

GROHE

BAÑOS, COCINAS, ARQUITECTURA DE
LUJO E HISTORIAS SOBRE EL AGUA
N.º 2 DE 2018

MAGAZINE



ELEGANCIA PRECISA

La nueva línea de grifos Atrio combina lo mejor de la geometría antigua y moderna

SABORES DE MILÁN

Cuatro experiencias gastronómicas en Milán que no te puedes perder y los expertos que las han hecho posibles

APRENDIENDO DE ÁFRICA

Te mostramos el galardonado trabajo del arquitecto nigeriano Kunlé Adeyemi en varios continentes

GROHE
WAVE

*Pure Freude
an Wasser*



PERFECT MATCH

SANITARIOS GROHE, LA COMBINACIÓN
PERFECTA DE FORMA Y FUNCIONALIDAD

No es fácil encontrar la perfecta configuración para un cuarto de baño. Pero con los Sanitarios GROHE Cube no puede ser más simple. Todos los Sanitarios están diseñados para armonizar perfectamente con las griferías, rociadores y sistemas de instalación. Descubre también los Sanitarios GROHE Bau y GROHE Euro. sanitarios.grohe.es



Michael Rauterkus,
Director ejecutivo de GROHE AG

QUERIDO LECTOR,

Hace poco, al hablar con mi equipo sobre los nuevos diseños Atrio, dedicamos un momento a reflexionar sobre lo que significa el concepto de autenticidad hoy en día. Concluimos que se trata de algo que todos perseguimos, aunque la mayoría no sabemos cómo afecta realmente a nuestra vida cotidiana ni a nuestro trabajo. En GROHE nunca dejamos de pensar en la autenticidad, que está integrada en todos los ámbitos de nuestro negocio.

Creemos en la excelencia, desde la creación de diseños icónicos hasta el mantenimiento de los más altos estándares de producción, sin renunciar nunca a la sostenibilidad de nuestros productos. Naturalmente, destacar en todas las áreas de negocio no resulta fácil, pero nos hemos dado cuenta de que las cosas funcionan mejor cuando las gestionamos nosotros mismos. Cuantos más procesos realizamos internamente, mejores son los resultados. Esto es especialmente relevante en el departamento de diseño —dirigido por Michael Seum, vicepresidente de diseño—, donde podemos tratar el diseño como un componente básico de todo lo que hacemos. Gracias a eso, llevamos un par de años ganando los premios más importantes del mundo, incluidos el iF Product Design Award, el German Design Award y el Red Dot Award (p. 32).

Y ahora, además, tengo el placer de presentar nuestra última aportación al diseño de baños icónicos: la colección actualizada de grifos Atrio. Esta colección, que vio la luz por primera vez en una magnífica instalación de la Milan Design Week 2018, constituye un excelente ejemplo de elegancia y precisión (p. 50). Si tienes pensado visitar

Milan, no dejes pasar la oportunidad de tomar algo en uno de los bares y restaurantes de los que hablamos en el artículo «Sabores de Milán» (p. 10).

Ningún diseño sería posible sin nuestros equipos de ingenieros, expertos en producción y programadores, que han desarrollado los algoritmos de GROHE Sense y Sense Guard: el único sistema de protección contra daños provocados por el agua disponible en el mercado (p. 36). En lo que respecta a la producción, somos una de las pocas compañías que producen piezas de latón internamente.

Recientemente, hemos ampliado la planta de Klaeng, en Tailandia (p. 30), que no solo emplea las últimas tecnologías de producción, sino que además vela por el bienestar de todas las familias que trabajan en ella. Otro ejemplo de nuestra devoción por la excelencia es el laboratorio de duchas de Hemer, donde la ingeniera Mirja Bensing pone a prueba los cabezales de ducha GROHE (p. 38).

Y volviendo al principio: ¿dónde radica la autenticidad de GROHE? Sin duda, el aspecto más importante es el minucioso control que realizamos en todas las etapas del ciclo, desde el diseño hasta la producción. Cuanto más nos entregamos en cada paso del proceso, más GROHE nos volvemos. Pero al final eres tu, querido lector, cliente y seguidor, quien hace de GROHE una empresa verdaderamente auténtica, confiando en nosotros día tras día.

Atentamente, Michael Rauterkus

SUMARIO

10

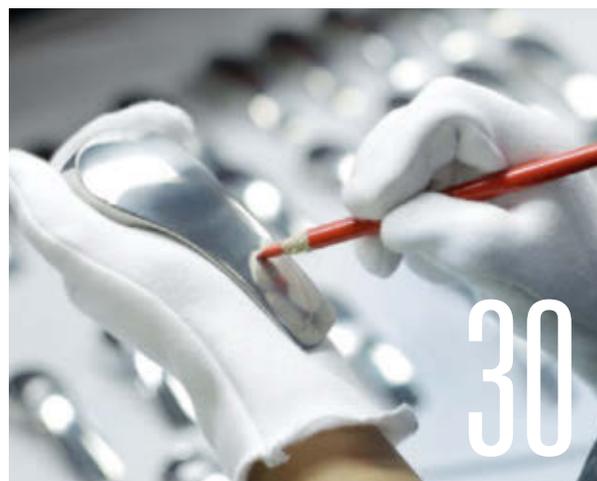
SABORES DE MILÁN

Hablamos con los profesionales que mueven los hilos de los locales gastronómicos más selectos de la capital italiana de la moda.



VALORES FAMILIARES

En la planta de GROHE en Tailandia se tiene muy en cuenta la vida personal de los empleados.



30



22

ALLA MILANESE

La mejor forma de recrear el sabor de Lombardía con ayuda de GROHE Red y GROHE Blue Home.



ÉPOCA DORADA

El 2017 fue un año de récord para GROHE en cuanto a premios, y el 2018 pinta aún mejor.

32

MEZCLAR Y COMBINAR

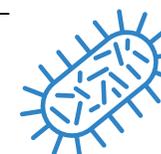
GROHE ofrece una amplia gama de grifos y duchas a juego ideales para cualquier tipo de baño.

34



36 PERCEPCIÓN EXTRASENSORIAL

Evita desastres en casa con GROHE Sense y Sense Guard.



LA HIGIENE DEL FUTURO

El hotelero Marc Meurin nos cuenta cómo GROHE Sensia Arena ha mejorado la experiencia de sus huéspedes.



44



38

PRUEBA DE EXCELENCIA

Hablamos sobre la investigación de cabezales de ducha desde el laboratorio de una ingeniera de GROHE.



50

ELEGANCIA PRECISA

Presentamos la nueva línea de grifos Atrio y hablamos con Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE, sobre el proceso de reinterpretación.

GROHE AG
Feldmühleplatz 15
D-40545 Düsseldorf, Alemania
grohe.com

EQUIPO GROHE
Michael Rauterkus, Gerhard Sturm,
Michael Seum, Jan Shepherd, Thorsten Sperlich

**COORDINACIÓN Y EDICIÓN CENTRAL,
COORDINACIÓN INTERNACIONAL**
Jan Shepherd

EDITORIAL
BBE Group, Berlin
bbe-group.de
Managing Director: Christian Bracht

JEFE DE REDACCIÓN
Hans Bussert

DIRECCIÓN CREATIVA
Christian Kúpker

EDICIÓN DE IMÁGENES
Victoria Gisborne-Land

SUBEDICIÓN
Josie Thaddeus-Johns

REVISIÓN
Gareth Davies

PREIMPRESIÓN
Veronika Neubauer

COLABORADORES
Senta Best
Henny Bohm
Alexis Christodoulou
Gabrielle Cox
Luigi Fiano
Ramon Haindl
Attila Hartwig
Volker Hobi
Robin Kranz
Marina Melentjeva
Alexandra Pereira
Delphine Saint-Jean
Annalisa Testa
Maarten Willemstein

MULTI-CHANNEL MEDIA
Laudert, Vreden
laudert.com

IMPRESIÓN
Kunst- und Werbedruck, Bad Oeynhausen (Alemania)
kunst-undwerbedruck.de

GROHE Magazine se traduce a diez idiomas y se publica en sesenta países, con una tirada anual de más de un millón de ejemplares.

No nos hacemos responsables de las fotografías ni de los textos recibidos sin haber sido solicitados. Seleccionamos nuestras fuentes rigurosamente y no aceptaremos ninguna responsabilidad en caso de que la información no sea precisa.

Ninguna parte de esta revista podrá usarse ni reproducirse en forma alguna sin una autorización por escrito.

Todos los derechos reservados.



TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO

Dos parejas de ingenieros explican cómo la colaboración entre Japón y Alemania les ha ayudado a triunfar.



LAS MEJORES TENDENCIAS

El equipo de diseño de GROHE explica los nuevos conceptos que dominarán el mundo del interiorismo.



BRILLO Y LANGUIDEZ

La artista Courtney Mattison crea esculturas de cerámica inspiradas en el coral para denunciar los efectos de la contaminación oceánica.

APRENDIENDO DE ÁFRICA

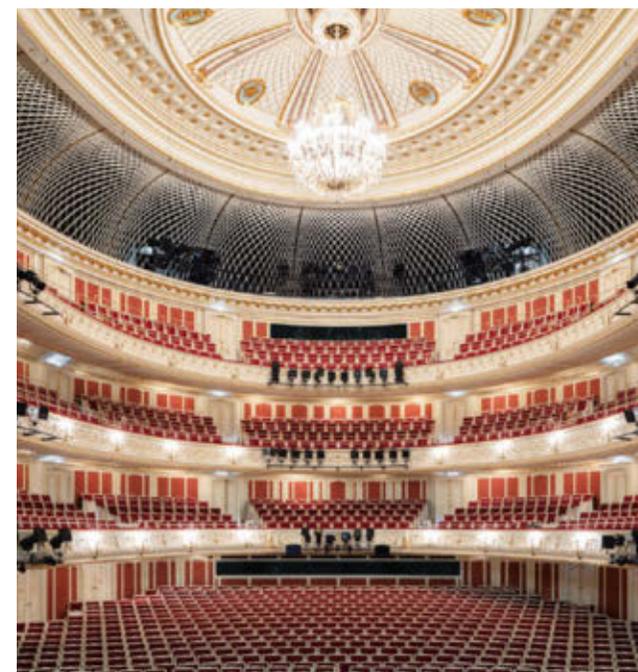
El arquitecto nigeriano Kunlé Adeyemi diseña edificios flotantes pensados para los usuarios y la comunidad.



CULTURA ARQUITECTÓNICA

Tres instituciones culturales de Berlín y Potsdam han renovado sus baños de la mano de GROHE.

98



UN SUEÑO DE PORCELANA

Una serie de entornos virtuales de ensueño muestran la belleza de tres líneas de sanitarios GROHE.



COMO PEZ EN EL AGUA

El famoso surfista Laird Hamilton y su pasión por el mar.



ESPEJISMO DESÉRTICO

La casa reflectante creada por Doug Aitken es la reinterpretación arquitectónica de un espejismo.

Pure Freude
an Wasser



PRESENTAMOS GROHE SENSIA ARENA LO ÚLTIMO EN HIGIENE PERSONAL SHOWER TOILET

GROHE presenta su revolucionario shower toilet, GROHE Sensia Arena, que proporciona una suave limpieza natural usando únicamente agua. La tecnología y el diseño de GROHE Sensia Arena se ocupan de algunos de tus momentos más privados, invitándote a una nueva dimensión de bienestar y limpieza. grohe.es



EL PRODUCTO MÁS GALARDONADO DE GROHE CON 14 PREMIOS INTERNACIONALES DE DISEÑO.



ENTREVISTAS: ANNALISA TESTA
FOTOGRAFÍA: LUIGI FIANO

SABORES DE MILÁN

La ciudad del aperitivo ofrece un sinfín de experiencias gastronómicas. Cuatro milaneses expertos en sabores explican qué no hay que perderse en Milán, y comparten sus recetas favoritas.

El Camparino in Galleria, que lleva el nombre de un famoso aperitivo, es uno de los bares más conocidos de la ciudad.

MATTIA PASTORI, CAMPARINO IN GALLERIA

La Galleria Vittorio Emanuele II, conocida popularmente como «il Salotto di Milano» (el salón de Milán), es el templo del *aperitivo milanese*: un lugar sagrado que vela por las tradiciones gastronómicas locales desde hace ciento tres años. Ubicado en un lugar privilegiado con vistas al Duomo, el Camparino in Galleria es una de las imágenes más representativas de la capital de la moda y el diseño. En este establecimiento nació una de las bebidas espirituosas más famosas del mundo, el Campari Bitter, y también la tradición del aperitivo. Hablamos con Mattia Pastori, gerente del Camparino y barman italiano del año 2016.

GROHE

¿Qué importancia tiene el Camparino in Galleria para Milán?



En la página 26 encontrará la receta del GROHE Fizz, de Mattia Pastori.

Mattia Pastori

Todo el mundo ha pasado por aquí. Se dice, por ejemplo, que los compositores de ópera Arturo Toscanini y Giuseppe Verdi eran clientes asiduos. Este es un establecimiento que mira al futuro sin olvidar sus orígenes.

G ¿Qué es exactamente el *aperitivo milanese*?

MP Es un fenómeno social; el momento que esperamos con ansia después de un pesado día de trabajo. Relajarse, charlar, tomar un cóctel... un Negroni o un Negroni Sbagliato, un Campari Americano, un Campari Shakerato o un Campari Spritz.

G ¿Innovación o tradición? ¿Qué une el pasado y el futuro del Camparino?

MP Innovación y tradición; ese es nuestro objetivo. Por ejemplo, en 1915 se utilizaba un sistema hidráulico para llevar agua carbonatada de la bodega al bar. Ahora tenemos un nuevo sistema que permite carbonatar el agua al instante. La carta de bebidas es la misma de siempre, pero con un toque actual.

G ¿Cómo es su carta de cócteles?

MP Está compuesta de clásicos italianos, como el Campari & Seltz o el Campari Shakerato, y de reinterpretaciones de otros cócteles como el Campari, el Rabarbaro o el Boulevardier, parecido al Negroni, pero con whisky en lugar de ginebra.

G ¿Y que hay de la comida?

MP Para acompañar los cócteles ofrecemos platos actuales, como minihamburguesas de ternera Chianina o tartar de pescado sobre pan, que maridan a la perfección con el GROHE Fizz, un cóctel creado en homenaje a Milán. Es una versión del Gin Fizz y se prepara mezclando Campari Cask Tales Bourbon Bitter con sirope de azafrán salado y zumo de pomelo, regado con agua carbonatada y decorado con flores comestibles y cáscara de pomelo.

CAMPARINO IN GALLERIA, Piazza del Duomo, 21, Milán





ERIKA ROSSI, WOOD*ING BAR

El liquen, el almizcle silvestre, las ramitas de haya o la savia de abedul no son, para nada, ingredientes habituales en la cocina o en los cócteles. Sin embargo, al pasar por las manos de los agrónomos, cocineros, químicos, herbolarios y bármans que forman el equipo de Wood*ing Lab —un laboratorio nacido hace cinco años en los suburbios de Milán—, se convierten en protagonistas de fascinantes recetas con sabores únicos. Hablamos con Erika Rossi, barman del Wood*ing Bar, inaugurado recientemente en el corazón del barrio milanés de Isola.

