



OGILVY

РЕКЛАМНОЕ АГЕНТСТВО OGILVY, принадлежащее британскому рекламно-коммуникационному холдингу WPP, является одним из самых сильных брендов в мире. По количеству наград и выигранных аккаунтов оно входит в топ-10 мировых агентств. За 60 лет (именно столько времени креативная сеть существует на рынке) были сделаны блестящие работы для таких искушенных клиентов, как Jaguar, IBM, Cisco, Nestle, Dove и мн. др. И вот в столь солидном для компании возрасте решено было удивить клиентов и конкурентов, отказавшись от имиджевых стереотипов, закрепившихся за Ogilvy. Новую историю успеха начали писать в новом офисе в Лос-Анджелесе.

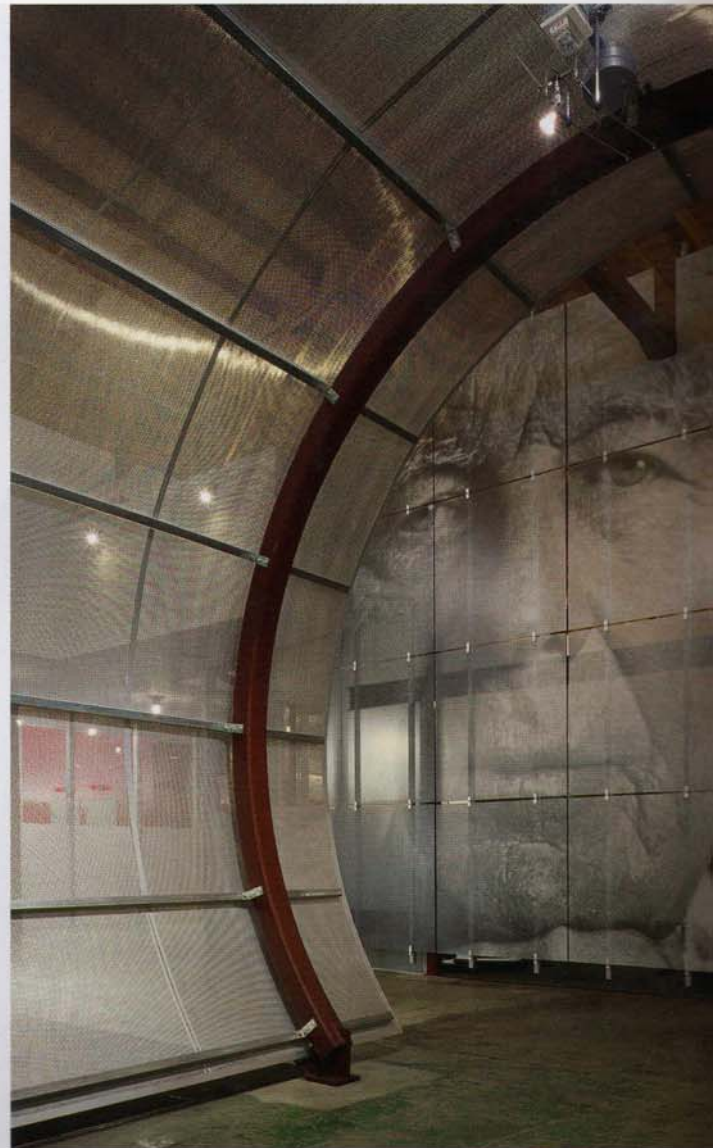
ИСКЛЮЧЕНИЕ ИЗ ПРАВИЛ Помещение арендовали в динамично развивающемся бизнес-квартале Culver City, в здании бывшего промышленного предприятия. Для Ogilvy это была разительная перемена, если учесть, что все предыдущие офисы компании размещались на несколь-

THE ADVERTISING AGENCY OGILVY, which is part of the UK advertising and communications holding WPP, is one of the strongest brands in the world. Over the 60 years that it has existed Ogilvy has created brilliant work such clients as Jaguar, IBM, Cisco, Nestle, Dove... The company has now decided to surprise its clients and rivals by renouncing the stereotypes on which its image is based. The first pages of a new success story have been written in the company's new office in Los Angeles.

EXCEPTION TO THE RULES Ogilvy's new office is in an old industrial building in the business district of Culver City. For Ogilvy this represents a breakout in a new direction; all its previous offices have been

Стойка рецепции красного цвета — фирменный знак Ogilvy. Высота трубы чуть больше 4 м, каркас сделан из стали, облицовка — перфорированные листы алюминия. Стена-экран из оргстекла Plexiglas®.

