



IL SOLE 24 ORE HEADQUARTERS

Applicando la pratica del retrofit, lo studio milanese Park Associati ha migliorato le prestazioni ambientali e dato nuova vita all'edificio esistente nato nel 1988 per ospitare gli uffici della società farmaceutica Alfa Wassermann. Da edificio cubico monolitico, rinchiuso nel proprio volume opaco a edificio innovativo e permeabile.

Un edificio monolitico trasformato nell'headquarters permeabile e accessibile de Il Sole 24 Ore. L'intervento di hard retrofitting di Park Associati trasforma un edificio cubico rinchiuso nel proprio volume opaco in un edificio innovativo, permeabile e godibile. La ricerca sulla facciata, gli spazi interni luminosi e adattabili alle esigenze del tenant, il gruppo editoriale Il Sole 24 Ore, e la grande terrazza al decimo piano con vista sulla città e sulle Alpi caratterizzano il progetto. Molti degli edifici sorti negli anni '80 nel quartiere Bicocca, a nord-est di Milano, sono ora oggetto di restyling e adattamento alle nuove esigenze di sostenibilità del costruito. L'headquarters de Il Sole 24 Ore è uno di questi edifici, nato nel 1988 per ospitare gli uffici della società farmaceutica Alfa Wassermann. La sfida architettonica e creativa della riqualificazione è il primo passo verso un pro-

getto che rispetta uomo e ambiente nel tessuto urbano e fa continuare la vita dell'edificio sotto altra forma, offrendo una seconda chance all'architettura. Il progetto di Park Associati trasforma il volume dall'involucro di metallo e vetro tutt'altro che performativo, in un edificio dal design innovativo, che massimizza il benessere lavorativo e risponde alle esigenze di risparmio energetico e basso impatto ambientale. Obiettivi di qualità abitativa, lavorativa e sociale hanno dettato le priorità dell'intervento di rigenerazione. La facciata è stata rimodellata completamente per rendere il volume più slanciato. Il vetro rende la facciata pulita e trasparente, movimentata da sottili lesene metalliche e dall'alternanza di parti trasparenti e serigrafate che ridisegnano campiture geometriche capaci di riflettere diversamente la luce esterna. Logge a doppia altezza



