lidl sekä K-supermarket, alennustavaratalo Minimani ja tilaa vaativaa erikoiskauppaa mm. Agrimarket, huonekaluliikkeitä sekä autotarvikeliikkeitä ja huoltoasemia. Torikadulla kaupan yksiköt ovat suurempia kuin Vuoksenniskantiellä. Liikkeet ovat sijoittuneet hajalleen ja irti katulinjasta. Pysäköintialueet hallitsevat näkymää.

Päivittäistavarakauppa on Vuoksenniskalla painottunut Torikadulle. S-market ainoana päivittäistavarakauppana on sijoittunut Vuoksenniskantielle, mutta aivan Torikadun risteykseen. Tilanne tulee muuttumaan, kun S-market siirtyy uuteen paikkaan Torikadun varteen. Päivittäisasiointi Vuoksenniskalla tapahtuu sen jälkeen Torikadun ympäristössä. Näin päivittäinen asiointiyhteys Vuoksenniskantien erikoiskauppoihin katkeaa. Varsinkin Vuoksenniskantien eteläinen "häntä" jää kauas kaupallisesta ytimestä.

Vuoksenniskalla on paljon tyhjiä liiketiloja, jotka heikentävät sen kaupallista ilmettä. Torikadun ja Vuoksenniskantien risteyksessä entinen Tokmannin kiinteistö on ollut kauan tyhjänä ja entinen K-marketin kiinteistö on ollut tyhjänä, kun Masku siirtyi Mansikkalaan. Näiden lisäksi keskustassa on lukuisia pienempiä tyhjiä liikehuoneistoja.

Aikaisemman kehitysohjelman mukaisesti K-supermarket sijoittui vanhalle torille. Tori siirrettiin K-marketin viereen. Tori tukee hyvin päivittäisasiointia, mutta on syrjässä Vuoksenniskantien erikoiskauppakeskittymästä.

Vuoksenniska on selvästi monipuolisempi kuin perinteinen lähipalvelukeskus. Vuoksenniskalla on lähipalvelujen (pt-kauppa, asiamiesposti, apteekki, kampaamo, pankki) lisäksi paljon erikoiskauppoja: sisustus- ja muovikauppa, kirja- ja paperikauppa, optikkoja, kultasepäliike, fotoliike, urheilukauppa sekä muutama muotikauppa. Lisäksi Vuoksenniskalla toimii kaupungin ainoa elokuvateatteri.





*Elokuvateatterin kunnostaminen on onnistunut ratkaisu Vuoksenniskalla*

### 2.3 Mansikkalan kaupallinen rakenne

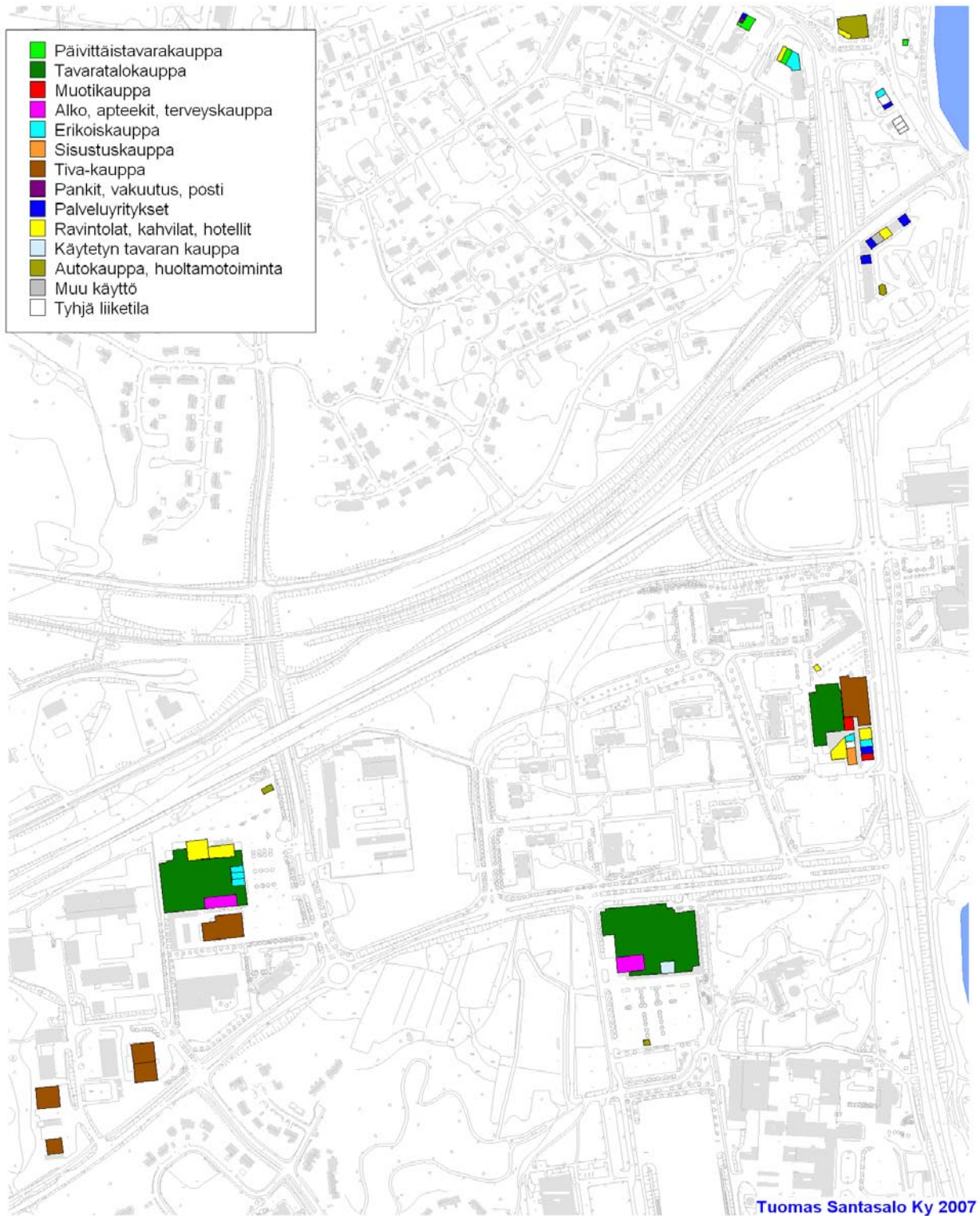
Mansikkalan kaupallinen rakenne painottuu hypermarket-kauppaan. Lisäksi alueella on jonkin verran tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Kauppakeskus Mansikkapaikassa on myös pieniä erikoiskauppoja ja asemanseudulla on kaupallisia palveluita.

Mansikkalassa on sekä Prisma, Citymarket että Tokmanni. Prisman yhteydessä on pari kahvila-ravintolaa, muutama erikoisliike sekä Alko. Prisman pihalla on Rautanet ja Prisman läheisyydessä muutama tilaa vaativa erikoiskauppa. Citymarketin yhteydessä on apteekki. Tokmanni toimii kauppakeskus Mansikkapaikassa, jossa on huonekaluliike Masku, pari muotikauppaa eli Vaatehuone ja Marimekko sekä muutama muu erikoiskauppa ja palveluyritys. Mansikkapaikan rakenne on muuttunut olennaisesti viime vuosina.

Imatran asema sijaitsee Mansikkalassa ja aseman yhteydessä on kahvila sekä pari kampaamo. Aseman taakse Tainionkoskentie ja Joutsenonkadun risteykseen on sijoittunut muutamia kaupallisia palveluita. Siitolanrannan varrella on pääosa liiketiloista tyhjänä.

Kaupalliset palvelut Mansikkalassa ovat hyvin hajallaan. Isojen liikkeiden väliset etäisyydet voidaan mitata sadoissa metreissä eikä näiden välillä ole kaupallista toimintaa lainkaan. Mansikkapaikka toimii omana yksikkönään, ja jää irralleen muusta kaupallisesta rakenteesta, joten se ei toimi täysipainoisesti. Muotikaupat ovat osittain siirtyneet Imatrankoskelle Koskentorin valmistuttua. Pienliiketilöiden muuttaminen Maskun käyttöön on kauppakeskuksen sijainti huomioon ottaen ollut hyvä ratkaisu.

**Mansikkalan kaupallinen rakenne  
Katutason liiketilat 2007**



## 2.4 Kaupalliset palvelut muilla alueilla

Imatralla on kolmen kaupallisen keskustan ohella myös muita kaupallisia keskittymiä. Anssinkadulle Imatrankoskelle on keskittynyt autokauppaa. Sukkulakadulle Mansikkalan teollisuusalueelle on sijoittunut pääosin tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja autotarvikekauppaa.

Rajapatsas toimii lähipalvelukeskuksena, jossa on pari päivittäistavaraa ja muita lähipalveluita kuten kampaamoja ja ravintoloita. Lisäksi Rajapatsaalla on yksi muotikauppa. Osa liiketiloista on muussa kuin kaupallisten palveluiden käytössä.

Rajapatsaan ja Imatrankosken väliin on sijoittunut muutamia kaupallisia palveluita. Nesteen yhteydessä toimii asiamiesposti. Imatrankosken ja Vuoksentein risteyksessä on asuintalojen pohjakerroksessa muutamia liikehuoneistoja, johon on sijoittunut pääosin palveluyrityksiä.

Imatrankosken ja Mansikkalan välissä on pari kaupallista palveluyritystä, mutta näiden kahden keskustan välinen matka on liian pitkä, jotta sinne voisi sijoittua merkittävästi kaupallisia palveluita. Mansikkalan ja Vuoksenniskan välissä on K-rauta, joka toimii täysin irrallaan muista kaupallisista palveluista.



*Mansikkalan ja Imatrankosken välissä toimii persoonallinen kukkakauppa.*

Imatran Kylpylä Taikametsä on tärkeä kaupallinen palvelu Ukonniemessä. Lammassaareissa on lisäksi veneilyyn liittyviä liikkeitä. Muita matkailuun liittyviä kaupallisia palveluita on Kalastuspuisto ravintola-kahviloineen Varpasaareissa.

Kolmen kaupallisen keskustan ja Rajapatsaan lisäksi Imatralla on muutamia päivittäistavara-kauppoja asuinalueilla, mm. Sienimäessä, Rautiossa sekä Karhumäessä. Kuutostien varressa on Korvenkannan liikenneasema, jonka yhteydessä toimii K-market.

## 2.5 Palveluverkon kokonaiskuva Imatralla

Kartoituksen pohjalta on vertailtu Imatran keskustojen tarjontaa. Vähittäiskaupan ja palveluiden pinta-ala tiedot on laskettu karttaan piirrettyjen liiketilojen pinta-alojen perusteella. Kerrosaloilla voi olla pieniä eroavaisuuksia todellisten pinta-alojen kanssa. Ne antavat kuitenkin riittävän yleiskuvan liiketilamäärästä nykyisellään.

Palveluiden määrä kertoo keskustan intensiteetistä enemmän kuin pinta-ala. Mitä enemmän on liikkeitä, sitä monipuolisempi tarjonta. Imatralla on kaupallisia palveluita yhteensä 368, joista yli 40 % eli 151 on sijoittunut Imatrankoskelle. Vuoksenniskalla on yhteensä 101 kaupallista palvelutoimipaikka. Mansikkalan kaupallisten palveluiden lukumäärä jää kolmasosaan Imatrankoskeen verrattuna ja puoleen Vuoksenniskaan verrattuna. Rajapatsaalla on kaupallisia palveluyrityksiä yhteensä 17 ja muilla alueilla on kaupallisia palveluita hieman enemmän kuin Mansikkalassa. Muihin alueisiin kuuluvat mm. Anssinkatu, Sukkulakatu ja Rautio. Aluerajaukset ovat liitteessä 2.

### Kaupallisten palveluiden lukumäärä Imatran kaupallisissa keskittymissä 2007

kpl	Imatran-koski	Mansikkala ja asema	Vuoksenniska	Rajapatsas	Muut alueet	Imatra yhteensä
Pt-kauppa ja kioskit	4	3	7	3	7	24
Tavaratalokauppa	2	3	1	1		7
Alko, apteekit ja terveyskauppa	4	2	3			9
Muotikauppa	24	2	7	1		34
Sisustuskauppa	8	1	2	1		12
Tilaa vaativakauppa	9	6	10		10	35
Muu erikoiskauppa	24	8	11	1	2	46
<b>Erikoiskauppa yhteensä</b>	<b>69</b>	<b>19</b>	<b>33</b>	<b>3</b>	<b>12</b>	<b>136</b>
Käytetyn tavarankauppa	4	1	4	2	2	13
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>79</b>	<b>26</b>	<b>45</b>	<b>9</b>	<b>21</b>	<b>180</b>
Autokauppa, korjaamot, huoltamot	10	3	13		19	45
Ravintolat, kahvilat, hotellit	25	10	12	4	8	59
Pankki, posti, vakuutus	10	1	4		1	16
Muu kaupallinen palvelu	27	6	27	4	4	68
<b>Kaupalliset palvelut yht.</b>	<b>151</b>	<b>46</b>	<b>101</b>	<b>17</b>	<b>53</b>	<b>368</b>
Liiketila muussa käytössä	14	1	8	3	1	27
Tyhjät liiketilat	8	5	14		1	28
<b>Liiketilat yhteensä</b>	<b>173</b>	<b>52</b>	<b>123</b>	<b>20</b>	<b>55</b>	<b>423</b>

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Pinta-alojen vertailu kertoo osaltaan kauppapalveluiden tarjonnan määrästä. Keskustassa on monipuolisesti kaupan tarjontaa, mutta liikkeet ovat pääosin pieniä. Keskustan ulkopuolisilla alueilla on vastaavasti vähemmän liikkeitä, mutta liikkeiden koko on keskimääräistä suurempi.

Imatralla on liikepinta-alaa kaupallisten palveluiden käytössä yhteensä lähes 140.000 k-m<sup>2</sup>. Tämän lisäksi liiketiloista noin 5000 k-m<sup>2</sup> on muussa kuin kaupallisten palveluiden käytössä lähinnä toimistokäytössä. Liiketiloista noin 4 % eli 6000 k-m<sup>2</sup> on kaupungissa tyhjillään, kokonaisuuteen verrattuna määrä on kohtalainen. Tyhjät liiketilat ovat kuitenkin keskittyneet Vuoksenniskalle, jossa niiden osuus on yli 10 % liiketilakannasta.

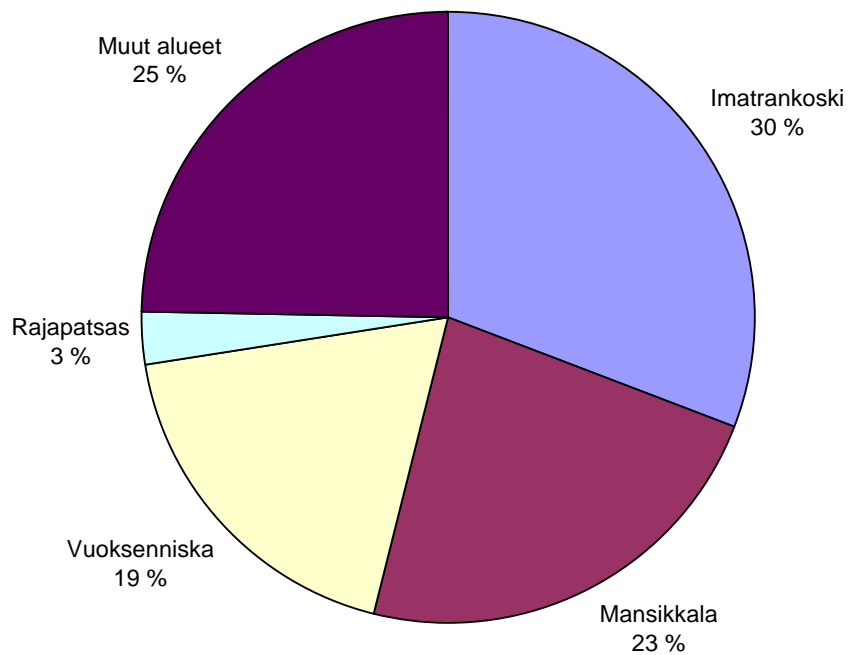
**Kaupallisten palveluiden pinta-ala Imatran kaupallisissa keskittymissä 2007**

k-m <sup>2</sup>	Imatran- koski	Mansikkala ja asema	Vuoksen- niska	Raja- patsas	Muut alueet	Imatra yhteensä
Pt-kauppa ja kioskit	2 600	400	5 900	1 700	2 900	13 500
Tavaratalokauppa	5 900	16 700	900	400		23 900
Alko, apteekit ja terveyskauppa	500	1 300	500			2 300
Muotikauppa	5 600	1 300	1 000	200		8 100
Sisustuskauppa	1 100	200	600	100		2 000
Tilaa vaativakauppa	3 600	5 800	4 100		11 900	25 400
Muu erikoiskauppa	4 600	1 200	1 500		400	7 700
<b>Erikoiskauppa yhteensä</b>	<b>15 400</b>	<b>9 800</b>	<b>7 700</b>	<b>300</b>	<b>12 300</b>	<b>45 500</b>
Käytetyn tavarann kauppa	700	300	500	400	600	2 500
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>24 700</b>	<b>27 200</b>	<b>14 900</b>	<b>2 700</b>	<b>15 800</b>	<b>85 300</b>
Autokauppa, korjaamot, huoltamot	4 400	1 000	4 700		10 000	20 100
Ravintolat, kahvilat, hotellit	7 900	2 800	1 900	600	9 600	22 800
Pankki, posti, vakuutus	2 200		1 200			3 400
Muu kaupallinen palvelu	3 300	600	3 000	300	400	7 600
<b>Kaupalliset palvelut yht.</b>	<b>42 400</b>	<b>31 800</b>	<b>25 800</b>	<b>3 700</b>	<b>35 800</b>	<b>139 500</b>
Liiketila muussa käytössä	2 100	100	1 800	400	200	4 600
Tyhjät liiketilat	1 500	500	3 700		400	6 100
Tyhjien tilojen osuus	3 %	2 %	12 %		1 %	4 %
<b>Liiketilat yhteensä</b>	<b>46 000</b>	<b>32 400</b>	<b>31 200</b>	<b>4 100</b>	<b>36 300</b>	<b>150 000</b>

Hotelleista laskettu mukaan vain katutaso

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

**Kaupallisten palveluiden pinta-alan jakautuminen Imatran keskuksissa**

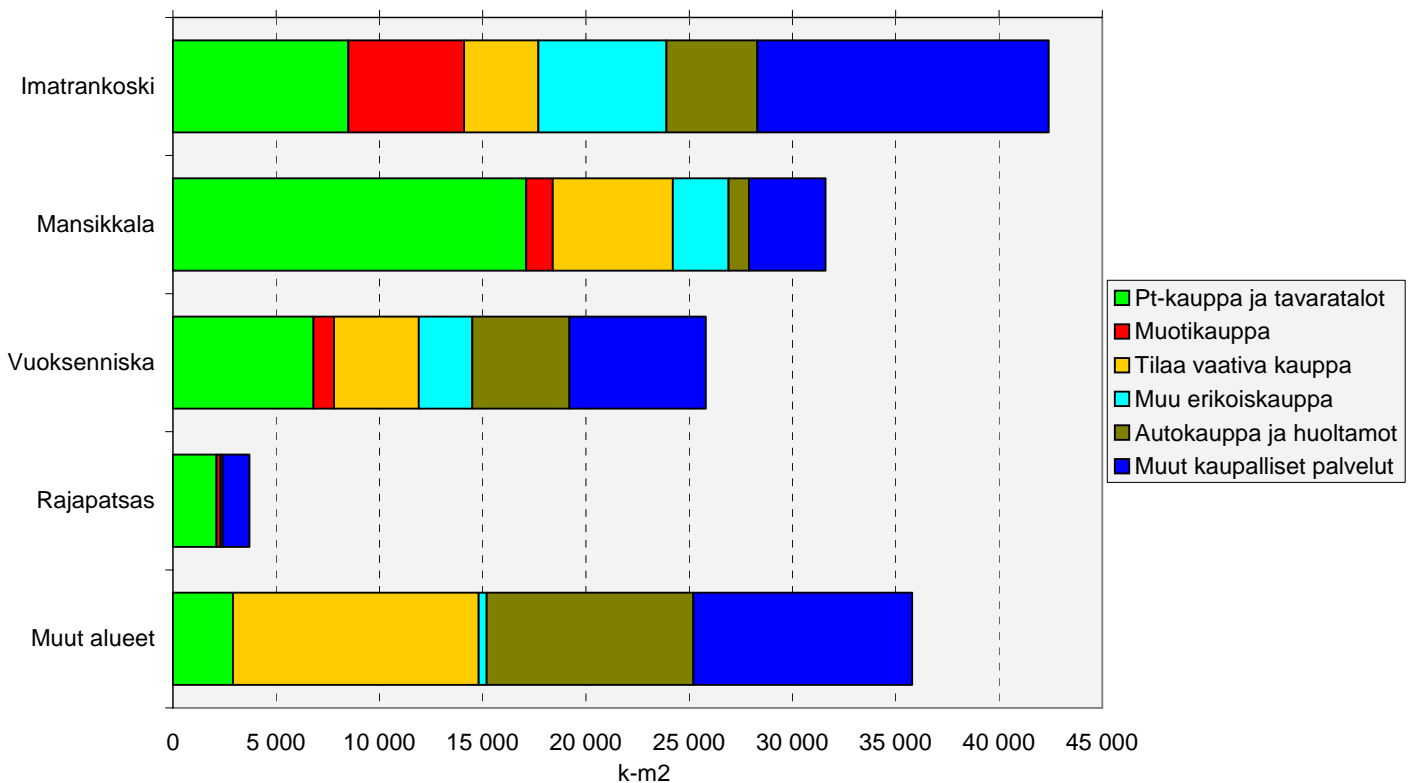


Kauppapalveluiden käytössä oleva pinta-ala jakautuu keskuksiin eri suhteessa kuin liikkeiden määrä. Eniten liikepinta-alaa kaupallisten palveluiden käytössä on Imatrankoskella 42.000 k-m<sup>2</sup> eli 30 % koko kaupungin pinta-alasta. Toiseksi eniten pinta-alaa on Mansikkalassa 32.000 k-m<sup>2</sup> eli 23 % ja kolmanneksi eniten Vuoksenniskalla 26.000 k-m<sup>2</sup> eli 19 %. Mansikkalassa on siis vähän, mutta suuria myymälöitä. Muilla alueilla liikepinta-alaa on kaupallisten palveluiden käytössä yhteensä hieman enemmän kuin Mansikkalassa.

