

GEMMA ALOY, DIRECTORA DE MARKETING DE GROHE ESPAÑA

“Grohe apuesta también por los colores, los metales y las líneas esbeltas”



*En Grohe, consideran que la tendencia global lleva a los usuarios hacia la personalización. Esta marca sigue las modas de la decoración y ofrece una gran diversidad de posibilidades para que el baño posea equilibrio entre diseño y funcionalidad.*

Las tendencias en baños se dirigen hacia espacios renovados y muy distintos a lo acostumbrado. **Gemma Aloy**, directora de Marketing de Grohe España, destaca que, siguiendo la línea de años anteriores, y como ya adelantó su empresa, “los baños dejan de ser un espacio meramente funcional y, además, pasan a cumplir una misión estética donde cada elemento está diseñado para el uso y el disfrute de los usuarios”. Así, “interioristas y firmas apuestan por baños funcionales, modernos y con un toque de diseño”.

Acabados en madera, mármol, griferías en negro, formas geométricas, destellos de color, detalles dorados o bañeras exentas, etcétera. Son algunos de los elementos que, según vaticina Aloy, más veremos en las decoraciones de baños durante este año. “La tendencia global nos guía hacia la personalización”, afirma. Siguiendo las modas en decoración, “Grohe apuesta también por los colores, los metales y las líneas esbeltas”. Por ello, ofrece una gran diversidad con diez posibles combinaciones (cinco colores y dos acabados), para un baño completo de color tanto en grifería como en accesorios de baño, duchas y pulsadores para WC. A su juicio, “la gran revolución reside en la libertad de elección sin precedentes”.

¿Qué materiales son los que más se demandan? Responde que, en grifería, Grohe sigue la tendencia mundial por los colores y los acabados pulidos. Por ello, ofrece griferías en diferentes acabados y tamaños que proporcionarán al usuario la familiaridad del diseño clásico, junto a una apariencia personalizada y el mejor uso de acuerdo con el tipo de lavabo elegido.

En Grohe crean productos que aúnan el diseño y la funcionalidad para responder a las necesidades del usuario. “Hemos dejado atrás la premisa de que, si algo es estéticamente bonito, no funcionará bien”, asegura Aloy. Subraya que el baño es una estancia en la que cada vez se hace más vida, convirtiéndose en el centro de relax del hogar. Considera, por ende, que “los productos que se encuentren en él deben responder a unos gustos estéticos concretos para sentirse bien, a la vez que tienen que ser perfectamente funcionales para un disfrute completo”. En su empresa, son conscientes de que el público sabe

lo que quiere y cómo lo quiere, lo que representa un gran reto para ellos.

### Elemento clave, la grifería

No duda. Certifica que “el elemento clave de un baño es la grifería”. Justifica que es el producto que marca la personalidad del baño y el que se usa con más frecuencia. “Lo encontramos en el lavabo, en el bidé y en la bañera o ducha. Se trata del elemento que unifica el espacio. La elección de la misma colección para la diferente grifería que compone los distintos espacios del baño dará un aspecto de armonía a la estancia”, reflexiona.

Grohe está constantemente innovando y poniendo a disposición del usuario nuevos productos que responden a sus diferentes necesidades. Mostró novedades en la feria internacional ISH 2019. Entre otras, Aloy destaca sus nuevas gamas de griferías. Icon 3D, grifos exclusivos creados mediante un proceso propio de impresión 3D de metal, o la gama Grohe Plus, una amplia selección de grifos para lavabo, ducha y bidé. Hay 15 modelos, sólo de lavabo, con diferentes tamaños y funciones para responder a cualquier necesidad. Este producto promueve el uso responsable del agua gracias a la tecnología de ahorro EcoJoy que hace posible cambiar entre el chorro estándar y el ECO.

Por otro lado, el mítico shower toilet

Sensia Arena ha ampliado sus beneficios. Con la

nueva tecnología PlasmaCluster, impide la acumulación de suciedad e impurezas al liberar y distribuir iones de manera uniforme en el inodoro que eliminan los gérmenes y bacterias. Otro aspecto muy llamativo es su estética moderna y elegante. Su forma aerodinámica y sus contornos suaves se mezclan perfectamente con cualquier ambiente de baño contemporáneo. Detalles bien pensados, como la discreta luz nocturna, que guía a los usuarios a través de un cuarto de baño oscuro, y la función automática de apertura y cierre de la tapa, se combinan para dar confort y confianza.

La firma del mismo modo ha ampliado su gama de sanitarios con Essence, una nueva línea llena de pureza y elegancia. Se caracteriza por formas orgánicas y curvas, delgadas, y altamente funcionales. Igualmente, por líneas naturales y delicadas. Los nuevos modelos de lavabo cuentan con solo 17mm de grosor y, frente al grifo, se encuentra el rebosadero, que contribuye a la armonía del diseño. Los lavabos exentos, novedad de esta gama, cuentan con una tapa de desagüe de cerámica. Como proveedor de soluciones integrales de baño, la compañía dispone de bañeras como parte de esta nueva línea, completando así su cartera de productos. Los modelos están fabricados con acero de titanio de alta calidad, permitiendo así un óptimo almacenaje del calor durante un período de tiempo prolongado. ■

**“Interioristas y firmas apuestan por baños funcionales, modernos y con un toque de diseño”**