GROHE

¿Cómo acabaste en esta coctelería tan poco convencional?

Erika Rossi

Siempre me ha fascinado la alquimia de los cócteles, la magia de mezclar diferentes ingredientes para transformar un simple líquido en una bebida deliciosa y perfectamente equilibrada. Ese interés me llevó a emprender un viaje en busca de bares de hotel históricos, y un día conocí a Valeria Mosca, fundadora de Wood*ing Lab, el primer y único laboratorio de alimentos del mundo que trabaja exclusivamente con productos naturales. Así es como descubrí la mixología salvaje, que experimenta con ingredientes olvidados o con nuevas técnicas de procesamiento, y que representa el futuro de esta profesión.

G ¿Cuál es la filosofía de Wood*ing Lab?

ER El objetivo es ofrecer una manera inteligente de beber. Queremos que los clientes prueben bebidas innovadoras, saludables, sostenibles y equilibradas. El Wood*ing Bar no es algo abstracto, sino un lugar donde redescubrir los aromas y los sabores de nuestras tradiciones familiares, a menudo perdidas en el tiempo. Creo que estamos revolucionando el universo del cóctel.

G Las bebidas no alcohólicas suelen pasar desapercibidas, pero en el Wood*ing Bar tienen una gran importancia.

ER La investigación constante de materias primas nos permite restar importancia al uso de productos alcohólicos y desterrar esa idea de que un buen cóctel debe llevar alcohol. Para descubrir el sabor de Milán recomendamos el Spring Bouquet Collins. Una versión refrescante de un clásico, que se prepara con MeMento (una mezcla de aguas destiladas y aromas del Mediterráneo), kombucha con pétalos de rosa silvestre, unas gotas de vinagre de mora, un poco de sirope de tomillo y agua con gas.

G ¿Qué protagonismo tiene el agua en el Wood*ing Bar?

ER El agua es fundamental, dada la importancia del medio ambiente en nuestra mixología ecosostenible. Merece un lugar de honor en nuestras recetas. Por eso solo usamos agua purificada.



WOOD*ING BAR, Via Garigliano, 8, Milán



Descubra el Spring Bouquet Collins, de Erika Rossi, en la página 25.

NICOLA SCARNERA, ITER MILANO

El concepto es sencillo: «De Italia al mundo». Una búsqueda de aromas, sabores y tradiciones por todos los rincones del planeta. Ese es el lema del Iter, la primera coctelería pop-up fusión de Milán, que además ofrece un pequeño menú degustación. Al timón de este viaje se encuentran Flavio Angiolillo y Nicola Scarnera, que anteriormente inauguraron el Mag Cafè, el Backdoor43 y el Barba, todos ellos locales destacados de la mixología italiana. Cada seis meses viajan a un país diferente para descubrir nuevos sabores y culturas. Nicola, quien anteriormente trabajó en el Sketch de Londres y en el hotel Bulgari de Milán, es el gerente del Iter.

GROHE

¿Dónde comienza vuestro viaje?

Nicola Scarnera

En Italia, por supuesto. La cultura italiana deja huella en otras culturas, pero también recibe influencias foráneas. Por eso decidimos hablar de Italia a través de su cultura gastronómica y redescubrir los productos italianos. Nuestro país tiene una tradición gastronómica muy arraigada y muy variada. Queremos dar a conocer las infinitas facetas de Italia, pero cada seis meses todo vuelve a cambiar.

G ¿Qué país estáis explorando ahora para la carta?

NS Los Países Bajos. En marzo lanzamos una nueva carta, que refleja nuestra experiencia allí. Todas las bebidas tienen un toque ítalo-holandés y todos los platos encierran una anécdota o una historia que queremos contar al cliente.

G ¿Qué cócteles holandeses ofrecéis y qué ingredientes llevan?

NS Tenemos varias bebidas con Ketel One, un vodka destilado en Schiedam, y muchos cócteles con ginebra holandesa. También tenemos un postre con merengue de marihuana, un arenque inspirado en los que se pueden degustar en los mercados del país y un guiso de ternera que es una reinterpretación del *stamppot* holandés. Todo ello hasta septiembre, que es cuando emprendemos un nuevo viaje.

G ¿En qué se basa el diseño del Iter?

NS El objetivo es que los clientes se sientan como en casa. La parte más importante de cualquier coctelería es la barra, por lo que queríamos que fuera el lugar más cómodo y codiciado del local. Nuestra barra tiene la altura de una mesa, así que se puede comer cómodamente. Además, tenemos varias jarras con hielo para que el cliente pueda mantener la bebida en frío mientras come.

G ¿Cuál es la bebida imprescindible del Iter?

NS El ToniCO2: una deliciosa mezcla de vermut blanco, Bitter del Ciclista, Amaro Gariga, ácido cítrico, nuestro biter aromático casero y un toque de agua con gas. ¡Super refrescante!

ITER. Vía Mario Fusetti, 1, Milán



En la página 24 encontrará la receta del ToniCO2, de Nicola Scarnera.



ROBERTO CONTI, TRUSSARDI ALLA SCALA

De la unión de dos iconos de Milán como el Teatro alla Scala, más conocido como La Scala, y la familia Trussardi, que ha contribuido a escribir la historia de la moda italiana con su famoso logotipo del galgo, nació uno de los restaurantes gastronómicos más elegantes y románticos de la ciudad. El Trussardi alla Scala, que atrae tanto a milaneses como a extranjeros y tiene unas vistas al majestuoso teatro de La Scala y a la plaza homónima, abrió sus puertas en 2006 y hace unos meses consiguió una estrella Michelin. Las creaciones del joven chef Roberto Conti están diseñadas para asombrar y cautivar visualmente, aunque lo más importante es siempre el sabor. «Il Ristorante Trussardi alla Scala se enorgullece de la estacionalidad de sus menús y del uso de los mejores ingredientes para seducir a los paladares más exigentes», sentencia Roberto. Hemos charlado con él sobre sus gustos culinarios.

GROHE

¿Cómo fueron tus primeros pasos en la cocina?

Roberto Conti

Mi pasión por la comida comenzó cuando era muy joven y ha ido evolucionando a lo largo de los años. Estudié en una de las mejores escuelas de cocina de Italia y tuve la suerte de poder experimentar y ampliar mi sensibilidad culinaria trabajando junto a cocineros de primer nivel: fui jefe de cocina de Andrea Berton y segundo jefe de cocina de Luigi Taglienti. Gracias a eso me convertí en chef ejecutivo del Ristorante Trussardi alla Scala.

G ¿En qué consiste el estilo milanés, culinariamente hablando?

RC Se trata de respetar los platos tradicionales, pero elaborándolos de manera actual.

G ¿Que importancia tiene el concepto «Made in Italy» en este momento?





Aprenda a preparar el cacio e pepe de Roberto Conti en la página 27.

RC Es esencial, tanto en la elección de ingredientes como en la interpretación de los platos y el diseño de la carta. Es un elemento clave que ofrecemos al cliente respetando al máximo todo lo italiano.

G Milán es la ciudad de la moda, del diseño y de la gastronomía. En tu opinión, ¿qué relación hay entre estos tres campos? ¿Vuestros platos tienen un poco de cada uno?

RC Somos un restaurante que combina comida y moda, por lo que nuestros clientes esperan encontrarse unos ingredientes y una presentación de primer nivel. Queremos ofrecer una experiencia multisensorial y sorprender a la gente gracias a los sabores y diseños que creamos.

G ¿Cómo definiría el estilo culinario del Trussardi Alla Scala: innovador o tradicional?

RC Siempre comenzamos recuperando platos de nuestra tradición, y los reinterpretemos con una actitud innovadora, aunque nunca exagerada. Esto es posible gracias a la gente que trabaja con nosotros, joven y dinámica, y con experiencia en alta cocina. No es fácil entender la tradición italiana, hace falta mucho gusto para interpretarla.

G La calidad de la materia prima es esencial en el restaurante. ¿Cómo se eligen los ingredientes? ¿Cuáles son tus sabores favoritos?

RC Somos muy cuidadosos con el origen de los

ingredientes y buscamos los mejores proveedores. No tengo un sabor favorito. Pero las combinaciones de sabores que nunca imaginarías que podrían funcionar y lo hacen, son las que más me gustan.

G ¿Qué tipo de técnicas se usan en vuestra cocina? ¿Experimentáis con nuevos métodos?

RC Siempre probamos técnicas nuevas con un enfoque gastronómico. Últimamente hemos estado experimentando con la barbacoa. Es un concepto poco habitual en restaurantes de nuestro nivel, pero lo estamos trabajando desde la perspectiva de una estrella Michelin.

G ¿Cuáles son los platos icónicos del Trussardi Alla Scala? ¿Y qué cocinarás para GROHE Magazine?

RC La clásica *cotoletta a la milanese*, frita en mantequilla clarificada y servida con salsa holandesa y patatas: un plato que no puede faltar en ningún restaurante del centro de Milán. También hay que probar los *spaghetti cacio, pepe e ricci di mare*, que, por cierto, he seleccionado para GROHE. Utilizamos espaguetis de Gragnano, una de las pastas más reconocidas internacionalmente. Los cocemos en agua purificada y los condimentamos con aceite de oliva virgen extra, hojas de albahaca, una deliciosa mezcla de pimientas (de Sarawak, Sichuán y Penja), dos tipos de queso pecorino y ragú de erizo de mar.

TRUSSARDI ALLA SCALA, Piazza della Scala, 5, Milán



ALLA MILANESE

SPAGHETTI CACIO E PEPE

CON RAGÚ DE ERIZO DE MAR
by Roberto Conti
(receta en la página 22)

FOTOGRAFÍA:
ROBIN KRANTZ & VOLKER HOBL

Recrear los fabulosos sabores
de Milán resulta muy fácil con
GROHE Red y GROHE Blue Home.

TONICO₂

de Nicola Scarnera

45 ml de Bitter del Ciclista
 30 ml de vermú blanco
 15 ml de Amaro Gariga
 5 ml de ácido cítrico
 75 ml de agua con gas de GROHE Blue Home
 5 gotas de biter aromático Iter

Añada el Bitter del Ciclista, el vermú blanco, el Amaro Gariga y el ácido cítrico en una coctelera, agite durante diez segundos y vierta la mezcla en un vaso. Termine con el biter aromático Iter y el agua con gas de GROHE Blue Home.

SPRING BOUQUET COLLINS

de Erika Rossi

50 ml de MeMento (destilado no alcohólico del Mediterráneo)
 30 ml de kombucha con pétalos de rosa silvestre
 5 gotas de vinagre de mora silvestre
 25 ml de jarabe de tomillo
 Agua con gas de GROHE Blue Home

Mezcle el MeMento con la kombucha, añada el vinagre de mora y el sirope de tomillo, y termine con agua con gas de GROHE Blue Home. Decore el vaso con una ramita de tomillo.

GROHE FIZZ

de Mattia Pastori



60 ml de Campari Cask Tales
5 ml de sirope de azafrán salado
10 ml de biter de enebro
20 ml de zumo de pomelo
Agua con gas de GROHE Blue Home

Mezcle el Campari Cask Tales Bourbon con el biter de enebro, el sirope de azafrán salado y el zumo de pomelo. Termine con agua con gas de GROHE Blue Home y decore con flores comestibles y cáscara de pomelo.

Estas recetas, creadas por tres de los mejores bármans de Milán y por un chef local con estrella Michelin (entrevistas en las páginas 12-20), rinden homenaje a los sabores de la capital de Lombardía. Aunque su cosquilleante sensación y efecto revitalizante son únicos, todas tienen una cosa en común: son fáciles de preparar en casa con la ayuda de los sistemas GROHE Blue Home y Red, que proporcionan el agua filtrada necesaria en toda gran creación gastronómica. GROHE Blue Home, ahora disponible con manguera extraíble, permite carbonatar el agua del grifo para evitar los inconvenientes del agua embotellada. GROHE Red, por su parte, proporciona agua hirviendo, ideal para cocer pasta mucho más rápido. Si tienes pensado probar las siguientes recetas, ve con cuidado, porque no todos podemos irnos a vivir a Milán.

SPAGHETTI CACIO E PEPE

CON RAGÚ DE ERIZO DE MAR

de Roberto Conti

Para cuatro personas

320g de espaguetis, preferiblemente de Gragnano
2g de pimienta de Sarawak en grano
2g de pimienta de Sichuán en grano
2g de pimienta de Jamaica en grano
2g de pimienta blanca de Penja en grano
75g de pecorino romano
95g de pecorino toscano
10g de maicena
350g de leche entera fresca
1 diente de ajo
5 hojas de albahaca
16 erizos de mar
3 cucharadas y media de mantequilla
1 cucharada de salsa de tomate
Agua purificada, sal gruesa y aceite de oliva al gusto

Corta en dados 75 g de pecorino toscano y 75 g de pecorino romano. Diluye la maicena en 50 g de leche entera y calienta el resto de leche en una cazuela a fuego alto. Cuando comience a hervir, añade la leche con la maicena, remueve bien y baja el fuego. Cuando la mezcla empiece a espesar, retira la cazuela del fuego y añade los dados de pecorino. Cubre la cazuela con film transparente y deja reposar cinco minutos. A continuación, mezcla con una batidora de mano.

En una sartén a fuego lento, saltea la carne de los dieciséis erizos de mar junto con el diente de ajo ligeramente machacado, una hoja de albahaca, una cucharada de aceite de oliva virgen extra y la salsa de tomate, y remueve durante un minuto. Aparta la sartén del fuego y cúbrala con film.

Llena una olla grande con agua hirviendo de GROHE Red, ponla al fuego y añade la sal y los espaguetis. Mientras se cuece la pasta, tritura los granos de pimienta en una tabla de cortar y mételos en una bolsita de infusión. Vierte en un cazo cuatro vasos de agua hirviendo de GROHE Red, sumerge la bolsita de pimienta y déjala infundir dos minutos.

Vierte en una sartén la infusión de pimienta y añade la mantequilla y la fondue de pecorino, y sube el fuego. Escurre la pasta, añádela a la sartén y mezcla bien durante dos minutos.

Emplata los espaguetis y cúbrelos con la mezcla de erizo de mar, un poco de pecorino toscano rallado y un chorrito de aceite de oliva extra virgen prensado en frío. Decora el plato con una hoja de albahaca.



El chef Roberto Conti apuesta por reinventar recetas tradicionales con un toque contemporáneo, como este plato de pasta.



El GROHE Fizz, creado por Mattia Pastori, es un homenaje a la ciudad de Milán.



Pruebe la mixología salvaje del Wood*ing Bar con el Spring Bouquet Collins de Erika Rossi.



El agua filtrada y con gas de GROHE Blue Home es esencial para el cóctel de Nicola Scarnera: el ToniCO2.

