

GROHE MAGAZINE

BAGNI, CUCINE, ARCHITETTURA DI LUSO E RACCONTI D'ACQUA

N°01 / 2016



UN NUOVO INIZIO

GROHE SmartControl
rende ogni doccia
ancora più piacevole

PER SEMPRE ASPEN

Vivere alla grande sulle Montagne
Rocciose dallo sci alla cultura

LO SPAZIO CHE CI SEPARA

Come l'architetto Ole Scheeren
sta cambiando il volto dell'Asia

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
Wasser



GROHE
EUROCUBE

A CLEAR
STATEMENT

Pure metropolitan design. No ifs, no buts, no deviations. The overarching concept of GROHE Eurocube evokes the dynamic lifestyle of active people and celebrates the dramatic beauty of the cube. Enjoy a bit of clarity.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

foto: GROHE AG

EDITORIALE

Caro lettore,

benvenuto all'edizione invernale del magazine GROHE. In questo periodo dell'anno tutti i pensieri vanno a possibili fughe su piste bianchissime, e per gli amanti della neve, come per i viaggiatori appassionati, nessun posto eguaglia la località sciistica di Aspen in Colorado, una meta che non passa mai di moda. I migliori sport invernali, l'arte e il design si incontrano in questo delizioso gioiello urbano.

Situata sulla cima delle Montagne Rocciose, Aspen è stata a lungo associata alla gioia dell'acqua allo stato solido e cristallizzato. Ma è anche un rifugio che offre il puro relax in tutte le sue forme e, grazie ai suoi bellissimi alberghi, SPA e chalet si è guadagnata la reputazione di luogo di attrazione per una clientela esigente e amante del design. Guardiamo da vicino la rinascita del leggendario Hotel Jerome. Un tempo meta preferita delle star hollywoodiane, di recente è stato ristrutturato in un elegante stile Art Déco arricchito dalla tecnologia più moderna.

In un altro articolo, esploriamo il futuro in compagnia dell'architetto Ole Scheeren, che ci parla del suo lavoro in Cina (pag. 66). Un panorama che sta cambiando rapidamente e i cui futuri paesaggi urbani, secondo Scheeren, si baseranno su una reinterpretazione degli spazi privati e pubblici. L'architetto Ron Bakker è la mente che si cela dietro The Edge, il palazzo adibito a uffici più sostenibile al mondo. Ci parlerà del famoso progetto e condividerà il suo pensiero sulla creazione di spazi lavorativi efficienti e straordinari, dove la tecnologia GROHE si adatta alla perfezione (pag. 72). Torniamo anche a occuparci del London Design Festival, svoltosi di recente, con una selezione accurata delle tendenze principali che influenzeranno l'interior design il prossimo anno (pag. 60).

Ma qui in GROHE sappiamo che il miglior design non è solo una questione di tendenze. Il claim "Master of Technology" è incentrato su



Michael Rauterkus,
CEO di GROHE AG

"UN DESIGN ECCEZIONALE NON È SOLO UNA QUESTIONE DI TENDENZE, E NOI DI GROHE LO SAPPIAMO"

come la nostra esperienza ingegneristica ispira lo sviluppo delle tecnologie all'avanguardia dei nostri prodotti e presenta alcune delle persone appassionate e specializzate che oggi ci lavorano (pag. 40).

Speriamo gradirai scoprire tutte queste storie affascinanti e non solo, man mano che ti addenterai nel mondo di GROHE.

Cordialmente,
Michael Rauterkus

INDICE

G
R
O
H
E
·
I
T



10 PER SEMPRE ASPEN

Aspen è il gioiello delle Montagne Rocciose: dallo sci alla cultura, offre davvero di tutto.

22 ALLA ROVESCIA

L'architetto Sarah Broughton, residente ad Aspen, ci parla della vita sulle Montagne Rocciose e dei segreti della città.



16 SEMPRE IN VOGA

Dove il passato incontra il futuro: costruito nel 1889 e recentemente ristrutturato, l'Hotel Jerome di Aspen esercita ancora oggi un'attrazione irresistibile.

28 UN NUOVO INIZIO

Ottime notizie per gli amanti della doccia: il sistema SmartControl di GROHE permette di regolare le funzioni della doccia con un semplice tocco.



32 IL DESIGN CHE ISPIRA

I musei Porsche, BMW e Mercedes-Benz ospitano auto leggendarie e meraviglie architettoniche.



40 UN CUORE TECNOLOGICO E INNOVATIVO

Tre esperti GROHE spiegano le invenzioni tecnologiche più recenti dell'azienda.



48 LE ZONE DEL BENESSERE

Ispirato alla cultura del bagno giapponese, il concept Aqua Zone di GROHE trasforma i bagni in vere e proprie SPA. Scopri le 5 zone essenziali.

54 PIACERE Istantaneo

Anche gli chef stellati Michelin li amano: gli instant noodles sono lo snack preferito di tutti. E con GROHE Red® il tempo di preparazione si riduce.



60 OCCHI PUNTATI SU LONDRA

I 5 trend principali al London Design Festival di quest'anno presentati da Paul Flowers, Chief Design Officer di GROHE e LWT.

C
O
N
T
E
N
U
T
I

GROHE AG
Feldmühleplatz 15
D-40545 Düsseldorf, Germania
www.grohe.it

RESPONSABILE PER GROHE
Henrik John

**COORDINAMENTO CENTRALE E REDAZIONE,
COORDINAMENTO INTERNAZIONALE**
Jan Shepherd

CASA EDITRICE
BBE Group, Berlino
bbe-group.de
Managing Director: Christian Bracht
cb@bbe-group.de

CAPOREDATTORE
Hans Bussert, Sabine Röthig (vice)

DIREZIONE CREATIVA
Mario Lombardo

ART DIRECTION
Charlotte Lauter

REDATTORE FOTO
Victoria Gisborne-Land

VICEREDATTORE
Huw Nesbitt

CORRETTORE BOZZE
Gareth Davies

ADATTAMENTO TEDESCO
Brigitte Jakobeit, Volker Oldenburg, Myriam Sodjinou

COLLABORATORI ESTERNI
Sarah Fakray, Jeni Fulton, Will Furtado, Sue George,
Christian Hagemann, Ramon Haindl, Georgia Kuhn,
Josia Lamberto-Egan, Arsalan Mohammad, Ollanski,
An Paenhuysen, Kevin Perry, Thomas Platt, Schmott,
Schnepp-Renou, Daniel Trese, Mirjam Wählen

**ADATTAMENTO DEI TESTI
PER GLI ALTRI MERCATI**
Mother Tongue
21 Heathman's Rd
Londra SW6 4TJ
mothertongue.com

L'editore non si assume alcuna responsabilità per l'invio di manoscritti e foto non richiesti. Nonostante un'accurata selezione delle fonti, l'editore non si assume nessuna responsabilità per la loro precisione e completezza. Nessuna parte di questa rivista può essere utilizzata o riprodotta in alcuna forma senza autorizzazione scritta.

Tutti i diritti riservati.

Per la versione online di questa rivista, vai su:
magazine.grohe.com

La rivista GROHE è tradotta in 10 lingue ed è distribuita in 60 paesi con una tiratura annua totale di oltre 1 milione di copie.

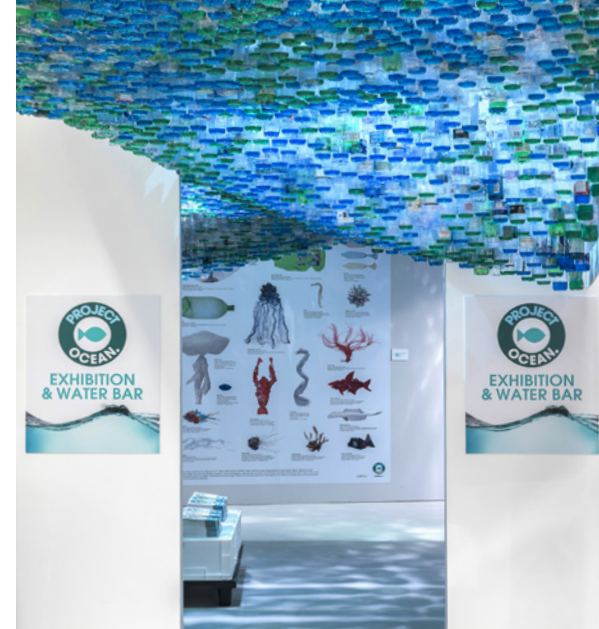
66 LO SPAZIO CHE CI SEPARA

Ole Scheeren è l'architetto tedesco che sta ridefinendo l'architettura in Asia, dalla sede della China Central Television in Cina al complesso residenziale The Interlace a Singapore.



80 DESIGN E SOSTENIBILITÀ

The Edge di Amsterdam è l'edificio per uffici più sostenibile al mondo. Ron Bakker parla dell'efficienza dei costi e del design degli ambienti lavorativi moderni.



90 ATTINGERE DAL FUTURO

L'esperta di sostenibilità Sue George parla del risparmio idrico nel settore alberghiero e di come i prodotti GROHE contribuiscono a evitare gli sprechi.



94 LUOGHI LEGGENDARI

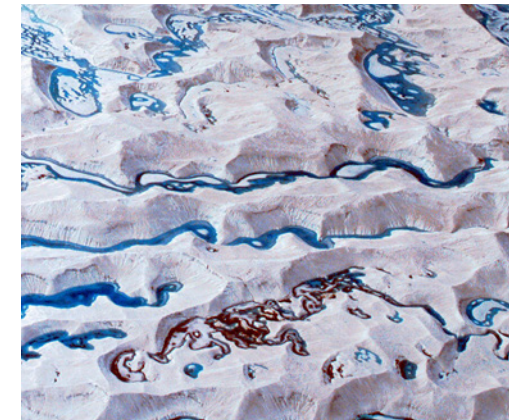
Una visita a tre splendide case private offre una panoramica sull'avanguardia architettonica e il suo design di livello superiore.

72 IDROTERAPIA

La mostra Project Ocean presso Selfridges della curatrice Jane Withers vuole sensibilizzare l'opinione pubblica sull'inquinamento marino.

84 LAVARSI È MEGLIO

Il nuovo GROHE Arena® è la shower toilet di lusso di prossima generazione dalle funzionalità straordinarie.



106 IL GHIACCIAIO PIÙ GRANDE DEL MONDO

Con fiumi che solcano la sua superficie, il ghiacciaio Lambert in Antartide sembra un altro pianeta.

THE SOURCE OF LIVING

NEW

GROHE
ESSENCE



*Pure Freude
an Wasser*

Discover a minimal style that's full of warmth with GROHE's new Essence faucet. The slim architectural shape is enhanced with organic design elements ideal for a contemporary kitchen, inviting touch and interaction for the sensual chef.

PER
SEMPRE
ASPEN.

TESTO
AN PAENHUYSEN

Sport estremi, architettura all'avanguardia
e arte di fama mondiale: l'identità culturale
di Aspen è così ricca che non ci si annoia mai



Aspen è da sempre uno dei luoghi preferiti dagli appassionati di sport invernali.



Aspen è ricca di attrazioni architettoniche, dai palazzi di fine secolo costruiti con i tipici mattoni rossi a vere e proprie gemme contemporanee, come la nuova sede dell'Aspen Art Museum, con la sua facciata trasparente che sfrutta trasparenza e luce naturale.

Aspen è come uno scrigno prezioso. Nascosta tra le Montagne Rocciose, questa pittoresca cittadina del Colorado possiede molte ricchezze, non ultima la sua famosa stazione sciistica, popolare tra gli appassionati desiderosi di affrontare i suoi ripidi pendii. Si fa in fretta ad andare giù per le discese di Aspen, ma la sensazione è quella di salire sempre più in alto. E non è solo l'aria rarefatta del luogo a dare una sensazione di euforia. Visitare Aspen è come stare su uno yacht di lusso: ti sentirai come se fossi l'unica persona che conta in tutto l'universo. Situata a 2.400 metri di altezza sulle Montagne Rocciose, la località sciistica preferita da Hollywood offre il massimo dello splendore e una natura di straordinaria bellezza.

Sciate in grande stile, e non solo

Eppure, quando la maggior parte della gente pensa ad Aspen, pensa allo sci. E la cosa

non sorprende, viste le quattro montagne che offrono più di 21 km quadrati di piste per sciatori e snowboarder di ogni livello. Ad esempio, Aspen Mountain e Aspen Highlands sono ideali per sciatori intermedi ed esperti. Mentre i principianti, gli snowboarder e i fan dei salti ameranno sia Snowmass, per i suoi 1.350 metri di piste per lo sci alpinismo (con il dislivello più lungo degli Stati Uniti), che Buttermilk, famoso per ospitare i Winter X Games organizzati da ESPN. E se tutto ciò non bastasse, ci sono anche corse con i cani da slitta, escursioni con ciaspole e safari in motoslitta.

Dopo una giornata sulla neve arriva il momento di tornare ad Aspen per godersi le attività ricreative tipiche di questa località sciistica, la cui storia è rintracciabile nella sua architettura. La città risale al tardo 1870 e ciò è ancora visibile nei tanti edifici di interesse nazionale, che spaziano dagli hotel ai teatri d'opera. Più

tardi, nel 1946, Walter Paepcke fonda la Aspen Skiing Company, che inizia a dare alla città la sua ormai nota reputazione di località sciistica. In effetti, Paepcke, originario di Chicago, aveva così grandi aspirazioni culturali per Aspen che nel 1949 organizzò qui una celebrazione per il bicentenario della nascita di Johann Wolfgang von Goethe. Negli anni '70, Aspen acquisì anche una certa notorietà per la sua controcultura, quando il giornalista Hunter S. Thompson, creatore del cosiddetto gonzo journalism, vi si trasferì. Le boutique di marijuana come Silverpeak Apothecary, oggi situata nel cuore di Aspen, mantengono viva la memoria di quell'atmosfera anticonvenzionale.

Oggi, ciò che contraddistingue in assoluto Aspen è il suo fascino e la sua ricchezza, con star del cinema, musicisti e altre celebrità che arrivano per godersi l'esclusivo stile di vita. Alcune di queste celebrità hanno persino

preso casa ad Aspen, come Kurt Russell, Antonio Banderas e Kevin Costner, mentre altre preferiscono godersi i servizi esclusivi degli hotel a cinque stelle e delle SPA di prim'ordine. Tra i visitatori abituali si annoverano Cameron Diaz, Bill Murray e Melanie Griffith, mentre al St. Regis è possibile incontrare personaggi del calibro di Paris Hilton, Uma Thurman e le Kardashians.

Un gioiello culturale

Tuttavia, Aspen non è solo uno dei ritrovi preferiti per ricchi e famosi, ma gode anche di un'ottima reputazione come polo attrattivo per le menti più creative al mondo. Tra queste, l'architetto austro-americano Herbert Bayer. L'ex insegnante del Bauhaus fu chiamato ad Aspen nel 1946 da Walter Paepcke, che gli commissionò la progettazione della sede principale per il suo gruppo di studi di

Foto: Aspen Snowmass, PR, Michael Moran/OTTO

Situata a 2.400 metri sulle Montagne Rocciose negli Stati Uniti, la località sciistica preferita da Hollywood risale al 1870, quando i primi coloni giunsero nella valle. Oggi la città è un vero e proprio tesoro per i visitatori: 21 chilometri quadrati di piste da sci di prim'ordine e un programma culturale superiore a quello di qualsiasi altra località montana.



politica, l'Aspen Institute, nonché per contribuire a ripristinare la Wheeler Opera House. Riaperto nel 1950, questo teatro d'opera multifunzionale può accogliere fino a 503 spettatori e, dopo l'installazione degli schermi digitali nel 2013, è adibita anche a cinema. Dal 2010, ospita anche l'Aspen Laff Festival, l'evento cittadino dedicato al miglior cabaret. E qui, tra Natale e Capodanno, si svolge l'annuale festival cinematografico che proietta i film nominati agli Oscar per quell'anno.

Nei pressi dell'aeroporto della contea c'è un'altra attrazione imperdibile, l'Aspen Santa Fe Ballet. Fondata nel 1994 e costituita da undici ballerini, la scuola ha due sedi, una ad Aspen e l'altra a Santa Fe, e porta avanti un programma annuale di sensibilizzazione sulla danza

tradizionale messicana sia in Colorado che nel New Mexico. In più, il loro programma prevede anche stagioni estive e invernali con compagnie di danza itineranti provenienti da tutto il mondo. Per la stagione invernale 2015/16 hanno commissionato una performance speciale ai famosi coreografi Fernando Melo, Cayetano Soto e Alejandro Cerrudo, per celebrare il 20° anniversario della scuola. Questo inverno metteranno in scena uno spettacolo speciale per bambini e famiglie, una reinterpretazione contemporanea dello Schiaccianoci che unisce balletto, flamenco e danza della spada cinese.