Pinta-alan jakautuminen kertoo kaupan toimialojen tilankäytön painopisteistä eri alueilla ja sitä kautta keskustojen luonteesta. Imatrankoskella muotikaupan sekä muun erikoiskaupan pinta-alaa on kaikkein eniten, samoin kaupallisten palveluiden (ravintolat, hotellit, pankit ja muut palvelut) pinta-ala on Imatrankoskella suurin.

Mansikkalassa painottuu päivittäistavara- ja tavaratalokauppa. Mansikkalassa on myös kohtalaisen paljon tilaa vaativaa kauppaa. Vuoksenniskalla palvelurakenne on kohtalaisen tasainen, mikään toimiala ei painotu merkittävästi yli muiden. Muilla alueilla on pääosin tilaa vaativaa kauppaa, autokauppaa ja huoltamotoimintaa sekä muita kaupallisia palveluita (mm. hotellit).

Kaupallisten palveluiden pinta-ala Imatralla 2007

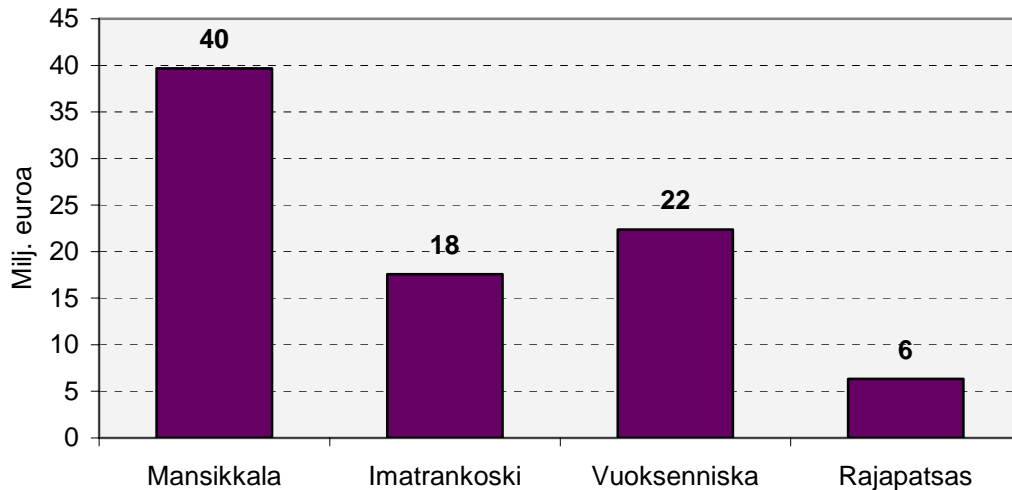


Tilaa vaativaa erikoiskauppaa ja autokauppaa sekä huoltamotoimintaa on yllättävän tasaisesti kaikissa keskuksissa. Sekä Imatrankoskella että Vuoksenniskalla on tiva-kauppaa aivan keskustan tuntumassa. Lisäksi näiden keskustojen läheisyydessä on vielä erilliset tiva-alueet, Imatrankoskella Anssinkatu ja Mansikkalassa Sukkulakatu, jotka laskelmissa sijoittuvat muille alueille. Mansikkala painottuu market- ja tiva-alueena, mutta joutuu kilpailemaan tilaa vaativan kaupan osalta muiden keskustojen kanssa.



Kaupallisten keskustojen myynnin jakaumasta ei ole saatavilla tietoa. Pinta-ala kertoo näin paremmin volyymin kuin toimipaikkojen määrä. Päivittäistavarakaupasta myyntitietoja on saatavilla sen verran, että keskustakohtainen myynnin vertailu onnistuu riittävän luotettavasti. Osa päivittäistavarakauppojen myynneistä on arvioita. Tavaratalojen myynneistä on puhdistettu muiden tuotteiden myynti.

**Päivittäistavarakaupan myynti Imatran kaupallisissa keskustoissa 2006**



Lähde: Kaupan maailma ja Santasalo Ky

Mansikkala painottuu myynniltään tärkeimpänä päivittäistavarakaupan keskittymänä. Mansikkalassa päivittäistavarakaupan myynti on lähes kaksinkertaista pt-kaupan toiseksi merkittävämpään keskukseen Vuoksenniskaan verrattuna. Myynnin jakaumasta nähdään, että Imatrankosken päivittäistavarakaupan myynti jää heikommaksi, kuin Mansikkalassa sekä Vuoksenniskalla.

### 3 MUUTOKSET IMATRAN KAUPALLISESSA RAKENTEESSA 1997 - 2007

Edellisen kerran kaupalliset palvelut on kartoitettu Imatralla vuonna 1997. Vuonna 1997 kartoitettiin keskustojen kauppapalvelut eikä keskustojen reunoille sijoittuvaa tilaa vaativaa kauppaa kartoitettu kattavasti. Imatrankoskelta kartoitettiin vain ydinkeskusta ja samoin Vuoksenniskalta. Keskusten välisessä aikavertailussa on käytetty molemmilta vuosilta samaa aluerajausta, jotta vuodet ovat keskenään vertailukelpoisia. Vertailu kuvaa tilannetta ydinkeskustoissa. Keskustojen tuntumassa sijaitsevat tiva-alueet sekä erilliset tilaa vaativan kaupan alueet eivät ole siis vertailussa mukana. Tarkempi aluerajaus on liitteessä 3.

Kymmenen vuoden aikana keskusten rakenne on pitkälti pysynyt samana, mutta muutoksia-kin on tapahtunut. Imatrankoskella suurin muutos kaupallisessa rakenteessa on ollut Koskentorin rakentaminen. Tämä on tuonut lisää liiketilaa aivan keskustan ydinalueella, mikä on lisännyt mm. muotikaupan ja muun erikoiskaupan tarjontaa kävelykeskustassa. Kokonaisuudessaan liiketilojen määrä Imatrankosken ydinkeskustassa on kasvanut kymmenessä vuodessa yhdeksällä liikkeellä.

Vuoksenniskalla merkittävin muutos on ollut K-marketin siirtyminen Torikadun varrelle suurempiin tiloihin. Alueelle on rakentunut myös Lidl. Muotikaupan ja muun erikoiskaupan määrä on laskenut, mutta muiden palveluyritysten määrä kasvanut. Vuoksenniskalla kaupallisten palveluiden määrä on kokonaisuudessaan kasvanut kymmenessä vuodessa neljällä.

#### Kaupallisten palveluiden lukumäärä Imatran keskuksissa 1997 ja 2007

kpl	Imatrankoski		Mansikkala		Vuoksenniska		Rajapatsas		Yhteensä	
	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007
Pt-kauppa ja kioskit	4	2	2	1	5	7	3	3	14	13
Tavaratalokauppa	1	1	2	3	1	1	1	1	5	6
Alko, apteekit ja terveyskauppa	3	3	3	2	2	3			8	8
Muotikauppa	19	23	5	2	10	6	1	1	35	32
Sisustuskauppa	7	8		1	2	2		1	9	12
Tilaa vaativakauppa	5	6	3	4	7	7			15	17
Muu erikoiskauppa	21	22	6	6	14	10	2	1	43	39
<b>Erikoiskauppa yhteensä</b>	<b>55</b>	<b>62</b>	<b>17</b>	<b>15</b>	<b>35</b>	<b>28</b>	<b>3</b>	<b>3</b>	<b>110</b>	<b>108</b>
Käytetyn tavarahan kauppa	2	3		1	3	4	1	2	6	10
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>62</b>	<b>68</b>	<b>21</b>	<b>20</b>	<b>44</b>	<b>40</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>135</b>	<b>137</b>
Autokauppa, korjaamot, huoltamot	1	3	4	2	5	7			10	12
Ravintolat, kahvilat, hotellit	19	20	6	8	13	10	4	4	42	42
Pankki, posti, vakuutus	9	10	3		4	4	2		18	14
Muu kaupallinen palvelu	25	24	4	5	9	18	4	4	42	51
<b>Kaupalliset palvelut yht.</b>	<b>116</b>	<b>125</b>	<b>38</b>	<b>35</b>	<b>75</b>	<b>79</b>	<b>18</b>	<b>17</b>	<b>247</b>	<b>256</b>
Tyhjät liiketilat	8	7	2	5	10	14	3		23	26
<b>Liiketilat yhteensä</b>	<b>124</b>	<b>132</b>	<b>40</b>	<b>40</b>	<b>85</b>	<b>93</b>	<b>21</b>	<b>17</b>	<b>270</b>	<b>282</b>

Aluerajauksena vuoden 1998 raportti ks. liite 3

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Mansikkalassa muutoksia on tapahtunut erityisesti Mansikkapaikassa. Pienliiketilaja on yhdistetty ja näiden tilalle on sijoittunut Masku. Sparin päivittäistavarakaupan tilalle on tullut alennustavaratalo Tokmanni. Muotikauppojen määrä on vähentynyt. Pankit ovat hävinneet tarkastellulta alueelta kokonaan. Posti on siirtynyt asiamiespostiksi Siwan yhteyteen, mutta tämä jää jo aluerajauksen ulkopuolelle. Tyhjien tilojen määrä on kasvanut lähinnä Siitolanrannassa. Kaupallisten palveluiden määrä on Mansikkalassa laskenut kymmenessä vuodessa kolmella.

Rajapatsaalla tilanne ei ole merkittävästi muuttunut kymmenessä vuodessa. Pankki ja posti ovat alueelta lähteneet, mutta pt-kauppa on uudistanut toimintaansa.

Keskustojen ulkopuolisia alueita ei vuonna 1997 kartoitettu lainkaan. Kokonaisuudessaan Imatralla on kaupallisten palveluiden määrä keskustoissa kasvanut yhdeksällä liikkeellä. Myös tyhjiä liiketilöiden määrä on kasvanut kolmella.

#### Kaupallisten palveluiden pinta-ala Imatran keskuksissa 1997 ja 2007

k-m <sup>2</sup>	Imatrankoski		Mansikkala		Vuoksenniska		Rajapatsas		Yhteensä	
	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007	1997	2007
Pt-kauppa ja kioskit	1 100	1 900	3 800		3 400	5 900	1 500	1 700	9 800	9 500
Tavaratalokauppa	3 000	4 200	13 800	16 700	800	900	400	400	18 000	22 200
Alko, apteekit ja terveyskauppa	200	400	700	1 300	400	500			1 300	2 200
Muotikauppa	3 400	5 000	900	300	1 400	800	100	200	5 800	6 300
Sisustuskauppa	1 100	1 100		200	200	600		100	1 300	2 000
Tilaa vaativakauppa	800	1 400	3 000	4 700	2 600	2 000			6 400	8 100
Muu erikoiskauppa	3 800	3 900	800	700	2 800	1 400	100		7 500	6 000
<b>Erikoiskauppa yhteensä</b>	<b>9 400</b>	<b>11 800</b>	<b>5 500</b>	<b>7 200</b>	<b>7 500</b>	<b>5 300</b>	<b>200</b>	<b>300</b>	<b>22 600</b>	<b>24 600</b>
Käytetyn tavarankäyttö	600	500		300	300	500	100	400	1 000	1 700
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>14 100</b>	<b>18 400</b>	<b>23 100</b>	<b>24 200</b>	<b>12 000</b>	<b>12 500</b>	<b>2 300</b>	<b>2 700</b>	<b>51 500</b>	<b>57 800</b>
Autokauppa, korjaamot, huoltamot	100	400	1 100	900	1 300	1 500			2 500	2 800
Ravintolat, kahvilat, hotellit	5 400	6 700	1 100	2 200	2 300	1 300	600	600	9 400	10 800
Pankki, posti, vakuutus	2 100	2 200	500		1 400	1 200	300		4 300	3 400
Muu kaupallinen palvelu	2 500	2 900	500	600	1 200	2 000	300	300	4 500	5 800
<b>Kaupalliset palvelut yht.</b>	<b>24 200</b>	<b>30 600</b>	<b>26 300</b>	<b>27 900</b>	<b>18 200</b>	<b>18 700</b>	<b>3 500</b>	<b>3 700</b>	<b>72 200</b>	<b>80 900</b>
Tyhjät liiketilät	800	800	300	500	2 900	3 700	600		4 600	5 000
<b>Liiketilät yhteensä</b>	<b>25 100</b>	<b>31 400</b>	<b>26 600</b>	<b>28 400</b>	<b>21 100</b>	<b>22 400</b>	<b>4 100</b>	<b>3 700</b>	<b>76 900</b>	<b>85 900</b>

Hotelleista laskettu mukaan vain katutaso

Aluerajauksena vuoden 1998 raportti ks. liite 3

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Pinta-alan osalta on kymmenessä vuodessa tapahtunut hieman erisuuntaisia muutoksia kuin liikkeiden määrän suhteen. Kokonaisuudessaan kaupallisten palveluiden pinta-ala on keskuksissa kasvanut noin 9000 k-m<sup>2</sup>:lla eli runsaalla kymmenellä prosentilla. Pinta-alaa on tullut eniten lisää tavaratalokauppaan. Myös tilaa vaativa kauppa on kasvattanut pinta-alaa Imatralla, samoin ravintolatoiminta ja muut palvelut. Muun erikoiskaupan pinta-ala on kaupungissa vähentynyt samoin pankkien. Tyhjien tilojen osuus liiketilakannasta on pysynyt samansuuruisena.

Imatrankoskella on kaupallisten palveluiden pinta-ala kasvanut kaikkein eniten. Kaupallisten palveluiden käytössä oli vuonna 2007 yhteensä 6400 k-m<sup>2</sup> enemmän pinta-alaa kuin kymmenen vuotta sitten. Pinta-alaa on ennen kaikkea tullut lisää muotikauppaan ja ravintolatoimintaan. Myös tavaratalokauppa eli Euromarket on Imatrankoskella laajentanut.

Muissakin keskuksissa liikepinta-ala on kasvanut mutta huomattavasti vähemmän. Mansikkalassa tavaratalokauppa on Citymarketin laajentamisen sekä Tokmannin tulon myötä kasvanut, mutta vastaavasti pt-kauppa on Sparin lähdön myötä vähentynyt. Tilaa vaativaan kauppaan samoin kuin ravintolatoimintaan on saatu myös lisää kerrosalaa.

Vuoksenniskalla erikoiskaupan käytössä oleva pinta-ala on kymmenessä vuodessa vähentynyt merkittävästi. Vastaavasti palveluiden pinta-ala on kasvanut samoin kuin päivittäistavara-kaupan. Myös tyhjän liiketilan pinta-ala on kasvanut. Kokonaisuudessaan Vuoksenniskalla on tällä hetkellä 500 k-m<sup>2</sup> enemmän pinta-alaa kaupallisten palveluiden käytössä kuin 1997.

**Kaupallisten palveluiden pinta-alan muutos Imatran keskuksissa vuodesta 1997 vuoteen 2007**

k-m <sup>2</sup>	Imatran-koski	Mansikkala ja asema	Vuokseniska	Rajapatas	Imatra yhteensä
Pt-kauppa ja kioskit	800	-3 800	2 500	200	-300
Tavaratalokauppa	1 200	2 900	100		4 200
Alko, apteekit ja terveystuotteita	200	600	100		900
Muotikauppa	1 600	-600	-600	100	500
Sisustuskauppa		200	400	100	700
Tilaa vaativakauppa	600	1 700	-600		1 700
Muu erikoiskauppa	100	-100	-1 400	-100	-1 500
<b>Erikoiskauppa yhteensä</b>	<b>2 400</b>	<b>1 700</b>	<b>-2 200</b>	<b>100</b>	<b>2 000</b>
Käytetyn tavarankauppa	-100	300	200	300	700
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>4 300</b>	<b>1 100</b>	<b>500</b>	<b>400</b>	<b>6 300</b>
Autokauppa, korjaamot, huoltamot	300	-200	200		300
Ravintolat, kahvilat, hotellit	1 300	1 100	-1 000		1 400
Pankki, posti, vakuutus	100	-500	-200	-300	-900
Muu kaupallinen palvelu	400	100	800		1 300
<b>Kaupalliset palvelut yht.</b>	<b>6 400</b>	<b>1 600</b>	<b>500</b>	<b>200</b>	<b>8 700</b>
Tyhjät liiketilat		200	800	-600	400
<b>Liiketilat yhteensä</b>	<b>6 300</b>	<b>1 800</b>	<b>1 300</b>	<b>-400</b>	<b>9 000</b>

Hotelleista laskettu mukaan vain katutaso

Aluerajauksena vuoden 1998 raportti ks. liite 3

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Kokonaisuudessaan muutokset Imatralla ovat olleet positiivisia. Merkittävin muutos on muotikaupan keskittyminen Imatrankoskelle, mikä on parantanut toimialan vetovoimaa kaupungissa selvästi. Mansikkalaan on keskittynyt enemmän sisustuskauppaa, joka on saanut tilaa mm. muotikaupalta. Vuoksenniskalla päivittäistavara- ja palveluiden osuus on kasvanut.



*Muotikaupan ketjuliikkeet ovat keskittyneet Koskentorille.*

## 4 IMATRAN VÄHITTÄISKAUPAN MARKKINAT

Imatran vähittäiskaupan markkinoita kuvataan tässä vähittäiskaupan tarjonnan ja kysynnän suhteen. Vähittäiskaupan tarjontaa kuvaavat vähittäiskaupan toimipaikkamäärän ja myynnin kehitys. Tarjontaa verrataan myös Lappeenrannan tarjontaan, jotta saadaan mielikuva alueellisesta markkinatilanteesta.

Vähittäiskaupan kysyntää kuvataan markkina-alueen ostovoimalla. Ostovoiman kehitykseen vaikuttavat markkina-alueen väestön lisäksi loma-asukkaat sekä venäläiset matkailijat. Ostovoimaennusteiden pohjalta arvioidaan lisäliiketilän tarvetta Imatralla.

### 4.1 Vähittäiskaupan toimipaikat ja myynti Imatralla

Vähittäiskaupan toimipaikka- ja myyntitiedot ovat Tilastokeskuksen kuntakohtaisesta yritystilastosta vuodelta 2005. Mikäli kaupan toimialalla on kunnassa toimipaikkoja alle 3, myyntitiedot on jouduttu arvioimaan yleisten tilastojen pohjalta. Imatralla oli vuonna 2005 yhteensä 161 vähittäiskaupan toimipaikkaa ja yhteensä 287 kauppapalveluiden eli vähittäiskaupan, autokaupan ja ravintolatoiminnan toimipaikkaa.

#### Vähittäiskaupan toimipaikat Imatralla 1997 - 2005

	1997	2000	2003	2005
Pt-kauppa	21	18	19	20
Pt-erikoiskauppa	3	3	3	3
Kioskit	24	17	14	11
<i>Päivittäistavara- ja kioskit</i>	<i>48</i>	<i>38</i>	<i>36</i>	<i>34</i>
Tavaratalokauppa	3	3	3	4
Alko	2	2	2	2
Apteekit ja terveydenhoitokauppa	8	8	7	7
Huonekalukauppa	5	5	6	7
Kodintekniikkakauppa	8	7	8	8
Rautakauppa	5	7	7	8
<i>Tilaa vaativa kauppa yhteensä</i>	<i>18</i>	<i>19</i>	<i>21</i>	<i>23</i>
Muotikauppa	33	28	28	32
Sisustuskauppa	8	11	12	11
Pienet erikoiskaupat	51	54	51	48
<i>Muu erikoiskauppa yhteensä</i>	<i>92</i>	<i>93</i>	<i>91</i>	<i>91</i>
<b>Vähittäiskauppa</b>	<b>171</b>	<b>163</b>	<b>160</b>	<b>161</b>
Autokauppa ja korjaus	64	63	64	60
Huoltamot	11	8	8	9
Ravintolat ja kahvilat	58	61	56	57
<b>Vähittäis- ja autokauppa ja ravintola</b>	<b>304</b>	<b>295</b>	<b>288</b>	<b>287</b>

Lähde: Tilastokeskus

Toimipaikkamäärä on 2000-luvulla pysynyt kohtalaisen tasaisena. Tilaa vaativan kaupan toimipaikkamäärä on kasvanut, kun taas kioskien määrä vähentynyt. Tämä on ollut yleinen trendi muissakin suomalaisissa kaupungeissa. Kioskikauppojen määrään on vaikuttanut osittain pienten kauppojen sunnuntai-aukiolon salliminen. Muotikauppojen määrä on pari viimeisen tarkasteluvuoden aikana kasvanut selvästi, mikä on seurausta Imatrankosken toriympäristön uudistuksesta.