Pure Freude
an Wasser



SABOR PERFECTO DIRECTAMENTE DESDE EL GRIFO

CON O SIN GAS UNBOTTLED WATER
CON GROHE BLUE HOME



100 °C DIRECTAMENTE DEL GRIFO

PRESENTAMOS EL NUEVO GROHE RED
¡AGUA HIRVIENDO PARA UN "AL DENTE" AL INSTANTE!

GROHE WATERSYSTEMS
Para más información visita grohe.es

La planta de GROHE en Klaeng es la más sostenible de su clase en el sudeste asiático.



TEXTO: HENNY BOHM

VALORES FAMILIARES

Al mismo tiempo que amplía su planta de Klaeng (Tailandia), GROHE está desarrollando un negocio bien conectado que es tan sostenible para el planeta como para las familias.



GROHE ha implantado en Klaeng una nueva tecnología de fabricación de piezas de zinc para complementar su producción de grifos de bronce.



La fábrica da trabajo a muchas familias. La media de edad del personal ronda los treinta años.

Además de invertir en sus tres fábricas en Alemania, incluida la ampliación de la planta de producción de Lahr, GROHE está mejorando sus instalaciones en Tailandia. La planta de Klaeng, que cuenta con 1700 empleados y es la más grande de la compañía, recibirá una inversión de más de treinta millones de dólares y creará ochocientos nuevos puestos de trabajo en un plazo de cinco años.

Para ello se ha levantado un edificio de 12 000 m² de superficie en el que GROHE ha implantado una nueva tecnología de fabricación de piezas de zinc para complementar su producción de grifos de bronce. «Estamos fabricando grifos monomando a gran escala, y todos los productos completan el proceso internamente: fundición del zinc o del latón, fundición a troquel, mecanizado, pulido, galvanoplastia, ensamblaje del producto final y envío al cliente», explica Ralf Goehringer, director general de GROHE Siam desde 2015.

La planta de Klaeng, centrada básicamente en las líneas Eurosmart y Bau, produce actualmente cerca de siete millones de piezas al año. En 2021, una vez finalizada la ampliación, podrá producir hasta doce millones al año. Michael Rauterkus, director ejecutivo de GROHE, explica su importancia en la estrategia de crecimiento de la compañía: «Hace veintidós años, GROHE Siam comenzó con una pequeña fábrica en Klaeng. Ahora, es una de las mayores plantas de fabricación de grifos monomando del mundo. Con la ampliación de nuestras instalaciones, como la que se está llevando a cabo en Klaeng, nuestro crecimiento pasa al siguiente nivel».

Esta gran ampliación, destinada a satisfacer un aumento de la demanda, no ha conllevado sacrificios importantes. La planta es la más sostenible de su clase en el sudeste asiático, y ha recibido el certificado de plata del DGNB, el Consejo de Construcción Sostenible de Alemania. Para ahorrar recursos, se ha cubierto el techo del nuevo edificio con paneles solares, que permitirán reducir las emisiones de CO₂ en aproximadamente mil toneladas al año. Además, se siguen rigurosos procedimientos para reducir el consumo de agua: concretamente, el agua residual doméstica se somete a un tratamiento biológico para dotarla de la calidad necesaria para la ducha, y se aprovecha para el riego y las cisternas de los servicios.

Todo esto pone de relieve la inversión a largo plazo que está haciendo GROHE en la región, donde su impacto social cumple con las normas de sostenibilidad. «En nuestra plantilla hay muchas familias y gente joven. De hecho, la media de edad apenas ronda los treinta años. Sin embargo, también tenemos empleados que llevan más de veinte años con nosotros o que incluso han estado aquí desde que se inauguró la planta», señala Ralf Goehringer, conocedor del compromiso de la empresa con las familias, puesto que su padre trabajó en GROHE durante más de cincuenta años. De hecho, Ralf se crió al lado de la planta alemana de Lahr, donde a los quince años consiguió su primer trabajo de verano pintando tanques.

Ralf Goehringer es director general de GROHE Siam desde 2015.



ÉPOCA DORADA

GROHE

TEXTO: HENNY BOHM

GROHE, el líder mundial en equipamiento sanitario, recibió numerosos galardones en la prestigiosa gala de los iF Design Award 2018. La ceremonia de entrega de premios, a la que asistieron dos mil invitados, tuvo lugar el nueve de marzo en el BMW Welt de Múnich. Los miembros del jurado no lo tuvieron fácil, debido al gran número de proyectos que se presentaron: 6402 de 54 países distintos, un auténtico récord histórico. Los diseñadores de GROHE consiguieron siete premios, dos de ellos de oro, gracias a sus diseños inteligentes, prolongando así su historia de éxitos del año pasado.

El primer diseño en ganar un iF Design Gold Award fue Sense Guard de GROHE, una unidad de control del agua para el hogar inteligente que avisa del riesgo de heladas, detecta microfugas y cierra el suministro de agua en caso de avería. Los miembros del jurado elogiaron «la elegancia del diseño y la facilidad de uso de la interfaz» así como la «combinación de una funcionalidad excepcional y un aspecto minimalista». El segundo iF Design Gold Award fue concedido a GROHE Essence Professional, un grifo de diseño delicado que incorpora una manguera de silicona disponible en varios colores. El jurado destacó la «inteligente mezcla de materiales y colores en un producto de gran calidad» y lo describió como «profesional y de gama alta, agradable de usar y con materiales de una gran calidad».

Con dos Gold Awards, GROHE fue uno de los grandes protagonistas del iF Design Award 2018. En lo que va de 2018, el equipo de diseño de GROHE ha ganado ya veinticuatro premios, por lo que sigue con la buena racha de 2017.

#GROHEGOLD



Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE, junto a su equipo en la ceremonia del iF Design Award, el 9 de marzo de 2018.

Por otro lado, GROHE consiguió cinco iF Design Awards más, gracias al grifo Concetto Professional, formado por piezas cilíndricas de diferentes dimensiones que crean una estética homogénea; al sistema SmartControl, un control de ducha con nuevas opciones combinables que ofrece una experiencia polifacética; y a la colección de grifos de baño Lineare New, descrita como «minimalismo sensual» por sus reducidas dimensiones, su silueta bien definida y unas proporciones perfectamente equilibradas. El último premio se lo llevó GROHE Design Showreel, un vídeo que plasma la filosofía de la empresa de manera visual y emocional, donde destaca la pasión, la precisión y la minuciosidad que se dedica a cada producto.

«Mi equipo y yo estamos muy contentos con este reconocimiento a nuestro trabajo», señala Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE. «Estos premios tan importantes reconocen el éxito de los diseños GROHE en 2017. Independientemente del estilo, nuestros productos siempre son intuitivos y fáciles de usar, y proporcionan un gran rendimiento». En 2017, GROHE participó en diecisiete concursos internacionales de diseño y ganó sesenta y dos premios —una cifra récord—, entre ellos cinco Red Dot Design Awards (Europa), tres Good Design Awards (Japón) y el International Design Excellence Award (Estados Unidos). En el momento de la impresión de esta revista, GROHE ya ha conseguido veinticuatro premios de diseño en 2018, un éxito que subraya la preponderancia de la compañía en el diseño de baños y cocinas.

MEZCLAR Y COMBINAR

No es necesario remover cielo y tierra para diseñar un baño en perfecta armonía. GROHE ofrece una amplia gama de grifos y duchas a juego para hoteles y viviendas particulares.

TEXTO: HENNY BOHM

La antigua ciudad balneario de Wiesbaden tiene un nuevo paraíso del baño: el Radisson Blu Schwarzer Bock Hotel, que fue inaugurado originalmente como casa de baños en 1486. Para que los huéspedes puedan disfrutar del agua en la privacidad de su habitación, el hotel ha aprovechado la solución de diseño integral de GROHE y ha restaurado los cuartos de baño exclusivamente con equipamiento de la marca. Y para los huéspedes que quieran revivir la experiencia en casa, GROHE ofrece productos



que combinan a la perfección y que brindan una experiencia inmejorable.

Como pueden comprobar los huéspedes del Wiesbaden Radisson, todo el equipamiento de baño GROHE —desde los grifos y las duchas hasta los lavabos y los shower toilets Sensia Arena— ofrece lo mejor en estilo, rendimiento y durabilidad, lo que facilita la coherencia en el diseño. Quienes deseen recrear en su casa el confort de los baños del hotel pueden recurrir a las diferentes gamas GROHE, que combinan perfectamente entre sí y ofrecen una funcionalidad impecable. Además, presentan soluciones para todas las edades (tanto para niños como para personas mayores) y multitud de opciones para cuartos de baño, ya sean pequeños como grandes y lujosos.

Los productos GROHE pueden personalizarse y adaptarse a todos los gustos. Los colores transmiten emociones e ideas, por lo que contribuyen a dar vida y personalidad a los espacios, tanto si al cliente le gustan las gamas monocromáticas como si prefiere tonos más brillantes. Los diez acabados de gran calidad de

GROHE SPA Colours (Chrome, Supersteel, Cool Sunrise satinado o pulido, Warm Sunset satinado o pulido, Nickel satinado o pulido y Hard Graphite satinado o pulido) pueden aplicarse a cualquier elemento de latón, desde grifos hasta caños de bañera. El equipamiento de ducha suele incluir un acabado cromado, pero puede personalizarse con cualquiera de los SPA Colours. Los productos GROHE ofrecen total libertad para crear baños armoniosos, y su tecnología punta garantiza un rendimiento inmejorable. Los SPA Colours pueden combinarse con mármol, hormigón, piedra y diferentes tipos de madera para crear entornos armoniosos y únicos. En un mundo de opciones casi infinitas, el cuarto de baño debe ofrecer una gran flexibilidad sin perjuicio de la coherencia. Y para ello, ¿quién mejor que GROHE?



El Radisson Blu Schwarzer Bock de Wiesbaden ha reformado sus baños de la mano de GROHE.



El GROHE Sensia Arena convierte el cuarto de baño en un spa.

PERCEPCIÓN EXTRASENSORIAL

La mayoría de gente llama al fontanero cuando tiene un escape de agua. En este artículo, un experto en instalaciones y un propietario de una vivienda explican cómo GROHE Sense y Sense Guard ayudan a evitar desastres.



PROPIETARIO

«Hace poco tuvimos una fuga de agua en el baño que provocó muchos destrozos. Al principio percibíamos cierto olor a moho, pero no sabíamos de dónde procedía. Al cabo de unos meses, el suelo laminado comenzó a abombarse, y al pisarlo sonaba a húmedo. Evidentemente sabíamos que había algún problema, pero no podíamos ni imaginarnos la magnitud del desastre. ¡Arreglarlo nos costó quince mil euros! El seguro cubrió más o menos la mitad de los gastos, pero la otra mitad la tuvimos que pagar de nuestro bolsillo. Además, tuvimos que trasladarnos a casa de mi madre durante más de dos semanas, porque el moho podía representar un peligro para la salud, y había que tirar y reconstruir toda la zona afectada.

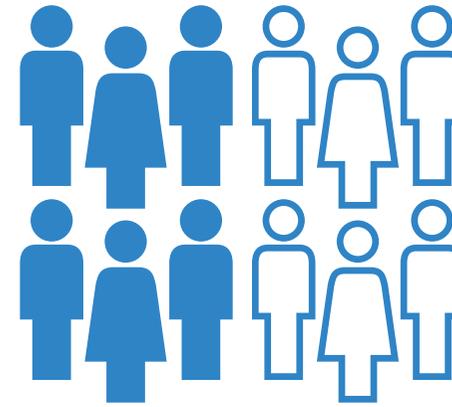
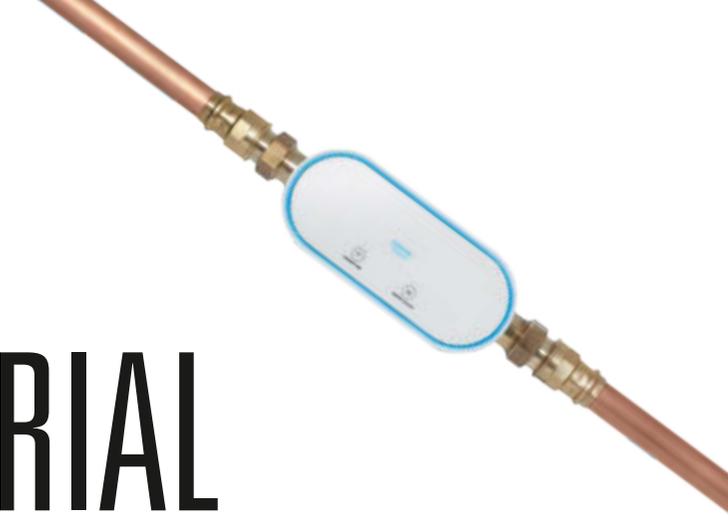
Antes no tenía ni idea de que existiera un sistema capaz de evitar ese tipo de situaciones. Ahora tenemos instalado GROHE Sense y Sense Guard, y sabemos que esto no nos volverá a ocurrir. Si la red hidráulica sufre algún desperfecto, automáticamente se corta el suministro para evitar fugas. Gracias a Sense Guard, podemos estar tranquilos cuando estamos fuera, porque sabemos que el sistema es capaz de controlar este tipo de incidentes. Todo el mundo debería conocer GROHE Sense y Sense Guard».



EXPERTO EN INSTALACIONES

«Soy experto en la instalación del sistema de seguridad GROHE Sense y Sense Guard, y sé que las fugas de agua pueden causar grandes desperfectos. Lo peor es que la mayoría de daños se producen antes siquiera de que nos demos cuenta de que hay un problema. Por eso, cualquier casa inteligente debe tener un sensor que detecte inundaciones y cambios de humedad, y que avise automáticamente al usuario.

GROHE Sense Guard se puede instalar en casi cualquier casa en aproximadamente noventa minutos, siempre que haya una tubería exclusiva para esa vivienda. Lo mejor es colocar los sensores en el contador de agua, debajo del calentador o de la caldera de calefacción central de la cocina o del baño, o cerca de la lavadora. Una vez instalado, Sense Guard controla constantemente las tuberías y detecta rápidamente microfugas y roturas o reventones para que el usuario (o el mismo sistema) pueda responder rápidamente cortando el suministro de agua. Si se produce una inundación en alguna parte de la casa, Sense Guard recibe una señal y corta el suministro para evitar daños mayores. Para controlarlo todo de forma remota, el usuario puede descargarse la aplicación para móvil GROHE Ondus y conectarla con los dispositivos. Así, si se produce una fuga mientras está fuera de casa, la aplicación le informa de lo que ocurre. GROHE Sense es la mejor solución para evitar los daños producidos por el agua».



54%

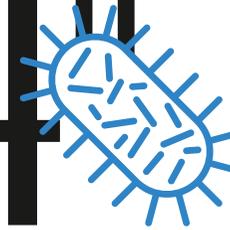
El 54 % de los hogares han sufrido daños causados por el agua.

