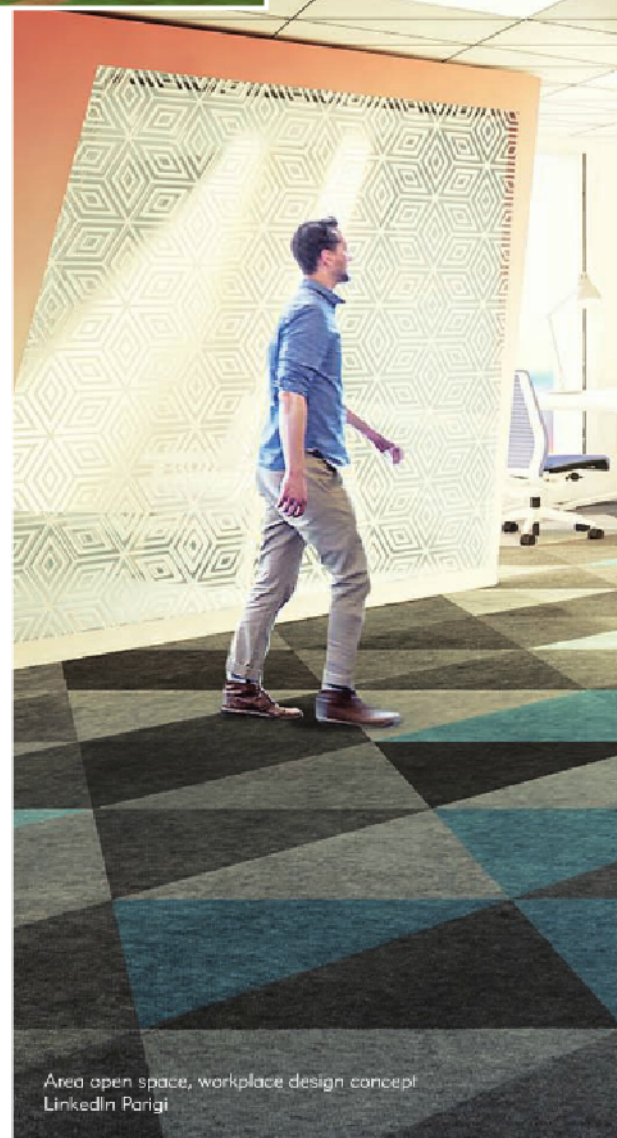




**P**risma nasce nel 1970 da una semplice e brillante intuizione: la missione di combinare design e funzionalità in un'unica sintesi progettuale, per trasformare radicalmente la concezione comune dello spazio di interni in uno strumento di analisi e di espressione del modo di vivere e lavorare di chi lo abita. Le competenze si arricchiscono all'interno di un portfolio di servizi integrati in grado di curare la progettazione in modo totale: ricerca e sviluppo, ideazione e realizzazione sono i fattori distintivi alla base di una filosofia progettuale, che da oltre 40 anni si contraddistingue per la sperimentazione di nuove soluzioni tecnologicamente avanzate, capaci di supportare i clienti trasversalmente con affidabilità e successo. Esperienza e creatività, ma soprattutto capacità di ascoltare le esigenze dei clienti rappresentano le facoltà principali dei talenti di cui si avvale Il Prisma.

*Il Prisma was born in 1970, with the mission to combine design and functionality within a unique design synthesis was conceived - to radically transform the common conception of interior space into an instrument of analysis and expression of peoples' living and working life styles. The skills are constantly enriched within a portfolio of multidisciplinary integrated services at all stages of the design process: research and development, design and production are the distinguishing elements at the core of the design philosophy, which for over 40 years has been distinguished by experimentation with cutting edge and technologically advanced solutions, to provide all encompassing support to the clients with reliability and success. Experience and creativity, and in particular the desire to listen to customer needs, represent the main spread of skills Il Prisma has at its disposal.*



Area open space, workplace design concept  
LinkedIn Parigi

# IL PRISMA GROUP



PROGETTAZIONE INTEGRATA DI DEFAULT.  
LA COMPOSIZIONE DEL TEAM VARIA DA  
PROGETTO A PROGETTO, PER AFFRONTARE  
OGNI TIPO DI ESIGENZA

## ARCHITETTURA E BUSINESS

Il dialogo con il cliente e l'analisi critica delle esigenze sono i motori del Progetto. La Soluzione non si antepone al Pensiero: una chiave di successo in Italia e all'estero. Senza "la firma" dell'Architetto. Il pensiero di **Stefano Carone, Sebastiano Pasculli, Mattia Stabile**