È indiscutibile che l'amministrazione di Aspen sia sempre alla ricerca di nuove prospettive. Lo scorso anno, l'Aspen Art Museum si è trasferito in una nuova sede, spostandosi dalla

sede originale ubicata in un impianto idroelettrico convertito, inaugurato nel 1979. La nuova sede, progettata dal pluripremiato architetto giapponese Shigeru Ban, può essere considerata essa stessa un'opera d'arte, con il suo rivestimento esterno realizzato in listelli di legno intrecciati come un cesto. E grazie a Heidi Zuckerman, CEO e curatore capo dal 2005, il museo ha portato ad Aspen alcuni dei nomi più celebri dell'arte contemporanea. Ai Weiwei, Sarah Lucas e Lorna Simpson hanno tutti esposto nella galleria, e il programma invernale include opere come le installazioni dell'artista Liz Larner, le sculture di Anna Sew Hoy e le opere multimediali di Diana Thater.

Tesori da portar via

Per chi non è molto interessato all'arte, Aspen riserva molte altre sorprese, in particolare per chi ama lo shopping. Le boutique locali, come Maison Ullens e Bloomingbirds, non temono il confronto con i negozi alla moda di Brick Lane a Londra, mentre il quartiere Galena è la meta ideale per chi cerca grandi marche di lusso come Prada, Gucci, Dior e Ralph Lauren. Ma anche chi ha un budget più limitato può divertirsi ad acquistare veri gioielli di design all'Aspen Thrift Store, un'occasione unica per portare a casa un souvenir che ci ricordi che scrigno prezioso sia Aspen.



ATRIO
Vedi a pagina 19

SEMPRE IN VOGA

L'Hotel Jerome di Aspen, con i suoi 126 anni, ha vissuto tutti gli alti e i bassi della città. E grazie alla sua recente ristrutturazione, avrà ancora molti anni davanti a sé

L'Hotel Jerome fu costruito nel 1889 con l'obiettivo di rivaleggiare con altri alberghi famosi, e oggi è una vera e propria istituzione. Negli anni '60 era molto popolare tra i ricchi hippy come tra le star del cinema. Ma è nel XXI secolo che ha fatto la sua grande transizione, grazie alla ristrutturazione ad opera degli architetti rowland+broughton di Aspen avvenuta nel 2012.



Le suite e le aree comuni dell'Hotel Jerome ostentano un design eclettico, che unisce lo stile vittoriano all'Art Déco.



Se un edificio potesse raccontare la storia di Aspen, questo sarebbe certamente l'Hotel Jerome. L'hotel in mattoni rossi a tre piani è stato costruito nel 1889 da Jerome B. Wheeler con lo scopo di rivaleggiare con alberghi del calibro del Savoy di Londra. Ma l'Hotel Jerome ha ottenuto molto di più, diventando una vera e propria istituzione nonché testimonianza dei cambiamenti di Aspen nel corso degli anni. E dopo la ristrutturazione completa di tre anni fa, l'hotel oggi vanta 93 camere e suite, oltre a una piscina che si affaccia sulle splendide Montagne Rocciose.

L'Hotel Jerome fu costruito quando l'industria mineraria per l'estrazione dell'argento ad Aspen cominciava a prosperare, di conseguenza iniziò ad attrarre numerosi investitori. Ma alla fine del secolo, l'economia della città iniziò ad attraversare un periodo di recessione allontanando molte persone, inclusi i clienti del Jerome. Da quel momento, Aspen non conoscerà più il benessere fino agli anni '40, quando diventerà una località sciistica. L'installazione del primo impianto di risalita della città fu il primo segno di questa transizione, attirando una nuova tipologia di visitatori e rendendo Aspen molto popolare tra gli hippy come tra le celebrità negli anni '60. Star del grande schermo come Lana Turner e John Wayne visitarono la città, e il Jerome divenne il bar preferito degli Eagles e di Jack Nicholson; oggi, anche Mariah Carey ama sorseggiare cocktail in questo hotel.

Dopo così tanti decenni passati ad accogliere migliaia di visitatori ogni anno, il Jerome aveva bisogno di un rinnovamento. Nel 2012, gli architetti rowland+broughton, con base ad Aspen, decisero di accettare la sfida di riportare l'hotel al suo vecchio splendore utilizzando tecnologie all'avanguardia. Per rinnovare gli arredi fu chiamato il designer di interni Todd-Avery Lenahan, che scelse l'eleganza dello stile vittoriano e dell'Art Déco. Ad esempio, per aggiun-



gere il tocco di lusso finale alle camere, Lenahan scelse impianti di illuminazione in stile Streamline Moderno e rubinetti GROHE. Ma è nel salotto caldo e vivace che l'amore del designer per Aspen è più evidente, con la sua eclettica collezione di mobili e tappezzerie decorate in colori intensi e tartan scozzese.

La tradizione è comunque presente in ogni aspetto di questa ristrutturazione. Oggi l'Hotel Jerome ha 127 anni e vanta pavimenti che si ispirano ai motivi dei tappeti dei nativi americani, un grande camino in legno di quercia intagliato a pieno rilievo e l'elegante Auberge Spa. Il ristorante ha persino sedie in pelle cucita a mano e un innovativo sistema di illuminazione in grado di adattarsi ad atmosfere diverse. E nonostante il risultato finale sia un aspetto incredibilmente lussuoso, il Jerome lo "indossa" con grande eleganza. Una combinazione di elementi che attirerà certamente un'altra generazione di ospiti.

ATRIO
Vedi a pagina 17

Chiaramente ispirati al principio del Bauhaus secondo cui la forma si deve adattare alla funzione, i miscelatori Atrio Classic sono il risultato di una fusione armoniosa tra forme cilindriche e le migliori tecnologie GROHE, perfetti per l'eclettica combinazione di stili e design del Jerome.

Foto: PR

A
C
C
E
S
S
O



L'Auberge Spa dell'hotel è un luogo ideale per rilassarsi, grazie al suo fascino accogliente e all'atmosfera tranquilla.

Foto: PR

ALLA ROVESCIA

INTERVISTA
WILL FURTADO

RITRATTI
DANIEL TRESE

L'architetto Sarah Broughton vive ad Aspen e offre una prospettiva locale su dove mangiare, bere, far festa e rilassarsi nella sua città innevata



Sarah Broughton è la cofondatrice dello studio di architettura e design urbanistico rowland+broughton, che ha riportato l'Hotel Jerome di Aspen al suo antico splendore. Vive qui da dieci anni e di questa cittadina del Colorado ammira sia i palazzi che la natura e la fauna selvatica. Secondo lei, l'unicità di Aspen sta nell'essere molto cosmopolita nonostante le piccole dimensioni, tanto da riuscire a dare qualcosa a tutti e ad accogliere visitatori provenienti da ogni parte del mondo, tutto l'anno. Infatti, oltre alla sua fama internazionale di località sciistica, vanta anche numerosi ristoranti, bar, caffetterie e SPA, ma anche viste impareggiabili dei grandi spazi aperti, per soddisfare le esigenze di qualsiasi visitatore. Basandoci sulla sua esperienza personale, abbiamo parlato con Sarah su cosa fare e cosa vedere ad Aspen.

GROHE

Aspen è famosa come luogo di straordinaria bellezza naturale, ma vanta anche un'architettura unica. Come si è sviluppata la scena dell'interior design nel corso degli anni?

S. Broughton

La luce qui è davvero meravigliosa ed è ciò che le persone vogliono per le loro case. Dunque è tutta una questione di catturare questa luce, di solito sfruttando la posizione delle finestre. Quando progettiamo gli interni delle case qui ad Aspen, ne facciamo sempre un grande uso. Oggi esistono decisamente più stili rispetto a 20 anni fa, ma continuano a piacere i materiali naturali come legno, roccia e lana. Infatti è quello che abbiamo scelto per la ristrutturazione dell'Hotel Jerome. Con quel progetto volevamo mostrare rispetto per la storia dell'edificio ma, allo stesso tempo, spingerlo verso il futuro.

G Qual è il posto migliore per mangiare?

SB Direi Matsuhisa. Il cibo è semplicemente eccellente. È un ristorante giapponese di qualità eccezionale. Amo il salmone che servono, specialmente come lo cucinano. Lo preparano in un modo molto particolare che chiamano "new style". Se invece siete amanti del caffè, allora dovete provare il Peach's Corner Cafe. Il loro cibo è fresco e biologico, e i piatti a base di uova sono davvero deliziosi.



Sarah Broughton descrive i numerosi panorami di Aspen come "fuori dal mondo".

G Cosa ti piace fare la sera?

SB La sera mi piace uscire a cena, che è facile ad Aspen, perché abbiamo ristoranti fantastici. Oltre al Matsuhisa, c'è un ristorante italiano che si chiama Casa Tua che mi piace molto. È un enorme chalet antico in città, ma hanno un ristorante anche a Miami. Dopo cena, di solito vado ad ascoltare musica dal vivo al Belly Up. Qui si esibiscono musicisti famosi e non, cerco di andarci il più spesso possibile.

G Dove vai quando vuoi rilassarti?

SB Amo stare all'aria aperta. Mi piace andare in bici ma anche lo sci di fondo e lo sci da discesa; di solito vado sull'Aspen Mountain per praticarli. Quello che amo di più è andare in mountain bike su un sentiero che si chiama Sky Mountain. Ma anche pedalare fino in cima alle Maroon Bells è divertente.

"LA VERA PARTICOLARITÀ DI ASPEN È LA SUA CAPACITÀ DI FONDERE NATURA E CULTURA"

G Sembra che Aspen abbia alcuni dei migliori centri benessere e SPA.

SB È vero e c'è anche un'ampia scelta. In particolare mi piace l'Aspen Meadows Resort, un edificio in stile internazionale davvero bello. Anche il Wilma's River Resort è eccellente, come del resto la SPA Remède del St Regis, dove mi piace andare per farmi fare un massaggio e rilassarmi in piscina. Sono anche socia dell'Aspen Club, dove hai tutto a disposizione, dalle macchine per il cardiofitness ai pesi, dai corsi di yoga a quelli di pilates.

G Quali sono gli eventi sportivi più importanti ad Aspen?

SB Tra i tanti eventi, ogni anno ospitiamo anche la Coppa del Mondo di sci alpino femminile. Il nostro studio è sponsor dell'evento ed è sempre fantastico accogliere in città così tanti atleti professionisti provenienti da tutto il mondo.

G Qual è il più grande segreto della città?

SB La riserva naturale North Star, a est di Aspen. Puoi visitarla in qualsiasi periodo dell'anno ed è sempre bellissima. In autunno è la stagione dell'amore delle alci e le foglie degli alberi assumono un colore dorato. In inverno, i guardiani della riserva preparano una pista da fondo che le persone possono utilizzare per esplorare il parco, sugli sci da fondo o sulle racchette da neve. In primavera il livello dei fiumi si alza e tutta la zona diventa una palude, mentre in estate ci puoi andare in canoa. È davvero un luogo magico.

G Qual è il punto migliore per godere di una vista mozzafiato su Aspen?

SB Direi che la cosa migliore è salire sulla Smuggler Mountain, sulla cui cima c'è un belvedere che domina la città e la valle. Un'alternativa è prendere il sentiero



Ute fino a una sporgenza rocciosa che offre un panorama senza eguali. Il sentiero prende il nome dagli indiani Ute, i primi abitanti di Aspen. Se si cerca un panorama da godere al chiuso, la hall della Wheeler Opera House ne offre di spettacolari sulla Aspen Mountain. Anche la vista dalla sala riunioni del nostro studio è qualcosa di impareggiabile!

G Quando sei fuori città, cosa ti manca di più?
SB La vera particolarità di Aspen è la sua capacità di fondere natura e cultura. Sono stata a Park City di recente e non è la stessa cosa. Ho visitato così tante località sciistiche meravigliose in Europa e ogni volta rimango stupita da ciò che abbiamo qui. Questa è Aspen: montagne maestose in perfetta sintonia con una cultura di classe mondiale.



Sarah Broughton ha progettato questa residenza privata in perfetto stile Aspen.



Foto: Daniel Treese, rowland+broughton

GROHE GRANDERA® HOME IS WHERE MY SPA IS



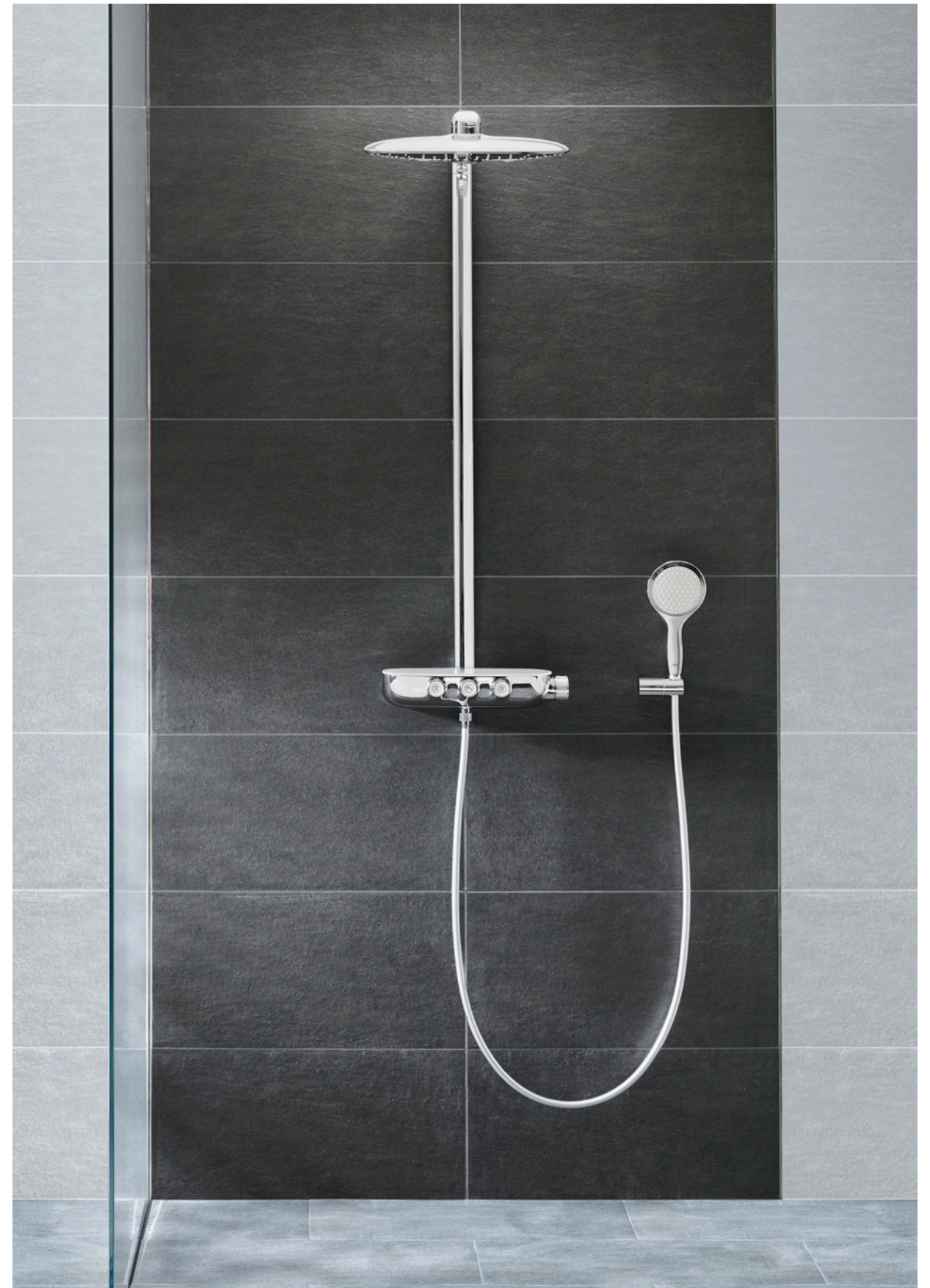
Purist, simple and yet extravagant. Clean, square and yet round Timeless, classic and yet modern. The GROHE Grandera™ collection reconciles traditional opposites in one harmonious design. The result is an exceptionally diverse collection of extremely durable fittings, thermostats, showers and accessories and the choice between warm sunset, chrome/gold and chrome finish adding the perfect finishing touch. VISIT GROHE.COM

GROHE
SPA

UN NUOVO INIZIO

**Il sistema doccia GROHE Rainshower® SmartControl
rende ogni doccia ancora più piacevole**

Quando la doccia diventa smart: il sistema
GROHE SmartControl permette di regolare
le funzioni della doccia con un semplice tocco.



