



Владимир  
Касутин

# Не всем пандемия беда, или Окно возможностей

Уроки изоляции. Продолжение

Благодаря настойчивости журналистского сообщества правительство причислило СМИ к отраслям, наиболее пострадавшим от пандемии, и прописало довольно-таки обширный перечень мер поддержки, увы, пока доступных не всем в силу правовых нюансов.

Материальные следы господдержки прессе на региональном уровне неразличимы

## ТЕСТЫ



В первые дни изоляции газеты признали товарами первой необходимости, дали добро на работу киосков — вот, пожалуй, и все свидетельства доброй воли.

**Розница всё равно рухнула, народ опасался ходить за газетами.** В Белгороде не помогла даже сопутствующая торговля масками, её организовал издательский дом «Мир Белогорья», два года назад ставший оператором полутора сотен киосков на территории области. Зато маски защитили киоски от лишних проверок — контролёры не осмелились поднять руку на святое.

— Отдельные федеральные издания вообще прекратили выход в регионе, неизвестно, вернутся ли, — комментирует ситуацию Олег Шевцов, директор

ИД «Мир Белогорья», — областные потеряют во втором полугодии 15–20 процентов тиража, районные — процента три.

**Похоже, прессу небольших территорий вообще ничего не берёт, как говорится, «терять нечего, кроме своих цепей».** Возможно, поэтому в дни домашнего ареста многие уважаемые коллеги постили в сетях весёлые картинки — себя, любимых, с домашними и друзьями, да цветочки-ягодки, оставаясь безучастными к нашей общей судьбе.

Впрочем, общая она лишь до определённого момента. Кризис заставил медиа попробовать на вкус удалёнку, принудил к цифровизации даже тех, кто объявлял себя невосприимчивым к инновациям, проявил «лишних людей». **Истаяла подушка безопасности**, в июне — июле начнутся отложенные увольнения и сокращения зарплат.

**Рушится миф, которым айтишники кормили нас несколько десятилетий**, — чем больше посетителей на сайте — тем больше рекламы. Понятно, что изоляция остановила бизнесы, но нарастить рекламу в онлайн не удалось даже тем, кто начал «сбивать сметану» задолго до взрывного роста. Один из лидеров региональной прессы в онлайн — ИД «Алтапресс» почти выполнил майский план по рекламе — не более.

#### **Издатели не сдаются.**

— На наш антикризисный пакет «Помогаем бизнесу» откликнулось более двухсот предприятий, которые были готовы размещать рекламу, сначала бесплатно, потом вступать в переговоры, — рассказывает Юрий Пургин, гендиректор ИД «Алтапресс». Четыре вебинара для сотрудников отдела рекламы и один для двухсот клиентов — существующих и потенциальных рекламодателей провели в «Дон-медиа». ИД «Свободная пресса» запустил проект «Тесты», набравший популярность у рекламодателей.

«Пензенская правда» работает над отложенными проектами:

— Мы ожидаем ренессанс местного турбизнеса, смотрим, какие отрасли ещё могут открыться в ближайшее время, — делится планами главный редактор Павел Шишкин.

**Оптимизируют расходы издатели тоже по-разному.** Если «Пензенская правда», сократив объём с 24 полос до 16, уплотняет и насыщает содержание, то «Белгородские известия», сохраняя объём для конкурентного преимущества, снижают затраты на создание контента, используют материалы, подготовленные в сотрудничестве с «Российской газетой». Предлагает публиковаться журналистам страны и воронежская цифровая газета «МОЁ! Плюс». Издание сегодня имеет 835 платных подписчиков, всего за деньги подписалось за полтора года 1806 человек. — Проект показал свою жизнеспособность, люди заинтересованы в настоящей журналистике, — уверен Юрий Таранцов, гендиректор ИД «Свободная пресса».

С ним солидарен Анатолий Максак, гендиректор «Дон-медиа»:

— Сегодня востребован качественный онлайн, конкуренты с чернухой и желтизной провалились.

— **Не надо поддаваться панике и бежать делать газету в онлайн**, — успокаивает паникёров Оксана Эсаулова, директор ИД «Липецкая газета». — Я согласна с теми игроками рынка, что прочат печатке роль эксклюзивной редакционной подборки контента — удовлетворение от чтения этой подборки не сравнимо с потреблением информации в онлайн. Пусть отложены до поры живые репортажи — конкурентное преимущество лучших российских изданий — в региональном интернете львиная доля материалов лепится на основе пресс-релизов, зато получила востребованность нормативка с комментариями.

