

Gameland

since 1992

МЕДИА ДЛЯ ЭНТУЗИАСТОВ

2012



Компания Gameland – это

1

Основана в 1992 году Дмитрием Агаруновым, CEO компании. В число акционеров входят фонды прямых инвестиций под управлением Mint Capital и Troika Capital Partners, а также топ-менеджмент компании. В 2008 году компания Gameland приобрела крупнейшего прямого конкурента — Издательский Дом Mediasign.

2

Крупнейшая в Восточной Европе медиакомпания в сегменте special interest media, входит в пятёрку крупнейших российских издателей журналов. Gameland поддерживает и вдохновляет развиваться и радоваться жизни любителей спорта, автомобилей, компьютерных технологий, фотографии, игр, кино, современного искусства и моды, бытовых технологий, предпринимательства и рукоделия.

3

Компания Gameland широко представлена на медийном рынке. Портфель продуктов включает 8 интернет-ресурсов, 16 печатных журналов, медиа в социальных сетях и множество «живых» мероприятий.

4

Продукты компании Gameland высоко ценятся самой активной частью населения — увлечёнными молодыми новаторами, энтузиастами, лидерами мнений. Совокупная аудитория компании Gameland — 9,5 млн. человек в месяц.

Портфель компании Gameland

8

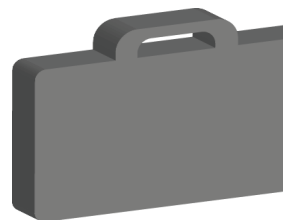
web-порталов

16

журналов

9,2

миллион человек
аудитории
ежемесячно



сообщества
в социальных
сетях

Компания Gameland — лидер по охвату аудитории и количеству проектов в области **special interest media**

Наши продукты уникальны в категориях :



Спорт



Гейминг



Кино



Фото



Цифровые
технологии



Автомобили



Бизнес



Рукоделие



Гастрономия

Спорт

Аудитория спортивного
сообщества компании
Gameland

680 000
человек

Футбол самый массовый и любимый вид спорта

Все проекты
группы:

Print

Total Football

TotalFootball

Web

Ридер Total Football

РИДЕР

1

Главный футбольный журнал в России



Total Football — главный футбольный журнал в России. В каждом номере: уникальные фотографии, эксклюзивные интервью, самые интересные футбольные темы. Журнал выходит в двух комплектациях: стандартной (с DVD, постерами и наклейками) и мини («карманный» формат без вложений и упаковки).

Аудитория:

мужчины и женщины,
поклонники футбола
с доходом выше среднего

AIR Russia – 536 450*
AIR Moscow – 125 910**

Возраст:

16-34 года

Выходит с:

2006 года

Периодичность:

выходит 12 раз в год

Ежемесячный тираж:

300 000 экземпляров
(150 000 — стандартный
формат с DVD и постером,
150 000 — мини-формат)

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011



Ридер Total Football — есть что почитать про футбол

Ридер Total Football — еженедельный бесплатный электронный журнал, выпускаемый редакцией Total Football. Ридер выходит во всех существующих форматах электронного чтения, что позволяет читателю оперативно получать материалы на актуальные футбольные темы наиболее простым и удобным для него способом. В каждом выпуске — лучшие тексты авторов, размещающихся в блогах на сайте Total Football.ru

Аудитория:

Мужчины — 80%,
женщины — 20%

Возраст:

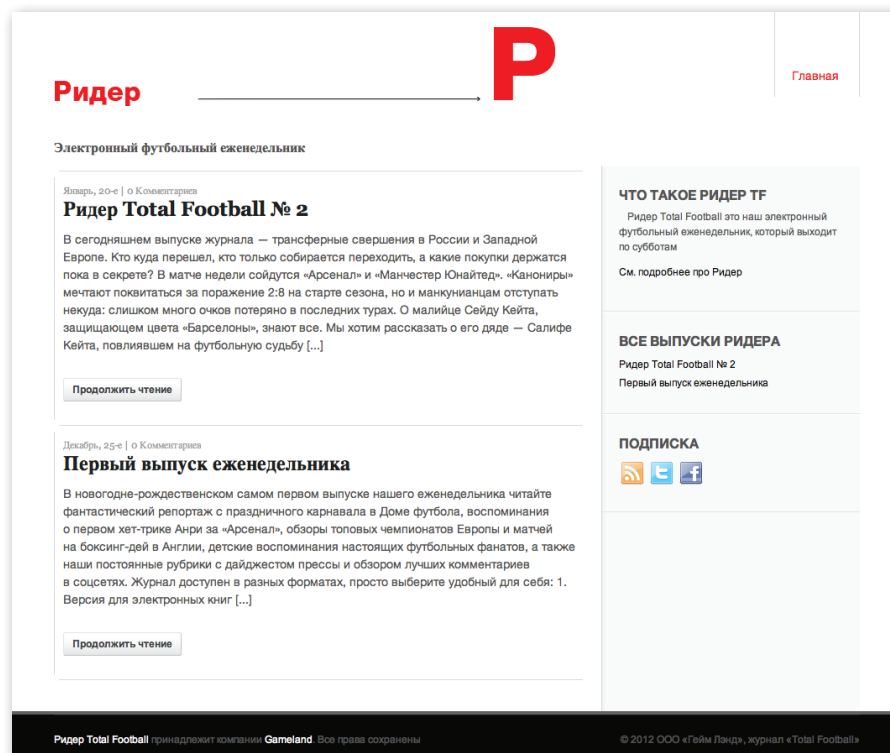
15-40 лет

Доход:

средний и выше среднего

Месячная аудитория:

143 000*



* Предполагаемая аудитория на март 2012

Gaming

Аудитория геймерского
сообщества компании
Gameland

1 267 660
человек

**В России более 10 млн. человек
играют в компьютерные
и видеоигры**

Все проекты
группы:

Print

Страна Игр

СТРАНА
ИГР

Web

www.gameland.ru

gameland.ru

1

Ведущий журнал о компьютерных и видеоиграх



«Страна Игр» — главный журнал об играх на всех современных платформах: Xbox360, PS3, PSP, PC, Nintendo DS и Wii, PS2, Xbox. Рецензии и аналитика, репортажи с выставок и интервью с разработчиками, а также уникальные видеоматериалы от ведущих экспертов игрового мира и демо-версии новых игр на одном DVD в комплекте.

Аудитория:

Энтузиасты современных электронных развлечений.
16-30 лет.

Периодичность:

1 раз в месяц

Тираж:

197 128
экземпляров

AIR Russia – 839 560*
AIR Moscow – 174 840**

Выходит с:

1996 года

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

Gaming онлайн

2

Gameland.ru – авторитетный сайт о компьютерных и видеоиграх

Главное качественное русскоязычное интернет-издание, посвященное всем современным игровым платформам: PC, PS3, Xbox 360, Nintendo Wii и DS, PSP и PS2. Огромная база игр, ежедневная новостная лента, обзорные статьи, эксклюзивные видеоролики, помощь в прохождении игр, постоянные конкурсы, а также площадка для общения увлеченных играми людей.

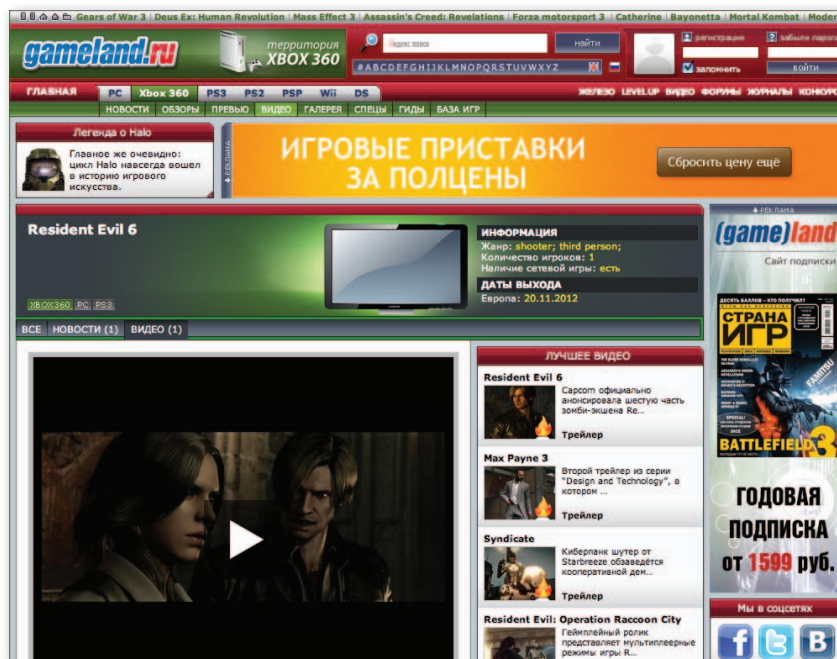
Месячная аудитория:
428 100*

Возраст:
16 – 35 лет

Аудитория:
Мужчины, увлекающиеся
всеми видами электронных
развлечений

Доход:
выше среднего

* TNS Россия, Web Index Россия, ноябрь 2011 (12–54 лет)



Life Style

Аудитория life style
сообщества компании
Gameland

192 000
человек

Обо всем,
что делает жизнь
ярче и интереснее

Все проекты
группы:

Print

Хулиган
Trendy Mag
Smoke Gentlemen's Club

ХУЛИГАН

**TRE
NDY
MAG**

SMOKE
GENTLEMEN'S CLUB

Events

Smoke Gentelmen's Club

SMOKE
GENTLEMEN'S CLUB

1



Трендсеттер в независимой культуре

«Хулиган» — это площадка для самовыражения и гид по тенденциям в независимой глобальной культуре (мода, музыка, дизайн и современное искусство) и местным событиям.