65%

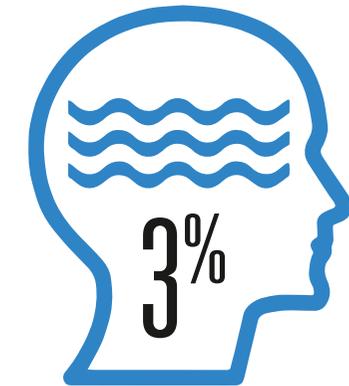
El 65 % de los casos están relacionados con las tuberías.



24H



Al cabo de veinticuatro horas, puede empezar a aparecer moho, que puede causar problemas respiratorios, asma y alergias.



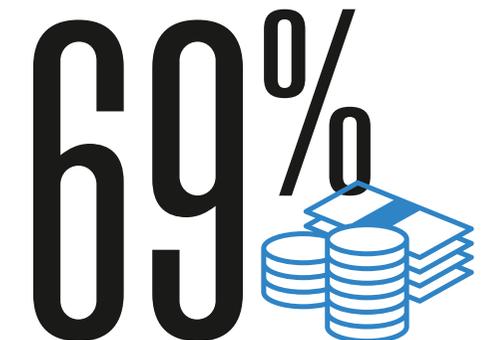
3%

El riesgo es alto. La gente es consciente pero no actúa. Solo el 3 % de los hogares han instalado un sistema de seguridad.



93%

En el 93 % de los casos, se podrían haber evitado los daños causados por el agua.



69%

De media, las compañías de seguros reembolsan el 69 % de los costes de reparación.

Todos los datos corresponden al mercado alemán.

¿Hasta qué punto funcionan bien los cabezales de ducha GROHE?
¿Cómo pueden brindar una experiencia de ducha óptima usando
la menor cantidad de agua posible? Para descubrirlo, la ingeniera
Mirja Bensing ha desarrollado un laboratorio de duchas.

PRUEBA DE EXCELENCIA



Mirja Bensing se puso en contacto con el fabricante de champú Henkel para llevar a cabo su investigación.



En todas las pruebas se usa la misma cantidad y el mismo champú.

En alemán, a los cobardes se les llama «Warmduscher», término que describe a alguien que se ducha con agua caliente. Pese a las connotaciones negativas de la palabra, la ingeniera de GROHE Mirja Bensing reconoce orgullosa que ella es una de esas personas que prefiere ducharse con agua caliente. Para ella es importantísimo disfrutar de una buena experiencia de ducha, tanto a nivel personal como profesional. Bensing trabaja en el desarrollo de chorros de ducha, prueba prototipos y productos finales, y hace poco tuvo una idea revolucionaria que está perfeccionando: el laboratorio de duchas. Así explica cómo se le ocurrió el concepto: «Siempre que desarrollamos duchas con nuevos tipos de chorro, las sometemos a pruebas de estado y funcionalidad, pero hasta ahora nunca habíamos examinado la calidad de nuestros chorros y cómo podemos optimizarlos todavía más, especialmente en lo que respecta a la protección del medio ambiente».

Para reducir el consumo de agua, no basta con disminuir el flujo; cualquiera que se haya enjuagado el champú en la ducha de una piscina sabe que el proceso lleva mucho más tiempo cuando sale poca agua. Por eso, Bensing

está desarrollando un posible sistema de pruebas para duchas. Desde un primer momento pensó que el aspecto medioambiental podría resultar especialmente atractivo para los fabricantes de champú, y se puso en contacto con la empresa Henkel, que también está muy comprometida con el medio ambiente y que acogió la idea con gran interés. Ambas compañías decidieron unir fuerzas y desarrollar el llamado «laboratorio de duchas», donde se llevan a cabo pruebas con el simple pero efectivo sistema de Bensing.

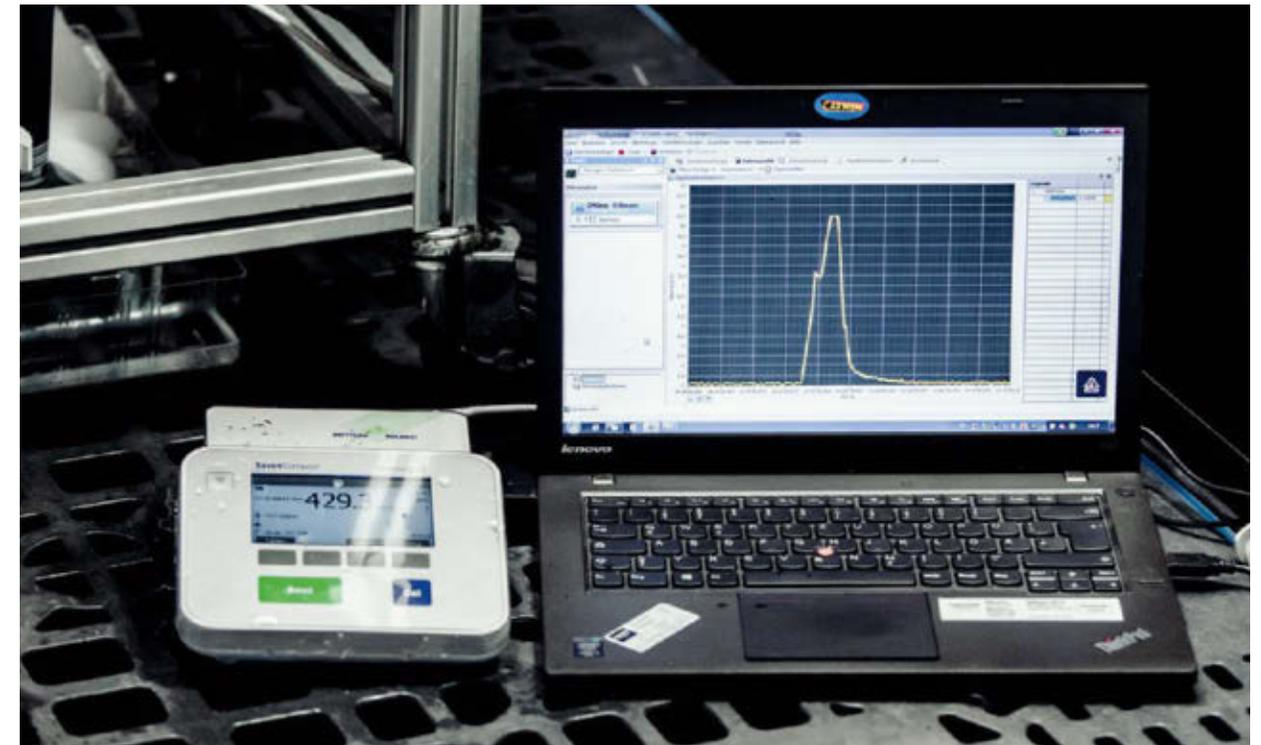
El laboratorio cuenta con un doble banco de pruebas idénticas, lo que permite comparar resultados. Uno lo tiene GROHE y el otro, Henkel. El fabricante hace experimentos químicos para probar fórmulas de champús, acondicionadores, tratamientos y colorantes, y mide la conductividad del agua con un dispositivo ya desarrollado. Por otro lado, GROHE examina todo lo relacionado con los cabezales de ducha desde un punto de vista técnico y analiza la turbidez del agua fijándose en las partículas que contiene antes y después del aclarado. Su banco de pruebas fue diseñado por Mirja Bensing en el laboratorio GROHE.



En el laboratorio de duchas de Bensing se prueban los cabezales de ducha para analizar cómo pueden optimizarse para ahorrar agua y mejorar su eficiencia.



El concepto del laboratorio de duchas es muy sencillo: un contenedor instalado en el desagüe mide la turbidez del agua para evaluar el proceso de aclarado.



El laboratorio de duchas está conectado a un ordenador que registra los resultados con una curva de medición.

Su laboratorio de duchas está ubicado en la parte posterior del enorme laboratorio GROHE, rodeado del estruendo de la maquinaria.

Según explica Bensing, los distintos dispositivos y estaciones de pruebas pueden emplearse para cualquier configuración. El banco de pruebas parece una cabina de ducha de pequeñas dimensiones. En el interior se encuentra la cabeza de una muñeca patrocinada por Henkel, cuyo cabello corto ha sido sometido a gran cantidad de lavados y aclarados en poco tiempo. Otra cabeza con una cabellera intacta y algo más larga espera su turno frente a la ducha. En la mampara de vidrio hay pegada una etiqueta de eficiencia energética, como las de las neveras. Bensing explica, riendo: «Seguro que es cosa de mis compañeros. Algún día nos gustaría crear algún tipo de sello para nuestros cabezales de ducha, sobre todo para reflejar el consumo de agua, y lo más probable es que algún compañero haya pegado esta etiqueta aquí para recordármelo».

El concepto del laboratorio de duchas es muy sencillo: un contenedor instalado en el desagüe mide la turbidez del agua para evaluar el proceso de aclarado. «El procedimiento es el siguiente: instalamos el cabezal de ducha, mojamos y enjabonamos el cabello, lo enjuagamos, cambiamos el cabezal o el tipo de chorro, volvemos a enjabonar y

a enjuagar el cabello, y comparamos los resultados», explica la ingeniera. Se analiza el caudal y el tiempo que tarda el agua en salir limpia, utilizando siempre la misma cantidad y el mismo producto de Henkel. En determinadas pruebas se calcula el tiempo necesario para aclarar el champú a diferentes temperaturas, con el mismo tipo de chorro y el mismo flujo de agua.

Una pequeña pieza de plástico desempeña un papel importante en estas pruebas: el regulador de flujo. Está integrado en la gran mayoría de cabezales y es indispensable en el mercado estadounidense, donde el consumo de agua está sometido a un control más estricto. Como indica su nombre, los reguladores de flujo hacen que el agua salga del cabezal a un volumen constante, independientemente de la presión que haya en la tubería. «Este mecanismo es muy útil porque nos permite mantener un flujo constante en nuestro sistema experimental», señala Bensing.

Tras la fase piloto de aproximadamente un año, y después de analizar detenidamente todos los aspectos, el laboratorio de duchas está completado; ahora ya pueden empezar las pruebas de verdad. Eso sí, antes de lograr el objetivo final de crear una etiqueta de eficiencia energética, la cabeza de la pobre muñeca deberá aguantar unos cuantos lavados más.

LA HIGIENE DEL FUTURO

Marc Meurin explica por qué tomó la decisión de instalar GROHE Sensia Arena en su hotel Le Château de Beaulieu.

ENTREVISTA: HENNY BOHM



El principal objetivo de cualquier hotel debe ser proporcionar el máximo confort a sus clientes. Eso lo sabe muy bien Marc Meurin, el famoso cocinero que dirige el hotel de cuatro estrellas Le Château de Beaulieu y el restaurante de dos estrellas Michelin que se encuentra en el interior y lleva su nombre: Le Meurin. El hotel, que forma parte de la asociación Relais & Châteaux y está ubicado en la localidad francesa de Busnes, fue reformado recientemente con ocasión de su décimo aniversario, y en las habitaciones se instalaron *shower toilets* GROHE Sensia Arena, una buena inversión tanto para los huéspedes como para el propio establecimiento. Las innovadoras funciones del Sensia Arena se adaptan a las necesidades del usuario y ofrecen el más alto nivel de higiene y confort. Además, su instalación contribuye a los esfuerzos ecológicos del Château. Meurin nos cuenta por qué eligió GROHE y por qué no puede imaginarse un hotel moderno sin inodoros Sensia Arena.

GROHE

Antes de nada, ¿cómo descubrió los *shower toilets*?

Marc Meurin

Fue durante un viaje a Japón. Al principio me resistía a usar sus funciones, pero al cabo de unos días terminé probándolas. En seguida me quedé prendado de los *shower toilets* y de la sensación de limpieza que ofrecen. Desde entonces, son una opción innegociable para mí.

G Recientemente ha instalado inodoros GROHE Sensia Arena en su hotel. ¿Por qué decidió confiar en GROHE?

MM GROHE es una marca reconocida por la calidad de sus productos. Personalmente, lo que más me gusta es su fiabilidad. Cuando decidimos reformar el hotel con motivo del décimo aniversario, inmediatamente pensamos en GROHE. Todos los baños del hotel están equipados con grifos de esta marca.

Le Château de Beaulieu está en Busnes, en el norte de Francia.





Fue GROHE quien sugirió la idea de instalar los Sensia Arena, que son innovadores y asequibles. Conociendo la durabilidad y la fiabilidad de sus productos, no me costó nada decidirme.

G ¿Qué fue lo que le convenció de que el Sensia Arena era la mejor opción?

MM Es un producto innovador que proporciona una sensación de higiene total. Además, refleja la filosofía sostenible del hotel, ya que durante los últimos años hemos tratado de ser más ecológicos, mediante la recuperación de residuos y el ahorro energético. Uno de los puntos fuertes del Sensia Arena es que es totalmente personalizable: por ejemplo, permite ajustar la intensidad de los chorros y la temperatura del agua.

G ¿Qué acogida ha tenido el Sensia Arena entre sus clientes? ¿Cuál ha sido su reacción?

MM La mayoría no habían usado nunca un *shower toilet* y su experiencia ha sido

tremendamente positiva. Un cliente en particular me dijo que estaba impresionado con el inodoro y que sería un factor decisivo para volver al hotel. Además, parece que a los niños también les ha gustado la experiencia. Creo que muchos de los clientes que han probado el Sensia Arena aquí, terminarán instalándolo en su casa; una vez has probado un *shower toilet*, resulta difícil volver a usar inodoros convencionales. Y para aquellos que no se sientan cómodos con esta tecnología, lo bueno es que el Sensia Arena también puede utilizarse como un inodoro tradicional

G ¿Cuánto tiempo hace que se instalaron los shower toilets en el Château de Beaulieu? ¿Está satisfecho con la decisión?

MM Durante los dos últimos meses hemos contado con seis unidades de Sensia Arena, y tanto yo como los clientes estamos muy satisfechos. De hecho, queremos acabar equipando todo el hotel con ellos, y ya he pedido dieciocho

El restaurante del hotel, Le Meurin, cuenta con dos estrellas Michelin.





Le Château de Beaulieu tiene veinticuatro *shower toilets* Sensia Arena, que brindan confort y una higiene perfecta.



unidades más. Estoy convencido de que será una buena inversión para el hotel. Es un producto innovador que proporciona confort y una higiene perfecta, y nos ayudará a diferenciarnos de otros establecimientos.

G Para terminar, ¿recomendaría Sensia Arena a otros hoteleros?

MM Sin ninguna duda. Quedé tan satisfecho con los del hotel que al poco tiempo me instalé uno en casa. Incluso estoy pensando en poner otro en mi segunda residencia. A estas alturas no puedo imaginar volver a usar los inodoros convencionales. El cambio es tan radical y satisfactorio que terminas preguntándote cómo podías vivir sin ellos. Creo que es importante adaptar nuestro comportamiento a las innovaciones del momento. En mi opinión, sería un error no invertir en un *shower toilet* al reformar un cuarto de baño, pero hay gustos para todo. Seguro que hay gente que todavía prefiere los televisores en blanco y negro.



