

# **Internet Advertising 2007**

**Pregatit pentru: Academia de Studii Economice**

**Octombrie 2007**

# Agenda

- ✓ **De ce publicitate online?**
- ✓ **Romania – o tara “internetizata”**
- ✓ **Piata de internet advertising in Romania**
- ✓ **Internautul roman – abordare demografica**
- ✓ **Formate de publicitate uzuale**

**De ce publicitate online?**

# Adevarat sau fals?

- Publicitatea online este scumpa.
- Fals. O campanie poate costa chiar mai putin de 1000 Euro cu rezultate vizibile, iar o macheta costa incepand de la 100 euro, costurile mici de intrare fiind in avantajul clientului
- Publicitatea online este pentru pusti si hackeri.
- Fals. Peste 6 milioane romani acceseaza in decurs de o luna cel putin un site.ro inregistrat in [www.trafic.ro](http://www.trafic.ro), iar demografic vorbind, peste 65% din audienta site-urilor premium romanesti este cuprinsa in intervalul de varsta 25-55.
- Publicitatea online este complicata.
- Adevarat. Asa s-a intamplat si cu televiziunea, cu radio-ul sau cu outdoor-ul. Publicitatea online a ajuns de la 100.000 euro in 2001 la 5,4 milioane in 2006, iar Internetul este cel mai modern vehicul media cu acoperire semnificativa in segmente premium al populatiei.
- Publicitatea pe Internet nu se poate masura.
- Fals. Nu doar ca avem statistici detaliate ale campaniilor online, dar se poate analiza comportamentul de consum media online al utilizatorilor prin instrumentele specifice.

**Internetul este un canal media mult mai important si mai accesibil decat pare la prima vedere.**

# Avantajele publicitatii online

- **Calitatea audientei.** Internetul reuseste sa concentreze pe anumite site-uri audiente educate, cu venituri peste medie, interesate de un anumit domeniu (auto, financiar, sanatate, lifestyle etc). Folosirea site-urilor specializate sau de nisa asigura o ingustare extrem de eficienta a canalului de comunicare
- **Posibilitati infinite de targeting.** Internetul fiind un mediu digital, permite un control al expunerii la nivel individual si nu la nivel de vehicul [geo-targeting, limitari orare, targetare comportamentala etc]
- **Expunerea mesajelor in momente in care audienta nu este expusa la alte medii.** Traseul cronologic al consumatorului roman si expunerea acestuia la diverse vehicule media evidentiaza o suprapunere neglijabila a altor canale in perioada 09.00-18.00, considerata drept un prime time pentru Internet, in special pentru populatia adulta, cu putere de cumparare.
- **Cost rezonabil pe mia de expuneri, cu posibilitatea controlarii frecventei.** Spre deosebire de alte medii, pe Internet putem identifica istoric vizitele pe un site sau pe mai multe site-uri, in asa fel incat putem evita duplicarea audientei precum si advertising waste. Vizibilitatea fiind la nivel de user si nu la nivel de vehicul, alocarea mesajelor se poate face la nivel de surround session (putem decide cui si de cate ori sa ii aratam bannerul publicitar).

## Avantajele publicitatii online (II)

- **Interactivitatea cu consumatorul.** Internetul este un mediu aparte, in care audienta comunica in permanenta cu brandul clientului, prin diverse forme: formulare de feedback, actiuni pe care le poate face pe site, comunicare prin email, comunicare de tip instant (chat, messaging)
- **Grad mare de control.** Bannerele fiind servite printr-o tehnologie de adserving, putem optimiza expunerea bannerelor din prima secunda de campanie, putem pretesta bannerele publicitare, putem opri in orice moment difuzarea bannerelor cu performante mai slabe decat celelalte etc.
- **Posibilitatea masurarii precise a interactivitatii.** Adserverul poate masura nu doar afisarea mesajului, dar si clickul pe banner sau alte actiuni ale utilizatorilor: trecerea cu mouse-overul, expandarea bannerului prin click, completarea unui formular chiar in interiorul bannerului, alte actiuni – de pilda terminarea primului stagiu al unui joc ce este in interiorul bannerului
- **Rapiditatea implementarii comparativ cu media traditionala.** O campanie pe Internet poate porni in cateva minute, daca planificarea media este aprobata si bannerele sunt realizate rapid de catre agentia de creatie. Este mediul ideal pentru extra-bugete.

