

# T V K E Y

327

**48° KEY AWARD:  
I WINNER**

**SPOT DA NON PERDERE:  
ENERGICA DI TOGNANA**

**PIATTAFORMA HULU:  
I VIRTUAL REALITY SHOW**

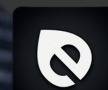
REAL TIME LEADER NEI FILM CORPORATE

Media Key srl, Via Arcivescovo Romilli, 20/8 - 20139 Milano - www.mediakey.tv

**MATTEO  
VOLPI**

**IVO  
VOLPI**

# REAL TIME LEADER NEI FILM CORPORATE



e-dicola

Disponibile su  
App Store

Available on the  
Play Store

T V K E Y

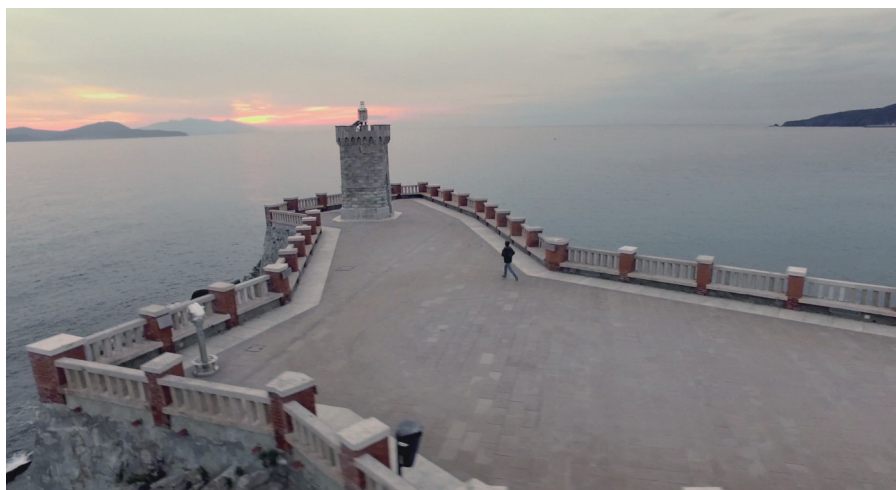
ATTIVA DA OLTRE VENTI ANNI, REAL TIME COPRE OGNI AMBITO DELLA COMUNICAZIONE: DALLA CREATIVITÀ ALLA PRODUZIONE, DALLA POST PRODUZIONE AL 3D STEREOSCOPICO SINO AI FILMATI 360° E AI VIDEO PER IL WEB. PER NON DIRE DEI FILMATI CORPORATE CHE NEGLI ULTIMI ANNI STANNO DANDO PARTICOLARE SODDISFAZIONE ALLA SOCIETÀ GUIDATA DA IVO VOLPI.

# REAL TIME: EMOZIONARE CON I FILM AZIENDALI

**Passione e impegno guidano da sempre il lavoro di Real Time, qualsiasi sia il cliente o il budget a disposizione.** Della società, vincitrice al 48° Key Award nella categoria Filmati industriali, parlano il CEO e socio fondatore Ivo Volpi e il Regista e socio fondatore Matteo Volpi.

**Tv Key:** *Real Time sta veleggiando verso i vent'anni di attività. Quali le tappe più significative dello sviluppo e dell'evoluzione della vostra società che oggi è leader italiana nelle produzioni dei film corporate?*

**Ivo Volpi:** Dopo vent'anni, step by step, siamo riusciti a implementare la società con tutti i dipartimenti video necessari a coprire internamente ogni ambito del nostro settore, dalla creatività alla produzione, dalla post produzione al 3D stereoscopico, dai filmati 360° al dipartimento web video oriented indispensabile per completare un prodotto sempre più orientato verso il mondo internet. Il passo predominante è stato quello di puntare tantissimo negli ultimi anni sulla sfera dei film corporate, aziendali o istituzionali che dir si voglia. Infatti, producendo già per la fascia pubblicitaria, abbiamo iniziato a utilizzare le stesse attrezzature e le figure lavorative di fascia alta anche per situazioni aziendali; film che ai tempi venivano considerati lavori di fascia inferiore per i quali le aziende stanziavano budget minori. L'arrivo del web, ma soprattutto l'avvento della velocità di banda sempre più elevata, ha permesso a tutte le aziende (piccole, medie e grandi) di divul-



**Dall'alto**, un frame del film 'Fincantieri film Corporate 16' e 'Ferrero MPG film Corporate' vincitore del Key Award 2016.