Vähittäiskaupan myynti vuonna 2005 oli Imatralla 200 miljoonaa euroa, autokauppa ja ravintolatoiminta mukaan lukien 290 miljoonaa euroa. Toimipaikkamäärästä poiketen vähittäiskaupan myynti on kasvanut tarkastelujakson aikana. Vähittäiskaupan, autokaupan ja ravintolatoiminnan myynti on kasvanut kolmanneksella kahdeksan vuoden aikana. Eniten myyntiä ovat kasvattaneet tavaratalokauppa, rautakauppa ja autokauppa.

#### Vähittäiskaupan myynti Imatralla 1997 - 2005

milj. €	1997	2000	2003	2005
Pt-kauppa	44	43	50	50
Pt-erikoiskauppa	1	1	1	1
Kioskit	4	3	3	3
<i>Päivittäistavarakauppa ja kioskit</i>	<i>48</i>	<i>47</i>	<i>54</i>	<i>54</i>
Tavaratalokauppa	39	43	48	55
Alko	4	4	3	4
Apteekit ja terveydenhoitokauppa	11	13	16	15
Huonekalukauppa	4	4	4	5
Kodintekniikkakauppa	4	5	4	4
Rautakauppa	8	20	21	23
<i>Tilaa vaativa kauppa yhteensä</i>	<i>16</i>	<i>29</i>	<i>29</i>	<i>32</i>
Muotikauppa	13	11	13	12
Sisustuskauppa	1	2	2	2
Pienet erikoiskauvat	21	24	25	24
<i>Muu erikoiskauppa yhteensä</i>	<i>36</i>	<i>37</i>	<i>40</i>	<i>38</i>
<b>Vähittäiskauppa</b>	<b>154</b>	<b>174</b>	<b>191</b>	<b>198</b>
Autokauppa ja korjaus	43	49	61	62
Huoltamot	9	9	10	12
Ravintolat ja kahvilat	13	14	14	16
<b>Vähittäis- ja autokauppa ja ravintolat</b>	<b>218</b>	<b>245</b>	<b>277</b>	<b>287</b>
Reaalinen kehitys vuoden 2005 rahassa				
Vähittäiskauppa	173	187	194	198
Vähittäis- ja autokauppa ja ravintolat	247	263	283	287

Lähde: Tilastokeskus

Myynti on Imatralla kasvanut reaalisesitkin laskettuna, eli kun inflaation vaikutus myynnistä on puhdistettu. Vähittäiskaupan myynti on reaalisesti kasvanut tarkastelujakson aikana noin 15 %:lla eli parin prosentin vuosivauhdilla.

Imatrankosken toriympäristön muutos toteutettiin vuosina 2004-2005. Koskentorilla oli avajaiset syksyllä 2005. Vuoden 2005 myyntitiedoissa ei siis näy vielä Koskentorin vaikutuksia. Alkuvuonna 2005 myynti saattoi olla jopa heikompaa kuin normaalisti remonttitoiden takia. Muotikaupan myynnin kehitystä on tarkasteltu tämän takia tarkemmin ja kehityksen pohjalta on arvioitu vuoden 2006 myyntiä.

Muotikauppaan kuuluu kangaskauppa, lanka- ja käsityökauppa, kodintekstiili- ja naisten vaatekauppa, miesten vaatekauppa, turkis- ja nahkakauppa, lasten vaatekauppa, hattukauppa, yleisvaatekauppa, kenkäkauppa ja laukkukauppa. Toimialalla oli vuonna 1997 yhteensä 33 toimipaikkaa, vuonna 2005 toimipaikkoja oli yksi vähemmän. Suurin pudotus toimipaikkojen määrässä tapahtui 1990-luvun lopussa. 2000-luvulla toimipaikkamäärä on kasvanut. Toimipaikkamäärä on kasvanut eniten yleisvaatekaupassa ja naisten vaatekaupassa.

Koskentorin vaikutus muotikaupan myymälöihin näkyy enemmän siinä, että toimialan kaupat keskittyvät Imatrankoskelle, mikä parantaa toimialan vetovoimaa Imatralla. Liiketoimintoja siirtyi mm. Mansikkalasta. Keskustaan tuli myös uusia myymälöitä, mutta ne korvasivat osittain muualta lopettaneita myymälöitä.

## Muotikaupan toimipaikat vuosina 1997 - 2005

	1997	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Kangaskauppa	5	2	2	2	2	3	3
Lanka- ja käsityökauppa	3	4	4	3	3	2	2
Kodintekstiilikauppa	1		1	1	1	1	1
Naisten vaatekauppa	4	3	3	3	3	3	5
Miesten vaatekauppa	1						1
Turkis- ja nahkakauppa							
Lasten vaatekauppa							
Hattukauppa	1	1	1	1	1	1	1
Yleisvaatekauppa	12	13	14	14	15	13	16
Kenkäkauppa	4	3	2	1	1	1	1
Laukkukauppa	2	2	2	2	2	2	2
<b>Muotikauppa yhteensä</b>	<b>33</b>	<b>28</b>	<b>29</b>	<b>27</b>	<b>28</b>	<b>26</b>	<b>32</b>

Lähde: Tilastokeskus

Muotikaupan myyntiä jouduttiin osin arvioimaan. Myynti on tarkastelujaksolla heilahdellut jonkin verran. Vuonna 2004 myynnin lasku johtunee osittain merkittävistä uudistustöistä Imatrankoskella, jotka vaikuttivat Koskenpartaan viihtyisyyteen ja toimivuuteen. Tämän jälkeen myynti on kasvanut, ja vuoden 2006 myynnin arvioidaan kasvaneen lähes kolmella miljoonalla eurolla vuodesta 2005. Reaalinen myynnin kehitys on ollut hieman myynnin arvon kehitystä nopeampaa, sillä hinnat toimialalla ovat pikemmin laskeneet kuin nousseet.

## Muotikaupan myynti vuosina 1997 - 2006

milj. €	1997	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006*
Kangaskauppa	0,5	0,4	0,5	0,5	0,4	0,3	0,3	
Lanka- ja käsityökauppa	0,6	0,6	0,7	0,7	0,6	0,2	0,2	
Kodintekstiilikauppa	0,3		0,5	0,5	0,4	0,5	0,6	
Naisten vaatekauppa	0,6	0,5	0,5	0,5	0,5	0,5	0,6	
Miesten vaatekauppa	0,5						0,7	
Turkis- ja nahkakauppa								
Lasten vaatekauppa								
Hattukauppa	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	
Yleisvaatekauppa	9,0	8,8	10,2	9,4	10,2	8,2	8,3	
Kenkäkauppa	1,2	0,6	0,5	0,4	0,4	0,4	0,5	
Laukkukauppa	0,6	0,5	0,5	0,5	0,4	0,5	0,6	
<b>Muotikauppa yhteensä</b>	<b>13,3</b>	<b>11,5</b>	<b>13,4</b>	<b>12,4</b>	<b>13,0</b>	<b>10,8</b>	<b>11,9</b>	<b>14,7</b>
<i>Muotik. vuoden 2005 rahassa</i>	13,2	11,4	13,1	12,4	13,0	10,8	11,9	15,0

Punaiset luvut on arvioitu keskimääräisten myyntien pohjalta

2006 on arvioitu pinta-alan kasvun pohjalta

Lähde: Tilastokeskus

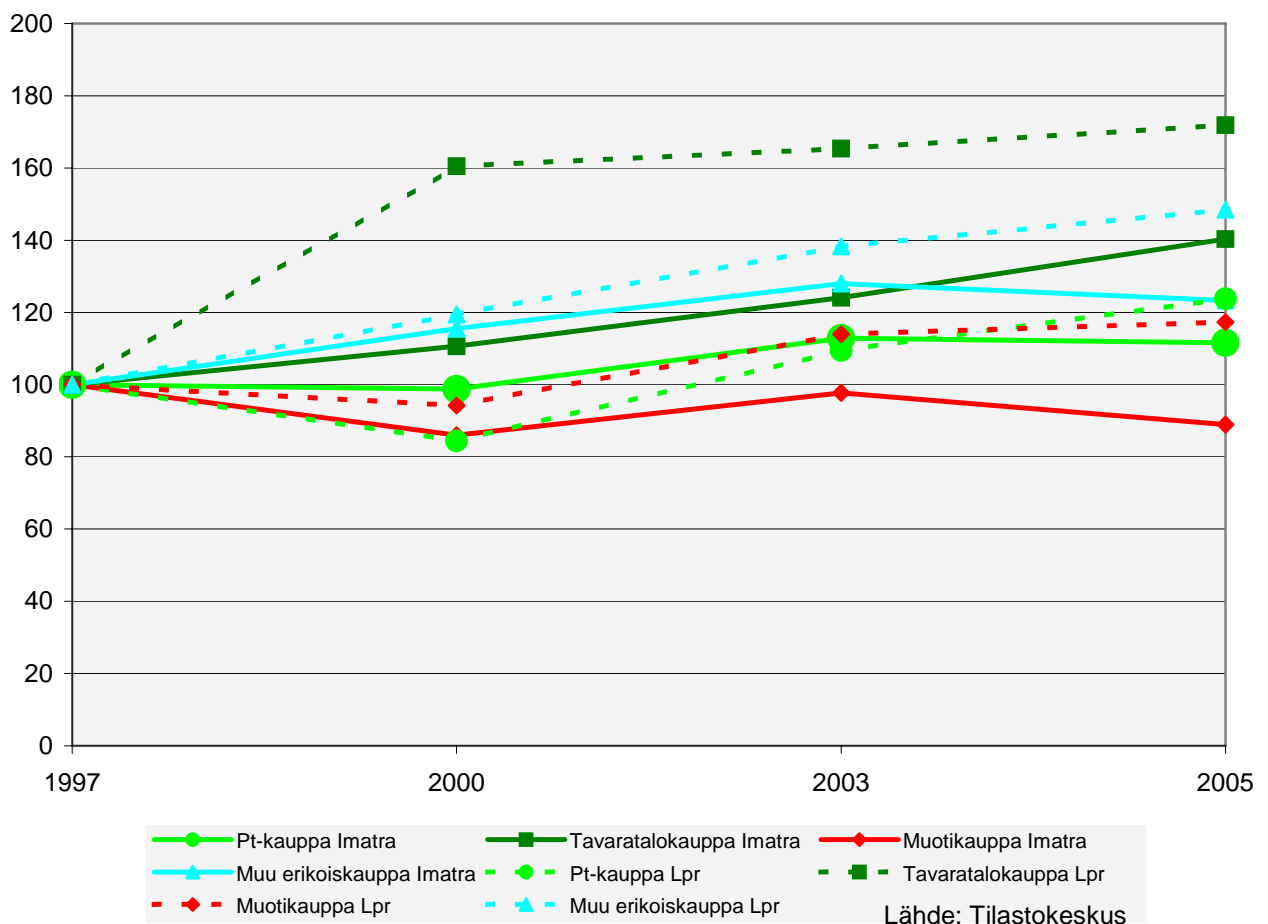
Myyntiennuste on saatu tarkastelemalla muotikaupan pinta-alan muutosta ja laskemalla myyntitehokkuudella uusien myymälöiden kokonaismyynti. Muotikaupan pinta-ala kasvoi noin 600 k-m<sup>2</sup>:lla vuoden 1997 tilanteeseen verrattuna. Tämän arvioidaan lisänneen myyntiä vuoden 2005 tasosta noin neljänneksellä. Markkinoiden kokoon nähden näyttäisi siltä, että noin 10 % ostovoiman siirtymästä on tätä kautta saatu pysymään Imatralla.

#### 4.2 Vähittäiskaupan myynnin kehitys Imatralla ja Lappeenrannassa

Imatran vähittäiskaupan myynnin kehitystä on verrattu Lappeenrannan kehitykseen. Myynnin kehitys on suhteutettu vuoden 1997 myyntiin ja tätä kuvataan indeksillä. Kuvissa Imatran myynnin kehitys kuvataan yhtenäisellä viivalla ja Lappeenrannan myynnin kehitys katkoviivalla.

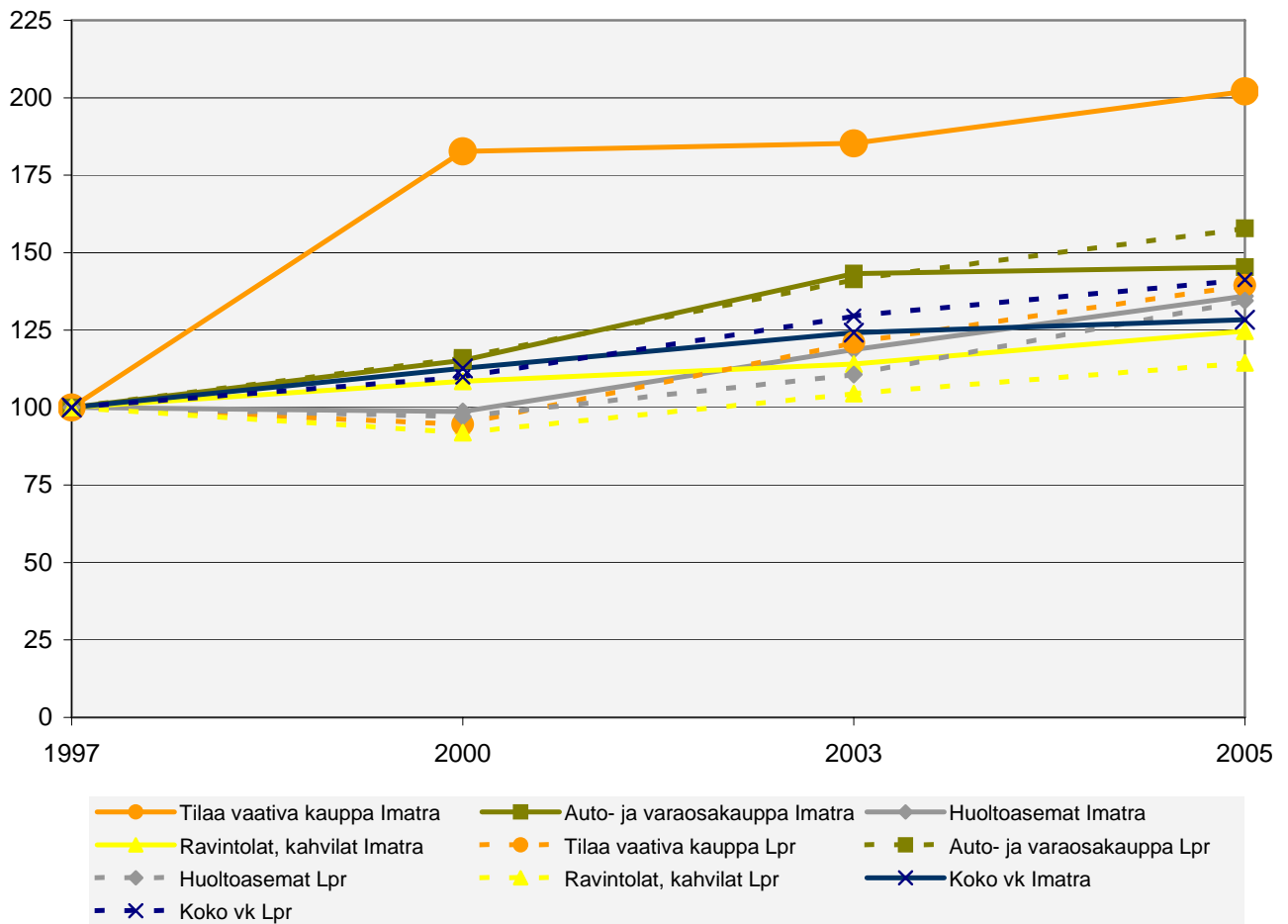
Lähes jokaisella toimialalla myynti on kasvanut nopeammin Lappeenrannassa kuin Imatralla. Poikkeuksen tekee tilaa vaativa kauppa, joka on rautakaupan ansioista kasvanut nopeammin Imatralla kuin Lappeenrannassa verrattuna 1997 tilanteeseen. Myös ravintoloiden ja kahviloiden myynti on Imatralla kasvanut nopeammin. Koko vähittäiskauppa on kahdeksassa vuodessa kasvanut Lappeenrannassa 40 % ja Imatralla 30 %.

Imatran ja Lappeenrannan myynnin kehitys 1997 - 2005  
(ind. 100 = 1997)





Imatran ja Lappeenrannan myynnin kehitys 1997 - 2005  
(ind. 100 = 1997)



Lähde: Tilastokeskus

Myynnin kehitystä on tarkasteltu tarkemmin hypermarkettien ja tavaratalojen osalta, sillä näistä on saatu tarkempia tietoja. Kummassakin kaupungissa tavaratalokaupan myynti kasvoi voimakkaasti vuonna 2001, tämän jälkeen kasvuvauhti on hidastunut selvästi. Tavaratalokaupan myynti on useana vuotena pysynyt kohtalaisen tasaisena molemmissa kaupungeissa. Vähittäiskaupan myynnin kasvu on siis kanavoitunut muualle kuin hypermarketteihin ja tavarataloihin. Tarkastelussa ei ole mukana alennustavarataloja kuten Minimania ja Tokmannia, joiden myynnin tiedetään yleisesti kasvaneen hyvin voimakkaasti viime vuosina.

**Imatran tavaratalokaupan kehitys 2000-2006**

Milj. €	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Prisma	25	28	30	31	31	31	30
Euromarket	11	11	11	9	11	12	12
Citymarket	21	23	24	25	24	23	24
<b>Yhteensä</b>	<b>57</b>	<b>62</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>65</b>	<b>66</b>
Muutos		9 %	5 %	-1 %	1 %	0 %	1 %

Lähde: Kaupan maailma - markkinakatsaus

**Lappeenrannan tavaratalokaupan kehitys 2000-2006**

Milj. €	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Prisma	34	38	39	40	40	40	41
Anttila	12	12	12	13	14	15	16
Citymarket	14	19	23	24	24	25	26
Euromarket	24	26	25	24	23	22	22
<b>Yhteensä</b>	<b>84</b>	<b>95</b>	<b>99</b>	<b>101</b>	<b>102</b>	<b>102</b>	<b>104</b>
Muutos		13 %	4 %	3 %	0 %	1 %	2 %

Lähde: Kaupan maailma - markkinakatsaus



*Vaikka Euromarket sijaitsee keskeisellä paikalla, sen myynti ei ole 2000-luvulla kasvanut merkittävästi.*

### 4.3 Markkina-alueen väestö

Imatran markkina-alueeseen kuuluvat Imatran kaupungin lisäksi Ruokolahti, Rautjärvi ja itäiset osat Joutsenosta. Näiltä alueilta asukkaat käyvät pääosin Imatralla erikoiskauppaostoksilla. Ruokolahden luoteisosista käydään ostoksilla jonkin verran Mikkelissä ja Rautjärveltä Savonlinnassa. Imatralla käydään ostoksilla myös Lappeenrannassa. Päivittäistavaroita ostetaan merkittävästi omasta kunnasta.

Imatran markkina-alueen väestö vuosina 1995, 2000, 2005  
ja ennuste vuosille 2010, 2015, 2020 ja 2025

	1995	2000	2005	2010	2015	2020	2025	Vuosi muutos	
								2005-2015	2005-2025
<b>Imatra</b>	<b>32 057</b>	<b>30 663</b>	<b>29 529</b>	<b>28 823</b>	<b>28 180</b>	<b>27 661</b>	<b>27 219</b>	-0,5 %	-0,4 %
Rautjärvi	5 121	4 619	4 273	3 921	3 610	3 361	3 184	-1,7 %	-1,5 %
Ruokolahti	6 402	6 204	5 897	5 718	5 551	5 427	5 332	-0,6 %	-0,5 %
Joutseno itäiset osat*	2 879	2 749	2 528	2 532	2 535	2 537	2 534	0,0 %	0,0 %
<b>Markkina-alue</b>	<b>46 459</b>	<b>44 235</b>	<b>42 227</b>	<b>40 994</b>	<b>39 876</b>	<b>38 986</b>	<b>38 269</b>	<b>-0,6 %</b>	<b>-0,5 %</b>

\* Jänhiälä, Korvenkylä, Kuurmanpohja, Ahola

\* 2010, 2015, 2020, 2025 arvioitu koko kunnan väestöennusteen pohjalta

Lähde: Tilastokeskus, väestöennuste 2007

Markkina-alueella asuu tällä hetkellä noin 42.000 asukasta. Asukasluku on hieman laskussa. Kymmenen vuotta sitten asukkaita oli 45.500 eli noin kahdeksan prosenttia enemmän kuin nykyään. Väestön ennustetaan yhä laskevan, koko markkina-alueella noin puolen prosentin vuosivauhdilla. Vuonna 2020 markkina-alueella ennustetaan olevan asukkaita 39.000. Väestön väheneminen on suurinta Rautjärvellä, kun taas Joutsenossa väestömäärän ennustetaan pysyvän nykyisen tasoisena. Väestöennuste perustuu Tilastokeskuksen ennusteeseen, joka tehdään trendimenetelmällä, ja se pohjautuu pääasiassa tähänastiseen väestön kehitykseen.

