

Il servizio in streaming ha una piattaforma in grado di promuovere i titoli in uscita

Chili, una sala virtuale per i film

Tacchia: pellicole pronte, noi disponibili nell'emergenza

DI CLAUDIO PLAZZOTTA

All'inizio della crisi da coronavirus il mondo del cinema italiano ha pensato: ok, non distribuiamo i nostri film a Nord, ma nel Centro-Sud li facciamo uscire. Poi l'emergenza sanitaria ha impedito di distribuire titoli su tutta la Penisola. Ora, e per molte settimane, si è bloccata anche la produzione di nuove pellicole, sia in Italia, ma, ora dopo ora, anche in tutto il mondo.

Quindi da un lato alcuni distributori stanno pensando di attendere a uscire coi film già pronti, poiché tra un po' di tempo ci sarà proprio mancanza di prodotto nuovo per le sale. Altri invece, provano a cercare soluzioni alternative.

E, su questo fronte, in questi giorni è molto attiva la piattaforma Chili di video on demand a pagamento, specializzata in film, e con una profondità di catalogo 5-10 volte superiore a quella delle principali piattaforme di streaming in abbonamento.

«Ci siamo messi a disposizione di distributori, che in gran parte sono anche produttori, e poi esercenti e Anica, che rappresenta le tre categorie, e parliamo con loro»,

spiega **Giorgio Tacchia**, fondatore, presidente e ceo di Chili, «per capire il da farsi di qui ai prossimi mesi. Si dovrà pensare anche a modalità alternative di distribuzione dei film, tenuto conto che le sale chiudono ovunque».

C'è tantissimo prodotto già pronto che, a questo punto, non trova sbocchi. Per molti c'è la necessità comunque di un passaggio in sala, per poter avere i benefici fiscali. Altri film, invece, stanno pensando di uscire direttamente sulle piattaforme in streaming, che in questa fase di emergenza, con la gente tutta a casa, stanno vivendo una vera e propria esplosione dei consumi. Ad esempio «i consumi su Chili sono raddoppiati da quando è scoppiato il coronavirus, ma noi non ci stiamo muovendo con atteggiamenti speculativi, facendo regali, offerte gratis che non sono sostenibili nel tempo e che poi minano il rapporto coi distributori. Puntiamo a una crescita seria, magari abbassando i prezzi (film appena usciti a 1,90 euro in noleggio, oppure acquisti a 3,90-5,90 euro rispetto ai consueti 9-12-16 euro a titolo, ndr), provando ad aiutare il comparto in questo momento di crisi».

Chili, quindi, ha già pronta

una piattaforma in grado di promuovere i film in uscita, di seguire tutta la comunicazione, i contenuti extra, le interviste ecc. e, poi, di distribuirli direttamente (lo fa già da novembre per alcune pellicole). Un passaggio emergenziale che, come assicura Tacchia, «non vuole assolutamente sostituire le sale. Ma solo aiutare il comparto, per poi riportare i film in sala».

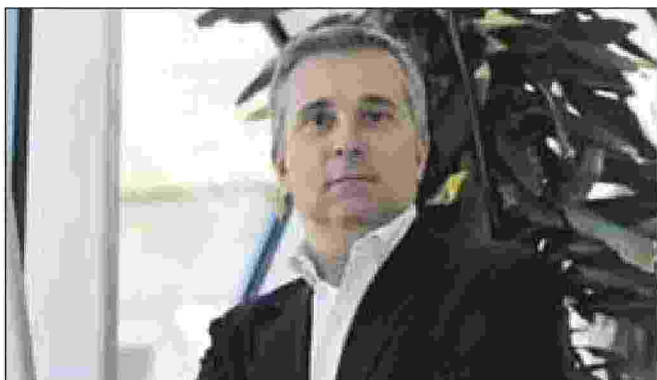
La società ha chiuso il 2019 con ricavi pari a 40 milioni di euro per 3,3 milioni di clienti che nel frattempo, a marzo 2020, sono saliti a 3,6 milioni. È attiva in Italia, Regno Unito, Polonia, Germania e Austria, «e stiamo aggiungendo 100 mila nuovi clienti al mese. A fine 2020 saremo con un ebitda mensile positivo», mentre i piani espansivi su altri mercati «dipenderanno molto dal socio finanziario che stiamo cercando. Idealmente ci piacerebbe allargarci nell'Est Europa, visti gli ottimi risultati della Polonia. E nel Nord Europa, dove la diffusione della lingua inglese rende tutto più semplice e immediato».

Pochi giorni fa il bonus cultura in Italia da 500 euro annui per i 18enni è stato allargato anche alle piattaforme di video on demand

(Chili, Rakuten, ecc), ma non a quelle in abbonamento. E questo è anche il riconoscimento alla «profondità del nostro catalogo, al fatto che già distribuiamo produzioni indipendenti», dice Tacchia, «e che abbiamo il blockbuster di Hollywood ma pure il grande cinema italiano, quello francese, i film d'autore, le opere prime. Il nostro modello di business pay per view, peraltro, ci consente di proporre spesso grandi titoli solo dopo due mesi e mezzo dalla uscita in sala, molto prima rispetto ad altre piattaforme».

Nelle scorse settimane Chili ha portato a termine con successo un aumento di capitale da 6,4 milioni di euro, che è stato interamente sottoscritto dagli azionisti Negentropy Sicav per 3,4 milioni, la Torino 1895 dei Lavazza (1 milione), Ferruccio Ferrara presidente di Negentropy Capital Partners (900 mila euro), il fondo Antares Private Equity (445.695 euro), Capsicum (273 mila euro) e Investinchili (275 mila euro). Nel capitale sono presenti anche la Brace srl di **Stefano Parisi**, e poi le major Paramount-Viacom, Warner Bros., Disney (che ha rilevato la quota prima nelle mani di 20th Century Fox) e Sony.

© Riproduzione riservata



Giorgio Tacchia

