

# QUANDO LA DOCCIA DIVENTA “ESPERIENZA”

Dalla visita allo stabilimento di Aquaelite, a Gavirate (VA), emerge il ritratto di una realtà “made in Italy” che punta su design, customizzazione, performance e supporto al cliente, a tutto vantaggio della distribuzione specializzata

**Verbena Dossena**

**N**el mondo dei sistemi doccia, Aquaelite ha scelto una strada precisa: distinguersi attraverso l'estetica, l'alto contenuto tecnico del prodotto e il servizio sia pre che post-vendita. Il brand, che quest'anno celebra 10 anni, nasce da un'esperienza produttiva di oltre mezzo secolo e oggi si presenta con un'identità riconoscibile, fondata su design, performance, manutenzione semplificata e forte attenzione a tutta la filiera. La visita allo stabilimento di Gavirate, accompagnata da una chiacchierata con il CEO Paolo Civelli, ci ha permesso di comprendere da vicino la filosofia dell'azienda: processi integrati, controllo interno delle lavorazioni e una visione del soffione doccia come vero sistema tecnico, da progettare, raccontare, installare e mantenere correttamente.

## **Qual è la genesi del brand?**

Il progetto Aquaelite nasce dall'esigenza di trasformare un know-how produttivo consolidato in un marchio capace di esprimere una proposta propria, riconoscibile e ad alto contenuto tecnico. Siamo partiti forti di un'esperienza importante nel mondo dei sistemi doccia, ma con la volontà di costruire un'identità autonoma, legata al design, all'innovazione e alla qualità del prodotto. L'obiettivo è sempre stato quello di proporre sistemi doccia in cui la qualità percepita si accompagni a soluzioni pensate per durare nel tempo e per essere gestite e mantenute con facilità. In un mercato molto competitivo, volevamo costruire un prodotto capace di distinguersi davvero.



“L'obiettivo di Aquaelite è sempre stato quello di proporre sistemi doccia in cui la qualità percepita si accompagni a soluzioni pensate per durare nel tempo e per essere gestite e mantenute con facilità. In un mercato molto competitivo, vogliamo costruire un prodotto capace di distinguersi davvero”

**Paolo Civelli**, CEO di Aquaelite

### **E come ci siete riusciti?**

Non limitandoci a lavorare sulle forme classiche, tonde o quadrate, ma intervenendo più in profondità sul prodotto. La differenza sta nell'integrazione tra estetica e contenuto tecnico, nella ricerca sulle funzioni e nella qualità dell'esperienza d'uso. Un esempio importante è la possibilità di sostituire la cartuccia erogante senza dover cambiare l'intero soffione. In caso di problemi legati al calcare o alla perdita di performance, si interviene solo sulla parte tecnica soggetta a usura, salvando la struttura più importante e costosa del prodotto. È una soluzione che unisce durata, manutenzione semplificata e controllo dei costi.

### **Quale è il feedback dal mercato?**

Entusiasmante. Viene percepito immediatamente il duplice vantaggio: da un lato il cliente finale può contare su un prodotto più duraturo e più semplice da mantenere; dall'altro il rivenditore ha un argomento tecnico forte da raccontare. È un plus particolarmente interessante anche nel settore contract e nell'hôtellerie, dove la manutenzione programmata e la riduzione dei tempi di intervento sono fondamentali.

Spostandoci su un discorso tecnico, la cartuccia è molto sottile e lavora bene anche a bassa pressione.

Inoltre, abbiamo brevettato un sistema di distribuzione dell'acqua che permette al getto di rimanere uniforme su tutta la superficie, evitando che si concentri solo al centro quando la pressione non è ottimale. L'ugello conico, infine, favorisce il deposito del calcare all'esterno, dove si può intervenire più facilmente con la pulizia ordinaria.

### **È una tecnologia riservata solo ai prodotti della fascia alta di gamma?**

## **LO SHOWROOM IN BRERA**

La massima attenzione per design e comunicazione si riflette nella scelta di presidiare Milano, e in particolare Brera, con uno showroom pensato come luogo esperienziale. Inaugurato in occasione della Design Week 2026, lo spazio IPunto0 di via Montebello 27 nasce come hub condiviso tra aziende non concorrenti, con aree dedicate e una zona comune. «È importante sottolineare che questo showroom non è un punto vendita, ma uno strumento di promozione, relazione e cultura del prodotto. Qui architetti, interior designer, clienti italiani ed esteri possono vedere i sistemi doccia e le finiture dal vivo, toccare i materiali, osservare direttamente la funzionalità dei getti e valutare insieme ai nostri tecnici le migliori soluzioni che Aquaelite può mettere a disposizione dei loro progetti. Milano è un riferimento internazionale per il design ed è importante poter portare clienti italiani ed esteri a vivere il brand in un contesto coerente con il nostro posizionamento» spiega Civelli.

