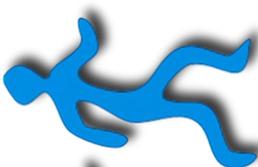
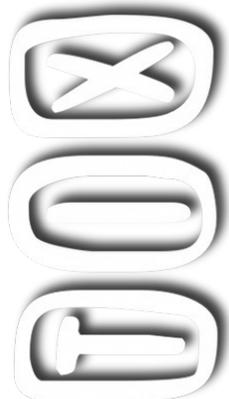


IL DIGITALE ROMPE UNO SCHEMA

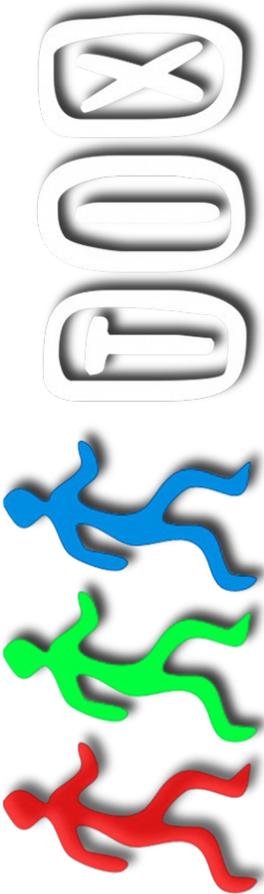
L'introduzione del digitale nel Cinema ha rotto uno schema che resisteva da molti decenni: al Cinema si vedono i Film.

- La pellicola ha rappresentato un enorme limite (ma anche ovviamente una grande opportunità) per il Cinema: nessuno si sarebbe mai sognato di proiettare al Cinema altro che un Film, vista la complessità e la durata del processo necessario a trasferire su pellicola un contenuto.
- La pubblicità è stato l'unico "contenuto alternativo" che è riuscito a ricavarsi uno spazio continuativo sullo schermo (a parte i Cinegiornali tanto tempo fa), per quanto i limiti del mezzo ne abbiano sempre limitato la reale competitività con gli altri mezzi.



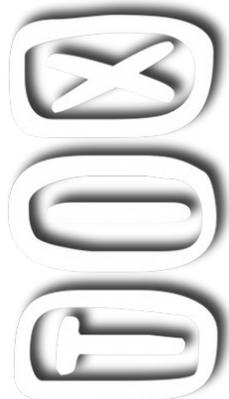
LE CONSEGUENZE

- **Finalmente arriva il Digitale: in un mondo dove il digitale domina in quasi tutti i campi, anche il Cinema si adegua.**
- **Flessibile, rapido, elastico, duttile: il Digitale rende finalmente possibile una flessibilità nell'offerta che ancora oggi - purtroppo - spaventa i distributori e vede del tutto impreparati gli esercenti.**
- **il Digitale ha quindi rotto lo schema "al cinema solo film", ma se un argine cede non passa solo l'acqua: è successo lo stesso in altri settori (es.: i telefoni) dove la tecnologia ha aumentato la duttilità.**



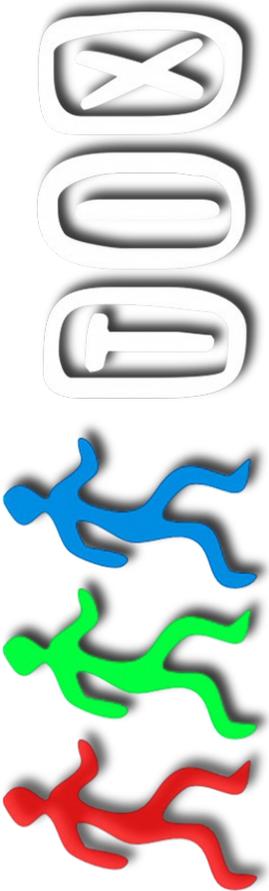
LA RICERCA DELL'ALTERNATIVA

- La domanda non è più **"cos'altro posso proiettare"** ma **"cos'altro posso fare di questi 500/1000/2000 metri quadri?"**
- Posso proporre al mio pubblico **prodotti o servizi complementari** o collaterali?
- Posso anch'io **diversificare**, e quindi attivare aree di business che mi consentano di difendermi se il mio prodotto principale - il film - è in crisi?



