



Un luogo di lavoro che pensa all'unisono con l'azienda che ospita: la complessità progettuale e tecnologica restituita in un ambiente amichevole e "complice".

Il progetto e le soluzioni di **Cristiana Cutrona**

SAMSUNG HQ

Uno dei più recenti insediamenti nel nuovo business center di Milano Porta Nuova e una sfida: sei mesi per progettare e realizzare un ambiente di lavoro estremamente innovativo e riconoscibile, insediandolo in un involucro con i più alti standard qualitativi Leed, gli stessi criteri che hanno improntato il progetto degli interni, sia in termini di scelte (materiali e finiture, sistemi tecnologici) che di processi costruttivi. Il progetto ha dato volto al nuovo corso di Samsung: una nuova immagine e un nuovo modello insediativo (smart working) *Smart Working = Smart Building Tecnologia* (acustica, illuminotecnica, clima)+*Layout "Smart"*+Sistema integrato pareti arredi-tecnologia.

La struttura interna dell'edificio è stata pensata per mettere a disposizione dei propri dipendenti un luogo in grado di garantire efficacia, comfort e interazione. L'interno, ispirato ai nuovi modelli dello *smart working*, fa leva su organizzazione, tecnologia e spazio per offrire un contesto fisico in grado di incentivare la produttività professio-

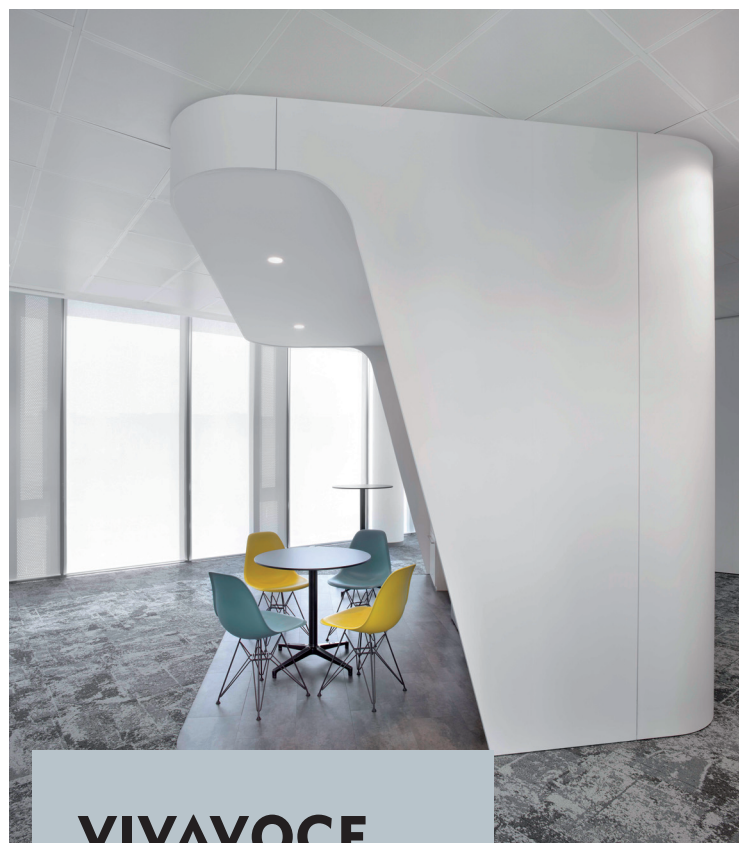
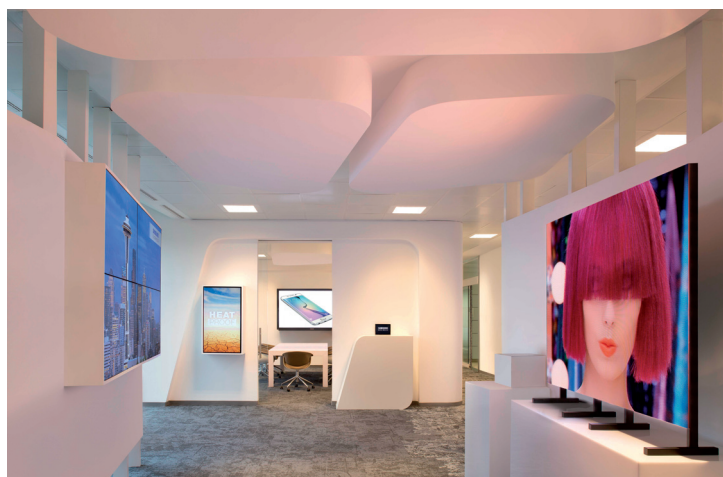
nale e di facilitare la condivisione e lo scambio delle idee tra i team. I piani degli uffici sono stati sviluppati sia in forma *open space*, sia con zone chiuse vetrate dedicate a meeting e momenti di condivisione per permettere di rispondere a diversi obiettivi, attività e bisogni di *privacy*, concentrazione e interazione, integrando un'alternanza di aree operative e personali in un modello spaziale basato su regole funzionali e di prossimità. La nuova sede tuttavia non vuole essere solo un luogo per chi lavora in Samsung Italia, ma anche un ambiente a disposizione dell'ecosistema italiano, un vero e proprio distretto tecnologico e digitale al servizio della collettività. Al piano terra (specifichiamo che *Smart Arena* e showroom non sono stati progettati da ReValue) si apre infatti la Samsung *Smart Arena*, un auditorium dotato delle migliori tecnologie che, grazie a uno spazio completamente modulabile in base alle iniziative ospitate, sarà protagonista di conferenze e momenti di incontro e promotore di eventi a valore rivolti a cittadini, aziende e istituzioni. Come apri-

pista di questa innovazione, unita alla migliore tecnologia, Samsung arricchisce il nuovo building con l'introduzione di un'installazione multimediale con schermi UHD che permette di vivere un'esperienza ancora più immersiva ed avvolgente, superiore in ogni dettaglio. Le immagini sui pannelli consentono una visione straordinaria, con un contrasto e colori incredibili così da ottimizzare al massimo il campo visivo al suo interno, rendendolo più ampio, e migliorare la percezione di profondità, aumentando il coinvolgimento delle

persone verso il contenuto che si sta fruendo. La *Smart Arena* è un complesso multifunzionale in grado di ospitare gli eventi più rilevanti per la città di Milano, contribuendo ad arricchire il già immenso patrimonio della città con il vantaggio di potere accogliere e gestire con facilità l'afflusso di pubblico. Lo spazio diventa così un nuovo elemento urbano, nonché un connubio di stile e funzionalità. Samsung *Smart Home* – le prime aree espositive aperte al pubblico. Un'assoluta novità pensata per chi vive la città e ama la tecnologia e

stare al passo con i tempi, è la creazione del primo *showroom* aperto al pubblico all'interno del building con un accesso autonomo rispetto agli uffici; quest'area permette a tutti i visitatori di vivere l'esperienza della *Smart Home* e dell'internet delle cose attraverso le migliori tecnologie e di toccare con mano l'ecosistema Samsung.

INFO DI PROGETTO: Committente/Samsung;
Superficie/m² 10.000;
Tempi/agosto 2014 – marzo 2015



VIVAVOCE

REVALUE CRISTIANA CUTRONA

Qual è l'input trasversale, il requisito da soddisfare quando si progetta un ufficio?

L'ambiente lavorativo è un palcoscenico, il luogo dove ogni giorno ognuno di noi va in scena e contribuisce a costruire la narrativa di una azienda ed al contempo il suo proprio racconto, fatto di emozioni, memorie, desideri, aspettative, e soprattutto anche competizione. La sfida della competizione è la sfida globale contemporanea.