acqua
tatto
fuoco
vista
olfatto
etere
terra
udito
gusto
aria

VIP CAR *WELLNESS*

Shanghai international Circuit

Promoter: Giuseppe Prevosti
Architettura: Studio Paolo Bodega
Progettazione marketing: Tommaso Sgobba

Sintesi concettuale

Obiettivi

In una Metropoli come Shanghai, ci sono circa 2.000 proprietari di Auto prestigiose da corsa o sportive, alcune delle quali hanno bisogno di essere custodite in un caveau particolarmente dotato di una costante assistenza tecnica specializzata.

L'autodromo inoltre ha bisogno di diventare una infrastruttura Sportiva e turistica di Shanghai e come tale deve creare il maggior numero di eventi nel corso dell'anno.

Da queste due premesse nasce l'idea che l'Autodromo, si possa dotare di uno Spazio particolarmente adatto ad ospitare i proprietari nonché soci del Club **VIP** CAR *WELLNESS che desiderino il Confort ed il Benessere globale per se stessi e le proprie Auto che sono considerate veri e propri gioielli di tecnologia avanzata.*

Filosofia

E' nostra convinzione marketing che in uno spazio sportivo come l'Autodromo di Shanghai per 200.000 spettatori, fra i più moderni al mondo e progettato da ***TILKE****, Maestro di Architettura Sportiva per Autodromi (www.tilke.com/projekte.php?projid=4640-01), si possa prevedere una Torre come* ***Gioiello di*** **Italian Design***, e* ***Oasi rigenerativa sensoriale*** *per garantire ai Protagonisti delle Gare, alle loro Auto e all'indotto del Club* **VIP** CAR *WELLNESS di Shanghai di disporre di un comfort di livello superiore, come Club esclusivo della Città e della Regione di cui fa parte Shanghai.*

Il progetto

Il progetto nasce da una idea di Tommaso Sgobba (Responsabile Marketing Turismedia - www.turismedia.it) come proposta per una ***Oasi rigenerativa sensoriale****, già discussa nella 1° settimana di aprile u.s. con i Dirigenti dell'Autodromo* ***Mr. Gao Zurong,*** *Vice General Manager* ***- Yao Leng,*** *Director Administration Center* ***e Wei Juan****, Director Business Management Center e Manager Marketing Dept.*

Tale idea è stata elaborata dallo Studio di ***Paolo BODEGA****, un Architetto italiano che ha ideato la* ***SENSORY SPA*** *ed ha collaborato per molti anni con lo Studio internazionale dell'Arch.* ***Renzo PIANO.***

Il concetto SENSORY SPA si basa su una ricerca già applicata dall'Arch. ***Paolo BODEGA*** *nella riconversione delle* ***Terme di Chianciano,*** *realizzando spazi dedicati al benessere di persone con particolari esigenze rigenerative.*

http://www.paolobodega.com/

VIP CAR *WELLNESS*

A questa idea primaria si prevede di integrare il progetto del Gruppo Prevosti che valuta di realizzare all'interno dell'Autodromo di Shanghai un Garage particolarmente attrezzato per la custodia e l'Assistenza tecnica di prestigiose auto, nonché la formazione di esperti per gli aspetti relativi alla tecnologia e la formazione di Piloti.

Le due idee trovano una perfetta armonia nella idea progetto che presentiamo con il nome di " **VIP** CAR *WELLNESS* **".**

La concezione e l'utilizzo della Struttura

Si propone una struttura in verticale che chiameremo TORRE con alcuni piani interrati, concepita "a misura" della ricerca più avanzata eco sostenibile naturale, ricca di giardini pensili e con grandi trasparenze per offrire vedute panoramiche spettacolari sul Circuito.

Un grande involucro in vetro "aperto" in grado di generare prospettive spaziali straordinarie che si sviluppano all'interno di un unico grande spazio a tutt'altezza, entro il quale fluttuano le funzioni richieste.

La sua articolazione in altezza permette di sviluppare un Centro con tutti i servizi necessari prevedendo una quasi autonomia energetica.