Ottime notizie per gli amanti della doccia: per regolare la temperatura e l'intensità del flusso, con il sistema doccia GROHE SmartControl ti basta un semplice tocco.

Poche cose sono piacevoli come iniziare o concludere una giornata con una doccia che sia semplicemente perfetta, calda, fredda o della temperatura che preferisci. Per fortuna, il nuovo sistema GROHE Rainshower® SmartControl include una nuova tecnologia che ti permette di fare la doccia in modo più semplice e piacevole che mai.

L'innovazione del sistema GROHE è tutta nel suo "pulsante". Non solo avvia la doccia, ma permette di regolare il volume dell'acqua ruotandolo delicatamente, senza bisogno di un rubinetto o di invocare tutti gli dei della doccia mattutina.

L'innovazione SmartControl è disponibile come parte del lussuoso sistema GROHE Rainshower®, che è anche dotato di un soffione extralarge da 360mm in grado di coprire tutto il corpo, donando la sensazione di fare la doccia sotto una calda cascata tropicale. Il pulsante SmartControl regola anche l'intensità della doccia, da piovgerella leggera a un vero e proprio acquazzone. Questo sistema può essere abbinato alle modalità di getto Rain, Rain O² e TrioMassage. Quest'ultimo massaggia testa e spalle con un getto combinato.

Oltre alle incredibili qualità tecniche, SmartControl ha anche un design bellissimo. Il pulsante, il soffione, il termostatico e la mensola portasapone in vetro sono tutti realizzati in un gradevole stile moderno e minimalista, che si abbina perfettamente alla tecnologia lungimirante che nasconde. Inoltre, grazie a CoolTouch®, non si rischiano più scottature se per sbaglio si toccano i controlli durante la doccia.

E soprattutto, il sistema GROHE Rainshower® SmartControl rende ogni doccia ancora più piacevole e confortevole, grazie alla maggiore attenzione che viene data a quei dettagli che così spesso sono trascurati.



Un semplice tocco del pulsante avvia la doccia. Ruotandolo si regola il volume dell'acqua in modo graduale, dalla modalità Eco a Flusso pieno.

Foto: GROHE AG

UN INVITANTE MASSAGGIO



SOFFIONE DOCCIA 1-TrioMassage

UNA CALDA PIOGGIA ESTIVA

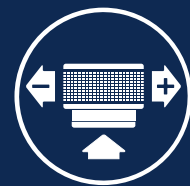


SOFFIONE DOCCIA 2-PureRain / Rain O²

UNA DOLCE SPLENDIDA DOCCIA CALDA



MANOPOLA DOCCIA POWER & SOUL Rain + Rain O²



NOVITÀ & PRODOTTI



SKATE COSMOPOLITAN
Vedi pagina 36

G
R
O
H
E
I
T

N
O
V
I
T
À
&
P
R
O
D
O
T
T
I

IL DESIGN CHE ISPIRA

TESTO
KEVIN PERRY

FOTOGRAFIA
SCHNEPP · RENOUE

**I musei Porsche, BMW e
Mercedes-Benz sono grintosi
come le auto che espongono**





Il Museo Porsche a Zuffenhausen è un gioiello architettonico, sia dentro che fuori.



NOVITÀ & PRODOTTI

Nel 1953, una mostra al MoMA di New York venne inaugurata con l'esposizione di una Porsche 1952 Super 1500. Da allora, le auto della casa automobilistica tedesca hanno acquisito lo status di vere e proprie opere d'arte e, di conseguenza, non sorprende che il Museo Porsche a Stoccarda sia esso stesso un capolavoro architettonico.

Situato nel luogo di nascita della Porsche, il quartiere Zuffenhausen alla periferia nord di Stoccarda, il museo ha aperto al pubblico nel gennaio 2009. Quattro anni prima, lo studio di architettura viennese Delugan Meissl si era aggiudicato la gara d'appalto per la progettazione dell'edificio, sbaragliando una concorrenza composta da ben 170 proposte.

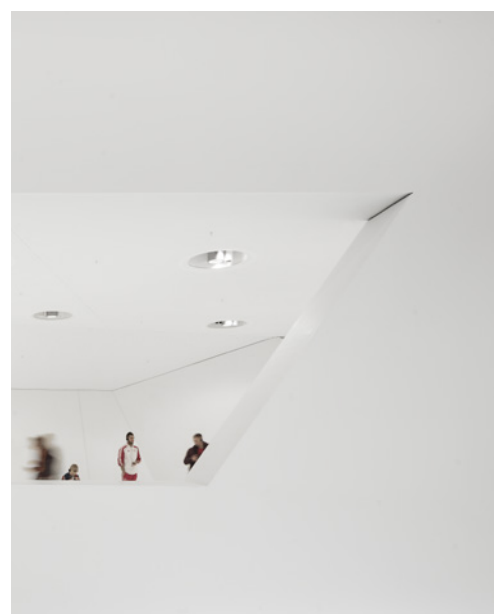
Ed è facile capire perché ha vinto: il progetto finito è audace quanto il marchio che rappresenta. La struttura principale del museo, sorretta da tre colonne a forma di V, sembra fluttuare nell'aria.

"L'edificio traduce la natura dinamica del marchio Porsche nella sua stessa architettura",

dice il direttore del museo Achim Stejskal. "Da ogni angolo la si guardi, la struttura monolitica di base sembra sempre differente, grazie alle sue forme poligonali all'avanguardia e alla variazione delle strutture e delle finestre".

Non solo bello da guardare, il museo è progettato per permettere ai visitatori di esplorare la mostra nel modo che preferiscono. "Il museo non è pensato solo per gli appassionati di auto, è per tutti", continua Stejskal. "Si è scelto in maniera consapevole di evitare un "effetto a sorpresa", con tutta la sua ostentazione. Le auto sportive dovrebbero poter parlare da sole. Non c'è un percorso prestabilito e l'accesso è garantito a tutti".

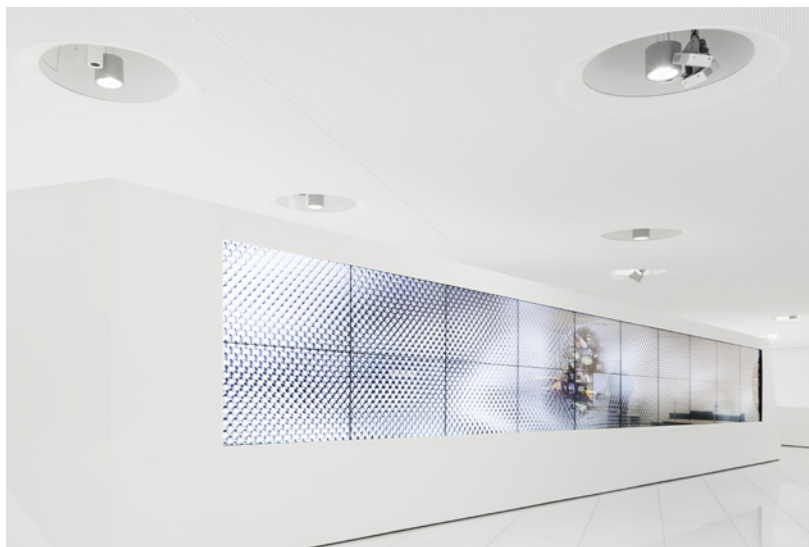
Il museo si è evoluto costantemente sin dalla sua apertura, con l'aggiunta di muri touch interattivi, diffusori sonori Sound Shower e Wi-Fi gratuito. Ma c'è una mostra che è davvero imperdibile: la preferita di Stejskal. "La 904, l'auto sportiva Porsche più bella di sempre!" afferma. "È stata sviluppata da Ferdinand Alexander Porsche, che ha progettato anche la 911.



Il modello della 904 che abbiamo nel museo fu lanciato nel 1965 e presenta un'area frontale più piccola, oltre ad essere una delle prime Porsche con la carrozzeria in plastica".

Naturalmente, la Germania non ha che l'imbarazzo della scelta quando si tratta di musei di automobili di classe mondiale. Ad appena nove chilometri a sud-est dalla residenza della Porsche a Stoccarda, si trova il Museo Mercedes-Benz. Aperto nel maggio del 2006, è stato progettato dallo studio di architettura olandese UNStudio che, per la sua realizzazione, si è ispirato alle forme del motore di un'automobile. Dall'altra parte del paese, a Monaco, si trova il Museo BMW, progettato dall'architetto viennese Karl Schwanzer nel 1973 e famoso per la sua particolare forma che lo fa assomigliare a una gigantesca scodella bianca. È stato ristrutturato e riaperto nel 2008.

Il tempo trascorso in giro per le sale di uno qualsiasi di questi edifici non può fare a meno di rafforzare la qualità impareggiabile del design tedesco. Se ti trovi in Germania e desideri immergerti nell'arte moderna, non cercare gallerie d'arte, ma visita un museo dell'automobile.

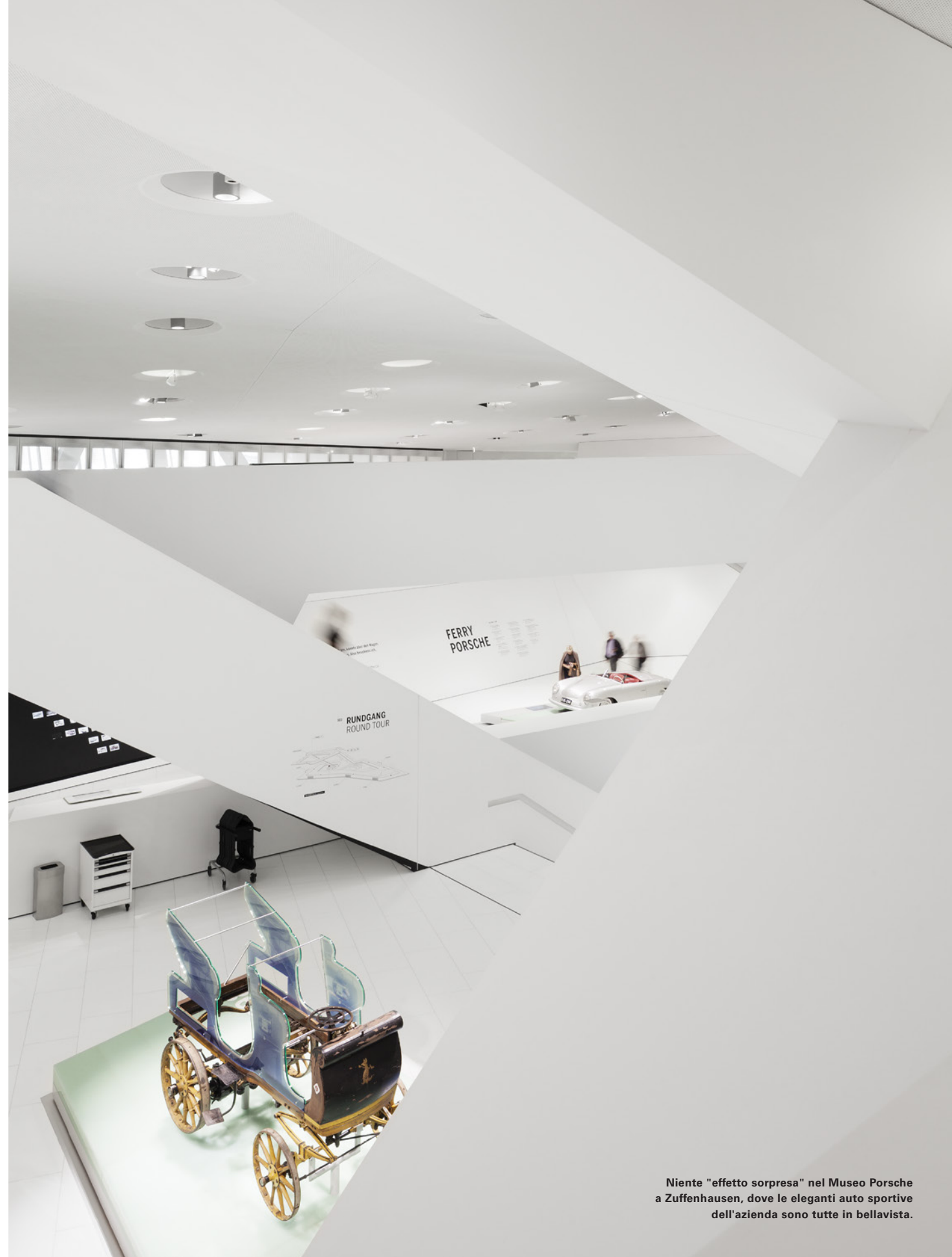


ORARI D'APERTURA

MAR-DOM 9:00-18:00
Porscheplatz 1, 70435 Stoccarda
www.porsche.com

SKATE COSMOPOLITAN
Vedi pagina 32

I bagni del Museo Porsche vantano il sistema Rapid SL. Una cassetta dual-flush che permette di selezionare il volume del getto semplicemente premendo il pulsante grande (completo) o il pulsante piccolo (ridotto) su una piastra di azionamento come Skate Cosmopolitan.



Niente "effetto sorpresa" nel Museo Porsche a Zuffenhausen, dove le eleganti auto sportive dell'azienda sono tutte in bellavista.

Museo BMW

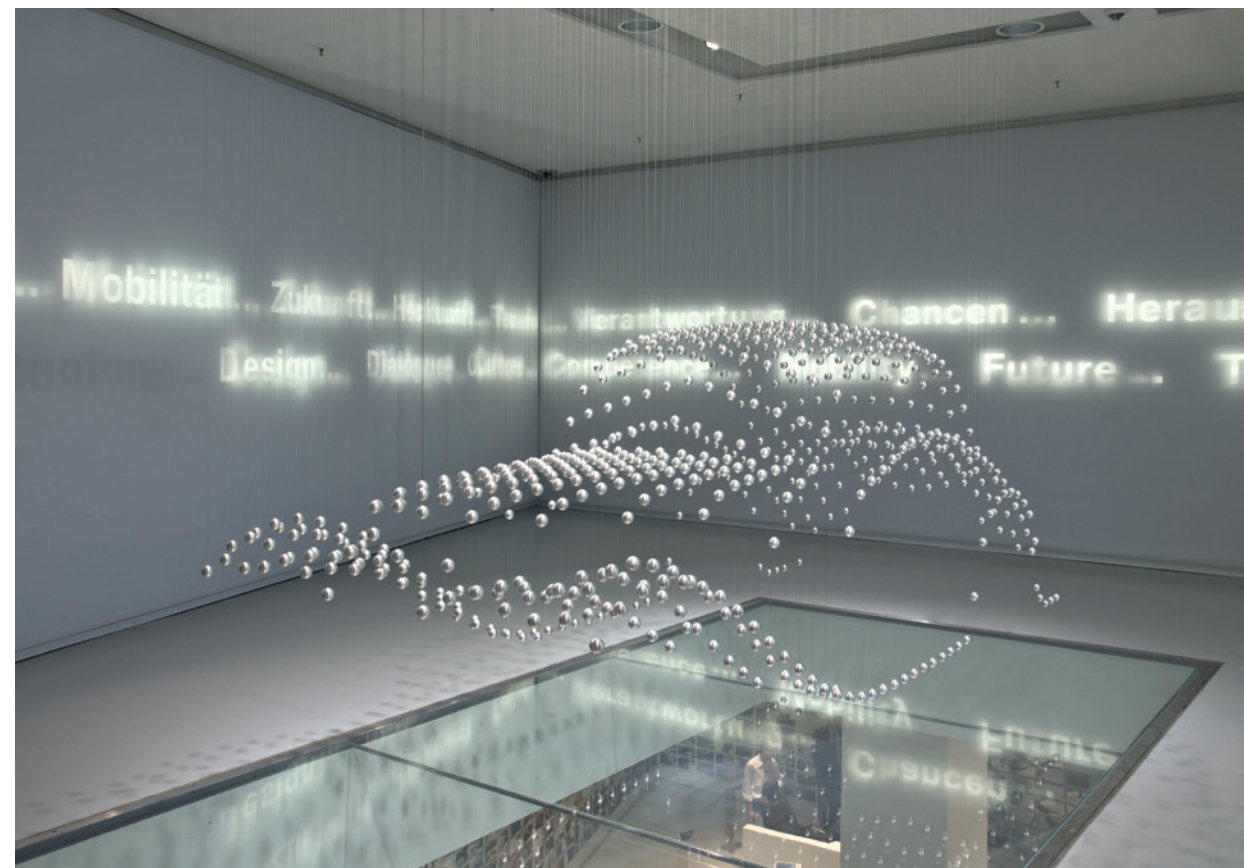
Più di 90 anni di storia del marchio BMW sono raccontati in sette aree: Design, Azienda, Motociclette, Tecnologia, Motorsport, Marchio e le Serie. Ciascuna offre una panoramica dettagliata di un particolare aspetto del retaggio BMW e mostra il processo di realizzazione di un'auto, dall'ideazione alla promozione.