The red reception desk is an emblem of the Ogilvy brand. A little more than four metres high, the pipe has a steel framework and is lined with sheets of perforated aluminium. The wall screen is Plexiglas®.



концепция concept

ких этажах типичных высотных бизнес-центров. В лофте предстояло построить «дом» для 110 сотрудников, здесь же разместить производственные силы постпродакшн. Требовалось создать интерьер, в котором были бы стерты иерархические границы: все, от копирайтера до арт-директора, могли бы общаться, будто старые друзья. Миссию по воплощению идеи доверили молодому архитектурному бюро Shubin+Donaldson Architects, к тому времени уже известному своими проектами для креативных компаний. Заказчику особенно понравилась философия творческой мастерской, в которой архитектура и планировка призваны помочь наладить коммуникацию.

ДЕНЬГИ НЕ В ТРУБУ Самым впечатляющим архитектурным элементом, доминантой входной зоны стала огромная труба. По ней надо пройти почти 13,5 метра, чтобы оказаться непосредственно в офисе компании. Путешествуя по этому тоннелю, посетитель полу-

located at typical high-rise business centres. The brief called for construction of a 'home' for 110 employees as well as the company's post-production facilities. What was needed was an interior in which all hierarchical boundaries would be eliminated. The mission was entrusted to Shubin+Donaldson Architects. The client took a strong liking to the philosophy of this creative team.

MONEY DOWN THE PIPE The most striking architectural feature of the interior design is an enormous pipe through which visitors have to walk almost 13.5 metres in order to actually enter the office. As they make this journey, they receive abundant information from LCD screens showing a timetable of



чает максимум информации. Здесь висят мультимедийные жидкокристаллические экраны, отображающие график посещения клиентов и все мероприятия агентства в этот день. По замыслу архитекторов труба символизирует переход от неорганизованного внешнего мира в храм идей. На пороге клиента встречает создатель бренда, самый цитируемый классик рекламы Дэвид Огилви. Его портрет спроецирован на большой экран, а рядом висит одно из изречений: «Продавайте или увольняйтесь». Еще не дойдя до переговорной, заказчик должен быть готов, что в эту трубу придется вливать деньги, а сотрудники настроены на эффективную работу, дабы обеспечить вытекание из трубы идей. А иначе и правда уволят.

ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ ФАКТОР Во избежание крайних мер архитекторы создали максимально творческую атмосферу, в которой хорошо думается. Пространство офиса спланировали таким образом, чтобы

clients' visits and all events in the agency on the given day. The pipe would symbolize the transition from the chaotic world outside the office to the temple of ideas within. At the entrance clients are met by the creator of the company's brand, David Ogilvy. His portrait is projected onto a screen, while nearby hangs one of his mottos, 'We sell or else.' Clients should be ready to pour money down this pipe and the company's employees should have their minds tuned to achieving the best results — to ensure the pipe produces ideas. Or else.

THE HUMAN FACTOR To avoid having to resort to anything extreme, the architects have created a creative atmosphere that is encouraging of thought.