*L' edificio dovrà rappresentare la massima sintesi del concetti qualitativi e tecnologici, un "**organismo vivo**" ed autonomo dal punto di vista energetico.*

*Sono previsti Ristoranti panoramici, Atelier del Gusto, Boutique, Centro Benessere con Percorsi neuro sensoriali, particolarmente adatti per il **set up energetico** dei piloti prima della gara e per la **decompressione emotiva** dopo la gara.*

La concezione e l'utilizzo della Struttura

Un Sistema interattivo WebTV dedicato alle riprese di competizioni di Auro e moto ed un Centro multimediale collegato via satellite. Piscine, Solarium, Fitness Club, SPA, Centro Massaggi rigenerativi e rilassanti.

*Ambienti di grande fascino avvolti nello charme dell' **Italian Lifestyle.***

Una piccola Città in verticale, da calibrare sulla base di una verifica di fattibilità, che deve rispondere alle esigenze dei Dirigenti delle varie Scuderie, a quelle dei Piloti nel pre e post gara, dei dirigenti dei Media che potranno accedere su invito, dei proprietari delle Auto presenti nel Caveau che sono costituiti in Club internazionale.

*La struttura verticale è aperta alle varie **Scuderie mondiali**, che potranno avere Spazi di proprietà per meglio gestire la propria Immagine e le attività all'interno del* **VIP** CAR *WELLNESS.*

L'uso della torre quindi sarà consentito a diverse tipologie di utenze che potranno accedere, usare e visitare gli ambienti con diverse modalità.

Spazio riservato alle Auto

Per le Auto è prevista la Zona interrata con Box gestiti da piattaforma automatica computerizzata di prelievo e ricovero.

Centri di Assistenza delle più importanti Marche, con collegamenti privilegiati telematici con le varie Case costruttrici, Centri di revisione.

Una Show Room con le occasioni del mese.

Sarà prevista per i Soci del Club una Sala dedicata alla simulazione di prova e di gara virtuale sul circuito.

Uno spazio protetto, dove i segreti della meccanica potranno essere visti da percorsi pubblici separati.

Le Motivazioni del Marketing:

VIP CAR *WELLNESS nasce per impreziosire ulteriormente l'impianto sportivo che così diventa vivibile 365 giorni l'anno, come luogo da frequentare anche nei giorni fuori gara, in quanto si incontrano gli amici stranieri, si può provare la propria auto su circuito, su prenotazione ed in regime di totale sicurezza, si possono realizzare eventi dedicati agli amatori, perché nel Club si incontrano persone con hobby comuni e affinità elettive, gente con cui scambiare idee e fare progetti.*

In sintesi un Luogo di grande Charme e rigenerazione per le persone e le loro preziose auto. La concezione ed il Design della Torre si pone ovviamente in equilibrio armonico rispetto all'intero dell'Autodromo come una scultura o un Oggetto di Design rispetto a uno spazio funzionale, in questo caso alle gare.

L'area di intervento:

Considerando le aree di rispetto della Torre, la superficie planimetrica necessaria dovrà essere di circa 3.000 mq.

La localizzazione deve essere posta all' interno del circuito, ben individuabile a livello percettivo e ben collegata con gli assi viabilistici sia pedonali che veicolari, vicino alle Tribune di Onore ed allo Spazio riservato ai Piloti ed agli addetti ai lavori come Sala Stampa ed altro.

E' necessaria la prossimità alla pista per consentire l' accesso alle auto direttamente dai Box della Torre.

Per queste motivazioni si è individuata l'area a sud del Team House tra la curva 16 e 10, di fianco alla bretella di ingresso ai Box dalla pista, o altre soluzioni possibili.