## **Romania – o tara “internetizata”**

# Romanul – mare consumator de Internet

- **Peste 6 milioane de utilizatori romani acceseaza lunar cel putin un site romanesc (sursa: www.trafic.ro). Conform SNA, 43% din populatia din mediul urban a accesat in ultimul an Internetul, iar peste 20% din ei il acceseaza aproape zilnic. Comunitatile online romanesti au inflorit in ultimii ani, pe masura internetizarii populatiei si pe masura migrarii conexiunilor de la dial-up la broadband (peste 80% in prezent)**
- **Romanii au inceput sa isi modifice comportamentul prin utilizarea zilnica a Internetului: comanda de mancare pe Internet, isi cauta un loc de munca, citesc presa, comunica in interes profesional (email) si personal (chat, telefonie pe Internet, dating), fac shopping online, comanda taxiuri, rezerva bilete de avion, inchiriaza filme pentru acasa etc.**
- **Comunitatile online permit si o adresare segmentata, dar si una adaptata din punct de vedere comportamental: comunitati de zeci de mii de membri au afinitati remarcabile pe diverse domenii, legate de site-urile care gestioneaza aceste comunitati.**
  - **Comunitati de afaceri: site-uri de doctori, avocati, stomatologi, dar si de real estate**
  - **Comunitati de hobby (unele din ele evidentiind venituri ridicate): site-uri de yachting, de pescuit, de offroad, de trenulete electrice, de alpinism, de gadgeturi**
  - **Comunitati de lifestyle: site-uri de clubbing, de going out, de dating, de cinefili, de mamici**

# **Piata de internet advertising din Romania**

# Evolutia publicitatii online in Romania

- Publicitatea online a avut un inceput greu si intarziat in comparatie cu SUA, Europa de Vest sau chiar Europa Centrala si de Est. Totusi, este vehiculul media cu cea mai mare crestere din Romania, fenomen manifestat de peste 5 ani de zile.
- Bugetele vehiculate au crescut viguros de la an la an, ajungand de la doar 0,1 milioane Euro in 2001 la peste 8 milioane in 2007 (estimare personala)

<i><b>MEDIA CHANNEL</b></i>	2003	2004		2005		2006		2007(E)	
	net/net	net/net	Chg%	net/net	Chg%	net/net	Chg%	net/net	Chg%
TV	85.5	110.5	29%	151.6	37%	212.8	40%	308.6	45%
Press	57.7	62	7%	67.4	9%	73.8	10%	81.2	10%
Radio	12.0	13.5	13%	15.6	16%	18.9	21%	23.6	25%
Outdoor	17.7	20.8	17%	25.0	20%	31.1	25%	36.0	16%
Cinema	0.3	0.4	40%	0.6	84%	0.8	21%	1.3	60%
Internet	1.0	1.7	70%	3.4	100%	5.4	59%	8.5	57%
<b>Total (Mil Euro)</b>	<b>174.2</b>	<b>208.8</b>	<b>20%</b>	<b>263.6</b>	<b>26%</b>	<b>342.8</b>	<b>30%</b>	<b>459.1</b>	<b>34%</b>

# Publicitate online la indemana

- **Astazi, peste 10 furnizori isi disputa piata de publicitate online din Romania (AdEvolution, Netbridge, Arbomedia, MPInteractive, SMInteractive, Rol Network, Neogen Network, Beyond Media, Media Café, Clir Media etc), insumand un inventory de peste 25 milioane utilizatori lunar si 5 miliarde de bannere.**
- **Peste 500 de site-uri din Romania sunt incluse in aceste retele de publicitate, advertiserii putand exploata audiente generaliste pe site-uri de tip portal si pana la audiente extrem de targetate pe site-uri specializate sau de nisa.**
- **Tehnologic vorbind, suntem in pluton cu restul tarilor “internetizate” – majoritatea furnizorilor de spatii media online utilizeaza tehnologii de ad-serving de ultima generatie (DoubleClick, Accipiter etc)**
- **Posibilitatile de control ale campaniilor sunt generoase – o gama larga de statistici detaliate ale campaniilor online fac deliciul specialistilor de marketing prin bogatia de informatii in profunzime despre interactiunea si comportamentul consumatorilor in raport cu brandul promovat (exemple).**

