

CINEMA E TV? PER ME SONO UN UNICO BUSINESS

Capitali freschi, una nuova piattaforma che integra contenuti e servizi. Chili si prepara al grande salto

di **Maria Elena Zanini**

Cosa hanno in comune una tazzina di caffè e Wonder Woman? Se la logica comune porterebbe chiunque a rispondere «Nulla», basterebbe guardare l'azionariato di Chili per capire che un punto in comune, in realtà, ce l'hanno, specialmente se la tazzina è di caffè Lavazza.

Sì perché dallo scorso dicembre la famiglia Lavazza tramite il veicolo Torino 1865 è entrata nel capitale nella creatura fondata nel 2012 da Stefano Parisi e Giorgio Tacchia esattamente come ad agosto del 2016 ha fatto Warner Bros, che nel 2017 ha prodotto il film di Wonder Woman, appunto. Non solo. A inizio marzo è stato il turno di 20th Century Fox ad entrare nel capitale di Chili, con una quota del 4%. Nomi di tutto rispetto che si affiancano a quelli di Paramount Viacom, Sony Pictures o a quello di Tony Miranz, fondatore di Vudu. Resta il problema che nell'infinita offerta del mercato italiano degli Ott, Over the top, tra Netflix, Amazon Prime, Now Tv e Infinity, Chili non riesce ancora a ritagliarsi un ruolo da protagonista, nonostante gli investitori la conoscano ormai molto bene.

Ma le cose stanno per cambiare. «Quello che ci differenzia dai competitor innanzi tutto è il nostro nuovo posizionamento — racconta Giorgio Tacchia presidente e ceo della società —: grazie alla nuova

piattaforma siamo in grado di intercettare gli interessi degli appassionati del cinema in tutte le fasi di vita del film. Abbiamo creato infatti il primo Entertainment Centered Marketplace, in un'unica piattaforma tutto sul cinema e le serie tv: dai titoli in arrivo, alla programmazione nelle sale, ai contenuti digitali ma anche fisici con dvd e Blue Ray e inoltre, il merchandising ufficiale di tutti i grandi film». E se nel 2014 erano 800 mila i clienti Chili, nel 2017 sono diventati 1,5 milioni con l'obiettivo di arrivare a 3 milioni il prossimo anno, grazie all'espansione in altri Paesi pianificata dal gruppo, Regno Unito e Gran Bretagna in primis, per un fatturato 2017 di 13,2 milioni, contro i 6,8 del 2015 e gli 1,88 registrato nel 2013.

Strategie

«Conquistare il mercato inglese è fondamentale — spiega Tacchia — ci faciliterebbe l'accesso ad altri mercati in lingua inglese, a partire dal Nord Europa». Il cambio di passo parte anche da una svolta nella comunicazione per la quale il gruppo ha deciso di investire 10 milioni, per aiutare la crescita soprattutto nel Regno Unito e in Germania. «Non siamo Netflix, non siamo una pay tv — precisa il manager —. Ma non siamo nemmeno una loro alternativa. Chili è complementare: con la nostra offerta intercettiamo gli appassionati di cinema alla ricerca dei

contenuti freschi che con noi pagano solo quello che consumano senza alcun fee mensile». Il vero competitor è la pirateria, il cui valore è stimato attorno ai 600 milioni (segno comunque che la domanda di titoli freschi c'è).

Dal 2012 a oggi la strategia di Chili è proseguita costante e «sotto traccia»: «Abbiamo investito in innovazione, siamo proprietari della nostra tecnologia, siamo un passo avanti e, anno dopo anno, siamo diventati attrattivi per gli investitori. Dalle major americane ad importanti investitori italiani che hanno visto nel nostro modello di business un'opportunità», racconta il manager.

Un matrimonio win-win quello con le major adesso molto interessate alla profilazione e alle abitudini di consumo dei contenuti dei clienti grazie a tecnologie sempre più sofisticate. «L'analisi del dato, lo studio delle abitudini del consumatore e la predittività delle sue azioni — spiega Tacchia —, sono elementi che interessano molto ai produttori di contenuti. Noi lo possiamo offrire su scala europea nei nostri cinque mercati».

Perfezionata la piattaforma, raccolta cassa grazie ai nuovi ingressi nel capitale, Chili si prepara dunque al grande salto. «Che ci porterà nel 2019 ad aggiungere nuovi Paesi alla nostra lista. E ad avere un ebitda positivo. Salvo, sempre, investimenti futuri».

 @mezanini

© RIPRODUZIONE RISERVATA

New media

Giorgio Tacchia,

44 anni,

nel 2012

con un gruppo

di imprenditori ha

fondato Chili Tv.

È amministratore

delegato della società



La torta degli azionisti

Brace & Management

Stefano Parisi - Giorgio Tacchia
Fondatori di Chili 30%

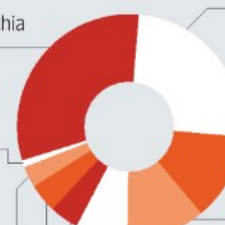
Tony Miranz

Fondatore di Vudu
oggi CoFondatore
e President Machinify 1%

Sony Pictures 3%

Warner Bros 4%

Paramount/Viacom 4%



Torino Investimenti 1895

Famiglia Lavazza

24%

Negentropy Capital Partners

+ Fondo Lussemburghese Capsicum

Ferruccio Ferrara - Ceo di Negentropy

12%

Antares

Private Equity di Stefano Romiti

11%

Investinchili 7%

20th Century Fox 4%

