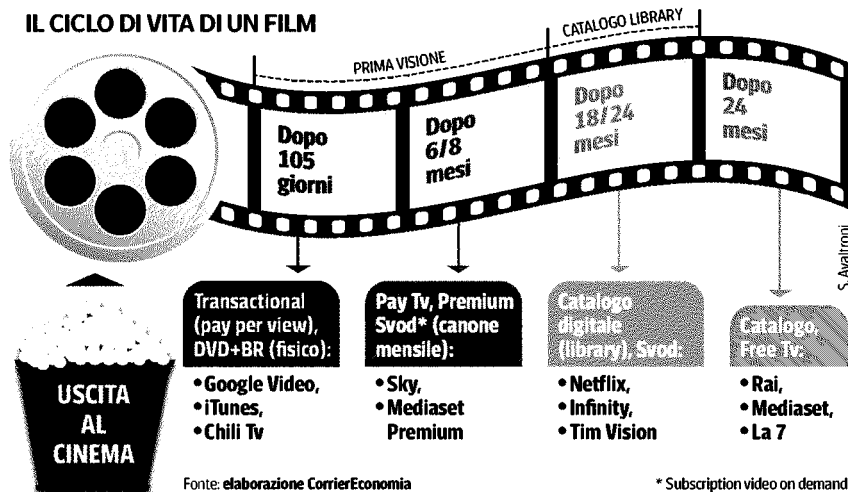


Intrattenimento La società è stata creata nel 2012 da una costola di Fastweb. Offre contenuti in prima visione con il sistema pay-per-view

Chili Tv «Ho tre major nel capitale e non gioco solo in casa»

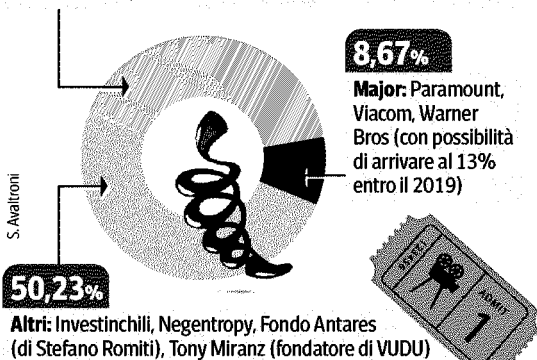
Tacchia: «La partnership con big come Warner Bros consente di rafforzarsi su altri mercati. Diversificando»

IL CICLO DI VITA DI UN FILM



41,10% L'AZIONARIATO DI CHILI

Soci fondatori: Stefano Parisi, Giorgio Tacchia, Giano Biagini, Stefano Flamia, Alessandro Schintu tramite il veicolo «Brace»



DI MARIA ELENA ZANINI

Netflix, Infinity, Now Tv Chili Tv...

L'offerta del mercato italiano Over-The-Top è ampia e (forse) eccessivamente articolata. Tra film, sport, eventi live e serie tv, trovare la combinazione giusta non è immediato. «Sì, c'è una grande confusione — conferma Giorgio Tacchia, amministratore delegato di Chili Tv —, soprattutto a livello di percezione da parte del pubblico». Contrariamente ai competitor che oscillano tra un modello ibrido (Infinity o Now Tv di Sky) e un modello basato sulla sottoscrizione mensile (Svod, Subscription Video on Demand), Chili Tv ha scelto di piazzarsi in una

nicchia di mercato differente, sia a livello di contenuti, sia a livello di abbonamento.

Posizionamento

La società fondata da una costola di Fastweb nel giugno 2012 da un gruppo di 5 manager (Stefano Parisi, che ne ha lasciato la presidenza quest'anno in occasione della propria candidatura a sindaco di Milano, Giorgio Tacchia, Giano Biagini, Stefano Flamia e Alessandro Schintu) punta sul segmento cosiddetto Transactional (Tvod), il pay per view: «Paghi per quello che vedi, un modello simile al sistema di noleggio video. Si può dire anzi che parte dei nostri utenti siano proprio i nostalgici di Blockbuster Video — spiega il manager —. Offriamo un'alternativa legale alla pirateria, permettendo ai nostri clienti di avere accesso a una libreria sempre aggiornata con titoli delle più importanti major cinematografiche, Warner Bros, Fox, Disney, Sony, Paramount e Universal, a 105 giorni dall'uscita nelle sale». Un'offerta che non sostituisce ma integra quello che Sky, Mediaset, Netflix e Tim possono offrire. Chi segue lo sport non potrà fare a meno delle offerte di Sky o Mediaset, chi è appassionato di serie spenderà volentieri nove

euro al mese per Netflix. «Chi ama il cinema, ma non vuole spostarsi da casa può accedere alla libreria di Chili Tv, senza canoni fissi, pagando solo il singolo titolo».

L'obiettivo implicitamente dichiarato è far diventare il cinema un momento esclusivo da vivere un paio di volte all'anno come i grandi concerti. «Più in generale — precisa Tacchia — si va verso una specializzazione e una differenziazione sempre maggiore, dettata anche dalle diverse tecnologie».

Major e pirateria

Il mercato c'è: tra Ott e Transactional vero e proprio, il digitale vale in Italia 30 milioni. «Il valore stimato del mercato nero è di 600 milioni — spiega Tacchia —. Una differenza significativa che, oltre a mettere in luce i danni della pirateria, sottolinea la miopia del nostro mercato che non riesce a intercettare la domanda (che evidentemente c'è) di film nuovi e serie "hot from Usa", che si possano cioè guardare in contemporanea con il mercato statunitense». In questa nicchia Chili Tv sta diventando sempre più rilevante accanto ai competitor diretti, Google Video e iTunes. «Se esiste una domanda rilevante, dobbiamo provvedere, cer-

cando di diventare il principale canale di distribuzione delle major».

Il modello funziona: dal 2013 al 2015 i ricavi sono passati da 1,88 milioni a 6,87, con oltre 680mila clienti in cinque mercati. Oltre all'Italia, **chili Tv** è presente anche in Germania, Austria, Regno Unito e Polonia. «Negli ultimi anni abbiamo investito in tecnologia e innovazione cercando di diversificarci il più possibile, non solo sul nostro mercato. E se questa scelta non ci permette di avere ora alti valori di ebtda, ci ha consentito di ottenere un forte posizionamento, rendendoci attrattivi per capitali anche esteri», spiega Tacchia. Ad agosto due delle principali major di Hollywood, Warner Bros e Paramount, assieme alla controllata Viacom, sono entrate nel capitale di **chili Tv**, oggi con il 9% ma con l'opzione di salire al 13% con un aumento di capitale. Operazione che porta la valorizzazione di Chili Tv da 53,6 milioni a 58,4 con la possibilità di salire entro il 2019 a 61,6.

«E tra dicembre e febbraio — aggiunge Tacchia — saremo pronti per lanciare un importante progetto che rinnoverà completamente la nostra piattaforma in tutti i mercati».

 @mezanini

 Abbiamo un modello diverso da **Netflix**



Top Giorgio Tacchia,
fondatore e ad di **Chili Tv**