

Media

VIDEO STREAMING

Per **Chili Tv** nozze
con studios Usa

Andrea Biondi > pagina 12

MEDIA

Videostreaming. Paramount, Viacom e Warner Bros entrano all'8,67% nel capitale della piattaforma

Chili Tv, nozze con gli studios Usa

L'ad Tacchia: «Prospettive di sviluppo» - Ebitda positivo nel 2017

Andrea Biondi

Gli studios americani scommettono su **Chili Tv**. Ed è una pacca sulle spalle importante quella che ha ricevuto la piattaforma italiana di videostreaming visto che a entrare nel capitale sono due società del calibro di Paramount, Viacom e Warner Bros.

L'operazione, che ha avuto una gestazione lunga oltre un anno, a quanto risulta al Sole 24 Ore è stata perfezionata nei giorni scorsi con gli studios all'8,67% del capitale: quota che potrà arrivare al 13% entro il 2019. «È la testimonianza di come due colossi del settore abbiano visto nella nostra azienda prospettive di sviluppo importanti» conferma, interpellato sul tema, Giorgio Tacchia, amministratore delegato di questa società nata da una costola di Fastweb nel 2012. Da qualche mese Tacchia ne è anche presidente, in pratica da quando l'altro fondatore, Stefano Parisi, è sceso nell'agone politico.

Con l'ingresso degli studios il capitale è salito da 53,6 a 58,4 milioni. Al 2019 salirà ancora fino a 61,6

PANEUROPEA

La società attiva nel «Tvod» offre il servizio in Italia, ma anche nel Regno Unito, in Germania, Polonia e Austria e sarà nella Vodafone Tv

milioni. Così il veicolo dei fondatori «Brace» scenderà dal 48,1 al 37,3%. Altri azionisti sono Investinchili, in cui ci sono varie persone fisiche, Negentropy (fondo basato a Londra), il fondo Antares di Stefano Romiti e altri privati.

Iniezione di capitali, quindi, ma anche di fiducia dagli Usa dove un'operazione simile ha visto protagonista un altro servizio in stre-

aming, Hulu, di cui Disney e 20th Century Fox sono azionisti (ed è appena entrata Time Warner). A cosa attribuire l'interesse degli studios per realtà come queste? Senz'altro un peso rilevante ce l'ha il fatto che il videostreaming è considerato il maggior alleato nella lotta alla pirateria «che in Italia è calcolata sui 600 milioni di euro. Se si pensa che il business della distribuzione legale nel videostreaming è sui 50 milioni è facile capire l'importanza di questa lotta».

In **Chili Tv** su questa partita si sentono in prima linea. «Noi operiamo nel Tvod, cioè non proponiamo abbonamenti, ma si paga per singola transazione». Formula simile all'home video di un tempo e differente dallo «Svod» che è invece la modalità scelta da **Netflix**, **Infinity**, **Timvision**, **Now Tv** (Sky). Una differenza, precisa l'ad di Chili Tv, che pesa anche sui contenuti: «Come Tvod abbiamo la prima finestra dopo il cinema. Parliamo di contenuti disponibili 105 giorni dopo l'uscita in sala, per il noleggio, e un paio di settimane prima per l'acquisto. Dopo 3-6 mesi arriva la pay tv e poi gli altri».

A ogni modo, che si tratti di Tvod o Svod, è inevitabile scontrarsi con le arretratezze del sistema: un numero di smart tv in crescita, ma ancora ridotto (4 milioni di apparecchi, solo per il 50% connessi alla rete internet) o le resistenze a fare acquisti online con carta di credito.

In questo quadro, al momento i clienti registrati per **Chili Tv** sono «650 mila. Siamo il secondo distributore di contenuti online in Tvod dopo **iTunes**». La piattaforma italiana di videostreaming si è anche molto impegnata in azioni di comarketing (con almeno 100 accordi, da Esselunga a Uci) e ha messo radici fuori dall'Italia, lan-

ciando il servizio in Germania, Polonia, Austria, Uk, avviandone infatti un'esperienza «paneuropea».

L'ultima riga di bilancio resta però in rosso. Nel 2015, a fronte di ricavi per 6,9 milioni le perdite sono state di 7,6 milioni. «È vero, ma è normale. Siamo partiti nel 2012 e abbiamo investito». I ricavi sono in effetti saliti dagli 1,9 milioni del 2013 ai 4 milioni del 2016 fino ai 7 circa del 2015. «Prevediamo di arrivare a 10 milioni di ricavi nel 2016 con Ebitda positivo nel 2017». Nei giorni scorsi Chili Tv ha ufficializzato l'entrata nella Vodafone Tv.

© RIPRODUZIONE RISERVATA

I NUMERI

6,9 milioni

I ricavi

Nel 2015 i ricavi di **Chili Tv** si sono attestati poco sotto i 7 milioni in forte crescita rispetto ai 4 milioni di euro del 2016. L'ultima riga del bilancio sconta però l'avvio recente dell'attività (Chili Tv è partita nel 2012) e le perdite nette a fine 2015 sono state pari a 7,6 milioni di euro

650 mila

I clienti

I clienti registrati di **Chili** sono 650 mila. La piattaforma italiana di videostreaming, che ha lanciato il servizio anche in 4 Paesi Ue, opera con modalità Tvod, vale a dire che non utilizza abbonamento, ma i clienti possono fruire dei contenuti pagando per singoli prodotti posti a noleggio o anche in vendita

