FASTWEB presenta Chili

La nuova Tv on demand senza decoder, senza abbonamento,
visibile in qualsiasi momento e ovunque ci si trovi

Milano, 5 maggio 2011 – FASTWEB lancia Chili Tv, la televisione on demand che consente di guardare film, cartoni animati, documentari, non solo in qualunque momento, ma anche ovunque ci si trovi. Si può infatti vedere Chili attraverso qualsiasi dispositivo connesso a Internet come Smart Tv, PC, tablet, smartphone, lettori blu-ray, sistemi home-theater. Nessun decoder, nessun abbonamento, nessun vincolo nella scelta dell'operatore telefonico: per guardare la Tv del futuro basta una connessione in banda larga di almeno 1 Mbps.

La programmazione di Chili è molto ricca, grazie ad accordi con le major internazionali e i principali produttori italiani, come Warner, Paramount, MovieMax, Fandango, Lucky Red, Bim, Mondhome.
Su Chili si possono trovare centinaia di film, pellicole che hanno avuto grande successo al cinema e contenuti di archivio ormai impossibili da reperire nelle videoteche. Si possono affittare i film e guardarli entro le 48 ore, oppure acquistarli e vederli da qualsiasi dispositivo, ovunque ci si trovi, tutte le volte che si vuole. Inoltre ci sono oltre 600 titoli gratuiti, suddivisi nelle aree Junior, Entertainment, Lifestyle, Woman, Wellness.
Chili presenta anche alcune produzioni originali, nate dalla collaborazione con Magnolia e con personaggi dello spettacolo come Mara Maionchi e Marco Berry, create espressamente per rispondere ai nuovi modelli di visione, con contaminazioni e interazioni fra i social network, il mondo web, la Tv.

Per accedere al servizio, basta iscriversi gratuitamente al sito www.chili-tv.it. Si possono guardare i video attraverso l'utilizzo di numerosi dispositivi connessi a internet, come le Smart Tv (da subito Lg e Samsung), i PC, i lettori blu-ray, i sistemi home-theater, e da giugno anche i tablet e gli smartphone che utilizzano Android come sistema operativo.
Chili è visibile con qualsiasi connessione a banda larga superiore a 1 Mbps e, grazie a un sistema di gestione attiva dello streaming, è in grado di garantire la massima qualità del video per ogni larghezza di banda. Ogni contenuto è infatti compresso in più formati a partire da 700 kbps fino a 8,3 Mbps. I clienti possono scegliere la definizione standard, l' HD (high definition) e l' HD+. Il formato prescelto viene ottimizzato dal sistema adattandosi alla qualità della connessione Internet.

Chili non è una semplice Tv Over The Top, ma una Tv 3.0. L'esperienza decennale di FASTWEB nel campo dell'IPTV garantisce infatti un'offerta di contenuti di alta qualità e pensata per un pubblico italiano, la massima qualità nella digitalizzazione e nella riproduzione dei video tramite tecniche di gestione attiva dello streaming, la cura del cliente grazie a un customer care online dedicato.

UFFICIO STAMPA FASTWEB

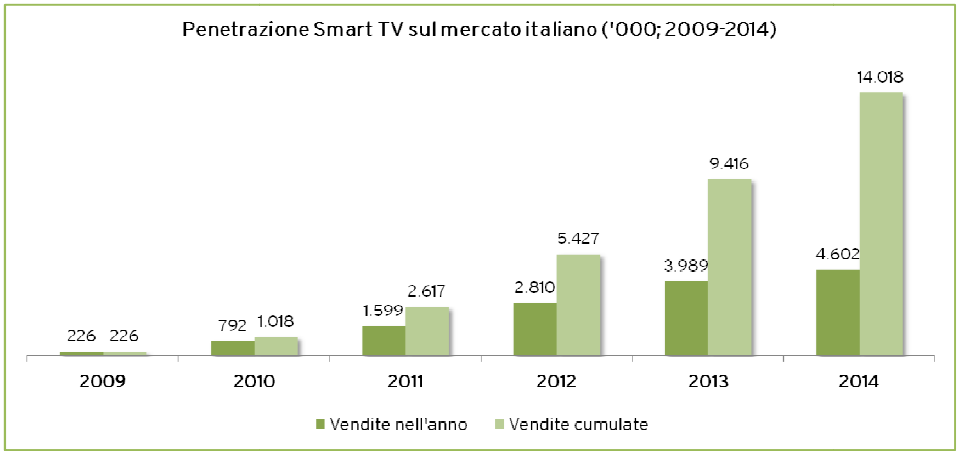
Maria Laura Sisti
Tel. +39 02 4545 4370
Marialaura.sisti@fastweb.it

