

■ MULTIMEDIALITÀ ANCHE LA MOTION CAPTURE NELL'OFFERTA DI REAL TIME



Rapporti privilegiati non solo con la stampa

In questa pagina, sullo sfondo, l'immagine elaborata da Real Time per una copertina del mensile Focus. La struttura milanese, guidata dai fratelli Ivo e Matteo Volpi (nella foto a lato insieme a Daria Cappato), per il periodico edito da Gruner+Jahr/ Mondadori realizza anche particolari ricostruzioni digitali per i servizi interni e per pubblicazioni collaterali del mensile

Effetti davvero speciali

I vertici della sigla tracciano il bilancio di un anno che ha visto l'aumento del parco clienti e l'implementazione di tecniche sempre più all'avanguardia

di **Daniele Bologna**

Nata nel 1997 con l'obiettivo di offrire un servizio completo a tutte le aziende, agenzie, case di produzione e case editrici che intendono avvalersi di una struttura agile e tecnologicamente avanzata per la postproduzione, oggi **Real Time** produce spot pubblicitari televisivi, filmati corporate, effetti speciali cinematografici,

iperstereoscopia per eventi, grafica tridimensionale per l'editoria, multimedia e web.

Un universo produttivo articolato e all'avanguardia quello strutturato dalla società milanese guidata da **Matteo** e **Ivo Volpi**, operativa nella sede di piazzale Arduino, a due passi dal cuore fieristico della metropoli lombarda. Proprio con i due fratelli fondatori e **Daria Cappato** - entrata nell'inverno scorso a condividere questo originale progetto e ►

I servizi di Real Time

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

Cos'è la stereoscopia

La stereoscopia è la percezione del rilievo di un oggetto che si ha in conseguenza della visione binoculare. Il tutto è giocato sul fatto che ognuno degli occhi, per la posizione occupata sul viso, vede un'immagine lievemente differente; questo perché nello spazio i nostri occhi sono in due posizioni diverse, separate tra loro da circa 65 millimetri. Al cervello giungono, quindi, due immagini leggermente diverse tra loro, successivamente elaborate per creare un'unica immagine contenente una precisa percezione della profondità e di altre caratteristiche che ne determinano la posizione, la distanza e la dimensione. E l'iperstereoscopia è l'aumento dell'effetto stereoscopico in grado di accrescerne l'impatto visivo.



impegnata come produttore esecutivo - **Mediaforum** ha fatto il punto sull'attività a circa un semestre di distanza dall'ultimo momento di confronto. Un primo bilancio, dunque, per valutare l'impatto sul 2005 di un'attività in costante aggiornamento tecnico e professionale, di uomini e apparecchiature, che consente di offrire sempre la potenzialità del miglior rapporto qualità-prezzo.

«Credo di poter dire che gli obiettivi sono stati rispettati, secondo le tre direttrici lungo cui si muove il nostro modello operativo - esordisce Ivo Volpi -. Ad esempio, abbiamo sviluppato le competenze e ampliato il parco clienti per quanto riguarda la produzione di spot». «Di fatto - aggiunge Daria Cappato -, si è intensificato il lavoro a contatto con le case di produzione. In supporto alla loro produzione aggiungiamo la nostra esperienza in chiave digitale. Animazione in 3D, editing video e audio, compositing video ed effetti speciali in quantità: nel bagaglio tecnico della sigla - che nel frattempo ha raddoppiato il personale dall'inizio dell'anno e punta a fare altrettanto con la quota di fatturato - spicca anche la cosiddetta *motion capture* (a cui è stata dedicata un servizio televisivo su **Bloomberg Londra**, ndr) la particolare tecnica di animazione digitale, davvero esplosa nell'ultimo biennio, che prevede l'applicazione a personaggi virtuali i movimenti di persone o animali ripresi in tempo reale e contemporaneamente riprodotti sullo schermo tramite appositi sensori sistemati nei punti nevralgici di ossa e muscoli. E **Ferrero** è solo uno dei nomi di rilievo che fanno parte del prestigioso portafoglio clienti di Real Time. Mentre nel competitivo scenario delle cdp, il legame dell'azienda con **FilmMaster** è un ulteriore elemento di garanzia nel quadro di valutazione delle attività

svolte quest'anno. «Nella nicchia di mercato dove si posizionano le attività sviluppate attraverso la stereoscopia - commenta Matteo Volpi - ormai lavoriamo davvero con molte, grandi società. E qui c'è una novità importante. Ci è stato chiesto da un gruppo leader in Italia di applicare le nostre tecniche all'interno di un parco tematico». Si tratta di ampliare la visione: non solo il consueto campo d'azione, dove spiccano soprattutto gli eventi, ma manifestazioni diverse e in campi originali. E' qui la nuova frontiera della stereoscopia. «Sempre nell'area *live action* - continua Cappato - abbiamo chiuso un'intesa significativa con la società portoghese **Sonae**, ai vertici nel comparto delle costruzioni». «E' la società più grande del Paese - sottolinea Volpi - e con loro abbiamo intenzione di produrre applicazioni davvero innovative nel panorama della stereoscopia». Ma la vulcanica dinamicità di Real Time in questo 2005 abbraccia anche due mezzi di massa fondamentali per le strategie di comunicazione: televisione e stampa. «Nel primo caso - dice Daria Cappato - abbiamo realizzato già sei delle dodici puntate di "Chirurghi estetici", un programma che dall'inizio di novembre andrà in onda su alcune delle principali realtà televisive italiane di dimensione pluriregionale, **Telelombardia in primis**. Si tratta di un progetto televisivo che ci permette di rendere concreta in modo sempre più adeguato la prospettiva di allargamento dell'attività su cui abbiamo impostato la filosofia operativa. Grazie alla partnership con **Assece**, l'associazione italiana dei chirurghi estetici, abbiamo costruito questa produzione tv dove il ruolo del 3D è davvero giocato al massimo livello. E nella stampa proseguiamo da tempo a lavorare per **Focus**, la testata edita da **Gruner+Jahr/Mondadori** leader per diffusione tra i mensili. Per loro realizziamo copertine, particolari ricostruzioni digitali per i servizi interni e per pubblicazioni collaterali alla testata».

Non è tutto qui. In casa Real Time rimane spazio per una dimensione professionale altrettanto importante rispetto a quanto descritto finora dai vertici. Basta citare qualche esempio: il boom di **Zaini-Walt Disney**, oppure la consueta attività delineata in tante direttrici delle applicazioni digitali svolta per il gruppo **Warner Home Video**, sotto il prezioso ed efficace coordinamento dell'art director di quest'ultima, **Fabio Mereghetti**. Ci sarebbe molto altro, ma non è il mero prolungamento dell'elenco di cose fatte e da fare che pone in evidenza il lungo periodo di intensità operativa come fattore distintivo per il 2005 di Real Time. L'idea di fondo dell'espansione è ciò che più conta, adesso, per una società comunque capace, nello stesso tempo, di potenziare ulteriormente la sua specificità, difficilmente imitabile, nel campo delle animazioni digitali e delle tecniche di comunicazione innovative in generale. ■

Per il piccolo e il grande schermo

A sinistra, dall'alto, un frame del logo del programma tv "Chirurghi estetici", in onda dall'inizio di novembre su alcuni tra i principali canali nazionali di dimensione pluriregionale. Sotto, un frame dello spot Warner Home Video per il lancio dei Dvd del film "Batman Begins"