

New scenarios are emerging with regards to entertainment centres that probably represent their future. In this article Randy White, an expert in the field from the States, deals with this interesting topic

# The Hybrids Are Coming!

by Randy White, CEO White Hutchinson Leisure & Learning Group

**No**, you don't have to get your car off the road because a pack of hybrid cars are approaching. And if you're into vegetable gardening, we're not talking about a new variety of hybrid tomatoes. What this article discusses is a completely new breed of entertainment center that we believe is the future for community-based entertainment venues. In America we are seeing declining participation in most forms of location-based entertainment and recreation. The National Golf Foundation reports golf lost an average of about 500,000 regular American players per year over the past decade. Regular participation in bowling, billiards, paintball and roller-skating is down. Per capita attendance at movie theaters is down.

Si stanno aprendo nuovi scenari per i centri di intrattenimento e questi probabilmente rappresentano anche il loro futuro. Ce ne parla in quest'articolo un esperto statunitense, Randy White

## ARRIVANO GLI IBRIDI

di Randy White, CEO,  
White Hutchinson Leisure & Learning Group

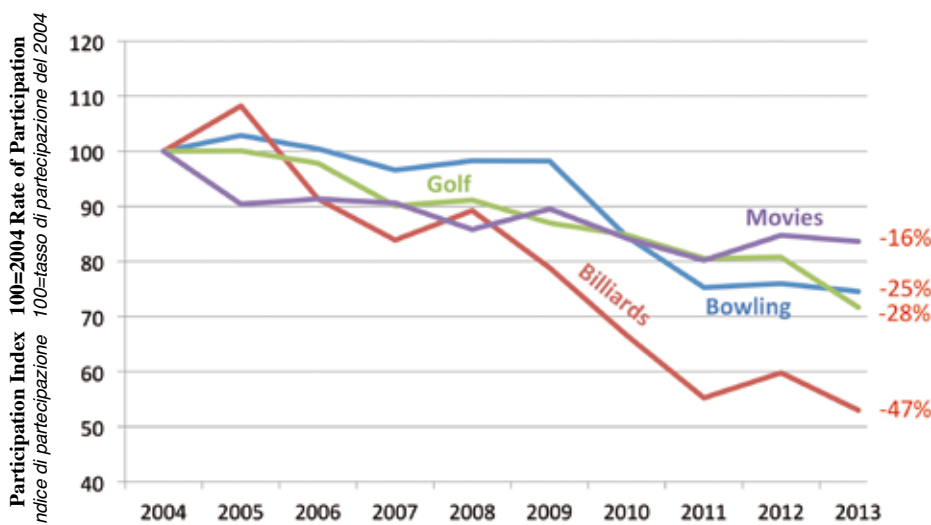
No tranquilli, non dovete accostare l'auto per via di un'orda di auto ibride che sta sopraggiungendo. E se vi interessate di orticoltura, non stiamo parlando di una nuova varietà di pomodori ibridi. Ciò di cui si occuperà questo articolo è una generazione del tutto nuova di centri ricreativi che secondo noi rappresenta il futuro dei locali pubblici di intrattenimento. In America stiamo assistendo a un calo di affluenza nella maggior parte delle attività ricreative e di tipo location-based. La National Golf Foundation riferisce che il golf in America ha perso una media di circa 500 mila giocatori abituali l'anno nell'arco dello scorso decennio. La partecipazione abituale ad attività di bowling, biliardi, paintball e pattinaggio a rotelle è in calo. E lo stesso vale per la frequentazione delle sale cinematografiche.

Questi sono tutti dei trend a lungo termine iniziati prima della Grande Recessione e i fattori che hanno determinato queste flessioni sono molteplici; la causa principale è però il dirottamento del tempo e della spesa disponibili destinati all'intrattenimento verso il mobile e gli schermi digitali montati a casa.

Tutto ciò non fa presagire niente di buono per i locali pubblici che propongono attività d'intrattenimento e ricreative. Sta però sorgendo una nuova generazione di centri in cui queste attività sono presenti, e questa nuova tipologia ottiene un grande successo economico. Si tratta dei centri ibridi. Diversamente dai centri monoattività – tipo i campi pratica di golf, i bowling, le sale biliardi e i cinema tradizionali – molti dei quali, con il ridursi del mercato, stanno subendo un calo di affluenza e di incassi, i centri ibridi vanno raggruppando più at-

### Participation Index of Selected Leisure Activities by U.S. Population Ages 7+\*

Indice di partecipazione ad alcune attività ricreative nella popolazione Usa (età 7+)\*



\*Movie Participation is for North American Population ages 2+ attending at least once during the year.