Imatran väestön ikäjakauma suuralueittain 31.12.2005

	0-15 v.	16-24 v.	25-64 v.	65- v.	Yhteensä	osuus
<b>Vuoksenniska</b>	1 170	636	3 885	1 665	7 356	25 %
<b>Mansikkala</b>	1 793	1 154	5 943	2 101	10 991	37 %
<b>Imatrankoski</b>	1 690	1 135	5 881	2 274	10 980	37 %
<b>Muu</b>	38	33	102	29	202	1 %
<b>Yhteensä</b>	<b>4 691</b>	<b>2 958</b>	<b>15 811</b>	<b>6 069</b>	<b>29 529</b>	<b>100 %</b>

	0-15 v.	16-24 v.	25-64 v.	65- v.	Yhteensä
<b>Vuoksenniska</b>	16 %	9 %	53 %	23 %	100 %
<b>Mansikkala</b>	16 %	10 %	54 %	19 %	100 %
<b>Imatrankoski</b>	15 %	10 %	54 %	21 %	100 %
<b>Muu</b>	19 %	16 %	50 %	14 %	100 %
<b>Yhteensä</b>	<b>16 %</b>	<b>10 %</b>	<b>54 %</b>	<b>21 %</b>	<b>100 %</b>

Lähde: Imatra

Imatran kaupungissa väestö ei ole sijoittunut tasaisesti. Vuoksenniskalla asuu neljännes imatralaisista ja Mansikkalassa sekä Imatrankoskella molemmissa 37 % imatralaisista. Vuoksenniskalla väestö on hieman keskimääräistä iäkkäämpää.

Vähittäiskaupan toimintaedellytyksiin on myös loma-asukkailla vaikutusta. Imatralla loma-asukkaita on kohtalaisen vähän, mutta ympäristökunnissa enemmän. Loma-asukkaiden määrää on arvioitu mökkien määrän pohjalta. Osa mökeistä on pääosin käytössä omilla kuntalaisilla, joten nämä eivät lisää markkina-alueen väestöpotentiaalia.



*Koskenparras houkuttelee myös matkailijoita ja loma-asukkaita.*

Loma-asukkaita tarkasteltaessa otettiin huomioon myös Puumalan loma-asukkaat, sillä nämä käyvät ostoksilla myös Imatralla. Markkina-alueella on yhteensä 7500 mökkiä, joista eri kunnassa asuvien mökkejä on 6000. Eri maakunnassa asuvien mökkejä on tästä 3200 mökkiä eli hieman alle puolet.

Ulkopaikkakuntalaisia loma-asukkaita arvioidaan tarkastelukunnissa olevan yhteensä 18.000. Näistä osa asuu naapurikunnassa ja on näin jo mukana markkina-alueen väestöpohjassa. Osa Puumalan loma-asukkaista suuntautuu Imatran sijaan Mikkeliin. Näin Imatralla arvioidaan olevan noin 10.000 markkina-alueen ulkopuolisilta alueilta tulevaa loma-asukasta, joiden ostovoimapotentialilla voi olla merkitystä Imatran vähittäiskauppaan ja palveluihin. Loma-asukkaiden määrän ennustetaan kasvavan. Pääosa kasvusta kohdistuu Puumalaan. Vuonna 2020 alueella arvioidaan olevan noin 13.000 markkina-alueen ulkopuolisilta alueilta tulevaa loma-asukasta.

**Kesämökkit omistajan asuinkunnan mukaan 31.12.2005 ja loma-asukkaat 2005 - 2020**

	Yksityisen omistuksessa olevat mökit	Samassa kunnassa asuvien mökit	Eri kunnassa asuvien mökit	Omistaja asuu eri maakunnassa	Ulkopaikkakuntalaiset loma-asukkaat		
					2005	2010*	2020*
Imatra	179	113	66	43	198	203	214
Rautjärvi	1 156	343	813	279	2 439	2 434	2 424
Ruokolahti	2 930	543	2 387	655	7 161	7 339	7 710
Puumala	3 197	485	2 712	2 248	8 136	9 374	12 443
<b>Yhteensä</b>	<b>7 462</b>	<b>1 484</b>	<b>5 978</b>	<b>3 225</b>	<b>17 934</b>	<b>19 350</b>	<b>22 791</b>
<b>Imatran loma-asukas potentiaali</b>					<b>10 000</b>	<b>11 000</b>	<b>13 000</b>

Lähde: Tilastokeskus, Santasalo Ky

#### 4.4 Venäläiset matkailijat Imatralla

Imatran vähittäiskauppaan ja muihin kaupallisiin palveluihin on oman väestöpohjan sekä loma-asukkaiden lisäksi myös venäläisillä matkailijoilla suuri merkitys. Venäläisten määrä Imatralla on ollut voimakkaassa kasvussa ja se myös näkyy positiivisesti Imatran kaupallisissa palveluissa.

##### Venäläiset matkailijat Kaakkois-Suomen rajalla

	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2010E	2020E
Kaikki	1 050 000	1 230 000	1 510 000	1 530 000	1 550 000	1 680 000	1 860 000	2 160 000	2 630 000
- muutos vuodessa		17,1 %	22,8 %	1,3 %	1,3 %	8,4 %	10,7 %	3,0 %	2,0 %
<b>Imatralla</b>				<b>51 000</b>	<b>71 000</b>	<b>120 000</b>	<b>148 000</b>	<b>194 000</b>	<b>263 000</b>
- osuus kävijöistä				3,4 %	4,6 %	7,1 %	8,0 %	9,0 %	10,0 %
- muutos vuodessa					39 %	69 %	23 %	5,6 %	3,1 %

Lähde: Ka-S raja-asemat, TAK Oy, Tuomas Santasalo Ky

Vuonna 2000 Kaakkois-Suomen rajan kautta tuli noin miljoona venäläistä matkailijaa Suomeen. Vuonna 2006 matkailijoita oli jo 1,9 miljoonaa. Imatralla käyneiden matkailijoiden osuus on viimeisten vuosien aikana ollut kasvussa. Tällä hetkellä matkailijoista noin kahdeksan prosenttia käy Imatralla ja loma-kuukausina vieläkin suurempi osuus. Imatralla kävi vuonna 2006 noin 150.000 venäläistä matkailijaa.

Matkailijoiden määrän ennustetaan kasvavan keskimäärin 2 - 3 prosentin vuosivauhdilla. Ennuste on varovainen ja kasvu voi olla merkittävästi ennustetta suurempaa. Imatralla käyvien osuuden ennakoidaan myös kasvavan. Imatralla arvioidaan olevan venäläisiä matkailijoita vuonna 2010 yhteensä noin 200.000 ja vuonna 2020 yhteensä 260.000.

Pääosa venäläisistä matkailijoista Suomessa on päivämatkailijoita, vaikka Imatralla venäläisten yöpyminen on kasvanut merkittävästi 2000-luvulla. Ohessa Imatran hotelleihin saapuneet kotimaiset matkailijat ja ulkomaiset matkailijat, joista suurin osa on venäläisiä. Kotimaisten matkailijoiden määrä hotelleissa on nyt samaa tasoa kuin 2000-luvun alussa, mutta ulkomaisten määrä on kasvanut lähes kolminkertaiseksi.

##### Imatran hotelleihin saapuneet

	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Kotimaiset	54 505	50 128	42 985	54 927	55 325	54 714
Ulkomaiset	11 343	13 441	14 787	21 320	29 762	40 958
<b>Saapuneet yht.</b>	<b>65 848</b>	<b>63 569</b>	<b>57 772</b>	<b>76 247</b>	<b>85 087</b>	<b>95 672</b>
Ulkomaisten osuus	17 %	21 %	26 %	28 %	35 %	43 %
Kotimaisten kasvu		-8 %	-14 %	28 %	1 %	-1 %
Ulkomaisten kasvu		18 %	10 %	44 %	40 %	38 %

Lähde: Tilastokeskus

Euroopan unionin ulkopuolelta saapuvat matkailijat saavat veroetua EU:n maissa. Tax free edun saa kauposta, jotka ovat liittyneet Global Refund -järjestelmään. Ostoksen tulee olla vähintään 40 euroa, jotta saa edun.

Tax free -kauppa on Imatralla kasvanut merkittävästi 2000-luvulla. Vuonna 2000 tax free -ostoksia tehtiin Imatralla alle miljoonalla eurolla, mutta vuonna 2006 jo 4,1 miljoonalla. Viimeisinä vuosina kasvu on ollut erittäin voimakasta. 2007 vuoden ensimmäisinä kuukausina kauppa on kasvanut 41 % edellisvuoden vastaavaan ajankohtaan nähden. Lappeenran-

nassa tax free -kauppa on vielä nelinkertaista Imatraan nähden, mutta kasvu on siellä ollut hitaampaa kuin Imatralla.

**Tax free -kauppa Imatralla ja Lappeenrannassa 2000-luvulla**

milj. €	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007 I-IV
Imatra	0,95	1,17	1,59	1,70	1,85	2,42	4,14	1,82
- muutos		23 %	37 %	7 %	9 %	31 %	71 %	41 %
Lappeenranta			11,21	10,72	11,16	13,10	17,58	7,26
- muutos				-4 %	4 %	17 %	34 %	41 %

Lähde: Global Refund Finland Oy

Venäläiset käyttävät rahaa Imatralla muihinkin kuin tax free -ostoksiin. Tak Oy:n tekemän haastattelututkimuksen mukaan 70 % venäläisistä osti jotakin Imatralla ja keskimäärin nämä käyttivät tuoteostoksiinsa rahaa 213 euroa matkaruokakuntaa kohden. Palveluita (ei sis. majoitusta) osti 36 % venäläisistä, ja nämä käyttivät palveluihin keskimäärin 83 euroa matkaruokakuntaan kohden.

Venäläiset käyttivät arvion mukaan Imatralla vuonna 2006 yhteensä 11 miljoonaa euroa tuoteostoksiin ja palveluihin 2 miljoonaa euroa. Kokonaisuudessaan venäläiset kuluttivat Imatralla rahaa tuotteisiin ja palveluihin 13 miljoonaa euroa.

**Venäläismatkustajien rahan käyttö Imatralla 2006**

	€/matka-ruokakunta	Ostajien osuus	Ei ostajien osuus	Ostot yht. milj. €
Elintarvikkeisiin	68	39 %	61 %	2,0
Vaatteet	280	34 %	66 %	7,0
Muut ostot				2,0
<b>Tuoteostot keskimäärin</b>	<b>213</b>	<b>70 %</b>	<b>30 %</b>	<b>11,0</b>
Ravintolapalvelut	98	25 %	75 %	1,8
Kylpylä- ja vapaa-ajan palvelut	28	17 %	83 %	0,4
Muut palvelut				0,0
<b>Palvelut* keskimäärin</b>	<b>83</b>	<b>36 %</b>	<b>64 %</b>	<b>2,2</b>
<b>Yhteensä</b>				<b>13,2</b>

\* ei sis. majoituspalvelua

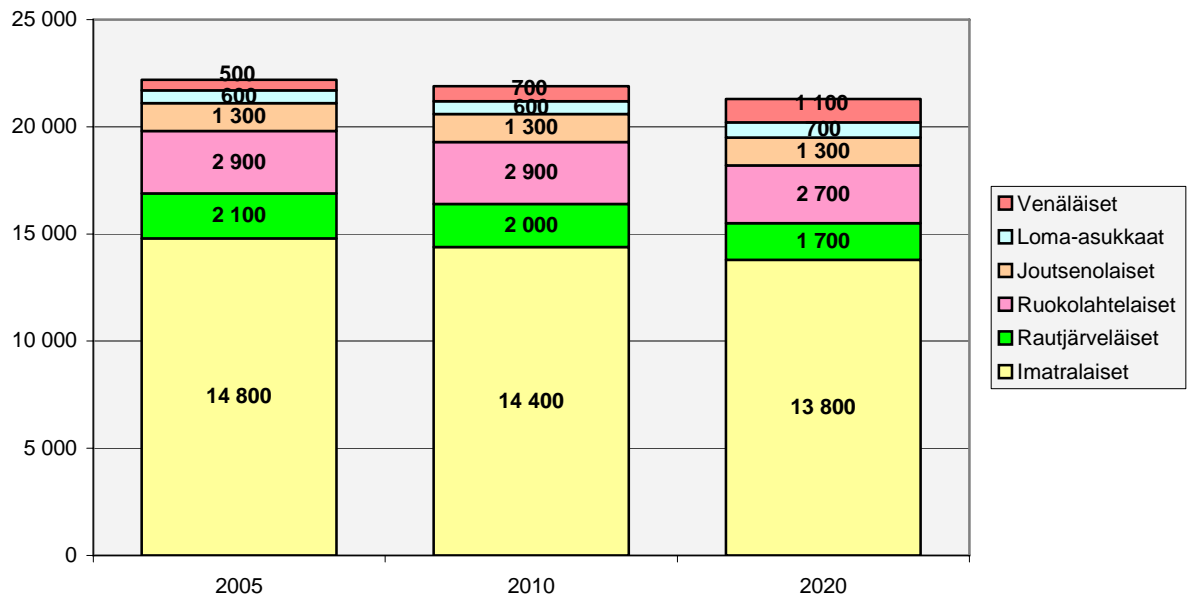
Lähde: Tak Oy, Santasalo Ky

**4.5 Asiakaspotentiaali Imatran keskuksissa**

Markkina-alueen väestön pohjalta voidaan arvioida potentiaalisten päiväkävijöiden määrää Imatran keskustoissa. Imatralaiset ovat tärkein asiakasryhmä Imatralla, vaikka venäläisten matkailijoiden määrä Imatralla onkin suuri. Potentiaalisesti Imatran keskuksissa voi päivittäin asioida yhteensä 22.000 asiakasta, josta noin kaksi kolmasosaa on imatralaisia.

Potentiaalinen asiakaspohja on arvioitu olettaen, että imatralaiset asioivat keskimäärin kolme kertaa viikossa jossakin kaupallisessa keskustassa Imatralla ja muiden paikkakuntien asukkaat hieman harvemmin. Päivittäinen kävijämäärä vaihtelee merkittävästi viikonpäivän sekä vuodenajan ja sesongin mukaan.

Potentiaaliset päiväkävijät Imatran keskuksissa



Potentiaalinen päiväkävijöiden määrä Imatralla on laskussa, mikä johtuu väestön vähenemisestä markkina-alueella. Venäläisten kasvava määrä ei korvaa imatralaisten väestön vähenemistä. Pääosa venäläisistä matkailijoista viipyy Imatralla vain päivän, yöpyjien määrä on kasvussa, mikä pidentää keskimääräistä matkan kestoa.



*Yli 20 asteen pakkasessa ei kävelijöitä juurikaan ole.*

#### 4.6 Markkina-alueen ostovoima 2005

Vähittäiskaupan kysyntää tarkastellaan markkina-alueen ostovoiman avulla. Vähittäiskaupan kohdistuva ostovoima on laskettu Santasalo Ky:n Kesukset ja markkinat alueet -tutkimuksen pohjalta, jossa päälähteenä on käytetty Tilastokeskuksen kulutustutkimusta sekä ansiotasotilastoa. Ostovoima kertoo alueen väestön ostokyvystä ja sen kohdistumisesta kaupan eri toimialoille. Ostovoima kertoo alueen markkinapotentiaalin muttei sitä, missä asukkaat tämän potentiaalinsa käyttävät eli missä ostovoima toteutuu myyntinä.

Imatralla oli vuonna 2005 vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa yhteensä 170 miljoonaa euroa. Tästä 80 miljoonaa euroa kohdistui päivittäistavarakauppaan, 30 miljoonaa tilaa vaativaan erikoiskauppaan ja lähes 45 miljoonaa muotikauppaan ja muuhun erikoiskauppaan yhteensä. Auto- ja varaosakaupan ostovoimaa imatralaisilla oli vuonna 2005 yhteensä 46 miljoonaa euroa ja vähittäiskaupan, ravintolatoiminnan sekä autokaupan ostovoimaa yhteensä 250 miljoonaa euroa.

Koko Imatran markkina-alueella eli Imatralla, Rautjärvellä, Ruokolahdella sekä Joutsenon itäisissä osissa oli vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa yhteensä 240 miljoonaa euroa sekä vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintolatoimintaan kohdistuvaa ostovoimaa yhteensä 360 miljoonaa euroa. Imatran markkina-alueen loma-asukkailla oli Imatralla suuntautuvaa vähittäiskaupan, autokaupan ja ravintolatoiminnan ostovoimaa yhteensä kuusi miljoonaa euroa ja venäläisillä kymmenen miljoonaa euroa.

Paikallisten ja lomailijoiden vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa Imatran markkina-alueella oli vuonna 2005 yhteensä 257 miljoonaa euroa ja vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintolatoimintaan yhteensä kohdistuvaa ostovoimaa 386 miljoonaa euroa. Osa tästä ostovoimasta toteutui Imatralla, osa markkina-alueen muissa kunnissa ja osa markkina-alueen ulkopuolella.

##### Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima vuonna 2005

milj. euroa	Imatra	Rautjärvi	Ruokolahti	Joutseno*	Markkina- alue yhteensä	Loma- asukkaat	Venä- läiset	Paikalliset ja muut yhteensä
Päivittäistavarakauppa	79	11	15	6	112	4	1	118
Alko	3	0	1	0	5	0	0	5
Apteekit	15	2	3	1	21	1	0	22
Tilaa vaativa kauppa	28	4	5	2	39	2	1	42
Muotikauppa	17	2	3	1	23	2	5	30
Muu erikoiskauppa	26	3	5	2	36	3	1	40
Erikoiskauppa yhteensä	70	10	14	6	99	6	7	112
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>167</b>	<b>24</b>	<b>32</b>	<b>13</b>	<b>237</b>	<b>12</b>	<b>9</b>	<b>257</b>
Ravintolat ja kahvilat	22	3	4	2	31	2	1	33
Auto- ja varaosakauppa	46	6	9	4	65	4	0	69
Huoltamot	18	2	4	2	26	1	0	27
<b>Vk, ak ja ravintolat yht.</b>	<b>253</b>	<b>35</b>	<b>49</b>	<b>21</b>	<b>358</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>386</b>

\* itäiset osat

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Ostovoiman siirtymiä analysoitaessa voidaan määritellä, miten Imatran vähittäiskaupan tarjonta saavuttaa markkina-alueella olevan kysynnän. Siirtymät saadaan vertaamalla vähittäiskaupan toimialoihin kohdistunutta ostovoimaa kunnassa toteutuneeseen myyntiin. Negatiivinen siirtymä tarkoittaa ostovoiman siirtyvän alueen ulkopuolelle ja positiivinen



vastaavasti sitä, että kunnan myynti on suurempaa kuin ostovoima, eli kunta saa ostovoimaa alueen ulkopuolelta.

**Ostovoimasiirtymät vuonna 2005**  
**Myynti suhteutettuna imatralaisten ostovoimaan**

	Myynti milj. €	Ostovoima milj. €	Ov-siirtymä milj. €	%
Päivittäistavara kauppa	89	79	10	13 %
Alko	4	3	1	22 %
Apteekit	14	15	0	-3 %
Tilaa vaativa kauppa	38	28	10	36 %
Muotikauppa	20	17	3	21 %
Muu erikoiskauppa	33	26	7	26 %
Erikoiskauppa yhteensä	90	70	20	29 %
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>198</b>	<b>167</b>	<b>31</b>	<b>18 %</b>
Ravintolat ja kahvilat	16	22	-6	-28 %
Auto- ja varaosakauppa	62	46	16	34 %
Huoltamot	12	18	-6	-34 %
<b>Vk, ak ja ravintolat yht.</b>	<b>287</b>	<b>253</b>	<b>34</b>	<b>13 %</b>

Lähde: Santasalo Ky, Tilastokeskus

Aluksi Imatran vähittäiskaupan, autokaupan ja ravintoloiden myyntiä verrattiin imatralaisten ostovoimaan. Tavaratalojen myynti on jaettu eri toimialoille arvioidun tuotekohtaisen myynnin perusteella. Vuonna 2005 Imatran vähittäiskaupan myynti oli noin 200 miljoonaa euroa. Vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa imatralaisilla oli yhteensä 170 miljoonaa euroa, eli ostovoimasiirtymä Imatralle oli 30 miljoonaa euroa. Toimialoittain suhteellisesti suurimmat ostovoimasiirtymät olivat erikoiskaupassa ja varsinkin tilaa vaativassa erikoiskaupassa. Myös päivittäistavara kauppan myynti oli 10 miljoonaa euroa suurempaa kuin imatralaisten ostovoima.



