

Hybrid Metaverse 

BRAND HEALTH: ВЫСТРАИВАНИЕ ЛОЯЛЬНОСТИ И ДИАЛОГА С ПОКОЛЕНИЯМИ Z И АЛЬФА ЧЕРЕЗ ГЕЙМИФИКАЦИЮ

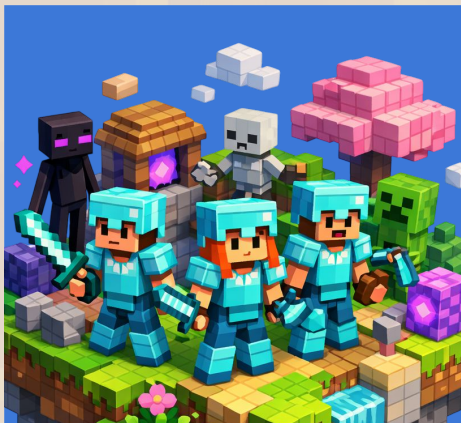
26

FEBRUARY

2026



НАШ САЙТ



FULL-CYCLE КОМАНДА

ИДЕЯ

РАЗРАБОТКА

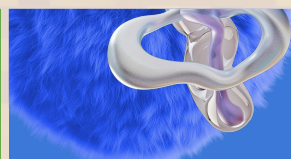
МИЛЛИОНЫ ПОКАЗОВ

№1

по количеству реализованных игровых кейсов в СНГ

ТОП-1

по знанию и работе с детской ЦА



Hybrid Metaverse ∞

Креативная метаверс-студия полного цикла, специализирующаяся на разработке и продвижении инновационных проектов в игровых экосистемах и новых медиа.

72 активации

было запущено рынком в 2025

50+ из них реализованы нами

1 млрд+

совокупных показов всех наших проектов



ТОП-позиции

во всех категориях рейтинга Metastars

НАШИ ПАРТНЕРЫ

Добрый

Д дикси



САМОКАТ

М МАГНИТ СПОРТИК

ZURU

Mondelez International

СОЛНЦЕ

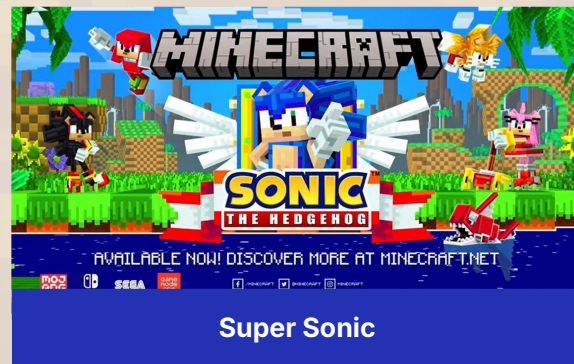
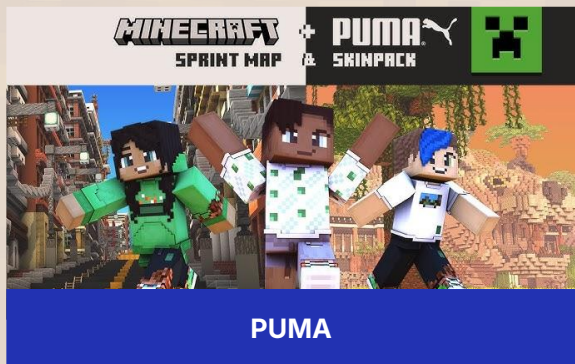
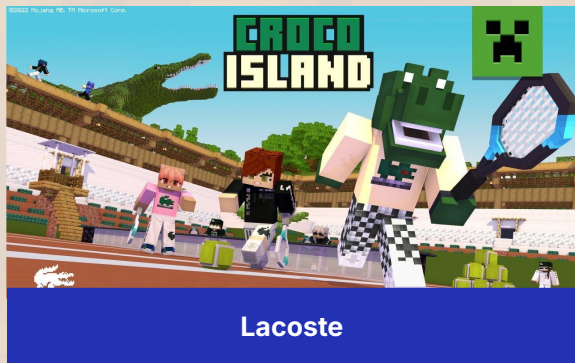
anex tour

