



LVMH BEAUTY ITALIA

IL PRISMA PROGETTA LA NUOVA SEDE
RISPETTANDO I VALORI CHIAVE DEL BRAND
*PRISM DESIGNS THE NEW HEADQUARTERS
RESPECTING THE BRAND'S CORE VALUES*

IL GRUPPO LVMH SCEGLIE UN MODELLO DI SEDE CHE RAPPRESENTA A PIENO I PROPRI VALORI DI ECCELLENZA, INNOVAZIONE E RESPONSABILITÀ SOCIALE. LA SOCIETÀ INTERNAZIONALE DI ARCHITETTURA LI TRADUCE IN SPAZI DAGLI ELEVATI STANDARD DI COMFORT, NEL PIENO RISPETTO DELLA SALUTE DELLE PERSONE E DELLA BIODIVERSITÀ.

THE LVMH GROUP CHOOSES AN HQ MODEL THAT FULLY REPRESENTS ITS VALUES OF EXCELLENCE, INNOVATION AND SOCIAL RESPONSIBILITY. THE INTERNATIONAL ARCHITECTURE COMPANY TRANSLATES THEM INTO PLACES WITH HIGH STANDARDS OF COMFORT, IN FULL RESPECT OF PEOPLE'S HEALTH AND OF BIODIVERSITY.



Dopo quasi 20 anni, la divisione italiana di LVMH Beauty ha trasferito la propria sede, e i suoi 170 dipendenti circa, all'interno di uno spazio di 4mila mq nel complesso multitenant di Symbiosis, in zona Porta Romana. Da singoli uffici non comunicanti si è deciso di passare a un modello più aperto, flessibile e inclusivo, pensato per favorire lo scambio e la condivisione. Una scelta che rispecchia la filosofia aziendale del Gruppo LVMH, che pone al centro le persone, asset fondamentale per la crescita del business, e si ricollega a quella de Il Prisma, Design Human Life. L'obiettivo della nuova sede è dunque creare uno spazio che potesse infondere nei dipendenti un senso di orgoglio e appartenenza verso i marchi per cui lavorano, ma anche verso il Gruppo di cui fanno parte. Il team di progettisti de Il Prisma, risponde alla sfida realizzando un luogo di lavoro dove poter immergersi in un ambiente creativo ed emozionale, in cui le Maison sono distinte nella propria identità ed espressione, e al contempo

After almost 20 years, the Italian division of LVMH Beauty has moved its headquarters and its approximately 170 employees to a space of 4 thousand square meters in the multitenant complex of Symbiosis, the urban regeneration project of Covivio in the Porta Romana area. From individual non-communicating offices, it was decided to move to a more open, flexible and inclusive model, designed to encourage exchange and sharing.

A choice that reflects the philosophy of the LVMH Group which places people at the centre and as a fundamental asset for growth, which is linked to the idea of Il Prisma, an international architecture and design company with an Italian DNA, of designing spaces full of life and work: design human life.

unite attorno a valori condivisi. A coronare il tutto, la terrazza esterna, che offre la possibilità di vivere in prima persona i concetti di condivisione e di biodiversità, parte integrante dell'eccellenza del Gruppo LVMH, e farlo in perfetto contatto con la natura.

Gli spazi si articolano tra ampie aree comuni che alimentano la cultura del gruppo e ambienti dedicati ai singoli brand. L'ispirazione alla natura è evidente già dall'area Welcome, che rappresenta l'identità di LVMH come gruppo e accoglie il visitatore in un'atmosfera sognante ed elegante. Forme curve e giochi di ombre e trasparenze, il look and feel esalta la continuità con la terrazza e crea la connessione visiva tra interno ed esterno, con luci che cambiano nelle diverse ore della giornata e della stagione. Il Workcafé, con all'interno un bar gestito da una cooperativa di ragazzi disabili, è un luogo di incontro e contatto con valori aziendali, pensato per stimolare la socialità, la condivisione e la contaminazione di idee. Il Workspace, organizzato su due piani, terzo e quarto, si presenta come un ampio open space che accoglie le aree training dove si respira l'identità dei singoli brand, grazie anche all'utilizzo di visual specifici per ogni marchio; vi si accede dal portale luminoso a LED RGB, personalizzato a seconda del carattere della Maison. Grande attenzione è stata infine posta alle modalità di lavoro che supportino collaborazione informale (tavolo atelier, salottini adiacenti alle postazioni), meditazione e concentrazione (frame in facciata).

ISPIRAZIONE ALLA NATURA

L'area Welcome, che rappresenta l'identità di LVMH come gruppo e accoglie il visitatore in un'atmosfera sognante ed elegante. Forme curve con giochi di ombre e trasparenze, il look and feel esalta la continuità con la terrazza e crea la connessione visiva tra interno ed esterno, con luci che cambiano nelle diverse ore della giornata e

INSPIRATION FROM NATURE

The spaces are divided into large common areas that feed the group's culture and environments dedicated to each Maison, including Parfums Christian Dior, Givenchy, Guerlain and other young brands with strong potential such as Benefit Cosmetics and Make Up For Ever. The inspiration from nature is already evident from the Welcome area, which represents the identity of LVMH as a group and welcomes the visitor in a dreamy and elegant atmosphere. Curved shapes with plays of shadows and transparencies, the look and feel enhances the continuity with the terrace and creates the visual connection between inside and outside, with lights that change at different times of the day and the season. Open spaces, training areas, RGB LED light portals, personalized according to the character of the Maison, work settings such as phone booths, meeting rooms and spaces for concentration, all to give great attention to working methods that support informal collaboration (workshop table, sitting rooms adjacent to the workstations), meditation and concentration (frame on the facade).