Gli Equilibri Architettonici e di Marketing:

*Per rimanere nel concetto di equilibrio energetico **Yin** e **Yang**, mentre l'Architettura dell'Autodromo diventa Cattedrale per essere al tempo stesso imponente e funzionale, quindi maschile **Yang**, adatto a poter ricevere decine di migliaia di utenti, la Torre diventa un simbolo di eleganza e raffinatezza, femminile **Yin**, che integra, valorizza e migliora la funzionalità dell'impianto, come attrazione non per le masse, ma per i pochi privilegiati che potendo spendere per i loro Hobby devono trovare uno spazio adeguato alle loro specifiche esigenze.*

Il Progetto VIP CAR Wellness

Il Progetto **VIP** CAR *WELLNESS deve tenere conto di aspetti etici, estetici, funzionali ed economici, da analizzare con una sequenza logica: queste verifiche hanno delle priorità in ordine di importanza che saranno rispettate.*

Desideriamo pertanto parlarne innanzitutto con la Direzione dell'Autodromo e con lo Studio di architettura cinese, Partner dello studio TILKE, che ha progettato l'impianto.

A verifica positiva desideriamo avere un incontro diretto con l'Architetto che ha firmato il progetto e di conseguenza con il mercato finanziario.

E' nostra convinzione che la potenziale richiesta del mercato cinese abbia bisogno di questa proposta, in linea con le esigenze del target individuato ed al passo con i tempi.

VIP CAR *Wellness*

simbolo di Immagine e rapporti socio-culturali internazionali per Shanghai

Gli eventi sportivi internazionali organizzati intorno all'Autodromo di Shanghai, muovono Campioni, Manager, giornalisti, con la propria organizzazione.

Essi non hanno contatti con la Realtà locale, non disponendo di un riferimento organizzato che possa prendersi cura di loro.

VIP CAR *WELLNESS, come Club ha la funzione di accogliere persone accreditate e diventare zona franca per i rapporti interpersonali, a cui i cinesi tengono tantissimo.*

Questa struttura nel corso dell'anno permette ai cinesi di ritrovarsi, godere del proprio benessere globale e delle proprie Auto custodite e gestite come gioielli. Permette anche di conoscere persone di tutto il mondo che arrivando a Shanghai vogliano conoscere persone con le medesime affinità sportive ed elettive.

VIP CAR *WELLNESS diventa uno* ***Status Symbol*** *e aiuta a migliorare i rapporti con altre culture. Infatti questa società che si appresta a sviluppare un nuovo modello di sviluppo sociale a livello mondiale, dispone di mezzi economici, ma non ha ancora sviluppato la buona gestione del piacere, tempo libero e la cura estetica della propria persona ed Immagine.*

Potersi confrontare sul piano culturale e di Stile di Vita con personaggi del mondo sportivo internazionale, diventa una funzione di crescita e di scambi ad alto livello, con un beneficio per la gestione dei servizi del Club

Presentazione multimediale del progetto in lingua inglese e cinese

La presente sintesi concettuale è finalizzata a definire gli attori che dovranno gestire la 1° fase, che ha l'obiettivo di presentare i concetti qui esposti, elaborati come Brochure multimediale, alla Direzione dell'Autodromo, ai Partner dello studio TILKE a Shanghai e attraverso questi all'Arch. TILKE in Germania e a possibili investitori.

Da tale presentazione dovrà emergere la verifica per passare alla 2° fase, che definirà l'Area su cui può sorgere l'immobile, lo sviluppo del concept sotto le diverse angolazioni e gli elementi da cui ricavare il Progetto di massima e il relativo Business Plan da presentare alle Autorità competenti.

Per progettare e realizzare la 1° fase, consistente in una presentazione multimediale interattiva visibile in Rete, completa di immagini e videoclip, ovviamente di livello internazionale, sia in lingua italiana che cinese, è previsto un lavoro di 4 settimane corrispondente a 10.000 Euro di puri costi.

Il Gruppo di lavoro dei tre Partner integrato per competenze lavora per arrivare all'approvazione del progetto, il cui valore rimane di proprietà comune.