Golf, bowling and billiards participation is for U.S. participation 2 or more times each year.

Source: NSGA Sports Participation in the United States, [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), U.S. Census Bureau & Census of Canada

\*La 'partecipazione a film' si riferisce alla popolazione nordamericana di età superiore a 2 anni che va al cinema almeno una volta l'anno.

Per golf, bowling e biliardo ci si riferisce a nordamericani che praticano queste attività almeno due volte l'anno.

Fonte: NSGA Sports Participation in the United States, [www.boxofficemojo.com](http://www.boxofficemojo.com), US Census Bureau & Census of Canada

These are all long-term trends that started before the Great Recession. There are a number of factors causing these declines, but the predominant reason is the migration of disposable entertainment spending and leisure time to mobile and at-home digital screens.

This doesn't bode well for community facilities that features entertainment and recreation activities. However, a nascent breed of new center is seeing great financial success featuring these activities. The hybrids are coming. Unlike the

tività combinandole in modo nuovo, con l'aggiunta poi di una buona ristorazione e di un ambiente che stimola la socializzazione. E così attraggono clienti, soprattutto i più facoltosi, che oggi costituiscono il mercato primario. Le famiglie con un più alto stato socio-economico hanno un tasso di frequentazione dei locali di intrattenimento e culturali che è circa il doppio della media. In America, il 40% dei nuclei familiari a più alto reddito rappresenta il 70% di questa spesa.

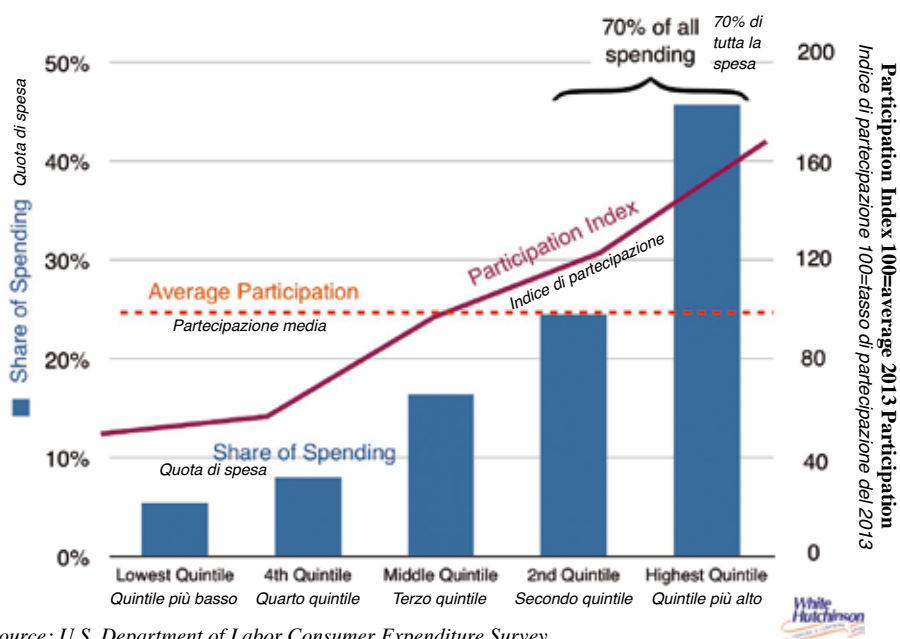
Guardiamo innanzitutto al golf. La società Topgolf sta aprendo dei centri che sposano elementi dei tradizionali campi di pratica del golf e minigolf con biliardi, eventi aziendali, tecnologie come partite informatizzate, piatti e bevande da consumare in compagnia in bar e lounge bar informali e trendy, e spazi di socializzazione che creano un'atmosfera gioviale. Topgolf sa che il suo business non è semplicemente il golf, ma è piuttosto l'esperienza, e un'esperienza molto social.