UNICORN

NOVARTIS

Горячая штука

Барну





Retail: **Лента**



QSR: **Dodo Pizza**



Auto: **Атом (Kamaz)**



Real Estate: **Самолет**



Telecom: **билайн**



Media: **СТС**



Retail: **Дикси**



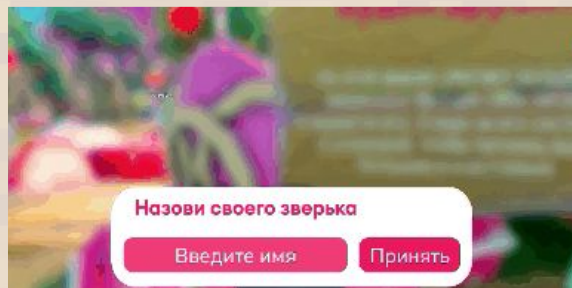
FMCG: **Добрый**



FMCG: **ZURU**



Media: **Солнце**



E-com: **Самокат**



FMCG: **Fruit-tella**



РЕАЛЬНОЕ РАЗВИТИЕ МЕТАВСЕЛЕННЫХ ПРОИСХОДИТ НЕ В VR, А В ИГРОВЫХ ЭКОСИСТЕМАХ

Fortnite, Roblox, Minecraft — центры трансформации и гегемоны рынка геймификации

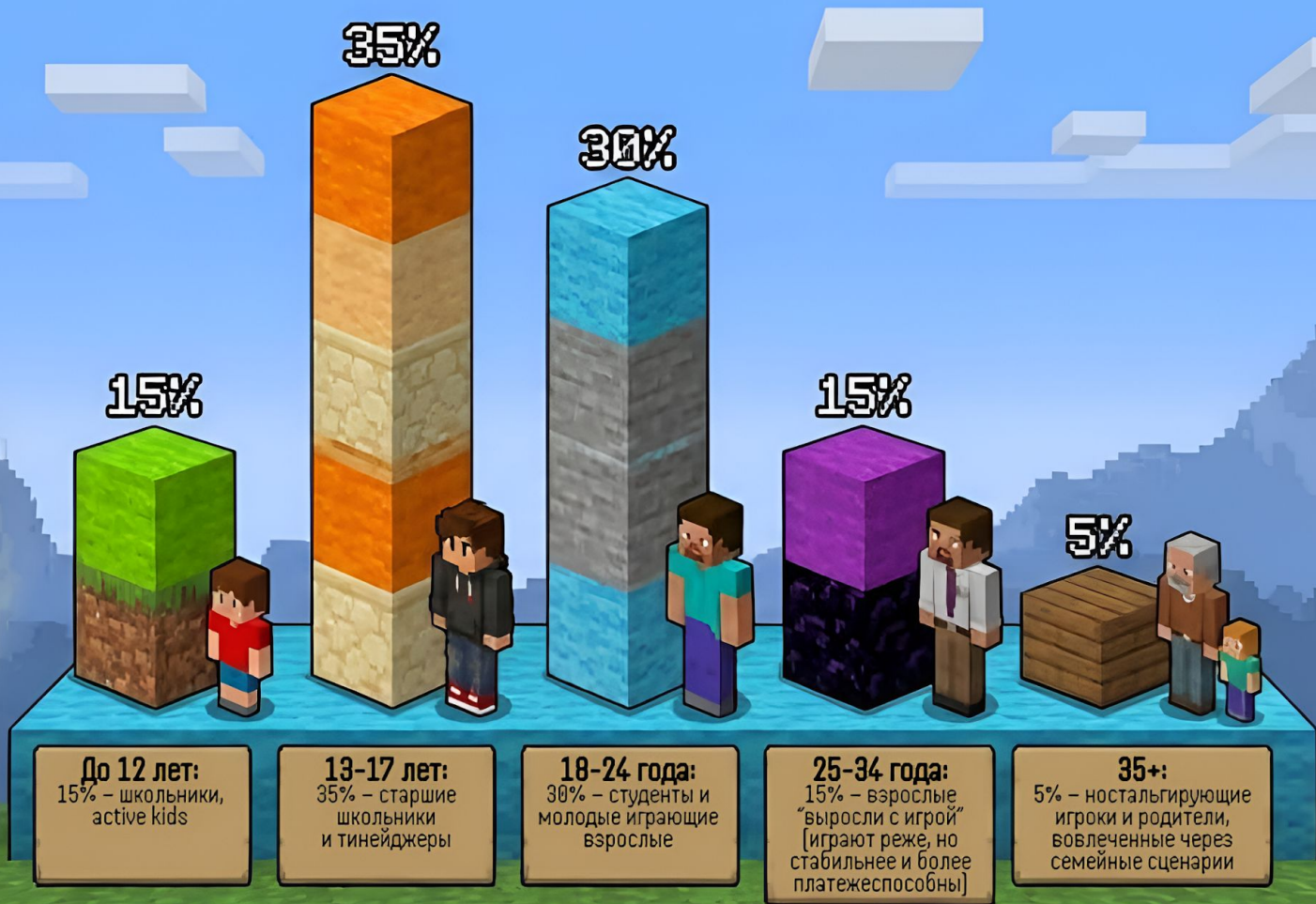
АУДИТОРИЯ MINECRAFT В РБ

1+ МЛН

активных пользователей **в месяц**
(РБ-аудитория)

100 К

активных пользователей **в день**
(РБ-аудитория)



До 12 лет:
15% – школьники,
active kids

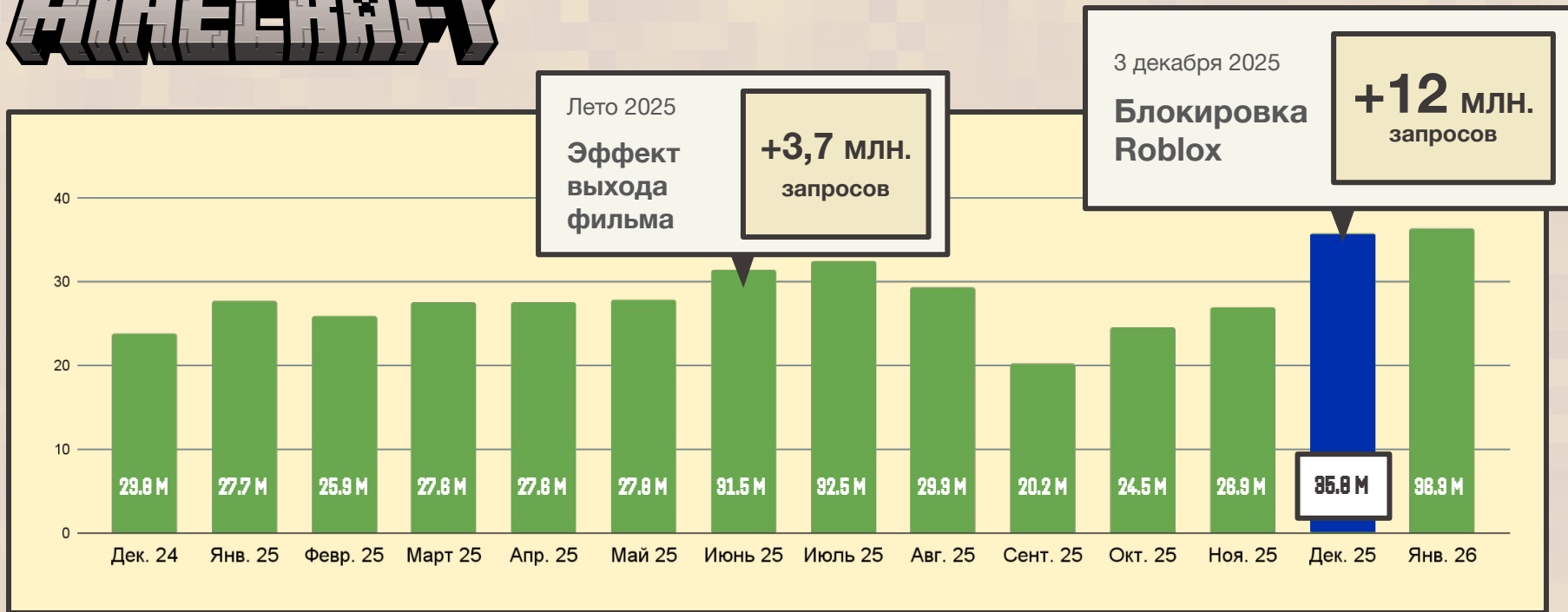
13-17 лет:
35% – старшие
школьники
и тинейджеры