Progettazione marketing Turismedia www.turismedia.it – Studio di Architettura Paolo Bodega www.paolobodega.com

Image © 2007 DigitalGlobe
©2006 Google

Progettazione marketing Turismedia www.turismedia.it – Studio di Architettura Paolo Bodega www.paolobodega.com

acqua
tatto
fuoco
vista
olfatto
etere
terra
udito
gusto
aria

VIP *Wellness:*

motivazioni, ricerca, soluzioni per il Benessere globale

Stress e frenesia sono due elementi che caratterizzano la nostra quotidianità; condizionati dal traffico, dai rumori metropolitani, dal caos, dall'incedere veloce delle nostre vite, abbiamo alterato e compromesso l'uso consapevole dei cinque sensi.

Le città contemporanee e le metropoli come Shanghai sono luoghi in cui difficilmente si riescono a trovare spazi e momenti di cura del corpo e dello spirito; anche le tradizionali strutture votate alla cura del sé sono diventate luoghi di "fast-wellness" incapaci di interrompere il nostro frenetico ritmo di vita.

VIP *Wellness:*

motivazioni, ricerca, soluzioni per il Benessere globale

L'uomo, avendo progressivamente perso il naturale equilibrio con l'ambiente circostante, ha la necessità di riappropriarsi dell'esperienza del sé, della percezione del proprio corpo e della propria anima, e la domanda di "benessere" sta diventando una vera e propria ossessione metropolitana che proviene da una variegata tipologia di persone che condividono questa filosofia di vita.

I centri benessere sono i luoghi preferiti per evadere dall'anomala ritmicità quotidiana e concretizzano questo desiderio dell'uomo di ritrovare un equilibrio psicofisico, il rilassamento e il contatto con la natura, dove è possibile imparare nuovi Stili di Vita in grado di generare **Wellness** (*benessere globale*).

VIP *Wellness:*

motivazioni, ricerca, soluzioni per il Benessere globale

Questi spazi devono perciò basarsi sul principio che l'uomo è un'entità complessa, e devono stimolare i sensi che sono il veicolo tra esperienza fisica e mentale , tra visibile e invisibile, tra reale e virtuale.

Il benessere non è più esclusiva attenzione agli aspetti estetici e all'apparenza, ma adozione di strategie mirate a favorire l'armonia globale del corpo; yoga, stretching, meditazione, aroma e musicoterapia e altre attività ludico-terapeutiche sono tecniche dirette al piacere psicofisico.

VIP *Wellness:*

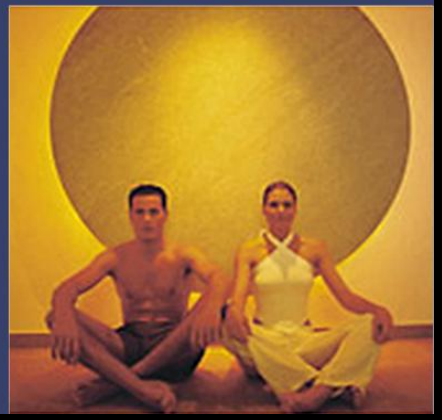
motivazioni, ricerca, soluzioni per il Benessere globale

L’isolamento dal mondo esterno non esclude però le relazioni sociali e le contaminazioni culturali; chi frequenta questi centri desidera avere esperienze legate a pratiche e rituali legati a tempi e culture diverse dalla propria. I nuovi spazi benessere possono quindi trarre i loro programmi non solo dalla medicina del benessere più avanzata occidentale, ma dalle antiche tradizioni orientali, cinesi e giapponesi; le stesse che ci hanno insegnato che ogni disturbo fisico non è che il riflesso di una disomogeneità dell’equilibrio tra corpo e mente.

VIP *Wellness:*

motivazioni, ricerca, soluzioni per il Benessere globale

I nuovi centri benessere del tipo **VIP CAR Wellness** da progettare per **l'Autodromo di Shanghai** rappresentano scenari sospesi tra sogno e realtà e dovranno essere sempre più ipersensoriali, capaci di stupire e coinvolgere, di cullare il corpo e lo spirito nel totale abbandono della propria fisicità per ritrovare, in questi ambiti, al di fuori del tempo e dello spazio, il ritmo ancestrale dell'essere puro e incontaminato.



FedEx

FedEx

acqua
tatto
fuoco
vista
olfatto
etere
terra
udito
gusto
aria