



REAL TIME La divisione web cresce in modo consistente
Pensiero digitale

Partnership consolidata
 Nella foto sopra, Barbara Catizone e Ivo Volpi. Real Time gestisce tutta l'attività web di Warner Home Video in Italia, un cliente prestigioso e anche molto impegnativo

«Internet va forte. L'espansione del settore è notevole». Lo si capisce subito, dalle prime parole di **Ivo Volpi**: c'è grande entusiasmo in casa **Real Time** per l'evoluzione di una delle divisioni del gruppo impegnato nella consulenza di comunicazione a 360 gradi. In effetti, fatti e numeri non lasciano dubbi: nata solo quattro anni fa, la struttura interna si è sviluppata progressivamente fino a diventare un pilastro essenziale nel quadro delle attività che carat-

terizzano la società guidata, e fondata poco meno di dieci anni fa, dai fratelli Ivo e **Matteo Volpi** e diretta ora anche da **Daria Cappato**. La grande novità dell'ultimo periodo riguarda l'acquisizione di tutta la comunicazione web per **Warner Home Video**. Il dipartimento entertainment di **Warner Bros Italia** ha scelto, infatti, di ampliare la lunga collaborazione con Real Time, iniziata con la produzione del sito dedicato alle novità cinematografiche in home video. «Ora abbiamo acquisito tutto - spiega Ivo Volpi - e non si tratta, ovviamente, solo di grafica. L'impegno abbraccia tutta la parte gestionale legata ai complessi sistemi promozionali, compresa la generazione dei necessari codici per l'attivazione attraverso l'uso di algoritmi. Inoltre, ci occupiamo della completa assistenza tecnica, contribuendo a creare minisiti e altre appendici web, svolgiamo tutta l'attività di certificazione e pensiamo alla gestione complessiva dell'utenza, incluse le statistiche di monitoraggio». Un lavoro intenso, per un sito molto popolare in grado di raggiungere, ad oggi, quasi 50.000 uniche users registrati. Un universo da accudire e informare. Ma anche da incuriosire e, soprattutto, divertire. Magari con un premio per sollecitare ulteriore interesse. «L'ultima operazione - racconta **Barbara Catizone**, web project manager, che a soli 29 anni ha la responsabilità di guidare la divisione web di Real Time - si chiama **Hollywood Boulevard** e si tratta della nuova promozione di Warner Home Video che permette di vincere sei televisori al plasma **Hitachi** ed un esclusivo viaggio a Los Angeles». Il tutto è stato creato in stretta collaborazione con lo staff Warner, in particolare la web content manager **Manuela Fedrella**, l'art director **Fabio Mereghetti** e il pro-

Un progresso continuo, parallelo all'evoluzione della rete come mezzo di comunicazione. A tu per tu con i vertici di una società da sempre originale e innovatrice

duct manager **Dario Grilli**. Giocare e vincere è semplicissimo: innanzitutto, vanno acquistati i dvd Warner contrassegnati dallo sticker "Hollywood Boulevard". Poi bisogna accedere all'area di gioco sul sito www.warnerhomevideo.it, registrandosi a **MORDILDVD Club**; quindi, va inserito il codice stampato sullo sticker. La partita, a questo punto, è aperta e il gioco con "Le Frasi Famose" si sviluppa nell'area interattiva: si sceglie uno dei film in cartellone e si può scoprire immediatamente se la frase celebre attivata dal codice è quella effettivamente pronunciata dai protagonisti del film. Un meccanismo accattivante, che sfrutta l'Instant win per sviluppare notorietà, traffico, fidelizzazione e tutte le altre prerogative disciplinari legate al nucleo promozionale. «In altri casi - continua Barbara Catizone -, ad esempio per il film "V per vendetta", si sfrutta il filone culturale come nel caso del serial tv "Roma". Ma l'ampio spettro di attività a supporto di Warner Home Video non esaurisce certo le attività svolte nel panorama della comunicazione digitale da Real Time. Le rubinetterie **Mamoli**, l'azienda siderurgica **Zinco Metal Group**, **Sibea** - attiva nell'energia -, il gruppo di stampa **Top Color** sono solo alcune delle imprese che figurano fra i clienti di Real Time. «Siamo soddisfatti di quanto siamo riusciti a realizzare - aggiunge Ivo Volpi -, ma non riteniamo certo conclusa la fase di sviluppo. Il new business si deve consolidare, soprattutto sul fronte delle imprese di media dimensione. In ogni caso, la crescita procede con un tasso del 50% annuale e l'evoluzione della banda larga garantisce possibilità ulteriori di espansione del mercato. Gran parte delle previsioni sul progresso della rete come mezzo di comunicazione si stanno confermando - conclude il manager della sigla milanese -, c'è davvero la possibilità di trasmettere molte più informazioni rispetto al passato. E la strategia di porci come struttura in grado di elaborare professionalità interdisciplinari, che vanno dalla realizzazione degli spot alle animazioni in 3D, ci assicura una possibilità di sviluppo che cercheremo di perseguire insieme ai nostri clienti».

