

JENNER 19

Il verde e la grande corte interna come chiave di volta di un progetto che punta sul senso di appropriazione e di identificazione degli inquilini. A Milano, firmato da [Jacopo della Fontana](#)

Un progetto di recupero fortemente centrato sulle reali necessità di un edificio per uffici, che non indulge a immaginifiche "non soluzioni" formali: Jenner 19 è un progetto che si distingue per rigore e che risponde a esigenze concrete. Un accesso diretto e controllato da via Bernina permette di parcheggiare al coperto l'auto, la bici o la moto prima di salire in ufficio. Il lotto all'interno, una grande corte privata di 5.000 m², è diventato il fulcro della trasformazione dell'edificio e ha permesso di ospitare il "Polo Creativo" destinato alla coabitazione dei diversi brand del Gruppo Publicis. Lo spazio esterno è diventato un giardino arricchito da punti di sosta, il dehors della caffetteria e il campo da basket-calcetto ed è, insieme al lounge-bar-ristorante del piano terra, lo spazio di socializzazione e interazione delle oltre 600 persone che quotidianamente lavorano al Campus.

Le facciate del palazzo sono state trasformate per dare loro un'immagine più contemporanea. A questo scopo sono state applicate delle pellicole serigrafate colorate, che non alterano la vista dall'interno verso l'esterno, ma ottengono un effetto altamente cromatico e dinamico quando viste dall'esterno. In particolare la parte di edificio occupata da Leo Burnett su via Jenner è caratterizzata da macro pixel con sfumature di colore verde, mentre il lato su via Bernina si articola in una successione di tessere colorate in gradazione dal nero al giallo passando per il rosso. Alle estremità della facciata sono stati applicati dei pannelli di rivestimento in doghe di legno ricomposto con resine, capaci quindi

VIVAVOCE

D2U

JACOPO DELLA FONTANA

L'edificio di viale Jenner connota e riqualifica un tratto viario non particolarmente felice della città di Milano. Quali le scelte progettuali più significative?

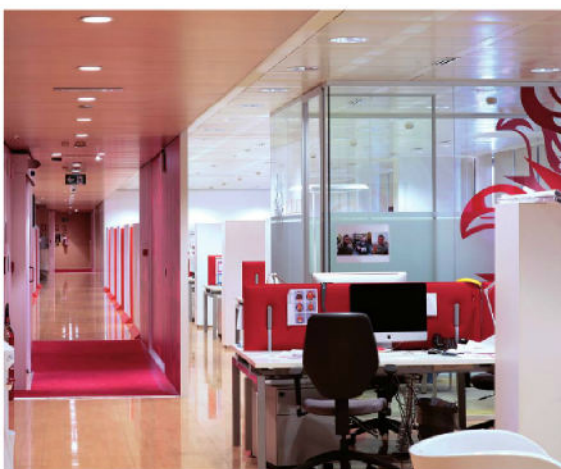
La scelta è stata quella di un progetto volutamente di forte impatto emotivo, con un Look and Feel memorabile per connotarsi in un'area piuttosto anonima. Tengo a sottolineare anche la valenza positiva per la città per essere riusciti a dare nuova vita a un oggetto immobiliare abbandonato. Più chiaramente, l'edificio è gradevole da percepire ma soprattutto ospitando oltre 500 creativi innescando un processo virtuoso con l'intorno urbano. Le pellicole colorate applicate sull'involucro hanno sia una funzione estetica che quella di indicare la corrispondenza dei colori con le diverse società ospitate. I tre ingressi agiscono come grandi lanterne e corrispondono alle tre società principali.

Altri interventi sul fronte energetico?

Anche per questo aspetto le pellicole contribuiscono al controllo ambientale, infatti hanno una retinatura invisibile sul fronte interno e la pigmentazione sul fronte esterno che riduce l'apporto solare termico. Dal punto di vista impiantistico è stata sostituita la centrale termica e sono stati attualizzati e rinnovati in parte gli impianti di climatizzazione senza operare una totale sostituzione sia per esigenze di contenimento del budget, sia perché l'intervento parziale ha comunque consentito di ottenere risultati più che soddisfacenti. Le nuovi fonti luminose sono tutte a led e la scelta dei nuovi materiali introdotti sia in interno che in esterno è stata vagliata dal punto di vista della qualità sostenibile anche degli approvvigionamenti.