Allo stesso modo anche il bowling sta cambiando ibridandosi. Ora ci sono delle catene come Pinstripes che abbinano bowling, bocce, bar, ristorazione, aree per gruppi e musica dal vivo. Punch Bowl Social mette insieme sotto un unico tetto bowling, biliardo, ping pong, giochi automatici, shuffleboard, karaoke per piccoli gruppi, bar e buon cibo. Pinewood Social ha aggiunto una piscina all'aperto al mix e così farà anche Southside Social quando aprirà tra qualche mese. Altri centri di intrattenimento si fanno esclusivi e social aggiungendo al bowling arene laser, sale

single activity centers, such as driving ranges, bowling alleys, billiard centers and traditional movie theaters, many of which are experiencing declining attendance and revenues as the market shrinks, the hybrid centers are grouping a number of activities in new combinations, plus adding great food and beverage and social settings to attract customers, especially the more affluent ones, who are the major market today. Higher socioeconomic households have a participation rate at community entertainment and cultural venues almost twice the average. In America, the top 40% of households by income account for 70% of

### 2013 Share of Spending and Participation Index for U.S. Community-Based Entertainment\* by Quintiles of Household Income

Quota di spesa e indice di partecipazione per intrattenimenti pubblici\* negli Usa nel 2013 sulla base del reddito familiare, per quintili



Source: U.S. Department of Labor Consumer Expenditure Survey

\* Includes entertainment venues, museum & parks

Fonte: indagine sulle spese dei consumatori condotta dal Ministero del Lavoro statunitense \*comprendono locali di intrattenimento, musei e parchi



such spending.

Let's first look at golf. Topgolf is opening centers that combine elements of traditional driving ranges and miniature golf with billiards, corporate events, technology such as computerized competition and trendy and socially sharable

*With 13 locations opened around the world in 14 years serving 2.7 million annual visitors, Topgolf is a fast-growing chain of sports entertainment venues that combine practice golf games with party vibe built around great music, a playful atmosphere and mouth-watering food and drink.*

*Con 13 centri aperti nel mondo nell'arco di 14 anni che accolgono una media di 2,7 milioni di visitatori ogni anno, Topgolf è una crescente catena di locali di intrattenimento e sport in cui la pratica del golf si sposa con atmosfere da party basate su buona musica e menù che fanno venire l'acquolina in bocca.*





*Punch Bowl Social is a new dining, drinking and gaming concept that got start in Denver a few years ago. Punch Bowl Social entertainment venues bring 'old school' entertainment (bowling, billiards, darts, video games, ping-pong etc.) culinary refinement and a modern beverage program under one roof in a playful setting featuring Victorian and modern elements.*

*Punch Bowl Social è un nuovo concetto di ristorazione, bar e centro ricreativo che ha preso il via con un locale a Denver alcuni anni fa. I Punch Bowl Social riuniscono sotto uno stesso tetto divertimenti vecchia maniera (bowling, biliardi, freccette, videogiochi, ping pong ecc.), una cucina raffinata, e una lista moderna di vini, birre e altre bevande. Il tutto in un ambiente spensierato con elementi sia moderni che vittoriani.*



giochi, spettacoli dal vivo, sale cinematografiche, bar e ristorazione.

Molti cinema stanno diventando delle mete di intrattenimento ibride per aumentare il loro appeal, trasformandosi da luoghi di intrattenimento passivo a luoghi con proposte variegata (intrattenimento, socializzazione e ristorazione) racchiuse in un unico posto per cui offrono bar, cibo e bevande sia nelle sale che in ristoranti. Alcuni stanno aggiungendo anche bowling, aree giochi e altre attrazioni.

dishes and beverages in bars, lounges and social gathering spaces to create an atmosphere of merriment. Topgolf understands that they are not simply in the golf business, but rather in the experience business, and a very social one at that.

Bowling is getting a hybrid makeover as well. We now have chains like Pinstripes that combine bowling, bocce, a bar, destination dining and social group areas and live music. Punch Bowl Social combines bowling, billiards, ping-pong, arcade games, shuffleboard, private karaoke, a bar and gastro dining. Pinewood Social added an outdoor pool to the mix as will Southside Social when it opens in a few months. Other hybrid entertainment centers are going upscale and social, combining bowling with laser tag, game rooms, live performance stages, movie theaters and bars and dining.