*Erikoiskauppa vetää ostovoimaa Imatran ulkopuolelta.*

Auto- ja varaosakaupan ostovoimaa siirtyy Imatralla 16 miljoonaa eli kolmanneksen enemmän kuin Imatran kaupungin oma ostovoima on. Vastaavasti ravintolatoiminnan myynti oli lähes 30 prosenttia pienempää kuin imatralaisten ostovoima. Tämä liittyy pitkälle matkailuun, lomalla käytetään osa kahviloiden ja ravintoloiden ostovoimasta. Myös huoltamoiden ostovoimasiirtymät olivat negatiiviset.

Vähittäiskaupan positiiviset ostovoimasiirtymät kertovat sen, että Imatra palvelee laajempaa markkina-aluetta kuin omaa kuntaa. Vähittäiskaupan myyntiä verrattiin siksi myös markkina-alueen ostovoimaan. Vertailu kertoo, mitkä toimialat Imatralla ovat vahvoja koko markkina-alueella, ja mitkä toimialat onnistuvat heikommin vastaamaan koko markkina-alueen kysyntään.

#### Ostovoimasiirtymät vuonna 2005 Myynti suhteutettuna markkina-alueen ostovoimaan

	Myynti milj. €	Ostovoima milj. €	Ov-siirtymä milj. €	%
Päivittäistavara-kauppa	89	112	-23	-20 %
Alko	4	5	-1	-13 %
Apteekit	14	21	-7	-32 %
Tilaa vaativa kauppa	38	39	-2	-4 %
Muotikauppa	20	23	-3	-14 %
Muu erikoiskauppa	33	36	-4	-11 %
Erikoiskauppa yhteensä	90	99	-9	-9 %
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>198</b>	<b>237</b>	<b>-39</b>	<b>-16 %</b>
Ravintolat ja kahvilat	16	31	-15	-49 %
Auto- ja varaosakauppa	62	65	-3	-5 %
Huoltamot	12	26	-14	-53 %
<b>Vk, ak ja ravintolat yht.</b>	<b>287</b>	<b>358</b>	<b>-71</b>	<b>-20 %</b>

Lähde: Santasalo Ky, Tilastokeskus

Vähittäiskaupan ostovoimaa oli koko markkina-alueella 40 miljoonaa euroa enemmän kuin oli Imatran vähittäiskaupan myynti. Osa tästä ostovoimasta toteutui myyntinä markkina-alueen pienemmissä kunnissa ja osa siirtyi suurempiin keskuksiin kuten Lappeenrantaan. Päivittäistavara- sekä apteekkikaupan ostovoima toteutuu yleensä lähellä. Niinpä markkina-alueen pienempien kuntien pt-kaupan ja apteekkikaupan ostovoimasta suuri osa toteutuu omassa kunnassa ja Imatran myynti näillä toimialoilla on selvästi pienempää kuin alueen ostovoima.

Markkina-alueen tilaa vaativan kaupan ostovoimasta vain kaksi miljoonaa euroa eli neljä prosenttia toteutuu alueen ulkopuolella. Imatralaiset käyvät jonkin verran ostamassa toimialan tuotteita Lappeenrannassa, mutta markkina-alueen muista kunnista käydään pääosin tiva-kauppa ostoksilla Imatralla. Myös auto- ja varaosakauppa on Imatralla vahvaa suhteessa toimialan ostovoimaan.

Imatran muotikaupan myynti oli 14 % pienempää kuin toimialan ostovoima markkina-alueella ja muun erikoiskaupan 11 % pienempää. Nämä toimialat pystyvät kohtalaisesti siis vastaamaan markkina-alueen ostovoimaan, mutta osa ostovoimasta siirtyy kuitenkin Lappeenrantaan ja muihin suuriin kaupan keskittymiin. Pieni osa toteutuu markkina-alueen pienemmissä kunnissa. Suuria siirtymiä on ravintolatoiminnassa sekä huoltamoilla. Näiden toimialojen markkina-alueen ostovoimasta puolet toteutuu Imatran ulkopuolella.

#### 4.7 Markkina-alueen ostovoima 2010 ja 2020

Imatran markkina-alueen väestö vähenee. Väestön väheneminen on vielä sen verran hidasta, että ostovoima alueella on yhä kasvussa, tosin merkittävästi hitaammin kuin väestön kasvualueilla. Ostovoiman kasvu pohjautuu kulutuksen kasvuun ja rakenteen muutokseen. Erikoiskauppaan kohdistuva ostovoima kasvaa nopeammin kuin päivittäistavarakaupan. Erityisesti tilaa vaativa erikoiskauppa on voimakkaasti kasvava erikoiskaupan toimiala.

Ostovoimaennuste perustuu ansiotason kasvuun sekä kulutuksessa tapahtuviin muutoksiin. Kulutuksen ennustetaan kasvavan Imatran markkina-alueella, mutta väestön vanhenemisen takia hitaammin kuin keskimäärin Suomessa. Vuosikasvun ennustetaan olevan nopeampaa vuosina 2005 - 2010 kuin tämän jälkeen. Ostovoiman ennustetaan kasvavan keskimäärin noin kahden prosentin vuosivauhdilla, pt-kaupassa noin prosentin sekä erikoiskaupassa noin kolmen prosentin vuosivauhdilla. 2000-luvulla ostovoiman kasvu on ollut tulevaa ennustetta selvästi nopeampaa, vaikka alueen väestö on laskenut nopeammin kuin sen ennustetaan tulevaisuudessa laskevan.

Ostovoimaennusteissa epävarmuutta aiheuttaa yleinen taloudellinen kehitys. Mikäli talouden kehitys muuttuu nousevasta laskevaksi, on tällä vaikutusta ostovoimaennusteisiin. Taloudessa tapahtuvat muutokset vaikuttavat vähemmän päivittäistavarakauppaan kohdistuvaan ostovoimaan kuin erikoiskauppaan tai palveluihin kohdistuvaan ostovoimaan, sillä päivittäistavarat ovat peruskulututusta. Ostovoimaennustuksiin vaikuttaa myös väestöennusteen tarkkuus. Lisäksi ennusteisiin vaikuttavat myös venäläisten matkailijoiden osalta Venäjän taloudessa tapahtuvat muutokset. Ostovoimaennustuksen epävarmuus kasvaa, mitä kauemmaksi ennusteita tehdään. Vastaavasti ennusteen epävarmuus lisääntyy, jos esimerkiksi venäläisten osuus kuluttajajoukossa kasvaa.

#### Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima vuonna 2010

milj. euroa	Imatra	Rautjärvi	Ruokolahti	Joutseno*	Markkina- alue yhteensä	Loma- asukkaat	Venä- läiset	Paikalliset ja muut yhteensä
Päivittäistavarakauppa	87	12	17	7	122	6	2	131
Alko	3	0	1	0	4	0	0	5
Apteekit	18	3	4	1	26	1	0	27
Tilaa vaativa kauppa	35	5	7	3	50	3	2	55
Muotikauppa	21	3	4	2	30	3	12	44
Muu erikoiskauppa	31	4	6	3	43	4	2	48
Erikoiskauppa yhteensä	87	11	17	7	123	9	16	147
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>196</b>	<b>26</b>	<b>38</b>	<b>16</b>	<b>275</b>	<b>16</b>	<b>18</b>	<b>309</b>
Ravintolat ja kahvilat	22	3	4	2	31	2	2	35
Auto- ja varaosakauppa	60	8	11	5	84	5	1	90
Huoltamot	25	3	5	2	35	1	0	36
<b>Vk, ak ja ravintolat yht.</b>	<b>302</b>	<b>40</b>	<b>58</b>	<b>25</b>	<b>424</b>	<b>25</b>	<b>21</b>	<b>470</b>

\* itäiset osat

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Vuonna 2010 markkina-alueella ennustetaan olevan vähittäiskauppaan kohdistuvaa ostovoimaa lähes 280 miljoonaa euroa ja autokauppa sekä ravintolatoiminta mukaan lukien yli 420 miljoonaa euroa. Loma-asukkaat ja venäläiset matkailijat tuovat lisäpotentiaalia ostovoimaan. Kokonaisuudessaan alueella ennustetaan olevan vähittäiskauppaan, auto-kauppaan ja ravintoloihin kohdistuvaa ostovoimaa 470 miljoonaa euroa

## Vähittäiskauppaan kohdistuva ostovoima vuonna 2020

milj. euroa	Imatra	Rautjärvi	Ruokolahti	Joutseno*	Markkina- alue yhteensä	Loma- asukkaat	Venä- läiset	Paikalliset ja muut yhteensä
Päivittäistavarakauppa	93	11	18	8	130	8	4	141
Alko	3	0	1	0	4	0	0	4
Apteekit	22	3	4	2	31	2	0	33
Tilaa vaativa kauppa	44	5	9	4	61	5	4	70
Muotikauppa	26	3	5	2	36	4	21	61
Muu erikoiskauppa	35	4	7	3	49	5	3	57
Erikoiskauppa yhteensä	105	12	20	9	146	14	28	189
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>222</b>	<b>26</b>	<b>42</b>	<b>19</b>	<b>310</b>	<b>24</b>	<b>32</b>	<b>366</b>
Ravintolat ja kahvilat	22	3	4	2	30	3	2	35
Auto- ja varaosakauppa	74	8	14	7	103	9	2	114
Huoltamot	32	4	6	3	44	3	0	47
<b>Vk, ak ja ravintolat yht.</b>	<b>350</b>	<b>41</b>	<b>66</b>	<b>30</b>	<b>488</b>	<b>38</b>	<b>36</b>	<b>562</b>

\* itäiset osat

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Vuonna 2020 Imatralaisilla arvioidaan olevan vähittäiskauppaan, autokauppaan ja ravintoloihin kohdistuvaa ostovoimaa 350 miljoonaa euroa, ja markkina-alueella noin 490 miljoonaa euroa. Paikallisten asukkaiden lisäksi loma-asukkailla sekä venäläisillä matkailijoilla on markkina-alueella toimialaan kohdistuvaa ostovoimaa yli 70 miljoonaa euroa. Loma-asukkaiden sekä venäläisten ostovoiman on ennustettu kasvavan nopeammin kuin paikallisten asukkaiden.

#### 4.8 Vähittäiskaupan tilantarve 2020

Ostovoiman kasvun pohjalta voidaan arvioida tulevaa liiketilatarvetta Imatralla. Laskelma pohjautuu markkina-alueen ostovoiman kasvuun ja laskelmassa on käytetty nykyisiä keskimääräisiä myyntitehokkuuksia. Tarkemmat laskelmat ovat liitteessä 8.

Laskelma ei kerro, mihin kaupalliseen keskittymään tilantarve suuntautuu. Tähän vaikuttavat mm. nykyisten kauppapaikkojen kehittäminen ja mahdollisuudet uusiin kauppapaikkoihin. Liiketilarpeesta on kuitenkin erotettu keskustahakuisten toimintojen osuus ja muiden alueiden eli pääasiassa tilaa vaativan kaupan alueiden osuus.

Bruttolaskelma olettaa, että koko markkina-alueen ostovoiman kasvu toteutuisi uusien myymälöiden muodossa Imatralla. Nettolaskelmassa on otettu huomioon se, että markkina-alueen nykyiset liikkeet saavat osansa ostovoiman kasvusta ja näin niiden myynti myös kasvaa. Brutto- ja nettolaskelma antavat vaihteluvälin, jonka rajoissa uutta kerrosalaa vähittäis- ja autokaupalle tulee kaupunkiin kaavoittaa.

Mikäli koko ostovoiman kasvun oletetaan suuntautuvan uusiin liikkeisiin, Imatralla tarvitaan vuoteen 2020 mennessä uutta liikepinta-alaa noin 85.000 k-m<sup>2</sup>. Tästä keskusta-alueille lähinnä Imatrankoskelle ja Vuoksenniskalle kohdistuu noin 42.000 k-m<sup>2</sup> ja muille alueille eli Mansikkalaan sekä Imatrankosken ja Vuoksenniskan keskustan ulkopuolisille tilaa vaativan kaupan alueille yhteensä 43.000 k-m<sup>2</sup>.

## Kaupallisten palveluiden pinta-alan tarve Imatralla vuoteen 2020 mennessä

	Brutto k-m <sup>2</sup>			Netto k-m <sup>2</sup>		
	Keskusta- alueet	Muut alueet	Tilantarve yhteensä	Keskusta- alueet	Muut alueet	Tilantarve yhteensä
Päivittäistavarakauppa	2 200	1 000	3 200	1 200	500	1 700
Alko	-100	0	-100	0	0	0
Apteekit	1 500	600	2 100	400	200	600
Tilaa vaativa kauppa	5 100	20 200	25 300	1 500	6 100	7 600
Muotikauppa	13 800	3 500	17 300	4 200	1 100	5 300
Muu erikoiskauppa	7 200	1 800	9 000	2 200	500	2 700
Erikoiskauppa yhteensä	26 100	25 500	51 600	7 900	7 700	15 600
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>29 700</b>	<b>27 100</b>	<b>56 800</b>	<b>9 500</b>	<b>8 400</b>	<b>17 900</b>
Ravintolat ja kahvilat	1 000	200	1 200	200	100	300
Auto- ja varaosakauppa	1 800	7 400	9 200	600	2 200	2 800
Huoltamot	1 200	4 600	5 800	400	1 400	1 800
<b>Autokauppa ja ravintolat</b>	<b>4 000</b>	<b>12 200</b>	<b>16 200</b>	<b>1 200</b>	<b>3 700</b>	<b>4 900</b>
Muut palvelut	8 100	3 500	11 600	2 500	1 100	3 600
<b>Liiketilatarve yhteensä</b>	<b>41 800</b>	<b>42 800</b>	<b>84 600</b>	<b>13 200</b>	<b>13 200</b>	<b>26 400</b>

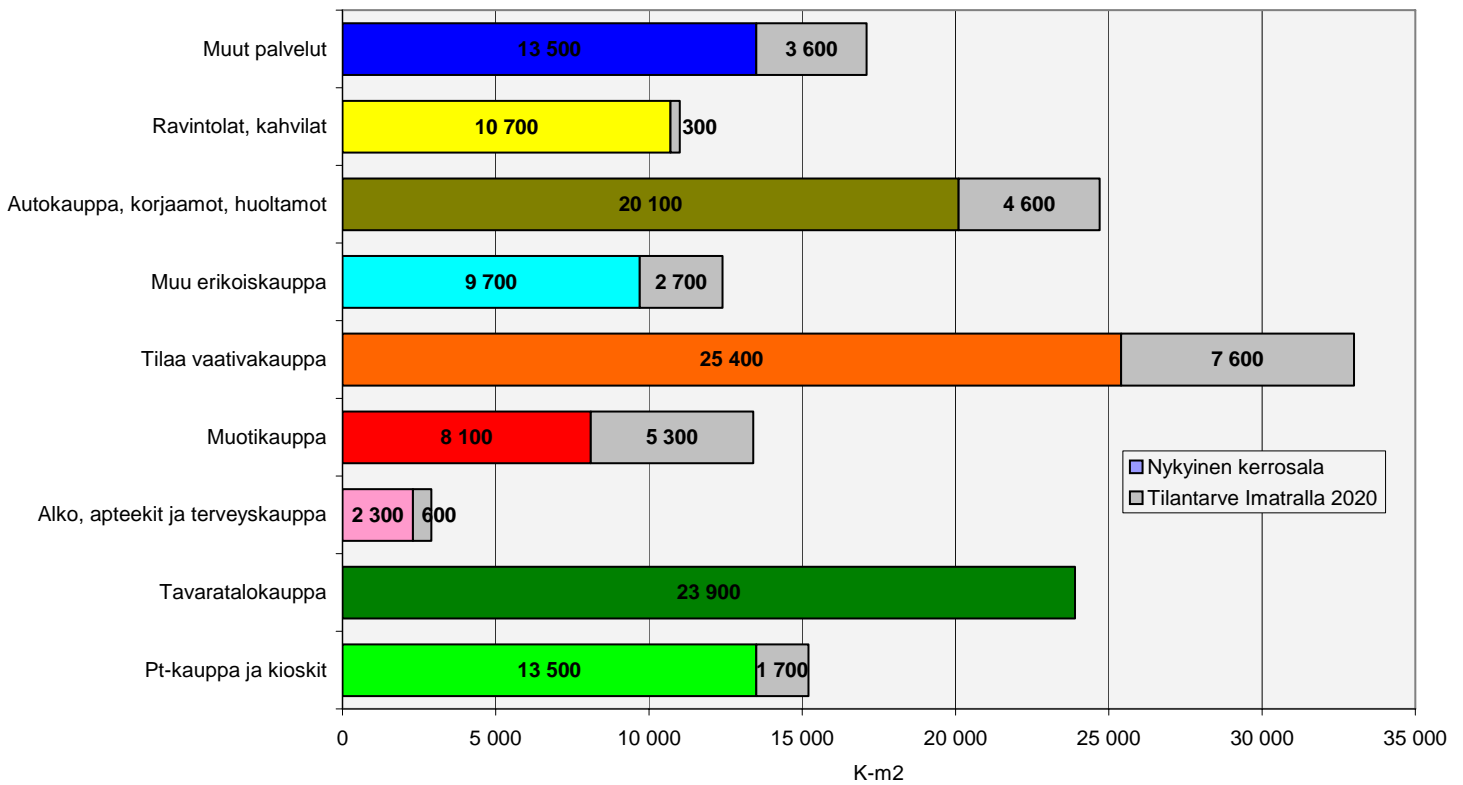
Lähde: Tuomas Santasalo Ky

Osa ostovoiman kasvusta suuntautuu todellisuudessa nykyisiin myymälöihin ja niiden myynti kasvaa. Kaupallisten palveluiden nettopinta-alatarve Imatralla vuoteen 2020 mennessä olisi yhteensä 26.000 k-m<sup>2</sup>. Erikoiskaupan nettotilantarve tulevaisuudessa on yli 15.000 k-m<sup>2</sup>, josta puolet on tilaa vaativan kaupan tarvetta. Autokaupan nettotilantarve on 2800 k-m<sup>2</sup>.

Nettotarpeesta 13.000 k-m<sup>2</sup> kohdistuu keskusta-alueille ja 13.000 k-m<sup>2</sup> keskustojen ulkopuolelle. Keskusta-alueille kohdistuu suurin osa pt-kaupan, muotikaupan, pienten erikoiskauppojen ja palveluiden tilantarpeesta, kun taas keskustojen ulkopuolelle suurin osa tilaa vaativan ja autokaupan tilantarpeesta.

Suurin tilantarpeen lisäys nykyiseen liiketilakantaan nähden on muotikaupassa. Venäläisten merkitys muotikaupan tilantarpeessa on suuri, joten luvussa on myös jonkin verran epävarmuutta. Osa muotikaupan samoin kuin muunkin kaupan tilantarpeesta toteutuu tavaratalokaupassa mm. Minimanin laajennuksen myötä. Tilaa vaativan kaupan lisätilantarve suhteessa nykyiseen liiketilamäärään on toiseksi suurin. Toimialan luonne ja kehitys huomioon ottaen lisätilantarve on todennäköisesti suurempi kuin laskettu nettotarve. Ravintolatoiminnan kehitys viime vuosina on ollut hyvin hidasta, joten väestön väheneminen huomioon ottaen nettolisätilantarve toimialalla ei ole suuri. Uusia toimijoita tulee Imatralla myös ravintolatoimintaan, mutta uudet yksiköt ovat pääosin muualta korvautuvia yksiköitä.

Imatran kauppapalveluiden liiketilamäärä 2007 ja kaavoituksessa varauduttava lisätilantarve vuoteen 2020 mennessä



Vuoksenniskalla K-market on siirtynyt uusiin suurempiin tiloihin.

