

MICHAEL SEUM, VICEPRESIDENTE DE DISEÑO DE GROHE.

“Combinar calidad, diseño, tecnología y sostenibilidad es lo que convierte a GROHE en líder del sector”



*El futuro de GROHE pasa por seguir impulsando el diseño de forma estratégica; combinado con la tecnología, la calidad y la sostenibilidad. Su mayor innovación en los últimos años está en los sistemas de ducha y termostatos con tecnología SmartControl.*



Los valores de GROHE, fabricante de equipamiento sanitario a nivel mundial, son calidad, diseño, tecnología y sostenibilidad. **Michael Seum**, vicepresidente de Diseño de GROHE, señala que no permiten que ningún producto se comercialice sin asegurarse de que cumple con todos estos aspectos. “Su combinación es lo que hace a la marca líder. Hay muchas discusiones en nuestro proceso de desarrollo en torno a lo que realizamos”, asegura. Como ejemplo, dice que la sostenibilidad podría consistir en hacer que el packaging de los productos sea más pequeño para lograr una mayor eficiencia en el envío y en la logística. Lo que Seum siempre defiende, desde la perspectiva del diseño, es que se piense en la experiencia del consumidor: “Buscamos crear deseo e impulsar la marca a través de fuertes ambiciones estéticas y de grandes experiencias”. Tampoco se olvidan de características como el rendimiento, la calidad y la sostenibilidad dentro de un “desarrollo multifuncional”.

### El reconocimiento de los premios

En 2017, GROHE recibió 62 premios de diseño, todo un récord en la historia de la firma. “Lo que obtenemos de estos premios es la validación externa de algunos de los diseñadores más prestigiosos del mundo. Los distintos jurados reconocen

el valor que GROHE otorga al diseño”, reflexiona. Respecto a lanzamientos recientes, como el rediseño de la línea de grifería ATRIO, Michael Seum dice que se puede conseguir un baño atemporal muy contemporáneo. Sostiene que los controles inteligentes están cambiando el juego en torno a experiencias de duchas intuitivas y personalizables.

El vicepresidente de Diseño de GROHE hace hincapié en que hay que perseguir un cambio en la relación con el agua y hacer que estas experiencias sean completamente placenteras. “Cualquier cosa que hagamos en el futuro será impulsada por los beneficios”, matiza. Por ello, GROHE intenta constantemente “diferenciarse” de su competencia.

Una de las categorías de productos más innovadoras que posee la firma, “y que está impulsando un gran crecimiento y dando muchos premios de diseño”, es la de sus sistemas de agua en la cocina. GROHE Red suministra al usuario, a través del grifo, agua caliente a 100°C ideal para cocinar comidas como la pasta o para preparar bebidas como el té. La calidad del agua es extremadamente alta porque este sistema usa un filtro de etapas múltiples. GROHE Blue y GROHE Blue Home son otros sistemas que permiten tener agua filtrada y refrigerada directamente del grifo de la cocina. “Lo sorprendente de esto es que el sabor es fantástico y que también conlleva un

cambio de comportamiento extremadamente sostenible. Si podemos tomar agua del grifo y obtener la calidad de la embotellada, eliminamos la necesidad de este tipo de agua y hacemos algo bueno para el medioambiente”, indica. Para él, este es “uno de los mejores ejemplos” de cómo tratan el agua poniendo el énfasis en el sabor y en la sostenibilidad.

Eso sí, considera que la mayor innovación de la compañía en los últimos años se encuentra en los sistemas de ducha y termostatos con tecnología SmartControl. Además, afirma que “el control inteligente resuelve un problema muy simple relacionado con el uso intuitivo y el control preciso en la ducha. No hay un sistema de ducha en el mundo que pueda hacer esto”. Subraya que es un área que está creciendo rápidamente para GROHE, por lo que están ampliando las categorías de productos con SmartControl.

Seum confiesa que una de sus mayores frustraciones cuando viaja es entrar en una ducha de hotel con la que no está familiarizado y no saber, cuándo abre el grifo, de dónde vendrá el agua. El control inteligente resuelve también este problema. “Esta es la parte intuitiva del





diseño. El sistema de ducha cuenta con controles muy simples, con indicaciones de dónde saldrá el agua. Es una locura que la mayoría de las empresas no hayan descubierto cómo hacerlo más fácil. La parte realmente innovadora es la capacidad de ajustar el flujo de agua de forma independiente”, opina. Si una persona tiene el pelo largo y se está duchando, necesitará mayor caudal de agua que una con pelo corto para aclarar el champú. Con el control inteligente se puede aumentar el volumen, agregar más intensidad al chorro de agua y obtener la potencia necesaria de una manera precisa.

Cuando se le pregunta qué representa el mercado español para GROHE,



### “Tratamos de adaptar los productos a las necesidades locales”

GROHE tiene su sede de diseño en Dusseldorf (Alemania) y otras dos oficinas más, una en Shanghái (China) y otra en Nueva York (EE UU). Michael Seum dirige un equipo a nivel mundial formado por 20 diseñadores. “Los diseñadores de fuera de Alemania están trabajando con regiones como Asia para asegurarse que estamos haciendo los productos adecuados para las personas de allí. Tratamos de adaptarlos a las necesidades locales”, declara el vicepresidente de Diseño.

responde que todos los mercados son importantes para ellos. Defiende que persigue establecer una “conexión emocional” que facilite que un consumidor diseñe su cocina o su baño con productos seguros. “Nuestro trabajo consiste en que los consumidores puedan imaginar lo que quieren hacer en su hogar. Independientemente de que sea un arquitecto o un consumidor; quiero captar su atención, quiero capturar sus sentimientos, quiero asegurarme de que crean en la marca GROHE”. Así, el objetivo es crear un deseo en el cliente.

¿Qué pide el usuario a GROHE? Su vicepresidente de Diseño no duda en aconsejar la tecnología SmartControl. Igualmente, el porfolio SPA. “La nueva colección ATRIO será muy buena para el mercado español y permitirá a los diseñadores visualizar casi cualquier baño que puedan imaginar. Creo que este es un producto que realmente se vuelve muy flexible en diseño con el que se pueden idear diferentes espacios, con una colección muy hermosa de grifería”, expresa. Aporta, según sus palabras, una filosofía de diseño diferente. Este producto ha sido planteado en torno al minimalismo, a la reducción y a la simplificación. “Es uno de los grifos más finos que producimos, desde una sola geometría, un círculo. Hemos mantenido la geometría limpia y su elegancia hace que pueda instalarse prácticamente en cualquier estilo de baño”, certifica. Es una línea muy flexible.

Asimismo, remarca su precisión porque está diseñado de forma proporcional. “Cuando tocas este producto, puedes sentir la calidad. Ves cómo la fabricación alemana cobra vida en este elegante diseño”.

Es un icono de elegancia y precisión por esta simplicidad. Por último, Seum celebra ver crecer a GROHE en España y espera “crear deseos” en este mercado. ■

### “SmartControl resuelve un problema muy simple relacionado con el uso intuitivo y el control preciso en la ducha”