Lo stesso museo è un'opera d'arte, costruito con la massima attenzione ai dettagli. Progettato da Wolf D. Prix della Coop Himmelb(l)au, i suoi bagni hanno installati i rubinetti **GROHE Eurostyle E**, che si abbinano perfettamente al design lineare di tutto il museo.



ORARI D'APERTURA

MAR-DOM 10:00-18:00
Am Olympiapark 2
80809 Monaco
www.bmw-welt.com



Museo Mercedes-Benz

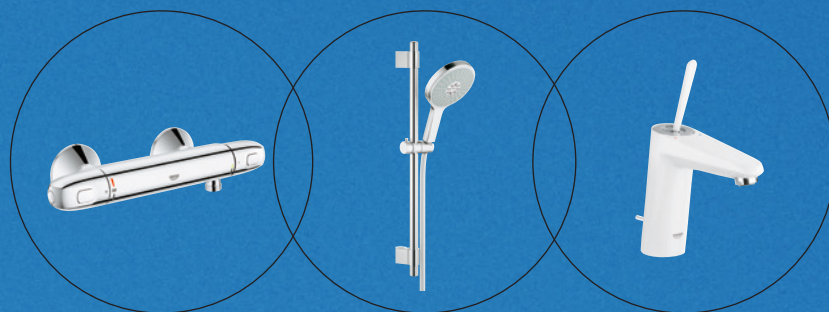
Con più di 160 veicoli e 1.500 "opere d'arte" distribuiti su nove piani, il museo racconta lo sviluppo di Mercedes-Benz e dell'industria automobilistica in genere negli ultimi 125 anni. Le audioguide sono gratuite e c'è anche la possibilità di dare un'occhiata dietro le quinte per osservare uno dei piani della fabbrica della Mercedes, dove si producono molti dei loro motori. E come nel Museo Porsche, anche i bagni del Museo Mercedes-Benz utilizzano i sistemi **GROHE Rapid SL**, che permettono di risparmiare acqua grazie al flusso ridotto.

ORARI D'APERTURA

MAR-DOM 9:00-18:00
Mercedesstraße 100
70372 Stoccarda
www.mercedes-benz.com



Foto: per gentile concessione di BMW, SCHNEPP-RENOU



GROHTHERM 1000

POWER & SOUL®

EURODISC JOY

UN CUORE TECNOLOGICO E INNOVATIVO

TESTO
SARAH FAKRAY

FOTOGRAFIA
RAMON HAINDL

GROHE è leader nel mondo della tecnologia idrica e, forte dei valori del marchio di qualità, tecnologia, design e sostenibilità, continua ancora oggi a creare tecnologie tra le più innovative nel settore idrosanitario. Tre esperti di GROHE ci parlano delle tecnologie sviluppate dall'azienda, ciascuna nata dallo spirito pionieristico di GROHE.

A qualcuno piace caldo

I miscelatori termostatici GROHE sono progettati tenendo conto della sensibilità del migliore termometro al mondo: la pelle. Grazie a TurboStat®, la temperatura desiderata viene raggiunta in una frazione di secondo e mantenuta costante durante l'intera durata della doccia.

"Dal punto di vista del cliente, i termostatici GROHE garantiscono comfort, sicurezza e risparmio", dice Christian Böttger di GROHE. "Comfort, perché posso aprire e chiudere il termostatico per lavarmi i capelli o insaponarmi. Sicurezza perché, nel caso venga a mancare l'acqua fredda, il termoelemento si chiude automaticamente per bloccare l'acqua calda ed evitare scottature improvvise. E risparmio perché la doccia raggiunge subito la temperatura desiderata."

Ma oltre ai vantaggi per il cliente, ciò che ci entusiasma davvero è la tecnologia utilizzata nei miscelatore termostatico. "Il sensore della cartuccia è costituito da una miscela di rame e cera che permette alla tecnologia TurboStat® di regolare la temperatura in 0,3 secondi", spiega Böttger. Per questo, termostatici come il modello Grohtherm 1000 non sono solo strumenti meccanici, ma vere e proprie interfacce tecnologiche tra la pelle e l'acqua.

Parlando dell'innovazione più recente dell'azienda, la doccia Power&Soul®, Jörg Nitschky-Germann concorda sul fatto che la regolazione è una parte importante della filosofia alla base del design GROHE. "La particolarità di questo prodotto è la sua funzione speciale che consente di scegliere tra diversi tipi di getto in base alle proprie esigenze e che possono anche essere combinati tra loro", racconta. Le docce presentano una silhouette armoniosa. Con un ampio soffione (da 190mm) e tre diverse dimensioni della manopola tra cui scegliere, è anche dotato

di un selettore getti che permette di cambiare facilmente tra le quattro ghiere in base alle preferenze personali: Rain, Rain O², Jet e Bokoma Spray. Come già detto, è ciò che non si vede che rende la doccia Power&Soul® così speciale. "Un esempio è ciò che succede quando premi il pulsante per attivare la funzione Rain O² della doccia", spiega Nitschky-Germann. "Premendolo, si apre una valvola che consente il passaggio dell'aria attraverso il soffione la quale, combinandosi all'acqua, aumenta il volume delle singole gocce."

È tutta una questione di dettagli

GROHE presta sempre la massima attenzione agli elementi fondamentali di design nel bagno. Un elemento basilare tra questi, è la cartuccia, un componente essenziale dei servizi sanitari moderni che regola il getto d'acqua dei soffioni e nei miscelatori lavabo. Una produzione scadente o un'errata installazione di questo importante elemento può causare variazioni improvvise e indesiderate della temperatura e della pressione dell'acqua.

Per questo, GROHE ha creato un miscelatore che include il sistema SilkMove®. Formato da due dischi ceramici che lavorano all'unisono con la leva del miscelatore, questa tecnologia estremamente precisa riduce la frizione, eliminando i rischi e i problemi relativi all'utilizzo di miscelatori più vecchi.

"SilkMove® garantisce un'apertura e una regolazione graduale del getto dell'acqua", dice Heiko Middendorf di GROHE. Queste migliorie sono dovute a innovazioni microscopiche: uno dei dischi ceramici SilkMove® è ricoperto da micropori che consentono allo speciale lubrificante di stratificarsi e rimanere sui dischi per 20 anni. Middendorf conclude: "È importante per il cliente che questa facilità di utilizzo non ven-

ga meno nel corso degli anni, e questo sistema è una certezza in tal senso".

Design straordinari

Oggi è facile dimenticare che i benefici per la salute e il piacere di un bagno caldo o di un massaggio sotto la doccia sono possibili solo grazie alle più recenti tecnologie idriche. Guidata dalla curiosità tipica degli inventori e dal desiderio di incrementare la soddisfazione dei propri clienti, GROHE continua a migliorare i propri prodotti e a creare nuovi design ogni anno. Grazie alla sua esperienza negli impianti di cucine e bagni unita alle conoscenze nel settore delle ceramiche della società partner LIXIL, GROHE è oggi in grado di fornire tutto il necessario per i bagni. Questo vuole dire che le meraviglie tecniche di GROHE possono essere introdotte nei bagni di case, hotel e uffici per creare un ambiente personalizzato. E niente di tutto questo sarebbe possibile senza l'impegno dei Masters of Technology di GROHE, che realizzano questi prodotti eccezionali con orgoglio e precisione, rifinendo ciascun pezzo per creare un'esperienza di utilizzo senza paragoni.

GROHTHERM 1000

Questo termostatico è dotato di TurboStat®, che offre il massimo comfort, sicurezza e risparmio, raggiungendo la temperatura desiderata in un secondo e mantenendola costante.

POWER & SOUL®

La manopola Power&Soul® di GROHE permette di scegliere tra quattro diversi getti: GROHE Rain O², Rain, Bokoma Spray e Jet, che possono essere combinati tra loro per il massimo comfort.

EURODISC JOY

Il miscelatore per lavabo della linea GROHE Eurodisc Joy è dotato della tecnologia SilkMove®. I suoi dischi in ceramica riducono l'attrito e garantiscono una facilità di utilizzo che dura nel tempo.



**"I TERMOSTATICI
DOTATI DI TURBOSTAT
REGOLANO
LA TEMPERATURA
DELL'ACQUA
IN 0,3 SECONDI."**

Christian Böttger



La cartuccia di un termostatico smontata:
il sensore è realizzato in un composto in rame
e cera che permette alla tecnologia TurboStat® di
regolare il livello della temperatura in millisecondi.



Le manopole Power&Soul® di GROHE sono formate da diverse parti, tutte "Made in Germany", che si prefiggono un unico obiettivo: offrire un'esperienza della doccia altamente personalizzata.



**"LA MANOPOLA
UNISCE L'ARIA
ALL'ACQUA,
AUMENTANDO
IL VOLUME DELLE
SINGOLE GOCCE."**

Jörg Nitschky-Germann



**"È IMPORTANTE
CHE LA SEMPLICITÀ
DI UTILIZZO
NON DIMINUISCA
COL PASSARE
DEGLI ANNI."**

Heiko Middendorf



Le cartucce FeatherControl® e SilkMove® di Eurodisc Joy sono dotate di dischi in ceramica rifiniti con micropori che trattengono il lubrificante fino a 20 anni.

LE ZONE DEL BENESSERE

GRAFICA
OLLANSKI

La lussuosa home SPA di GROHE si ispira al rituale del bagno giapponese

Il concept Aqua Zone di GROHE trasforma ogni bagno in una SPA privata, un luogo dove potersi coccolare e sentirsi speciale. Ispirato alla cultura del bagno giapponese, che associa un'area a ciascun momento del rituale, GROHE ha creato cinque zone fondamentali e una gamma di prodotti da abbinare. In questo articolo mostriamo le cinque aree del concept Aqua Zone, mentre la designer di interni Vanessa Brady spiega il pensiero che si cela dietro ognuna di esse.



1 Zona Rigenerazione: GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony

La Zona Rigenerazione è progettata per risvegliare e rinfrescare la mattina, e per dare sollievo la sera. Lussuosa e spaziosa, questa doccia eclettica offre una gamma di opzioni idroterapiche che includono massaggi con getti stimolanti, cascate tonificanti e sessioni purificanti con il vapore.

GROHE Rainshower® F-Series 40 Aquasymphony è la doccia ad incasso a soffitto più grande presente nel catalogo GROHE e porta l'esperienza a un livello superiore, grazie alla possibilità di utilizzare il Bluetooth per riprodurre

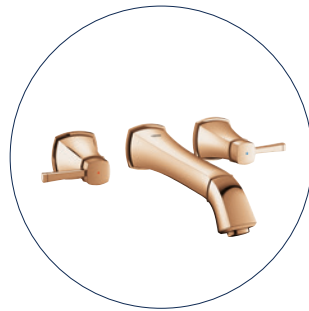
la propria musica preferita direttamente dallo smartphone. È dotata anche di un sistema di illuminazione a LED regolabile per creare l'atmosfera ideale.

"È scientificamente dimostrato che si provano emozioni più intense quando sono coinvolti più sensi e con questa doccia, GROHE ha creato un modo unico per rilassare o restituire energia a tutti i sensi", dice Brady. Le diverse combinazioni di acqua, luce e suono hanno un potenziale infinito, e contribuiscono a farne una straordinaria doccia su misura.



Zona Preparazione: GROHE Grandera Batteria a tre fori per lavabo

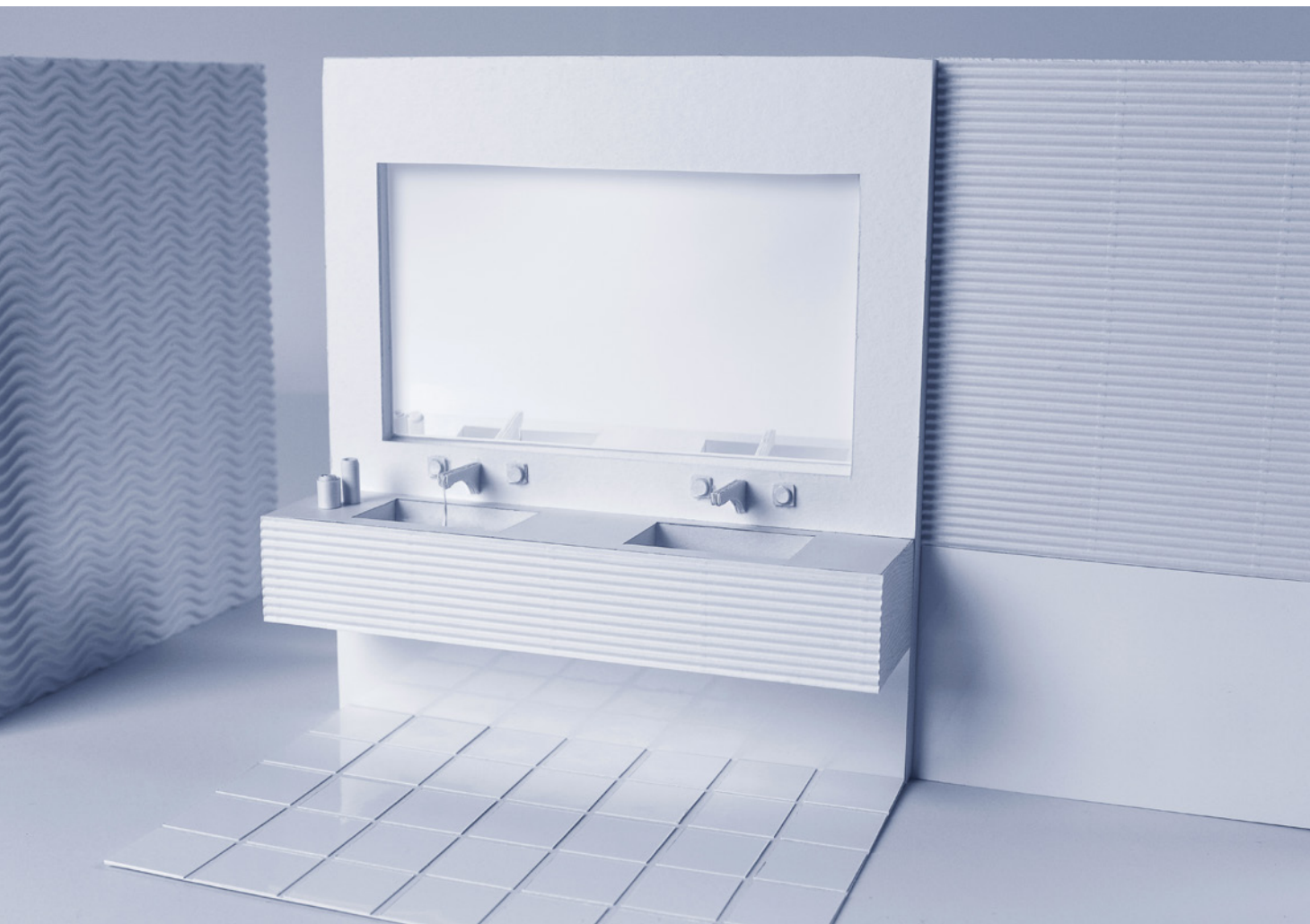
2



L'elegante Zona Preparazione rivoluziona il rituale quotidiano del bagno creando un ambiente stravagante. Per GROHE, il bagno SPA dovrebbe essere abbastanza spazioso per due persone e per questo propone il doppio lavabo.

Brady descrive come GROHE stia trasformando il bagno "da spazio funzionale a spazio dove poter trascorre ore di coccole e benessere. Il bagno oggi è un luogo di piacere e uno spazio personale".

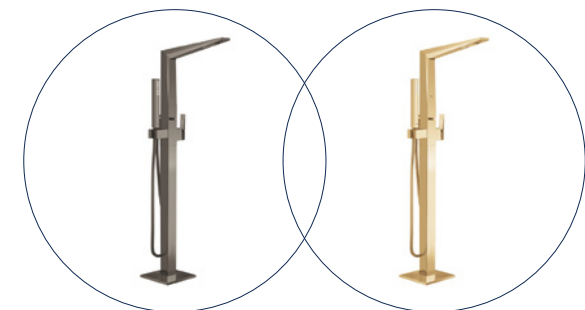
Parte della collezione moderna e senza tempo GROHE Grandera, la batteria a tre fori per lavabo mette in mostra l'eccezionale maestria impiegata nella realizzazione di queste linee così pulite e delle forme eleganti. Resistente ai graffi, questo rubinetto durevole è stato realizzato con la tecnologia GROHE Starlight® che mantiene una lucentezza brillante nel tempo.



