

“Queremos que gusten nuestros productos por su calidad, tecnología, diseño y sostenibilidad”



En Grohe ofrecen productos de diseño que cubren todos los segmentos de precios. Quieren que sus clientes sean capaces de crear el baño de sus sueños.

Nacido en 1976, **Michael Seum** se graduó como diseñador industrial en la University of Illinois at Chicago's (UIC). Ha trabajado para marcas muy importantes a nivel mundial como Sterling, Procter and Gamble, Whirlpool,... y actualmente es Vice President Design Grohe AG. Con-

versamos con él sobre las tendencias en el diseño del baño.

Lo primero que destaca Seum en nuestra conversación es que *“cuando uno piensa en el baño, piensa en agua”*. ¡Cierto! añadimos. Destaca pues que el aspecto más importante es crear experiencias en

el baño que ayuden a disfrutar totalmente del agua, permitiendo a la vez un uso responsable y sostenible de los recursos. Además, puesto que el baño ya no es simplemente un espacio puramente funcional sino que se está transformando en el centro emocional del hogar, *“los aca-*

bados y el diseño de los productos tienen que cumplir ciertos requisitos estéticos. Nosotros queremos que a la gente le gusten nuestros productos por su calidad, tecnología, diseño y sostenibilidad”.

Seum asegura que el baño está cobrando cada vez más protagonismo en el hogar. “En las casas de obra nueva al cuarto de baño se le asigna un mayor espacio”. La gente lo aprovecha convirtiendo su baño en un espacio experiencial y de lujo. “En respuesta a ello, nosotros ofrecemos soluciones que van más allá de las expectativas racionales de los consumidores y nos centramos en sus necesidades emocionales, por ejemplo: calma, relajación, privacidad e incluso bienestar personal”. Comenta que las tendencias que ven en este cuarto de baño más experiencial incluyen mármol y otros materiales naturales, texturas detalladas, y mobiliario que incorpore formas inteligentes para alojar los accesorios de uso diario. “También observamos la aparición de cabezales de ducha más grandes que proporcionan

una experiencia de la ducha más placentera, y de mezcladores de bañera de pie en una variedad de nuevos acabados que van desde el sobrio y elegante negro mate hasta el lujoso tono cobrizo Warm sunset”, asegura.

Hablemos de las tendencias del color en el baño. “Esto es puramente una cuestión de gustos personales y depende mayormente del propio consumidor; sin embargo debo decir que estamos detectando un creciente interés generalizado por los acabados exclusivos”. En Grohe tienen una amplia gama de estilos segmentados e incrementan continuamente su gama de colores, acabados e incluso materiales para sus productos de baño. “Queremos darle al consumidor mayor libertad creativa con más opciones de colores, acabados y materiales sobre un mismo producto; o añadiendo un toque de color al elemento que contraste con el am-

biente general que quieran crear. Estos acabados exclusivos pueden aportar un aspecto artesanal y muy sofisticado, una sensación muy inesperada si así lo desea el consumidor”. ¿Qué importancia tiene la grifería para el diseño de un baño? “El grifo es el producto que se usa con más frecuencia. La elección de una misma colección para la grifería de lavabo, bañera y ducha le da un aspecto armonioso al baño y crea una conexión entre los diferentes espacios. Así se define claramente el estilo de la estancia, dándole un aspecto moderno, contemporáneo o clásico”, comenta.

### Niños en casa

Muchas familias no quieren renunciar a tener un baño de diseño por tener niños en casa, algo que en la empresa tienen muy claro. En Grohe sólo ofrecen productos que crean experiencias de baño

**“Ofrecemos soluciones que van más allá de las expectativas racionales de los consumidores y nos centramos en sus necesidades emocionales”**



para todos sus consumidores y creen que hay muchas posibilidades para crear un cuarto de baño familiar. Dicho esto, *“un baño familiar necesita una estructura clara para que los usuarios no interrumpen el paso de los demás cuando lo están utilizando juntos. Y luego, están las pequeñas cosas que marcan la diferencia como por ejemplo: instalar una colorida teleducha de la colección Rainshower Flower para dar un toque divertido a nuestra rutina de lavarnos el cabello. Los monomandos son fáciles de usar para los niños y un termostato de tacto frío añade un plus de seguridad adicional, ya que protege a nuestros hijos de quemaduras accidentales y mantiene la temperatura del agua constante para evitar escaldamientos”*, comenta.

## Consumidores

Cuestionado por cuáles son las exigencias de los consumidores, Michael Seum atestigua que lo que quiere principalmente es crear algo mejor que lo que había. Tal vez debido a que su hogar ha crecido o se ha ido haciendo mayor o que ha descubierto una nueva tecnología que le gustaría probar. Hay tantas razones para la reforma como necesidades distintas para la misma. *“Un buen método para satisfacer las necesidades de todos es dividir el baño en varias zonas: la zona del lavabo (zona de preparación), la zona de ducha (zona de rejuvenecimiento), la*

*zona de la bañera (zona de relajación) y tal vez una cuarta zona con una chaise longue para relajarse (zona de ocio). Esta segmentación hace que sea fácil crear un espacio funcional, cómodo y personal”*.

## Novedades

Este año, uno de los lanzamientos más importantes es Grohe Sensia Arena, lo más destacado de esta nueva categoría Grohe Spalet. De él destaca que *“utiliza tecnologías inteligentes para transformar nuestro ritual más privado en una experiencia refrescante y agradable”*. Esta gama de inodoros-bidé avanzados combina el diseño y la ingeniería alemana, por un lado, y la cultura spa japonesa, por otro. Ofreciendo un cuidado perfecto de nuestro cuerpo, lo último en higiene y confort personalizado, el Sensia Arena lleva al inodoro clásico a una nueva dimensión en cuanto a limpieza y bienestar. Con la innovadora tecnología presionar y girar de Grohe Rainshower SmartControl la personalización de la experiencia de la ducha nunca había sido tan fácil. Se utiliza un diseño de botón triple muy sencillo y de fácil comprensión, que permite controlar y memorizar todos los ajustes deseados de ducha para cada usuario. Un botón combinado de empuje y rotación inicia el flujo de agua a la vez que controla el caudal. Para detener el flujo de agua, el usuario simplemente debe pulsar el botón de nuevo; el ajuste de

caudal elegido queda memorizado para la próxima ducha.

Otra de las novedades que presenta la firma es el altavoz Bluetooth Aquatunes de Grohe y Philips, que destaca por ser simple e ingenioso. El usuario sólo tiene que utilizar el botón Bluetooth para conectar el altavoz Aquatunes con su smartphone o tablet y ya estará listo para una excelente experiencia musical. Diseñado y fabricado para ser totalmente resistente al agua, el altavoz se puede montar dentro de la ducha. Con una duración de hasta ocho horas, la batería dispone de suficiente energía para disfrutar de un montón de duchas relajantes y vigorizantes antes de que necesite ser recargada.

Sus formas cilíndricas hacen de la renovada colección Essence un clásico de la cultura del diseño donde quiera que esté instalado. Su amplia selección de tamaños y acabados permite personalizar un cuarto de baño con el mismo estilo desde el lavabo, hasta la ducha pasando por la bañera. Essence ofrece a los usuarios la libertad adicional de manejo a través de su caño giratorio y del mouseur ajustable Grohe AquaGuide. Los orígenes de su diseño único son inconfundibles. Este grifo ha evolucionado desde la primera colección de Grohe, puramente cilíndrica, para convertirse en una reinterpretación actualizada de un clásico popular. ■