Presentamos el nuevo diseño
de la icónica colección Atrio.

ELEGANCIA PRECISA

FOTOGRAFÍA: ATTILA HARTWIG
DISEÑO: MARINA MELENTIEVA









UN ICONO REDISEÑADO

Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE, nos habla de cómo se ha reinterpretado la clásica colección Atrio para crear un icono.

Rediseñar un clásico es una tarea que no debe tomarse a la ligera, ya que hay que buscar el equilibrio entre el respeto al pasado y la exploración de ideas nuevas. A Michael Seum, vicepresidente de diseño de GROHE, le gustan los retos, por eso acepto encantado la responsabilidad de reinventar la icónica colección GROHE Atrio. Según cuenta, era una oportunidad fantástica para darle un aire atemporal aprovechando todas sus virtudes.

GROHE

¿Qué concepto hay detrás del nuevo Atrio?

Michael Seum

Para mí, un icono es algo que puedes dibujar de memoria. Al nuevo Atrio lo llamamos «el icono de la elegancia y la precisión». La elegancia se refleja en un simple círculo, o en un cilindro, que es una de las formas geométricas más femeninas que existen, por su pureza y su perfección. Es un diseño muy actual, pero, con el interiorismo adecuado, puede encajar perfectamente en un ambiente clásico o cosmopolita. Al presentar una geometría tan simple y singular, resulta familiar al tacto. El mundo actual está tan digitalizado y conectado que pensamos que nuestra colección de spa debía tener esa cualidad táctil, y lo hicimos de tal modo que todas las intersecciones fueran perfectas; que no hubiera nada descentrado.

G ¿Cómo influyó en esto la tecnología interior, por ejemplo, los cartuchos?

MS La calidad del diseño se refleja en su belleza y en la precisión de los cartuchos. Nos hemos basado en tres principios: el elemento cilíndrico que define toda la línea, la intersección absolutamente pura de todas las geometrías y la especial atención por las proporciones. Queríamos un diseño que hiciera honor a la calidad de los cartuchos GROHE, que representara nuestro ADN a la perfección.

G La forma cilíndrica es muy fina, por lo que transmite elegancia. ¿Cuánto tiempo habéis trabajado en este diseño, desde el primer boceto hasta ahora?

MS Hace unos dieciocho meses hablamos por primera vez sobre la posibilidad de crear una intersección perfecta de la geometría de spa. La idea cogió forma muy rápidamente, pero la ejecución fue bastante complicada.

G Entonces, fue una idea del equipo que dio lugar a un proyecto de colaboración. ¿A qué dificultades de ingeniería tuvisteis que enfrentaros?

MS Los ingenieros vieron el potencial de Atrio y se pusieron manos a la obra para ayudarnos a hacerlo realidad. Estoy muy contento de cómo adoptaron el nuevo diseño y trabajaron para que todos los elementos técnicos funcionasen. Ahí es donde entra en juego la precisión. La ergonomía, la calidad, los aspectos artesanales... todo ello se lo debemos al esfuerzo de los ingenieros.

G ¿Qué opiniones han recibido sobre el producto hasta ahora?

MS Hemos hecho algunas presentaciones con clientes y arquitectos con los que tenemos muy buena relación. Trabajamos en muchos proyectos de entre dos y cinco años de duración, grandes proyectos arquitectónicos, y cuando ponemos sobre la mesa la posibilidad de instalar el nuevo Atrio, la respuesta suele ser tremendamente positiva. Es un diseño icónico, hermoso, flexible y sencillo. Hemos creado algo que permitirá a arquitectos y particulares diseñar espacios de muchas formas distintas. Al tratarse de un producto tan sencillo, puede encajar en diferentes tipos de interiorismo. Los socios a los que se lo hemos mostrado lo han visto de inmediato.

G ¿Qué planes tienen para el Atrio?

MS Más adelante lo lanzaremos en Spa Colors. Como el diseño es muy neutro, creemos que es ideal para jugar con nuevos colores y acabados en el cuarto de baño. Encaja en todo tipo de entornos, desde los clásicos hasta los contemporáneos y cosmopolitas, y tiene un efecto transformador de los espacios.

ENTREVISTA: GABRIELLE COX



El nuevo Atrio se diseñó con una atención obsesiva por la proporción.

*Pure Freude
an Wasser*



THE ICON OF ELEGANCE AND PRECISION

GROHE ATRIO



El círculo se considera un elemento básico de la geometría natural, una forma pura a la vez que relajante y dinámica. Una metáfora visual íntegra y eterna. Para su nueva colección Atrio, GROHE recurre a esta forma elemental y elegante para crear un objeto icónico que está hecho para ser eterno. grohe.es

TRANSFERENCIA DE CONOCIMIENTO



Con una sinergia perfecta entre los equipos japoneses y alemanes, GROHE y LIXIL han realizado impresionantes avances tecnológicos.

ENTREVISTAS: GABRIELLE COX

Dos cabezas piensan mejor que una. Desde que LIXIL incorporó GROHE a su cartera de marcas, expertos de diferentes departamentos han colaborado para crear una línea de productos de gran aceptación. Hemos hablado con dos equipos que han trabajado en el desarrollo de los inodoros GROHE Sensia Arena y en el dispositivo GROHE SmartControl, este último con una tecnología denominada «Push Valve». Ambos equipos explican en la GROHE Magazine las dificultades que comporta desarrollar tecnología para el mercado europeo y cómo ha resultado la experiencia de trabajar juntos.

SENSIA ARENA

GROHE

¿En qué departamento trabaja cada uno y qué tecnología han estado desarrollando?

Yuji Nakayama

Yo estoy en el departamento comercial de shower toilets y, desde que entré en LIXIL hace quince años, he trabajado siempre en la categoría de Sanitarios y ShoweToilets.

Horst Bachmann

Yo estoy en el departamento de sanitarios de desarrollo técnico, y estamos colaborando con el equipo japonés para incorporar su tecnología de shower toilet en el diseño europeo.

G ¿Pueden describir la tecnología que han desarrollado? ¿Con qué dificultades se han encontrado?

YN Yo he desarrollado un shower toilet más fino y bajo que los que se suelen vender en Japón, porque buscaba un diseño más sofisticado para el mercado alemán.

HB El desafío para nosotros era instalar funciones adicionales en un shower toilet de muy baja altura.

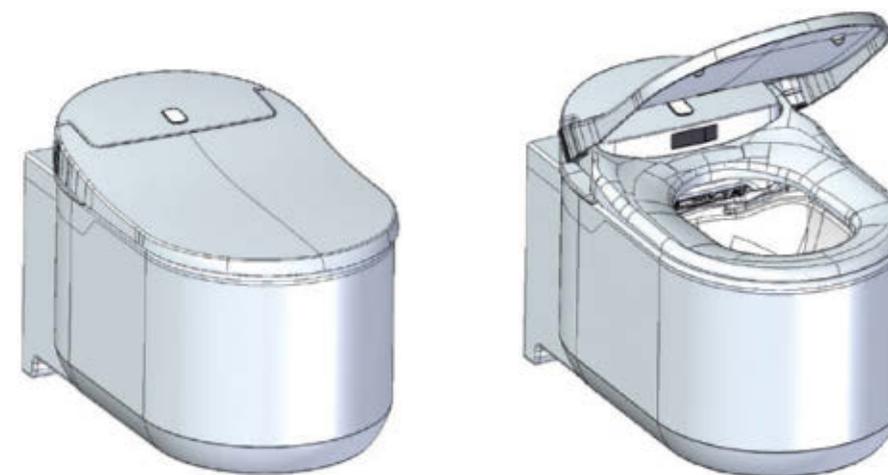
G ¿Cómo lograron superar las dificultades?

HB Queríamos utilizar varios componentes del shower toilet Satis, que es muy popular en Japón, y añadir tecnologías como el clúster de plasma. Para conseguirlo, tuvimos que cambiar completamente el diseño. Desde fuera es difícil darse cuenta de que el Satis y el Sensia Arena están basados en las mismas tecnologías.

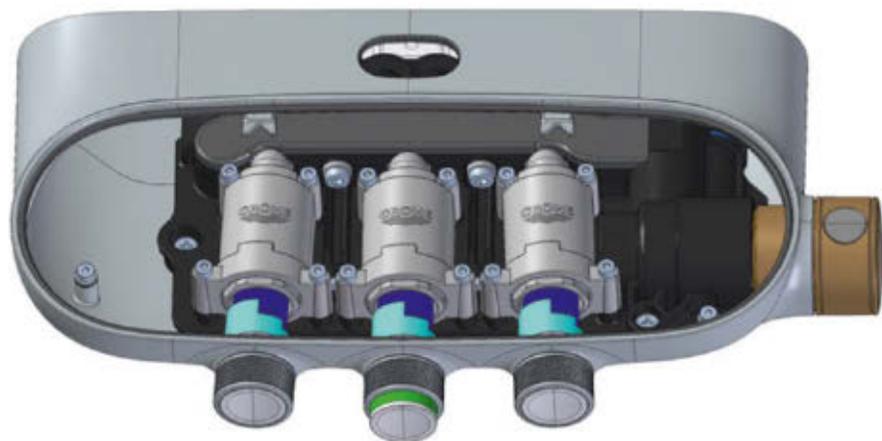
YN Para resolver el problema del espacio y del tamaño, colocamos el mayor número de piezas posible de shower toilet en el interior del sanitario. Cambiamos la estructura y el diseño —como el grosor del asiento, la posición del sensor o la distribución de los componentes— y modificamos la forma de algunos elementos.

G ¿Qué beneficios ofrece el Sensia Arena en lo que respecta a la higiene?

YN Las funciones de chorro y la apertura y cierre automáticos de la tapa ofrecen una experiencia de máxima limpieza. Además, el sanitario Sensia



El GROHE Sensia Arena cuenta con muchos componentes del popular shower toilet japonés Satis, pero el equipo de ingenieros japoneses y alemanes decidió cambiar el diseño de arriba abajo.



La adaptación de la válvula para termostatos de GROHE SmartControl permite al usuario controlar el flujo de agua y su temperatura

Arena cuenta con revestimientos antibacterianos y antisuciedad, llamados AquaCeramic e HyperClean, que reducen la frecuencia de limpieza necesaria con respecto a los inodoros tradicionales.

HB Además de AquaCeramic e HyperClean, se puede activar el clúster de plasma, que elimina las bacterias y evita su reaparición en la superficie de la taza y del asiento, y debajo de la tapa, donde evidentemente no llega el agua al tirar de la cadena.

G ¿Cómo ha sido la colaboración entre ambos equipos?

HB Para mí fue todo un reto convencer al equipo japonés de la necesidad de adaptar sus populares productos al mercado europeo, sobre todo porque llevan muchos años evaluándolos. Creo que la colaboración nos ha ayudado a ser más eficientes al desarrollar funciones innovadoras, y estoy orgulloso de los productos que hemos creado juntos.

YN Yo tengo un gran respeto por mis compañeros alemanes porque siempre persiguen objetivos ideales. Los japoneses solemos trabajar en base a lo que pueden hacer nuestros productos, mientras que ellos piensan más en lo que deberían llegar a hacer.

G ¿De qué se sienten más orgullosos?

YN Como director del proyecto Arena, me enorgullece que el diseño haya ganado catorce premios y haya contribuido al crecimiento de la cuota de mercado de los *shower toilets* en Alemania.

HB A mí me enorgullece haber creado un inodoro que elimina las bacterias en todas las zonas y evita que reaparezcan. Se trata de un beneficio enorme para el usuario, y estoy contento de haberlo logrado. Pero lo más importante es que hemos creado un producto que está destacando en su categoría apenas un año después de su lanzamiento en Alemania. ¡Eso sí que es todo un éxito!

SMARTCONTROL

G ¿En qué tecnología han estado trabajando en sus respectivos departamentos?

Naokazu Onishi

Yo dirijo el proyecto Push Valve. Tras quince años trabajando en el Flush Valve para inodoros domésticos, me destinaron a la sección de grifería con el objetivo de crear una sinergia con GROHE.

David Mainka

Yo también trabajo en Push Valve, pero en el departamento de I+D para duchas GROHE.

G ¿Pueden describir la tecnología que han desarrollado?

NO Push Valve es una tecnología de cartucho que permite realizar dos operaciones al mismo tiempo. Existe desde hace unos diez años, pero hasta ahora solo se usaba como termostato en los grifos de baño.

DM Nosotros descubrimos que también puede usarse en los termostatos, para que el cartucho fije el

flujo deseado de cada chorro y se active con una sola pulsación. Al integrar la tecnología Push Valve en el termostato SmartControl, hemos creado un nuevo concepto de ducha que ofrece al usuario la posibilidad de elegir.

G ¿Qué desafíos han tenido que superar conjuntamente para lograr su objetivo?

NO Los dispositivos Push Valve solo se habían usado en Japón, donde el agua es blanda porque tiene un contenido bajo de minerales. Descubrimos que en Europa funcionarían mal, porque el agua allí es mucho más dura. Comprendimos que no había forma de evitarlo, independientemente de la anchura de la cañería, por lo que debíamos modificar la estructura y crear un mecanismo capaz de limpiar en cualquier circunstancia.

DM Efectivamente, adaptar el Push Valve para que cumpliera con los requisitos de GROHE planteaba un problema, porque no queríamos cambiar ni el concepto ni los componentes básicos. Tuvimos que realizar muchas pruebas en los laboratorios GROHE. El equipo de I+D desarrolló una clavija de limpieza que funciona tan bien que se ha patentado. También cambiamos la forma de la zona de acoplamiento para que una membrana pudiera sellarla adecuadamente, incluso con agua dura.

G ¿Cómo se usa la clavija en SmartControl y qué beneficio aporta este sistema de ducha al usuario?

NO La clavija está ubicada en el cuerpo principal de SmartControl, en la válvula que controla el botón de encendido y apagado y el volumen de agua.