Zona Relax: miscelatore vasca-doccia freestanding GROHE Allure

La Zona Relax è il luogo ideale per il corpo e la mente. I prodotti da bagno di GROHE uniscono un design innovativo alla filosofia giapponese delle antiche pratiche del bagno. Lo scopo ultimo di questi rituali tradizionali non era la semplice pulizia, bensì raggiungere una connessione spirituale con gli elementi naturali e quindi l'armonia interiore.

Gli stili iconici di questi miscelatori vasca-doccia freestanding GROHE impreziosiscono gli arredi della stanza, anche quando non sono utilizzati. Ognuno è libero di scegliere dove posizionare la propria vasca da bagno, ma Brady sottolinea come la tendenza del momento rifletta un desiderio di apertura, con le vasche poste al centro del bagno e non nell'angolo, per "trasmettere fluidità e libertà di spazio".



3



Zona Svago: GROHE Blue® e GROHE Red®

GROHE prende molto seriamente l'obiettivo di creare un'esperienza SPA completa ed è qui che interviene la Zona Svago. Fare il bagno sorseggiando un bicchiere d'acqua ghiacciata o una tazza di tè alla menta fa parte della tradizione delle SPA. E non c'è niente di meglio dei sistemi filtranti GROHE Blue® e GROHE Red® per mantenerti idratato: acqua frizzante, fresca e filtrata alla perfezione, e acqua bollente direttamente da due rubinetti, per i tuoi momenti di meditazione in bagno.

"Una sensazione di lusso - l'esperienza dell'acqua e di come ci fa sentire - si aggiunge al nostro benessere emozionale", afferma Brady. Assieme alla gamma di prodotti da bagno GROHE, i sistemi filtranti GROHE Blue® e Red® sono il modo perfetto per godersi l'esperienza dell'Aqua Zone.



4



Zona Meditazione: GROHE Arena®

La Zona Meditazione unisce l'igiene all'armonia interiore. GROHE Arena® è una spalet all'avanguardia progettata per inserire la detersione in uno stile di vita sano.

Dotata di una serie di impostazioni personalizzate e regolabili, nonché di un sistema automatico di riconoscimento corpo, è alla base di un'igiene personale estremamente meticolosa. Inoltre, Arena® ha un innovativo sistema di autopulizia termico che la lascia magicamente pulita dopo l'uso.



5



GROHE RED®
Vedi a pagina 59

PIACERE ISTANTANEO

TESTO
THOMAS PLATT

FOTOGRAFIA
CHRISTIAN HAGEMANN

Da pasto veloce per studenti a snack preferito dagli chef stellati Michelin, le zuppe di instant noodles tornano in auge

La cucina asiatica fornisce molti spunti alla moderna nouvelle cuisine. Oggi, noce di cocco, coriandolo, zenzero, basilico thailandese e citronella sono ingredienti base nelle diete occidentali e internazionali, mentre i ristoranti asiatici e fusion si collocano tra i migliori ristoranti del mondo. Nonostante la diffusione e l'apprezzamento, c'è un prodotto della gastronomia asiatica che qualcuno fa ancora fatica a prendere sul serio: gli instant noodles.

Certamente la loro presenza massiva fa passare la voglia a qualcuno. Sin dalla loro prima apparizione nel 1958, a opera dell'inventore taiwanese-giapponese Momofuku Ando, sono diventati uno snack molto popolare in tutto il mondo e sono davvero pochi i supermercati che non riforniscono continuamente i loro magazzini con bancali carichi di questo cibo disidratato. E in alcune parti del mondo, il nome della marca più famosa, Yum

Yum, è divenuto il termine generico per questo prodotto che viene venduto 24 ore su 24 in numerose città come alternativa alla cena per chi non ha tempo e denaro. Yum Yum ha anche rivoluzionato le pause pranzo, prendendo il posto di sandwich, yogurt, muesli e barrette di cioccolato. In parte questo è dovuto alla facilità di preparazione, infatti basta aggiungere dell'acqua calda, e alcuni produttori forniscono anche un vasetto di plastica per "cucinare" i noodles.

Tempo di cambiare

Messo così, è abbastanza chiaro perché molti non ne abbiano un'alta opinione. Poco costosi e facili da preparare, questi snack sono stati associati a studenti, scapoli e campeggiatori. E in un'epoca in cui gli esperti della cucina contribuiscono a definire ciò che merita prestigio sociale, non vengono



certo considerati positivamente, in aggiunta la mancanza di una gamma di prodotti "premium" non ha fatto altro che alimentare la reputazione degli instant noodles come uno snack poco sofisticato.

Ma dando un'occhiata più da vicino, ci si accorgerà che gli instant noodles non sono poi così male. Infatti, i suoi numerosi sapori riflettono l'intero spettro delle tradizioni culinarie asiatiche, dalla Cina alla Thailandia, dal Vietnam all'Indonesia, dalla Corea al Giappone. Di conseguenza se ne trovano di tutte le forme, dimensioni e sapori: noodles di riso o a base di uova di vari spessori, con diversi tipi di salsa come miso e soia, e persino conditi con carne o frutti di mare e pesce.

Tuttavia, la versatilità degli instant noodles ha contribuito a creare un altro mito negativo, e cioè che questa adattabilità sia in qualche modo sintetica e, di conseguenza, nociva per la salute. Thomas A.

Vilgis, professore di Fisica Teorica presso l'Università di Magonza, autorevole ricercatore di sapori e autore del pionieristico libro di cucina "Aroma – The Art of Seasoning", non vede nessun pericolo nella zuppa Yum Yum: "Oltre all'amido, i noodles contengono farina di grano e due diversi addensanti che sono totalmente innocui", spiega. "Neanche i regolatori di acidità, come citrato o piccole quantità di fosfati, rappresentano una minaccia."

Contrariamente all'opinione pubblica, neanche gli aromatizzanti sono pericolosi. Per lo più a base di estratti di lievito, semplicemente innescano certi sapori e odori e, di conseguenza, sono "autentici" tanto quanto qualsiasi altro prodotto alimentare che sia naturalmente salato e amaro o agrodolce. In linea di massima, il gusto e l'olfatto esistono semplicemente a livello molecolare, dove certe combinazioni producono determinati effetti gastronomici. E non importa se i cibi che producono





questi effetti siano stati sintetizzati in un laboratorio, estratti da altri alimenti o consumati nella loro forma naturale: le molecole sono solo molecole e il nostro corpo non è in grado di riconoscere la differenza.

Una prelibatezza culinaria

L'anno scorso, in un test effettuato per conto della rivista tedesca F.A.S., il famoso chef berlinese Michael Kempf ha dimostrato che alcuni di questi instant noodles hanno tutto il diritto di avere un posto in cucina. Allo chef stellato Michelin Hendrik Otto, collega di Kempf presso il ristorante Lorenz Adlon Esszimmer di Berlino, piace cucinare queste zuppe con l'halibut quando torna a casa. Di solito taglia i filetti a listarelle sottili e li cuoce in acqua calda assieme ai noodles finché non è bollente. Per finire, Otto non aggiunge erbe asiatiche

ma aromi locali come santoreggia, levistico, maggiorana e foglie di sedano. A volte ci butta dentro anche qualche ostrica fresca, trasformando una semplice zuppa Yum Yum in una vera prelibatezza.

GROHE RED®
Vedi a pagina 55

Acqua bollente direttamente dal rubinetto grazie al sistema GROHE Red®, ideale per chi non vuole aspettare un secondo di più per gustare i propri noodles preferiti. L'innovativo sistema GROHE Red® mantiene in temperatura fino a 6 litri (in base al modello) di acqua bollente filtrata, per un utilizzo immediato in qualunque momento. I tuoi noodles asiatici istantanei saranno ancora più saporiti, poiché tutte le sostanze che potrebbero compromettere l'odore e il sapore vengono eliminate dal filtro. E potrai goderti la comodità di avere acqua calda istantanea, proprio come i tuoi noodles, direttamente dal rubinetto.



01



02



04



05

OCCHI PUNTATI SU LONDRA

Il London Design Festival 2015 ha messo a confronto il meglio del design internazionale. Paul Flowers, Chief Design Officer di GROHE e di LWT, ci accompagna alla scoperta delle cinque principali tendenze

Il London Design Festival è un evento straordinario che mette in mostra le creazioni più innovative ed emozionanti in materia di arredamenti d'interni, tessuti, accessori e persino il design industriale socialmente consapevole. Oltre 350 eventi e installazioni hanno invaso i luoghi più belli della città, da una Torre di Babele in ceramica al Victoria and Albert Museum al Serpentine Pavillion nei giardini di Kensington. Li abbiamo visitati tutti per individuare le idee ricorrenti all'interno del vasto panorama del design emergente. Dagli articoli per la casa irriverenti e improvvisati ad antichi omaggi, ecco i pezzi fondamentali che meglio riassumono le tematiche che vedremo nella prossima stagione.



03

Foto: PR

Esclusività

Sia i marchi consolidati che i brand emergenti stanno producendo versioni "premium" di linee di prodotti già esistenti e lo fanno reinterpretandoli con finiture di alta qualità, come in queste lampade e sedie, tutte firmate **TOM DIXON (01-05)**. Il risultato è una maggiore longevità unita a un senso di raffinatezza in edizione limitata. Elementi metallici caldi, in particolare l'ottone, si trovano ovunque: i portacandele di **SKULTUNA** riccamente ornati e intricati (**06**) ne sono il miglior esempio.



06



01

La nuova eleganza vintage

Il concetto di "stile rétro" continua a diffondersi e le aziende prendono ispirazione da diversi periodi storici, mixando i classici degli anni '50, come questa credenza di **MADE.COM (01)**, e il kitsch postmoderno, come queste stoviglie di **SMUG (02, 03)**. Più che un semplice ritorno al passato, questi arredi lo rivisitano con moderna raffinatezza. Le lampade di **LINDHOLDT (04)**, con gli spigoli tondeggianti, le finiture dorate e una palette di colori pop e pastello, caratterizzano la tendenza.



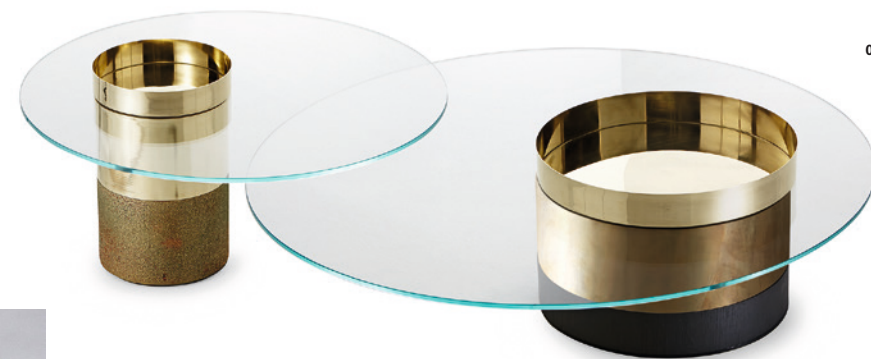
02



03



01



02



03

La forma dentro la forma

I designer stanno utilizzando il vetro per racchiudere le forme degli interni, incorniciandole ma senza soffocarle. Sia le lampadine "Flame" di **LUUM (01)** che i **VASI "TOY"** di La Chance **(03)** racchiudono forme sospese dall'aspetto delicato e protetto. L'interno è visivamente sottratto all'esterno nei tavoli "Haumea" di **GALLOTTI&RADICE (02)** attraverso i contrasti di luce, materiale o colore, attirando lo sguardo sullo spazio negativo tra i due.

Foto: PR

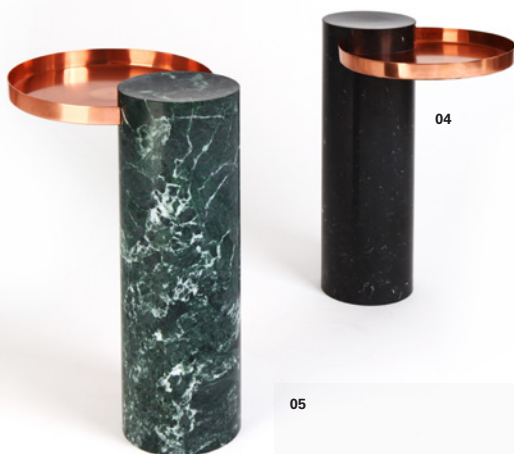
04

Pure Freude an Wasser.



Nuove interazioni

WRONG FOR HAY ripropone oggetti di uso quotidiano in modo bizzarro, affiancando cavi, metallo e chiodi in combinazioni sorprendenti, come nella lampada "Rope Trick" (03). **MR. AND MR.** ha creato queste mensole "Altar" (01, 02) dall'estetica spensierata e spontanea, come se i designer avessero giocato con i resti di un negozio. Ma ci spingono a chiedere, "Esistono davvero oggetti ordinari?"



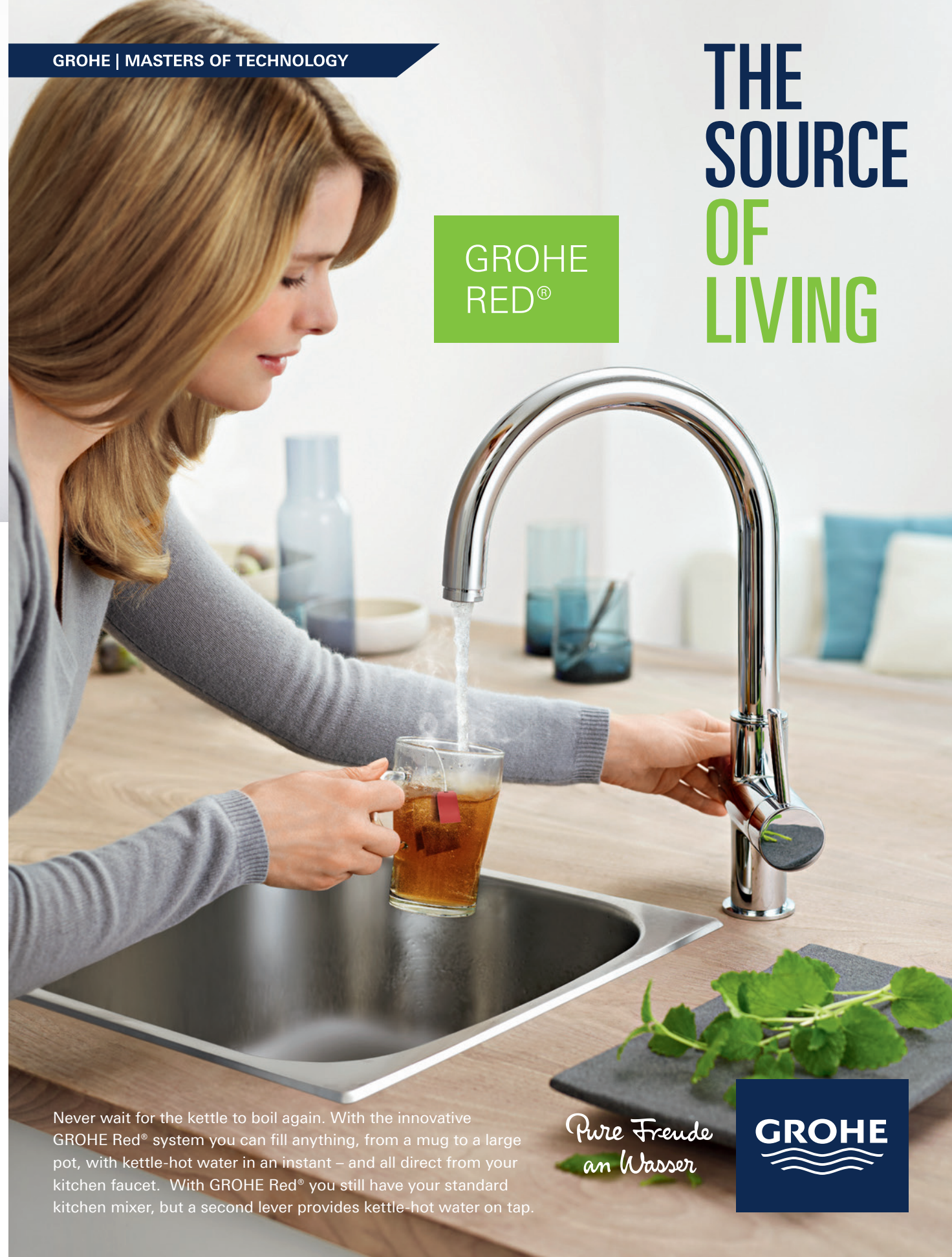
Marmo

I marchi amano la parola "senza tempo", ma è solo il marmo a essere letteralmente un classico. Questa elegante pietra ha avuto molta visibilità durante il festival, spuntando ovunque, dai tavoli a piedistallo di **LA CHANCE** (04) a questi bicchieri da cocktail di **LEE BROOM** (05). La sua lucida bellezza ha dato il meglio abbinata ad altri materiali nobili, come legno e vetro, donando solennità ai design più leggeri.

