



Un protagonista del mercato mondiale del playground, il gruppo The Play Co, e la sua offerta diversificata e innovativa di playground integrati per il mondo dell'entertainment, del retail e della ristorazione

IL PLAYGROUND CHE SA TRASMETTERE EMOZIONI

The Play Co è uno dei leader mondiali nella progettazione, produzione, fornitura e installazione di strutture di soft modular play, con un background di quasi 40 anni di attività nel settore, e l'installazione di qualcosa come 8 mila attrezzature gioco in quattro continenti, visitate ogni anno da quasi 500 milioni di bambini. Si tratta di una holding che riunisce sotto un unico ombrello un gruppo di aziende europee, tra cui Play Mart e Spi Play, già protagoniste dello scenario europeo del gioco modulare, per dare una risposta a tutto tondo per l'industria dei playground a livello globale. Una risposta che soddisfa tanto il mercato,

A leader in the international playground market, The Play Co group and its diversified and innovative offering of integrated playgrounds for entertainment, retail and dining

The playground that knows how to move you

The Play Co is one of the world leaders in the design, production, supply and installation of soft modular play structures, with a background of almost 40 years' business in the sector, and something like 8,000 play equipment installations on four continents, visited every year by almost 500 million children. The company is a holding that brings together European businesses, including Play Mart and Spi Play, already important players on the European modular playground scene, so as to offer a complete response to the playground industry at a global level. A response that satisfies both the market, with innovative solutions and products, and families, wanting a quality recreational offering for their children.

"I believe that playgrounds today are expressing on tenth of their potential," explained Romolo De Vecchi, who together with Brad Miller, is one of the two 'souls' of the company. "To develop them

requires suitable tools and strategies. This is why it's important not to work as simple craftsmen but rather with the strength of an industry. And this is what we have done, with effects that are evident at all levels: more professional management, more resources for R&D, optimised production processes, and the right market penetration. This for customers means more innovation, a reduction in costs and better value for money, and faster service."

The market for The Play Co is today quite diversified and flexible as concerns the location and design of its play systems. A large slice of the offering is dedicated to the retail and dining market, with 200 installations a year performed by the commercial division for shopping centers, malls, outlets, fast food restaurants and major chain stores. Here the structures have increasingly compact lines and increasingly original and careful designs. Then there is



con soluzioni e prodotti innovativi, quanto le famiglie, alla ricerca di un'offerta ricreativa di qualità per i propri figli.

"Io credo che il playground oggi stia esprimendo un decimo delle sue potenzialità" ci ha detto Romolo De Vecchi, che, insieme a Brad Miller è una delle due anime della società. "Per svilupparlo è necessario utilizzare strumenti e strategie adeguati. Per questo è importante non proporsi come artigiani, ma con la forza di una vera industria. Ed è quello che abbiamo fatto noi, con effetti evidenti a tutti i livelli: una gestione più manageriale, più risorse per la ricerca e lo sviluppo, processi produttivi ottimizzati, e una corretta penetrazione dei mercati. Che per la clientela significano più innovazione, riduzione dei costi, miglior rapporto qualità-prezzo e servizio più rapido".

Il mercato di The Play Co è oggi molto diversificato e flessibile per quanto riguarda la collocazione e il design dei suoi sistemi di gioco. Una grossa fetta dell'offerta è dedicata al mercato del retail e della ristorazione, con 200 installazioni l'anno effettuate dalla divisione commerciale dedicata a shopping center, mall, outlet, fast food e catene di negozi di primaria importanza. E qui le strutture hanno linee sempre più compatte e design sempre più originali e ricercati. E poi c'è il mercato



sempre crescente dei Fec completi di tutto – soft modular play, area infanzia, area genitori, saletta compleanni, zona laboratorio eccetera. Fec che diventano veri e propri parchi di divertimento indoor disegnati e realizzati in ogni dettaglio, fino al più piccolo degli accessori. Alla Play Co va infatti anche riconosciuto il fatto di aver saputo completare e integrare il core business con altre proposte complementari e sempre compatibili con il target di riferimento – quali giostrine, gonfiabili e un merchandising di ottima qualità – così da presentarsi oggi sul mercato come fornitori di parchi indoor completi chiavi in mano.

