

HORIZON
2020

Accelerating innovative augmented reality broadcast applications through new industrial camera design

Wyniki w skrócie

Kamera rzeczywistości rozszerzonej łączy marki z lokalnymi widzami globalnych transmisji sportowych

Zastępowanie treści billboardów przy pomocy rozwiązań cyfrowych zmienia możliwości sponsoringu i reklamy dostępne w trakcie transmisji wydarzeń sportowych. W ramach jednej z unijnych inicjatyw powstał system kamer, który pomaga przekształcić tradycyjne reklamy prezentowane w czasie wydarzenia w zaawansowane cyfrowe produkty medialne.



GOSPODARKA
CYFROWA



© Lassi Toivonen

Koordynująca projekt firma [Supponor](#), będąca liderem fińskiego rynku działającym w nowo powstałej branży rozwiązań cyfrowych pozwalających na zastępowanie transmitowanych treści i reklam prezentowanych w czasie wydarzeń dzięki rzeczywistości rozszerzonej (AR), poświęciła wiele lat na opracowanie, przetestowanie i komercyjne wdrożenie swojej przełomowej technologii cyfrowej zastępującej treści prezentowane na billboardach, nazywanej DBRLive. Opóźnienie w realizacji założeń

wynikło z poziomu innowacyjności i złożoności rozwiązania, niosących za sobą przeszkody, które należało pokonać w celu wprowadzenia nowego produktu na rynek. „Rozwiązanie DBRLive to prawdziwy przełom, jakiego oczekiwali

przedstawiciele branży”, twierdzi Lassi Toivonen, koordynator finansowanego przez Unię Europejską projektu DBRLive i główny naukowiec firmy Supponor.

Wprowadzanie innowacyjnych zastosowań rzeczywistości rozszerzonej w transmisjach sportowych

Rozwiązanie DBRLive zastępuje cyfrowo reklamy na billboardach prezentowanych w czasie transmisji sportowych na żywo. Ponadto pozwala na dostosowanie treści reklamowych na potrzeby różnych transmisji tego samego wydarzenia sportowego, aby umożliwić w ten sposób dotarcie do zróżnicowanych grup odbiorców na całym świecie. W przypadku tradycyjnych, fizycznych reklam, gracze, piłka oraz inne obiekty mogą zasłaniać treści, natomiast rozwiązanie DBRLive jest w stanie renderować idealne obrazy w czasie rzeczywistym. „Możemy docierać do widzów, wykorzystując ich języki ojczyste, i dostosowywać komunikaty do różnych pór dnia lub pór roku, co oznacza, że marki będą w stanie zawsze trafić do swoich odbiorców docelowych”, wyjaśnia Toivonen.

Najważniejszym elementem rozwiązania jest system kamer umożliwiający rejestrowanie rzeczywistych obrazów i gromadzenie danych wymaganych na potrzeby rzeczywistości rozszerzonej, między innymi w celu osadzania wirtualnych elementów graficznych. System wykorzystuje kamery na bliską podczerwień w celu identyfikacji billboardów, na których będą wyświetlane reklamy w czasie transmisji.

Prace realizowane w ramach projektu DBRLive stanowiły podwaliny pod opracowanie nowatorskiej, zintegrowanej kamery wykorzystującej rzeczywistość rozszerzoną, która „umożliwi tworzenie i wykorzystanie złożonych elementów AR w branży transmisji przy zapewnieniu odpowiedniej skali, w dużo niższej cenie, niż jest to obecnie możliwe”, wyjaśnia Toivonen.

Partnerom skupionym wokół projektu udało się uprościć, zminiaturyzować i przeskalować opracowany system kamer. Dzięki tym działaniom udało im się poprawić rozdzielczość, zakres dynamiki oraz czułość obrazowania przy pomocy podczerwieni bliskiej, uprościć proces kalibracji obrazowania w podczerwieni podczas konfiguracji przed rozpoczęciem meczu, a także zaoferować obsługę rozdzielczości 4K oraz rozwiązań na potrzeby telewizji. Lepsza jakość oznacza lepsze maskowanie, śledzenie i możliwości produkcji treści na potrzeby wyświetlania na ekranach 4K.