Аудитория:

AIR Russia – 148 870 *
AIR Moscow – 40 100 **

Аудитория:

18% – creators
59% – cool young
23% – fashion people

Выходит с:

2002 года

Периодичность:

12 раз в год

Тираж:

80 500 экземпляров

Комплектация:

DVD, упаковка

Life Style

2



Тенденции молодёжной моды

Trendy Mag – навигатор по актуальным тенденциям уличной моды, создаваемый инсайдерами уличной культуры.

Аудитория:

Представители молодежной
урбанистической культуры

Тираж:

80 500
экземпляров

Выходит:

3 раза в год в качестве
приложения к журналу
Хулиган

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

3 Альманах сигар и сигарной культуры

Журнал о сигарах и сигарной культуре

Smoke Gentlemen's Club — ведущее издание России о сигарах и сигарной культуре. Журнал предназначен как для начинающих любителей, так и для преданных ценителей сигар. Главный редактор журнала Олег Чечилов признан Человеком года на главном фестивале сигар в Кубе в 2008 году.

Аудитория:

Преимущественно мужчины.
Высокий уровень дохода.

Выходит с:

2008 года,
лицензионное издание

Периодичность:

6 раз в год

AIR Russia – 43 000*

AIR Moscow – 32 000*

Тираж:

30 000
экземпляров

Возраст:

25+



* По данным собственных исследований компании Gameland, декабрь 2011

5

Мероприятия Smoke Gentlemen's Club



Smoke Gentlemen's Club — сообщество привилегированных читателей журнала — любителей сигар. Члены Smoke Gentlemen's Club — владельцы и топ-менеджеры крупных компаний.



Заседания Smoke Gentlemen's Club

Закрытые салонные встречи клуба традиционно проходят в формате «экскурс-дискуссия», где помимо дегустации эксклюзивных сигар и премиального алкоголя обсуждаются различные темы, интересные джентльменам.

Количество гостей — до 20 человек

Проект «Времена года»

Традиционное сезонное большое собрание любителей сигар, где афиссионадос смогут насладиться дымом табака, приправленным нотами той или иной поры года. Проводится четыре раза в год.

Количество гостей — от 100 человек.

Проект «Салон искусств»

Это цикл тематических вечеров, посвященных наиболее интересным явлениям мировой культуры: различным направлениям в музыке, литературе, изобразительном искусстве и пр.

Количество гостей — около 60 человек

ФОТО

Аудитория
фото - сообщества
компании Gameland

483 000
человек

Фотография как стиль жизни

Все проекты
группы:

Print

Digital Photo
Фотомастерская

Web

www.digital-photo.ru

DigitalPhoto

ФОТО**МАСТЕРСКАЯ**

Фото

1



Фотография как стиль жизни

Digital Photo — лучший российский ежемесячный журнал о цифровой фотографии и фототехнике для самого широкого круга фотолюбителей.

Аудитория:

69% муж., 31% жен.
страстные фотографы путешественники, по-настоящему увлеченные фотографией и техникой, с творческим взглядом на жизнь и практическими знаниями в области съемки и обработки

AIR Russia – 351 300*
AIR Moscow – 85 920**

Возраст:

18-55 лет, 80% читателей со средним и выше среднего уровнем дохода

Выходит с:

2003 года

Периодичность:

12 выпусков в год

Тираж:

97 000 экземпляров

Комплектуется:

DVD

2



Лучшие идеи и решения по цифровому фото-дизайну

Единственное в России тематическое издание по пост-фотографии. «Фотомастерская» знакомит читателей с новейшими технологиями в области обработки цифровой фотографии, дизайна и печати, арт-проектами экспертов и проводит обучающие мастер-классы.

Аудитория:

55% муж., 45% жен.
Высокообразованные специалисты и студенты с уровнем дохода выше среднего

AIR Russia – 113 500*

AIR Moscow – 65 100*

Возраст:

до 40 лет

Выходит с:

2004 года

Периодичность:

12 выпусков в год

Тираж:

71 200 экземпляров

Комплектуется:

DVD

* По данным собственных исследований компании Gameland, 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

3 Digital-Photo.ru

Digital-Photo.ru — портал о цифровой фотографии и фототехнике для самого широкого круга фотолюбителей. Новости, постоянные конкурсы и общение, а также свежие материалы и архивы двух крупнейших тематических изданий — журналов Digital Photo, «Фотомастерская».

