



SOCIETA' Real Time cambia gli uffici a Milano e amplia le proprie attività: più specializzazione



Nelle foto, da sinistra Ivo e Matteo Volpi, e Alessandro Reani

Real Time, agenzia che ha come core business la modellazione e l'animazione in 3d, apre una nuova sede, situata in Piazza Arduino 11 a Milano, nella quale è anche presente una sala di proiezione munita delle più innovative tecnologie video anche stereoscopiche. Real Time è nata nel 1998 da un'idea dei suoi tre fondatori, **Ivo e Matteo Volpi e Alessandro Reani**. Se la prima specializzazione riguardava progetti di tipo architettonico, l'attività si è poi spostata verso una grande passione per la grafica in tutte le sue forme. Real Time si è specializzata nel tempo nell'animazione 3d computerizzata e nell'editing video per il settore televisivo e cinematografico. Solo da poco, infine, già pienamente operativa, Real Time è attiva anche nel settore dei commercial. Tra i clienti di maggior prestigio spiccano: **Warner Home Video** (per cui vengono prodotti tutti i filmati che accompagnano trailer e campagne di lancio di vhs e dvd), **Ferrero, Procter & Gamble e Universal Music**. Recenti e ammirati i anche i lavori di post produzione realizzati per **Mitsubishi, Hyundai e Kia**.

ADV Poste Italiane in televisione da domenica per invitare gli italiani ad affidarsi a Paccocelere; creatività di Tbwa/Italia

Da oggi in poi non sarà più necessario affidarsi ad amici o parenti per la spedizione di un pacco, rischiando che non venga consegnato, ma si potrà utilizzare **Paccocelere¹**, la spedizione veloce, economica e affidabile garantita da **Poste Italiane**, che impiega un giorno lavorativo e con cui è possibile consegnare pacchi fino a 30 chili. Ed è proprio a cambiare le abitudini degli italiani che punta la nuova campagna, di cui *Daily Media* aveva già dato notizia, realizzata da **Tbwa/Italia**. La campagna, pianificata da **Carat**, sarà on air, nelle due versioni da 15" e 30", a parti-



I tre protagonisti del nuovo spot tv di Poste Italiane

re da domenica sulle principali reti televisive nazionali fino al 26 marzo e sulle reti satellitari fino al 5 marzo. Nello spot due ragazze affidano allo zio un pacco da reca-

pitare a Edo e a Lele, i due protagonisti storici dei precedenti spot di Poste Italiane realizzati per Paccocelere. Lo zio sta per partire ed entusiasta esclama "La porta zio", mentre le ragazze ribattono "La porta zio", perché la porta del vagone si sta chiudendo e il treno sta per muoversi. Risultato: lo zio resta a terra e il pacco non viene recapitato. Meglio quindi affidarsi a Poste Italiane. Direttore creativo è

Alessio Riggi. **Massimiliano Brancaccio** è l'art e **Fulvio Di Meo** il copy. **Filmaster** è la casa di produzione, per la regia di **Francesco Nencini**.