18-24 года:
30% – студенты и
молодые играющие
взрослые

25-34 года:
15% – взрослые
“выросли с игрой”
(играют реже, но
стабильнее и более
платежеспособны)

35+:
5% – ностальгирующие
игроки и родители,
вовлеченные через
семейные сценарии

МИНЕРАЛ

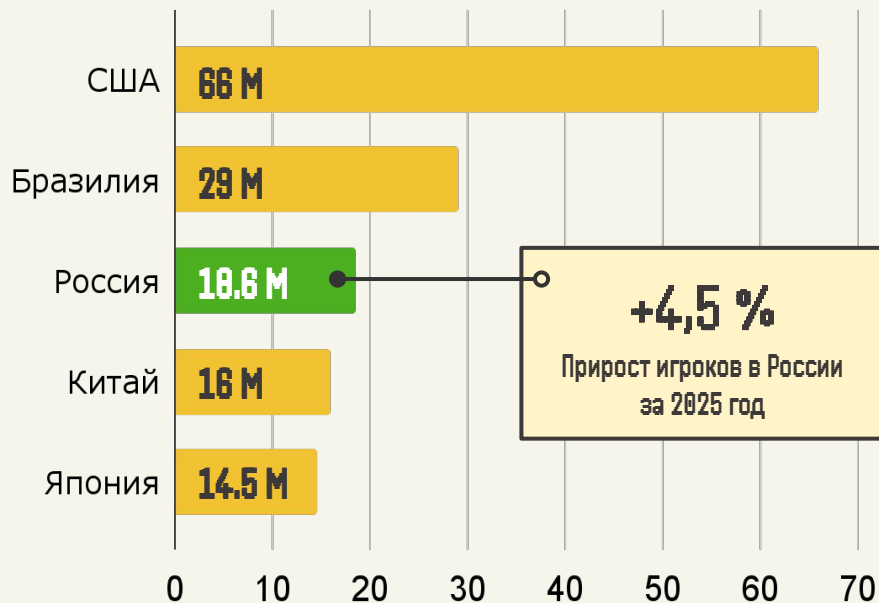


ИСТОЧНИК: ЯНДЕКС ВОРДСТАТ

СТАТИСТИКА ПО ПОИСКОВЫМ ЗАПРОСАМ

СТАТИСТИКА

ТОП-5 стран по количеству игроков



ТОП-5 популярных игр в РФ



ИГРОВЫЕ МЕХАНИКИ

Hybrid Metaverse



Bed Wars



Battle Royale



TNT Run



Prop Hunt



Build Battle



Skyblock

ПОПУЛЯРНОСТЬ НА YOUTUBE



EdisonPts

17,2 м. подписчиков



Doomer Brief

8,04 м. подписчиков



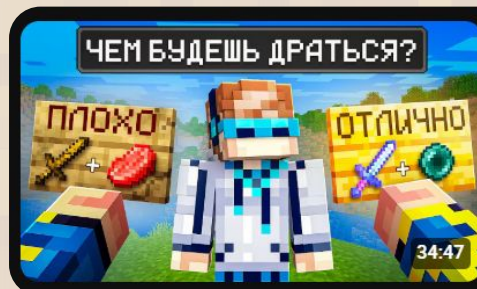
Юни

3,38 м. подписчиков



ТУМКА

6,12 м. подписчиков



Майнкрафт, но Я Сделал Выбор НА УДАЧУ • [Арена...

