



■ **REAL TIME** PRIMO BILANCIO CON I VERTICI DELL'AGENZIA DOPO CINQUE MESI DI ATTIVITÀ

Un passo più avanti

Cercare quello che ancora non c'è. E applicarlo al panorama italiano della comunicazione. Da dieci anni

di **Daniele Bologna**

C'era un tempo in cui era una giovane agenzia. Ciò che entusiasmava era soprattutto l'innovazione. I fondatori, i fratelli Matteo e Ivo Volpi, pensavano alla frontiera più avanzata della comunicazione, oltre la quale si gioca la partita del futuro. L'idea di lanciarsi nella difficile sfida di tenere insieme risorse tecnologiche e creatività, molteplicità delle soluzioni mediatiche e cultura imprenditoriale ha fatto strada. L'anno prossimo **Real Time** compirà dieci anni. Fondata nel 1997, ha fatto della capacità di affrontare da diverse prospettive le necessità di comunicazione aziendali la propria risorsa fondamentale.

Oggi, quasi a metà di un impegnativo 2006, in casa **Real Time** si fa un primo bilancio sulla stagione in corso. E incontrando i vertici della struttura milanese, si intuisce subito che la dinamicità rimane un elemento caratterizzante, sempre agganciata alla volontà di stare un passo avanti agli altri, di cercare la soluzione più all'avanguardia. «Cerchiamo sempre di capire dove investire, in quale direzione procedere per garantire le migliori possibilità presenti sul mercato da sfruttare in chiave di comunicazione - spiega Ivo Volpi -. In questa direzione rappresentiamo una realtà uni-

ca ed originale nel panorama italiano». Volpi si riferisce all'eccellente professionalità maturata nel tempo all'interno dell'agenzia. A fianco della naturale predisposizione per realizzare progetti di diversa natura e utilizzo, grazie ad una struttura dalla spiccata formazione professionale e con il supporto di hardware e software avanzati, l'approccio di **Real Time** consente da sempre elevati standard di post-produzione di spot televisivi, realizzazione di filmati corporate, implementazione del 3D nelle diverse discipline. E non solo. Nella gamma attuale della produzione c'è ampio spazio per l'area internet, dove **Real Time** arriva a garantire la funzione di provider, assicurando in questo modo alla parte creativa, grafica e contenutistica la delicata fase gestionale. E una menzione a parte merita la *character animation*, ovvero la possibilità di animare in modo straordinariamente realistico figure umane di natura sintetica. Grande realismo e spettacolarità: così, l'intervento di **Real Time** trasforma una convention aziendale in un meeting multimediale, dove una semplice presentazione riesce ad assumere elementi distintivi e attraenti, con un impatto sulla platea effettivamente più elevato rispetto agli standard consueti. Spiega **Daria Cappato**, executive producer di vasta esperienza entrata al fianco dei fondatori da circa due anni: «Stiamo procedendo su due strade parallele: da una parte la produzione di visual ad alto *appeal* tecnologico, dall'altra l'attività di team building, strutturate in modo tale da far sviluppare ai membri di un gruppo di lavoro quelle capacità e caratteristiche necessarie a renderli un team davve-

Multidisciplinari oltre i confini

Nella foto sopra, l'ironica rivisitazione di un'immagine entrata nel mito: da sinistra, Daria Cappato, Andrea Volpi e Ivo Volpi, i tre soci che conducono Real Time. L'agenzia milanese è impegnata nel settore più all'avanguardia della comunicazione, dove tecnologia e creatività si fondono per produrre le soluzioni più efficaci al servizio delle aziende

