

DESIGN  
DIFFUSION  
BAGNO

DDDB

bathroom magazine

cover > sweep, A+DESIGN  
photo dario sigona

il punto > riflessioni con i designer  
in fiera > cersaie > tendenze



colours  
27

ISSN 1120-9720



# COVER>A+DESIGN

txt: lucia porta

A partire dal nome, A+Design, il nuovo marchio della storica azienda di rubinetteria GS dichiara il percorso imprenditoriale intrapreso, orientato a competere sul mercato con una produzione di design affidata allo studio di Francesco Lucchese

A+Design. Just the name of the new brand of the historical taps company GS expresses, alone, the company's entrepreneurial strategy aimed to present on the market a competitive design-oriented range developed by the studio of Francesco Lucchese



Dal know how GS, azienda bresciana attiva nel settore della rubinetteria sanitaria e del valvolame che nel 2006 festeggerà 100 anni di storia produttiva, e dall'incontro con Francesco Lucchese e il suo studio è nata A+Design con l'intento di creare una collezione orientata al design, che affianchi all'azienda madre un marchio nuovo dall'immagine più fresca e attuale. Un percorso imprenditoriale significativo e interessante in un'area industriale, come quella bresciana, particolarmente colpita dalla competizione con i nuovi mercati. Come ci hanno raccontato Giacomo Gnutti, direttore commerciale di GS, e Francesco Lucchese, progettista e art director dell'azienda, da questa ricerca ricerca sono nati non solo nuovi prodotti, ma anche nuove tipologie. Sono stati progettati infatti nuovi elementi di rubinetteria e un completo programma doccia, raccolti all'interno del nuovo marchio.

**Come, quando e perché avete deciso di creare questo nuovo marchio?** Nel dicembre del 2004 abbiamo avuto un primo incontro con lo studio di Francesco Lucchese con cui abbiamo concordato di intraprendere questa nuova strada per ripensare un nostro riposizionamento sul mercato. Avevamo già individuato la necessità di delineare prima un progetto strategico aziendale per arrivare poi al prodotto. L'azienda GS ha una storicità di mercato con i suoi 100 anni di attività, ma si trova oggi a essere condizionata da un mercato molto competitivo sui prodotti economici. Pertanto abbiamo individuato nella ricerca e nel design il percorso innovativo da intraprendere, partendo dalla valorizzazione della nostra capacità produttiva. Abbiamo deciso così di immaginare prodotti di design che non fossero solo rubinetteria. Quindi nell'ambito dell'area bagno abbiamo deciso di intervenire sui soffioni doccia, da un lato perché il mercato del design sta esprimendo proprio su questa area le elaborazioni progettuali più interessanti, dall'altro perché anche da parte dell'utente c'è un maggiore interesse in questo ambito. In questo progetto abbiamo cercato di esprimere caratteristiche che diventano innovative come design oriented, cercando di lavorare anche sulla funzione: l'erogazione dell'acqua fatta non per punti, ma tramite una fessurazione. L'idea, già sperimentata dallo studio Lucchese sul versante vasche, sottolinea la fuoriuscita dell'acqua dal soffione come un modo nuovo di erogazione. Questo velo d'acqua che non è più fatto per punti finisce per diventare più scenografico e al contempo simile allo sgorgare dell'acqua in modo naturale. Abbiamo cercato di controllare il getto dell'acqua e di delinearne con questa fessurazione sulla parte metallica che contiene una guida in silicone che sostituisce gli ugelli dei classici soffioni doccia. Quindi tecnicamente noi parliamo di cascata a velo d'acqua, ma con una zona, che è quella in silicone, che ne controlla l'uscita e che può essere ripulita e sostituita.

Fruit of the know how of GS, a Brescia-based company producing sanitary taps and valves that in 2006 celebrates its 100th anniversary, and of the collaboration with Francesco Lucchese and his studio, A+Design is a design-oriented collection with a new brand with a more innovative and contemporary image. The company boasts a meaningful and interesting entrepreneurial development in an industrial area – such as the one in Brescia – where the competition from new markets is particularly strong. As Giacomo Gnutti, sales manager of GS, and Francesco Lucchese, designer and art director of the company, told us this research led to the creation of new products but also of new typologies. As a matter of fact, the new brand includes new tap elements and a complete shower range.