gare la propria immagine corporate nel mondo a costi modici; cosa prima destinata solo alle big spender attraverso gli onerosi media storici. Le aziende hanno quindi colto l'opportunità di offrirsi al mondo con una 'brochure visiva', il video corporate, che presto, in alcune tipologie di settore, prenderà direttamente il posto del classico sito web corporate. Perché in un futuro prossimo il web sarà fatto

principalmente da video interattivi. Solo nel 2016 abbiamo prodotto 34 film aziendali corporate, fra i quali spiccano quello di Fincantieri, anche in versione 3D stereoscopica, e quello di Ferrero MPG. Quest'ultimo, ci ha permesso di vincere per il secondo anno consecutivo, 2015 e 2016, il Key Award come miglior film corporate italiano. In questi ambiti, gli altri clienti di una certa rilevanza sono: Ma-

pei, con cui si è creato un rapporto che ritengo più di partnership che cliente/fornitore; Warner Bros., con cui lavoriamo da 18 anni e verso cui abbiamo una particolare gratitudine per essere stata, in un certo senso, la nostra mentore. Oltre ai sopra citati, come anche Saipem, Costa Crociere, Generali, etc..., abbiamo molte piccole e medie aziende che, come ripeto sempre, saranno le big spender del futuro, ed è per noi una scommessa stimolante poter pianificare un processo strategico di comunica-



zione a volte direttamente con i titolari, i nuovi commendatori di una volta che vogliono partecipare personalmente a tutte le evoluzioni della loro azienda. Una soddisfazione diversa, rispetto alle multinazionali con i suoi pro e contro, ma sicuramente più umana. E per Real Time il lato umano delle cose è sempre stato ciò che ci ha contraddistinto sin dalle origini... chi ci conosce lo sa.

Probabilmente chi entra in contatto con noi comprende subito la nostra metodologia di lavoro e la nostra passione per questo mondo, ed è per questo motivo che sia piccole aziende sia multinazionali si affidano a noi per le loro esigenze di comunicazione. Real Time non fa distinzioni tra le diverse tipologie di clienti, ci mette sempre con passione lo stesso impegno e lo stesso tipo di contributo (effort) a livello qualitativo e creativo: le piccole aziende di oggi possono essere le grandi di domani, e lavorare in team e crescere insieme è stimolante e coinvolgente.

**Tv Key:** Quali caratteristiche di Real Time le hanno permesso di superare le diverse crisi economiche e di mercato che ha trovato sul suo percorso?

**Matteo Volpi:** Sicuramente il rap-



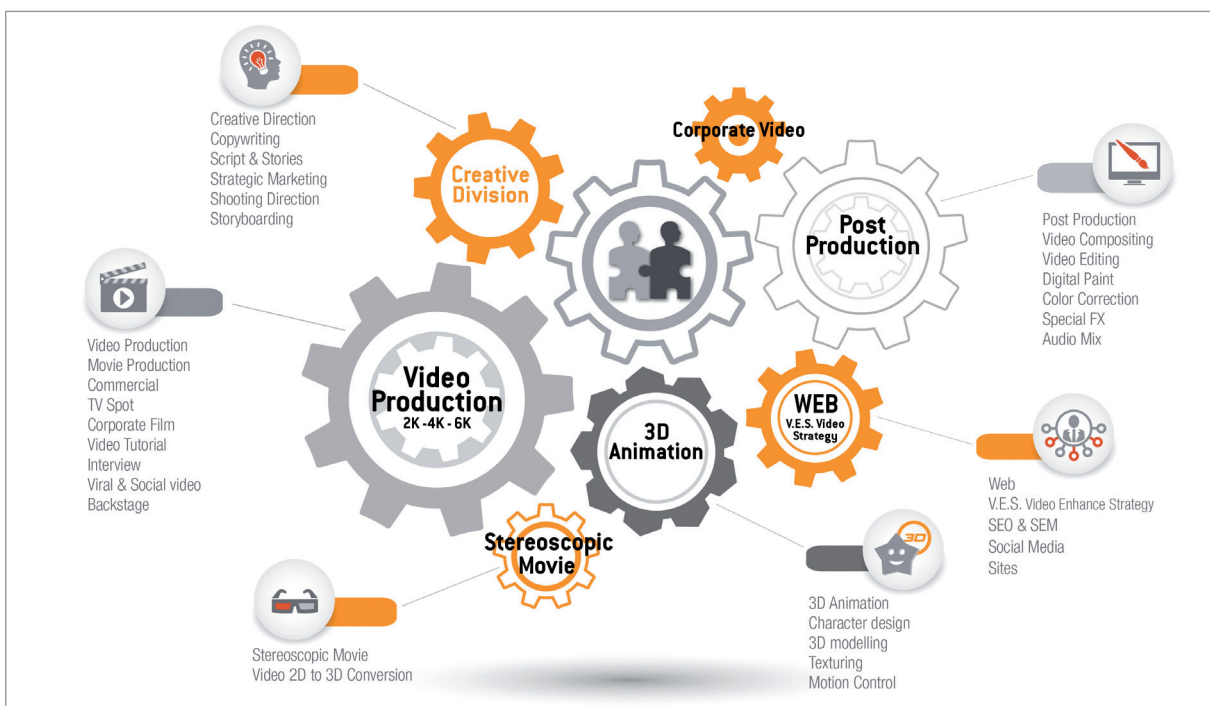
Sopra, la foto di premiazione al 48° Key Award. Sotto, i servizi integrati di Real Time.