## 5 IMATRAN KESKUSTOJEN KEHITTÄMINEN JA UUDET KAUPPAPAIKAT

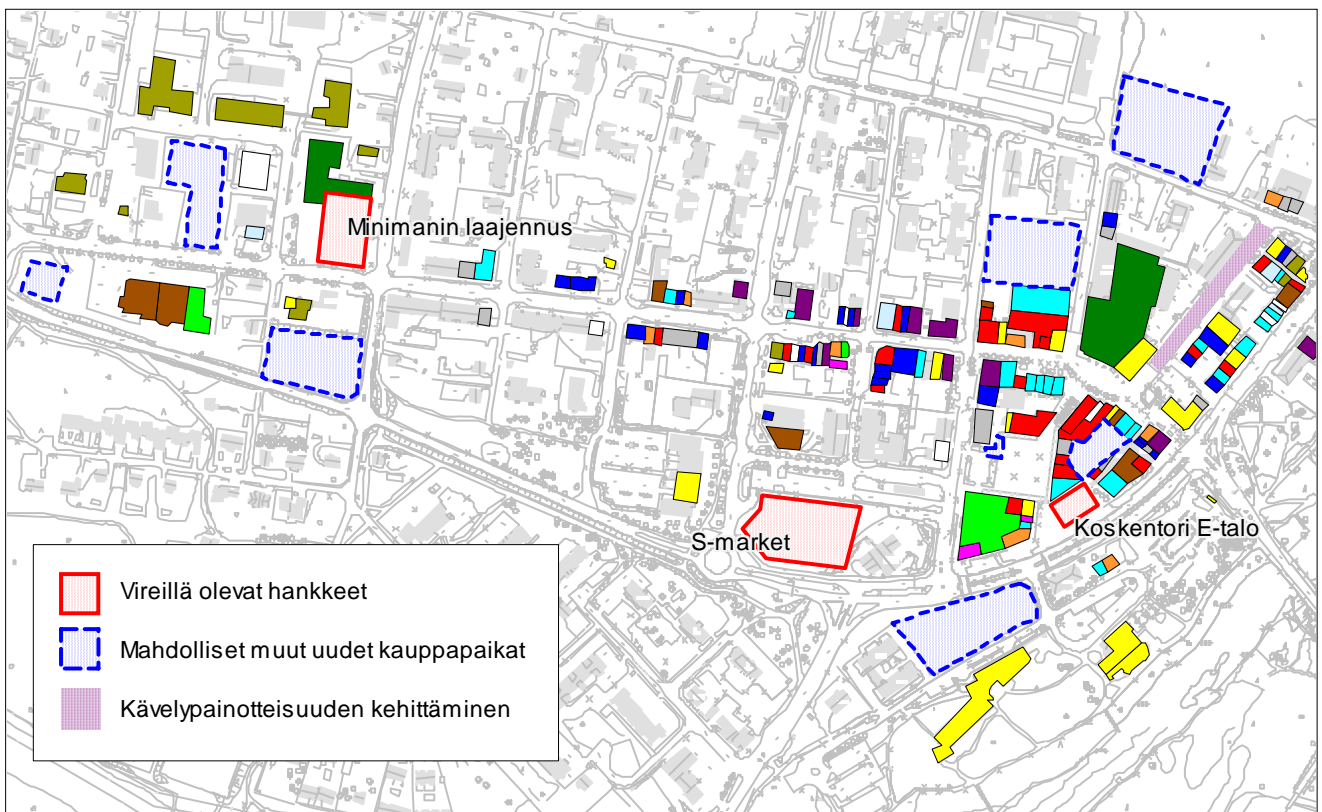
Imatran keskustoissa on tapahtunut positiivista kehitystä 2000-luvulla. Imatrankoskea on viime vuosina kehitetty voimakkaasti ja Kävelykatu Koskenparras on saanut jatkoa torialueen kehittämisestä. Myös liiketilojen määrä Imatrankoskella on kasvanut merkittävästi. Vuoksenniskalla K-market on siirtynyt uuteen liikekiinteistöön Alkon kanssa. Myös Lidl on rakentanut myymälänsä Vuoksenniskalle. Mansikkalassa Citymarket on laajentunut ja Mansikkapaikassa on tapahtunut rakenteellisia muutoksia.

Imatran keskustat kehittyvät edelleen. Jokaiseen kolmesta kaupallisesta keskuksista on kaupan hankkeita suunnitteilla tai vireillä.

### 5.1 Imatrankosken kehittäminen ja uudet kauppapaikat

Imatrankoskella rakennetaan yhä edelleen uutta liiketilaa. Liiketilaa on tulossa kävelykeskustaan sekä myös hieman kauemmaksi kaupallisesta ytimestä.

S-market on rakentumassa Helsingintien ja Olavinkadun väliin. S-marketin myötä Imatrankosken päivittäistavarakaupan tarjonta monipuolistuu. Tällä hetkellä Imatrankoskella ei ole S-ryhmän pt-kauppaa. S-marketilla on rakennusoikeutta noin 4500 k-m<sup>2</sup>, josta ensimmäisessä vaiheessa toteutetaan noin 2000 k-m<sup>2</sup>. Loppu rakennusoikeus jää laajennusvaraksi.



*Imatrankosken kehittäminen*

Minimani laajentaa nykyisellä liikepaikallaan. Laajennus tulee lähinnä koskemaan muuta kuin päivittäistavaraa eli mm. sisustusta ja rautakauppaa. Minimaniin laajennus on kokonaisuudessaan noin 2500 m<sup>2</sup>, josta osa on toisen kerroksen asuntoja ja toimistoja. Ensimmäiseen kerrokseen tulee lisää liiketilaa 2000 m<sup>2</sup>, josta osan Minimani vuokraa edelleen.

Koskentorin liikekeskukseen on rakentumassa E-talo, joka täydentää Helsingintien suunnalta liikekeskusta. Talo on asuintalo, jonka pohjakerrokseen tulee liiketilaa noin 400 m<sup>2</sup>. Liiketilat tulee suunnata keskustahakuiselle erikoiskaupalle ja palveluille. Koskentorille torin länsilaitaan on suunnitteilla lisäksi torikahvila/viinitupa-rakennusta. Koskentorin asema Imatrankoskella vahvistuu siis edelleen.



*Kahvi/viinituvan rakentaminen torin laitaan vilkastuttaa toria.*

Imatrankoskella on vireillä olevien hankkeiden lisäksi muitakin mahdollisia paikkoja, jonne voisi sijoittaa uutta liiketilaa. Aivan ydinkeskustassa ei kuitenkaan ole monta mahdollisuutta lisätä luontevasti liiketilaa. Napinkulman sisäpiha on keskeisellä paikalla, mutta se ei tällä hetkellä ole kaupallisessa käytössä. Napinkulman läpi kulkee sisäinen yhteys, joka ei kaupallisesti toimi tehokkaasti. Sisäpihan ottamista kaupalliseen käyttöön tulee tutkia. Tämä vahvistaisi sekä Koskentoria että Koskenparrasta ja yhdistäisi ne toisiinsa vielä nykyistä tehokkaammin. Sisäpihan kattaminen toisi myös keskustaan kaivattua katettua kauppatilaa.

Toinen mahdollinen uusi kauppapaikka ydinkeskustassa on Koskenhelmen laajentaminen pohjoissuuntaan. Koskenhelmi on Koskenpartaan varrella keskeisellä paikalla kauppakatua. Koskenhelmen takana on tällä hetkellä varastorakennus, jonka voisi purkaa kauppakeskukseen laajennuksen myötä. Laajennus tulisi liittää vetovoimaisine yhteyksineen nykyiseen Koskenhelmeen, jotta se toimisi osana kävelykeskustaa. Tässä yhteydessä Koskenhelmen liiketiloja tulee järjestää uudelleen.

Kaupallisen ydinkeskustan laajentamista Jukankadun korttelin suuntaan on yritetty aikoinaan, mutta kehitys pysähtyi korttelin kiinteistöjen erilaisiin tavoitteisiin. Jukankadun alkupää avautuu Koskenpartaalle, joten katutilaa tulisi kohentaa kävelypainotteisena. Näin myös Koskenportin liikekeskus saataisiin paremmin yhdistymään kävelykeskustaan.





*Jukankadun rakentaminen kävelypainotteiseksi muuttaa katua viihtyisämmäksi.*

Mansikkalan tulevan uuden tien varressa Matinkadun ja Heikinkadun kulmassa on mahdollinen kauppapaikka. Paikka ei sovellu keskustahakuiselle erikoiskaupalle, sillä alue on etäällä kaupallisesta ytimestä. Paikka soveltuu esimerkiksi päivittäistavarakaupalle tai muulle kaupalliselle toiminnalle, joka ei tarvitse ydinkeskustatoimintoja ympärilleen.

Helsingintien eteläpuolella Torkkelinkadun varrella on tontti, joka voitaisiin pitkällä aika välillä ottaa kaupalliseen käyttöön. Tällä hetkellä paikalla on asuinrakennus, josta omistajat ovat tulevaisuudessa luopumassa. Alueelle voisi suunnitella matkailuun painottuvaa toimintaa, joka kytkeytyy Valtionhotelliin sekä Kruunupuistoon. Alue ei sovellu ydinkeskustahakuiselle erikoiskaupalle, sillä vilkasliikenteinen Helsingintie erottaa alueen keskustan kaupallisesta ydinalueesta.

Lappeentien länsipäässä on Minimanin laajennuksen lisäksi muutakin potentiaalia. Alue on irrallaan ydinkeskustasta ja sitä tulee kehittää omana alueenaan. Alueen yhdistäminen kaupalliseen ytimeen ei ole realistista, sillä Lappeentien kiinteistöissä ei pohjakerroksissa ole liiketiloja. Ja mitä kauemmas Koskenpartaalta mennään, sitä enemmän liiketiloista on toimistojen ja palveluiden käytössä.

Lappeentien päässä nykyisen jääkaappivarastona toimivan tontin voisi rakentaa kaupalliseen käyttöön. Tämä tulisi suunnata tekniselle tilaa vaativalle erikoiskaupalle. Lappeentien päässä Helsingintien risteyksessä olisi sopiva paikka huoltoasemalle.

Koulukadun ja Helsingintien kulmaus Teboilin eteläpuolella soveltuisi myös hyvin kaupalliseen käyttöön. Paikka toimii porttina Imatrankoskelle, joten sen kaupunkikuvallinen arvo tulisi ottaa huomioon kaupallista toimintaa suunniteltaessa.

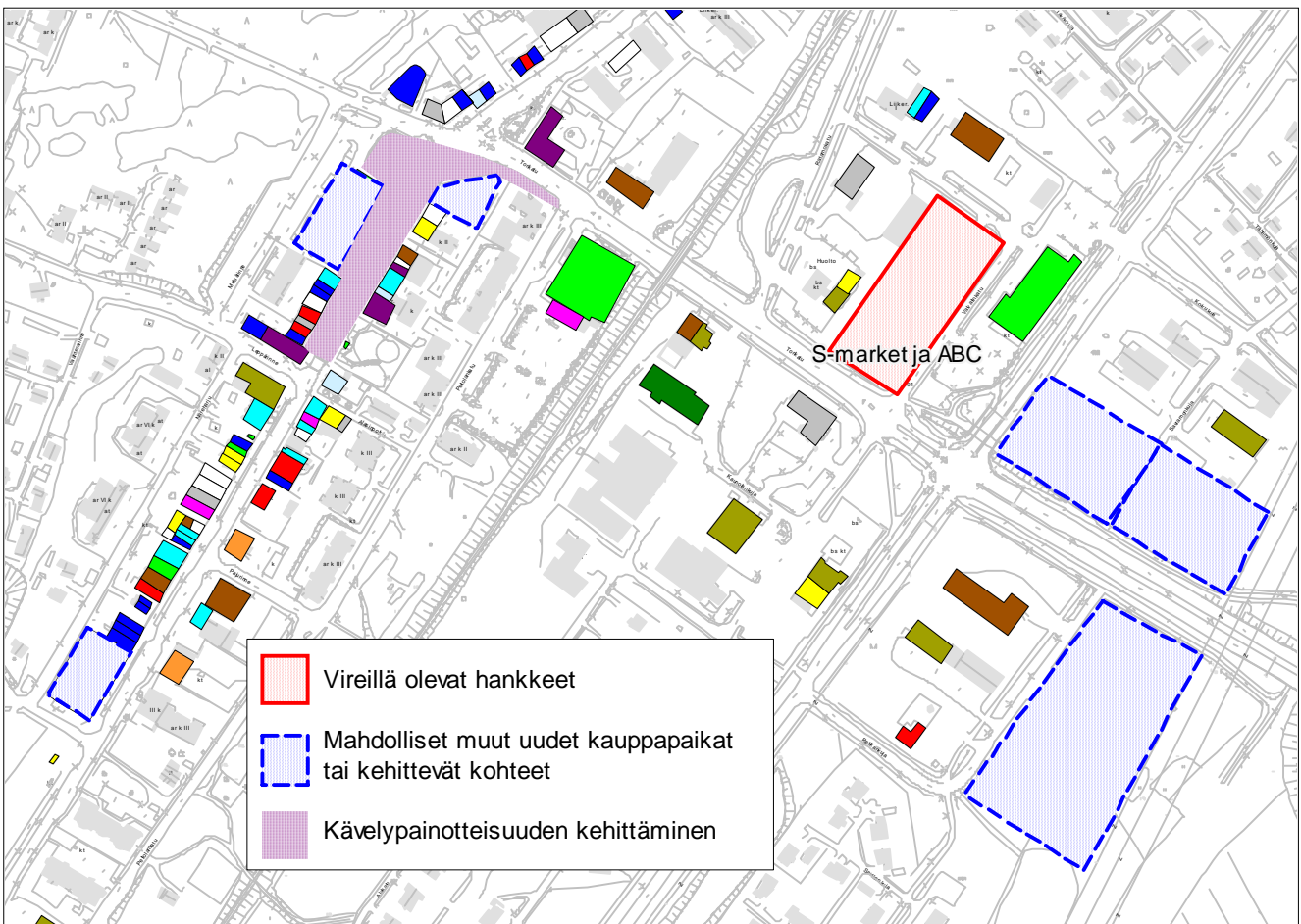
## 5.2 Vuoksenniskan kehittäminen ja uudet kauppapaikat

Vuoksenniskalla kaupallinen toiminta painottuu Vuoksenniskantielle ja Torikadulle. Viime vuosina Torikadun kaupallinen painoarvo on kasvanut ja vastaavasti Vuoksenniskantien vähentynyt. Torikadun ympäristöön on tullut uutta toimintaa, K-supermarket sekä Lidl, mutta Vuoksenniskantiellä liiketiloja on jäänyt tyhjilleen. Vuoksenniskantie on kuitenkin edelleen aktiivinen keskustahakuisten erikoiskauppojen kauppapaikka.

Torikadulla on tapahtumassa edelleen muutoksia. S-market siirtyy Vuoksenniskantieltä Torikadulle suurempiin tiloihin uuden ABC-aseman yhteyteen. ABC:n myötä ravintolapalvelut ja liikennematkailupalvelut Vuoksenniskalla vahvistuvat.

Agrimarket etsii uutta kauppapaikkaa Vuoksenniskalta. Mahdollisia uusia Agrimarketin paikkoja ovat Torikadun jatkeen Kylmälahdentien varressa olevat tontit lähempänä kuutos-tietä. Tontit soveltuvat hyvin tilaa vaativalle erikoiskaupalle.

Kaupallisista palveluista suurimmat myymälät ovat valuneet merkittävässä määrin Torikadulle ja kuutosien suuntaan. Alue on kohtalaisen hajanainen ja palveluiden välillä liikutaan autolla. Aluetta tulee jatkossa pikemmin tiivistää kuin laajentaa ja kehittää sen kaupunkikuvallista ilmettä.



### *Vuoksenniskan keskustan kehittäminen*



*Torikadun katuilmettä tulee kehittää.*

Vuoksenniskantien tyhjiä liiketiloja tulisi saada käyttöön. Mitä enemmän tyhjiä liiketiloja kadulla on, sitä enemmän alueen vetovoima heikkenee. Tästä saattaa tulla alueelle kierre. Mikäli joihinkin kiinteistöihin on enää vaikea saada vuokralaisia tai ne ovat jo huonossa kunnossa, tulisi kiinteistö purkaa ja mahdollistaa asuintalon rakentaminen paikalle. Näitä ovat mm. Tokmannin ja K-marketin entiset kiinteistöt sekä S-marketin nykyinen kiinteistö S-marketin siirryttyä Torinkadun varteen.

Asuintalojen pohjakerroksiin tulee keskeisillä paikoilla rakentaa liiketiloja. Tärkeitä liikepaikkoja ovat mm. Tokmannin ja S-marketin kiinteistöt. Vuoksenniskantien eteläpään kiinteistöihin sijoitettaville liiketiloille ei mahdollisesti kuitenkaan riitä kysyntää, sillä ne sijaitsevat jo kohtalaisen kaukana kaupallisesta ytimestä. Myös muille kiinteistöille tulee kaavoittaa mahdollisuus asuinkerroksiin liiketilojen päälle. Asuintalot tuovat alueelle lisää lähiasukkaita, mikä pitää keskustan vireänä.

Vuoksenniskantietä tulee kehittää muutoinkin kuin asuintalojen osalta. Kadun muuttamista yksisuuntaiseksi on tutkittu, mutta suunnitelmaa ei ole toteutettu. Rinnakkaiskatuna toimisi Peltolankatu. Tällöin liikenne kadulla vähenisi ja rauhoittuisi. Tällöin myös olisi mahdollista saada lisää pysäköintitilaa vinopysäköinnillä.

Vuoksenniskantien keskeisintä osaa Torikadun risteyksestä Leppärinteeseen saakka tulee edelleen kehittää kävelypainotteisena katuna. Katutilan tulee olla yhtenäinen ilman jalkakäytävän reunuskiviä, ja ajokatu tulee voida ylittää mistä kohtaa katua vain. Alueelle tulee kehittää "paikan henkeä", jolloin katualueen viihtyisyyttä ja vetovoimaisuutta vahvistetaan. Kävelypainotteiselta katualueelta voidaan tapahtumien aikana katkaista ajoneuvoliikenne.

S-marketin kiinteistön kehittämisen yhteydessä tulee pysäköintialue liikkeen edestä siirtää rakennuksen pätyyn. Paikkaan voidaan rakentaa tapahtuma-aukio, joka voi ilta-aikaan tarvittaessa palvella elokuvateatterin pysäköintipaikkana. Alueen toisessa päässä Huvikummun avaamista katutilaan tulee tutkia. Alueelle voisi esimerkiksi rakentaa portaat, jolloin Huvikumpu yhdistyisi paremmin kaupalliseen keskustaan. Tämä loisi katutilaan viihtyisyyttä nykyisen raskaan aidan sijaan.



*S-marketin edessä olevaa pysäköintipaikkaa voidaan kehittää tapahtuma-aukiona S-marketin siirryttyä Torikadun varteen.*

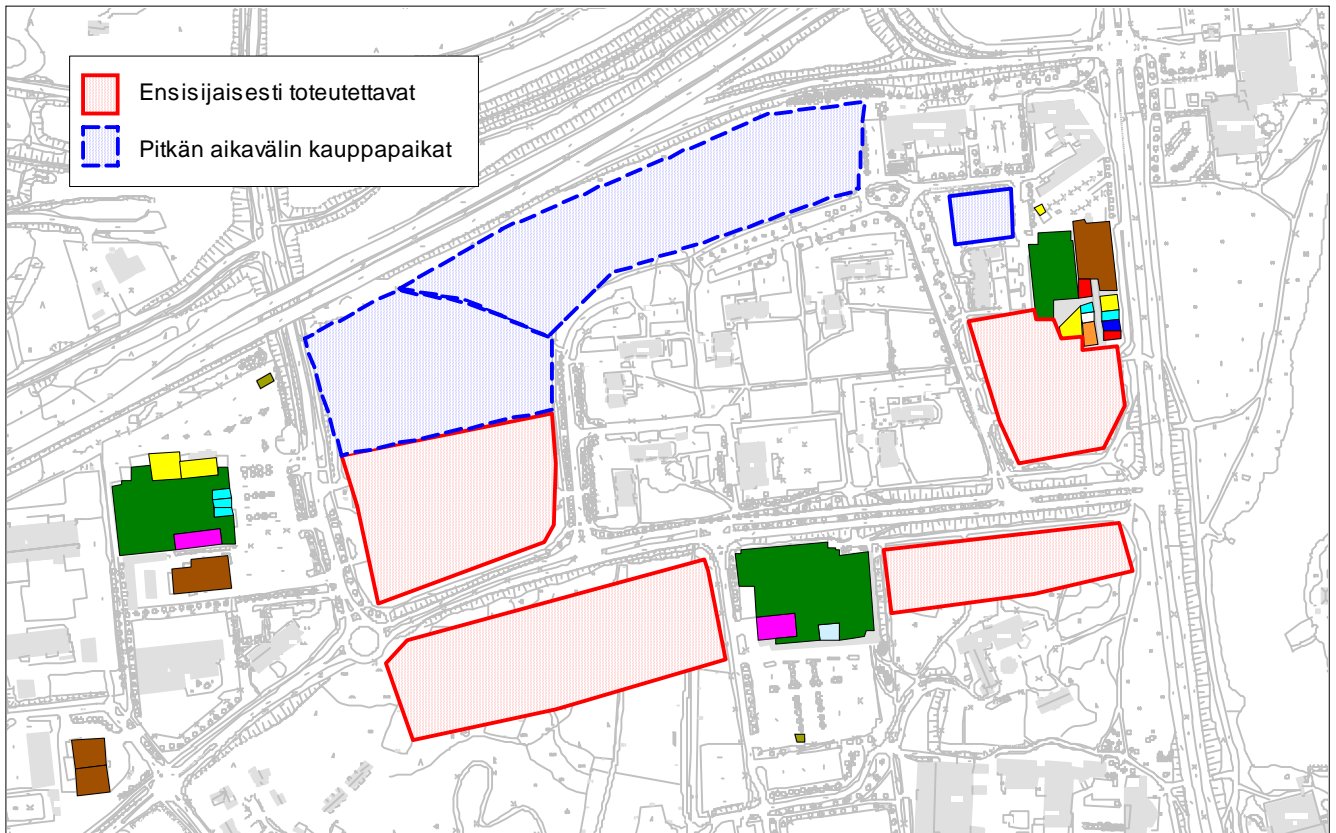
### 5.3 Mansikkalan kehittäminen ja uudet kauppapaikat

Mansikkalan keskusta on rakenteellisesti kehittynyt viimeisen 10 vuoden aikana kaikkein vähiten. Uusia kauppapaikkoja ei Mansikkalaan ole syntynyt. Mansikkapaikan myymälärakenteessa on tapahtunut muutos, kun muoti- ja päivittäistavarakauppavetoinen kaupakäytävä on vaihtunut sisustus- ja alennustavaratalovetoiseksi liikekeskukseksi. Muutos on ollut luonteva Mansikkalan kaupallinen rooli huomioon ottaen. Muotikauppa hakeutui kaupalliseen ydinkeskustaan, kun sieltä löytyi tilaa keskeisiltä paikoilta. Vastaavasti huonekalukauppa sekä alennustavaratalot hakeutuivat Mansikkalan tapaiseen market- ja tilaa vaativan kaupan alueille.

