

5

milioni di euro

il costo della cerimonia inaugurale del Dubai water canal organizzata dall'italiana Prodea group lo scorso 9 novembre.

Dubai

Il canale d'acqua da mille e una notte

Un'insenatura artificiale imponente ha trasformato il centro della città araba in un'isola circumnavigabile.

Una cascata di acqua di 15 metri sotto la quale, sospesi nel vuoto, danzavano acrobati muscolosi. Un canale di luci e laser ricreato in cielo per tre chilometri, tra una sequenza di ponti fluorescenti venuti su in poche settimane. Balli sulle barche, installazioni galleggianti e video celebrativi di una storia, fatta solo di qualche decennio e che però vuole imporsi nell'immaginario globale come qualcosa da prendere sul serio. È la cerimonia inaugurale, costata cinque milioni di euro e organizzata a Dubai, lo scorso 9 novembre, dall'italiana Prodea group per festeggiare, alla

presenza dello sceicco Mohammed bin Rashid Al Maktum e di 200 investitori, l'apertura del Dubai water canal: il nuovo percorso navigabile che ha trasformato il cuore della capitale dell'Emirato in una piccola isola.

«Fino a due settimane fa qui non c'era neppure l'acqua» racconta Marco Cicchetti, ceo di Prodea. «Ma da queste parti si corre: lo sceicco aveva deciso di prolungare artificialmente il creek, l'insenatura naturale che sfocia nel Golfo persico, e in tre anni si è fatto». Lì intorno, secondo i piani, sorgeranno una nuova marina, una pista ciclabile di 12 chilometri, aree residenziali e zone di intrattenimento.

Il claim del progetto, scelto rigorosamente dal governo, recita: «The new face of Dubai», come se in questa già nuovissima cattedrale nel deserto ci fosse ancora bisogno di novità. Moaza Saeed al Marri, direttrice marketing e comunicazione della Rta (la Road transportation authority, uno degli enti più danarosi e dinamici dell'emirato) spiega che «l'obiettivo del progetto è portare felicità», in scia con l'iniziativa presa quest'anno dallo sceicco di dedicare a questo stato d'animo persino un ministero.

Dopo la crisi del petrolio, il futuro sembra essere orientato a dotare di un'anima, anch'essa artificiale, la città di vetro e acciaio, una capitale finanziaria sempre più vocata al turismo, che di colpo inserisce la parola «lifestyle» nella comunicazione istituzionale. «Quando abbiamo vinto la gara contro gli altri due finalisti» ricorda Luca Sani, socio di Prodea group di stanza a Dubai «ci hanno chiesto di raccontare una storia: in questa loro fase di maturità, si sono probabilmente stufati dei fuochi d'artificio, volevano piuttosto delle emozioni».

Un lavoretto «per niente facile», ammette Paolo Gep Cucco, direttore creativo di Prodea group: «Dal Protocollo non facevano che ripetere che doveva essere uno spettacolo "all'altezza di Sua Altezza", sottolineando che lo sceicco ha già visto tutto».

Le emozioni, a ogni modo, ci sono state. E lo sceicco ha dato segno di apprezzare. La sfida più grossa, per tutti, ora è quella che guarda all'Expo 2020. *(Lucia Scajola)*

© RIPRODUZIONE RISERVATA



2,9
CHILOMETRI
LUNGHEZZA
DEL DUBAI
WATER
CANAL

Il canale (in alto), largo dagli 80 ai 120 metri, collega la Business bay al Golfo persico. Sopra, uno dei nuovi tre ponti costruiti.