# Advertiserii folosesc Internetul

- **Telecom: Rometelecom, Orange, Vodafone, Zapp, Cosmote, UPC, RCS&RDS (toate marcile)**
- **Banking/Finance: Raiffeisen, BCR, ABN Amro, Unicredit, OTPBank, BRD, Finansbank Banca Romaneasca, Western Union, Visa (toate bancile)**
- **Business2Business: Indaco, La Fantana**
- **Auto: Renault, Porsche, Autoitalia, Citroen, Tiriac Grup (toate marcile)**
- **IT: Nokia, Samsung, HP, LG, Motorola, Sony, Philips,**
- **Auto related: Rompetrol, Dunlop, AaaAuto, Exxon**
- **FMCG: Brau Union, Coca-Cola, Pepsi, Interbrew, Wrigley, Dr. Oetker**
- **Beauty&Care: Procter&Gamble, Colgate-Palmolive, Avon**
- **Travel: KLM, AirFrance, British Airways, WizzAir, Gotravel etc**

# Principalele site-uri romanesti

Statistici, clasament si trafic web romanesc - Microsoft Internet Explorer

File Edit View Favorites Tools Help

**Categorii**

- Toate categoriile
- Afaceri/Comert
- Arta/Cultura
- Auto/Moto
- Bani Online
- Blog-uri
- Calculatoare/Internet
- Cautare/Portal
- Comert electronic
- Companii/Firme
- Divertisment
- Educatie/Invatamant
- Femei
- Imobiliare
- Legislatie
- Locuri de munca
- Muzica
- ONG
- Pagini personale
- Politica
- Prietenii/Matrimoniale
- Regional
- Sanatate
- Servicii web
- Spiritualitate
- Sport
- Stiinta/Tehnologie
- Stiri/Massmedia
- Turism
- Diverse

**Propune categorie**

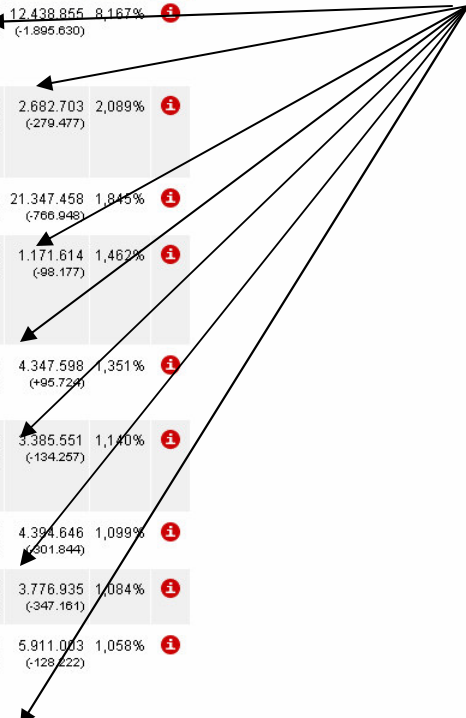
**Clasament si statistici web** Ce este Trafic.ro?  
Cum se calculeaza clasamentul?

Toate categoriile - ultimele 7 zile -

Pagina 1 din 2668 > 2 3 4 5 6 >>

Nr	Descriere	Vizitatori	Afişări	%
1	SoftPedia - DOWNLOAD Metropolitan, programe, jocuri, drivere, subtitrari noi, GSM, FORUM, STIRI (RO/ENG) etc <a href="http://www.softpedia.com">www.softpedia.com</a> - Calculatoare/Internet - Locul 1	3.441.739 (-437.373)	12.438.856 (-1.895.630)	8,167%
2	Soft32.com - Download peste 60.000 de programe, jocuri si drivere pentru Windows, Mac, Linux, PDA/Mobile. <a href="http://soft32.com">soft32.com</a> - Calculatoare/Internet - Locul 2	880.398 (-78.793)	2.682.703 (-279.477)	2,089%
3	Neogen.ro: Portalul numarul 1 in Romania <a href="http://www.neogen.ro">www.neogen.ro</a> - Cautare/Portal - Locul 1	777.535 (-26.767)	21.347.458 (-766.948)	1,845%
4	Jucaushii.ro - stiri, articole si interviuri despre cele mai fierbinti jocuri pe PC, cu download-uri si forum de discutii. De acum si download metropolitan de pe 3 servere! <a href="http://www.jucaushii.ro">www.jucaushii.ro</a> - Calculatoare/Internet - Locul 3	615.947 (-49.016)	1.171.614 (-98.177)	1,462%
5	Gazeta Sporturilor - cea mai buna echipa din Romania <a href="http://gsp.ro">gsp.ro</a> - Stiri/Massmedia - Locul 1	569.176 (-1.776)	4.347.598 (+95.724)	1,351%
6	Kappa.ro - anunturi, horoscop, email gratuit, chat, curs valutar, directory, download, stiri, meteo etc. by ASTRAL <a href="http://www.kappa.ro">www.kappa.ro</a> - Cautare/Portal - Locul 2	480.353 (-11.167)	3.385.551 (-134.257)	1,140%
7	Evenimentul zilei online: Net superior. <a href="http://www.evz.ro">www.evz.ro</a> - Stiri/Massmedia - Locul 2	463.077 (-29.728)	4.394.646 (-201.844)	1,099%
8	LIBERTATEA ONLINE <a href="http://www.libertatea.ro">www.libertatea.ro</a> - Stiri/Massmedia - Locul 3	456.834 (+1.398)	3.776.935 (-347.161)	1,084%
9	eJobs.ro inseamna 8 ani de recrutare online. 800.000 CV-uri disponibile. 40.000 companii-client. 1.700.000 vizitatori/luna. eJobs.ro - Primul serviciu de recrutare online din Romania. <a href="http://www.ejobs.ro">www.ejobs.ro</a> - Locuri de munca - Locul 1	446.016 (-20.279)	5.911.063 (-128.222)	1,058%
10	Acasa.ro - dating, chat, horoscop, stiri, fun, filme, felicitari animate, poze, program tv, anunturi... Simte-te Acasa! <a href="http://www.acasa.ro">www.acasa.ro</a> - Cautare/Portal - Locul 3	414.793 (+2.262)	4.079.670 (-97.531)	0,984%