Аудитория:

74% – мужчины,
26% – женщины
90% – меняют фотокамеру
раз в 2-3 года
50% – имеют фотокамеру
стоимостью от 500\$ до 1200\$

Возраст:

60% – от 21 до 35 лет

Месячная аудитория:

18 000 человек
(по данным рейтинга
liveinternet.ru)



АВТО

Аудитория
автомобильного
сообщества компании
Gameland

2 013 600
человек

Россия становится ведущей автомобильной страной

Все проекты
группы:

Print

Тюнинг автомобилей
Форсаж



Web

www.frsg.ru

1



Журнал для тех, кто заметен в потоке

«Тюнинг автомобилей» — самый популярный*, старейший журнал о модификации автомобилей в России. В каждом номере: идеи по индивидуализации автомобилей для любителей и профессионалов, уникальные автомобили со всего света, тест-драйвы, советы профессионалов, репортажи с крупнейших мировых тюнинг-шоу, события и явления из мира быстрых и красивых машин, а также самые интересные материалы из ведущих зарубежных журналов о тюнинге.

Аудитория:

84,1% – мужчины
15,9% – женщины

AIR Russia – 1 011 510*
AIR Moscow – 201 880**

Выходит с:

2001 года

Периодичность:

12 раз в год

Возраст*:

18-45 лет, почитатели тюнинга,
82% из которых имеют собственный автомобиль, 60% — с высоким уровнем дохода

Тираж:

274 675
экземпляров

Комплектуется:

постер

Авто

2



Журнал о нестандартном использовании стандартных автомобилей

«Форсаж» — журнал для активных молодых людей, которые живут полной жизнью, ищут новые ощущения не переносят скуку и однообразие. Один из самых экспертных журналов на российском рынке, состоящий не только из уникального контента собственного производства, но и контента журнала Auto Motor und Sport.

Аудитория:

79,5% – мужчины,
20,5% – женщины

AIR Russia – 842 130*
AIR Moscow – 149 120**

Возраст:

16-35 лет, молодые люди, живущие в крупном городе
54,6% владеют автомобилем

Выходит с:

2004 года

Периодичность:

12 раз в год

Тираж:

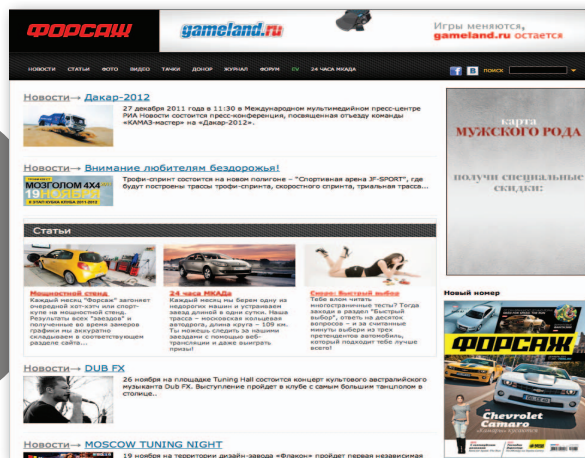
227 355
экземпляров

Комплектуется:

постер

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011



Портал «Форсаж» (FRSG.ru) – все об автомобилях со всего мира

«Форсаж» — это всё о тюнинге: красивые и спортивные автомобили, интересные решения для автоладельцев и новости со всего мира, а также общение, молодежные тусовки и соревнования. Авторитетно о лучших машинах со всего мира от редакций «Тюнинг автомобилей» и «Форсаж».

Аудитория:

Мужчины – 90%

Неравнодушные к миру тюнинга и гонок.

Посетители активно участвуют в интерактивных конкурсах, общаются с редакцией и друг другом посредством форума.

Наличие автомобиля в семье – 81%*

Месячная аудитория:

160 000 уникальных посетителей
(по данным рейтинга top.mail.ru)

Доход:

Средний – 15 %*

Выше среднего – 65 %*

*По данным собственного исследования Gameland, 2011

Цифровые технологии

Аудитория цифрового
сообщества компании
Gameland

2 782 930
человек

Для энтузиастов цифровой техники и компьютерных технологий

Все проекты
группы:

Print

Хакер
Железо

ХАКЕР

ЖЕЛЕЗО

Web

www.xakep.ru
www.xard.ru

Цифровые технологии

1



Журнал от компьютерных хулиганов

«Хакер» легким и доступным языком рассказывает об операционных системах, программировании, компьютерной безопасности и о нестандартных приемах в использовании компьютеров.

Аудитория :

Мужчины, продвинутые пользователи компьютера
40% – обычные пользователи
27% – продвинутые пользователи
10% – серьезно интересующиеся
23% – сисадмины, программисты

AIR Россия: 797 930 чел в месяц *
AIR Москва: 134 940 чел в месяц**

Возраст:

18-35 лет

Выходит с:

1999 года

Периодичность:

11 раз в год

Тираж:

160 000
экземпляров

Комплектуется:

DVD

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

Цифровые технологии



Лучший журнал о компьютерных комплектующих

«Железо» — популярный журнал, наиболее полно отражающий состояние рынка компьютеров, комплектующих и других цифровых устройств. В каждом номере: более 60 уникальных тестов различных устройств; история и перспективы индустрии; стиль жизни человека, увлеченного высокими технологиями.