La tendenza attuale, così ci dicono in azienda, mette al centro la tematizzazione, che interessa sia le strutture a sé stanti, sia quelle che fanno parte di contesti ludici più articolati come un Fec o un parco a tema. Sono stati elaborati a questo proposito numerosi progetti di playground di diversa grandezza con varie tematizzazioni che si adattano alle esigenze della clientela: si va dal castello medievale con torrette, bastioni e ponte levatoio, alla giungla completa di flora e fauna esotici o il bosco con l'albero gigante e le cassette di bamboo sopraelevate, o la miniera d'oro del West in cui il legno è il materiale dominante, solo per citarne alcuni.

Per aiutare la clientela a raggiungere l'obiettivo, cruciale per il successo, di creare un'offerta che non abbia paragoni nell'area circostante, un'offerta unica e indimenticabile, che sappia trasmettere emozioni, c'è la divisione Global Attractions della Play Co, un team di professionisti che, sostenuti dall'esperienza di tutto il gruppo, sono in grado di assistere il cliente a 360° nella creazione di un playground integrato con altre componenti ludiche e ricreative. Si parte dalla scelta della location, le analisi di mercato, gli studi di fattibilità, la scelta del concept, la progettazione e realizzazione del tema fino all'assistenza nella gestione. "Quello che tu riesci a immaginare noi riusciamo a progettare e costruire", sostengono i progettisti della Global Attractions. E è così, per fare qualche esempio, che è nato il concept del Compact Indoor Snow Park, da 3 mila a 12 mila metriquadri, che può contenere fino a 500 persone e che si è giunti alla realizzazione del parco indoor Adventure World, struttura ancora degli shopping center del gruppo Aswad di Damman, in Arabia Saudita, e in Libano, che, oltre al soft modular play comprendono anche un ricco parco di giostre, tra cui un roller coaster e una water ride. □

danilo tosetto

On the previous page: a playground by The Play Co installed in Wavre, Belgium. This page: a train station themed playground at the Stardust Park in Brussels, and one of the latest installations by The Play Co: a large playground at the Joy Village Fec, located inside the Warner Village in Rome.

Pagina precedente: un playground firmato The Play Co montato a Wavre Belgio. In questa pagina: un playground sul tema della stazione ferroviaria visibile allo Stardust Park di Bruxelles e una delle ultime installazioni di The Play Co: una grande struttura gioco nel Fec Joy Village che sorge all'interno del Warner Village di Roma.



the growing FEC market, complete with everything – soft modular play, infant area, parents area, birthday rooms, workshops etc. FECs that become actual indoor amusement parks designed and developed in every detail, down to the smallest accessory. The Play Co should also be recognised for having been able to complete and integrate its core business with other complementary proposals compatible with the reference target – such as small rides, inflatables and excellent quality merchandising – meaning today is operates on the market as suppliers of complete turnkey indoor parks.

The current trend, as they say at the company, sees the theme as the main element, affecting both stand-alone structures and those that are part of more articulated proposals such as FECs or theme parks. A number of designs have been completed for different sized playgrounds with various themes that are suitable for the needs of customers: these range from the medieval castle with towers, bastions and drawbridges, to the jungle complete with exotic flora and fauna or the forest with giant trees and tree houses, or the Far West gold mine in which wood is the dominant material, just to

mention a few.

To help customers reach the objective – crucial for success – of creating an offering that has no rivals in the surrounding area, an offering that is unique and unforgettable, that exudes excitement, the Global Attractions division of The Play Co is a team of professionals that, supported by the experience of the entire group, can help the customer in the creation of a playground that is integrated with the other play and leisure components. The service starts with the choice of the location, and includes market analysis, feasibility studies, concept design, planning and construction and management assistance. "What you can imagine is what we can design and build," claim the designers from Global Attractions. And hence, to give some examples, comes the concept of the Compact Indoor Snow Park, from 3,000 to 12,000 square metres, which can hold up to 500 people and the Adventure World indoor park, the anchor structure in the shopping centers operated by the Aswad group from Damman, in Saudi Arabia, and in Lebanon, where, as well as soft modular play, there is also a park full of rides, including a roller coaster and a water ride. ■

danilo tosetto