1 млн просмотров • 13 дней назад

MrLololoshka (Роман Фильченков)

Майнкрафт, но Я Сделал Выбор НА УДАЧУ • [Боссов] + Фиксплей Мой мерч: <https://mirohod.com>

4К



Майнкрафт Спидраннер VS 4 Охотника...

11 млн просмотров • 3 недели назад

Dream

Вы этого просили. Путь к 6 охотникам продолжается. Теперь нам предстоит сразить

4К



Я Собрал ВСЕХ Мобов в Майнкрафте

1,3 млн просмотров • 9 дней назад

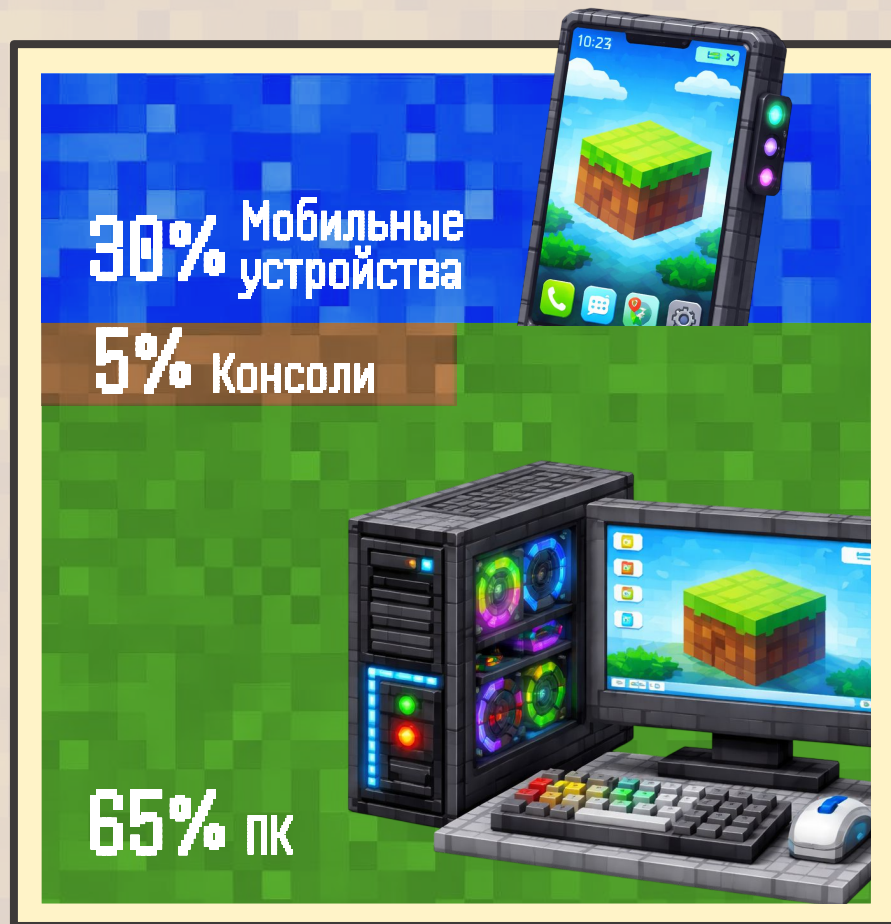
Carvs На Русском

Тратил месяц, чтобы собрать всех мобов в майнкрафте Только до 23 февраля скидка 20%

58:11

СТАТИСТИКА

РАСПРЕДЕЛЕНИЕ АУДИТОРИИ ПО УСТРОЙСТВАМ



MOOH (metaverse out of home)

Аналог наружной рекламы в виртуальном формате



Размещение брендированных баннеров MOOH позволяет внедрять рекламу в игровую среду:

баннеры кликабельны и ведут на внешний источник.

Порталы между мирами

Порталы переносят игроков в другие миры.



Размещение порталов происходит в согласованных партнерских мирах.

