



Наш генеральный директор А.А. НИКИТИН посетил стройплощадку многофункционального комплекса на Шлюзовой набережной в день, когда началось открытие котлована под фундамент.

На снимке: А.А. НИКИТИН вместе с заместителем Д.А. БОЛДЫРЕВЫМ и президентом ЗАО «Группа ИНА» (генподрядчик строительства) И.А. НАУМЕНКО.

2 стр.



При подготовке к осеннему выставочному сезону Торговым домом «ПК-Заря» было найдено интересное решение, позволяющее наши новые необычные и очень непохожие детские бренды объединить в единую стилистическую концепцию, не нарушив заданную колористику. Подробнее – в интервью с ведущим менеджером по рекламе А.Г. БУЛАТОВЫМ.

1 стр.



Эти девочки и мальчики были участниками показа моделей нашей обуви коллекции «Весна-лето - 2011». Он прошел в фабричном детском саду в 5-м Монетчиковском переулке. Здесь, а также в цехах и отделах фабрики, в Торговом доме «ПК-Заря», в фирменном обувном магазине на Кожевнической, велись съемки фильма о детских брендах «Парижской коммуны».

1 стр.

3 стр.

КОММУНАРОВОЕЦ



Газета ЗАО «Московская ордена Трудового Красного Знамени обувная фабрика «Парижская коммуна» • Октябрь 2010 № 14 (6447) • Издается с 1928 года

ОТКРЫЛСЯ НОВЫЙ ТОРГОВЫЙ ЦЕНТР

Он располагается в большом торговом здании (2-й западный корпус «Парижской коммуны») по Кожевническому проезду на четвертом этаже. Непосредственно над ним находится ТЦ «Московские товары», который нынешним летом отметил 10-летие своей работы. Это был самый первый в нашем городе и в стране реализованный по инициативе руководства нашего предприятия совместно с правительством Москвы проект создания магазина по продаже товаров народного потребления столичных товаропроизводителей. Он быстро, как говорится, с первых дней получил известность и стал популярным у москвичей и подмосковных жителей, прибывающих на Павелецкий вокзал. А за десятилетие деятельности укрепил свои позиции и приобрел много постоянных покупателей, для которых, очевидно, будет интересно появление по соседству нового торгового центра «Кожевники», назван-



ного по имени ремесленной слободы на берегу старицы Москвы-реки (ныне Водоотводный канал), известной в здешних местах с IV века. Он будет хорошо дополнять продукцию предприятий легкой промышленности нашего города товарами особо модных современных отечественных и зарубежных брендов.

Первыми в ТЦ «Кожевники» начали работать магазины: «Стильная одежда и аксессуары», «Меха», «Кожгалантерея», «Шляпы», «Игрушки» и даже - «Карнавальные костюмы». Заметное место занимает «Одежда для больших людей».

Диссертация по системе и методике ресурсосбережения апробируется у нас на «Парижской коммуне» и на дочерних предприятиях

В Технологическом институте МГУДТ на кафедре технологии изделий из кожи состоялась защита кандидатской диссертации молодого специалиста нашего предприятия и руководителя – начальника отдела управления качеством Сергея Александровича Кузьмина.

Весьма актуальная тема – «Разработка системы ресурсосбережения при проектировании и производстве обуви» - впервые в обувной отрасли рассматривается в кандидатской диссертации, научным руководителем которой является также наш специалист и руководитель, талантливый молодой инженер, заместитель начальника ЦМиТ, кандидат технических наук Иван Русланович Татарчук, докторант МГУДТ.

Возвратились из зарубежной командировки в город Ахим на северо-западе Германии с целью ознакомления с новейшими технологиями в развитии литьевого метода крепления подошв наш генеральный директор А.А. Никитин, его заместитель по управлению коммерческим комплексом С.М. Климов, заместитель начальника Центра моделирования и технологии, руководитель химико-технологической группы И.Р. Татарчук. В сентябре здесь проходила домашняя выставка фирмы КЛЕКНЕР ДЕСМА Шумашиер ГмБХ – ведущей и единственной обувной машиностроительной компании в Европе.

Германская фирма «Десма» - наш давний постоянный партнер

- Экспозиция выставки представляла инновации в области технологии, - рассказал заместитель начальника ЦМиТ, кандидат технических наук Иван Русланович Татарчук, - а также оборудование, материалы и комплектующие изделия, применяемые при креплении подошв литьевым методом. В ней, наряду с «Десмой» - хозяйкой выставки, принимали участие партнеры. В частности, фирма «Флекстил» - поставщик подносок, у которой мы закупаем их для производства рабочей обуви; «Клемпен» - поставщик кожматериалов и «Кек» - клеев. Для делегации с «Парижской коммуны» все рабочие площадки на территории предприятия «Десма», широко автоматизированные и роботизированные, были открыты для посещения. Прием был очень теплым. Отношение внимательное и заинтересованное.

Около трех с половиной десятилетий наша «Парижская коммуна» является постоянным партнером «Десмы». В 1976 году у нас на фабрике впервые в отечественной обувной промышленности был освоен выпуск обуви на подошве литьевого метода крепления и внедрен первый агрегат. А к концу 80-х годов удельный вес выпуска обуви литьевого метода крепления достиг у нас на «Парижской коммуне» 50 процентов в общем объеме производства.

В последние годы наряду с приобретением нового оборудования «Десмы» у нас по инициативе С.М. Климова началась модернизация ранее внедренных агрегатов (впервые в мировой истории обувного машиностроения) по договору с германской фирмой. В настоящее время, например, она ведется на нашем дочернем предприятии в городе Донском Тульской области.



ЕДИНСТВО СТИЛИСТИКИ НЕПОХОЖИХ БРЕНДОВ

- Воплощая концепцию наших новых брендов, - рассказывает ведущий менеджер по рекламе Торгового дома «ПК-Заря» Андрей Геннадьевич Булатов, - мы думали, как соединить их вместе, например, в рамках оформления выставочной, ярмарочной, торговой площадки, ведь они очень разные, непохожие. Раньше мы представляли, например, «Топотам» в одном ключе, «Элегами» - в другом, выделяя для каждого особое место на стенде. А сейчас впервые при подготовке к осеннему выставочному сезону мы смогли объединить все наши марки в единую стилистику, при этом соблюдая колористические решения, присущие каждой из них. Во всех дизайнерских разработках: по стенду на выставке (на нижнем снимке), по фильму, рассказывающему о наших детских брендах, по каталогу обуви весенне-летних коллекций на следующий год (здесь публикуется его обложка) – практически по всем рекламным материалам (диски, пакеты и прочее) мы использовали новую стилистику, названную «Кубик Рубика». «Составляя» его колористику, мы использовали как раз все цвета наших новых торговых марок.

К тому же найденный игровой образ объединяет детей всех возрастов – как у нас принято шутить: от малолетнего до молодецкого.