Tärkein tavoite Mansikkalassa tulee edelleen olla kaupallisen rakenteen tiivistäminen. Nykyiset kauppapaikat tulee yhdistää toisiinsa nykyistä paremmin. Yritykset ovat osoittaneet kiinnostusta Mansikkalaa kohtaan ja tähän kiinnostukseen tulee vastata kaavoittamalla uusia kauppapaikkoja keskeisiltä alueilta.

Uudet kauppapaikat tulee ensisijaisesti osoittaa nykyisten kauppapaikkojen väliin. Mansikkapaikan laajennus lisäisi liikekeskuksen vetovoimaa ja toisi Mansikkapaikkaa lähemmäs Citymarkettia. Mansikkapaikka tulee suunnata kodinsisustus- ja vapaa-ajan kaupalle. Mansikkapaikassa toimivat myös pienmyymälät, jotka eivät yksinään tilaa vaativan kaupan alueilla menesty. Keskustahakuista erikoiskauppaa ei Mansikkapaikkaan kannata suunnitelmallisesti sijoittaa.

Toinen ensisijaisesti toteutettava kauppapaikka on Prisman ja Citymarketin välissä. Keskittymän tulee rakentua tilaa vaativalle kaupalle, pääosin huonekalu-, puutarha- ja kodintekniikka-kaupalle. Liikerakennus tulee sijoittaa tontille katutilaa rajaamaan ja pysäköinti tulee sijoittaa rakennuksen taakse Citymarketin tavoin. Citymarketin ja mahdollisen uuden liikekeskuksen pysäköinti tulee yhdistää, niin että yhdellä pysäköinnillä voi luontevasti asioida molemmissa kauppapaikoissa.



### *Mahdolliset uudet kauppapaikat Mansikkalassa*

Nykyinen tuottajatori on paikkaan nähden kaupallisesti tehottomassa toiminnassa. Alueelle sopisi tilaa vaativaa erikoiskauppaa. Tämä yhdistäisi Prismän paremmin Keskuskadun eteläpuoliseen liikekortteliin ja Citymarkettiin.

Mansikkapaikan laajennuksen ja Citymarketin väliin jää vielä kaupallisesti tyhjää katutilaa. Tämän Linnalan koulun pohjoispuolisen alueen käyttöön ottamista kaupalliseen käyttöön tulee tutkia. Näin Mansikkapaikka ja Citymarket kytkeytyisi paremmin toisiinsa.

Pitkällä aikavälillä, jos alueella on kysyntää, voidaan liikepaikkoja kaavoittaa kuutostien varrelle. Tämä edellyttäisi uusia katujärjestelyjä niin että Kauppakatu tulisi yhdistää Linnalankadulle. Mansikkapaikan takana terveyskeskuksen edessä on myös tontti, joka soveltuu kaupallisille palveluille. Tontilla on valmis kaava, mutta sen sijainti ei toteuta nykyisten kauppapaikkojen yhdistymistavoitetta.

Nykyisten kauppapaikkojen yhdistäminen toisiinsa nykyistä paremmin toteutuu aluetta tiivistämällä ja rakentamalla uusia kauppapaikkoja nykyisten toimintojen väliin. Tämän lisäksi alueen jalankulkuyhteyksiä tulee parantaa ja tehdä houkuttelevammaksi, jottei kauppojen välillä ole aina tarvetta ajaa autolla. Tämä on vaikea haaste, joka pitää ottaa huomioon uusien kauppapaikkojen suunniteltaessa.



*Mansikkapaikan laajennus lisää liikekeskuksen vetovoimaa.*

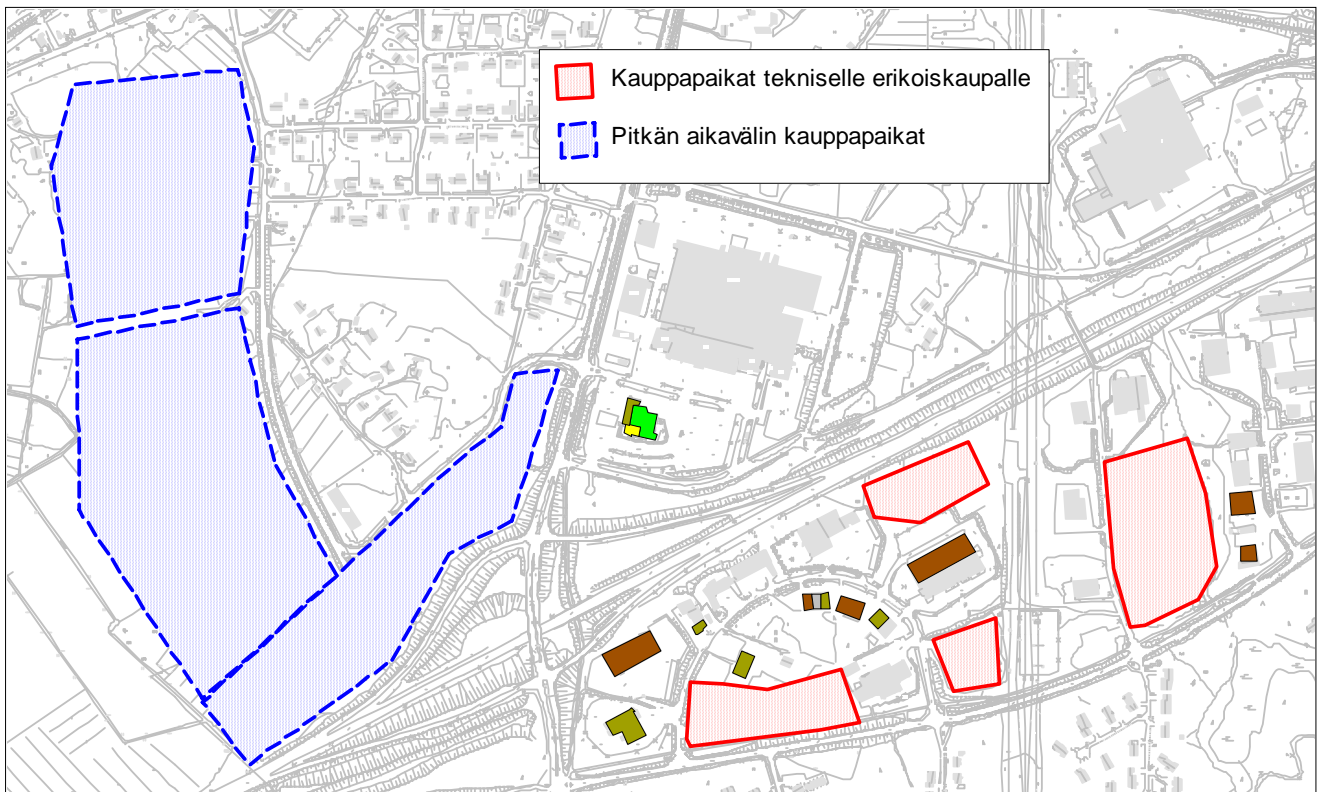
#### 5.4 Uudet kauppapaikat muilla alueilla

Imatralla on kaupallista toimintaa myös nykyisten kaupallisten keskusten ulkopuolella. Selkein yhtenäinen keskittymä on Mansikkalan teollisuusalue eli ns. Sukkulakadun alue. Alueelle on sijoittunut teknistä erikoiskauppa: mm. puutarvikekauppa, rengaskauppa ja varaosakauppa.

Sukkulakadun alue on kohtalaisen väljästi rakennettu ja alueella on vielä rakentamattomia tontteja. Näille tonteille tulee suunnata nykyisen kaltaista teknistä erikoiskauppa, joka ei kilpaile Mansikkalaan tulevan tilaa vaativan kaupan kanssa. Myös Mansikkalan ja Sukkulakadun välissä on tontti, joka soveltuisi vastaavaan käyttöön. Sukkulakadun aluetta tulee kehittää toiminnoiltaan yhtenevänä alueena.

Korvenkannan alue on valmiiksi kaavoitettu. Alueen eteläosa kuutostien varressa on osoitettu toimitilarakennusten korttelialueeksi ja nykyisen huoltoaseman vastapäätä oleva tontti on osoitettu liikennepalveluasemalle. Näiden takana olevat korttelialueet on kaavoitettu teollisuus- ja varastoalueeksi.

Korvenkannan alue on hyvin laaja ja kaupallisten palveluiden käyttöön ei alue ainakaan lyhyellä aikavälillä tule kokonaan toteutumaan. Ensisijaisesti kaupalliseen käyttöön tulisi ottaa kuutostien varressa olevat korttelialueet. Tämä on hyvä kaupallisten palveluiden laajennusalue pitkällä aikavälillä, kun muut kauppapaikat ovat rakentuneet. Alue tulee suunnitella yhtenä kokonaisuutena ja alueelle voidaan kehittää tietyn toimialan konsepti. Alue esimerkiksi soveltuisi hyvin autokaupalle. Haasteena olisi saada nykyiset autokaupat siirtymään alueelle. T-alueet kuutostien varressa olevien kortteleiden takana voidaan suunnata myös muille kuin kaupallisille palveluille.



*Mahdolliset uudet kauppapaikat keskustojen ulkopuolella*

Korvenkannan lisäksi Pietarintien ja kuutostien risteysalueelle on suunnitelmassa sijoittaa liikenneasema. Tämä palvelee pääosin liikenneverkkoa, eikä sillä ole suurta merkitystä kaupalliseen palveluverkkoon Imatralla. Mikäli liikenneaseman yhteyteen sijoitetaan pieni päivittäistavarakauppa, se saattaa myös pienessä mittakaavassa toimia alueen lähikauppana.

## 6 KAUPALLINEN PALVELUVERKKO IMATRALLA 2020

Imatran markkina-alueen ostovoima on hitaassa kasvussa ja myös liiketilatarve alueella kasvaa. Osa kasvusta aiheutuu markkinoiden muutoksesta ja tuotevalikoiman kasvusta. Kaupallista palveluverkkoa on tarvetta kehittää. Tulevaisuuden palveluverkko Imatralla pohjautuu nykyiseen kauppapalveluverkkoon. Nykyisiä keskittymiä vahvistetaan ja palveluita lisätään hyödyntäen niiden erikoistumista.

Tilaa vaativan erikoiskaupan toimiala on yksi voimakkaimmin kasvavista kaupan toimialoista Suomessa sekä myös Imatralla. Ihmiset panostavat yhä enemmän vapaa-aikaan ja kodin viihtyisyyteen. Kodintekniikka kehittyy, samoin mm. kodinsisustus on Ikean esimerkin myötä ollut erittäin voimakkaasti kasvava toimiala. Kasvu näyttää yhä jatkuvan. Tilaa vaativan kaupan alalle tulee jatkuvasti uutta tarjontaa ja uusia toimialan keskittymiä rakennetaan ympäri Suomen.

Keskustapalveluita on viime vuosina merkittävästi kehitetty Imatrankoskella. Nyt kaupan kehitys näyttää Imatrankosken painottuvan tilaa vaativan kaupan kehitykseen. Uudesta liiketilatarpeesta yli puolet kohdistuu muille kuin keskustamaisille alueille.

Imatralla monikeskuksisuus tulee nähdä voimavarana ja kehittää erilaisia keskuksia, jotka eivät kilpaile toistensa kanssa. Nyt Imatran keskuksilla on jo omat vahvuutensa palveluverkossa ja tätä tulee vahvistaa toimintojen oikealla sijoittelulla.

**Imatrankoski** on Imatran pääkeskusta, jonne on sijoittunut keskustahakuista erikoiskauppaa kuten muotikauppaa ja muuta erikoiskauppaa. Imatrankoskella on vetovoimainen kävelykatu torialueineen, joka toimii ihanteellisena shoppailupaikkana. Tulevaisuudessa Imatrankosken kävelykeskustaa tulee vahvistaa edelleen. Kävelykeskustaa tulee laajentaa kävelypainotteisena Jukankadulle. Kävelykatukeskustaan suunnataan keskustahakuista erikoiskauppaa, jolle osoitetaan uusia kauppapaikkoja aivan ydinkeskustasta. Imatrankosken päivittäistavara-kauppaa tulee monipuolistaa. Koskentorin K-market Cassan konsepti ei vastaa laadukasta keskustan pt-kauppaa. Uuden S-marketin rakentaminen keskustan reunaan ja syksyllä uusiutuva K-market vahvistavat viimeistään keskustan asemaa laadukkaana pt-kaupan keskuksena.

Imatrankoskella Lappeentien loppupää vahvistuu Minimanin laajennuksen myötä. Aluetta voidaan hieman tiivistää, mutta alueella ei ole monta vapaata tonttia. Alue soveltuu hyvin tekniselle erikoiskaupalle. Pääosa tilaa vaativan erikoiskaupan kasvusta suunnataan kuitenkin Imatrankosken ulkopuolelle.

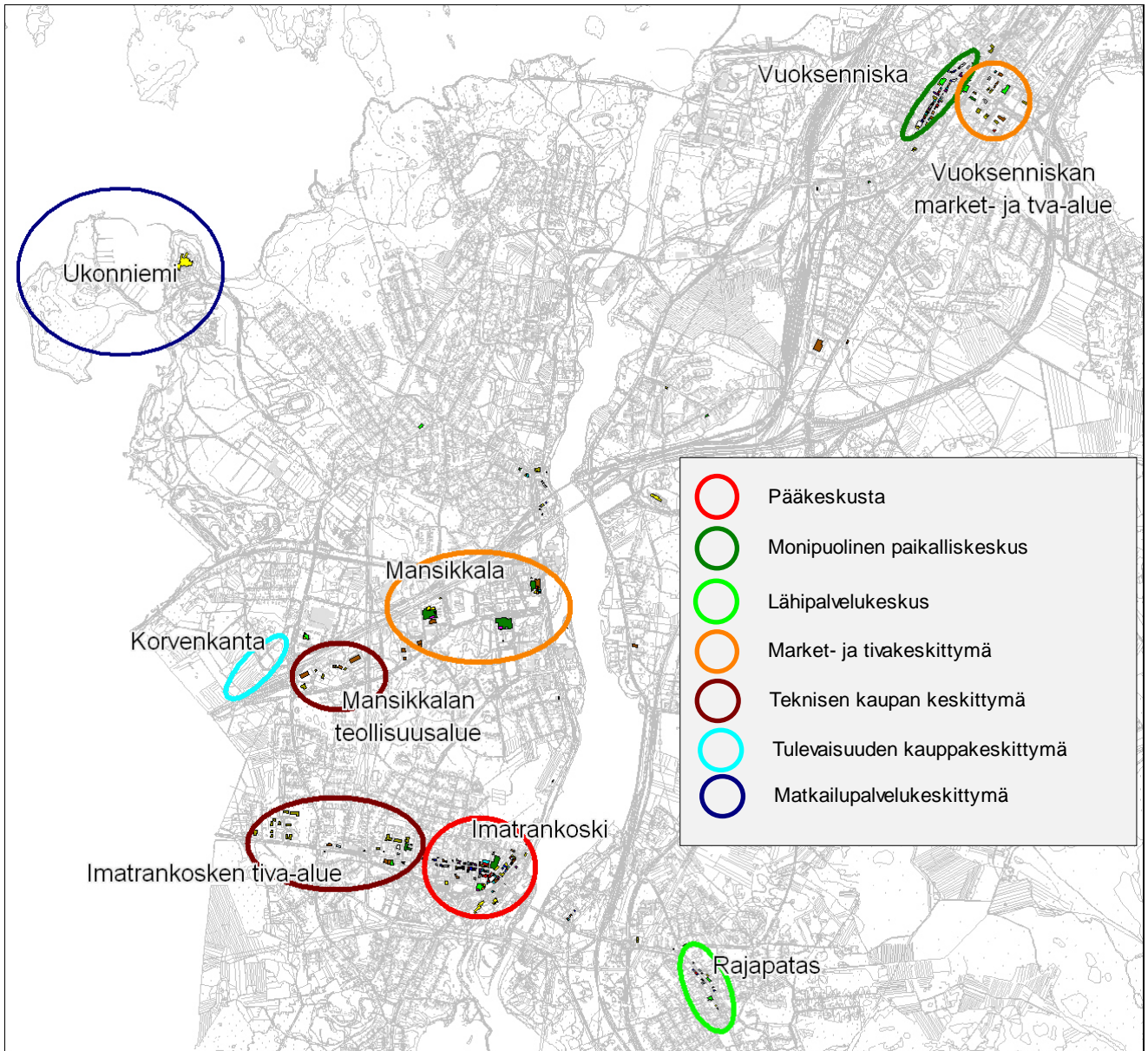
**Vuoksenniska** on monipuolinen paikalliskeskus, joka palvelee kuitenkin tietyillä palveluillaan koko Imatran sekä Rautjärveä ja Ruokolahtea. Vuoksenniskalla on vahva päivittäistavara-kaupan tarjonta, jota täydentää monipuolinen erikoiskaupan ja palveluiden tarjonta. Vuoksenniskalla asioidaan usein hakemassa jotain tiettyä tuotetta tai palvelua. Siltä puuttuu kuitenkin viihtyisä kaupunkimainen asiointiympäristö.

Vuoksenniskan nykyistä rakennetta tulee vahvistaa ja alueen ilmettä tulee merkittävästi kohentaa. Vuoksenniskantien kehittäminen on tärkeää, jotta kaupallinen painopiste ei täysin valu Torikadulle ja vanhan kauppakadun luonne katoa. Vuoksenniskantien alkupää tulee rakentaa nykyistä viihtyisämmäksi ja kävelypainotteisena katutilana. Keskusta tulee tulevaisuudessa painottumaan nykyistä enemmän palveluiden alueena ja alueelle voidaankin suunnata esimerkiksi hyvinvointipalveluja. Myös laadukkaat erikoiskaupan palvelut alueella ovat tärkeitä, sillä niitä haetaan kauempaakin. Huonokuntoisten ja tyhjien liikekiinteistöjen paikalle rakennetaan asuin/liiketaloja, jolloin alueen lähiasukkaiden määrä kasvaa. Vuoksen-



niskantien eteläosaa voidaan suunnata vain asumiseen, mikäli kiinteistöille ei löydy kysyntää kauppapalveluille.

Kuutostien suuntaan Torikadun ympäristöön suunnataan maatalous-, rauta- ja varaosakaup-  
paa. Keskustahakuista erikoiskauppaa ei Torikadun ympäristöön tule sijoittaa. Torikadun ja  
Kylmälahdentien tilaa vaativan kaupan alueen ympäristöä tulee tiivistää ja kehittää myös  
jalankulkijan näkökulmasta.



*Imatran kaupalliset keskittymät 2020*

**Mansikkala** painottuu nykyään market-alueena. Alueen ilme on vielä hajanainen ja nykyisiä kauppapaikkoja tuleekin pyrkiä yhdistämään rakentamalla niiden väliin uusia kauppapaikkoja. Tärkeää on myös kehittää luontevia kävely-yhteyksiä alueelle.

Tilaa vaativa erikoiskauppa hakeutuu usein market-alueille. Mansikkalaan keskitetään kotiin liittyvää tiva-kauppaa kuten huonekalu- ja sisustuskauppaa sekä kodintekniikkakauppaa. Toimijat Mansikkalassa tulevat merkittävästi olemaan tunnettuja valtakunnallisia tai kansain-

välisiä ketjuliikkeitä. Keskustahakuista erikoiskauppaa ei Mansikkalaan tule suuressa määrin suunnata.

Mansikkalan teollisuusaluetta eli Sukkulakadun aluetta voidaan painottaa ns. teknisen kaupan alueena. Tekninen kauppa on pääosin tilaa vaativaa kauppaa kuten esimerkiksi auto- ja varaosakauppaa, korjaamotoimintaa, lvi-kauppaa, konemyyntiä, lasiliikkeitä ja rakennustarvikekauppaa. Kauppa sijoittuu hallityypisiin liikkeisiin ja alue on vuokratasoltaan edullisempaa kuin korkealuokkaisissa ketjumyymälöitä suosivissa kauppakeskitymissä.

**Korvenkanta** on mahdollinen uusi kauppapaikka Imatralla tulevaisuudessa. Korvenkannan eteläiset osat tulee kehittää yhtenä kokonaisuutena ja alue voi esimerkiksi toimia yhden toimialan keskittymänä tai painottuen matkailuun. Ensisijaisesti tulee kuitenkin kehittää nykyisiä kauppapaikkoja ja pyrkiä saamaan uudet liikkeet sijoittumaan niihin. Tämä vahvistaa sekä uusien että vanhojen toimijoiden vetovoimaa. Kysyntää ei tarkastelujakson aikana näyttäisi riittävän sekä Korvenkannalle että muille uusille kauppapaikoille. Venäläisten matkailijoiden yllättävä kasvu voi kuitenkin luoda kysyntää Korvenkannalle jo tarkastelujakson aikana.