Many movie theaters are becoming hybrid entertainment destinations in order to expand their appeal from passive entertainment to a one-stop entertainment, social and dining destination by offering bars, food and beverage both in the theaters as well as in restaurants. Some are also adding bowling, game rooms and other entertainment attractions.

Queste ibridazioni hanno tutte dei tratti in comune. Tutte presentano cibi e bevande fortemente moderni e danno all'aspetto sociale dell'esperienza un peso che è pari se non addirittura superiore a quello che hanno le componenti di intrattenimento e ricreazione. Hanno la consapevolezza di essere, nel sentire della clientela, delle destinazioni dove poter socializzare e mangiare al risto-





*This page: White Hutchinson Leisure & Learning Group's latest hybrid center that is scheduled to open in January is Helio Center in Da Nang, Vietnam. The 14,500sq.m center is truly a hybrid center on steroids, as it includes the following components: a bowling alley including VIP lanes and a lounge, a children's edutainment center, an indoor ice skating rink, 7 rides, soft-contained-play structure, redemption, simulator and video game room, indoor karting track, 19 private karaoke rooms, party rooms, a multi-purpose room, 3 food areas (a food court, a coffee shop and an indoor-outdoor restaurant village).*



*In questa pagina: l'ultimo centro ibrido di White Hutchinson Leisure & Learning Group è l'Helio Center di Da Nang, in Vietnam, la cui apertura è prevista per il prossimo gennaio. Si svilupperà su 14.500mq e può definirsi un ibrido all'ennesima potenza dal momento che ha un'offerta molto ampia: un bowling con piste Vip e divanetti, un edutainment center rivolto ai bambini, una pista di*

*pattinaggio indoor, 7 giostre, struttura gioco modulare, sala giochi con redemption, simulatori e videogame, pista go-kart al coperto, 19 salette per karaoke, party room, una sala polivalente e 3 aree ristorazione (una food court, una caffetteria e un 'villaggio della ristorazione' parte indoor e parte outdoor).*

All these hybrids have a number of things in common. They all feature great contemporary food and drink and focus as much, if not more so, on the social aspect of the experience as on the entertainment and recreation components. They understand that they are a social and dining destination, not just an entertainment or recreation center. What this probably means for the future of community entertainment and recreation venues is that the single attraction center will fast become something of the past, as the new hybrids are so much more appealing, and once someone experiences one of these hybrids, there really is no going back to the old stand-alone that will then seem so backward and inferior. ■ © 2014 White Hutchinson Leisure & Learning Group

rante, non solo dei centri ricreativi.

Guardando al futuro dei locali pubblici di intrattenimento, probabilmente questo vuol dire che il centro basato su una singola attrazione diventerà presto qualcosa del passato, dal momento che i nuovi ibridi sono molto più accattivanti, e una volta che li si prova, non si torna certo indietro ai locali monoproposta di vecchio stampo, che così anzi risulteranno sorpassati e scadenti. □ © 2014 White Hutchinson Leisure & Learning Group



**Randy White** is the CEO of the White Hutchinson Leisure & Learning Group, a multi-disciplinary firm that specializes in feasibility, concept and brand development, design and consulting for entertainment



facilities. Over the past 25 years, the company has worked for over 500 clients in 32 countries and won 16 first-place design awards. The company publishes an occasional Leisure eNewsletter and Tweets and Randy has a blog. Randy is also co-founder, co-regent and presenter at Foundations Entertainment University, now in its 12<sup>th</sup> year. Randy can be reached at +816.931-1040, ext. 100 or via the company's website at [www.whitehutchinson.com](http://www.whitehutchinson.com).

**Randy White** è il CEO di White Hutchinson Leisure & Learning Group, un'azienda multidisciplinare di Kansas City specializzata in studi di fattibilità, sviluppo di concept e brand, progettazione e consulenze per strutture di intrattenimento. In 25 anni, questa società ha lavorato per più di 500 clienti in 32 nazioni e ha vinto 16 premi per la progettazione. Pubblica periodicamente una eNewsletter e Tweet, e White ha inoltre un blog. White è anche co-fondatore, condirettore e relatore della Foundations Entertainment University, giunta alla sua 12esima edizione. Chi volesse contattare White, può telefonargli al numero (+1) 816.931-1040, int. 100 o può farlo attraverso il sito della società che è [www.whitehutchinson.com](http://www.whitehutchinson.com).