Anna Lo Iacono
T: +39 02 4545 3229
anna.loiacono@fastweb.it

Il mercato di riferimento

Il mondo dell'intrattenimento video è in rapida evoluzione: la diffusione della fruizione dei contenuti via Internet, i nuovi modelli di social network, il moltiplicarsi degli apparati connessi a Internet, sono tutti elementi che hanno posto le basi per una nuova era della Tv on demand.
Si tratta di un'evoluzione già chiaramente percepibile nei mercati più avanzati, come Stati Uniti e Francia, fondata sulla diffusione di importanti abilitatori tecnologici, rappresentati da diverse tipologie di apparati connettibili a Internet (quali Smart Tv, tablet, smartphone ecc), e sul valore aggiunto generato dalla possibilità di scelta offerta dalla digitalizzazione dei contenuti e dalla loro trasmissione su protocollo Internet.

Secondo stime elaborate dall'Associazione IPTV, la diffusione delle Tv connesse a Internet nel nostro Paese sarà esponenziale nei prossimi anni: a fine 2011 sono previste 2,6 milioni di case in cui ci saranno Smart Tv; nel 2012 sono previste vendite per 2,8 milioni di unità con una base installata di 5,4 milioni, che arriverà a 14 milioni nel 2014 con vendite annuali di 4,5 milioni.



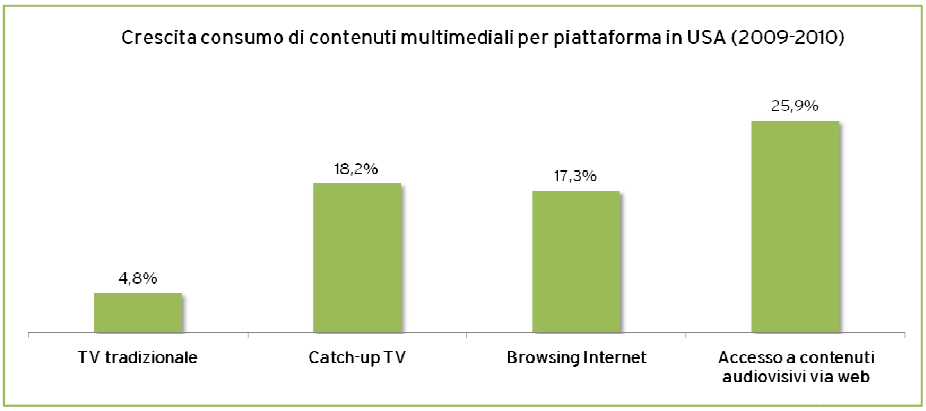
Fonte: Associazione IPTV

Anche il mondo dei device su cui Chili sarà fruibile è in costante espansione: ad oggi gli smartphone sono 15 milioni, alla fine di quest'anno i tablet tra gli italiani raggiungeranno quota 1 milione, mentre i lettori blue-ray saranno 500 mila. A questo si sommano i PC presenti in Italia, che sono circa 14 milioni. Si stima inoltre che le connessioni a banda larga superiori a 1 Mbps siano 10 milioni nel nostro Paese.

Allo stesso tempo, cresce la domanda di contenuti legali fruibili via Internet: negli Stati Uniti il numero di titoli cinematografici scaricati legalmente è passato da 9 milioni nel 2007 fino a 40 milioni nel 2010 e si prevede che toccherà quota 70 milioni nel 2012. In Europa, il Regno Unito presenta un trend similare, passando dai 2milioni del 2007 ai 6 milioni del 2010 (fonte: Oncubed su dati Screen Digest).

I dati sul crescente utilizzo di Internet per il consumo di *rich media* sono confermati a livello globale dalle statistiche di Google Analytics dalle quali emerge che è quasi il 60% degli utenti Internet ad utilizzare la rete per accedere a film e altri contenuti video. Sebbene l'analisi dei dati di fruizione non evidenzi ancora un declino dei consumi della Tv tradizionale (l'audience della Tv tradizionale diminuisce, infatti, solo marginalmente a fronte di un significativo aumento del numero di utenti che consumano intrattenimento video attraverso piattaforme IP), la crescente popolarità di siti e applicazioni che

consentono la fruizione di video via IP sembra creare le premesse per un'accelerazione delle tendenze in atto.



Fonte: Associazione IPTV

Come si rileva dal grafico, la fruizione di contenuti attraverso piattaforme IP-based è caratterizzata da tassi di crescita pari a più del doppio di quelli registrati per il consumo televisivo tradizionale. Negli Stati Uniti, per esempio, se la visione di contenuti attraverso la televisione tradizionale è cresciuta del 6% tra il 2009 al 2010, il consumo di contenuti televisivi offerti attraverso siti di catch-up è cresciuto nello stesso periodo di quasi il 20% e quello più in generale di contenuti audiovisivi via piattaforme IP del 26%.