**La vostra società progetta uffici. E negozi e banche. In Italia, spesso per committenti internazionali, e all'estero. Cosa vi distingue dagli altri architetti che operano negli stessi ambiti?**

**Sebastiano Pasculli:** Il Prisma è una struttura che include quattro *Business Units* che sviluppano con approcci e modalità differenti temi progettuali eterogenei. Ci occupiamo di Architettura, sviluppiamo i rapporti con le proprietà immobiliari, lavorando sulla soddisfazione di esigenze legate all'implementazione e alla restituzione degli investimenti patrimoniali (riqualificazione e adeguamento di edifici per locazione uffici). La componente legata alla distribuzione degli spazi viene,

spesso, messa a punto insieme a chi occuperà e lavorerà negli spazi e per questo abbiamo un'altra Business Unit dedicata. La terza Business Unit, CREA International, opera nell'ambito internazionale del product design, del retail e del brand design. Infine una quarta business unit, Grigio Milano, è focalizzata negli ambiti del *luxury*, *hotellerie*, *wellness* e residenziale di altissima fascia. In un mercato che si è fortemente ridotto, la presenza qualificata su più fronti, ha la chiara finalità di creare opportunità allargate. Il nostro obiettivo è quello di creare una sinergia reale tra il progetto e le esigenze concrete che vengono espresse. Instauriamo un rapporto molto stretto con Real

Estate e Sviluppatori, i nostri Clienti, per instaurare un rapporto di interazione con il destinatario ultimo dell'esercizio progettuale.

**Partecipate a gare e concorsi?**

**Sebastiano Pasculli:** Partecipiamo di preferenza a concorsi a inviti, questo ci consente di interloquire in termini approfonditi e costruttivi, ai fini del progetto, con i promotori. Partecipiamo anche a gare aperte, ma con minor frequenza.

**Qual è il vostro metodo operativo per l'individuazione e la fidelizzazione del cliente, visto che si tratta di immobiliari e di aziende con le quali è possibile fare più esperienze in contesti geografici diversi?**

**Sebastiano Pasculli:** Il Prisma non è uno studio di Architettura "tradizio-



ALL'ESTERO  
ESISTE LA  
"STIGMATE"  
DELL'ITALIANO  
CHE PROGETTA  
BENE, MA HA  
SEMPRE PROBLEMI  
CON I TEMPI  
E L'ORGANIZZAZIONE

nale", con la figura dell'Architetto, deus ex machina delle opere e uno staff di collaboratori a rendere esecutivi i progetti sotto la sua supervisione. I partner e fondatori de' Il Prisma hanno un diploma di laurea in economia, non sono architetti.

Siamo strutturati come un'officina di pensiero strategico volta a creare corrispondenza tra le esigenze espresse (e non espresse, ma esistenti) dal Cliente e la capacità dello studio di rilevare, di rispondere, in termini operativi. Non ci preoccupiamo della firma stilistica, il nostro obiettivo è quello di far collaborare in termini efficaci, talenti di natura diversa. Diamo risposte diverse sotto il profilo progettuale perché ci adattiamo a situazioni diverse: e non si tratta di un'ovvia affermazione legata al tema del rispetto e della congruenza con il Pensiero del Cliente. Non è solo una dichiarazione d'intenti obbligata.

Il tema di progetto cambia (cioè non sono sempre le stesse persone a formare il team), il team si forma e responsabilizza modulandosi sulle diverse situazioni. L'organigramma della nostra struttura è, a tutti gli effetti, orizzontale. Siamo 80 persone distribuite in 4 sedi, Milano, Lecce, Roma, Londra. L'età media è di 30 anni.

**Questo schema professionale e operativo, assolutamente originale per l'Italia, si è rivelato vantaggioso anche per lavorare all'estero?**

**Sebastiano Pasculli:** All'estero esiste un poco la "stigmatizzazione" dell'italiano che progetta bene, ma ha sempre problemi con i tempi e l'organizzazione. Il nostro team, come dicevo, si avvale di talenti diversi, figure brillanti preposte al calcolo, alla verifica dei costi, a molte funzioni che tradizionalmente sono concentrate in un paio di figure chiave dello studio. La nostra strategia è molto apprezzata all'estero e, uni-

ta all'indiscutibile capacità italiana dei nostri Architetti di ben progettare, ci rende competitivi e vincenti anche con le strutture straniere che hanno una metodologia operativa simile alla nostra.