Pianta piano terra | © Park Associati

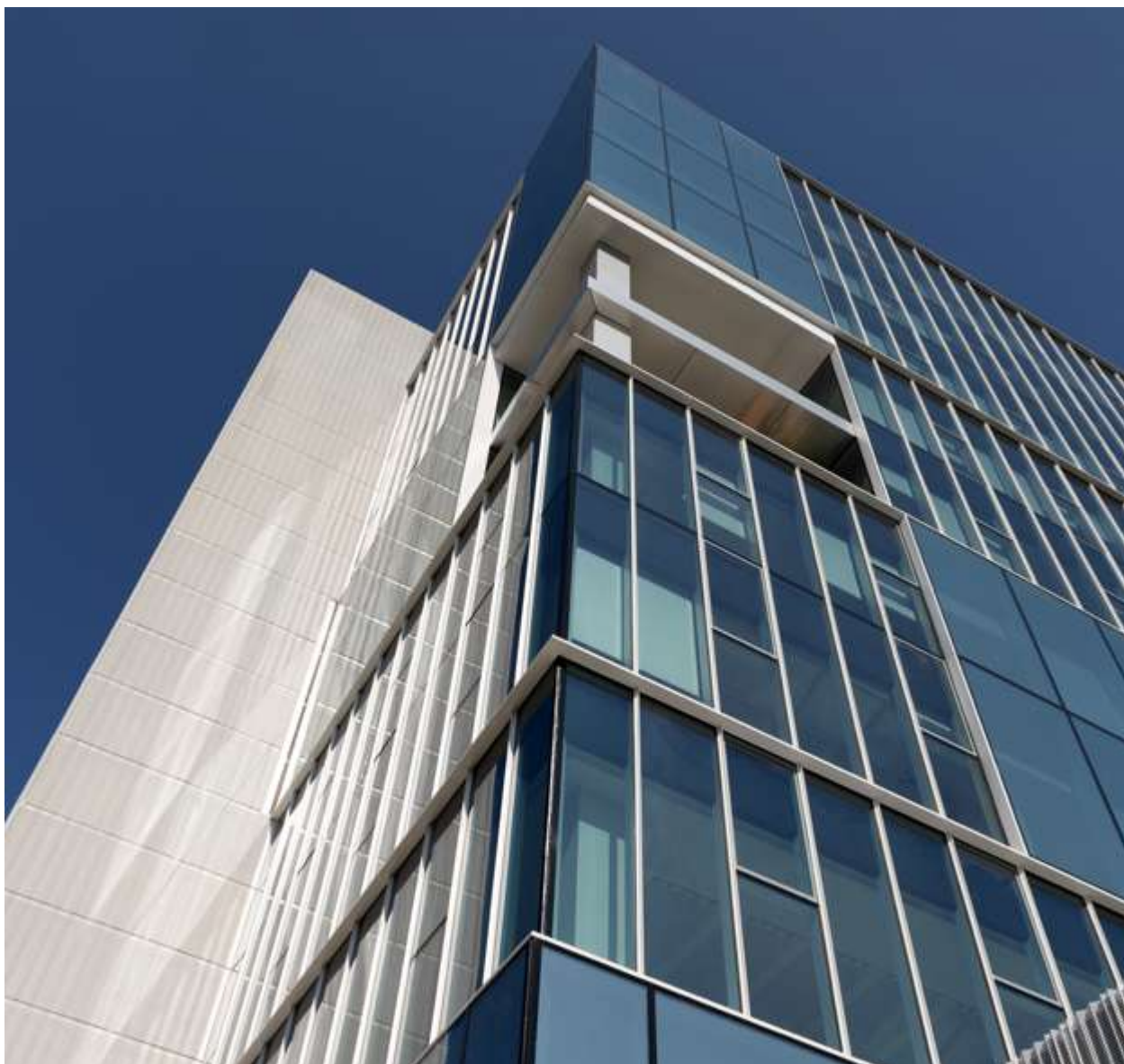
PARK ASSOCIATI

Fondato nel 2000 da Filippo Pagliani e Michele Rossi, Park Associati si occupa di progettazione architettonica, urbanistica, interior design e product design. Alla base del lavoro dello studio c'è la ricerca di una forma che sintetizzi una visione. L'approccio di Park Associati all'architettura è analitico, pragmatico e calibrato, forte della tradizione e al tempo stesso capace di generare nuovi codici linguistici grazie ad un processo che fonde ascolto, intuizione e sperimentazione. Un filone di progettazione importante è legato al mondo degli headquarters, pensati per essere la casa delle aziende e accoglierne i valori identitari. In ambito residenziale, emblematici sono gli sviluppi di varie residenze per studenti a Milano tra cui il primo lotto dell'ex area Falk di MilanoSesto e lo studentato di via Ripamonti che amplia e riqualifica l'ex Consorzio Agrario. La cura del dettaglio e l'innovazione nei materiali e nelle forme caratterizzano i progetti di retail, dagli spazi multifunzionali di Tenoha a Milano, alle boutique Hermès in Italia e a Seoul, e per Brioni nel mondo.

La rigenerazione urbana e il retrofitting di edifici storici e del Moderno sono altre tematiche chiave. A Milano, il restyling de La Serenissima e di Gioiaotto, gli interventi conservativi in Piazza Cordusio e in via Brisa, fino alla completa riprogettazione degli Headquarters di Enge. Su scala territoriale lo studio sta sviluppando vari masterplan tra cui la trasformazione del quartiere Bovisa con il progetto MoLeCoLa vincitore del bando internazionale C40 Reinventing Cities, dell'area adiacente a Milano Expo2015 e la riqualificazione del Waterfront di Catania. Innovazione e sperimentazione, trovano sintesi nella cellula di ricerca applicata Park Plus, una divisione interna a supporto della progettazione dedicata allo studio di tecnologie, materiali e processi, che trova espressione pratica nel team di prototipazione di Park Lab. Ricerca e condivisione si incontrano nella Materioteca di studio, organizzata in modo sistematico e tecnologico, accessibile a tutti.

