

L'intervista



Chili: "Ecco come in Italia abbiamo battuto iTunes"

STEFANO CARLI, ROMA

Parla l'ad Tacchia:
 "Il nuovo assetto societario con le major e la famiglia Lavazza ci ha dato le risorse per entrare nei mercati tedesco e inglese"
 Gli utenti sono 2 milioni i ricavi sono raddoppiati

L'opinione



Non siamo solo un distributore di film: sulla nostra piattaforma vendiamo anche il merchandising e perfino i biglietti per chi vuole andare al cinema

Il nostro blockbuster? Dogman, il film di Garrone sul Canaro della Magliana, che ha fatto gli stessi download dell'ultimo di Checco Zalone: abbiamo un pubblico diverso da quello delle sale. Ed è un pubblico che cresce: sono 2 milioni gli utenti iscritti a Chili, che hanno associato alla registrazione un titolo di pagamento». Giorgio Tacchia di Chili, la tv in streaming nata sei anni fa da una costola di **Fastweb**, è uno dei cofondatori e l'attuale presidente e ad. Chili opera nello streaming di film e serie tv, ma a differenza di Netflix non richiede abbonamenti: si paga volta per volta quello che si vuol vedere in quel momento. Tecnicamente opera nella stessa finestra di visione dove una volta c'era il noleggio "fisico" di Vhs e dvd: vuol dire che le prime visioni (quelle di cui ha acquisito i diritti, ovviamente) arrivano nel catalogo di Chili tre mesi dopo l'uscita nelle sale, e quindi circa un anno prima della "finestra" temporale delle Ott, ossia appunto di Netflix. Chili opera invece in concorrenza con l'iTunes di Apple e con Google Play. «Ma in Italia siamo il primo player - spiega Tacchia - 20 punti sopra Apple e Google. Segno che le nostre strategie, rafforzate dalle risorse messe dai nuovi soci, fra i quali la famiglia

Lavazza che alla fine dello scorso anno è entrata nel capitale apportando 25 milioni, stanno funzionando. A fine maggio scorso siamo entrati nel mercato inglese e oggi abbiamo già 200 mila utenti. E stiamo per entrare in Germania. In tutto saremo quindi attivi su 5 mercati: Italia, Gran Bretagna, Germania, Austria e Polonia».

Quanti titoli avete in catalogo?

«È un po' più complesso di un semplice lista di film. Oggi oltre ai titoli da vedere in streaming, una serie di servizi aggiuntivi: a partire da tutto il merchandising legato a titoli di grande successo, da Star Wars alle saghe Disney ai film dei supereroi. Sul nostro sito si possono comprare tutti i prodotti legati ai film: dalle magliette agli skateboard griffati. Ma siamo andati oltre: si possono acquistare da noi anche i biglietti per andare a vedere il film al cinema. Siamo insomma una piattaforma al servizio del prodotto video. In questo senso oggi abbiamo in catalogo circa 50 mila referenze, tra contenuti video e prodotti. Il fatturato cresce: nel 2016 eravamo a 6 milioni, l'anno scorso a 13 e chiuderemo il 2018 attorno ai 30 milioni. Il 95% viene per adesso dallo streaming e solo il 5% dall'e-commerce di prodotti e servizi, ma a regime contiamo di portare questa quota al 25-30%.



Ricavi che per l'80% sono prodotti oggi in Italia ma già da fine 2019 pensiamo che il mercato italiano sarà il terzo dietro a Uk e Germania per volumi. L'importante è che stia crescendo anche il tempo speso dagli utenti su di noi, cresce la notorietà del nostro marchio e la precisione dei profili dei consumatori. Ed è proprio questo che vogliono le major che sono nostre socie. E questa è un'altra peculiarità di Chili».

Cioè?

«Quattro grandi major, Warner, Sony Picture, 20th e Viacom, hanno una quota nel nostro capitale: le major non hanno rapporti diretti con i clienti finali, loro sono nel segmento B2b, vendono ai distributori. Attraverso di noi hanno una finestra diretta sul comportamento degli spettatori, sui loro profili».

Come pagano gli utenti?

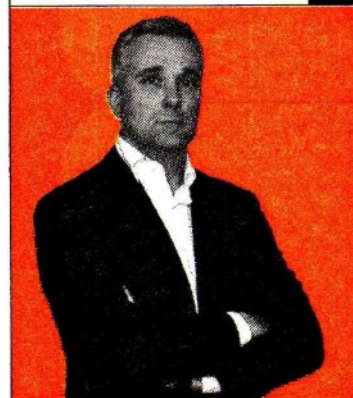
«Di solito partono con un wallet, ossia caricando del credito, spesso su una carta regalo data in promozione da nostri partner commerciali. Ma poi, poco alla volta, si vede che la fidelizzazione li fa passare verso metodi di pagamento più automatici. si paga con Satispay o con le bollette telefoniche, per Fastweb e Wind e tra poco anche con Vodafone. Oggi il 20% dei nostri utenti ha registrato nel profilo la propria carta di credito».

Partecipate al tavolo al Mibact sui nuovi assetti delle finestre di uscita dei film?

«Se ci invitano andremo volentieri».

© RIPRODUZIONE RISERVATA

Il personaggio



Giorgio Tacchia
Cofondatore, presidente e ad di Chili