**Rajapatsaalla** ei ole odotettavissa suuria muutoksia. Rajapatsasta tulee kehittää niin, että lähipalvelut alueella säilyvät. Näille ei lähitulevaisuudessa näyttäisi olevan merkittäviä uhkatekijöitä. Alueella ei ole kysyntää kaupallisten palveluiden lisäämiselle.

Imatralla tulee varautua liiketilan lisäykseen vuoteen 2020 mennessä vähintään noin 26.000 k-m<sup>2</sup>:llä riippuen siitä kuinka suuren osan ostovoiman kasvusta nykyiset myymälät saavat. Venäläisten matkailijoiden arvoitua merkittävämpi kasvu voi lisätä laskettua liiketilatarvetta. Arvioidusta lisäliiketilarapeesta kohdistuu keskusta-alueille eli Imatralle ja Vuoksenniskalle laskennallisesti vähän alle puolet ja vähän yli puolet muille kaupan alueille eli Mansikkalaan sekä Imatrankosken ja Vuoksenniskan tiva-alueille sekä muille alueille kuten Korvenkantaan.

Kysynnän painopiste Imatralla on tällä hetkellä tilaa vaativassa kaupassa, sillä Imatrankoskella jo tehdyt uudistukset ovat vastanneet osittain jo lähivuosien keskustatoimintojen lisäyksen tarpeeseen. Näillekin keskuksissa on kuitenkin lisätilan kysyntää lähivuosina. Kaikki suunnitelmissa olevat kauppapaikat Imatralla eivät kuitenkaan tule toteutumaan ainakaan tarkastelujakson aikana eli vuoteen 2020 mennessä. Kysyntää niin suureen määrään liiketilaa ei ole. Painopiste kehityksessä tulisi olla nykyisten keskittymien kehittämällä ja niiden tiivistämisellä.

On hyvä, että kunnassa on tietty määrä liikepaikkoja reservissä, jotta kaupan on mahdollista kysyntälähtöisesti ja mahdollisesti nopeallakin tahdilla kehittyä ja laajentua. Keskustoilla on myös hyvä olla tietty kaupallinen luonne, jotta toimintoja voi toiminnan luonteen pohjalta ohjata tiettyyn keskukseen. Näin ne saavat synergiaetua toisistaan eivätkä keskustat näin kilpaile liikaa keskenään.

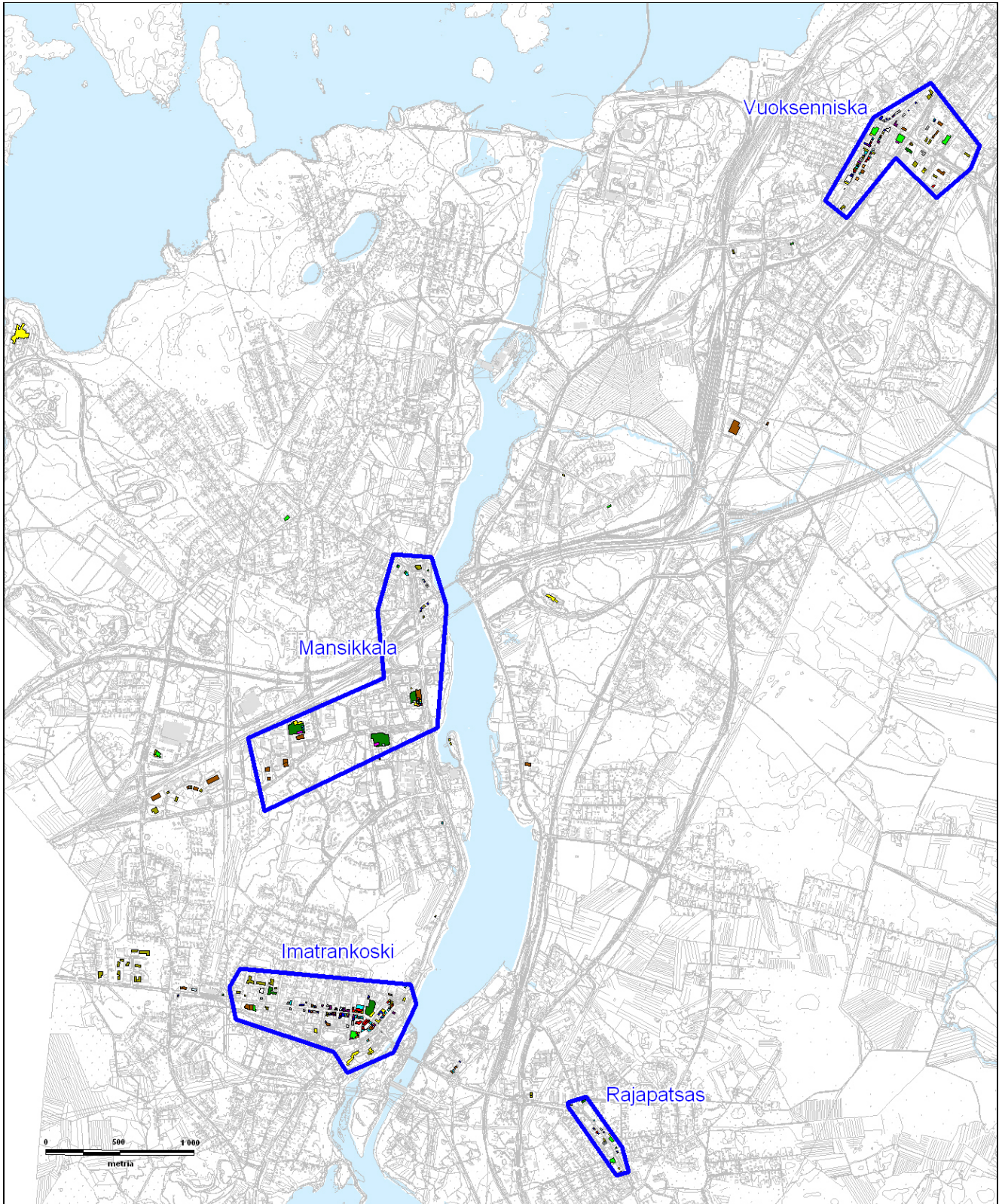
## Liite 1

Selvityksessä käytettyjä käsitteitä

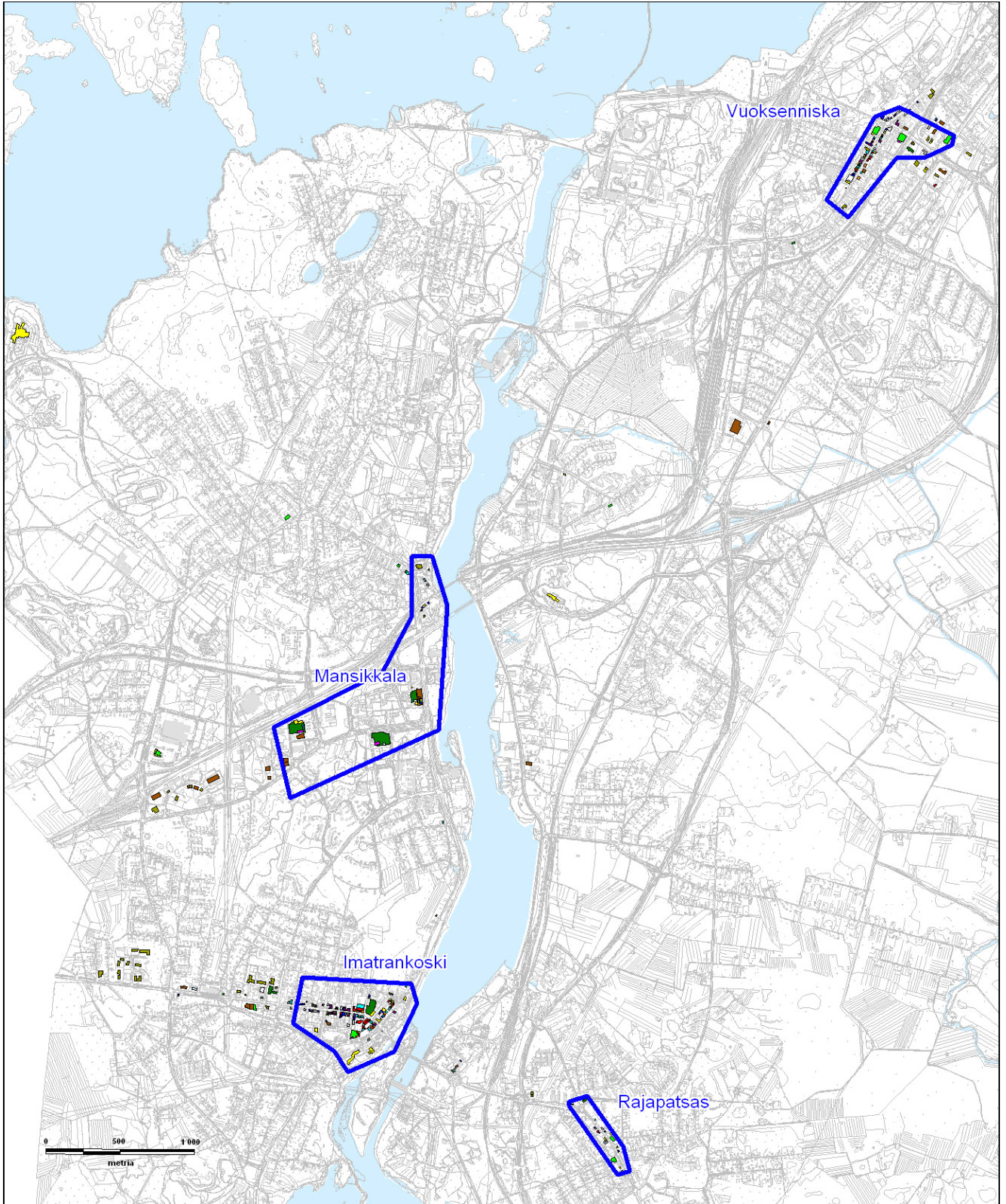
- Supermarket** Supermarket on pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva ruoan myyntiin keskittyvä päivittäistavaramyymälä, jonka myyntipinta-ala on vähintään 400 m<sup>2</sup> ja jossa elintarvikkeiden osuus on yli puolet myyntipinta-alasta. Toimialan tilastoinnissa supermarketmyymälät jaetaan pinta-alaltaan suuriin yli 1 000 m<sup>2</sup> ja pieniin 400-1 000 m<sup>2</sup> supermarketteihin, joita kutsutaan myös yleisesti marketeiksi.
- Hypermarket** Hypermarket on monen alan tavaroita myyvä pääosin itsepalveluperiaatteella toimiva vähittäismyymälä, jonka myyntipinta-ala on yli 2 500 m<sup>2</sup>. Hypermarketissa elintarvikkeiden osuus on vähemmän kuin puolet kokonaispinta-alasta, mutta myynnin painopiste on päivittäistavaroissa. Hypermarket voi sijaita kaupungin keskustassa, sen tuntumassa, kauppakeskuksessa tai muualla liikenteellisesti hyvin saavutettavissa paikoissa.
- Liikenneasema** Valtateiden varrella sijaitseva huoltoasema, jossa on polttoainemyyntiä, pt-kauppa sekä ravintola- ja kahvilapalveluita. Lisäksi liikenneasemalla voi olla erikoiskauppaa esimerkiksi lahjatavara-kauppaa, kirjakauppaa, makeiskauppaa tai kukkakauppaa.
- Tilaa vaativa erikoiskauppa**  
Paljon tilaa vaativaan erikoiskauppaan eli tiva-kauppaan kuuluvat auto-, matkailuvaunu- ja venekauppa, huonekalukauppa, kodintekniikkakauppa rauta- ja rakennustarvikekauppa sekä maatalous- ja puutarha-alan kauppa.
- Tekninen erikoiskauppa**  
Tekninen erikoiskauppa on pääosin tilaa vaativaa kauppaa kuten esimerkiksi auto- ja varaosakauppaa, korjaamotoimintaa, lvi-kauppaa, konemyyntiä, lasiliikkeitä ja rakennustarvikekauppaa. Kauppa sijoittuu hallityypisiin liikkeisiin ja teknisen kaupan alue on vuokratasoltaan edullisempaa kuin korkealuokkaisissa ketjumyymälöitä suosivissa kauppakeskitymissä.
- Muotikauppa** Vaate-, kenkä-, kangas- ja laukkukauppa.
- Keskustahakuinen erikoiskauppa**  
Erikoiskauppaa, joka pääasiassa sijoittuu keskuksiin ja kauppakeskuksiin. Keskustahakuista erikoiskauppaa ovat mm. muotikauppa, lahjatavara-, urheilu- ja sisustuskauppa, kirja- ja paperikauppa, foto- ja optisen alan kauppa, kulta- ja kellokauppa, matkapuhelinliikkeet sekä lelukauppa.

Lähteet: Päivittäistavarakaupan yhdistys, ympäristöministeriö, Tuomas Santasalo Ky

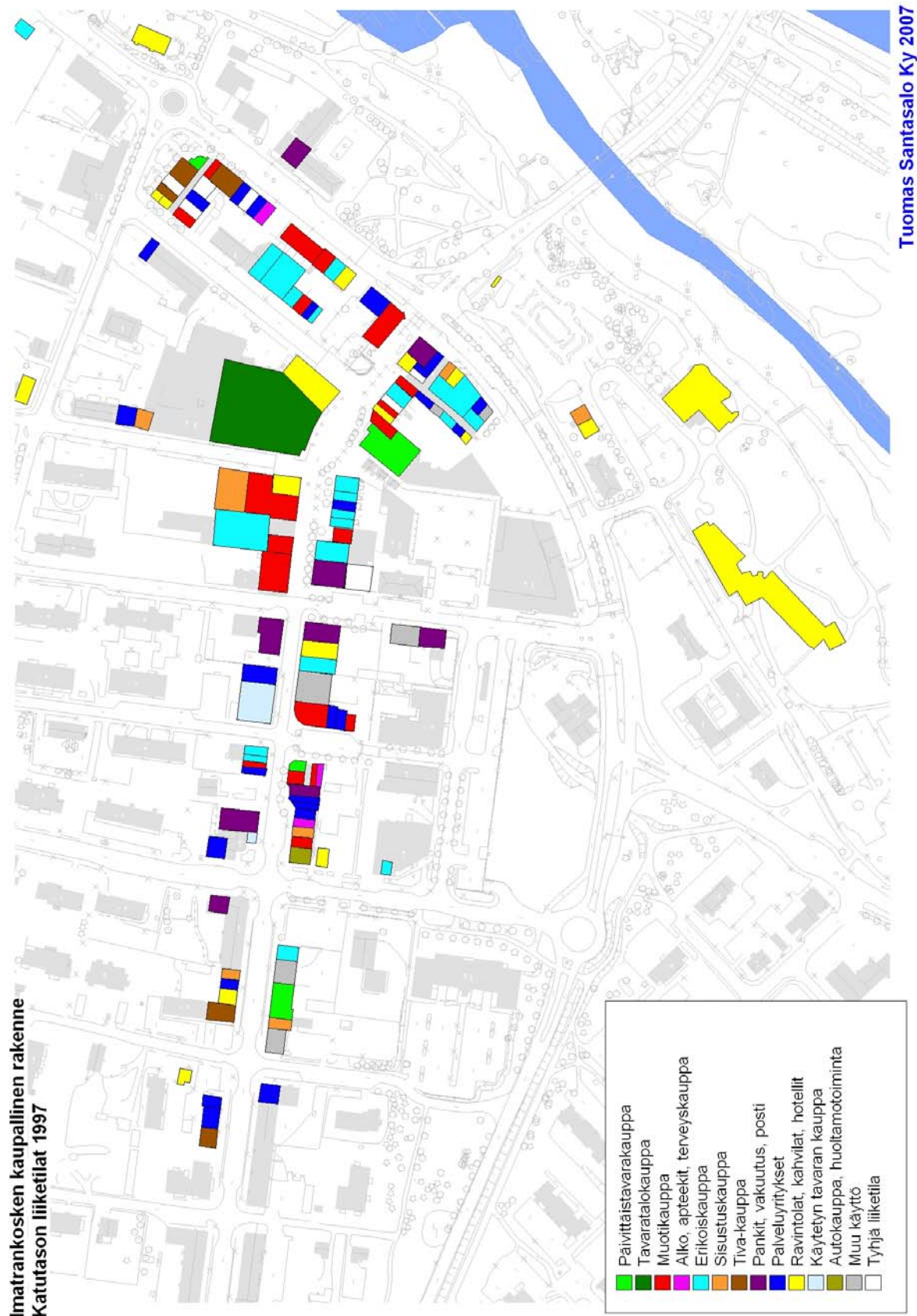
Liite 2 Keskustojen aluerajaukset selvityksessä 2007



Liite 3 Keskustojen aluerajaukset aikavertailussa 1997 ja 2007



Liite 4 Imatrankosken kaupallinen rakenne 1997



Liite 5 Vuoksenniskan kaupallinen rakenne 1997



Tuomas Santasalo Ky 2007

Liite 6 Mansikkalan kaupallinen rakenne 1997





Liite 7 Rajapatsaan kaupallinen rakenne 1997



## Liite 8 Kaupallisten palveluiden pinta-alan tarve Imatralla vuoteen 2020 mennessä

## Bruttotarve

Brutto k-m <sup>2</sup>	Imatra	Muut kunnat	Markkina-alue yhteensä	Loma-asukkaat	Venäläiset	Tilantarve yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet
Päivittäistavara-kauppa	1 900	500	2 400	400	400	3 200	2200	1000
Alko	-100	0	-100	0	0	-100	-100	0
Apteekit	1 400	500	1 900	200	0	2 100	1500	600
Tilaa vaativa kauppa	14 600	5 300	19 900	2 700	2 700	25 300	5100	20200
Muotikauppa	5 200	1 800	7 000	1 400	8 900	17 300	13800	3500
Muu erikoiskauppa	5 100	1 300	6 400	1 400	1 200	9 000	7200	1800
Erikoiskauppa yhteensä	24 900	8 400	33 300	5 500	12 800	51 600	26 100	25 500
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>28 100</b>	<b>9 400</b>	<b>37 500</b>	<b>6 100</b>	<b>13 200</b>	<b>56 800</b>	<b>29 700</b>	<b>27 100</b>
Ravintolat ja kahvilat	100	-200	-100	500	800	1 200	1000	200
Auto- ja varaosakauppa	5 900	2 000	7 900	1 100	200	9 200	1800	7400
Huoltamot	3 900	1 400	5 300	500	0	5 800	1200	4600
<b>Autokauppa ja ravintolat</b>	<b>9 900</b>	<b>3 200</b>	<b>13 100</b>	<b>2 100</b>	<b>1 000</b>	<b>16 200</b>	<b>4 000</b>	<b>12 200</b>
Muut palvelut	5 600	1 800	7 500	1 300	2 800	11 600	8 100	3 500
<b>Liiketilarave yhteensä</b>	<b>43 600</b>	<b>14 400</b>	<b>58 100</b>	<b>9 500</b>	<b>17 000</b>	<b>84 600</b>	<b>41 800</b>	<b>42 800</b>

Lähde: Tuomas Santasalo Ky

## Nettotarve

Netto k-m <sup>2</sup>	Imatra	Muut kunnat	Markkina-alue yhteensä	Loma-asukkaat	Venäläiset	Tilantarve yhteensä	Keskusta-alueet	Muut alueet
Päivittäistavara-kauppa	1 000	300	1 300	200	200	1 700	1200	500
Alko	0	0	0	0	0	0	0	0
Apteekit	400	100	500	100	0	600	400	200
Tilaa vaativa kauppa	4 400	1 600	6 000	800	800	7 600	1500	6100
Muotikauppa	1 600	600	2 200	400	2 700	5 300	4200	1100
Muu erikoiskauppa	1 500	400	1 900	400	400	2 700	2200	500
Erikoiskauppa yhteensä	7 500	2 600	10 100	1 600	3 900	15 600	7 900	7 700
<b>Vähittäiskauppa yhteensä</b>	<b>8 900</b>	<b>3 000</b>	<b>11 900</b>	<b>1 900</b>	<b>4 100</b>	<b>17 900</b>	<b>9 500</b>	<b>8 400</b>
Ravintolat ja kahvilat	0	-100	-100	200	200	300	200	100
Auto- ja varaosakauppa	1 800	600	2 400	300	100	2 800	600	2200
Huoltamot	1 200	400	1 600	200	0	1 800	400	1400
<b>Autokauppa ja ravintolat</b>	<b>3 000</b>	<b>900</b>	<b>3 900</b>	<b>700</b>	<b>300</b>	<b>4 900</b>	<b>1 200</b>	<b>3 700</b>
Muut palvelut	1 800	600	2 400	400	900	3 600	2 500	1 100
<b>Liiketilarave yhteensä</b>	<b>13 700</b>	<b>4 500</b>	<b>18 200</b>	<b>3 000</b>	<b>5 300</b>	<b>26 400</b>	<b>13 200</b>	<b>13 200</b>

Lähde: Tuomas Santasalo Ky