Аудитория:

Мужчины, активные пользователи компьютера, специалисты IT или работники сферы IT

AIR Россия: 302 100 чел
в месяц*

AIR Москва: 168 530 чел
в месяц*

Возраст:

17-24 лет

Выходит с:

2004 года

Периодичность:

12 раз в год

Тираж:

59 900
экземпляров

Комплектуется:

DVD



Хакер.ru – портал от компьютерных хулиганов

Хакер.ru — это новости компьютерной безопасности, web coding, приемы программирования, последние уязвимости, патчи и тесты компьютерного «железа». Портал помогает освоить современные компьютерные технологии, программирование, скрытые возможности программ и оборудования, знакомит с компьютерной историей и людьми, повлиявшими на развитие компьютерной индустрии.

Аудитория:

Мужчины, IT-профессионалы, топ-менеджеры компаний, системные администраторы, фанаты компьютерного железа и технологий

Средний возраст посетителя:

18-35 лет

Месячная аудитория:

1 192 900 уникальных
пользователей **

Доход:

выше среднего

* собственные данные компании Gameland, декабрь 2011

** TNS Россия, Web Index, ноябрь 2011 (12-54 лет)



Xard.ru – портал о компьютерных комплектующих

Xard.ru — это выбор и конфигурация системы, ремонт, советы по настройке и апгрейду, разгон и моддинг компьютеров, новости и слухи из мира компьютерного железа, гаджетов и IT. Помимо тестов, xard.ru уделяет большое внимание «необзорным» материалам: обучающим статьям, сводкам, историям о развитии и становлении крупных брендов, линеек той или иной продукции, эволюции и развитии устройств и гаджетов. Сравнительные и самостоятельные обзоры позволяют быстро сориентироваться на рынке компьютерных комплектующих и периферии, помочь с покупкой оборудования и влиться в круг людей со схожими увлечениями и интересами.

Аудитория:

IT специалисты, системные администраторы, фанаты компьютерного железа, технологий и гаджетов, активные геймеры и энтузиасты

Доход:

выше среднего

Средний возраст посетителя:

18-35 лет

Месячная аудитория:

490 000 уникальных пользователей *

* собственные данные компании Gameland, декабрь 2011

Техно Life

Аудитория сообщества
техно life компании
Gameland

56 800
человек

С пристрастием к окружающей технике

Все проекты
группы:

Print

ТЗ. Техника Третьего Тысячелетия

ТЕХНИКА ТРЕТЬЕГО ТЫСЯЧЕЛЕТИЯ
ТЗ

1



Техно Life

**Не надо идти в ногу со временем
будьте на шаг впереди!**

Т3 — лучший в Европе журнал о гаджетах. На страницы журнала попадают только новейшие и тщательно отобранные, лучшие продукты. В каждом номере: последние тенденции и самые свежие гаджеты месяца, результаты тестов, интересные варианты использования, рекомендации по покупке.

Аудитория:

75% – муж.,
25% – жен.

Выпускается с:

2001 года

Периодичность:

11 раз в год

Тираж:

42 100 экземпляров

AIR Russia – 56 800*

AIR Moscow – 23 740*

Возраст*:

16-45 лет

70% аудитории – с высоким
уровнем дохода

* собственные данные компании Gameland, декабрь 2011

Кино

Аудитория
кино - сообщества
компании Gameland

257 000
человек

**Для всех,
кто любит кино**

Все проекты
группы:

Print

Total DVD

TOTAL DVD

1

Ведущий журнал о качественном кино

TOTAL DVD — ведущий журнал о кино в России, знакомящий читателей с новинками кинопроката, новостями киноиндустрии и интересными историями со съемочных площадок. Это единственный журнал на территории России, в котором эксперты-кинокритики оценивают не только сам фильм, но и технические характеристики всех DVD- и Blu-ray-релизов месяца, помогая читателям определиться с покупкой. В каждом номере: рецензии на все главные новинки кино и видеопроката; более 100 подробных обзоров фильмов на DVD и Blu-ray; тесты технических компонентов и советы экспертов по выбору лучших домашних кинотеатров; полнометражный фильм, трейлеры киноновинок и уникальные дополнительные редакционные материалы на DVD в комплекте.