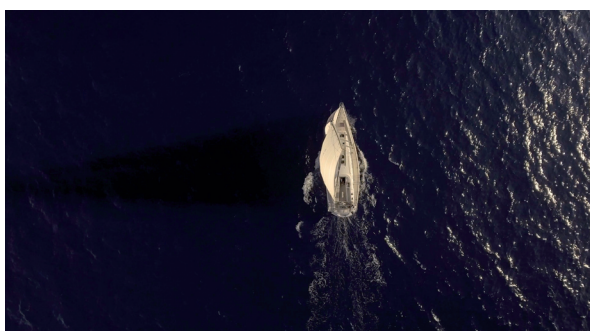
porto qualità prezzo del nostro prodotto. Anzi direi meglio, la qualità al 'giusto prezzo'. Video curati e seguiti nei minimi particolari, dietro ai quali c'è sempre un pensiero... un qualcosa che fa la differenza... quel particolare che ti lascia un piacere nel guardare e un ricordo dopo averlo visto. Mi viene in mente che spesso, al primo incontro, il cliente arriva con esempi di film di loro competitor che vorrebbero prendere come riferimento. Li blocciamo sul nascere e gli diciamo... 'noi non copiamo!' quegli esempi non voglia-

mo neanche vederli... perché sarà il prodotto che faremo per te a fare tendenza e saranno gli altri a copiarci. Osare, è sempre stato alla base della nostra filosofia e perché no... del nostro piccolo successo. Tirare sempre fuori idee nuove e soprattutto emotività anche nelle realtà meno probabili. Siamo nati giocando con le metafore e ogni azienda o prodotto ha una sua realtà soggettiva e sempre diversa; bisogna solo osservarla dal lato giusto e vedrai che, anche la più banale, ha un'anima da scoprire. Quest'anima è ciò

che noi dobbiamo trovare e, con la nostra capacità, convertire in video. Solo riuscendo a esprimere la realtà di un'azienda, con l'emozione che i loro clienti vogliono vedere, solo allora, potremo dire di essere riusciti.

**Tv Key:** Di questi tempi, molti cercano di allargare gli orizzonti della propria attività. Agenzie che fanno anche la produzione, concessionarie che con lo sviluppo del Branded Entertainment fanno sia da agenzia sia da casa di produzione. Case di produzione che fanno anche da agenzia creativa. Voi cosa ne pensate di questa situazione? Anche i vostri





**In alto**, un frame del film 'Finproject Film Corporate' vincitore del Key Award 2015. **Sopra**, a sinistra, un frame di uno dei vari film 'Le Generali', a destra, Fluidotech film Corporate vincitore premio Camera di Commercio 2016 alla Scala di Milano. **A sinistra**, 'Osculati film Corporate 2016'. **In basso**, Matteo Volpi segue la regia sul set del film Fincantieri 3D Stereo.

*orizzonti non si fermano solo alla produzione?*

**Ivo Volpi:** Più di dieci anni fa producevamo filmati per grosse agenzie internazionali che, a loro volta, li rivendevano al loro cliente con mark up discutibili. Mi ricordo di un caso in particolare, nel 2007, quando un filmato da noi prodotto a un costo di 29mila euro fu rivenduto a un loro cliente, nota azienda italiana, a 107mila euro... con un valore aggiunto intermedio approssimativo nullo. Sì, forse l'apporto di un account che sarà venuta tre volte a controllare cosa stavamo facendo. Una politica commerciale di questo tipo, che durava da decenni, non poteva proseguire in un momento come questo. La crisi paradossalmente ha riportato un equilibrio, ha sradicato i vecchi sche-

mi. I buyer di tutte le aziende, soprattutto medie e grandi, sono stati incaricati di tagliare, tagliare e tagliare...ed ecco che i legami storici tra agenzie e clienti hanno iniziato a vacillare. Le grosse aziende hanno aperto gli occhi e si sono quindi create il loro dipartimento creativo interno o hanno usufruito di società come la nostra che erano sempre state l'ultima catena della filiera. A nostra volta, noi 'muratoro', fino a quel momento meri esecutori finali, ci siamo attrezzati con i reparti di creatività per completare il cerchio e offrire al cliente un prodotto sviluppato totalmente interno con costi non gonfiati da subappalti o altro. Con la crisi del mercato e degli investimenti pubblicitari, l'evoluzione della struttura di Real Time si è rapidamente con-

figurata come entità completa e autonoma sotto tutti i punti di vista, un'armata agguerrita e tenace che vuole rivolgersi sempre più ai propri clienti offrendo un servizio di comunicazione a 360, chiavi in mano: dal marketing applicato alla comunicazione visiva, dalla creatività alla produzione, dalla post pro-

duzione sino all'eventuale pianificazione media.