No, ed è proprio questo uno degli aspetti più importanti della nostra proposta. Questo concept tecnico è presente su tutti i nostri prodotti. Cambiano la "pelle" esterna, i materiali, le finiture e il posizionamento, ma il cuore del prodotto resta lo stesso. Possiamo avere un soffione con carter in plastica e uno con lastra in acciaio che condividono la medesima tecnologia erogante. Questo ci consente di rispondere a esigenze diverse, dal residenziale al contract, dal progetto più essenziale alla realizzazione più ricercata, mantenendo una coerenza tecnica di fondo.



Quello che distingue Aquaelite è il profondo lavoro tecnico sul prodotto: un esempio importante è la possibilità di sostituire la cartuccia erogante, senza dover cambiare l'intero soffione

## LA VOCE DEL DIRETTORE COMMERCIALE

Alla guida del reparto Sales c'è Riccardo Pianzola, che illustra come l'azienda è distribuita sul mercato e come si configura il rapporto con i rivenditori: «Abbiamo fatto una scelta precisa: presidiare il mercato attraverso la distribuzione specializzata. Il prodotto Aquaelite ha bisogno di essere visto, toccato e spiegato. Per questo lavoriamo con una rete di agenti e rivenditori selezionati, capaci di comprendere e valorizzare il contenuto tecnico della proposta. Anche quando l'interlocutore è un architetto o un progettista, offriamo supporto tecnico e progettuale, ma la parte commerciale viene veicolata attraverso il rivenditore di zona. È una scelta di tutela del canale e di coerenza con il nostro posizionamento».

### Chi è il vostro distributore ideale?

Ci troviamo molto bene con gli showroom di arredo-bagno e con i rivenditori che sanno lavorare sulla marginalità e sul valore, non solo sullo sconto. Il distributore ideale è un interlocutore disposto ad ascoltare, comprendere e raccontare le differenze tecniche, estetiche e funzionali del prodotto. L'esposizione ha un ruolo fondamentale: vedere il prodotto, percepirne i materiali, comprenderne il funzionamento e confrontarlo con soluzioni più standard consente al cliente finale di coglierne subito il valore. Ma accanto all'esposizione c'è la formazione.

### Che tipo di supporto offrite alla distribuzione?

Affianchiamo i rivenditori con corsi in loco, supporto tecnico, materiali di comunicazione, assistenza post-vendita e video di installazione passo passo. Per diversi prodotti abbiamo realizzato contenuti che mostrano in modo chiaro tutte le fasi di montaggio, offrendo all'installatore uno strumento pratico oltre al manuale cartaceo. Questo viene percepito dal distributore come un segnale di qualità: capisce che dietro al prodotto c'è un'azienda che accompagna davvero la filiera. Stiamo inoltre lavorando all'idea di una vera e propria Academy, con momenti formativi dedicati a rivenditori e installatori, sia in azienda che nello showroom IPuntoOdi Milano.

### Quanto conta la comunicazione nella vostra strategia?

È fondamentale. Un prodotto con questo posizionamento deve essere raccontato nel modo giusto. Per questo investiamo in cataloghi completi, immagini emozionali, rendering in finitura, schede tecniche, video di installazione e strumenti pensati per aiutare il distributore nella vendita. Il nostro catalogo non è soltanto uno strumento tecnico, ma anche un mezzo per trasmettere il valore estetico e progettuale del prodotto. Allo stesso tempo, i contenuti digitali e i supporti video aiutano installatori e distributori a comprendere meglio le soluzioni e a ridurre il rischio di errori in fase di posa.

«Abbiamo fatto una scelta precisa: presidiare il mercato attraverso la distribuzione specializzata. Per questo lavoriamo con una rete di agenti e rivenditori selezionati, capaci di comprendere e valorizzare il contenuto tecnico della proposta»

**Riccardo Pianzola**, Sales Manager di Aquaelite



### Producez tutto nello stabilimento di Gavirate?

Gestiamo internamente gran parte del processo: progettazione, ufficio tecnico, reparto meccanico, stampaggio plastico, collaudo, assemblaggio e confezionamento. Ci siamo strutturati per mantenere all'interno le competenze strategiche, cosa che ci permette di controllare la qualità, proteggere il design e seguire lo sviluppo del prodotto dal primo input alla messa in gamma. L'idea per il futuro è ampliare ulteriormente il parco macchine.