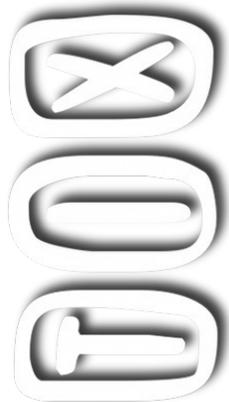
COSA VUOLE IL PUBBLICO

- Il pubblico non va al cinema per vedere il film: è alla ricerca di un momento sociale.
- Il film potrebbe vederlo a casa propria, spendendo molto meno, ma verrebbe a mancare la componente sociale.



LO SPAZIO CINEMA E' ANTICO

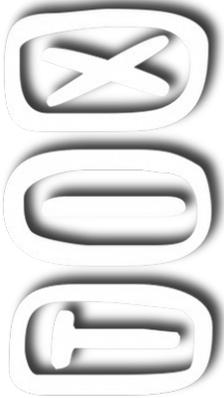
- il Cinema è progettato per far vedere il film;
- non ci sono - ancora oggi - veri e propri spazi sociali;
- l'idea che abbiamo di Cinema (inteso come spazio) è nata quando non c'era la TV, l'Home Video e chiaramente internet: e infatti è da 50 anni che il Cinema cerca di difendersi dai suoi concorrenti, ma senza iniziare un serio processo di ripensamento della propria identità;
- intanto gli altri spazi entertainment si sono evoluti.
es.: Arena 02 a Londra è completamente circondata da spazi sociali dove si può mangiare, bere, sentire musica o semplicemente sedersi a conversare.



COSA E' STATO FATTO

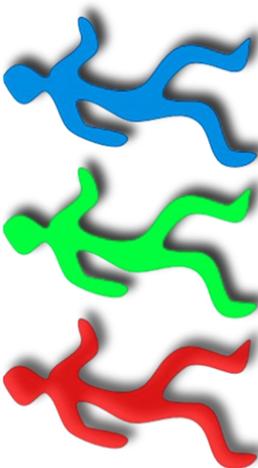
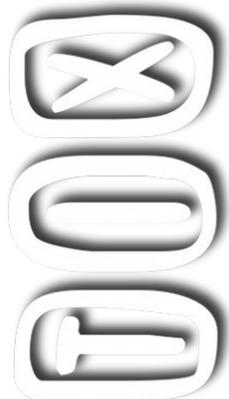
A parte alcuni esempi virtuosi, le strade che si stanno esplorando sono Poltrone VIP, Cinema e Ristorazione, Introduzione di nuove features hi-tech (audio e video), che però hanno tutte un fattore comune: un aumento del prezzo per lo spettatore.

- La strategia applicata è quindi: puntare alle fasce più ricche della popolazione (Cinema e Ristorazione è associato al lusso).**
- L'effetto (conflittuale rispetto all'idea stessa di Cinema): contrarre ulteriormente il bacino di utenza.**



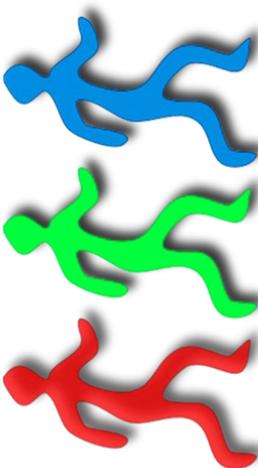
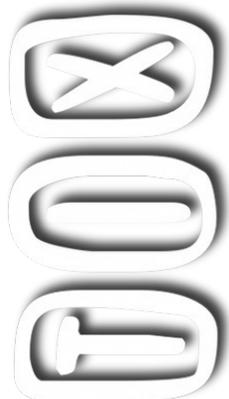
LA CRISI

- **Alla difficoltà di identificare un nuovo modello di spazio cinematografico, si aggiunge – per noi Europei – l'effetto della Crisi.**
- **Aumentare i prezzi non è una soluzione, perché attiva questo processo:**
crisi → meno clienti → meno fatturato → aumento dei prezzi
→ il fatturato si riprende → il mercato si contrae ulteriormente
→ i clienti tornano a diminuire
- **E' analogo alla logica "lo Stato è in difficoltà, alziamo le tasse"**



LA CORRETTA RISPOSTA ALLA CRISI

- Le uniche aziende che difendono il fatturato - e anzi lo incrementano - in situazione di crisi sono quelle che riducono i prezzi. Abbassare i prezzi per allargare la base d'utenza.
- Un esempio? Le Telco, che sistematicamente, ormai da anni, stanno riducendo i costi della telefonia. Sul fronte opposto, le Aziende Automobilistiche non hanno voluto ridurre i prezzi e stanno quindi subendo la crisi nel peggiore dei modi.
- Semplificare la diffusione: Steve Jobs, Mark Zuckerberg, Larry Page, Sergey Brin, Bill Gates non hanno MAI parlato di servizi o prodotti esclusivi.