## Audiente saptamanale



**Cercetari demografice**

Trafic.ro furnizeaza de acum, gratuit, cercetari demografice pentru site-ul Dvs.  
Mai multe detalii ...

**Newsletter trafic.ro**

Citeste ultimul newsletter!

**Top crestere (ultimele 7 zile)**

1. [portal.edu.ro](http://portal.edu.ro)  
+181.912
2. [www.edu.ro](http://www.edu.ro)  
+133.464
3. [www.e-scoala.ro](http://www.e-scoala.ro)

Start Desktop Doru Pana... Free Wind... Microsoft ... andyart - ... cinema me... DORU PA... calcule est... Net Marke... meebo.co... Statistici... 2:16 PM

# Principalele site-uri romanesti

- **Principalii publisheri din Romania duplica audientele, in asa fel incat cu patru cinci site-uri se poate acoperi 90% din reachul posibil pe Internet**
- **Folosirea site-urilor specializate si de nisa usureaza segmentarea si targetarea corecta a consumatorilor**
- **Anumite site-uri prezinta concentrari semnificative din punct de vedere demografic/psihografic: exista site-uri atat de “barbati” cat si de “femei”, dar si de “studenti”, “copii” sau mai mult, “mamici”, “parinti” sau “gameri”, “clubberi”, “motociclisti”, “pescari” – aceste afinitati permit alocari extrem de eficiente din punct de vedere media.**
- **Site-urile sunt grupate pe categorii de interes, dar mereu apar noi si noi site-uri de nisa, care pot evidientia si forma comunitati extrem de interesante pentru advertiseri.**

# **Internautul roman – aspecte demografice**

# Cum se comporta Internautul roman?

- **Are experienta in navigarea pe Internet. Mai mult de 70% din internautii romani navigheaza de cel putin trei ani pe Internet.**
- **Ratele de click sunt in general scazute, ceea ce nu inseamna ca nu este expus la mesajul publicitar, din contra, folosirea adserverelor ne asigura ca afisarea bannerelor catre consumatori se face (contorizarea are loc la nivel de individ, nu statistic – prin esantion si extrapolare ulterioara).**
- **Este receptiv la concursuri si la jocuri online. Internetul are o caracteristica duala: atat de informare, cat si de recreere. Componenta ludica poate fi speculata chiar si la target-uri ce au depasit bine varsta adolescentei (Chivas are un joc pe site cu office-putting / golf etc)**
- **Este usor de atras prin proiecte care pun accent pe experienta web inedita prin care poate interactiona cu brandul. Cantitatea mare de informatii ce poate fi pusa la dispozitia consumatorului pe Internet este atat de mare, incat limita este data doar de client, consumatorii fiind avizi de informatii suplimentare despre produsele/serviciile promovate.**
- **O data “prins” intr-o comunitate online, interactioneaza cu placere si aduce un aport valoros de informatii marketerului prin feedback-ul sau prin influentarea altora (creatori de opinie).**