Аудитория:

Наш читатель — серьезный, обеспеченный, обстоятельный, привыкший только к самому лучшему

Выходит с:

2001 года

Периодичность:

12 раз в год

AIR Russia – 257 460*

AIR Moscow – 80 350**

Тираж:

100 000 экземпляров

Возраст:

20-45 лет

Комплектуется:

DVD



* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

Бизнес

Аудитория
бизнес - сообщества
компании Gameland
298 000
человек

Предпринимательство как стиль жизни

Все проекты
группы:

Print

Свой бизнес

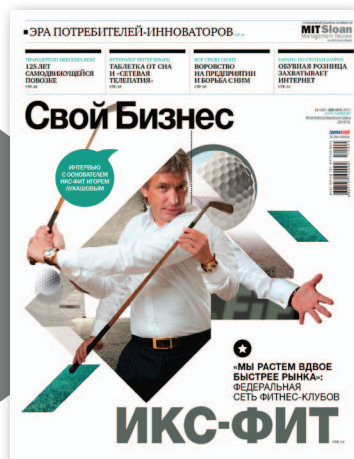
Web

www.mybiz.ru

Свой Бизнес

Бизнес

1



Инструмент предпринимателя

«Свой бизнес» — ведущее российское издание для увлечённых предпринимателей. Истории успеха, перспективные бизнес-идеи и эффективные бизнес-технологии. Все материалы построены на конкретных примерах из деловой практики. Своим опытом в сфере менеджмента, маркетинга, финансов, внедрения IT-решений делятся успешные предприниматели.

Аудитория:

Предприниматели и наемные руководители, люди, интересующиеся бизнес-технологиями

AIR Russia – 258 260*

AIR Moscow – 58 590**

Выходит с:

2002 года

Периодичность:

11 раз в год

Тираж:

52 000 экземпляров

2



MyBiz.ru – энциклопедия предпринимательского опыта

Информационно-консультационный портал для предпринимателей, предоставляющий качественные материалы и площадку для общения профессионалов в различных сферах бизнеса.

Аудитория:

70% – мужчины

30% – женщины

Возраст:

25-45 лет

Высокий и средний уровень дохода

20% посетителей – владельцы собственного бизнеса

Месячная аудитория:

40 000 человек

(по данным рейтинга liveinternet.ru)

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

Рукоделие

Аудитория рукодельного
сообщества компании
Gameland

952 277
человек

Возрождаем и формируем культуру рукоделия

Все проекты
группы:

Print

Вышиваю крестиком

ЖУРНАЛ
**Вышиваю
крестиком**
CrossStitcher.ru
лучший друг рукодельниц

Web

www.crossstitcher.ru

Руководение

1



Лучший друг рукодельницы

Самый продаваемый в России журнал о рукоделии и о современной вышивке крестиком.

Аудитория одного номера:

93% – жен., 7% – муж.
Социально активные женщины, увлекающиеся творчеством, с доходом выше среднего

AIR Russia – 913 120*
AIR Moscow – 152 510**

Возраст:
20-45 лет

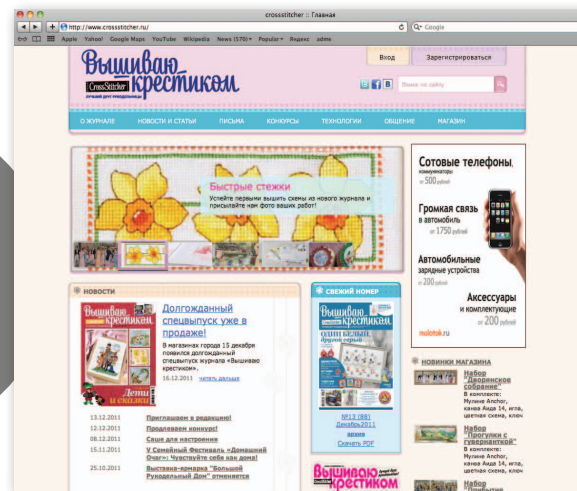
Выходит с:
2005 года

Периодичность:
13 раз в год

Тираж:
213 780 экз.

Комплектуется:
схема-постер

2



CrossStitcher.ru – web-клуб рукодельниц

Клуб «Вышиваю крестиком» возрождает и формирует культуру рукоделия. Crossstitcher.ru — это место для общения, новости сообщества, анонсы выставок и встреч, а также свежие материалы и архив журнала «Вышиваю Крестиком».

Аудитория:

Женщины, увлекающиеся домашним прикладным творчеством; замужем, имеют одного ребенка, большинство — с высшим образованием, преимущественно «специалисты», доход на семью выше среднего

Возраст:

20-45 лет
(ядро: 20-30 лет)

Месячная аудитория:

39 157 человек (liveinternet)

* TNS Россия, National Readership Survey Россия, май-октябрь 2011

** TNS Россия, National Readership Survey Москва, май-октябрь 2011

Гастрономия

Аудитория
гастрономического
сообщества

240 000

человек

Вкус
с разных уголков
планеты

Все проекты
группы:

Print

Первое. Второе. Третье

ПЕРВОЕ
ВТОРОЕ
Третье

1

Вкус с разных уголков планеты



«Первое. Второе. Третье» —

это ежемесячный семейный журнал о гастрономических путешествиях и кулинарных приключениях для тех, кто путешествует сам. Главный редактор журнала — известный ресторанный критик и ресторатор Светлана Кесоян

