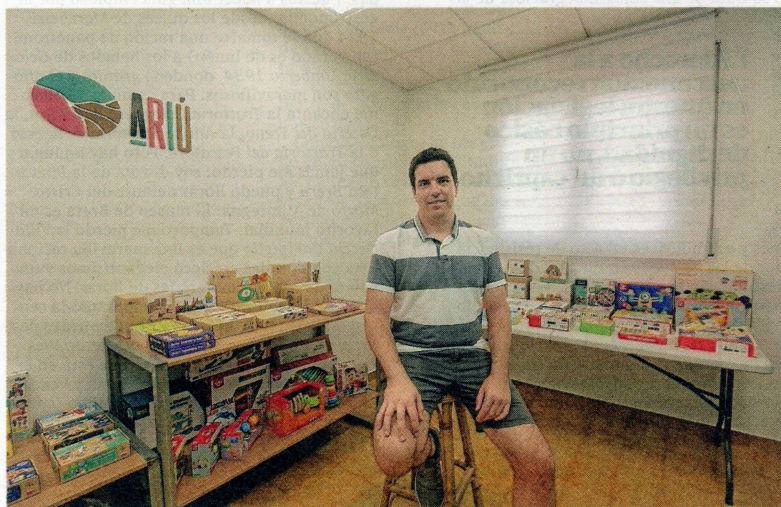


Ariú Play, o com enviar jocs personalitzats, interactius i sense pantalles als domicilis

L'empresa envia periòdicament caixes de joguines als xiquets de tot el país. La iniciativa neix arran de detectar que els nens estan 'saturats'



Marc Vidal dirigeix aquesta empresa que ofereix una gamma àmplia d'enviaments de jocs. FOTO: JOAN REVILLAS

JORDI PORTA
MÓRA LA NOVA

Són l'exemple de com unir els conceptes de sostenibilitat, diversió i inclusió des d'una perspectiva didàctica. Ariú Play és un segell de Móra la Nova que envia als domicilis dels nens de tot el país caixes personalitzades amb jocs educatius adaptats a l'edat i a les necessitats de cada infant. Marc Vidal, l'emprenedor, dirigeix aquest servei, que funciona mitjançant un dels tres plans de subscripció que ofereixen (mensual, trimestral o anual, disminuint el preu proporcional, però igualant la quantitat de jocs com més durador és el compromís), i també disposen d'una opció per regalar sense compromís.

Un dels trets característics principals d'aquesta empresa és que, a l'any 2025, treu al mercat una sèrie de jocs sense pantalles. «A la franja d'edat de 0 a 8 anys, que és la que s'adequa al nostre projecte, considerem que no és el més adequat. Volem oferir una alternativa», argumenta. De fet, ans al contrari, la majoria dels jocs que plantegen motiven el xiquet a «crear històries, descobrir el sentit del tacte i fomentar la creativitat i la intuïció», detalla.

Es una iniciativa molt necessària al territori, on aquestes opcions no estan a l'abast de la ciutadania. Així i tot, naturalment, el seu àmbit geogràfic d'enviaments és Catalunya i Espanya, «amb projecció pròximament a Portugal», confessa. Està pensada especialment per a famílies que viuen en espais petits, i el sistema rotatiu en què es basa permet renovar els jocs pe-

riòdicament sense acumular-se. «Vaig detectar que els nens tenen moltíssims jocs a casa i hi juguen una vegada, se'n cansen i s'acumulen als calaixos», relata Vidal. Així, els infants mantenen la motivació perquè el joc no és repetitiu i no s'avorreixen.

De fet, treballen en períodes de tres mesos. Vidal precisa que el mode de subscripció mensual (inclou una caixa nova cada mes per 40 €) «és per provar els jocs, però la millor opció és la trimestral (79,90 €/trimestre, que equival, 26,63 €/mes), que és la d'un paquet cada tres mesos, temps suficient per a treure'n el màxim profit, o l'anual, que consta de quatre entregues a l'any».

L'emprenedor va acompanyar de la seua parella, psicòloga infantil i que l'ajuda a l'hora de triar els jocs més adequats per a cada infant, ja que, entre les pos-

Disposen de tres mètodes de subscripció diferents i ofereix una alternativa als jocs més majoritaris

sibilitats que ofereixen, «disposen d'un servei personalitzat per adaptar el joc a cada xiquet». Confirmen que ja han iniciat la venda, però alhora admeten que la seua proposta no correspon a un públic de masses. Ariú Play, a més, diversifica el negoci i també disposa de subscripcions per a professionals de l'educació i la psicologia infantil. Les caixes inclouen fins a cinc jocs i la possibilitat d'afegir llibres, una eina útil per a escoles.