

Gry wideo trzymają się dobrze

Niedawno twórcy popularnej gry "Guitar Hero 3: Legends of Rock" poinformowali, że jako pierwsza w historii przekroczyła granicę 1 miliarda dolarów ze sprzedaży. Te doskonałe wyniki handlowe potwierdzają opinię o niezłej kondycji przemysłu gier wideo na świecie.

Gra „Guitar Hero 3: Legends of Rock”, na punkcie której oszalał cały świat, pojawiła się na rynku w 2007 roku i sprzedała się do tej pory w liczbie ponad 8 milionów kopii. To trzecia edycja gry muzycznej, w której użytkownik może wcielić się w rolę gitarzysty rockowego. Doskonałymi wynikami sprzedaży mogły pochwalić się w ostatnim czasie także inne gry, np. wydana w zeszłym roku „Grand Theft Auto IV”, która przyniosła 500 mln dolarów w pierwszym tygodniu sprzedaży. W takim samym czasie 300 mln USD zarobiła gra wydana w 2007 r. przez Microsoft – „Halo 3”.

- Ogromna sprzedaż i zyski stawiają rynek gier wideo w pozycji jednego z liderów przemysłu rozrywkowego na świecie, tuż obok branży nagrań muzycznych, czy filmowej – mówi Jacek Jankowski, dyrektor zarządzający AdAction, firmy zajmującej się m.in. produkcją gier reklamowych.

Wyniki finansowe branży gier wideo są imponujące. W 2007 roku sięgnęły kwoty 42 miliardów dolarów (według firmy PricewaterhouseCoopers). Z kolei globalny rynek sprzedaży muzyki szacuje się na około 33 mld dolarów. Wartość sprzedanych na świecie biletów kinowych oscyluje wokół kwoty „jedynie” 29 miliardów dolarów.

Stany Zjednoczone są doskonałym przykładem, że rynek gier nie boi się kryzysu i jest wciąż na drodze wzrostu. Według organizacji Entertainment Software Association, rok 2008 dla tej branży w USA, to nawet o 30-procent większe obroty. Dobrą kondycję potwierdza także raport firmy PricewaterhouseCoopers. Według niego w 2012 roku wartość rynku gier wideo może osiągnąć kwotę ponad 68 miliardów dolarów.

Polską branżę gier wideo szacuje się na 500-600 mln złotych. Trudno jednoznacznie stwierdzić jaki dodatkowy udział w rynku zajmują pirackie kopie. Można jednak pokusić się o liczby rzędu 30-40 procent. Według Jacka Jankowskiego globalny, pozytywny trend w branży gier wideo, znajdzie odzwierciedlenie także na krajowym rynku.

– Nie będą to duże wartości. Myślę, że możemy spodziewać się kilkuprocentowego wzrostu. Kryzys, jak na razie, nie dotknął naszej gospodarki, tak bardzo jak innych. Jest więc szansa, że nie zaszkodzi rodzimemu rynkowi gier wideo. – przekonuje Jacek Jankowski.

Informacje o AdAction:

AdAction to spółka zajmująca się sprzedażą reklam w grach komputerowych na PC i konsolach. W portfolio usług spółki można znaleźć między innymi produkcję gier reklamowych dla wielu platform (Internet [flash], mobile, konsole, komputery PC), sprzedaż reklam do użytkowników telefonów komórkowych (reklama przed grami, reklama na serwisach WAP i wysyłkiSMS i MMS), działania marketingu szeptanego, a także organizowanie społeczności wokół gier on-line czy prowadzenie złożonych działań i kampanii wykorzystujących gry jako medium reklamowe.

www.adaction.pl

Dodatkowych informacji udziela:

Jacek Jankowski

CEO AdAction

jacek.jankowski@adaction.pl

mobile: +48 667 940 279

Kontakt dla mediów i obsługa PR:

Wolfgang Laskowski

WLMedia.pl – public relations, e-marketing

wolfgang.laskowski@wlmedia.pl

tel.: +48 510 189 555