scavate nella facciata rompono l'uniformità della superficie e sono un'estensione dell'ufficio all'aperto. Per le due facciate principali si è scelto un vetro altamente performante che ricopre come un velo leggero i fronti opposti dell'edificio. L'intero lato nord e il vano esterno delle scale, sono ricoperti da lamiera presso-piegata, microforata e verniciata, un materiale che crea un volume diaframmatico rispetto alle facciate. L'edificio si presenta con una veste lineare e pulita quanto accattivante. Un percorso accompagna dipendenti e visitatori all'interno dell'headquarter in modo accogliente e assertivo. La pensilina coperta sulla strada porta alla hall d'ingresso, un grande volume a doppia altezza, dove due vie luminose al soffitto agevolano i flussi verso il bar al piano terra, il giardino, e gli ascensori. I corpi illuminanti si trovano all'interno di un cor-

rridoio di policarbonato che lascia trasparire la luce rendendola voluminosa e tridimensionale. Anche la luce diventa un segno architettonico forte. Il caffè del piano terra è luogo d'incontro fra colleghi e ospiti esterni e affaccia sul giardino in cui piante di forme e colori diversi a seconda delle stagioni offrono ombra e colore alle sedute esterne. La cura dell'illuminazione e il giardino fanno dell'ingresso uno dei punti di riferimento dell'edificio. Il layout dei piani riservati agli uffici è improntato al massimo della flessibilità per adattarsi a seconda delle esigenze e delle diverse funzioni. La caratteristica qualificante di tutti questi spazi è il rapporto diretto e costante con l'ambiente esterno per una sensazione spaziale di ampio respiro. Chi lavora qui può godere della luce naturale e di una vista panoramica sulla città. Può sedersi e rilassarsi nelle logge, che



Dettaglio Facciata. Logge a doppia altezza rompono l'uniformità della facciata | © Andrea Martiradonna



Reception | © Andrea Martiradonna



Dettaglio Loggia | © Andrea Martiradonna



Vista terrazza notturna | © Andrea Martiradonna

24, il cui progetto è coordinato direttamente dal Sole 24 Ore in collaborazione con lo studio S.M. di Giuseppe Stillitano che ne ha curato l'intera realizzazione, mentre l'ottavo piano ospita le sale di produzione dei contenuti podcast e video rivolti alla fruizione streaming su social e web. Il decimo piano, il cui volume è ridotto rispetto agli altri livelli, è dedicato agli uffici direzionali, dotato di una boardroom per 22 persone e circondato da un'ampia terrazza panoramica.

Nel footprint quadrato dell'edificio il progetto di DEGW sfrutta le profondità e le diverse zone di luminosità interna ottimizzando gli spazi con una semplice e razionale distribuzione funzionale. Intorno al nucleo centrale dei servizi e dei collegamenti verticali (scale e ascensori), il piano tipo si sviluppa ad anello continuo disponendo a ridosso del nucleo gli ambienti chiusi (sale riunioni, phone booth, archivi) e lungo le facciate vetrate del perimetro esterno le postazioni in open space alternate da postazioni open riservate per i manager e uffici chiusi per i direttori. Tutto ciò che non è prettamente dedicato ad attività operative è sfruttato con aree di supporto informali che interrompono l'anello intercettando i due assi mediani nord-sud ed est-ovest dell'edificio. Sul primo, più ampio, gravitano l'area break e uno spazio "hub" con salottini, lockers e postazioni d'appoggio per presenze più mobili e discontinue. Sul secondo, in corrispondenza degli ingressi e sbarchi ascensori, sono collocate aree meeting informali filtrate da librerie su disegno.

Uno spazio speciale, previsto a piani alterni, è l'"area recharging", un ampio ambiente chiuso, comune e dedicato ai momenti di interazione e scambio di idee.

Il progetto si fonda su principi di identità e accoglienza, flessibilità e funzionalità con un attento equilibrio tra spazi formali e informali. Il concept (sviluppato da DEGW) si ispira alle tonalità Corporate del Sole 24 Ore, e interpreta lo storico e iconico colore del quotidiano in chiave di comfort e calore percettivo, con una palette cromatica di tinte tenui, legni caldi e accenti puntuali che trasmettono pulizia ed eleganza e allo stesso tempo rigore e modernità. Il tema dell'identità è declinato con una particolare 'invenzione' figurativa che caratterizza le aree più sociali e interattive dello spazio, differenziandole dagli spazi operativi: la tipica gabbia di impaginazione grafica del giornale, che diventa matrice compositiva di spazi e superfici.