# Formate de publicitate online

# Forme de publicitate online

- **Bannere**
- **Sponsorizari**
- Concursuri
- Newslettere
- **Jocuri online**
- Video streaming
- Webcast
- **Blogging**

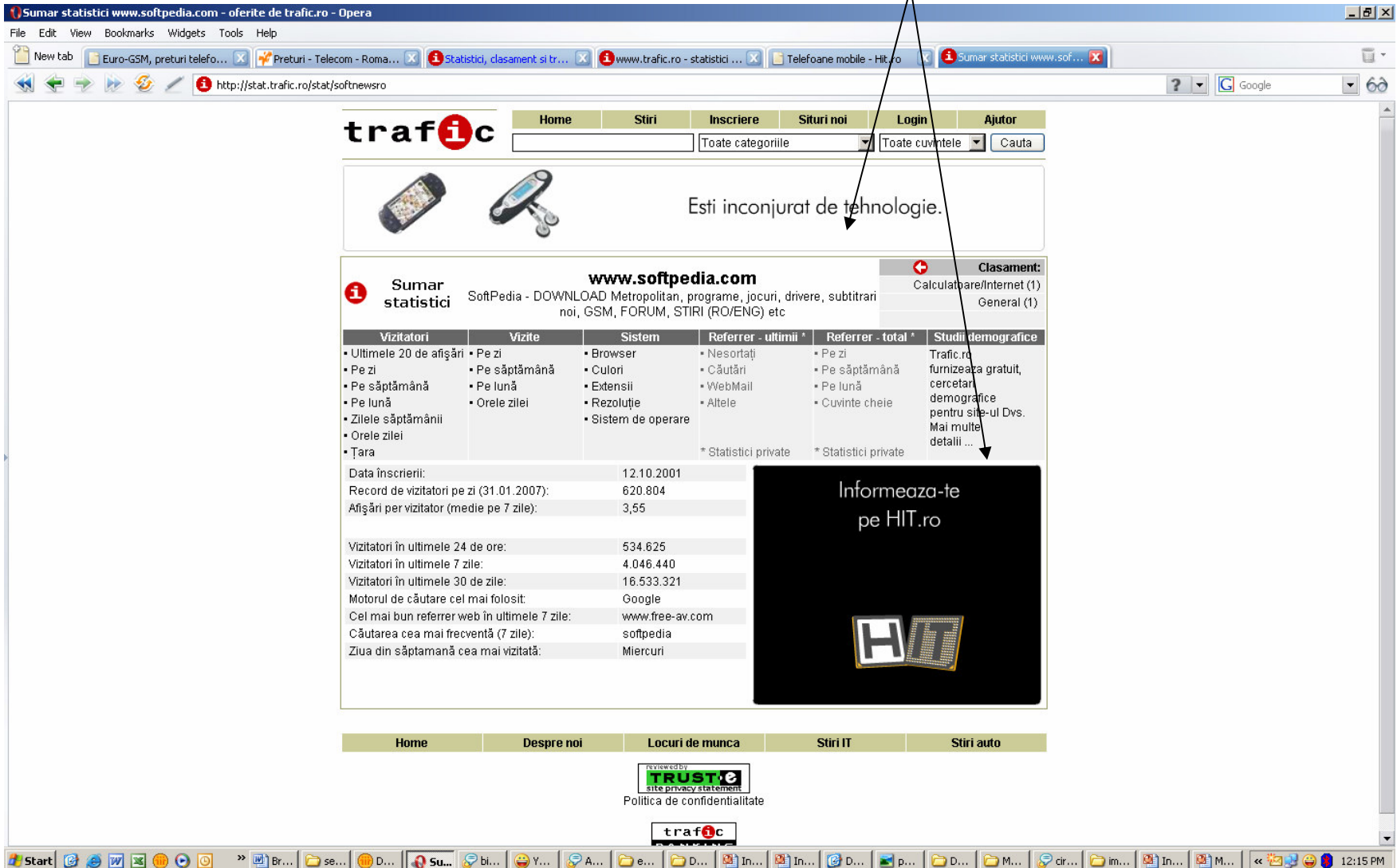
Si lista ramane deschisa...