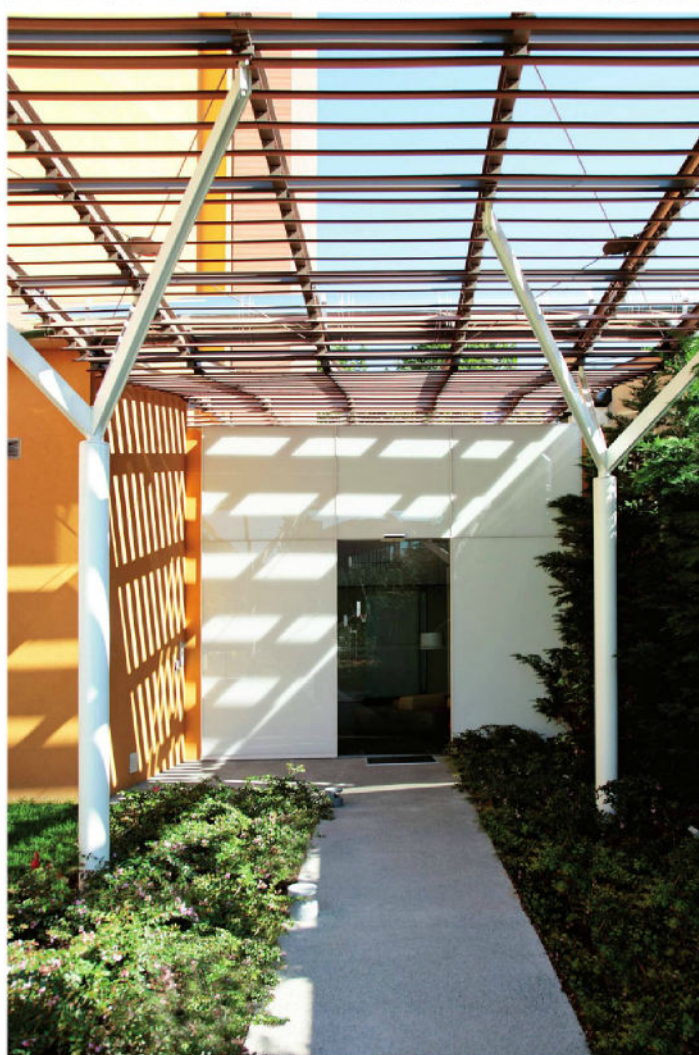
La corte interna è il cuore del progetto...

Abbiamo lavorato con collaboratori specializzati nello studio del verde, creando da zero l'area che prima non esisteva. Siamo riusciti a mitigare la massa del costruito, creando un ambiente di grande comfort. I gestori non amano che vengano definiti spazi non immediatamente utilizzabili, ma il valore di uno spazio fruibile con modalità non codificate, rappresenta un vero e proprio plus. Tutto il piano terra di questo progetto è adibito a campus per invitare alla socializzazione. In questo caso il tenant ha scelto di sostenere la gestione di una parte delle spese. E se questo è da attribuire a una particolare sensibilità della Gruppo Publicis, è anche vero che si può leggere come una proiezione forte di una nuova dimensione dello spazio ufficio.





di resistere alle intemperie e agli agenti corrosivi senza perdere l'effetto affascinante della naturalezza propria del legno. Negli 11.000 m² di uffici del palazzo sono ospitate le principali agenzie del Gruppo, ovvero Leo Burnett, Saatchi&Saatchi, Publicis e MSL, oltre ad altre società per un totale di circa una decina di brand. Per garantire autonomia d'immagine sono stati realizzati tre ingressi distinti, tre grandi volumi vetrati bianchi, ciascuno dei quali è sormontato da una pensilina di protezione che riluce nelle ore notturne. Il volume d'ingresso di viale Jenner è stato interamente rifatto con una copertura realizzata in vetro e ombreggiata dall'alto grazie a un sistema di brise soleil in legno ed è fiancheggiata da una grande parete verticale di verde naturale. Da qui è possibile intravedere l'ampio giardino retrostante. L'allestimento del layout degli spazi di lavoro ai piani superiori ha seguito un'impostazione comune con diverse varianti estetiche. Le scrivanie sono allineate perpendicolarmente alle finestre e schermate rispetto al corridoio da pareti alte 1,80 m che assumono forme e colori diversi a seconda delle diverse società di appartenenza. Gli *open space* sono intervallati da salette riunioni e spazi di discussione. A ciascun piano il lato verso il cortile interno è connotato da un ampio ballatoio. L'articolazione degli spazi garantisce sia la possibilità di socializzazione sia la necessaria privacy.



INFO DI PROGETTO: Committente / General Contractor:
Mangiavacchi Pedercini; Foto / [Roberto Benzi](#)