GROHE | MASTERS OF TECHNOLOGY

GROHE
RED®

THE
SOURCE
OF
LIVING



Never wait for the kettle to boil again. With the innovative GROHE Red® system you can fill anything, from a mug to a large pot, with kettle-hot water in an instant – and all direct from your kitchen faucet. With GROHE Red® you still have your standard kitchen mixer, but a second lever provides kettle-hot water on tap.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

Foto: PR, Arthur Woodcraft



G
R
O
H
E
·
I
T

LO SPAZIO CHE CI SEPARA

TESTO
JENI FULTON

RITRATTI
MIRJAM WÄHLEN

Ole Scheeren rielabora il concetto di spazi condivisi ridefinendo il rapporto tra persone e architettura

L'architetto Ole Scheeren sta reinventando i grattacieli. Nato a Karlsruhe in Germania 44 anni fa, la sua lunga carriera lo ha portato dai Paesi Bassi a New York, Singapore e Cina. Il suo studio ha uffici a Hong Kong, Pechino e ora anche Berlino. La maggior parte dei suoi progetti si trova in Asia, dove si è specializzato in grandi palazzi che si distinguono sia per gli interni che per gli esterni. Scheeren ha visitato per la prima

volta la Cina 24 anni fa, per un "interesse intuitivo", racconta a GROHE. "L'Asia è caratterizzata da un'estrema densità urbana. Più del 50% della popolazione mondiale vive in città e la Cina è in testa alla classifica. Negli ultimi dieci anni la questione di come concepire in modo nuovo l'esistenza umana in questi ambienti ad alta densità è al centro del mio lavoro, dovendola affrontare quotidianamente". Il suo lavoro in Cina è



C
A
R
A
T
T
E
R
I
S
T
I
C
H
E

Foto: Iwan Baan, Büro OS (per gentile concessione di OMA)

La Sede della China Central Television a Pechino è il quartier generale della televisione di stato cinese.



coinciso con una "nuova apertura", il boom economico derivato dalle riforme di Deng Xiaoping che hanno portato a un processo di modernizzazione estremamente veloce. "Spinta da questa situazione, la Cina ha dovuto affrontare seriamente la questione del futuro e di come gestire le cose in modo differente, perché non funzionavano più. E per un architetto questo è uno scenario molto eccitante in cui lavorare", racconta. Come direttore della filiale cinese dell'ufficio OMA di Rem Koolhaas, Scheeren ha realizzato l'emblematico quartier generale della televisione di stato cinese, la sede della China Central Television, che ha inaugurato una nuova era nell'architettura cinese. "Il CCTV, la sede della China Central Television, è stato costruito nel momento in cui Pechino è entrata a far parte della WTO e ha vinto l'assegnazione dei Giochi Olimpici, e la sensazione generale era che la Cina stesse facendo il suo ingresso nel mondo. Così abbiamo reimmaginato il grattacielo lontano dalla sua disposizione gerarchica a favore di un collettivo gigante. Questa era l'idea alla base del CCTV."

Dal privato al pubblico

Un fattore chiave per la sua professione è la domanda in continua evoluzione di come le persone abitano i diversi spazi, quali sono le loro esperienze e gli aspetti psicologici e come tutto questo si collega alla psicologia dello spazio. Questo ha generato numerosi progetti residenziali come The Interlace a Singapore, Maha Nakhon a Bangkok e il 1500 West Georgia a Vancouver, dove si intrecciano trasparenza e struttura, pubblico e privato. "Se si presta attenzione agli esempi del mio lavoro, sono molto interessato alla questione di come possiamo integrare la privacy con il più alto



Foto: Mirjam Wähnel, Iwan Baan



C
A
R
A
T
T
E
R
I
S
T
I
C
H
E

"VOGLIAMO RIDISEGNARE LE CITTÀ PER ESPRIMERE LA VITA."

livello di condivisione, il senso dello stare insieme con il condividere le cose", osserva. Ciò è particolarmente evidente nel palazzo The Interlace, un "villaggio verticale" di blocchi orizzontali che si intersecano e sono impilati in esagoni per creare un ambiente aperto che ricorda una piazza, un'inversione della tipologia di abitazione e una reinvenzione del monolitico blocco abitativo. Il progetto ha ottenuto un grande successo di critica ed è stato premiato come "Edificio dell'anno" al World Architecture Festival a Singapore nel novembre 2015.

Gli spazi interni ed esterni sono inseparabili negli edifici di Scheeren.

WORLD ARCHITECTURE FESTIVAL

Inaugurato nel 2008 come "festival per celebrare e condividere l'eccellenza nel campo dell'architettura proveniente da tutto il mondo", il World Architecture Festival attrae ogni anno le figure più importanti del settore per discutere il futuro della progettazione degli edifici. Uno degli ospiti fissi è il celebre architetto tedesco Ole Scheeren, che ha tenuto un discorso durante l'evento e ha ricevuto un premio per il suo palazzo The Interlace durante l'edizione del 2015. Il Festival si svolge a Singapore dal 2012 e GROHE è uno degli sponsor fondatori.

www.worldarchitecturefestival.com



"La questione fondamentale che accomuna tutti i miei progetti è come possiamo portare la struttura muta della torre nell'architettura su larga scala. E come possiamo scomporre le sue dimensioni in elementi che parlino dell'insediamento umano o del suo utilizzo? Vogliamo ridisegnare le città per esprimere la vita", dice. "L'impatto emotivo che un edificio ha sulle persone, visto dall'esterno e vissuto all'interno, sono strettamente interconnessi. Realizziamo la maggior parte dell'interior design dei nostri edifici, che per me costituisce un aspetto fondamentale del nostro lavoro". Ovviamente ci si aspetta che tutto questo si rifletta sulla casa di Scheeren, ma non è così: "In realtà, passo la maggior parte della mia vita in appartamenti totalmente anonimi con il minimo necessario, un materasso sul pavimento e un tavolo spazioso per lavorare. Viaggio continuamente, non sono quasi mai a casa e possiedo pochissime cose per essere sempre libero di muovermi", racconta.

Attraverso il suo processo lavorativo, Scheeren riconcilia i contesti culturali, ambientali e urbani alle esigenze del cliente che gli commissiona il lavoro. La sfida diventa allora "come spingerlo fino al punto in cui diventa rilevante al di là di se stesso, dove inizia ad affrontare il più ampio contesto del dominio pubblico della città". Per contrasto, il suo edificio preferito è una struttura quasi invisibile, il Large Hadron Collider, un acceleratore di particelle a Ginevra, in Svizzera, dove si studia la struttura fondamentale dell'universo. "Non ci sono mai stato, ma trovo che la sua struttura sia incredibilmente affascinante, e l'architettura non c'entra niente".

Città ideale

Anche il padre di Scheeren era un architetto, e alcuni dei suoi primi ricordi risalgono ai lunghi corridoi

Foto: Büro Ole Scheeren (per gentile concessione di OMA)

dell'università in cui insegnava suo padre e ai modelli architettonici che vi ha trovato. "A 14 anni lavoravo ai progetti di mio padre nel suo ufficio. A 21 ho ottenuto il mio primo incarico. Qualcuno mi ha commissionato un progetto e io l'ho realizzato", racconta sorridendo. I primi anni della sua carriera li ha passati nel famoso studio OMA di Rem Koolhaas a Rotterdam. Racconta di aver deciso di lavorare qui perché, a quel tempo, Koolhaas era l'unico architetto che collocava l'architettura in un contesto sociale. "Andai lì perché cercavo un dialogo con lui. Credo fossero davvero poche le persone a quel tempo che stavano portando avanti quel tipo di dialogo. Oggi è tutta un'altra storia, quasi tutti parlano di quasi tutto", dice con sarcasmo.

In conclusione, Scheeren crede che gli architetti siano una figura chiave per affrontare le sfide di un mondo sempre più urbanizzato, dove la costruzione degli edifici è guidata dalle richieste del capitale. "Come architetto, sono alla ricerca di nuovi modi per destrutturare gli edifici e riconnetterli alla città, che si tratti di grattacieli o altre tipologie, e di spazi per sviluppare questi progetti per restituirli al dominio pubblico. E questo aumenta il valore del progetto, poiché acquista un significato per la città e per le persone", spiega. Tuttavia dice che "bisogna essere onesti e ammettere i nostri limiti. Ma, allo stesso tempo, dobbiamo essere ottimisti e credere che un cambiamento è possibile, altrimenti non riesci a lavorare, ti arrendi prima ancora di cominciare".



A Bangkok: la facciata del Maha Nakhon presenta un'estetica pixelata.



IDROTERAPIA

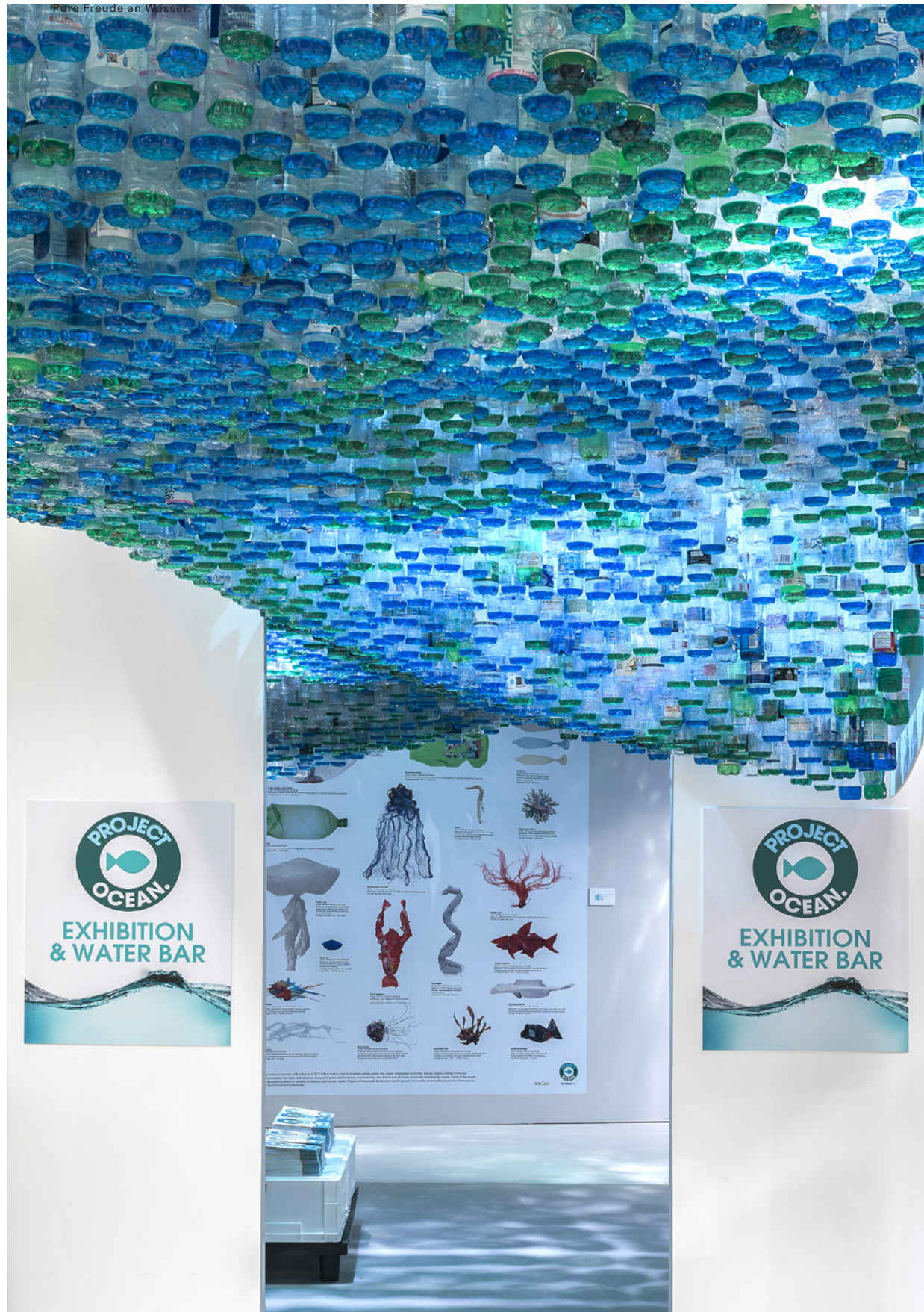
Il curatore della mostra Jane Withers vuole sensibilizzare l'opinione pubblica su ciò che sta succedendo nei nostri oceani

Quest'anno da Selfridges viene riproposta per la quinta volta consecutiva la mostra Project Ocean, che si pone l'obiettivo di sensibilizzare l'opinione pubblica sull'inquinamento da plastica dei nostri oceani. Ad accogliere i visitatori all'ingresso, "Flotsam", un'installazione ondulata realizzata da How About Studio con 5.000 bottiglie di plastica, più o meno la quantità che viene consumata nel Regno Unito in meno di 15 secondi.

La mostra include anche "Gyrecraft" dello Studio Swine e Andrew Friend, una collezione di cinque oggetti lavorati a mano e realizzati con la plastica recuperata dai vortici oceanici dove si accumula. Al Water Bar,

una collaborazione tra Withers e Arabeschi di Latte, i visitatori possono assaggiare acqua trattata con carbone, minerali ed erbe, e immaginare un mondo senza bottiglie di plastica.

In precedenza, Withers ha curato altre mostre al Victoria and Albert Museum e alla Royal Academy of Arts che trattavano i problemi ambientali, e descrive la sua ossessione per l'acqua come "idrofilica". Lavora anche come consulente di design ed è la cofondatrice di Wonderwater, un'iniziativa che sviluppa progetti in tutto il mondo con l'obiettivo di sensibilizzare le persone sui problemi dell'acqua a livello globale.



Realizzato con plastica recuperata dai vortici dell'Atlantico del Sud, questo oggetto si ispira alle acque pericolose della zona e alle spedizioni polari che hanno attraversato questo passaggio.



Foto: Andrew Meredith, Petr Krejci

L'installazione di How About Studio, realizzata con bottiglie di plastica, simula le acque azzurre e guida i visitatori attraverso la mostra.

Pure Freude an Wasser.

G
R
O
H
E
I
T



Per la rappresentazione dei vortici dell'Atlantico del Nord, lo Studio Swine si è ispirato alle tecniche artigianali di intaglio e scultura locali praticate dai balenieri e conosciute con il nome di Scrimshaw.



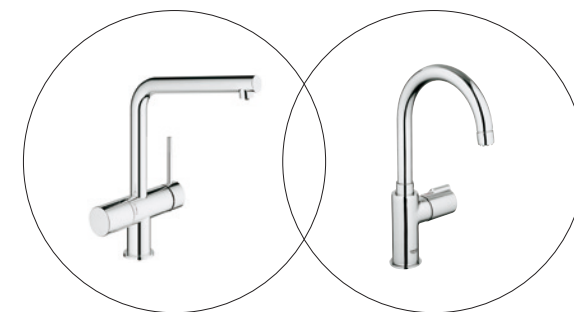
Foto: Petr Klejci

L'opera "Oceano Indiano" dello Studio Swine si basa su un container per le spedizioni. Secondo i designer, ogni anno 10.000 di queste gigantesche casse di metallo vengono perse in mare.

Lo studio italiano Arabeschi di Latte e la curatrice Jane Withers hanno installato il bar all'interno di Selfridges, a Londra, con l'obiettivo di portare i visitatori a "immaginare la vita senza bottiglie di plastica".



Foto: Andrew Meredith



GROHE BLUE® & RED®
Vedi pagina 82

DESIGN E SOSTENIBILITÀ

TESTO
ARSALAN MOHAMMAD

RITRATTI
GEORGIA KUHN

L'architetto Ron Bakker spiega come il dover bilanciare l'efficienza dei costi e l'ambiente gli abbia permesso di progettare The Edge ad Amsterdam

L'architetto olandese Ron Bakker è uno dei partner fondatori dello studio PLP Architecture con sede a Londra, il team che ha concepito The Edge. Attualmente utilizzato dalla società di revisione contabile Deloitte come loro sede di Amsterdam, nel 2014 è stato valutato "eccellente" da parte dell'agenzia BREEAM che valuta la sostenibilità ambientale, ottenendo il punteggio più alto in assoluto. Bakker parla con GROHE di sostenibilità, della progettazione degli spazi lavorativi nel XXI secolo e del perché i prodotti GROHE completano la sua visione eco-friendly.