# Brief 1 – campanie de awareness

- **Avem de atins audienta X cu bugetul Y**
- **Solutie: campanie de bannere publicitare.**
- **Cu un set de cinci formate standard, clientul poate alege din peste 500 de site-uri care accepta publicitate, categorisite pe grupe de interes: stiri, business, lifestyle, auto, femei, parinti, entertainment, imobiliare, dating, hobby etc.**
- **Tehnologia de aderving permite rapoarte detaliate, cu statistici si informatii extrem de importante pentru client.**

# Bannere publicitare

## Bannere



Sumar statistici www.softpedia.com - oferite de trafic.ro - Opera

File Edit View Bookmarks Widgets Tools Help

New tab Euro-GSM, preturi telefo... Preturi - Telecom - Roma... Statistici, clasament si tr... www.trafic.ro - statistici ... Telefoane mobile - Hit.ro Sumar statistici www.soft...

http://stat.trafic.ro/stat/softnewsro

trafic Home Stiri Insciriere Situri noi Login Ajutor

Esti inconjurat de tehnologie.

Sumar statistici **www.softpedia.com** Clasament: Calculatoare/Internet (1) General (1)

SoftPedia - DOWNLOAD Metropolitan, programe, jocuri, drivere, subtitrari noi, GSM, FORUM, STIRI (RO/ENG) etc

Vizitatori	Vizite	Sistem	Referrer - ultimii *	Referrer - total *	Studii demografice
• Ultimele 20 de afişări	• Pe zi	• Browser	• Nesortaţi	• Pe zi	Trafic.ro furnizeaza gratuit, cercetari demografice pentru site-ul Dvs. Mai multe detalii ...
• Pe zi	• Pe săptămână	• Culori	• Căutări	• Pe săptămână	
• Pe săptămână	• Pe lună	• Extensii	• WebMail	• Pe lună	
• Pe lună	• Orele zilei	• Rezoluţie	• Altele	• Cuvinte cheie	
• Zilele săptămânii		• Sistem de operare			
• Orele zilei					
• Ţara			* Statistici private	* Statistici private	

Data înscrierii: 12.10.2001

Record de vizitatori pe zi (31.01.2007): 620.804

Afişări per vizitator (medie pe 7 zile): 3,55

Vizitatori în ultimele 24 de ore: 534.625

Vizitatori în ultimele 7 zile: 4.046.440

Vizitatori în ultimele 30 de zile: 16.533.321

Motorul de căutare cel mai folosit: Google

Cel mai bun referrer web în ultimele 7 zile: www.free-av.com

Căutarea cea mai frecventă (7 zile): softpedia

Ziua din săptămână cea mai vizitată: Miercuri

Informeaza-te pe HIT.ro

Home Despre noi Locuri de munca Stiri IT Stiri auto

TRUSTE site privacy statement

Politica de confidentialitate

trafic

Start Br... se... D... Su... bi... Y... A... e... D... In... In... D... p... D... M... cir... im... In... M... 12:15 PM

## **Brief 2 – asocierea marcii**

- **Nisa destul de ingusta a produsului ne solicita mai mult o targetare comportamentala decat una demografica.**
- **Pentru un site care trateaza o tema adiacenta utilizarii produsului nostru, afinitatea pe produs este foarte mare.**
- **Solutie: site sponsoring**
- **Avantaj principal: Rezultate vizibile pe termen lung prin cesionarea valorilor brandului online catre brandul promovat.**
- **Avantaj tactic prin negocierea exclusivitatii pe industrie**

# Site sponsoring

## Sponsorizare meniu

The screenshot shows the ComputerGames.ro website interface. The browser window title is "ComputerGames.ro - jocuri, download, forum - Opera". The address bar shows "http://www.computergames.ro/". The website features a navigation menu with items like HOME, STIRI, REVIEWS, and DOWNLOADS. A left sidebar contains a "CONTUL MEU" section with a login form and a "SECTIUNI" menu with items like Forum, Shop, and CyberCafe. A "MEDIA DOT" menu item is highlighted with a red arrow. The main content area displays a "Downloads" list, a "CALENDAR LANSARI" section, and news articles such as "Duke Nukem Forever apare in septembrie?".

