

# Lavazza si dà al cinema con Chili

La famiglia diventa il principale azionista (col 25%) della rivale italiana di Netflix

**1**  
milione  
I clienti di Chili  
sono raddoppiati  
in due anni

**LUIGI GRASSIA**  
TORINO

La famiglia Lavazza (attenzione, la famiglia, non l'azienda) proietta la sua attività dal caffè a qualcosa di completamente nuovo: entra nei video «on demand» diventando con il 25% il primo socio di Chili, piattaforma che ha sede a Milano e che si può considerare la Netflix italiana. La notizia dell'acquisto, svelata dal Financial Times, è confermata dal quartier generale del gruppo torinese: «Luigi Lavazza S.p.A. - si legge nella nota - conferma che l'investimento in Chili S.p.A. è stato effettuato da una holding finanziaria riconducibile alla famiglia Lavazza». E questa è stata l'unica presa di posizione in giornata. L'investimento dovrebbe corrispondere a 25 milioni di euro.

L'azienda Chili è stata fondata nel 2012 e conta fra i principali investitori colossi del settore delle comunicazioni e dell'intrattenimento come Sony Pictures Entertainment e Paramount Pictures; ma i Lavazza con il loro 25 per cento peseranno di più di questi giganti di Hollywood. L'investimento della holding della famiglia è di peso: per fare un paragone, si consideri che quello di Sony Pictures Entertainment, fatto nel dicembre del 2016, si è limitato a circa il 5% della società Chili per un controvalore di 3 milioni di euro, mentre Paramount Pictures (gruppo Viacom) e Warner

Brothers Entertainment controllano dall'agosto 2016 all'incirca il 9%.

Tra gli investitori di minoranza in Chili figurano poi Antonio Belloni, amministratore delegato di Lvmh, Tony Miranz (imprenditore già attivo nel settore dei video on demand), il finanziere Francesco Trapani e l'ex ministro Corrado Passera.

Pur avendo il mercato principale in Italia la Chili ha anche una proiezione internazionale visto che a partire dal 2014 ha esteso l'attività nel regno Unito e in Germania, in Austria e in Polonia. Fra i suoi concorrenti (su un'altra scala) figurano la Netflix e la iTunes del gruppo Apple.

Al momento l'azienda ha un milione di utenti (più o meno raddoppiati rispetto al 2015) e offre in catalogo più di 50.000 film ed episodi di serie televisive. Il giro d'affari è in crescita molto rapida: nel 2017 Chili ha fatturato circa 30 milioni di euro, contro i 7 milioni dell'anno precedente.

A consuntivo del 2017 è atteso da Chili un utile (prima di interessi, imposte, ammortamenti e svalutazioni) di circa 3,4 milioni di euro, ma secondo il Financial Times il piano d'impresa fissa un obiettivo di profitti moltiplicato a 15 milioni di euro nel 2020.

Chili è stata premiata nel 2017 da Frost & Sullivan come Best European Entrepreneurial Company dell'anno per le qualità innovative del suo servizio di video on demand; a differenza di altre società che offrono intrattenimento via internet, Chili non prevede alcuna forma di abbonamento, ma singoli pagamenti per i contenuti scelti di volta in volta dal cliente.

Come attività secondarie la Chili vende anche biglietti per il cinema, poster, gadget e libri.



**Il sito**  
La schermata  
che accoglie  
i clienti  
di Chili  
cinema  
Il catalogo

della  
piattaforma  
comprende  
50 mila  
titoli tra film  
e telefilm

BY NC ND ALCUNI DIRITTI RISERVATI