**Tv Key:** *Per le strutture come la vostra la tecnologia richiede investimenti cospicui. Che apparecchiature avete acquisito per stare al passo con i tempi?*

**Ivo Volpi:** 'In cosa investire e quanto?' È una delle domande





cruciali che si pongono più spesso tutti gli imprenditori che vogliono sapere se i loro soldi frutteranno o no, ed è, in tutta evidenza, una domanda cruciale a cui nessuno, senza palla di vetro, può rispondere con certezza. Un aspetto rilevante del nostro settore riguarda il periodo di tempo necessario per riprendersi i soldi investiti. In un'era tecnologica in cui ciò che acquisti oggi è già vecchio, capite bene, visto anche il costo di certe strumentazioni, che è facile prendersi cantonate; ed ancor più rischioso quando si investe in tecnologie di sviluppi futuri come abbiamo fatto nel 2005 per i video 3D stereoscopici. Naso, analisi dell'investimento e fortuna, sono sicuramente le tre fasi chiave per una strategia di investimento verso cui noi abbiamo sempre destinato da vent'anni tutti gli utili societari.

**Tv Key:** *Che atteggiamento ha Real Time nei confronti del web?*

**Matteo Volpi:** Quando parlo di comunicazione video a 360 gradi è perché, al giorno d'oggi, ogni forma di comunicazione deve partire con un pensiero strutturato alla base, che sappia tenere in considerazione da subito tutte le forme di 'propagazione' della propria immagine video che spazia dal web/social, corporate, tv, ecc... A tal proposito, in Real Time, su un totale di circa quindici persone che ruotano intorno alla creatività, produzione e post produzione, quattro sono specifiche solo per il web, andando a completare l'esigenza dei nostri clienti di veicolare al meglio il prodotto principale (video) verso tutte le ramificazioni di divulgazione web (sito, portali, social, campagne digital, digital adv, etc...)

**Tv Key:** *Come mai il regista di tutte le produzioni premiate, Matteo Volpi, oltre che per le sue capacità, è noto anche per rimanere sempre nell'ombra?*

**Ivo Volpi:** Matteo è il regista del 90% delle produzioni Real Time nazionali e internazionali ef-



Sopra, 'Alfagomma film Corporate 2016' e un frame dello spot CRM. Sotto, un frame di 'Sixthcontinent' e 'Vulcano'.

fettuate in 27 nazioni del mondo. Si è specializzato venti anni fa affiancandosi ai migliori registi e direttori della fotografia. Chi conosce Matteo sa che è un perfezionista esasperante con una personalità schiva, un po' asociale. Lui è quella tipologia di persona il cui lavoro è la sua

vita e che mette sempre al primo posto la qualità del prodotto che realizza, anche se il costo di produzione supera il budget stabilito... e io urlo. Le sue parole sono sempre: 'Non me ne frega di guadagnare, lo voglio fare come dico io'... e io urlo ancora. Lui è la garanzia di un pro-



dotto di qualità. A parte questo, abbiamo anche altri registi che, in funzione dell'esigenze, collaborano con noi.

**Tv Key:** *Visto che in Italia avete incontrato un buon successo malgrado la crisi, cosa state facendo per i mercati esteri?*

**Ivo Volpi:** Ci siamo spinti tre anni fa verso i mercati arabi, in particolare a Dubai, ma è una cultura in cui il concetto di qualità è troppo differente dal nostro e abbiamo preferito aspettare. È un posto in cui la creatività è quasi considerata un tot al chilo, dove, o fai cose al limite del kitsch o non sei considerato. Abbiamo preferito espanderci in Svizzera e in Inghilterra con risultati molto buoni, sono diversi i clienti esteri acquisiti ad esempio in Canton Ticino, come la farmaceutica Ginsana.

**Tv Key:** *Come pensate di chiudere il 2016?*

**Ivo Volpi:** Il 2016 chiude con un 20% in più. Un anno faticoso ma pieno di soddisfazioni. Un anno che ci ha permesso finalmente di affermarci leader, per la seconda volta consecutiva, nella nicchia dei filmati corporate. Una grande soddisfazione.

**Tv Key:** *Cosa c'è nel futuro di Real Time?*

**Matteo Volpi:** A parte fatturati, strategie e robe varie... spero onestamente che nel futuro di Real Time ci sia sempre quell'umiltà e semplicità con cui siamo nati e per cui ci conoscono.