GROHE

Quando è nato lo studio PLP Architecture?

R. Bakker

Circa sei anni fa: negli anni '90 sono venuto a Londra e ho lavorato per lo studio di architettura KPF per 18 anni. Poi alcuni colleghi hanno deciso di aprire una nuova società. Oggi abbiamo 200 dipendenti e lavoriamo molto su Londra, in Europa, Medio Oriente, Cina e Corea.

G Chi ha avuto l'idea iniziale per The Edge?

RB L'idea è stata sviluppata dal team di designer in stretta collaborazione con Deloitte e con l'imprenditore OVG. The Edge è un edificio per uffici commerciali e Deloitte occupa sei o sette livelli, mentre il resto è condiviso da



aziende di vario tipo. Con The Edge abbiamo cercato di unire diversi aspetti dell'ambiente lavorativo, integrando tecnologia e sostenibilità in un modo da ridefinire il concetto di luogo di lavoro.

G Nel 2014, l'agenzia di valutazione ambientale BREEAM ha premiato The Edge con il punteggio più alto di sempre, facendone l'edificio per uffici più sostenibile al mondo. Altrove hai dichiarato che, in parte, questo è stato determinato dalla recessione del 2008, che ti ha spinto a utilizzare materiali ecosostenibili ed economicamente vantaggiosi. È corretto?

RB Sì. Quando la recessione ci ha colpito, è diventato difficile assumersi il rischio di sviluppare grandi progetti. Ma siamo andati avanti e abbiamo cercato il modo di fare funzionare le cose. Abbiamo valutato diverse strategie, come funzionalità gradualmente e multiuso, e abbiamo anche consultato degli studi su come bilanciare sostenibilità ed efficienza dei costi, aiutandoci a scoprire che esistevano modi migliori per costruire la struttura.

G La valutazione che avete ricevuto da BREEAM è stata la più alta che abbiano mai dato. Come ci siete riusciti?

RB A volte con difficoltà! BREEAM ha esaminato ogni minimo aspetto relativo alla sostenibilità, così è facile perdersi per strada mentre cerchi di ottenere più punti possibili. Detto ciò, Deloitte e OVG non erano interessati al punteggio. Volevano un palazzo sostenibile per amore della sostenibilità, e questo è il motivo per cui l'edificio è stato concepito in questo modo ancor prima di parlare di certificazioni. OVG e Deloitte hanno fissato obiettivi molto ambiziosi, che ci hanno fatto capire il nostro potenziale.

G In quanto architetto, come progetti gli spazi lavorativi e come aiuti a creare nuovi modi di lavorare?

RB Qui alla PLP, abbiamo parlato a lungo di ciò che migliora un luogo di lavoro nel lungo periodo. Durante queste discussioni è risultato evidente che alle persone piace un luogo di lavoro dove poter avere incontri casuali. Infatti, di recente abbiamo lavorato con un cliente che sosteneva la stessa idea. Questo progetto riguarda l'edificio che ospiterà il Francis Crick Institute di Londra, uno dei centri di ricerca biomedica più innovativi e all'avanguardia di tutta la Gran Bretagna. Mentre ci stavamo lavorando, qualcuno dei loro team ha menzionato il fatto che ogni grande progresso nella ricerca biomedica può essere fatto risalire a un incontro casuale tra due persone appartenenti a settori diversi. È una storia meravigliosa e forse c'è del vero. Del resto queste persone sono degli esperti.

G Al 13° piano dell'ufficio di OVG avete installato i rubinetti GROHE Blue® e GROHE Red® al centro della loro cucina. Come si inseriscono questi prodotti nella filosofia generale di The Edge?

RB Beh, la nostra agenzia ha sempre utilizzato i prodotti GROHE, perché gli impianti sono di ottima qualità e molto ben progettati, ma questi due rubinetti erano una completa novità per me. Non li avevamo mai usati prima. GROHE Blue® trasforma l'acqua normale in acqua filtrata frizzante, mentre GROHE Red® dispensa acqua bollente direttamente dal rubinetto. Mi ha colpito in particolar modo il potenziale di GROHE Blue® relativamente alla sostenibilità. Oggi, tante persone arrivano al lavoro con bottiglie di plastica di acqua frizzante, in parte perché consapevoli dell'importanza di bere acqua per avere uno stile di vita sano. Così GROHE Blue® aiuta le persone a ridurre il loro impatto sull'ambiente riducendo il consumo di plastica.

G Coen van Oostrom, fondatore e amministratore delegato di OVG, ha dichiarato di avere rubinetti GROHE a casa sua. Faresti lo stesso?

RB Sì, penso di sì. Effettivamente vorrei un rubinetto GROHE Blue® a casa mia. Qui a Londra, l'acqua non ha un buon sapore come ad Amsterdam, perché a quanto pare è già stata bevuta sette volte prima! A casa le dune di sabbia fanno da filtro naturale. Di recente, ho letto una ricerca che metteva a confronto i vantaggi di bere acqua del rubinetto e acqua imbottigliata qui a Londra. In generale, hanno scoperto che l'acqua del rubinetto era più sicura di quella in bottiglia, poiché quest'ultima ha un alto contenuto di minerali, che non fanno sempre bene. I rubinetti dovrebbero avere un ruolo più importante nella vita delle persone!

Vedi a pagina 81

GROHE BLUE® FREDDA E GASSATA

GROHE Blue® purifica l'acqua del tuo rubinetto, donandole un sapore fresco e raffinato. L'unità integrata di raffreddamento e la bottiglia intercambiabile di anidride carbonica aggiungono il giusto tocco di bollicine rinfrescanti.

GROHE RED®

Con GROHE Red® puoi avere acqua bollente filtrata direttamente dal rubinetto senza dover aspettare. Fino a tre litri. Semplice. Economico.



Foto: OVG, GROHE AG

CARATTERISTICHE



LAVARSI È MEGLIO

FOTOGRAFIA
SCHMOTT

La nuova gamma di shower toilet Arena® sta rivoluzionando l'igiene personale e migliorando il benessere delle persone grazie al potere purificante dell'acqua

Arena® è dotato delle funzioni di regolazione della temperatura e getto della Tecnologia DreamSpray®, che deterge e purifica per il massimo benessere.



Il design lineare e minimal di Arena® si sposa perfettamente a uno stile di vita basato sull'armonia e sul benessere.

Con il coperchio automatico, il telecomando e l'apposita app, Arena® rende l'igiene e la cura personale ancora più semplici.



ARENA®

GROHE Arena® rivoluziona l'igiene personale con una tecnologia e una funzionalità superiori, e si abbina alla perfezione a tutti i bagni GROHE.

ATtingERE DAL FUTURO

TESTO
SUE GEORGE

Di pari passo con il settore del turismo e dell'ospitalità, i prodotti GROHE non solo aiutano a ridurre i costi, ma stanno anche contribuendo a ridurre la crisi derivante dalla carenza d'acqua

L'acqua potabile si sta esaurendo. Entro il 2030, la domanda globale dovrebbe superare l'offerta del 40%, e molti fiumi e laghi si stanno prosciugando. Attualmente, 1,1 miliardi di persone non hanno accesso all'acqua e solo l'1% di tutta l'acqua consumata è fresca. Il problema è critico e le Nazioni Unite stanno rispondendo con l'introduzione degli Obiettivi di Sviluppo Sostenibile (SDG o Sustainable Development Goals).

Gli SDG sono una serie di obiettivi stilati dalle Nazioni Unite i cui membri sono tenuti a utilizzare come quadro normativo di riferimento per le proprie politiche. Questo, a sua volta, avrà un impatto sulle aziende. Uno degli obiettivi riguarda l'acqua e dichiara che i paesi dovrebbero "garantire la disponibilità e la gestione sostenibile dell'acqua e dei servizi igienici per tutti. Ciò comprende la fornitura di acqua potabile, la gestione delle risorse idriche, la tutela dell'acqua e il maggior coinvol-

gimento delle comunità locali nella preservazione dell'acqua".

Le cause della carenza d'acqua a livello mondiale sono complesse, e vanno dal cambiamento climatico all'urbanizzazione e aumento della popolazione. Di conseguenza, le soluzioni sono diverse e, anche se i governi e le organizzazioni multinazionali hanno la responsabilità di affrontare il problema, lo stesso vale per le singole persone. Infatti, molti sono consapevoli di questo problema e ogni giorno si impegnano per contribuire a un reale cambiamento. Le immagini trasmesse dai media sulla siccità possono incentivare le donazioni, ma poche persone assoceranno immediatamente questi disastri a un pomeriggio in piscina o a un rubinetto che perde.

Consapevole di questo dilemma, GROHE, leader mondiale nella produzione di rubinetterie, sta integrando la sostenibilità nella sua attività.

"È presente in ogni aspetto della nostra struttura societaria", dice il dirigente di GROHE Thomas Fuhr. "Determina tutto ciò che facciamo, dallo sviluppo dei prodotti alla produzione e alla logistica, così come l'utilizzo e lo smaltimento".

Uno dei clienti principali di GROHE è il settore alberghiero. Secondo un recente studio condotto dal Malta Business Bureau, ogni anno il settore alberghiero europeo potrebbe risparmiare 365 trilioni di litri d'acqua. Il problema rappresenta un'area in cui, riducendo il consumo di acqua, gli alberghi possono anche migliorare l'efficienza dei costi.

Concentrandosi su questo tema e restando fedele al proprio impegno di offrire un design di alta qualità, GROHE lavora al fianco di molti dei marchi di hotel leader a livello mondiale per aiutarli a raggiungere i risultati di cui hanno bisogno. Un esempio calzante è la catena di ostelli di lusso danese Danhostel, la cui sede di Copenaghen ha da poco sostituito i vecchi impianti e soffioni con i modelli realizzati da GROHE, che aiutano a risparmiare l'acqua nel rispetto dell'ambiente. E i risultati parlano da soli: il consumo di acqua è stato ridotto da 13 a 5,8 litri di acqua al minuto.

Inizialmente, GROHE ha sottoposto il Danhostel Copenaghen City al suo Controllo Acqua ed Energia per verificare il potenziale risparmio in termini di acqua e denaro derivante da un passaggio a impianti ecosostenibili. È un modo concreto per dimostrare il potenziale di questi prodotti alle aziende che ancora hanno dei dubbi riguardo tali migliorie. Uno di questi prodotti è il Powerbox, un rubinetto elettronico che utilizza il flusso dell'acqua per azionare una turbina nascosta in una piccola scatola sotto il lavabo, che poi mette in funzione gli infrarossi del rubinetto. "Bastano 60 secondi di acqua corrente per generare energia sufficiente ad alimentare il rubinetto per 24 ore", dice Fuhr.

Una società alberghiera che prende molto seriamente l'ambiente è il Carlson Rezidor Hotel Group. Inge Huijbrechts, vicepresidente per le pratiche aziendali responsabili, parla delle tante azioni intraprese dalla sua società per assicurare una sostenibilità idrica a lungo termine, sia per i suoi hotel che per l'ambiente più in generale. Tra queste, anche la sottoscrizione del CEO Water Mandate del Global Compact delle Nazioni Unite, che impegna le aziende sui temi che influiscono sulla sostenibilità idrica.

Considerate ad esempio gli hotel Radisson Blu del gruppo. Secondo Huijbrechts, "Radisson Blu è estremamente attento alla

OGNI ANNO, IL SETTORE ALBERGHIERO EUROPEO POTREBBE RISPARMIARE 365 TRILIONI DI LITRI D'ACQUA

questione acqua in tutte le sue sedi. Utilizziamo i prodotti GROHE per le docce e i rubinetti perché uniscono l'efficienza idrica a un design elegante. Ad esempio, con l'installazione delle Rainshower più recenti è possibile risparmiare 80 litri per doccia o 8 milioni di litri all'anno in un hotel di circa 250 camere".

Anche il settore viaggi in tutto il mondo sta prendendo delle iniziative. Travelife, fondata nel 1992, è uno degli enti di beneficenza riconosciuti nel campo della sostenibilità che fornisce informazioni ai marchi alberghieri e alle società di viaggio su come adottare misure per il risparmio idrico, dalla manutenzione delle piscine all'utilizzo di impianti sanitari e servizi di lavanderia ad alta efficienza.

E oggi, la sostenibilità non è solo una questione di essere eco-friendly o di risparmiare. Con l'aumento dei dati sull'inquinamento è vitale che le aziende intensifichino i propri sforzi. "L'accesso all'acqua potabile sta diventando un problema crescente in molti paesi di tutto il mondo", afferma il direttore commerciale di Travelife Sören Stöber. La sua organizzazione fornisce un sistema di certificazione di sostenibilità riconosciuto a livello internazionale, che aiuta le aziende a dimostrare le proprie credenziali, e conta attualmente 1.500 membri approvati in 56 paesi, tra cui quelli gestiti dai principali tour operator, come TUI e Thomas Cook.

Per ottenere la certificazione Travelife, gli alberghi devono superare un elenco di controllo dettagliato, con 20 criteri specificamente correlati al consumo dell'acqua. Dall'amministrazione alla corretta documentazione e gestione dei servizi igienici, tali controlli garantiscono a chi soggiorna presso una struttura certificata Travelife che non ci siano sprechi d'acqua.

Green Key international è il marchio di qualità ecologica più grande al mondo, con oltre 2.400 hotel in 50 paesi. Lavorare con Green Key significa che le pratiche sostenibili degli hotel vengono valutate esternamente e che gli hotel possono comunicare in modo efficace agli ospiti le proprie performance ambientali.

Carlson Rezidor è partner di Green Key dal 2009. Dice Huijbrechts: "Esistono tantissimi marchi di qualità ecologica per gli hotel. Abbiamo scelto di lavorare con un'associazione no profit per garantire la massima attenzione all'impatto ambientale e non ai profitti di enti di certificazione. Ottenere la revisione da una terza parte è fondamentale per assicurare che le attività dichiarate vengano effettivamente eseguite e per aiutare gli alberghi a migliorare costantemente le loro performance ambientali."

È anche membro del gruppo di lavoro che sta attualmente definendo lo Strumento di

UNA DELLE PREOCCUPAZIONI RIGUARDA L'APPLICAZIONE DELLE MISURE SOSTENIBILI SENZA INTACCARE L'ESPERIENZA DEGLI OSPITI

misurazione Idrica degli Hotel, come parte della Partnership Internazionale per il Turismo assieme a KPMG e altri membri. Questo strumento svilupperà metodi di misurazione, reportistica e gestione del consumo d'acqua applicabili in modo uniforme e coerente.

Una preoccupazione per alberghi e società di viaggio desiderosi di adottare una sostenibilità idrica e del come applicarla senza compromettere l'esperienza del cliente. Per Jeanette Birkedal del Danhostel Copenhagen City, la forza dei prodotti GROHE risiede nella loro capacità di fornire efficienza senza perdere qualità.

"L'aspetto migliore dei nostri nuovi soffioni è che, a fronte di un risparmio di acqua e denaro, siamo in grado di offrire lo stesso servizio di qualità ai nostri ospiti", afferma. "Mentre sono in doccia, i nostri ospiti non si accorgono neanche che abbiamo ridotto il consumo idrico di oltre il 50%, ma nei fatti questo ha un impatto reale sui nostri costi e sull'ambiente". Il segreto dei soffioni e delle parti in cassetto GROHE, unito alla riduzione degli sprechi che offrono, è nel loro design innovativo: grazie al getto di acqua mista ad aria, offrono la stessa sensazione di una vecchia doccia a bassa efficienza ma con una minore quantità di acqua utilizzata.

Inoltre, tali miglioramenti non hanno solo un effetto immediato, ma stanno anche aiutando a definire la sostenibilità a lungo termine. In quanto tale, la questione degli sprechi non è solo importante per le singole aziende, ma per la vitalità futura del commercio e del settore. E colpisce tutti, perché senza lavoratori, posti di lavoro e servizi, intere infrastrutture sono a rischio.

Oggi la situazione sta migliorando. L'ONU sta facendo la sua parte, pretendendo che i suoi membri implementino le SDG, e le ONG di viaggio sostenibili stanno lavorando per aiutare il settore alberghiero e del turismo ad adottare pratiche più sicure che non danneggino le proprie attività. E, ovviamente, GROHE lavora con i suoi clienti per migliorare i prodotti che possono facilitare questo processo. Ma c'è ancora molto da fare, da cima a fondo.