**Quali sono i territori nei quali lavorate?**

**Sebastiano Pasculli:** Lavoriamo in Europa, in Germania, a Monaco, vicino a Francoforte, in Francia, a Parigi, in Spagna, a Madrid, a Londra, in Kazachistan, in Russia, in altri Paesi dell'Asia. Abbiamo cominciato a muoverci oltre confine nel 2012. Oggi il 30% del nostro fatturato è all'estero, in aumento sensibile in proiezione futura.

I progetti ai quali stiamo lavorando sono molto stimolanti: stiamo riquilificando un vecchio sanatorio vicino a Francoforte per un'azienda di strumenti medicali che ha acquistato l'immobile, un edificio della fine dell'Ottocento, per trasformarlo nel suo quartier generale. La fine lavori è prevista per il 2017 e si tratta di un lavoro intorno ai 30 milioni di euro. A Monaco di Baviera stiamo sviluppando il concept per un'azienda che faceva parte del Gruppo Siemens e di recente è diventata indipendente e alla forte ricerca di

una sua identità e riconoscibilità. Gli uffici sono ospitati in una delle *HighLight Towers*. Essenziale in questo progetto l'identificazione dei valori del brand all'interno degli spazi, chi entrerà negli uffici dovrà essere messo nella condizione di comprendere immediatamente tipologia, professionalità e azienda. Sempre a Monaco stiamo lavorando alla sede locale di LinkedIn. Due anni fa abbiamo completato la sede di Milano e il livello di soddisfazione della casa madre americana è stato così alto da decidere di affidarci la progettazione di tutte le loro sedi europee, Monaco, Parigi e Madrid. A Londra stiamo facendo la sede di Mediobanca e avviando una serie di lavori importanti.

**Come individuate i potenziali Clienti? O vi trovano loro?**

**Sebastiano Pasculli:** Come accennavo prima Il Prisma è uno studio "sui generis". I partner (gli imprenditori) hanno una formazione in economia e strategia aziendale. Una rete di consulenti, composta da professionisti di estrazione finanziaria (con esperienze economiche in ambito strategico/economico), commerciale (esperienze come responsabili vendite nell'ambito

#### **Non (solo) architetti**

All'estero apprezzano l'integrazione del saper progettare italiano con competenze di marketing, business e valutazione. Così Il Prisma è competitivo a 360 gradi.

Da sinistra: Stefano Carone, *managing partner*, Sebastiano Pasculli, *associate & project leader*, Mattia Stabile, *board communications*.





Helix staircase, sede BBDO  
in Melsungen, Germania

delle aziende di arredo) e marketing (esperienze nel settore della moda) sono delegati all'individuazione di opportunità in Italia e all'estero. Acquisita "l'opportunità" si discute a livello plenario per costruire il team migliore e più adatto a quell'opportunità. Va da sé che si lavora in un ambiente di progettazione integrata. Il "nome famoso" non può rispondere a tutte le domande che emergono, non può individuare le esigenze inesprese e non per un fatto di limite del soggetto, ma di complessità e contemporaneità del lavoro. Non ultimo, nel momento in cui l'informazione è accessibile a tutti, è anche più semplice da parte del Cliente bypassare e verificare l'Informatore che non è più

un depositario assoluto di sapere, e porsi su un piano di interlocuzione costruttiva alla quale è naturale che contribuiscano competenze e "talenti" diversi. In ogni tema è prevista la presenza di uno "strategist" (non è un architetto) che ha il compito di entrare nelle dinamiche che generano le necessità del cambiamento per costruire le linee guida del Pensiero Progettuale. Il compito dello strategist è quello di indagare le logiche sottese ai motivi dell'operazione di riqualificazione o di recupero o di studio di un nuovo concept – non "come fare", quindi, ma "perché farlo". E abbiamo avuto modo di verificare nella totalità dei casi che, quello che fa la differenza in un Progetto, è la capacità

di rispondere alle domande che non sono state poste. Di solito il Cliente trasferisce al Progettista un brief che copre all'incirca il 20-30% delle esigenze reali. Quelle latenti emergono solo se si mette il Cliente nella condizione di porre le Domande giuste. Questo caratterizza Il Prisma: solitamente l'Architetto dice al Cliente "cosa bisogna fare". Il Prisma induce il Cliente a individuare le corrette domande da porre. Il ruolo dello strategist (estrazione e "vocazione" commerciale, economica e di marketing) è fondamentale, entra in una lettura competente di temi legati al business plan di un'azienda per esempio, elabora informazioni fortemente dinamiche e restituisce al team di architetti.