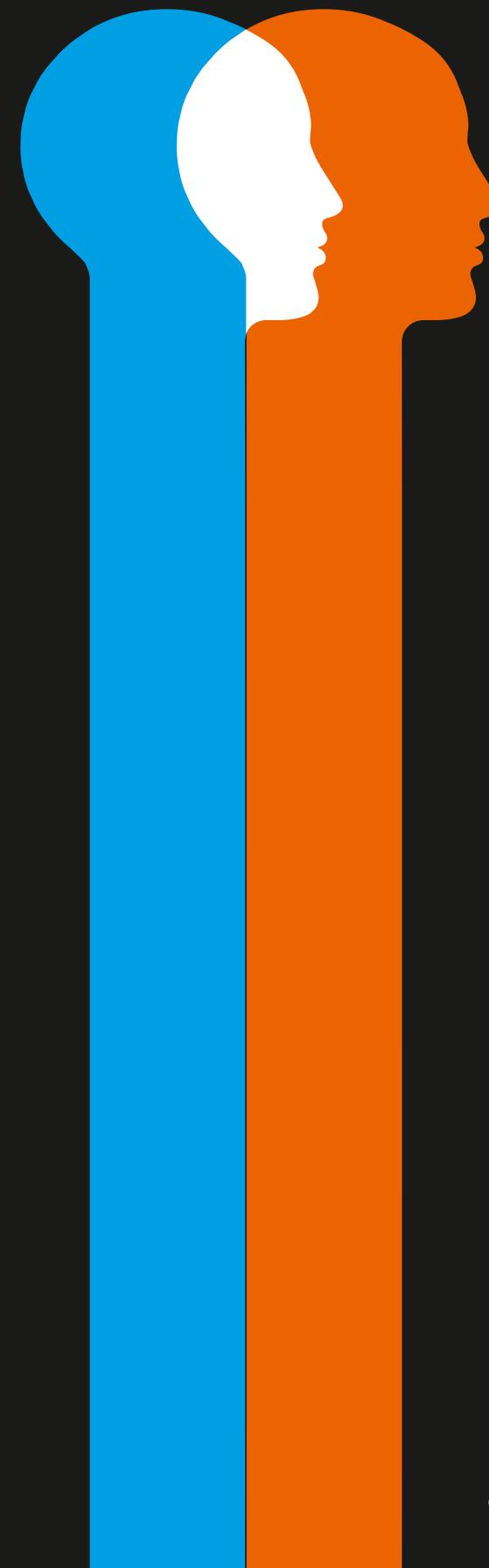
DM El botón de encendido y apagado es muy innovador: no solo sirve para activar la ducha, sino que también permite elegir la intensidad de cada chorro girando levemente el regulador inteligente.

NO Además, la válvula tiene una función que permite establecer diferentes volúmenes para cada botón, por ejemplo para la ducha de mano y la de techo.

G Si miran atrás, ¿de qué se sienten más orgullosos?

DM Creo que podemos estar muy orgullosos de haber creado una categoría de producto totalmente nueva a partir de tecnología japonesa. Es algo muy innovador.

NO Este es el primer producto que nace de la colaboración entre GROHE y LIXIL. Me siento muy orgulloso de haber superado todos los desafíos y haber allanado el camino para futuras colaboraciones.



LAS MEJORES TENDENCIAS

¿Qué tendencias van al alza y cuáles a la baja? El equipo de diseño de GROHE analiza las corrientes interioristas que triunfarán en 2018 y selecciona algunos ejemplos en los que destacan las ilusiones ópticas, los tonos apagados y las superficies pulidas.



Cristal

Imagine el hogar como un conjunto de cristales: una fuente constante de luz fragmentada y un reflejo de todos esos gustos tan selectos, incluido el gusto por los aromas. **Laboratory Perfumes**, de **Zuza Mengham**, son unas cápsulas angulares que parecen haber sido extraídas de una piedra preciosa. Cada cápsula representa uno de los aromas de la colección de perfumes: Amber, Gorse, Samphire, Tonka y Atlas.

Industrial

La reconversión de antiguas fábricas y naves no es ninguna novedad en el campo de la arquitectura, pero el estilo industrial, abanderado de la durabilidad y las formas simples, sigue estando en la cresta de la ola. Estas lámparas de techo de **Artifact**, que transmiten una suavidad nostálgica inspirada en la iluminación de los ferrocarriles de antaño, son un complemento ideal para entornos minimalistas.



Terrazo

El terrazo, con su conglomerado de trocitos de piedras, mármoles y cemento, evoca imágenes de pavimentos monocromáticos mediterráneos pulidos hasta el infinito. El banco **Danish Local**, la propuesta del estudio escandinavo **Örn Duvald**, está realizado a base de una mezcla de hormigón y agua, omnipresente en Dinamarca, y sugiere un acercamiento más sensible a este material.





Pastel

Durante mucho tiempo, los tonos apagados como el castaño rojizo o el ocre han satisfecho el deseo de romper con la monocromía, pero este año los colores pastel adquieren una relevancia especial. El sofá de tres plazas **Scaffell** de **Deadgood** es un guiño a la montaña más alta de Inglaterra, y su dulce pero sobrio tono coral insufla carácter a un espectro funcional.



Basura

En inglés hay un refrán que dice: «la basura de una persona es el tesoro de otra». **Kizis Studio** ha plasmado esta máxima en la **Artichair**, una silla realizada con cardo comestible —muy abundante en el Mediterráneo—, lijada y pulida para mayor comodidad al sentarse.

Botánico

A medida que crece el interés por el diseño sostenible, también aumentan las opciones para añadir detalles botánicos en el hogar. El papel pintado **Palm Jungle** de **Cole & Son** rinde homenaje a la verde exuberancia de la selva.



BRILLO Y LANGUIDEZ

Con sus obras de mil colores y grandes dimensiones, que imitan los arrecifes de coral, la artista y activista Courtney Mattison pretende denunciar los efectos de la contaminación oceánica.

TEXTO: ALEXANDRA PEREIRA

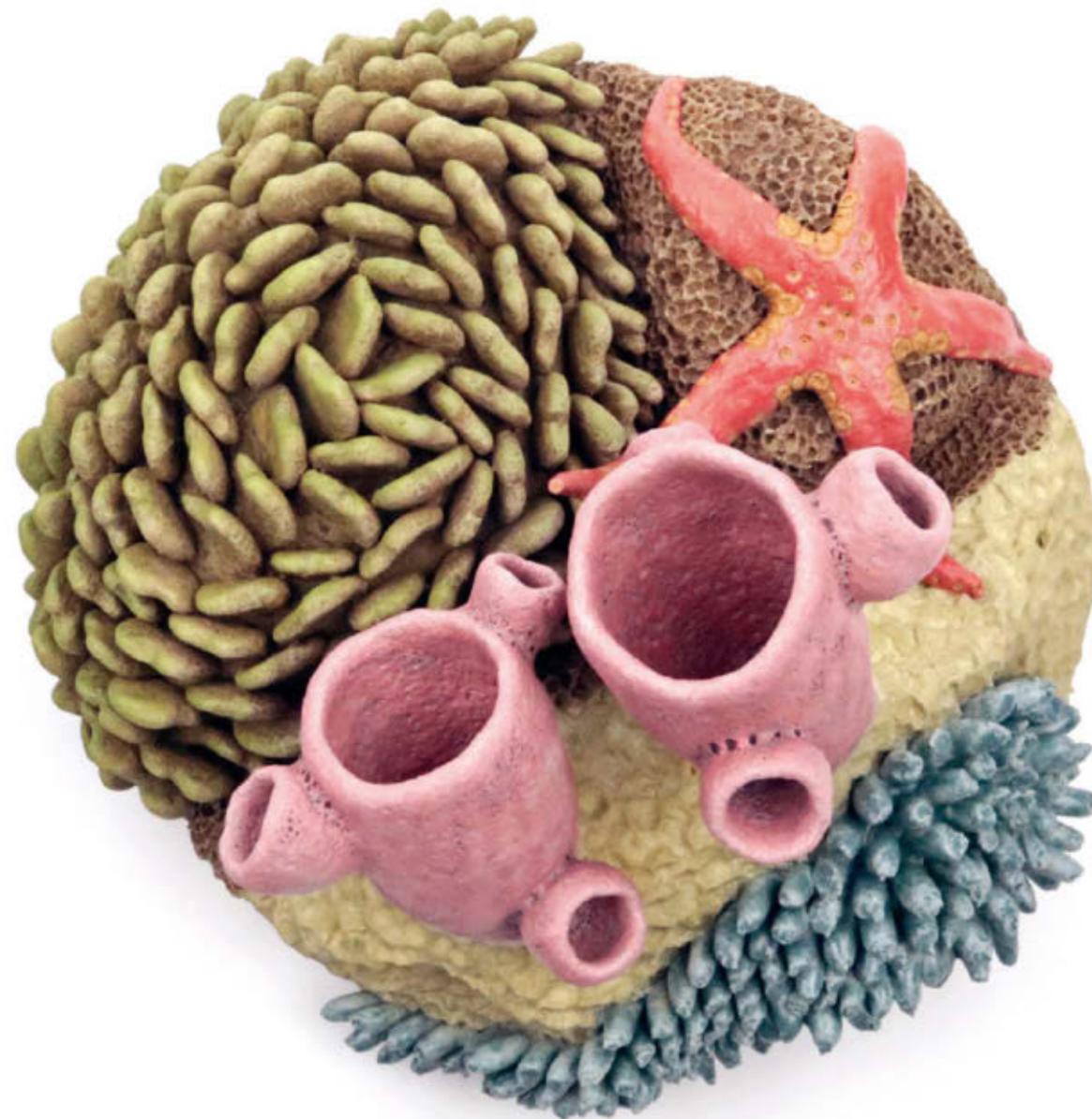


El objetivo de Courtney Mattison es concienciar sobre el peligro que corren los arrecifes de coral.

Un arrecife de coral de rojos carnosos y verdes salvia y esmeralda, rodeado por esqueletos coralinos de un blanco inmaculado que emergen del abismo azul oscuro circundante. Courtney Mattison, una artista y activista de San Francisco, siempre se ha sentido fascinada por estos hermosos ecosistemas submarinos y los reproduce en sus extraordinarias obras de cerámica. Su fijación por los arrecifes de coral no se debe solo a su belleza, sino también a su naturaleza un tanto peligrosa: «Me encantan porque son exóticos, heterogéneos y a menudo venenosos».

Por desgracia, el coral está seriamente amenazado por la contaminación oceánica, causada —entre otros motivos— por nuestra dependencia del plástico no reciclable, y ese es el aspecto en el que se centra el trabajo de Mattison. En un intento por salvar a esta colorida especie, la «artista» —como le gusta llamarse— plasma sus conocimientos de biología marina en bellas esculturas de cerámica que han causado sensación en el mundo científico. Para el vidriado, usa carbonato de calcio (uno de los compuestos de los corales), que se vuelve quebradizo





Las obras de Mattison están realizadas de cerámica, y el vidriado contiene carbonato de calcio, uno de los compuestos de los corales.

rápidamente y recuerda a la superficie irregular del coral. Las obras de Mattison están realizadas de cerámica, y el vidriado contiene carbonato de calcio, uno de los compuestos de los corales.

Mattison no es la primera artista en buscar inspiración en el mundo submarino ni en hacer activismo medioambiental. Celia Gregory, una artista británica que trabaja con mosaicos y tecnología 3D, creó en 2016 un parque de esculturas submarinas. Cerca de su país de las maravillas, en tierra firme, se celebró un festival de la ecología y el bienestar con charlas y talleres sobre biosferas dañadas e investigación oceánica. Además, los visitantes podían hacer snorkel o bucear alrededor de sus obras para experimentar el impacto emocional de su jardín sumergido, pues a veces es necesario ver para sentir. Esto también se ve reflejado en *Belize Sea Goddess*, otra obra de Gregory que se instaló en una reserva marina ese mismo verano, durante la National Reef Week.

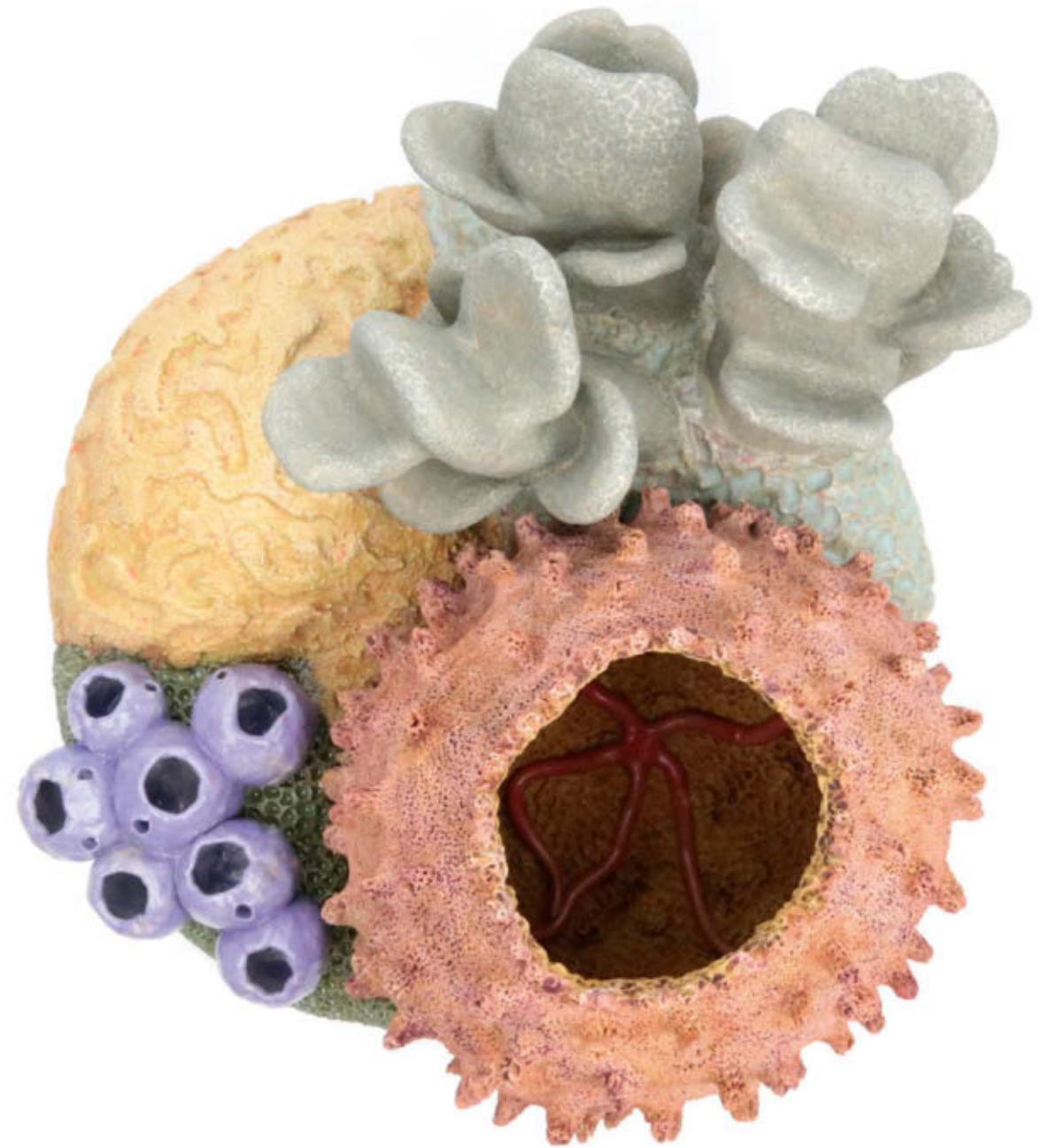
«Me encantan porque son exóticos, heterogéneos y a menudo venenosos», afirma Mattison sobre los arrecifes de coral.