## Brief 3 – lansare produs nou

- Obiectiv: incurajarea consumatorilor de a incerca/testa produsul (generate trial)
- Target greu sau scump de atins pe TV (sau alte medii)
- Necesitatea cuantificarii feedback-ului
- Solutie: concurs cu premii (cu distributie offline)
- Avantaj principal: posibilitatea contorizarii impactului prin distributia controlata a mostrelor

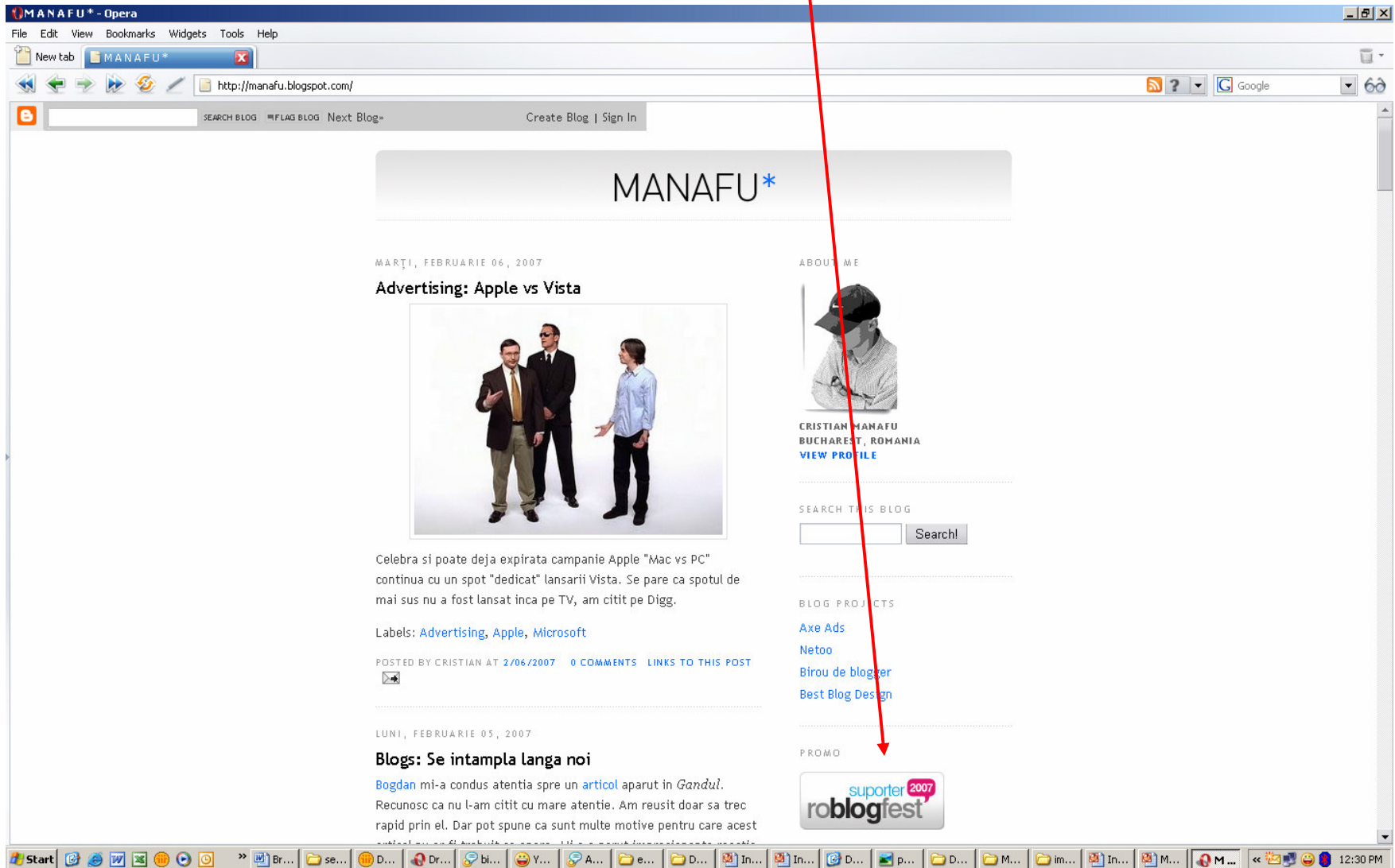


## **Brief 4 – campanie virala de nisa**

- **Se urmareste jalonarea unor puncte de trafic mare, apartinand unor trend-setteri**
- **Solutie: campanie de vizibilitate pe bloguri**
- **Atentie la conotatiile negative si la riscul scaparii componentei virale de sub control.**
- **Avantaj principal: pozitionarea pe nisa segmentului trend-setterilor, care prin word of mouth influenteaza si decizia altor categorii de consumatori.**