A TERRACE TO PROTECTS BIODIVERSITY

In the foreground are the high standards of comfort, the various certifications that guarantee measures to protect the health and safety of people and the beauty of biodiversity. Indeed, LVMH Beauty Italia HQ is characterized by a garden terrace of almost 2,000 m2 where you can nurture your creativity in harmony with nature. Very rich and luxuriant vegetation throughout the year, aromatic herbs that envelop a band of panoramic garden, with informal seats





della stagione. Open space, aree training, portali luminosi a LED RGB, personalizzati a seconda del carattere della Maison, worksetting quali phone booth, sale meeting e spazi per la concentrazione, il tutto per dare grande attenzione alle modalità di lavoro che supportino collaborazione informale (tavolo atelier, salottini adiacenti alle postazioni), meditazione e concentrazione (frame in facciata).

LA TERRAZZA CHE TUTELA LA BIODIVERSITÀ

In primo piano gli elevati standard di comfort, le diverse certificazioni che garantiscono misure a tutela della salute e della sicurezza delle persone e la bellezza della biodiversità. La sede di LVMH Beauty Italia è caratterizzata, infatti, da una terrazza-giardino di quasi 2mila mq dove nutrire la creatività in armonia con la natura. Vegetazione ricchissima e lussureggiante durante l'anno, erbe aromatiche che avvolgono una fascia di giardino panoramica, con sedute informali dove rilassarsi e relazionarsi. Presenti anche siepi molto fitte e bordure rigogliose: uno spazio di quiete, dove meditare e fare esercizio grazie anche ad un'area prato e una pedana.

IL WORKCAFÈ SOLIDALE

In questo contesto assume particolare importanza il nuovo spazio dedicato al Workcafé, con all'interno un bar gestito dalla Fondazione Cometa, opera sociale che si occupa della formazione e dell'inserimento nel mondo del lavoro di ragazzi e ragazze con disabilità. Un simbolo di quello che vuole rappresentare la nuova sede: luogo di incontro e contatto con i valori aziendali, pensato per stimolare la socialità, la condivisione e la contaminazione di idee.

where you can relax and relate. There are also very dense hedges and luxuriant borders: a quiet space, where you can meditate and exercise thanks also to a lawn area and a platform.

THE SOLIDARITY WORKCAFÈ

In this context, the new space dedicated to the Workcafé takes on particular importance, with a bar inside managed by the Cometa Foundation it becomes a social work that deals with the training and integration into the world of work of boys and girls with disabilities. A symbol of what the new headquarters wants to represent: a meeting place and contact with corporate values, designed to stimulate sociability, sharing and contamination of ideas.

"We chose to move because we felt the need to be able to work in a space that was a direct expression of our values also in terms of design: innovation, savoir-faire and sustainability" - comments Giuseppe Oltolini, Country General Manager of LVMH Beauty Italia – «We are delighted that Il Prisma has agreed to take on this challenge with us by designing offices that were both the ideal home for our magnificent brands but also a sharing space with open and flexible spaces, also suitable to new ways of working such as smart-working. Finally, the terrace, a tribute to biodiversity and at the same time a work and leisure space available to all our employees».







“

Abbiamo scelto di cambiare sede perché sentivamo l'esigenza di poter lavorare in uno spazio che fosse, anche in termini di design, una diretta espressione dei nostri valori: innovazione, savoir-faire e sostenibilità» - commenta Giuseppe Oltolini, Country General Manager di LVMH Beauty Italia – Siamo lieti che il Prisma abbia accettato di affrontare con noi questa sfida progettando degli uffici che fossero al tempo stesso la dimora ideale per le nostre magnifiche marche ma anche uno spazio di condivisione con spazi open, flessibili e rimodulabili, adatti anche alle nuove modalità di lavoro come lo smart-working. Infine, la terrazza, un omaggio alla biodiversità e al tempo stesso uno spazio di lavoro e di svago a disposizione di tutti i nostri dipendenti. Essere scelti da LVMH, per interpretare il proprio concetto di bellezza nella progettazione della nuova sede italiana ci rende particolarmente orgogliosi. Con questo progetto abbiamo cercato di dare una nuova interpretazione del concetto di bellezza raccontando, attraverso gli spazi ed esperienze che abbiamo immaginato, molte delle sue sfaccettature. La bellezza che va oltre l'esperienza estetica e diventa luogo di incontro, di relazione, dove le persone possono condividere la loro socialità e contaminarsi di nuovi stimoli, vivere la cultura del gruppo ma anche riconoscersi nell'identità dei brand per cui lavorano. La bellezza sociale, inclusiva e aperta, che invita a provare l'emozione dello sguardo che si allarga sulla diversità. Infine, la bellezza sensoriale, che nasce e si nutre del continuo contatto con la natura, con i suoi cicli, colori e profumi che cambiano.

Stefano Carone
Managing Partner de Il Prisma

”