Su questo tema è giocato il disegno dei pavimenti tessili delle aree di supporto, che si distinguono dai pavimenti in vinilico effetto legno chiaro delle aree di lavoro, così come il disegno delle pareti verticali di alcune aree speciali: per esempio quella dedicata alle riunioni dei caporedattori, un "newsroom hub" dotato di grande tavolo avvolgente e parete fonoassorbente con videowall. Le aree break, in particolare, sono stilizzate anche in relazione all'area tematica dei piani e hanno colori e grafiche

ad hoc che accompagnano pochi elementi ricorrenti: carta da parati, tavolone centrale, lampada di design di volta in volta diversa ai vari piani. Le librerie su disegno sono un altro elemento ricorrente e rappresentativo: presenze costanti negli hub, nelle break area, nelle aree informali agli ingressi, sono divider o quinte d'arredo che accolgono le persone con grafiche corporate e prodotti editoriali che danno una caratterizzazione anche tematica ai diversi ambienti.

In generale, la selezione degli arredi è tutta orientata a conferire un tono domestico agli spazi. Aprono e chiudono il progetto dei nuovi uffici del Sole 24 Ore l'area pubblica al piano terra e l'area direzionale al decimo piano: la prima, un ampio ambiente d'accoglienza con arredi su misura dal disegno essenziale e dalle finiture in sintonia con il progetto architettonico in cui si inseriscono (laminato grigio metallico per il bancone reception e bar, bianco e grigio opaco per l'area di ricevimento ospiti e guardaroba della sala conferenze); la seconda, un cristallino volume arretrato rispetto al filo di facciata dell'edificio che comunica con una grande terrazza dove l'allestimento degli arredi si integra con il verde e l'illuminazione in un ambiente organico, aperto al-



Phone Booth | © Luca Rotondo

le relazioni, agli eventi e alla vista panoramica sulla città. Tutte le scelte progettuali e in particolare dei materiali sono state guidate dal tema del benessere delle persone: dalla qualità acustica degli spazi, aspetto particolarmente curato grazie al supporto di Atmos, brand di Lombardini22 specializzato in Building Physics, alla qualità 'artificiale' della luce e dei suoi sistemi di controllo, a cura di L22 Engineering & Sustainability che ha sviluppato il fitout elettrico e illuminotecnico. Il tutto in un quadro generale di sostenibilità ambientale nel cui ambito Il Sole 24 Ore ha avviato, sotto la guida di Giampaolo Sorgi, un percorso importante e unapolicy innovativa mirata al raggiungimento di precisi obiettivi di basso impatto ambientale: tra i quali essenziale è la drastica riduzione di rifiuti, con acqua di rete gratuita e distribuzione di borracce e tazze brandizzate, adozione di mini compattatori di rifiuti, Vending machine con prodotti a produzione e packaging sostenibili, approccio paper free (quest'ultimo aspetto fortemente implementato dai nuovi processi di digitalizzazione e archiviazione in corso).

Un progetto, dunque, che coniuga sostenibilità, comfort e soprattutto innovazione integrati in un nuovo paradigma dell'am-

biente ufficio dalla matrice più tecnologica e sociale. Un processo iniziato da Il Sole 24 Ore già prima della pandemia (con soluzioni tecnologiche che permettono una totale operabilità degli spazi e politiche di arredo domestiche e favorevoli alla socializzazione) e che, con il supporto di DEGW, si è ulteriormente precisato. Attraverso la configurazione degli spazi e delle loro dotazioni, tutto il progetto è infatti orientato a facilitare il continuo sviluppo digitale in corso nel Sole 24 Ore – che, in concomitanza con il trasferimento nella sede di via Sarca, prevede nuovi formati in sinergia tra loro – in un ambiente accogliente e riconoscibile.

Obiettivo perseguito anche grazie al progetto segnaletico e di brandizzazione degli spazi, sviluppato da FUD, Business Unit di Lombardini22 dedicata al Physical Branding, in collaborazione con il team di progetto del Sole 24 Ore guidato da Gianpaolo Sorgi: tassello fondamentale per la transizione verso uno spazio più comunicativo e identitario, coinvolgente e attrattivo, soprattutto capace di trasmettere i valori del Sole 24 Ore attivando uno storytelling raffinato dei prodotti e servizi che hanno fatto la storia del Gruppo, e che tutt'oggi ne stanno tracciando il futuro.



Area Break | ©Lorenzo Bartoli