# Blogging

## Sponsorizare blog



The screenshot shows a Blogger blog page for 'MANAFU\*'. The browser window title is 'MANAFU\* - Opera'. The address bar shows 'http://manafu.blogspot.com/'. The page content includes a header with the blog name 'MANAFU\*', a date 'MARȚI, FEBRUARIE 06, 2007', and a post titled 'Advertising: Apple vs Vista'. The post features a photo of three men and a short paragraph of text. Below the post, there are labels 'Advertising, Apple, Microsoft', a 'POSTED BY CRISTIAN AT 2/06/2007' line, and a 'LUNI, FEBRUARIE 05, 2007' date. A second post is partially visible with the title 'Blogs: Se intampla langa noi'. On the right side, there is an 'ABOUT ME' section with a profile picture of Cristian Manafu, a 'SEARCH THIS BLOG' search bar, and a 'BLOG PROJECTS' list. At the bottom right, a 'PROMO' section contains a banner for 'suporter 2007 roblogfest'. A red arrow originates from the 'Sponsorizare blog' title and points to this promotional banner.

## Brief 5 – campanie virala agresiva

- Campanie virala
- Targeturi sensibile la componenta ludica
- Solutie: crearea unei “isterii” generale printr-un joc online personalizat cu brandul promovat
- Legatura cu domeniul offline prin distributia premiilor intr-un punct de prezenta fizica a clientului (magazin, retailer etc)
- Extinderea reachului se face printr-o campanie media online de sustinere a jocului
- Avantaj principal: reach marginal mare prin word of mouth
- Posibilitatea contorizarii sesiunilor, a numarului de jucatori, a timpului petrecut pe site

# Jocuri online

## Joc Sponsorizat

The screenshot shows a web browser window displaying the 'Chio Heroes' game page on the 'eJocuri.ro' website. The browser's address bar shows the URL 'http://www.ejocuri.ro/jocuri/chio-heroes/'. The website's header includes navigation links like 'JOACA ONLINE', 'JOCURI PENTRU SITE', 'EXTRA', and 'ACASA', along with a search bar and a 'TRIMITE' button. A red arrow points from the 'Joc Sponsorizat' text to the game's controls. The game itself is a maze game where the player collects 'Chio Snackings' chips. The page also features a 'Jocuri Online' breadcrumb trail, a 'Navigare Rapida' section, and a 'Jocuri de Actiune/Aventura >> Chio Heroes' category. The game's objective and controls are clearly stated, and there are sections for 'JOACA SI ALTE JOCURI' and 'INSTRUCIUNI'.

Chio Heroes pe eJocuri.ro - Opera

File Edit View Bookmarks Widgets Tools Help

New tab Chio Heroes pe eJocuri.ro

http://www.ejocuri.ro/jocuri/chio-heroes/ Images: 0/0 Google

Jocuri Gratis Online | Descarca Jocuri Gratis | Jocuri Gratis pentru Site | Lectii Flash | Miniclip | Wallpapere eJocuri

JOACA ONLINE | JOCURI PENTRU SITE | EXTRA | ACASA

Membri: Parola: TRIMITE Memoreaza datele Creeaza cont gratuit!

Navigare Rapida

Harta Site

Toate Jocurile

Jocuri Online » Jocuri de Actiune/Aventura » Chio Heroes

**CLICK SA JOCI**  
Chio Heroes

**Obiectiv:** Aduna toate chipsurile Chio Snackings de pe strazi si fereste-te de politisti. Daca aduni un chips special (cu stea), ai puterea sa-i trimiti inapoi la sectie castigand puncte. Castigi cate o viata cand depasesti pragurile 10000+, 30000+, 50000+ etc.

**Control:**

Deplasare P Pauza M Sunet Q Meniu

Cerinte: Flash Player 7 sau mai bun (ultima versiune).

**JOACA SI ALTE JOCURI**

Super Fratele MARIUS

EMIGRANTE

DIESEL AND DEATH

DANGEROUS forest

**INSTRUCIUNI**

**Obiectiv:** Aduna toate chipsurile Chio Snackings de pe strazi si fereste-te de politisti. Daca aduni un chips special (cu stea), ai puterea sa-i trimiti inapoi la sectie castigand puncte. Castigi cate o viata cand depasesti pragurile 10000+, 30000+, 50000+ etc.

**Control:** Foloseste tastele sageti pentru a te orienta pe strazi. P - pauza, M - sunet, Q/ESC - revenire meniu

**VOTEAZA JOCLUL** **SPUNE UNUI PRIETEN**

12:29 PM

**Va multumesc!**

**<http://www.dorupanaiteescu.ro>**