

27 ottobre: la grande duna rossa del Ferrari World di Abu Dhabi diventa realtà

Abu Dhabi. Dal primo sguardo al video promozionale dell'intervento, sembra la visione di una città del futuro, sulla scia delle immagini, talvolta inquietanti, dei film di fantascienza; e invece il Ferrari World di Abu Dhabi è un progetto reale, costruito in tre anni di cantiere, alla vigilia della sua apertura al pubblico. Promosso dalla Aldar Properties Pjsc (importante società di sviluppo immobiliare locale) attraverso Mubadala (fondo d'investimento del governo di Abu Dhabi, che detiene il 5% delle azioni Ferrari), si tratta del parco tematico più grande del suo genere e rappresenta il cuore di una serie d'interventi per l'intrattenimento di un pubblico selezionato; coloro che potranno permettersi il lusso di accedere a Yas Island, sorta di «isola dei sogni» che su 2.500 ettari di superficie propone in costruzioni recentemente ultimate un susseguirsi di hotel, parchi, residenze di lusso, golf club, complessi per lo shopping e club nautici.

Il lancio dell'operazione senza precedenti ha coinvolto grandi multinazionali dell'entertainment come la Profun Management Group Inc e la Farah Leisure Parks Management LLC. Queste hanno accompagnato le scelte relative al programma funzionale di Ferrari World, lasciando la «progettazione-packaging» a Benoy, società di architetti, pianificatori e designer con sedi in Gran Bretagna, Hong Kong, Shanghai, Abu Dhabi, Singapore e Mumbai.

La dimensione dell'investimento, colossale quanto preoccupante, emerge non soltanto dai nomi dei promotori, ma dall'estensione stessa della smisurata stella rossa, che con distanze di 700 m da punta a punta copre un'area di circa 200.000 mq. La copertura, in lastre di metallo ad alto isolamento termico, sdoganata come rielaborazione formale della scocca della celebre auto da corsa, ha la funzione di proteggere dal torrido clima esterno lo spazio sottostante, destinato al divertimento

e allo svago. Un atteggiamento di disimpegno edonistico che dimostra la mancanza di qualsiasi preoccupazione per gli impatti ambientali. Questa sorta di duna artificiale, per cui sono state utilizzate oltre 35.000 tonnellate di acciaio, è racchiusa da vetrate laterali, anch'esse in materiale altamente termoisolante; presenta un'altezza media di circa 40 m e ospita una ventina di attrazioni, abilmente studiate per celebrare l'auto dal cavallino rampante. Fra di esse, alcune destinate ai più piccoli (Junior Training Camp e Junior GT per le prime esperienze in F1) e molte agli adulti, come le aree riservate alle proiezioni e alle corse virtuali (Made in Maranello, Cinema Maranello, Scuderia Challenge, The Pit Wal) o quelle per le corse reali (V12, Speed of Magic e Formula Rossa, le montagne russe più veloci del mondo e infine G-Force, la torre centrale alta 62 m per la caduta libera), insieme a spazi espositivi dove poter vedere tutte le Ferrari finora prodotte insieme a prototipi inediti.

Nel grande gioco, non potevano mancare una serie di ambienti come Bell'Italia o Viaggio in Italia, in cui sono astutamente riprodotte le meraviglie e le atmosfere del Bel Paese; i ristoranti e gli shopping center completano l'offerta del sogno italiano da souvenir.

Come realizzazione rappresentativa del brand, il Ferrari World di Abu Dhabi vanta forse una serie di primati, dimenticando tuttavia che l'inseguimento della logica di pole position nel mondo commerciale può portare al sorpasso di valori come la sostenibilità ambientale o l'attenzione al contesto paesaggistico. Ma questo vale per tutta l'edilizia degli Emirati Arabi.

About Author



Rachele Michinelli

Laureata in Architettura a Ferrara nel 2002, dal 2001 al 2003 lavora a Parigi. Nel 2007 è visiting professor all'Universidad Nacional de Colombia di Bogotá. Nel 2009 consegue il dottorato presso il Politecnico di Torino. Dal 2006 collabora con Il Giornale dell'Architettura. Dal 2013 al 2015 è docente a contratto presso il Politecnico di Torino, nell'a.a. 2016/17 tutor presso l'Alta Scuola Politecnica dei Politecnici di Milano e Torino. Dopo una decennale esperienza come project manager e consulente alla direzione presso Studio Rolla per la gestione d'importanti trasformazioni urbane, fra cui il nuovo stadio della Juventus a Torino, nel 2018 fonda il proprio studio Viadelpino a Genova, occupandosi principalmente di consulenze procedurali e tecnico amministrative

[See author's posts](#)

[!\[\]\(a03a7eb2f4046e1d3c76772003e549ea_img.jpg\) Condividi](#)