Положительно повлияла пандемия и на обратную связь:

— Читатели стали активно и регулярно присылать свои материалы, — радуется Светлана Зайцева, главный редактор газеты «Саткинский рабочий».

**Кризис, переживаемый нашей прессой, не первый. Юрий Пургин, анализируя пережитое, формулирует пять «нельзя».**

1. Нельзя ждать, что всё вернётся.
2. Нельзя черпать бортом — влезать в оборотку и копить долги.



www.molot.ru 7 апреля 2020 года

ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКАЯ ГАЗЕТА РОСТОВСКОЙ ОБЛАСТИ

# МОЛОТ

№13 (26275 со дня первого выпуска)

Григорий Павлов, директор Ассоциации магазинов розничной торговли

Лихорадочный спрос постепенно сменяется более рациональным поведением покупателей

Стр. 4

## Ставка на доставку

16+

ГЕОГРАФИЯ КОМЕРСОВ

Сфера услуг активно развивается на территории Ростовской области

Арбузы обливали хлоркой из брандспойтов

ТЕНДЕНЦИИ

Кризис в экономике области, вызванный пандемией коронавируса, негативно повлиял на рынок розничной торговли. Однако в последние дни наблюдается оживление спроса на товары повседневного спроса. В то же время сохраняется высокий уровень конкуренции между ритейлерами.

«Григорий Павлов»

Григорий Павлов, директор Ассоциации магазинов розничной торговли, считает, что в условиях пандемии рынок розничной торговли переживает сложный период. Однако он видит потенциал для развития сферы услуг и доставки товаров.

Арбузы обливали хлоркой из брандспойтов

В Ростовской области в нескольких районах арбузы обливали хлоркой из брандспойтов. Это произошло в результате действий неких лиц, которые пытались уничтожить урожай.

«Минимум половине учителей нужно сходить в отпуск на год!» ЧАСТЬ II

В Ростовской области обсуждают возможность введения обязательного отпуска для учителей в связи с пандемией коронавируса.

## Пензенцы устали не работать, но...

Темы, касающиеся пензенцев, которые не работают, но не могут найти работу, являются актуальными в настоящее время.

Многие пензенцы испытывают трудности с поиском работы из-за пандемии коронавируса. Они устали не работать, но не могут найти работу. Это связано с тем, что многие компании сократили штат или приостановили прием на работу.

В то же время многие компании испытывают трудности с поиском квалифицированных кадров. Это связано с тем, что многие выпускники вузов не имеют необходимых навыков и опыта работы.

В связи с этим становится актуальным вопрос о необходимости повышения квалификации кадров и о создании новых рабочих мест.

## МОЁ! Плюс

836 общее число пользователей с момента запуска

328 число с оплаченной подпиской на сегодняшний день

+130 прирост за последние два месяца

СВЕЖИЙ НОМЕР «МОЁ! ПЛЮС»

«Минимум половине учителей нужно сходить в отпуск на год!» ЧАСТЬ II

КОММЕНТАРИИ

3. Нельзя загонять себя в угол — брать невыполнимые обязательства.
  4. Нельзя спать, но нельзя и рвать гужи, это бег на длинную дистанцию, куда добегут не все.
  5. Нельзя страдать только руководителям компаний, страдать должны все сотрудники.
- «Алтапресс», прежде неплохо зарабатывающий на ивентах в офлайне, взялся за организацию виртуальных событий. Издательский дом совместно с региональным Минсельхозом готовит в онлайн-режиме День поля.

«Мир Белогорья» всерьез использует кризис как окно возможностей. Размещает свою рекламу на пустующих площадях наружки, расплачиваясь бартером. На сайте своего интернет-магазина предлагает не только четыре способа подписки на газеты и журналы издательского дома, но и купить дополнительную продукцию — краеведческие книги и игры. Зарабатывает размещением в играх продакт-плейсмента. Более того, находит аналогичные заказы в других регионах, где коллеги дремлют. Не для всех пандемия — беда, кому-то, как говорится, — «мать родна».