

by David Nathan

Affichage | mercredi, 13 juin 2007

Des affiches sensibles à la chaleur

Une campagne pour les vins californiens [Leaping Horse](#) utilisera des affiches intelligentes afin d'adapter son message en fonction de la température extérieure.

La société torontoise [Outdoor Broadcast Network](#) (OBN) a mis son savoir-faire technologique au service de cette opération qui se déroulera à Toronto, Hamilton et Cambridge dès la semaine prochaine. OBN a fourni des panneaux numériques capables de changer leur message de façon autonome.

Ainsi, quand le thermomètre franchit les 20 degrés Celsius, les passants pourront voir une vidéo vantant un Chardonnay blanc. En revanche, un Merlot rouge sera mis en valeur dès que la température sera inférieure à 20 degrés. Cette "température-seuil" est programmable en fonction des besoins de l'annonceur.

"C'est précisément la grande force de ces panneaux vidéo, explique **Peter Irwin**, président d'ONB. Ils permettent de fournir le bon message à la bonne personne, au bon moment".

Posters sensitive to heat

A campaign for the Californian wines Leaping Horse will use intelligent posters in order to adapt its message according to the outside temperature.

The Toronto-native company Outdoor Broadcast Network (OBN) put its technological know-how at the service of this operation which will proceed in Toronto, Hamilton and Cambridge as of the next week. OBN provided numerical panels able to change their message in an autonomous way.

Thus, when the thermometer crosses the 20 degrees Celsius, the passers by will be able to see a video praising white Chardonnay. On the other hand, red Merlot will be emphasized as soon as the temperature is lower than 20 degrees. This "temperature-threshold" is programmable according to the needs for the advertiser.

"It is precisely the great force of these video panels, explains Peter Irwin, president of ONB. They make it possible to provide the right message to the right person, at the right moment.