ro coeso, unito e proiettato verso il raggiungimento del successo dell'azienda». Grandi congressi medici - tra cui l'appuntamento biennale dell'associazione europea dei chirurghi estetici celebrato di recente a Salsomaggiore e la convention di inizio anno di **Innova Pharma** - hanno visto la conferma del prezioso contributo tecnologico e creativo di **Real Time**. Del resto, la collaborazione dell'agenzia con le aziende clienti si muove su alti indici di fiducia. «Praticamente tutti i clienti si confermano anno dopo anno, è successo anche tra il 2005 e il 2006», sottolinea Ivo Volpi. Un segnale chiaro della partnership consenziale che la società riesce a costruire con i propri interlocutori. Tra questi, senz'altro, emerge il gruppo **Warner**. «Tutto il loro mondo internet - dice ancora Volpi - viene creato e gestito da noi, con la supervisione dell'esperto art director **Fabio Mereghetti**. E' un universo veramente ampio, che afferma la funzionalità versatile di **Real Time**, cui fa capo anche tutta l'attività di comunicazione nel settore dell'home video della stessa **Warner**. «Internet è cresciuto moltissimo nel nostro novero di attività - commenta Volpi -. L'importante, per noi, è mantenere questa tendenza a scoprire nuovi filoni d'innovazione. In questo senso ci appare imprescindibile differenziarci in un mercato dove la presenza di tanti operatori produce un effetto di omogeneità nell'offerta». «Nel nostro Dna - aggiunge **Daria Cappato** - c'è la voglia di scoprire, di trovare sempre l'elemento di novità. Investigare il mercato statunitense e quello britannico, i più prolifici di novità, per noi è decisivo. Cerchiamo e poi offriamo... quello che ancora non c'è». Con il produttore inglese **Nigel Shepherd**, uomo di fiducia della **BBC**, **Real Time** sta portando avanti un importante filone di collaborazione. E con altri partner internazionali l'obiettivo è il medesimo: garantire alle aziende possibilità di comunicazione avanzate, studiare quello che potrebbe essere e ancora non è. Il traguardo è farlo diventare realtà al servizio della comunicazione d'impresa. Ecco, allora, la sperimentazione nell'utilizzo della stereoscopia, concretizzabile nella percezione del rilievo di un oggetto che si ha in conse-

Tutti i servizi dell'universo Real Time

- Animazione e grafica 3D
- Character animation
- Iperstereoscopia
- Special effects
- Editing video analogico e digitale
- Editing audio
- Compositing video
- Costruzione interfacce grafiche animate
- Visualizzazioni 360° - QuickTimeVR Pano e IPIX
- Web
- Gestione database



guenza della visione binoculare. Oppure l'applicazione nel **remote advertising**, secondo un brevetto di proprietà **Real Time**, la cui commercializzazione è stata affidata alla **Cartotec** di Modena. In pratica, attraverso il cosiddetto RAD si aggiornano a distanza pannelli informativi di efficace impatto visivo, senza dispersione e con grandi potenzialità di utilizzo. O ancora il 3D da utilizzare per scopi architettonici, a fianco di tecniche di post produzione in grado di animare gli spot. Opzione, quest'ultima, per ora visibile solo attraverso particolari monitor televisivi, ancora un po' costosi in termini consumer, ma pronti ad entrare sul mercato partendo dal fronte business. Una strada tracciata, insomma, che permette a **Real Time** a proporsi come un'agenzia interdisciplinare, molto forte sul piano dell'innovazione tecnologica ma in prima linea su tanti altri fronti, grazie alla contaminazione con attività più classiche nel campo delle realizzazioni digitali. Per la pubblicità, gli eventi, la tv. Per migliorare, in generale, la comunicazione: questa, forse, è la definizione più semplice per sintetizzare un bagaglio professionale sempre più ricco. Intanto, il fatturato cresce. «E' raddoppiato nel 2005 sull'anno prima», conclude Volpi.

Dalla post produzione a internet: Real Time si muove a 360 gradi

Nelle immagini qui a fianco, dall'alto: un frame tratto dal dvd del film di Tim Burton "La fabbrica di cioccolato", portato al successo anche dall'ottima interpretazione di Johnny Depp; un frammento dal film in 3D di carattere istituzionale realizzato per il gruppo Innova Pharma; un altro frame estratto dallo spot di Universal lanciato per supportare la commercializzazione del cd di Jack Johnson