**When, how and why did you create this new brand?** We get in touch with the studio of Francesco Lucchese in December 2004 and we decided to create a new brand to modify our position on the market. We already knew we needed to develop a company strategy and then a new line of products. GS boasts a 100-year-long activity but it is now influenced by a really competitive market offering cheap products. We decided therefore to focus on research and design to start innovating and we also enhanced our production. We wanted therefore to create design-oriented products and not just taps. Considering the whole bathroom sector we focused on showerheads on one side because the most interesting projects on the design market belong just to this field and on the other because even users are increasingly interested in this kind of product. We tried to show design-oriented innovative features focusing even on functions. Water, for example, doesn't flow out of a spout but through a slot. Studio Lucchese had already developed such idea for bathtubs and in this case water flows out of the showerhead in an innovative way. The water veil is uniform. As a consequence, it is more scenic and water flows in a more natural way as well. We tried to control the water flow by means of such slot on the metal part. It features a silicone guide replacing the classic showerhead jets. We technically talk about a water veil though it is actually a silicon area that controls the water flow and that can be cleaned and replaced.

**Which is your manufacturing philosophy?** The use of the word water (acqua) is fundamental to stress the basic idea round which the design concept of every product rotates. Main objective of the new brand is to make water – considered as a form of well-being and service – play a fundamental role in the project. Water is the core round which any other element conceived to enrich the bathroom through a harmonious sensorial stimulation rotates.

**Qual è la filosofia produttiva?** La presenza della parola acqua è significativa nel sottolineare l'idea primigenia attorno a cui si sono sviluppati i concept di progetto di ogni prodotto. L'idea alla base del nuovo marchio è quella di posizionare l'acqua, in quanto benessere e servizio, al centro del progetto. Si parte da questo elemento, quindi, per costruire attorno tutto ciò di cui si necessita per aggiungere valore all'ambiente bagno, tramite una stimolazione sensoriale armonica. Da un concetto di benessere, la progettazione si è sviluppata prendendo in considerazione innanzitutto le attività svolte in prossimità dei tre punti fondamentali di erogazione dell'acqua (area lavabo, area wc bidet, vasca-doccia), e poi ricercando l'innovazione di tutti quei fattori (erogazione, movimento, temperatura) che conferiscono alla stessa un carattere nuovo. Più che pensare a degli incassi coordinati come "parure", abbiamo immaginato di svilupparne uno solo come "passpartout" con alcune caratteristiche e peculiarità interessanti. Il nostro incasso va completamente dentro il muro, con una funzione salvaspazio, poi l'interno di questo prodotto è contenuto in un imbuto in polistirolo, come un cassero a perdere che aiuta il montaggio e facilita il compito dell'idraulico e del muratore. Da una parte c'è una maniglia disegnata, ma il vero plusvalore è l'attenzione verso il progettista per offrire un prodotto che gli risolva qualche problema in termini di utilizzo. In questo senso abbiamo operato bene con l'azienda che è abituata a lavorare con gli idraulici e quindi conosce bene l'interlocutore, i suoi problemi, le sue domande. Per l'incasso doccia Smooth pensiamo di definire l'imballo e il packaging del prodotto, fornendo anche, nel foglio delle istruzioni di montaggio, istruzioni destinate proprio all'idraulico, per facilitarne il compito.

**Qual è la vostra visione e l'orientamento nel design del bagno?** L'azienda vuole posizionarsi nel settore del design tentando delle strade nuove. Questo non è un percorso facile; sappiamo che ci sono dei compagni di viaggio molto attenti e bravi. Cercheremo di porre su ogni prodotto una grande attenzione e sensibilità verso l'innovazione. Produrremo non solo forma. Con il Politecnico di Milano stiamo sviluppando una ricerca che ci aiuterà a trovare forza ed energia per i prossimi progetti. Uno degli argomenti che questo corso tende a raccontare è come affrontare il cambiamento che le aziende italiane devono fare se vogliono confrontarsi con le realtà emergenti, che non sono solo il caso Cina, ma quelle che gli economisti individuano nei quattro poli: Brasile, Russia, India e Cina. Parlare di design per riposizionare l'azienda e far vedere come nell'indotto bresciano questo processo finisca per diventare una nuova possibilità.