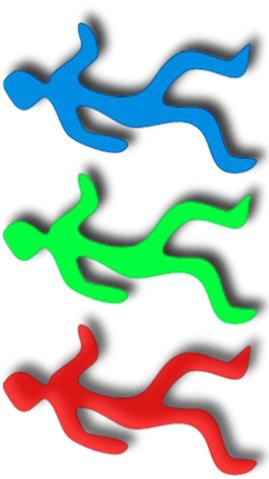
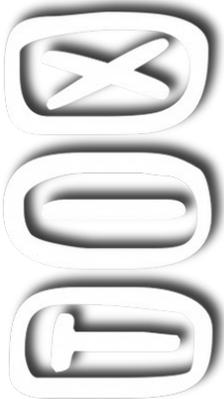


RIPENSARE IL CINEMA

dall'introduzione del sonoro la sala cinematografica è diventata il luogo dove vedere il film, però il pubblico non va al cinema per vedere il film, ma cerca un momento sociale.

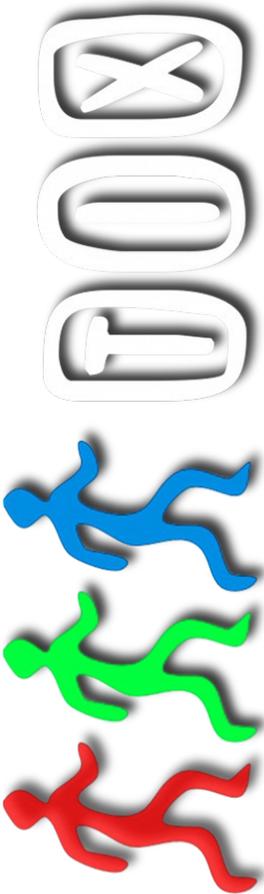
- Favorire gli aspetti sociali
- Aumentare il coinvolgimento
- Eliminare le barriere d'accesso

E' impossibile prevedere gli sviluppi dell'apertura di un settore: come per la telefonia, dove le possibilità introdotte dalla tecnologia hanno creato nuove esigenze e nuovi prodotti, un Cinema concretamente più orientato al momento sociale potrebbe essere il terreno fertile per la nascita di nuovi modelli di utilizzo dello spazio.



LE PROPOSTE SUL WEB

- prevedere aree di sosta nel cinema: divani, poltrone, magari abbastanza vicini al bar;
- togliere gli schermi di vetro dalle casse (lo ha fatto anche Banca Intesa), spostare il personale di vendita oltre il bancone;
- offrire prodotti originali;
- abbassare il prezzo.



CONTRASTARE LA CRISI CON LE IDEE



WASBAR AGENDA

TUESDAY **Do-day**
Creative with cork! Knitting! Flower arranging!

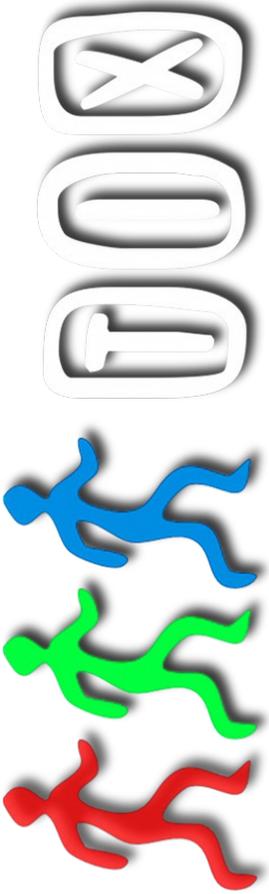
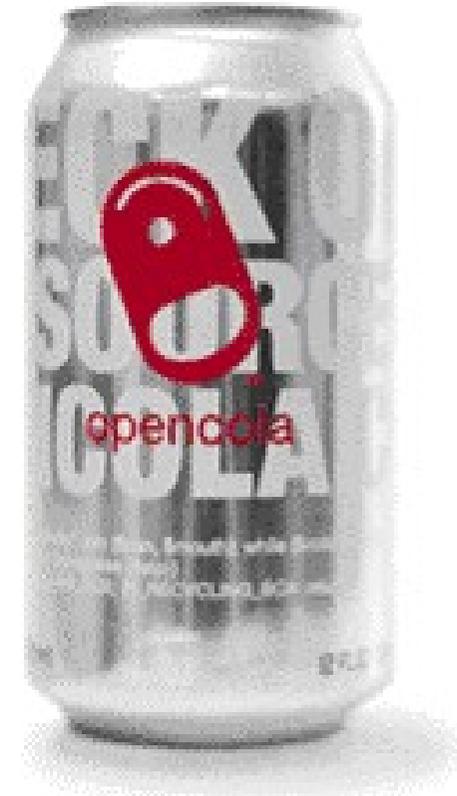
 Volg ons op Facebook voor wekelijkse updates