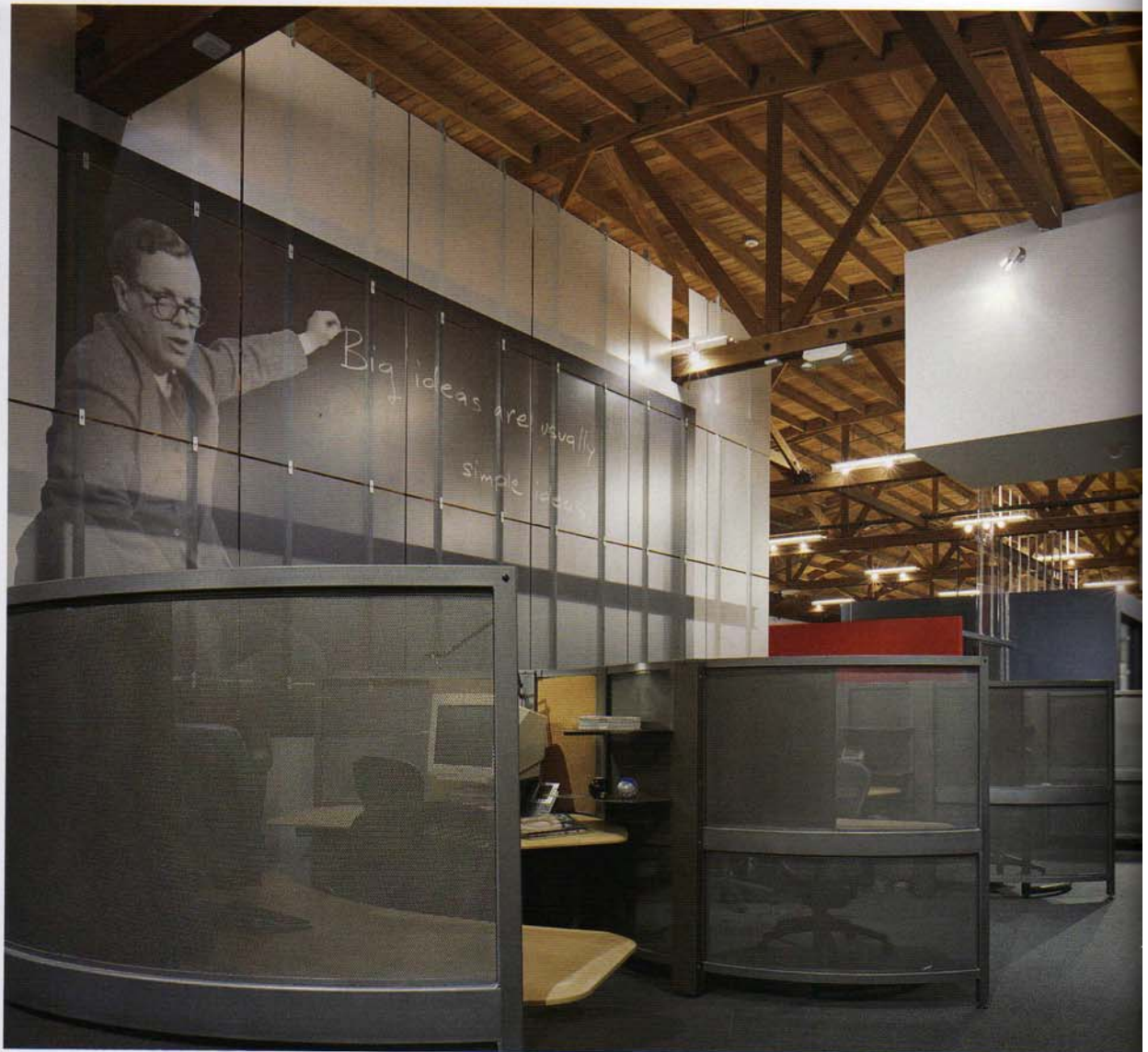
Общая площадь офиса 9 тыс. кв. м. Один квадратный метр обошелся в 192 долл. Площадь комнат по периметру зала составляет 12х20 кв. м. Видимые перекрытия несут функциональную нагрузку: к ним крепятся системы освещения.

The office has a total floor area of 9,000 m², built at a cost of \$192 per m². The rooms around the perimeter of the conference space have an area of 12x20 m². The exposed ceiling beams serve a functional purpose: they support the lighting.

концепция concept

человек мог в любую минуту уединиться в поисках музыки или быстро скооперироваться для коллективного творчества. При участии знаменитого калифорнийского архитектора Эрика Мосса был создан внушительных размеров зал для совещаний, иначе называемый «яма». По его периметру выстроили восемь закрытых комнат для индивидуальной работы творческих групп. Фирменную среду удалось создать также благодаря оригинальной конфигурации оперативной мебели dTANK. В офисе есть как одинарные рабочие места, так и сгруппированные в «двойки», «тройки» и «четверки». Все зоны отделены стеклянными стенами, поэтому в помещении много света и воздуха. В таком открытом пространстве ясно, что все занимаются общим делом и идут к одной цели. От стадии проекта до воплощения прошло ровно девять месяцев. Рождение нового офиса дало жизнь свежим идеям, способным изменить представление о мире.

The office has been laid out in a way that lets employees go off in search of solitary inspiration or get together for teamwork. Eric Owen Moss helped create an enormous conference room known as 'the pit'. Along the perimeter of this space are eight enclosed rooms for creative groups to work in on their own. Another factor that contributes to the distinctive environment is the use of configurations of furniture by dTANK. There are double, triple, quadruple and single workspaces. All zones are separated by glass walls, so the office is full of light and air. The project took nine months, from design to execution. This new office has given life to fresh ideas that are capable of changing the way we look at the world.



Рабочие станции dTank делали на заказ. Материалы использовали такие же, как и для всего пространства, — перфорированный алюминий и сталь.

The workstations dTank were made to order using the same materials as are present all over the office — perforated aluminium and steel.