### Qual è oggi il vostro top di gamma?

Aqua Blue Sound, abbinato al controllo Wow, fa capire bene fin dove può spingersi la nostra proposta. È un soffione a incasso a controsoffitto per un'esperienza doccia evoluta, con cromoterapia tramite Led RGB, sistema Bluetooth per il collegamento a un lettore musicale e comando touchscreen. È una soluzione che porta la doccia verso una dimensione wellness, dove acqua, luce, suono e controllo digitale diventano parte di un unico sistema. La tecnologia, in questo caso, non è fine a sé stessa, ma serve a creare un'esperienza immersiva e personalizzabile.

### E tra i soffioni a parete qual è il best seller?

Il prodotto più rappresentativo è Minimal, un soffione a parete che integra funzione a pioggia e a cascata. Il suo successo nasce dall'equilibrio tra estetica, performance e prezzo. È molto

## DESIGN D'AUTORE

Nel percorso di posizionamento sul mercato di Aqualite, il dialogo con il mondo del design ha un ruolo centrale. «Negli ultimi anni abbiamo collaborato con diversi designer, tra i quali Alessandro Canepa e, più recentemente, Bruna Rapisarda - racconta Paolo Civelli - Con Bruna abbiamo presentato al Salone Internazionale del Bagno appena concluso il nuovissimo soffione doccia Pocket, che racchiude nel suo design unico ed essenziale le nostre più avanzate tecnologie. Un percorso molto interessante in cui il design diventa un elemento in grado di valorizzare al massimo, senza nascondere, il contenuto tecnologico integrato dai nostri prodotti».

“Sottrarre per restituire valore”: è questa la sintesi concettuale della designer Bruna Rapisarda, che ha progettato il soffione partendo da una domanda essenziale: cosa serve davvero? «In un mercato dominato da complessità e spettacolo, la casa reale richiede equilibrio e misura. Pocket nasce da questa consapevolezza e da un principio radicale: eliminare il superfluo per far emergere l'essenza. Un'unica dimensione, 40x40 cm, due sole funzioni: acqua e luce. Una forma morbida e discreta che dialoga con lo spazio senza imporsi. Pocket è un invito a ritrovare l'essenziale nel design» spiega Rapisarda.



Visivamente sottile ed essenziale, Minimal è tra i soffioni più rappresentativi della gamma a parete di Aqualite: con funzione pioggia e cascata, deve il proprio successo all'equilibrio tra estetica, performance e prezzo

sottile, visivamente essenziale, e riesce a nascondere la complessità tecnica in una forma pulita e leggera. Anche in questo caso torna il tema della manutenzione: gli elementi eroganti possono essere sostituiti senza intervenire sull'intera struttura. Accanto alle soluzioni indoor, proponiamo anche sistemi outdoor customizzabili, nei quali comfort del getto, pulizia formale e resistenza dei materiali diventano centrali.

### Come si traduce il tema della sostenibilità nella vostra attività quotidiana?

Abbracciamo la sostenibilità trasversalmente, con un approccio che riguarda materiali, consumo idrico, efficienza energetica e durata del prodotto. Utilizziamo prevalentemente acciaio e i materiali plastici a contatto con l'acqua sono già inseriti in percorsi certificativi. Prestiamo grande attenzione anche alle finiture, lavorando con fornitori aggiornati rispetto all'evoluzione normativa. Sul fronte del consumo idrico, nei prodotti più semplici forniamo limitatori di portata da 6, 9, 12 o 15 l al minuto, in base all'impianto o alle esigenze del cliente. Nei prodotti più evoluti sono presenti funzioni eco dedicate. Il messaggio, però, non è solo “consumare meno acqua”. È vivere meglio l'esperienza doccia, sapendo di non sprecare inutilmente. A questo si aggiunge l'impegno sul piano produttivo: nel 2020 abbiamo installato un impianto fotovoltaico che copre quasi totalmente il fabbisogno energetico dello stabilimento e gli ultimi macchinari acquistati sono ad alta efficienza energetica.