КАК ПОЛЬЗОВАТЕЛЬ ЗАХОДИТ В MINECRAFT

Hybrid Metaverse

ПК (WINDOWS / MACoS)



1. Скачивание

Пользователь скачивает Minecraft Launcher или популярный лаунчер с сайта



2. Запуск игры

Запускает Minecraft Java Edition (основная версия для кастомных серверов в РФ)



3. Вход на сервер

Выбирает сервер из списка или вводит IP → попадает в игровой мир проекта



МОБИЛЬНЫЕ УСТРОЙСТВА (ANDROID / IOS)



1. Скачивание

Скачивает Minecraft в App Store / Google Play / APK со сторонних ресурсов



2. Запуск игры

Открывает приложение (Minecraft Bedrock Edition)



3. Вход на сервер

Выбирает сервер из списка или вводит IP → заходит в мир проекта

ROBLOX

Онлайн-платформа, на которой пользователи могут играть в виртуальных мирах, а также создавать собственные.

500 млн MAU

по всему миру

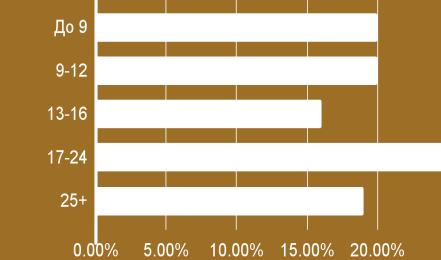
1 млн MAU

в РФ

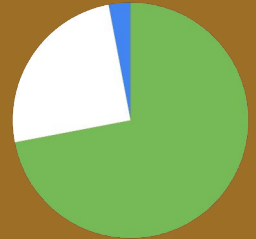
~2-3 часа в день

средний пользователь играет в ROBLOX

Доля в возрастных группах игроков



- Мобайл
- Десктоп
- Игровые приставки



КАЖДЫЙ
ПОДРОСТОК
СИДИТ В ROBLOX



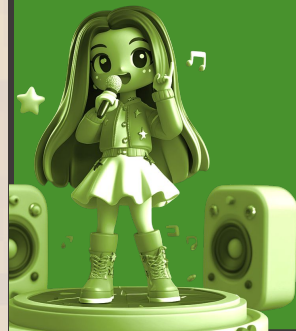


ФОРМАТЫ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ БРЕНДОВ:



Метамиры

Брендовые виртуальные пространства



Ивенты и коллаборации

Концерты, коллаборации
с инфлюенсерами



UGC-предметы и фиджитал-мерч

растущий тренд
(рост бюджетов $\times 3$)



Интеграции и продакт-плейсмент

Маскоты, квесты,
брендовые локации,
виртуальные шоурумы



ТРЕНДЫ 2025-2026

Игровые платформы стали стандартом внимания и новой инфраструктурой коммуникаций

СИСТЕМНЫЕ СТРАТЕГИИ

Бренды объединяют миры
в экосистемы

РОСТ ПОТРЕБНОСТИ В ТРАФИКЕ // КОНКУРЕНЦИЯ ЗА ВНИМАНИЕ

Roblox превратился в медиа-канал

BRAND LIFT И MOON - МЕТРИКИ

Индустрия перешла к измеримым
метрикам внимания

ВИРТУАЛЬНЫЕ ИВЕНТЫ С ИНФЛЮЕНСЕРАМИ

Roblox стал площадкой общения
инфлюенсеров с аудиторией

UGC И ФИДЖИТАЛ МЕРЧ

Подростки охотятся за
лимитированными виртуальными
аксессуарами

ПРОДАКТ-ПЛЕЙСМЕНТ И ИНТЕГРАЦИИ

Брендовые магазины, игровые
механики, геймифицированные
промо, мерч

Не про показ,
а про **действие**

Не про рекламу,
а про **опыт**

**ИГРОВЫЕ ПЛАТФОРМЫ – ЭТО ПРО
УДЕРЖАНИЕ ВНИМАНИЯ**



Hybrid Metaverse ↗

метавселенные для брендов
с миллионными охватами



МЕТАПУТЕШЕСТВЕННИК ↗



Алена Буянова ↗

New Business Manager

@alenabuyanova
+7 (985) 680-36-17