Questo approccio funziona in Italia (moltissimo, dal 2009 il nostro fatturato è aumentato) e all'estero e soprattutto consente un insediamento stabile, concorre alla costruzione di un "Estero" che non sia un fuoco fatuo ... che non si dissolva dopo la prima opportunità.

**Mi hai parlato di una strategia attiva. Ma i Clienti vi cercano?**

**Mattia Stabile:** I Clienti cercano Il Prisma, nella misura in cui li induciamo a cercarlo. Abbiamo creato un Ecosistema Digitale, una piattaforma virtuale accessibile che coinvolge referenti diversi, attraverso canali diversi, una piattaforma che conferisce un'identità on line a Il Prisma. Noi abbiamo molto più di 4 sedi, Roma, Londra, Lecce, Milano: un sistema omnicanale capillare che proietta uno standing metodologico a tanti utenti spontaneamente interessati agli ambiti di cui ci occupiamo. Un Cliente che voglia informarsi sulla progettazione di un ambiente di lavoro innovativo in ambito bancario, per esempio, in qualsiasi parte del mondo, può cercare esempi per immagini o per concetti in Pinterest, Facebook, in tutto il mondo dei social e arriverà a un primo approdo con la foto di un ambiente realizzato, una descrizione o un'indicazione qualsiasi. In

questo modo "siamo stati trovati" da un'azienda di telefonia russa e da banche in Bielorussia, in Arabia e in Kazachistan. E vorrei sottolineare che si tratta di geografie non immediatamente raggiungibili, non tanto per le distanze, ma per le diversità culturali e di approccio. E' un sistema per essere visibili, una chiave di volta per l'Internazionalizzazione, assumere come variabile strategica che la tecnologia ha mutato i modelli, i tempi e le dimensioni di business. Mettere a punto questo sistema perfettamente funzionante, ben indicizzato, ha rappresentato un grosso investimento per Il Prisma. L'ecosistema è sia uno strumento di new business (i Clienti arrivano attraverso la rete), sia uno strumento di scambio, fondamentale per lo sviluppo dello Studio. L'interconnessione è un fondamentale elemento di indagine per intercettare le esigenze che emergono.

**Stefano Carone:** Il tema della connessione è ineludibile e non può né essere sminuito, né essere denigrato. Per progettare spazi per le persone, devi pensare spazi adeguati alle loro esigenze. La connessione è uno degli elementi fondanti del lavoro e della vita quotidiana. Negarlo è rischioso, oltre che ridicolmente anacronistico. Così come parlare

di questi enorme potenzialità come di uno strumento: uno strumento non permea e non modifica profondamente ogni aspetto del vivere, perché si può scegliere se usarlo o preferire altro. Si tratta in realtà di un aspetto da comprendere e da integrare, anche nella Progettazione, considerando che gli ambienti di lavoro e di vita e di svago si rivolgono alle generazioni giovani e future.

**Quali sono i vostri obiettivi futuro in ambito internazionale?**

**Stefano Carone:** Uno dei nostri obiettivi è quello di confrontarci con i temi di front-end, impegnandoci in un binomio che, fino a oggi, si è rivelato di successo, di Investimenti e Innovazione.

Vogliamo creare Valore trasferibile, mai uguale a se stesso. Mi spiego meglio: non repliciamo un momento metodologico, trasformiamo le informazioni nei concept progettuali con il plus di non vincolarci a esperienze già fatte, ma a un'indicazione di Valore del pensiero in continua evoluzione.

"Perché si è sempre fatto così", oppure "perché abbiamo già fatto così e ha funzionato" sono espressioni antitetiche al cambiamento dinamico del mercato.

Quello che serve per progettare è "maggior ascolto".

ASSUMERE COME  
VARIABILE STRATEGICA  
CHE LA TECNOLOGIA  
HA MUTATO I MODELLI, I  
TEMPI E LE DIMENSIONI DI  
BUSINESS È UN SISTEMA  
PER ESSERE VISIBILI, UNA  
CHIAVE DI VOLTA PER  
L'INTERNAZIONALIZZAZIONE



Barwa Bank, Doha Qatar progettata da CREA International,  
BU retail design gruppo Il Prisma