



*Ambienti*

# UN NUOVO CAMPUS PER LAVORARE SMART

Sale tecnologiche, campo di basket, asilo. Un resort? No, un ufficio pensato per produrre, e vendere, idee migliori

di Chiara Cantoni

**P**er far nascere i progetti bisogna cogliere il momento di discontinuità e saper guardare lontano, oltre le apparenze. L'edificio all'angolo di viale Jenner e via Bernina, a Milano, era il cupo ricordo di un passato spento, con facciate tristi e spazi decadenti. Oggi, è una fabbrica delle idee, un luogo vitale di benessere e creatività. Se la differenza sta nell'occhio di chi osserva, in questo caso, l'occhio è quello di Jacopo della Fontana, fondatore insieme a Corrado Caruso dello studio D2U-Design to users, che ha sviluppato il progetto di recupero per la nuova sede del Gruppo Publicis, trasformando un immobile in disuso in uffici smart, destinati a ospitare in un unico campus gli oltre 600 dipendenti dei suoi dieci brand. «La sfida era quella di creare un ambiente stimolante per tutti nel

rispetto delle specifiche identità», spiega l'architetto.

Fulcro del nuovo polo, l'ampia corte interna di 5mila mq, un polmone verde del tutto inusuale per Milano, dove intrattenere meeting fra le magnolie, sgranchirsi nel campo da basket-calcetto, concedersi un momento di relax nel dehors della caffetteria o

persino nell'orto aziendale. «Proprio questo spazio, infestato in origine da erbacce e rifiuti, ha convinto cliente e consulente immobiliare a investire nel lotto, ispirando noi nel progetto», continua. «Le facciate esterne hanno preso vita applicando pellicole serigrafate colorate e pannelli lignei alle estremità, con tre ingressi distinti, caratte-



## RECUPERARE E RIPENSARE

Jacopo della Fontana, laureato in architettura al Politecnico di Milano, fondatore dello studio D2U-Designers to Users, specializzato in progettazione per retailer, uffici, ospitalità e product design.



## SPAZI IN COMUNE

Alcuni ambienti di Jenner 19, il nuovo building dove hanno sede le agenzie Leo Burnett, Publicis, Saatchi & Saatchi, MSL Italia. Gli uffici occupano 11 mila mq con un giardino interno di 4 mila mq.

rizzati ciascuno da un proprio look&feel interno per preservare l'autonomia di immagine». Gli 11 mila mq di uffici ospitano le agenzie del Gruppo, da Leo Burnett a Saatchi & Saatchi, da Publicis a Msl, con il piano terra adibito agli spazi comuni: bar-ristorante, teatro da cento posti, sale riunioni super tecnologiche e un asilo nido aziendale. La palestra al piano inferiore e un grande terrazzo, ideale per aperitivi o riunioni informali, completano le dotazioni. «Messe in fila queste cose descrivono un resort. Invece è un ufficio, con postazioni di lavoro flessibili, moderne e colorate», commenta Giorgio Brenna, presidente e a.d. di Leo Burnett Group Italia.

Ai piani superiori, gli spazi ricalcano un layout comune con varianti estetiche diverse per ogni brand, garantendo

ambienti funzionali al confronto creativo, senza sacrificare la privacy necessaria. Valori apprezzati da chi il campus lo vive ogni giorno. «Il nostro lavoro si è sempre basato su un'unità inscindibile: il duo Art e Copy. L'intimità della coppia è un elemento inviolabile da quando esiste la pubblicità», racconta José Vuolo, head of design di Leo Burnett. «Perciò sono trasalito nel vedere il

progetto di un open space. In realtà, poi, è stato così naturale adeguarsi alle opportunità del nuovo contesto che nessuno si è mai lamentato». Perché talvolta la forma è sostanza. «Questo campus ha favorito un modo diverso di lavorare, facilitando la libera circolazione delle idee e la contaminazione delle diverse discipline», sostiene Daniela Canegallo, ceo di Msl Group Italia. «Lo smart working è spesso associato a dipendenti in reteleavoro. Non era il nostro obiettivo: non volevamo mandarli a casa ma farli sentire a casa», conclude Brenna. «Il nostro mestiere è creare, produrre e vendere idee. Ci serviva un ambiente capace di restituire energia e nutrire l'ispirazione delle persone, per metterle in condizione di avere le migliori». Missione compiuta.