

# РБК отдыхает

16 апреля 2013 11:11

Источник: Коммерсант

Медиахолдинг РБК запускает проект relax.ru, который объединит развлекательные ресурсы принадлежащей РБК компании "Медиа Мир". Реструктуризацию ожидают и коммуникационные сервисы, которые будут перезапущены под старым брендом QIP, а также рекламные сети холдинга.

О новой стратегии развития неделовых ресурсов, входящих в компанию "Медиа Мир", "Ъ" рассказал ее гендиректор Павел Рогожин. Реструктуризация сервисов "Медиа Мира" подразделяется на три части: развлекательная, коммуникационная и рекламная. Первая из них заключена в запуске молодежного портала relax.ru, представляющего собой ленту развлекательного и развивающего контента с социальными функциями. Relax.ru объединит развлекательные ресурсы "Медиа Мира", на момент запуска в него войдут сайт ziza.qip.ru и ресурс о гаджетах и технологиях sneer.ru. До конца года в проект будут интегрированы другие развлекательные сайты из портальной группы QIP.ru, которые будут полностью обновлены и перемещены на relax.ru в виде субдоменов или интегрированы в соответствующие рубрики материнского сайта. При этом relax.ru будет делать акцент на персонализации и рекомендациях широкого круга информационно-развлекательных тематик, подстраиваясь под пользователя и формируя ленту в соответствии с его интересами и предпочтениями. Коммуникационные сервисы QIP.ru будут перезапущены под старым брендом QIP, и его позиционирование и состав продуктов также претерпят ряд изменений, говорит господин Рогожин, не конкретизируя их. Рекламные сети РБК также будут консолидированы в единых технологических рамках и бренде. По словам гендиректора "Медиа Мира", финальная конфигурация изменений, которые потребуют инвестиций в размере "нескольких миллионов долларов", до сих пор обсуждается. *"Представление о рынке как о гонке больших порталов в 2013 году явно устарело, — считает Павел Рогожин. — Все крупнейшие локальные игроки должны либо стать локальными экосистемами, либо перестроить свой бизнес так, чтобы эффективно работать с глобальными игроками — борясь за внимание аудитории, рекламные бюджеты и платежи пользователей".* В 2012 году направление неделовых интернет-ресурсов РБК было убыточным, признают в РБК. Подробнее: <http://www.kommersant.ru/doc/2170577>