Uwolnienie potencjału reklamy w czasie globalnych wydarzeń sportowych

Dzięki zmianom, rozwiązanie DBRLive stało się łatwiejsze w obsłudze, co oznacza, że firma Supponor nie musi już wysyłać swoich pracowników na stadiony w czasie meczów, a to z kolei przekłada się na zmniejszenie kosztów operacyjnych spółki. Po odpowiednim przeszkoleniu, klienci mogą samodzielnie obsługiwać system kamer (telewizyjnych oraz bliskiej podczerwieni) ze zdalną pomocą firmy Supponor.

Nowe rozwiązanie przyniesie korzyści wielu użytkownikom końcowym. Posiadacze praw do wydarzeń sportowych mogą zwiększyć przychody z istniejącej przestrzeni reklamowej, wprowadzając przy tym nowe, bardziej wartościowe modele reklamowe i komercyjne oparte na sponsoringu. Rozwiązanie otwiera także nowe możliwości przed sponsorami wydarzeń. Reklamodawcy będą dzięki niemu w stanie dopasowywać przekaz reklamowy do widzów w poszczególnych regionach i miejscach, dostosować reklamy do rynków docelowych i oferować je w wielu językach, zminimalizować przerwy w czasie transmisji oraz skutecznie spełniać wymogi prawne. Globalne spółki oferujące szereg produktów mogą prezentować różnorodne marki na różnych rynkach. Także nadawcy mogą czerpać korzyści z rozwiązania dzięki zwiększeniu ogólnej wartości praw do transmisji wraz z uzyskaniem prawa do sprzedaży rozwiązania DBRLive oraz odsprzedaży przestrzeni reklamowych partnerom handlowym.

Przed rozpoczęciem produkcji rozwiązanie przejdzie jeszcze szereg zmian. Wykorzystywane układy optyczne zostaną wymienione na nowe, spełniające wymagania standardu 4K, podobnie jak kamery bliskiej podczerwieni, które teraz będą charakteryzowały się wyższą rozdzielczością i większą czułością.

„Rozwiązanie DBRLive rewolucjonizuje branżę reklam dla masowej publiczności, umożliwiając wirtualne dostosowywanie przekazu do oglądających je widzów, co pozwala na zwiększenie jego skuteczności. Dzięki możliwości prezentowania widzom na całym świecie zlokalizowanych reklam dopasowanych do rynków docelowych, rozwiązanie otwiera nowy świat możliwości kreatywnych i komercyjnych”, wyjaśnia Toivonen.

Słowa kluczowe

DBRLive, reklama, kamera, marka, sport, billboard, AR, rzeczywistość rozszerzona, cyfrowe zastępowanie treści billboardów, transmisje sportowe

Znajdź inne artykuły w tej samej dziedzinie zastosowania



Technologie zbliżeniowe odtwarzające dotyk



W jaki sposób technologia 5G może zmienić transport?



DETECTOR: broń przeciwko pasażerom na gapę



Nowatorskie okulary łączą śledzenie oczu z funkcjami wyświetlania obiektów rzeczywistości rozszerzonej i mieszanej



Informacje na temat projektu

DBRLive

Finansowanie w ramach

Identyfikator umowy o grant: 673682

Strona internetowa projektu 

DOI

[10.3030/673682](https://doi.org/10.3030/673682) 

Projekt został zamknięty

Data podpisania przez KE

23 Maja 2015

Data rozpoczęcia

1 Czerwca 2015

Data zakończenia

30 Kwietnia 2019

INDUSTRIAL LEADERSHIP - Leadership in
enabling and industrial technologies - Information
and Communication Technologies (ICT)

Koszt całkowity

€ 1 725 000,00

Wkład UE

€ 1 207 500,00

Koordynowany przez
SUPPONOR OY

 Finland

Ostatnia aktualizacja: 13 Września 2019

Permalink: <https://cordis.europa.eu/article/id/386899-augmented-reality-camera-connects-brands-to-local-audiences-via-global-sports-viewing/pl>

European Union, 2025