

Reklamy po polsku w grach komputerowych

Tomasz Gryniewicz

2007-03-18, ostatnia aktualizacja 2007-03-18 19:49

Film "300" o heroicznej walce garstki Spartan przeciwko perskiej armii trafi do polskich kin pod koniec tygodnia. Kampania reklamowa już trwa - nawet w grze komputerowej



Polskie plakaty filmu "300" zawisły także w wirtualnym świecie

ZOBACZ TAKŻE

"300", czyli wizualny majstersztyk (12-12-06, 16:58)

4,4 proc. udział internetu w polskim rynku reklamy (20-11-06, 14:09)

Google wchodzi na rynek reklamy prasowej (06-11-06, 20:04)

Internet przejmuję coraz więcej rynku reklamy (03-10-06, 20:08)

Drozsze reklamy w Gadu-Gadu (31-08-06, 09:29)

SERWISY

[Media, reklama](#)

- Kilka dni temu włączyłem na Xboksie grę "Crackdown" - opowiada nam Paweł, czytelnik "Gazety". - I nie mogłem uwierzyć, kiedy na wirtualnym billboardzie w mieście zobaczyłem zapowiedź filmu "300". Po polsku.

Jak dodaje Paweł, wcześniej na tych samych billboardach widniały reklamy samochodów marki Dodge. Przesłał nam nawet zdjęcia tego billboardu.

- Widziałem reklamę, znajomy podesłał ją w e-mailu - potwierdza Piotr Pałowski, szef oddziału domowej rozrywki w polskim Microsoftzie. Ale dodaje, że nikt z polskiego oddziału przy reklamie nie współpracował. Produkcją gier w koncernie zajmuje się spółka Microsoft Game Studios z siedzibą w USA i prawdopodobnie to tam opracowano polską wersję wirtualnego plakatu filmowego, który trafił do jednej z trzech najpopularniejszych gier na Xboksa 360. Również w polskim oddziale Warner Bros. (wytwórnia, w której powstał film) nie potrafiono nam powiedzieć, skąd wziął się pomysł, by w grze promować debiut "300" w polskich kinach. Według naszych informacji to pierwsza reklama skierowana do polskich graczy na Xboksie.

- Biorąc pod uwagę zasięg takiej kampanii, reklamy w grach to wciąż nisza - mówi Bartosz Drozdowski, dyrektor działu internetu w firmie ARBOmedia Polska, zajmującej się m.in. reklamą w internecie.

Jaka więc z tego korzyść? - To specyficzne medium i dociera do bardzo niszowej, aczkolwiek cennej dla reklamodawców grupy - mówi Drozdowski. Chodzi o młodych mężczyzn w wieku 18-34 lata. Z badań wynika, że coraz więcej czasu poświęcają oni na gry niż na telewizję. Poza tym z reklamą do graczy jest trafić o tyle łatwiej, że uważnie śledzą każdy element, jaki pojawia się na ekranie - a w przypadku telewizji rzadziej zwrócą uwagę na reklamy.

Drozdowski dodaje, że w skali całej kampanii filmu to oczywiście niewielkie wydarzenie (w Polsce konsole Xbox 360 ma od

GOSPODARKA

1. [Play chce w](#)
2. [Play marką komórkowej](#)
3. [Polski handel Samoobrony](#)
4. [Czy ktoś "na](#)
5. [Rządowe 30 tech](#)
6. [Europejski s](#)
7. [Fundusze er złote jaja](#)



kilkanaście do kilkudziesięciu tysięcy osób). - Jednak cieszy docenienie naszego rynku oraz to, że reklama ukazała się w

polskiej wersji językowej - mówi.

Jego zdaniem takich akcji zobaczymy prawdopodobnie więcej. Zwłaszcza że Microsoft już raz zaspał i spóźnił się z wejściem na rynek e-reklamy. - Gigant być może nie docenił internetu, przegrywając z Google i Yahoo, które stały się synonimami wyszukiwarki czy portalu, ale na polu gier wideo jako medium na pewno jest pionierem - mówi Drozdowski.

Microsoft pierwszy krok w tym kierunku uczynił w maju zeszłego roku. Przejął wówczas spółkę Massive specjalizującą się w umieszczaniu w wirtualnym świecie marek z prawdziwego świata. Technologia Massive jest o tyle ciekawa, że pozwala na dynamiczne podmienianie reklam w grach (o ile mają opcję rozgrywki online). Dla producentów gier oznacza to dodatkowe przychody - dotąd reklamy w grach były statyczne, raz umieszczone nie dało się zmienić. Tymczasem teraz jednego dnia w grze możemy na billboardzie zobaczyć zapowiedź filmu "300", a za tydzień np. plakat "Labiryntu Fauna" czy "Iluzjonisty".

Jedną z pierwszych gier, w której wykorzystano technologię Massive, była produkcja Ubisoftu "Splinter Cell: Chaos Theory" - na billboardzie reklamowano trasę koncertową grupy rockowej Moetley Crüe, potem film "Wyspa".

[Wyślij](#)[Wydrukuj](#)[Podyskutuj na forum](#)**Wasze opinie (3)**[+ DODAJ swoją opinię](#)

• [Reklamy po polsku w grach komputerowych](#) kell99, 18.03.07, 20:52

Super. Teraz wydając 100-200zł na gre trzeba będzie jeszcze oglądać reklamy.

Pazernosc koncernow medialnych nie zna gr (...)

[wszystkie opinie na forum »](#)

Wydawca portalu Gazeta.pl nie ponosi odpowiedzialności za wypowiedzi użytkowników Forum. [Więcej »](#)