We focused on the well-being concept and then we took into consideration the activities performed near the three main water supply points (washbasin, wc-bidet and shower-bathtub). We also tried to renew all that elements (water flow, movement and temperature) that may characterise water in a new way. Rather than designing matching built-in elements like "sets" we preferred developing just a "passpartout" one with some interesting and peculiar features. The built-in element we produced is entirely set into the wall saving much space. The product's inner parts are housed in a polystyrene funnel, just like a disposable cylinder caisson for an easy assembly. In this way even plumbers and masons find it easy to work. On one side of it there is a handle. Yet, the most important thing is the attention paid to designers who have now products solving any problem of use. In that regard the company did a very good job as we are used to work with plumbers and know our interlocutors, their problems and questions very well. As regards the Smooth built-in shower we are going to focus on the product packaging and on the assembly instructions that should include even a short story for plumbers.

**What do you think about bathroom design and how is it going to develop?** We want to enter the design sector following a new path. This is not an easy task – we know there are many good and aware colleagues. We try to pay great attention to every product and to focus on innovation. We don't produce just forms. In collaboration with the Polytechnic in Milan we are now carrying out a research in order to gain new energies for the next projects. We want to show how Italian companies should change in order to compete with developing countries. We don't refer just to China. According to economists there are four new poles: Brazil, Russia, India and China. We want to talk about design to make the company play a new role and to show how this aspect can be a new possibility for the Brescia-based realities.

**The Sweep shower, on the DDB front page, represents a new way of interpreting this product. How did you carry out this research?** We focused on water considering it as source of well-being. The project took into consideration the water supply and we also tried to renew all that elements (water flow, movement and temperature) that may characterise water in a new way. Slots were the main features of the most representative products of our range. And Sweep is one of them. People having a shower don't "have their head wet", as water flows out of the round slot. This is a real innovative aspect as regards both water flow and design. Water is the fruit of a game of empty and full volumes, somewhere between metaphor and reality.

A+Design  
Gs – Gnutti Sebastiano & Figli spa  
via Veneto 2  
villa carcina (brescia)  
tel 030 881426  
info@gnuttisebastiano.com

Francesco Lucchese  
piazza Monte Grappa 6  
21100 Varese  
tel 0332 242667  
fax 0332 833238  
francescolucchese@virgilio.it

La doccia Sweep, in copertina su questo numero di DDB, propone un modo nuovo di intendere questa tipologia di prodotto. Come è nata e come si è sviluppata questa ricerca? Partendo dal concept dell'acqua come benessere, la progettazione si è sviluppata considerando la tematica dell'erogazione, e ricercando l'innovazione di tutti quei fattori flusso, movimento, temperatura che conferiscono alla stessa un carattere nuovo. La fessurazione è uno dei punti su cui abbiamo scelto di ricercare i prodotti più rappresentativi tra cui Sweep. La doccia che non bagna la testa, perché l'acqua viene fuori dalla fessurazione circolare, è una novità sia dal punto di vista dell'erogazione sia da quello del disegno. L'acqua e il suo volume sono creati dal gioco tra pieno e vuoto; un po' metafora, un po' verità.

L'acqua come benessere è al centro del progetto, ma come affrontate il tema dell'attenzione verso questo elemento, sia in termini di risorsa che di risparmio? È un concetto molto sentito, ad esempio abbiamo scelto di lavorare sulle aste della doccia, con un termostatico applicato che permette di regolare la temperatura. In questa direzione stiamo lavorando sul prossimo prodotto che sarà dedicato propriamente a questo tema e che presenteremo al prossimo Salone del Mobile di Milano. È un cammino da intraprendere e che riteniamo giusto proprio perché il design non può eludere queste tematiche.

Water considered as source of well-being is the core of your project. To what extent do you pay attention to this element considered as a resource to be saved? We are really aware of it. For example we designed shower bars with integrated thermostat enabling to adjust temperature. And this is also the main aspect of the new product we are going to present during the next Furniture Fair in Milan. We should follow this strategy as we think it is the right one. As a matter of fact, design has to do even with such themes.



Sweep, sistema di docce a sezione circolare, costituita da elementi modulari in ottone del diametro di 50 mm. Il soffione circolare in acciaio lucidato uniforma e trasforma il getto in un velo d'acqua mediante una guarnizione stampata in silicone.

Sweep, shower system with round section composed of brass modular elements with a 50-mm diameter. The round showerhead in polished steel turns the water jet into a uniform water veil thanks to a silicone-moulded washer.