Mattison se inspira en el trabajo de pioneros como el fotógrafo Spencer Tunick, quien también lleva a cabo proyectos en lugares destacados con el fin de despertar la conciencia social y medioambiental del espectador.



In a bid to save coral reefs from the dangers of pollution, the self-proclaimed «artist» transposes her marine biology background into her fine sculpture work.

Así pues, tiene mucho sentido que su tesis de máster tuviera como objetivo «dedicar un monumento a la grave situación de los arrecifes de coral y abogar por la protección medioambiental y el cambio de políticas». El resultado de su trabajo fue una sublime obra coralina llamada *Our Changing Seas I: A Coral Reef Story*, a la que en años posteriores siguieron dos versiones más. Con casi cinco metros de altura, más de tres metros de anchura y más de 680 kilos de peso, es una obra intimidante. Grandes algas de aspecto viscoso y corales rojos en expansión se funden en un arrecife dañado y descolorido que representa la recuperación y el miedo, o, en palabras de la misma artista, «una esperanza de recuperación, que refleja la idea de aquellos a los que he entrevistado y que insisten en que las imágenes esperanzadoras son más efectivas que las representaciones funestas».



Mattison se inspira en el trabajo de artistas pioneros como Spencer Tunick o Celia Gregory.



APRENDIENDO DE ÁFRICA

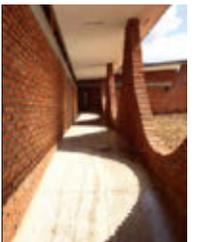
Diseñador, investigador urbano y creador de una laureada escuela flotante, Kunlé Adeyemi es un arquitecto multidisciplinar que ha trabajado en distintos continentes.

TEXTO: JOSIE THADDEUS-JOHNS

Hay pocas cosas que no haga Kunlé Adeyemi: conferenciante, arquitecto, diseñador de muebles e investigador urbano. Le interesan todas las disciplinas relacionadas con la planificación urbanística, especialmente en los países en desarrollo. Su principal objetivo es llenar vacíos en infraestructura para crear redes e intercambios útiles para los usuarios. Desde su trabajo arquitectónico y de planificación en la caótica ciudad de Lagos (Nigeria) hasta sus diseños más prominentes, como su versión neoclásica invertida de la Serpentine Summer House, el objetivo es siempre el mismo: «La necesidad de rendimiento, valor e identidad —clave para el éxito— es la misma en todos los proyectos, desde una silla para obras benéficas en Sudáfrica o un revolucionario espacio artístico giratorio creado para Prada en Seúl, hasta un plan visionario de agilizar el tráfico en Lagos con el 4th Mainland Bridge».

A Adeyemi siempre le ha interesado la arquitectura. Siguiendo los pasos de su padre, diseñó su primer edificio siendo apenas un adolescente y posteriormente trabajó en el legendario estudio de Rem Koolhaas, OMA, donde participó en proyectos como el de un pabellón giratorio gigante creado para Prada en Corea: un extraño cruce entre una tienda de campaña y un dado de cuatro caras.

Posteriormente, creó su propio estudio en los Países Bajos y se especializó en arquitectura flotante, una disciplina que utiliza el agua como cimiento y que durante los últimos años ha cobrado gran relevancia en el ámbito de la planificación urbanística, porque ofrece un «espacio azul» de valor inestimable para los arquitectos que trabajan en centros urbanos sobrepoblados y atravesados por ríos o canales. Como consecuencia del aumento del nivel del mar causado por el calentamiento



La Black Rhino Academy de Kunlé Adeyemi es un espacio de aprendizaje en medio de la naturaleza de Tanzania.



global, algunas comunidades costeras amenazadas por las inundaciones están instalando sus viviendas sobre la superficie del agua, una idea especialmente interesante para los países en vías de desarrollo que están experimentando una urbanización acelerada.

Adeyemi partió de esta realidad para crear la Makoko Floating School de Lagos, uno de los proyectos insignia de su estudio, y que le ha reportado varios premios. Se trata de una pequeña escuela de tres pisos construida sobre un lago en la antigua capital de Nigeria. Para ello se fabricó una estructura triangular con madera local y se instaló sobre una plataforma flotante. El edificio no solo ofrecía un aula educativa a una población cuya única escuela se encontraba en una zona con riesgo de

inundaciones, sino también un espacio adaptable que podía utilizarse como centro comunitario, centro de salud o mercado, según las necesidades del momento. «Estamos aprendiendo a convivir con el agua en lugar de luchar contra ella», apunta Adeyemi.

Curiosamente, el proyecto cambió el destino de la escuela extraoficial de Makoko. Las autoridades locales pretendían demolerla, pero una vez confirmada la construcción, cancelaron sus planes. El proyecto ganó uno de los premios de AR Emerging Architecture en 2013 y recibió varias nominaciones para otros certámenes, como el International Award for Public Art de 2015. Por desgracia, en 2016 la construcción se vino abajo debido a los devastadores efectos de una fuerte tormenta, lo cual puso de

Para el Serpentine Pavilion, el arquitecto e investigador invirtió el espacio interno de un edificio neoclásico.



El diseño final de Adeyemi para Chicoco Radio incluye un mástil que sostiene la plataforma sobre el agua.

manifiesto el riesgo de construir en aquellas zonas más afectadas por el cambio climático.

Adeyemi, que vive actualmente en los Países Bajos —referencia mundial de la arquitectura flotante—, está comprometido con la transmisión de la experiencia en gestión del agua europea a países en desarrollo, así como con el empleo de estrategias urbanísticas originales del contexto urbano africano. Recientemente ha trabajado en varios edificios flotantes en la costa nigeriana, como Chicoco Radio: un centro de medios de comunicación que se está construyendo en Port Harcourt con materiales autóctonos y que pasará a ser propiedad de los residentes de la zona, quienes además lo gestionarán. La participación de la población local fue un aspecto esencial para Adeyemi y su equipo, que pasaron varios años

debatido con la comunidad para lograr satisfacer sus necesidades. El diseño final incluye un mástil que sostiene la plataforma sobre el agua, una alegoría de la importancia que tendrá esta en el futuro de la gente.

A pesar de su firme interés por la arquitectura flotante, Adeyemi insiste en que su trabajo no se centra en eso: «Lo importante para mí es establecer una relación entre el agua y la ciudad, entre el agua y las personas». De hecho, su currículum atestigua que ha trabajado en todo tipo de espacios públicos. Uno de sus proyectos más recientes es la Black Rhino Academy de Karatu, en Tanzania: un internado de primaria y secundaria pensado para que los alumnos aprendan en la naturaleza mediante una experiencia inmersiva. El edificio está dividido en tres «islas» (dedicadas,



Con tres pisos de altura, la escuela ofrecía un aula y un espacio de uso libre para la comunidad.



respectivamente, al juego, a la vida y al aprendizaje) y rodeado de naturaleza en estado puro, donde las jóvenes mentes encontrarán protección y libertad.

Su esfuerzo por resolver los problemas conceptuales y prácticos de un mundo globalizado y urbanizado le ha valido grandes elogios de la comunidad arquitectónica. En 2017 fue nombrado Aga Khan Design Critic in Architecture por la Harvard University Graduate School of Design y formó parte del jurado de los premios RIBA y AIA. Un año antes, en 2016, su segunda Makoko Floating School ganó el preciado León de Plata en la Bial de Arquitectura de Venecia. Esta segunda versión de la escuela flotante es la única que queda en

pie tras desplomarse el prototipo inicial a causa de unas lluvias torrenciales, un incidente que subraya la importancia de invertir continuamente en los proyectos y de aprender de la experiencia. «La innovación de la segunda Makoko Floating School no fue solo nuestra, sino también de la comunidad», explicó Adeyemi a Architectural Digest. «Nuestro trabajo consistía solamente en dar una nueva forma a esas ideas y en mejorar lo que ya existía. En un futuro, los arquitectos serán vistos como agentes del cambio». Independientemente de la dirección en la que sople el viento, y de si la marea está en flujo o en reflujo, lo que dará continuidad a las ideas de Adeyemi es su apuesta por el desarrollo sostenible de la comunidad.

Para la Makoko Floating School se fabricó una estructura triangular con madera local y se instaló sobre una plataforma flotante.





La segunda versión de la Makoko Floating School ganó el premio León de Plata en la Bienal de Arquitectura de Venecia de 2016.

UN SUEÑO DE PORCELANA

Las geometrías imaginarias de Alexis Christodoulou forman la composición virtual perfecta para las líneas de sanitarios GROHE.

Como si hubiera salido de un sueño, la gama Bau incluye productos totalmente intuitivos que están disponibles como solución integral de baño.



Los ángulos geoméricamente precisos de la línea Cube combinan con tu cuarto de baño.





Con la gama GROHE Sanitarios Euro, es fácil encontrar el equilibrio perfecto entre lujo y simplicidad, entre elegancia contemporánea y estilo tradicional.



A pesar de no participar en competiciones, Laird Hamilton es uno de los surfistas más famosos del mundo. Hemos hablado con él del nuevo documental sobre su vida y de su compromiso con la protección de los océanos.

COMO PEZ EN EL AGUA

TEXTO: DELPHINE SAINT-JEAN



La especialidad de Hamilton es surcar grandes olas. De hecho, se le conoce por haber surfeado «la ola más grande de la historia» en el arrecife de Teahupo'o, en Tahití.

Nacido en 1964, Laird Hamilton es uno de los surfistas de olas grandes más famosos del mundo a pesar de no participar en competiciones.



Es difícil imaginar lo que puede pasar por la cabeza de Laird Hamilton cada vez que se desliza con su tabla a lo largo de una gigantesca cortina de agua. Considerado uno de los mejores surfistas de olas grandes de todos los tiempos, se ha enfrentado a algunas de las olas más monstruosas del mundo, pero su apetito por los retos es insaciable. ¿Cómo se atreve a desafiar una fuerza tan incontrolable que podría partirlo en dos en cualquier momento? «El mar es mi casa», responde.

Nacido en una esfera de agua salada experimental en San Francisco (¿dónde si no?) en 1964, su filosofía consiste en no dejar pasar ninguna oportunidad, un planteamiento vital que muestra *Take Every Wave*, un documental sobre su vida dirigido por la nominada a los Óscar Rory Kennedy. La película comienza en 2016 —se ve a Hamilton en la isla de Kaua'i observando con anhelo el increíble oleaje creado por El Niño— y hace un repaso de su carrera profesional y de su vida personal

recordando los momentos más destacados, como aquella vez que surfeó «la ola más grande de la historia» en el peligroso arrecife de Teahupo'o, en Tahití.

Hamilton está contento con el recibimiento que ha tenido el documental hasta ahora: «Podemos decir que los críticos han sido benévolos», sentencia. Uno de los aspectos a destacar del film es que no se centra en la temática surfera, sino en mostrar un retrato íntimo del surfista y de su esposa, Gabrielle Reece, jugadora profesional de voleibol y modelo. «Cuando [Rory] Kennedy y su marido Mark se involucraron en el proyecto, pensaron que lo mejor era ofrecer una visión personal de mi vida», explica Hamilton. «Yo quería que la película tuviera el mayor impacto posible y ellos son narradores de historias, así que seguí sus consejos».

A estas alturas, Hamilton ya está más que acostumbrado a las cámaras, y no solo cuando surca sobre las olas cristalinas con la tabla. A



Hamilton es uno de los inventores del *tow-in surfing*, una modalidad que permite surfear olas todavía más grandes.

los dieciséis años llamó la atención de un cazamodelos en la playa de Kaua'i, lo que le llevó a posar para *Men's Vogue* Italia y a protagonizar una sesión fotográfica junto a Brooke Shields. También ha actuado en varias películas, como en el documental sobre surf *Riding Giants* (haciendo de sí mismo) o en *Muere otro día* (como doble de Pierce Brosnan en una escena de surf).

«Intervienen muchos factores para lograr una vida plena y feliz».

Hay mucho de James Bond en Hamilton: valor, multitud de talentos, sangre fría para enfrentarse a obstáculos prácticamente insuperables... pero su estilo de vida es mucho más meditativo que el del inmortal personaje de Ian Fleming. «Intervienen muchos factores para lograr una vida plena y feliz. Es como la rueda de una bicicleta: todos los radios deben estar en buen estado para que funcione correctamente», explica.

Volviendo al «gran azul», asegura no haber dejado nunca que la presión social le impidiera disfrutar de la sensación de surfear y mejorar su relación con el mar. Eso se debe, en parte, a haber elegido una filosofía más holística que la que suele promover el surf competitivo. Hamilton evita las grandes competiciones en pro de la exploración y la conexión con el agua. «Mi relación con el mar es más artística y filosófica que la de un surfista convencional», comenta.

Habiéndose criado en Hawái junto a su madre y a su padre adoptivo (también surfista), su forma de entender este deporte bebe mucho de las tradiciones hawaianas y su conexión con el mar. «La cultura polinesia ha influido en mi vida. Cuando creces en una isla, si no te relacionas con el mar puedes acabar sintiéndote encerrado. Para mí, la exploración y la relación con la naturaleza son fundamentales». Pese a la importancia que da a los aspectos naturales del surf, ha dedicado gran parte de su carrera a innovar y a buscar nuevas formas de utilizar la



«El mar es mi hogar», afirma Hamilton, protagonista del aclamado documental *Take Every Wave*.



tecnología en el agua. Por ejemplo, inventó el *tow-in surfing* junto con dos amigos, usando barcas hinchables para ayudar al surfista a alcanzar olas que serían inalcanzables de otra forma. También ha sido un gran defensor del foilboarding, una disciplina en la que se utiliza tecnología de hidroalas para impulsar la tabla y que permite aprovechar la fuerza del mar para acercarse a la ola. A la pregunta de si existe una disonancia entre su concepción naturalista del mar y el uso de tecnología, Hamilton responde que no: «Todas estas técnicas no son más que nuevas formas de relacionarse con el mar. Si

eres muy purista y te empecinas en rodar sobre un neumático de madera, no llegarás muy lejos».

Lo que realmente le interesa a este adicto a las olas es encontrar formas de lograr lo imposible, como el *foilboarding*, que «permite aprovechar la energía de las olas como nunca antes».

Además de explorar nuevas formas de practicar el surf, Hamilton está muy comprometido con la protección de los océanos. Por ejemplo, forma parte del movimiento Project 0, que tiene por objetivo conectar a los distintos actores implicados en la defensa de este bien tan

preciado. «El ámbito de la protección medioambiental está bastante fragmentado, por lo que seguramente lo más importante es unir fuerzas y entender cuáles son las prioridades», explica. «Mediante el surf puedo contribuir a que la gente valore más el mar y las posibilidades que ofrece, y fomentar la participación en actividades marítimas. El objetivo es incorporar cada vez más gente a la causa para hacernos oír». Si hay algo con lo que sueña Laird Hamilton, es con crear un mundo mejor y más sostenible.