Аудитория:

70% жен., 30% муж.
Социально-активные жители
крупных городов, с высшим
образованием, доходом —
средним и выше среднего

AIR Russia – 240 000*

Возраст:

27-39 лет

Выходит с:

2010 года

Периодичность:

1 раз в месяц

Тираж:

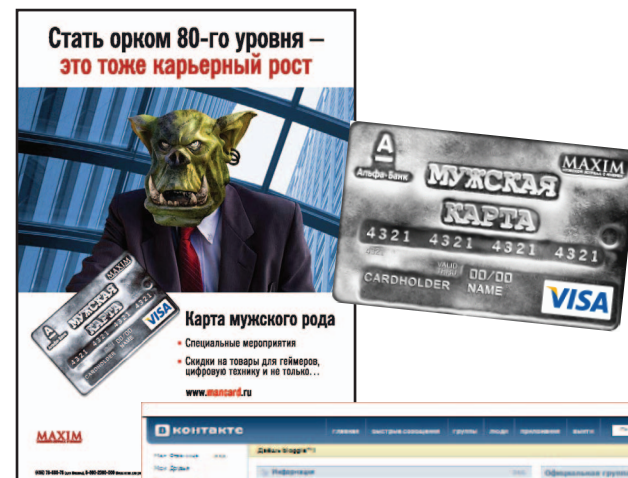
120 000
экземпляров

* собственные данные компании Gameland, декабрь 2011

Специальные промо-проекты

Мужская карта. Уникальная финансовая услуга

Совместный проект компании Gameland с **Альфа-Банком** и журналом MAXIM. Держатели карт пользуются скидками и специальными выгодными условиями, покупая товары и услуги у компаний-партнёров. Компании-партнёры получают масштабное дополнительное продвижение своих брендов на аудитории изданий компании Gameland, журнала Maxim и розничных клиентов Альфа-Банка. Услуга действует в Москве, Санкт-Петербурге и 30 городах России. За несколько месяцев с момента запуска держателями «Мужской карты» стали десятки тысяч человек по всей России.



Вирусная рекламная кампания «под ключ»

Рекламный проект «Дашь Bloggie!» для **Sony** — это созданная с нуля и реализованная «под ключ» рекламная кампания по запуску нового продукта Sony — видеокамеры Bloggie. Сняты и размещены в социальных сетях и на видеохостингах серии вирусных видеороликов с участием молодёжных телезвёзд, подчинённые общей творческой концепции проекта и раскрывающие все достоинства мобильной и удобной видеокамеры. В наиболее релевантных целевой аудитории продукта журналах размещены адверториалы, раскрывающие преимущества новой камеры.



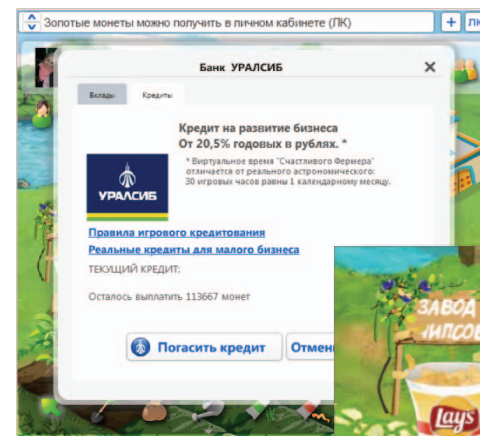
Интеграция брендов в игры и сообщества в социальных сетях

Бренд **LAY'S** и банк «**УРАЛСИБ**» органично интегрированы в игру-хит социального сервиса ВКонтакте — «Счастливый Фермер» (более 2 миллионов уникальных пользователей в день).

Игроки «Счастливого Фермера» могут приобрести для своей фермы завод, перерабатывать выращиваемые продукты и выгодно их продавать. Мы сделали из простого завода Завод Чипсов Lay's. Обычные упаковки сменились на пачки чипсов Lay's. За первый месяц проекта пользователи произвели 255 млн. пачек чипсов Lay's шести разных вкусов. 1,6 миллиона пользователей установили на свою игровую ферму завод чипсов Lay's. Количество показов брендированных preload-баннеров составило более 118 миллионов.

Игроки также приучаются пользоваться кредитами и депозитами в банке «УРАЛСИБ» в приятной и естественной игровой среде. Банк получил около 2 миллионов уникальных виртуальных клиентов, более 1,5 миллиона обращений на промо-сайт банка в социальной сети и около 770 миллионов активных контактов аудитории со своим брендом.

Бренд **SVEN** интегрирован в онлайн-игру «Ресторатор». Аудиоаппаратура SVEN интегрирована в декор и меню игры, а также в заставку загрузки. Дополнительно внутри игры создан онлайн-медиаплеер SVEN. Число заказов баннера заставки составило 47 миллионов. Число переходов на сайт сообщества SVEN в социальной сети — 675 тысяч.



