

Конференция «Digital Signage – альтернативы нет!»

Нина Лысова

В последнее время в развитых странах происходит стремительный рост рынка современной электронно-интеллектуальной рекламы. В России этот сектор тоже развивается, хотя и не столь быстрыми темпами. Многие российские специалисты уже осознали, что информационные экраны – это не роскошь, а средство эффективного продвижения и быстрого возвращения инвестиций. И немалая заслуга в этом принадлежит ежегодным Международным конференциям «Digital Signage – альтернативы нет!». Третья такая конференция прошла 31 мая в московской гостинице «Рэдиссон Славянская», и в ней приняли участие более 300 специалистов – представителей индустрии Digital Out-of-Home (DOOH) и конечных заказчиков систем Digital Signage из различных сфер. Традиционным организатором мероприятия выступила компания DigiSky. В этом году конференция впервые прошла при поддержке ассоциации OVAB (Out-of-Home Video Advertising Bureau), ее спонсорами стали компании Adissy, Casio, LG, «КРОК», «Ривелти групп», а техническую поддержку оказали компании «СмартСервис» и Sapop.

В фойе перед залом, в котором проходила конференция, была организована зона, где демонстрировались

последние новинки индустрии. Так, компания **LG Electronics** (www.lg.com/ru) представила бесшовную видеостену из LED-дисплеев, в которых реализована технология Shine Out. Высокая яркость таких дисплеев сохраняется даже при дневном освещении, поэтому изображение в витринах, в которых они установлены, прекрасно видно с улицы. Самый большой дисплей в линейке моделей имеет диагональ 72", разрешение 1920×1080, контрастность 500000:1, яркость 700 кд/м² и углы обзора по вертикали и горизонтали 178°.

Компания **DigiSky** (www.digisky.ru) представила решения своих новых партнеров – цифровые рамки I-Display и систему видеоаналитики посетителей Quividi, которая позволяет регистрировать внимание и время пребывания людей у витрины, рассчитывать и анализировать модели потока покупателей, группировать посетителей по половому и возрастному признаку, измерять аудиторию объекта или информационного средства. DigiSky также продемонстрировала популярную технологию 3D-Mapping, организовав показ мод с помощью статичного манекена и проекции на него разнообразных футболок. А украинское отделение компании показало возможности использования систем Digital Signage

в ресторанах – с электронным меню, интегрированным с кассовым аппаратом, установленными перед кассами экранами для клиентов, предлагающими дополнительные блюда.

Компания **Casio** (www.casio-projectors.ru) представила проекторы новой серии Green Slim на основе лазерно-светодиодной технологии, благодаря которой обеспечивается стабильная яркость, низкая стоимость обслуживания и долгий срок службы, что позволяет успешно использовать данные модели для Digital Signage. Casio также продемонстрировала возможности цифрового манекена, виртуального промоутера, интерактивных решений Kinect и Touch Screen, стекловой проекционной системы.

На стенде **Adissy** (www.addissy.ru) были представлены успешно реализованный проект корпоративного ТВ для компании Coca-Cola Hellenic, а также голографические пирамиды и кубы с 3D-контентом, которые могут использоваться в качестве оригинальных решений для презентации новых товаров.

Но из всех мультимедийных технологий, представленных в демонстрационной зоне, самым большим вниманием участников конференции пользовался прозрачный экран **Displair** (www.displair.ru), созданный российскими разработчиками. Изображение, формируемое в воздухе, физически проницаемо и интерактивно. Его основой является воздух с добавлением чистейших капель воды, абсолютно сухих и твердых за счет мельчайшего размера. Датчики внутри устройства и программное обеспечение позволяют точно и быстро считывать каждое касание изображения в пространстве. Касания к воздушному дисплею и перемещения рук оператора считываются набором инфракрасных и оптических принимающих устройств, которые способны различать угловые и линейные перемещения и их скорость с задержкой не более 0,2 с. Displair состоит из устройства, создающего воздушный экран, системы Multi-Touch, проектора и компьютера с оригинальным ПО. За час Displair потребляет 1,5 л



На конференции



Участники конференции перед экраном Displair

воды, он совместим с компьютерами на базе ОС Windows 7. Специальная технология цветокоррекции проецируемого изображения позволяет делать изображение ярким и контрастным в любых условиях, а технология двойной аэродинамической поддержки воздушного потока с изображением делает экран Displair устойчивым к ветру и внешнему вмешательству.

Свои решения продемонстрировала также компания **Canon** (www.canon.ru).

представившая новые проекторы линейки XEED, в том числе две новые модели WX6000 и SX6000 яркостью 5,7 и 6,0 тыс. лм соответственно, и «КРОК» (www.croc.ru), которая рассказывала о наиболее интересных проектах по оснащению конференц-залов и ситуационных центров интеллектуальными медиа-системами.

В докладах, прозвучавших на конференции, обсуждались тенденции индустрии Digital Signage, новые возможности и преимущества профессионального оборудования. Флорин Ротберг (OVAB) рассказал о новинках европейского рынка. Тенденции в области DOOH на российском рынке проанализировал Николай Алаев (DigiSky). Виктор Коробко (DigiSky, Украина)

рассмотрел те преимущества, которые дает использование систем Digital Signage в ресторанах, а Павел Почтеннов («КРОК») говорил о возможностях, которые открывают технологии дополненной реальности и 3D.

Род Уордл (Yesco Electronics), Кай Тайслер (Stroeer Digital Media) и Наталья Бозм (Scala), представители компаний, которые занимают в мире лидирующие позиции в области DOOH, в своих выступлениях рассказали о том, как цифровые технологии помогают привлекать внимание клиента и донести информацию до целевой аудитории.

Григорий Рабинович (Subway) и Ольга Нарожная (COLIN'S) поделились опытом использования систем Digital Signage в ресторанах и магазинах модной одежды, а также рассказали о проблемах, с которыми они столкнулись. Виктор Леоничев (LG Electronics) говорил о преимуществах применения профессиональных дисплеев и их особенностях, Оливье Дюизабо (Quividi) – о том, что использование данных, полученных с помощью систем видеоаналитики, позволяет значительно увеличить продажи. Дмитрий Богданов («Ривелти групп») подчеркнул важную роль контента в системах Digital Signage и рассказал, как сделать его интересным и эффективным.

Итог конференции подвел Владимир Козлов (DigiSky), который отметил, что технология Digital Signage все уверенней входит во все сферы нашей жизни, пожелал участникам удачных проектов и пригласил их рассказать о своих успехах в следующем году. ▶



Флорин Ротберг



Владимир Козлов (слева) и Род Уордл