vinetur

Dinio arranca su piloto europeo en mesas de bares y restaurantes

Dos grandes marcas prueban anuncios digitales en un soporte de tinta electrónica

lunes 27 de abril de 2026

Adversign Media GmbH ha puesto en marcha el piloto europeo de Dinio, un soporte de tinta electrónica en color que sustituye al tent card impreso y se coloca de forma permanente delante del cliente mientras decide qué pedir. El proyecto ha comenzado en abril en bares, restaurantes y hoteles, con la gestión de todos los contenidos desde un único panel de control.

La compañía ha comunicado que dos grandes empresas internacionales ya están ejecutando campañas publicitarias digitales en estos dispositivos instalados sobre las mesas. Se trata de un grupo mundial de bebidas espirituosas y vino y de una marca líder de alimentación y bebidas, que figuran entre las primeras en sumarse a esta fase de prueba en la Unión Europea.

El sistema está pensado para integrarse en el servicio de sala y ofrecer a los operadores una herramienta centralizada para actualizar mensajes, promociones o campañas sin necesidad de sustituir soportes físicos. Según la información remitida, el dispositivo permanece en la mesa durante la estancia del cliente y acompaña el momento en el que se elige el pedido.

Adversign Media presenta Dinio como una solución orientada a establecimientos de hostelería que buscan un soporte digital en el punto de consumo. La empresa no ha detallado en el mensaje el número de locales participantes ni la duración prevista del piloto, pero sí ha subrayado que la iniciativa ya cuenta con marcas de alcance

internacional entre sus primeros anunciantes.

La propuesta se enmarca en la búsqueda de nuevos formatos publicitarios dentro de bares y restaurantes, un terreno en el que la mesa se convierte en un espacio de comunicación directa con el cliente. En este caso, el soporte sustituye al material impreso habitual y permite que el contenido se gestione de forma remota desde una sola plataforma.

El piloto se desarrolla también en hoteles, además de en bares y restaurantes, y abre una vía para que los establecimientos centralicen la actualización de sus mensajes comerciales. La compañía ha ofrecido ampliar la información con una nota de prensa, aunque en el correo enviado no ha incluido más detalles técnicos ni comerciales sobre el funcionamiento del sistema.