CULTURA ARQUITECTÓNICA

TEXTO: GABRIELLE COX

Berlín y la vecina Potsdam albergan más de 180 museos. GROHE Magazine presenta tres joyas arquitectónicas inauguradas recientemente: dos grandes monumentos históricos y un centro de arte callejero.





Los lavabos del Museo Barberini están equipados con grifos automáticos GROHE Euroeco Cosmopolitan E.

MUSEO BARBERINI

Por fin renace una de las joyas arquitectónicas de Potsdam.

Potsdam siempre ha sentido nostalgia de los edificios barrocos y rococó que fueron destruidos durante la Segunda Guerra Mundial y los años posteriores. Uno de esos edificios es el Palacio Barberini, construido en 1772 a orillas del río Havel y reabierto en 2017 como museo de arte bajo el mismo nombre. Uno de los aspectos más complicados de la reconstrucción de edificios de estilo clásico es la recreación de los detalles, y a eso tuvo que enfrentarse el arquitecto Thomas Albrecht, del estudio Hilmer Sattler Architekten. Afortunadamente, se conserva una gran cantidad de documentos e imágenes del edificio anteriores y posteriores a su destrucción, por lo que Albrecht tenía una referencia precisa: «Se podían contar los niveles de ladrillos de la fachada, así que teníamos claras las dimensiones».

La reconstrucción del Palacio Barberini formaba parte de un plan municipal para

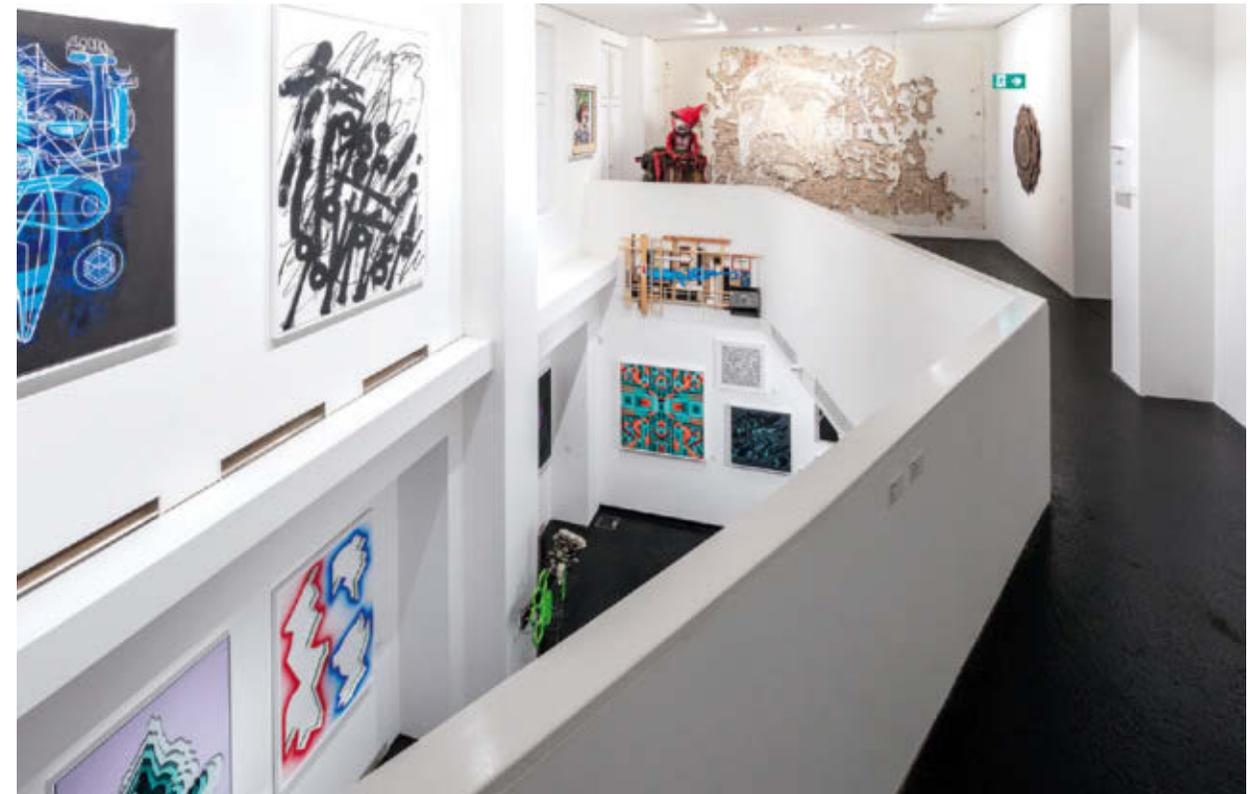
revitalizar la zona. «El proyecto era especialmente interesante porque el Barberini complementaría los otros edificios del Alter Markt: el restaurado Potsdamer Stadtschloss, la reformada Nikolaikirche, el Alte Rathaus y los obeliscos. Ahora es posible volver a experimentar la fascinante dinámica de la plaza», explica Albrecht. Naturalmente, un palacio como el Barberini necesita baños palaciegos, pero también contemporáneos. Por eso se equiparon con grifos automáticos GROHE Euroeco Cosmopolitan E, que proporcionan agua fría o premezclada a la temperatura deseada. El chorro se activa mediante un sensor de infrarrojos, sin necesidad de tocar el grifo, y se detiene automáticamente gracias a un temporizador, lo que ayuda a evitar la transmisión bacteriana entre usuarios. Es un sistema digno de una reina (y de un aficionado a los museos de arte).



El Palacio Barberini, construido en 1772 a orillas del río Havel, reabrió sus puertas en 2017 reconvertido en museo de arte.

Fotos: Stefan Müller (interiores), Helge Mundt (exteriores)





La zona de exposiciones es un espacio abierto de dos pisos, lo que permite al visitante observar las obras de arte desde diferentes perspectivas.

NACIÓN URBANA

Un espacio cambiante que acoge los grafitis de la calle.

Exhibir arte callejero en un museo puede parecer una paradoja, pero el estudio de arquitectura GRAFT dio sentido a esta idea en el Urban Nation Museum, alojado en un edificio de cinco pisos del barrio berlinés de Schöneberg. Para mostrar la naturaleza efímera del arte callejero, GRAFT creó una fachada modular que permite exhibir obras gráficas que posteriormente pueden incorporarse a la colección del museo. «No es un templo del arte, sino un centro de energía abierto, siempre preparado para el cambio», explica Thomas Willemeit, uno de los fundadores de GRAFT. «Se trata de que el arte alternativo encuentre su propio espacio y de ayudar a redescubrir la ciudad. Queríamos tender un puente entre el arte y la ciudad, y para lograrlo tuvimos que trasladar la ciudad al interior del museo».

Fotos: Tobias Hein

La institución que gestiona el Urban Nation Museum ha hecho un gran esfuerzo por conseguir la aceptación de la comunidad de arte urbano: para ello ha fomentado debates y otorgado total libertad a artistas y comisarios para exhibir sus creaciones en el lugar y de la forma que prefieran. La zona de exposiciones es un espacio abierto de dos pisos, lo que permite al visitante observar las obras de arte desde diferentes perspectivas. El diseño contemporáneo del museo se extiende también a los baños: los lavabos están equipados con grifos automáticos GROHE Essence E, con la tecnología StarLight de GROHE, que brinda a las superficies cromadas una resistencia especial al desgaste.



GRAFT transformó un edificio de cinco pisos del barrio berlinés de Schöneberg en un museo de arte urbano con una fachada modular.



Durante las obras de modernización de la Staatsoper Unter den Linden se instalaron varios productos GROHE, que proporcionan confort tanto a los intérpretes como al público.

STAATSOPER UNTER DEN LINDEN

Ecós del pasado en un palacio de la ópera restaurado y con una acústica mejorada.

Desde 2009, el estudio de arquitectura HG Merz dirige la restauración de la Staatsoper Unter den Linden de Berlín, que abarca también el edificio del director y el del almacén. Plenamente consciente de su importancia histórica, Hans Günter Merz (fundador y director del estudio) basó su trabajo en el diseño del arquitecto Richard Paulick, responsable de la reconstrucción de la ópera entre 1952 y 1955. «La Staatsoper es uno de los símbolos arquitectónicos más destacados de la reconstrucción de la RDA, y un vestigio importante de la posguerra en Alemania», explica Merz. «El diseño de Paulick rectificó las transgresiones de la época imperial: se redujeron las dimensiones de la torre del escenario y se restauró la fachada respetando la forma clásica de Von Knobelsdorff».

Por otro lado, a Daniel Barenboim, director musical de la ópera, se le encomendó la tarea de mejorar la acústica del auditorio. Para ello, mandó elevar el techo sin elevar el tejado —

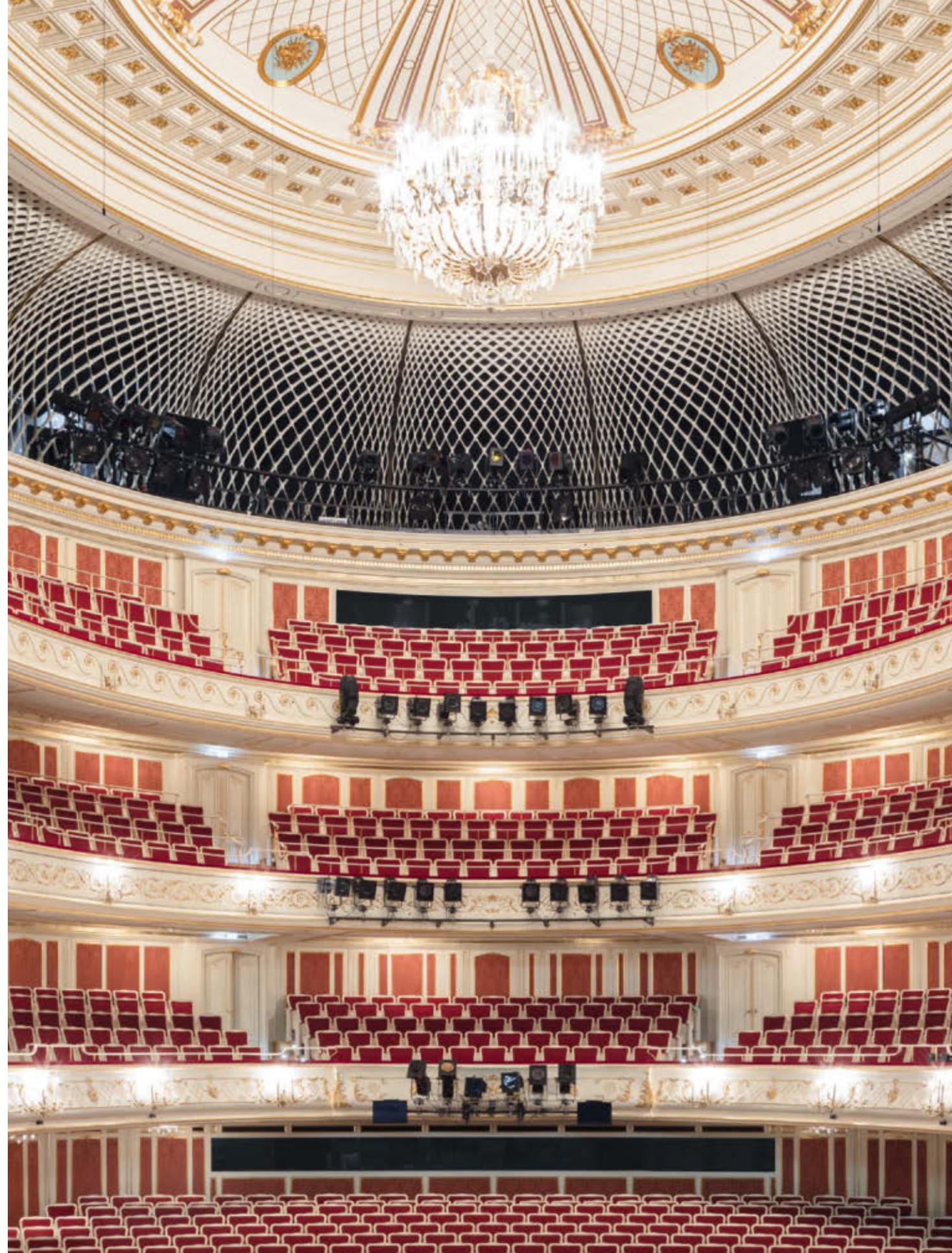
cosa que no permitían las normas de planificación urbanística— para incrementar el tiempo de reverberación de 1,1 a 1,6 segundos. Además, se añadió una galería de reverberación, con un diseño derivado del repertorio de estructuras de Paulick.

Durante las obras de modernización de la Staatsoper Unter den Linden se instalaron varios productos GROHE, que proporcionan confort tanto a los intérpretes como al público. Los vestuarios de los artistas están equipados con duchas de mano Tempesta y con termostatos Grohtherm 2000, mientras que los servicios para el público —con un diseño universal— cuentan con grifos Euroeco Special, cuya palanca está contorneada hacia arriba para facilitar su uso. Por último, en las salas de ensayo y en el espacio escénico, los grifos clásicos GROHE Eurostyle y Europlus presentan la resistencia necesaria para soportar las exigencias del uso diario, lo que los hace ideales para las manos de los intérpretes más famosos del mundo.



El estudio de arquitectura HG Merz comenzó la restauración de la Staatsoper Unter den Linden en 2009.

Fotos: Marcus Ebener



ESPEJISMO DESÉRTICO

El valle de Coachella esconde una fascinante visión caleidoscópica.

La mejor descripción gráfica de un espejismo es un verde oasis en medio de un inhóspito desierto; una salvación imaginaria tan atractiva como incierta. El artista Doug Aitken ha materializado esa idea en Mirage: una pequeña casa reflectante que, vista desde el exterior, parece fundirse con el desierto que la rodea. Sus formas se transforman bajo el efecto de la luz solar, por lo que a veces el espectador no es capaz de distinguir lo real de lo ilusorio.

«Estamos entrando en una era en la que las cosas están desmaterializadas y son mucho más holográficas», explica Aitken, que es un gran admirador del arquitecto Frank Lloyd Wright. «No existe diferencia alguna entre el trabajo que hago y el mundo donde vivo», añade en alusión a su obra, que estuvo abierta al público durante todo el 2017 en el desértico valle de Coachella, en el sur de California. Mirage centra nuestra atención en lo virtual, en lo invisible, en aquello que queda siempre fuera de nuestro alcance, y rinde homenaje tanto al reino de la ilusión óptica como a la arquitectura alucinante.



Pure Freude
an Wasser



ANTES QUE UN GOTEO SE CONVIERTA EN UNA INUNDACIÓN.

DETECTAR PARA SOLUCIONAR CON GROHE SENSE.

El nuevo sistema GROHE Sense monitoriza la humedad, detecta fugas de agua, te avisa de inmediato y corta el agua automáticamente. Disfruta de la inteligencia y la seguridad en tu hogar 24/7. [grohe.es](https://www.grohe.es)

EL NUEVO ATRIO



GROHE
WAVE