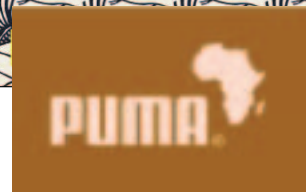
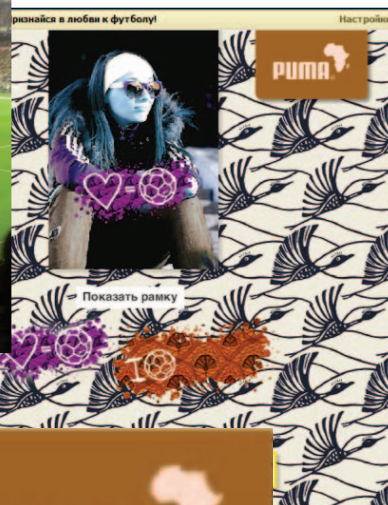
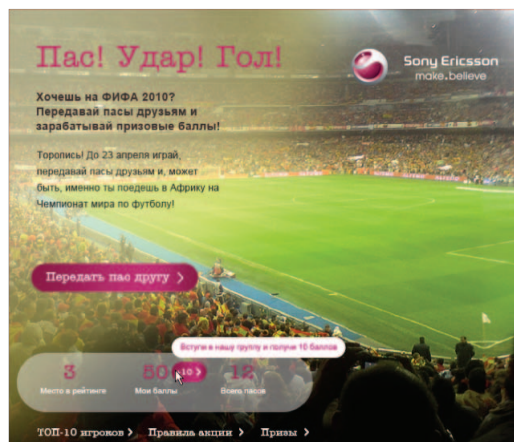
Специальные промо-проекты

Специально для рождественской рекламной кампании **Coca-Cola** создано flash-приложение «Новогодние аватарки от Coca-Cola» внутри сервиса ВКонтакте. В рамках приложения был проведён конкурс на наибольшее количество друзей с красными шарфами от Coca-Cola на аватаре. Акция привлекла 49 тысяч зарегистрированных участников конкурса, 135 тысяч уникальных посетителей приложения и 211 тысяч просмотров страницы приложения.



Для **PUMA** специально к Дню всех влюбленных создано и раскручено flash-приложение «PUMA. Признайся в любви к футболу». Участники располагали значки «PUMA. Любовь к футболу» на фотографии своих профилей в соцсетях. В общих фотографиях пользователей появились новые альбомы «PUMA. Признайся в любви к футболу». Участники конкурса на наибольшее количество друзей-участников получили подарки от PUMA. Проект привлёк 47 тысяч зарегистрированных участников конкурса, 174 тысяч уникальных посетителей приложения и 260 тысяч просмотров страницы приложения.

Для **Sony Ericsson** создано и распространено через популярные таргетированные сообщества и контекстную рекламу flash-приложение «Пас! Удар! Гол!». Среди участников приложения разыгрывалась поездка на FIFA 2010 и мобильный телефон Sony Ericsson. Участники устанавливали приложения себе на страницы и отправляли «пасы» друзьям, зарабатывая баллы для победы в конкурсе. Для Sony Ericsson привлечено 32 тысячи уникальных посетителей приложения и 68 тысяч просмотров брендовой страницы приложения.



Для «Сбербанка» разработано специальное информационное приложение «Открой счет наших побед!». Установившие приложение 60 тысяч пользователей получали самые свежие новости с двадцать первых Олимпийских игр в Ванкувере «от Сбербанка» в режиме онлайн. Банк начал формировать имидж партнёра Олимпийских игр, не являясь официальным спонсором Игр в Ванкувере, а также технологически и социально активного потребительского бренда. «Сбербанк» получил 136 миллионов показов контекста со своим логотипом и 91тысячу уникальных переходов в приложение.



Maxi-Racing

Maxi-Racing — многопользовательская online игра, специально созданная Gameland для широкого круга любителей игр и автомобилей. Интегрированные бренды: **OPEL**, **Alpine**, **MSN**, **POCHO**, **Cordiant**. 133тысячи зарегистрировавшихся игроков купили: 163тысячи автомобилей OPEL, 18тысяч страховых полисов POCHO и 13тысяч аудио-систем Alpine.



Футбольный менеджер

Это уникальная стратегическая игра, одна из лучших игр в жанре спортивного менеджмента. В 2006 году впервые запущена в России и стала частью рекламной концепции **adidas**, приуроченной к чемпионату Мира FIFA 2006 «+10». В 2008 году на период Лиги чемпионов adidas вновь пригласил Gameland для запуска новой версии «Футбольного менеджера». Преимущества для adidas — высокая вовлеченность участников во взаимодействие с брендом. Охват — 12 миллионов контактов с брендом. Для коммуникаций использованы 4 канала: Internet, WAP, SMS и бумажные журналы.