Non solo i turisti dovrebbero assicurarsi che la loro sistemazione sia conforme agli standard di sostenibilità, ma dovrebbero considerare anche le proprie abitudini personali. A volte i vacanzieri gravano sulle forniture locali. Una relazione del 2012 redatta dall'organizzazione benefica Tourism Concern ha rivelato che i turisti di Zanzibar hanno utilizzato una quantità di acqua 16 volte superiore a quella utilizzata dagli abitanti del luogo. Eppure, mentre ci si gode la vacanza, anche solo ricordarsi di chiudere i rubinetti, riferire di eventuali perdite e portare con sé una bottiglia d'acqua durante le escursioni, può avere un impatto positivo.

Gli hotel dovrebbero affrontare il problema da più punti di vista: ottenere una certificazione è un primo passo, ma anche la formazione è importante. Istruendo lo staff su come individuare i problemi e gestire gli incidenti, è possibile inserire queste best

practices nella gestione della propria struttura. E mantenendosi aggiornati sulle ultime tecnologie di risparmio idrico è possibile evitare sprechi, risparmiare e migliorare la reputazione del proprio marchio.

In questo senso, anche il design è fondamentale. Se da una parte è ovvio che i clienti vogliano prodotti che siano belli esteticamente e che forniscano un servizio eccellente, dall'altra è importante che la sostenibilità sia tenuta in considerazione in ogni fase. I prodotti che sono esteticamente piacevoli ma che non riducono gli sprechi sono un rischio per le aziende. I produttori come GROHE hanno fatto scuola in questo senso e quando i loro prodotti sono parte di un sistema che include un impianto idraulico e di riscaldamento a basso consumo idrico, i benefici possono essere significativi.

MANTENENDOSI AGGIORNATI SULLE ULTIME TECNOLOGIE DI RISPARMIO IDRICO, GLI HOTEL POSSONO EVITARE SPRECHI, RISPARMIARE E MIGLIORARE LA REPUTAZIONE DEL PROPRIO MARCHIO.

"Crediamo nel potere dell'acqua", afferma Fuhr. "Lavoriamo per creare prodotti in grado di celebrarla e risparmiarla". E con questo atteggiamento, i singoli individui, le aziende e i governi possono trasformare l'attuale crisi di carenza idrica in un ricordo del passato.

I LUOGHI DI GROHE

TESTO
JOSIA LAMBERTO-EGAN

Una struttura monolitica nella wilderness americana, un edificio sommerso sul lungomare spagnolo e una residenza costruita sulle palafitte in Giappone: visitiamo queste tre residenze private straordinarie. Tutte completate di recente, sono esempi di ciò che si può realizzare con una visione forte e un'attenzione particolare ai dettagli. Non sorprende dunque che i proprietari e gli architetti abbiano scelto i prodotti GROHE per i bagni e le cucine

G
R
O
H
E
·
I
T

G
I
O
R
N
A
L
E



Assorbendo la luce, la Black Desert House siede come un'ombra a Yucca Valley in California.



ESSENCE
Vedi a pagina 97

OASI SCURA

Caratterizzata da viste panoramiche sul paesaggio sabbioso della California, l'arredamento scuro e il design minimale della Black Desert House offrono ai suoi proprietari un'oasi di calma

La Black Desert House, progettata dallo studio Oller&Pejic di Los Angeles, è un esperimento visivo in uno spazio angusto. Nel bel mezzo dei vasti cieli azzurri e del deserto sbiancato dal sole di Yucca Valley in California, le sue mura di ossidiana e gli angoli aggressivi assorbono la luce come l'antimateria. E tutto ha senso, visto che la richiesta dei proprietari, Marc e Michele Atlan, agli architetti è stata una sola e molto precisa: creare una casa che sembri un'ombra.

I progettisti hanno soddisfatto questa richiesta creando un edificio che avrebbe contrastato l'aspro paesaggio circostante, riflettendo contemporaneamente il suo terreno. "Abbiamo trattato tutta la casa, sia dentro che fuori, come uno strumento per mettere a fuoco e aumentare la percezione del paesaggio", spiega l'architetto Tom Oller.

Il risultato, completato nel 2012, è una dimora che gli Atlan paragonano a un bombardiere stealth. All'esterno dell'enorme palazzo, le finestre a specchio agiscono come un dispositivo di occultamento, riflettendo il deserto in modo così perfetto che le grandi sezioni della struttura sembrano smaterializzarsi, dando a chi osserva l'impressione di poter vedere attraverso la casa la natura selvaggia alle sue spalle. E dal momento che la casa è a più di un chilometro sopra il livello del mare, le vedute sono estese come quelle che si possono osservare da un aereo.

Il risultato finale è una casa molto rilassante. I piani ampi e regolari degli esterni rilassano lo sguardo e gli interni minimalisti evitano distrazioni ornamentali. Le pareti nere e i pavimenti in cemento lucido creano un'atmosfera cavernosa, rafforzata dal fatto che una parete del soggiorno è ritagliata dalla roccia del fianco della collina. Al centro dell'edificio, un cortile protetto ospita un semplice giardino triangolare, ideale per la meditazione. Infatti, la proprietà, a miglia di distanza da qualsiasi vicino, è un magnifico rifugio. Il silenzio e un senso di profonda tranquillità la pervadono.

Non sorprende che anche gli arredi interni siano discreti. La cucina e il soggiorno sono degli open space circondati da facciate continue in vetro, così che il deserto circostante si sostituisce al normale arredamento. Nonostante questa semplicità, alcuni arredi attirano l'attenzione. In primo luogo, c'è il lampadario "Zettel'z" di Ingo Maurer, le cui familiari gocce di cristallo sono sostituite da appunti apparentemente scritti da un aspirante poeta maledetto. E poi ci sono i prodotti GROHE Essence, sobri ma distintivi. Rifiniti in cromo, questi oggetti cilindrici utilizzati in tutto l'edificio risaltano contro la forma angolare della Desert House, completando l'atmosfera generale.

Restando fedeli a questo tema, gli architetti hanno deciso di evitare la vernice turchese



finto-tropicale onnipresente nelle piscine della California. Invece, hanno scelto il cemento nero che conferisce l'aspetto scuro tipico di una sorgente di montagna, dando la sensazione che le rocce di granito del deserto sottostante si siano arrampicate su per la collina.

La scena è al tempo stesso distante e arida, ma assolutamente unica e coinvolgente, motivo per cui Marc Atlan ne è stato attratto fin dall'inizio. "Appena ho visto il sito, tutte le altre posizioni che avevo preso in considerazione hanno perso di attrattiva," racconta. E con il design originale di Oller&Pejic a completarla, chi potrebbe mai resistere al fascino unico della Black Desert House?

Foto: PR

ESSENCE

Perfettamente equilibrata, la linea di rubinetti Essence, che è stata inserita a completamento della Black Desert House, funziona particolarmente bene negli interni cosmopoliti.

ETERNO RITORNO

Affacciata sull'Oceano Atlantico nella città di Cadice, si trova una casa moderna degna degli antichi dei: la Casa dell'Infinito



RAINSHOWER® CLASSIC
Vedi pagina 100

Secondo la leggenda andalusa, la città di Cadice è stata fondata da Ercole. E se l'eroe divino visse ancora lì oggi, si troverebbe probabilmente nella Casa dell'Infinito - una villa di lusso progettata dall'architetto spagnolo Alberto Campo Baeza.

La struttura minimalista, un'unica lastra rettangolare, è stata completata nel 2014 ed è realizzata in travertino, una roccia sedimentaria calcarea simile al marmo bianco, un

riferimento al materiale utilizzato dai coloni romani che si insediarono in questa città quasi duemila anni fa.

Infatti, con metà dell'edificio che affonda nelle profondità nel deserto, la Casa dell'Infinito spesso richiama alla mente uno scavo archeologico. Questa impressione è rafforzata dalle tre pareti autoportanti presenti sulla piattaforma che fa da tetto, che sembrano delle rovine. La più lunga di queste strutture separa la



Foto: Javier Callejas

casa dalla strada e viene interrotta da diverse porte d'ingresso molto alte, che evocano la struttura ad architrave e le colonne di un tempio greco. Secondo Baeza, l'effetto è voluto e dice di aver immaginato la casa come "un'acropoli, dove gli dei scendono a conversare con gli esseri umani".

In linea con l'atmosfera archeologica, i visitatori entrano in casa attraverso un passaggio ad incasso, immergendosi, per così dire, nello stesso calcare. Qui, al secondo piano del palazzo, il design mantiene la sua austerità, ma lo stile è inconfondibilmente moderno: il piano terra è in gran parte aperto, prestandosi a occasioni mondane e sottolineando la vastità dello spazio abitativo. Guardando di lato attraverso questo piano, le aperture concentriche creano un effetto visivo telescopico, simile all'illusione dello "specchio infinito". In alto, i lucernari sono larghe gallerie ricurve, come buche scavate dalle onde in una caverna, che aggiungono un tocco di eccentricità all'edificio.

Comunque, la caratteristica principale di questa stanza è innegabilmente la vista sull'Oceano Atlantico, che corre perpendicolare alla casa, ed è visibile attraverso le finestre, dal pavimento al soffitto, che coprono quasi tutti i 20 metri della facciata dell'edificio affacciata sul mare. Baciata dal sole durante il giorno, questa stanza è perfetta per venerare il dio Apollo.

Il piano inferiore, composto da diverse camere da letto, si apre direttamente sulla sabbia. L'arredamento a questo livello è scarso, mantenendo l'enfasi sulle linee continue. Ma questo non vuol dire che si debba rinunciare alla comodità, come testimoniato dai numerosi set di divani che si trovano di tanto in tanto in tutta la proprietà. Per le docce

dei bagni, Baeza ha scelto i prodotti GROHE dalla gamma Rainshower® Classic, per le sue "linee semplici e le ottime finiture" che si abbinano alla perfezione ai suoi progetti. Come gli acquedotti romani che un tempo scorrevano a Cadice dal continente, questi impianti offrono un fresco ristoro ai bagnanti dopo un pomeriggio salato sulla spiaggia.

Baeza ha scelto Cadice come sede di quella che lui chiama "la casa più radicale che abbia mai realizzato", in particolare perché è la città più antica dell'Europa Occidentale. Sulla carta, una dimora dall'aspetto così contemporaneo in un luogo immerso nella tradizione potrebbe sembrare un abbinamento sbagliato ma, nelle mani sapienti di Baeza, il risultato finale è davvero straordinario. La Casa dell'Infinito è inconfondibilmente moderna ma, allo stesso tempo, emana un senso di atemporalità, rendendo omaggio alle vestigia dell'antichità.

RAINSHOWER® CLASSIC
Vedi pagina 99

I soffioni GROHE Rainshower® Classic si abbinano alle linee moderne della Casa dell'Infinito e sono dotati di quattro diverse tipologie di getto: Jet, Champagne, Rain e DreamSpray.



Foto: Javier Callejas





Foto: Toshiyuki Yano



ADRIA
Vedi a pagina 104

LA CASA DEL SOL LEVANTE

**In Giappone, l'architetto tessitore di fantasia
Kimihiro Okada sta realizzando un sogno**

La leggenda vuole che l'idea per la Toda House di Hiroshima sia nata quando la giovane figlia di una coppia giapponese ha chiesto di poter vivere in una casa che galleggiasse nell'aria. Volendo esaudire questa fantasia, i genitori hanno anche stilato una lista delle loro esigenze. Tra queste, la vista sul mare, un negozio all'altezza della strada, un posto auto e la sensazione di vivere in un luogo spazioso e sicuro.

Sembrava tutto improbabile, soprattutto a causa della mancanza di spazio nella periferia di Hiroshima. Ma l'architetto Kimihiro Okada aveva la soluzione: la Toda House, una casa che fluttua delicatamente sopra i suoi vicini su pali in acciaio posizionati in angoli audaci, dando alla casa un senso di precarietà. Sotto,

c'è spazio per una macchina e un giardino, e le finestre panoramiche lungo i quattro lati esterni offrono viste spettacolari all'alba e al tramonto. A volte, i sogni diventano realtà.

Nonostante la sua imponente figura, l'aspetto più innovativo della Toda House è la sua struttura. A forma di nastro di Möbius, i soffitti confluiscono nei pavimenti, e il soggiorno è un lungo corridoio ininterrotto che si avvolge nell'aria. Non ci sono divisioni fisiche tra le camere: invece delle pareti, le variazioni di livello, ciascuna caratterizzata da uno o due gradini, creano delle transizioni.

Vivere nella Toda House a volte può dare la sensazione di essere su un treno. Per andare dalla



cucina all'ufficio, gli abitanti devono prima passare per la sala da pranzo e per il soggiorno. Secondo la visione di Okada, questi piccoli viaggi aumentano il volume percepito della casa.

Dato lo spazio limitato, l'arredamento è semplice e di basso profilo. Le stesse colonne di acciaio costituiscono l'elemento visivo più emozionante, mentre salendo si fanno largo attraverso gli interni. Le loro lucide curve trovano il proprio corrispettivo in miniatura nei rubinetti GROHE Adria, utilizzati in tutta la casa. I proprietari hanno cercato a lungo la linea originale di questi sanitari per l'equilibrio tra "il design futuristico e la forma classica" di cui si sono innamorati.

Un'abitazione senza una grande area comune rischia di isolare i suoi abitanti ma, in questa casa, le finestre ininterrotte lungo l'interno della spirale danno accesso a visuali trasversali, così che i membri della famiglia non si perdano mai di vista. "Man mano che l'altezza delle pareti basse cambia" spiega Okada, "ciascun membro della famiglia può dare un'occhiata agli altri. C'è un senso di sicurezza e comfort."

Infatti, la forza della Toda House risiede nel dualismo tra ampiezza e intimità, tra apertura verso l'esterno e introspezione. Sembra anche fondersi con la natura stessa: Okada si riferisce a essa come a un "nido d'uccello", perché è costruita attorno a un albero che si erge al centro del cortile.

Completata nel 2011, la casa è spesso paragonata alla Villa Savoye di Le Corbusier, un classico del Modernismo; ha anche ricevuto un riconoscimento ufficiale dall'Architectural Review. Okada sembra seguire le orme del suo mentore, il vincitore del premio Pritzker Ryue Nishizawa, ma con commissioni uniche come la Toda House all'attivo, la carriera di Okada sembra tutt'altro che prevedibile.

ADRIA Vedi pagina 103

Un vero classico GROHE: la linea di rubinetteria Adria si sposa alle curve d'acciaio della Toda House con il suo design minimalista.

Foto: Toshiyuki Yano





IL GHIACCIAIO PIÙ GRANDE DEL MONDO

Il ghiacciaio Lambert nell'Antartide orientale detiene il record mondiale di ghiacciaio più grande del pianeta. Essendo sempre in movimento, è difficile misurare le sue dimensioni esatte, ma la NASA stima che copra 20.000 chilometri quadrati per una lunghezza di oltre 400 chilometri. Alcuni preferiscono pensare ai ghiacciai come a "fiumi di ghiaccio", perché si comportano nello stesso modo: il ghiaccio scorre verso il basso da un

punto ad alta quota. Ma il ghiacciaio Lambert è differente: esso attinge insolitamente alla cascata di ghiaccio della calotta antartica e scorre in direzione nord verso la Amery Ice Shelf. Oltre a essere incredibilmente bello, il ghiacciaio è anche un'importante area di studio per gli scienziati del cambiamento climatico, dal momento che anche la più piccola variazione della temperatura globale può avere effetti drammatici sulla sua corrente.

Foto: Richard Stanaway

GROHE | MASTERS OF TECHNOLOGY

NEW

HOT WATER LEAVES
OUR FITTINGS COLD

GROHE THERMOSTATS - SAFE
BATHING FOR THE WHOLE FAMILY



Grotherm thermostats - for safe showering and bathing



GROHE CoolTouch®
No danger of scalding on hot surfaces.



GROHE TurboStat®
Always the right temperature, for utmost safety.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

GROHE RAINSHOWER® SMARTCONTROL

NEW

GROHE SMARTCONTROL – 3D SHOWERING

DRÜCKEN, DREHEN, DUSCHEN
PUSH, TURN, SHOWER

MASTERS OF TECHNOLOGY

Rainshower® SmartControl – Choose the spray, control the volume, save the settings. All with one control. Activate the spray pattern directly with the push button and turn it to find your individual shower volume. A truly innovative all-in-one solution which makes showering a pleasure.

*Pure Freude
an Wasser*

GROHE
WAVES