

## На встрече с мэром Москвы С.С. Собяниным

В дискуссии по рассмотрению Концепции развития розничной и оптовой торговли в столице на встрече с мэром С.С.Собяниным наш генеральный директор А.А.Никитин представлял не только «Парижскую коммуну» как промышленно-торговую обувную компанию, включающую группу дочерних производственных предприятий, расположенных в близлежащих областях РФ, оптовое звено, имеющее порядка 400 клиентов, и собственную сеть фирменных обувных магазинов в столице и регионах, но и московских товаропроизводителей как председатель территориальной организации работодателей МКПП(р) в ЦАО столицы. Выступая на встрече, А.А.Никитин подчеркнул, что московские товаропроизводители не менее, чем коллеги в сфере розничной и оптовой торговли, заинтересованы в реализации рассматриваемой Концепции, направленной на изменение облика торговли города и повышение комфорта жизни каждого москвича.

## Концепция открывает новые перспективы перед московскими товаропроизводителями

Отрадно, — отметил А.А. Никитин, — что в Концепции отведено достойное место роли товаропроизводителей, что, несомненно, является явным преимуществом перед стратегией развития торговли в РФ на 2011-2015 гг. и период до 2020 года, принятой в марте этого года. Конечно, и оптовая, и розничная торговля может развиваться и обеспечивать рост товарооборота и прибыли за счет реализации импортной продукции. Но отвечает ли это требованиям инновационного сценария развития экономики РФ? — Конечно нет. Поэтому предложенный тезис: «развитие розничной, оптовой торговли и производственных секторов как части единого организма» открывает новые перспективы перед товаропроизводителями, и в первую очередь московскими.

Сегодня никто из товаропроизводителей, работая в триаде «Розница — Опт — Производство», не сомневается в главной роли розничной торговли, ориентированной на конечного потребителя. Естественно, несмотря на особенности сотрудничества крупных, средних, малых производителей и торговли, каждое звено, находясь в этой цепочке, должно быть партнером со своим набором интересов. Но для получения синергетического эффекта параметры этих интересов должны быть сбалансированы.

Поэтому, говоря о создании условий и субсидировании развития розничной торговли, хотелось бы выразить надежду, что эти механизмы поддержки будут стимулировать продвижение продукции отечественных товаропроизводителей. А учитывая принятую программу модернизации экономики, направленную на резкое увеличение производства отечественной инновационной продукции (ТНП), существенно возрастает значение возможности появления этой продукции в крупных торговых сетях.

Уже сегодня, на наш взгляд, необходимо к этому готовиться, и в качестве показателей, которые необходимо постоянно «мониторить», взять долю российский товаров в объеме товарооборота. Нисколько не сомневаюсь, что это позволит грамотно выстроить модель частно-государственного партнерства. И конечно, это значительно поднимет уровень инновационной привлекательности производственного сектора экономики.

Очень интересные предложения заложены в Концепции по рыночному контролю качества в рамках саморегулируемых организаций производства и торговли. Конечно, это предложение будет детализировано, но сама идея могла быть реализована, в том числе и через МКПП и МТПП, в состав которых входят организации товаропроизводителей и торговли (на примере ЦАО).

В соответствии с Концепцией большое внимание будет уделяться несетевым формам розничной торговли, для которых очень важны не только цена и качество, но и расширение ассортимента плюс стоимость логистических услуг. Сегодня эти услуги, к сожалению, не в состоянии оказать малые, да и средние товаропроизводители. И если в крупных сетях это реализуется через распределительные центры, то для остальной розничной торговли указанные услуги оказываются самими товаропроизводителями, оптовыми структурами.

К сожалению, в Концепции практически ничего не сказано об оптовой торговле непродовольственными товарами. Хотя мы проводим активные консультации со специалистами ДТиУ, учитывая происходящие изменения в промышленности по актуализации создания центров дистрибуции, сфокусированных на логистических услугах в работе с малыми и средними компаниями (производственными, мелкооптовыми, розничными), на постоянно действующих выставках-ярмарках нишевого ассортимента.

Это, на наш взгляд, очень актуально для производственных предприятий, которые вывели массовое производство за пределы города, сохранив материальную базу и сосредоточив в Москве опытно-экспериментальное звено, блоки инженерного, финансового обеспечения и центры прибыли, что позволило поддерживать партнерские отношения с торговлей. Модель такого предприятия, с учетом транспортной доступности, мы отработаем на примере фабрики «Парижская коммуна» со строительством Центра дистрибуции в промзоне Котляково ЮАО Москвы. Надеюсь, это будет пример создания дополнительного комплекса услуг, создающих условия для торговли и изменения облика столичного предприятия по производству товаров народного потребления.

**В целом А.А.Никитин высказался в поддержку Концепции развития розничной и оптовой торговли в столице и готовность участия в продолжении подготовки стратегии развития торговли.**



# ШКОЛЬНАЯ ЯРМАРКА



В 6-й раз правительство Москвы проводит в Манеже школьную ярмарку «От А до Я» перед началом учебного года. И наша розничная сеть фирменных магазинов «Парижская коммуна» неизменно каждый раз в ней участвует. Паркомторг организует здесь свою торговую площадку — одну из самых больших и представительных на этаже, где продаются товары для школьников.

— Павильон «Парижская коммуна» на ярмарке видно отовсюду, — отметила генеральный директор Паркомторга Ирина Леонидовна ТУПИК (на снимке слева — с юным покупателем третьеклассником Артемием), — удачно расположенный, он издали привлекает внимание посетителей ярмарки яркостью дизайна. В подготовке к ярмарочной торговле, в ее оформлении нам активно помогал Торговый дом «ПК-Заря» — мы очень ему благодарны. Участие в городской школьной ярмарке — одно из важных мероприятий года, причем не только представительское, способствующее росту популярности наших брендов, нашей фирменной торговли, но и коммерческое. Из года в год выручка от продажи обуви в Манеже увеличивалась. Надеемся, что и в этом году так будет, несмотря на то, что продолжительность ярмарки уменьшится на три дня. Мы предложим здесь покупателям обувь 400 артикулов (моделей). Наиболее популярные из них, как заранее планировалось, будем доставлять дополнительно. Руководит площадкой третий год подряд Тамара Алексеевна Цветкова — директор магазина в Кузьминках. Под ее началом пройдут стажировку по торговле на выезде директора еще нескольких магазинов.

На снимке справа внизу мы видим молодого директора магазина в Митине Никиту Иванова, он помогает выбрать сапожки первокласснице Алисе.

Детский театр «Домисолька» — участник концертной программы ярмарки. «Парижская коммуна» и «Домисолька» часто одновременно выступают на городских детских праздниках. На снимке: ребята из коллектива Домисолька с помощником генерального директора ЗАО «МОФ «Парижская коммуна» Е.М. Фоменковой на недавней общегородской благотворительной акции.