THURSDAY **Maes be.Music concert**
Drumming on wash drums!

 Volg ons op Facebook voor wekelijkse updates

FRIDAY **Elektropedia Aperitivo**
Appetizer Buffet + Djset from 18h

SUNDAY **Brunch**
Reservations via brunch@wasbar.be
Bon appetit!



How to Make OpenCola

While [Pepsi](#) and Coca-Cola (and others) closely guard their secrets to making cola beverages, several organizations have released their own recipes. Below is the recipe for homemade "OpenCola," an open-source cola beverage that invites makers to create and modify their recipe to achieve a better beverage. It is licensed under the GNU General Public License.



OPENCOLA

Ingredients

All ingredients listed are in metric units.

Flavoring

- 1.25 mL coriander oil
- 0.25 mL neroli oil (similar to petitgrain, bergamot, or bitter orange oil)
- 3.50 mL orange oil
- 2.75 mL lime oil
- 1.00 mL lemon oil
- 0.25 mL [lavender oil](#)
- 1.00 mL nutmeg oil
- 10.0 g **food-grade, NOT ART-GRADE** gum arabic (thickener)
- 1.50 mL cassia (cinnamon) oil
- 3.00 mL water

Concentrate

- 5 mL flavoring
- 2.00 kg granulated white sugar
- 17.5 mL 75% citric acid or phosphoric acid
- 2.5 mL caffeine (optional as it won't change taste of drink)
- 2.00 L water
- 30.0 mL caramel color

Steps

Flavoring

1. Mix the oils together.
2. Add gum arabic and mix completely.
3. Add water and mix well. For this step, use a hand mixer or blender to thoroughly mix together.
4. The flavoring can be made in advance and stored for use later. Place in a sealed glass jar and place in the refrigerator or keep at room temperature. When stored, the oils and water will separate. Just mix again before use. When used, the gum arabic will keep things together.

Concentrate

1. Mix 5 mL of flavoring with the phosphoric or citric acid.
2. Mix the water and sugar and, while mixing, add caffeine if desired.
 - Make sure that the caffeine is completely dissolved before moving on to the next step.
3. Pour the acid and flavoring mixture slowly into the water/sugar mixture (adding acid to water reduces the risk of acid splashes compared to the other way around)
4. Add caramel color and mix completely.

Soda

1. Mix one part of concentrate with five parts water. In other words, however much you use of the concentrate, use five times as much of water.
2. Carbonate the beverage. There are a few ways this can be accomplished:
 - [Carbonate the beverage yourself](#),
 - Mix soda water directly with the concentrate, instead of water in the previous step, or
 - [Use a soda fountain](#) that will combine the concentrate with carbonated water at the tap.

Tips

- It can be difficult to find all the different ingredients. They are not always available in supermarkets. Try looking at local specialty shops in their baking section.
- Don't confuse this homemade recipe with the canned cola that's been distributed at trade shows and through other venues or outlets. While the recipe is the same, the process of *canning* soda is beyond the scope of this article.

Warnings

- Caffeine can be toxic in high doses. Be careful not to add too much to your mixture, to be safe, keep the concentration below 100mg/cup.
- Many of the oils needed for flavoring can irritate skin. Use caution when preparing. They can also dissolve the plastic lining of a refrigerator; store with caution, e.g. in a glass container.
- Gum arabic is available in two forms, art grade, and food grade. Be sure to get food grade Gum arabic, or you could have a very unpleasant toxic reaction.
- Phosphoric acid will burn if it comes into contact with you. If you do get acid on you, flush the affected area with water for at least 15 minutes and get medical attention.

