





# BAINA, CREATE TO RECONNECT





**EN** Bathing rituals held great importance in the daily lives of ancient Romans. Deeply ingrained in their culture, bathing carried social, religious, and therapeutic significance. It became a time for self-reflection and self-improvement, a time for relaxation and an opportunity to gain cultural knowledge. As our lives have grown increasingly hectic, and life's pleasures have evolved into mundane routines, the act of bathing has nearly become a luxury—a privilege, even a utopia. Motivated by the desire to bring back the bathing rituals, Anna Fahey and Bailey Meredith, the creators of BAINA, have reimagined the towel—an item often underestimated but deeply intertwined with our intimacy and our bodies. In this interview, we delve into the world of BAINA, a brand profoundly rooted in its pursuit of meaning, mindfulness, and beauty—a universe where the art of bathing is cherished, and the towel is celebrated.

**CAROLINA BENJUMEA** What inspired you to create a brand like BAINA?

**ANNA FAHEY** As childhood friends, we had often mused about starting a business together, and given our backgrounds, had assumed it would be within the fashion industry. However, we serendipitously found ourselves working in the interior design industry at the same time. After experiencing the cyclical pressures of fashion, we were drawn to the principles of a seasonless, inclusive and functional product.

**C.B.** You draw inspiration from fine art, sculpture, architecture, and color theory. How do these disciplines help you in designing towels and reshaping the bathing space?

**BAILEY MEREDITH** We wanted to take a modern approach, challenging the conventions of toweling—these norms that had existed in the category; monochromatic sets, quiet designs and conventional fibers. Drawing inspiration from fine art, sculpture and architecture allowed us to create a unique and distinct offering in the bathing space. Our design DNA is anchored in print, texture and color theory—carefully balancing the elements used to ensure each style is fully resolved and realized with a strong BAINA signature.

**ANNA FAHEY** Our first collection, designed in 2018, featured our signature checkerboard and was an answer to avoiding the expected striped towel. At the time, checkerboard wasn't a trend. We were reviewing quintessential bathroom tile formations—and were drawn to the nostalgic quality of the checkerboard. Through ordered graphic repetition, it created disruption within the neutrality of the typical bathing space. Since its launch, we have been quite astonished by the response to this pattern in the market and its interpretation across many other design industries.

**C.B.** Towels seem like an understated element of one's home, but when I look at BAINA, you make it seem like a central piece in our home, especially because of its personal and intimate relationship with our bodies. What drew you to the idea of designing towels?

**B.M.** Before we launched BAINA in 2019, the category had been somewhat overlooked in terms of design and quality. Toweling was an afterthought for our customer—a purchase that was given very little consideration. With a mutual affinity for bathing—using it as a way to decompress and reset—we wanted to provide a more considered offering in the toweling space. Elevating the towel—an everyday object—through modern design, mindful craftsmanship and a seasonless approach.

**C.B.** In today's fast-paced world, daily bathing has become just another activity. In your view, what is the significance of the bathing ritual, and how can it enhance someone's quality of life?

**B.M.** Bathing as a ritual has a long and varied history that

spans thousands of years and is deeply rooted in culture. While the specific customs associated with bathing have evolved over time, the practice of bathing continues to hold cultural and personal significance for many people. However today, more often than not, we can find ourselves moving quickly and absently through the daily bathing routine. Re-engaging in the ritual of bathing can enhance overall well-being. A bathing ritual can aid relaxation, promote mindfulness, contribute to physical health and mental well-being, and provide sensory pleasure through the feel of warm water, soothing scents and the tactile sensation of cleansing. What is so unique with bathing, is that it doesn't need to be elaborate or expensive; it can be a simple act of self-care—and essential time with self.

**C.B.** Could you each describe your personal bathing rituals or practices?

**A.F.** For me, bathing as a mother has become less solitary, and more so a part of my son's nighttime routine. Carving out time to turn this necessary task into a ritual takes commitment—but even on the busiest of days, I always find it a welcomed chance to exhale. A ritual that is grounding and calming for both of us. It feels very special, and something that I know I'll look back on as having great importance and significance for me.

**B.M.** A hot bath has always been the perfect antidote to the day for me. And a rare opportunity to find time for self. Bathing allows me to shut off from the outside world and find clarity in stillness. I love to bathe in the evening right before bed, indulging in the feeling of having nowhere to be, so I can soak for as long as I need. I keep my bathing practice simple, maybe adding some Epsom Salts to soothe achy muscles or applying a nourishing face mask before sinking into the tub. It's often the simple repetitive self-care actions that keep me most grounded.

**C.B.** How does BAINA envision its role in the broader movement toward sustainable and mindful consumption in the fashion and textile industry?

**A.F.** We veer away from presenting ourselves as a sustainable brand. Given that we bring new products into the world, we feel it would be irresponsible of us to do so. We are however a conscious brand, designed with permanence in mind. BAINA is intended to be intimately woven into the daily ritual of bathing—so it's incredibly important for us that our toweling is produced in an environmentally and socially responsible way. We take a mindful approach to craftsmanship, materiality and design to promote longevity over seasonal trends.

**C.B.** As co-founders, what aspects of your partnership and personal dynamics contribute to the success and vision of BAINA as a brand?

**A.F.** We have been fortunate that our business partnership has been shaped by our incredibly close and long-term friendship. We wanted to create a working culture of collaboration, empathy and respect. Embracing the notion

that what is fluid, soft and yielding will overcome what is rigid and hard.

**C.B. Running a brand can bring daily stress and challenges. How do you both find ways to slow down and regain balance when work becomes overwhelming?**

**B.M.** We really try to make the simple daily acts of self-care a priority —joyful movement, nourishing food, plenty of water and plenty of sleep. This helps when inevitably stressful times arise. We encourage each other to take time when needed, knowing that the other will support to make that possible.

**C.B. Have you considered expanding your business to include other product lines?**

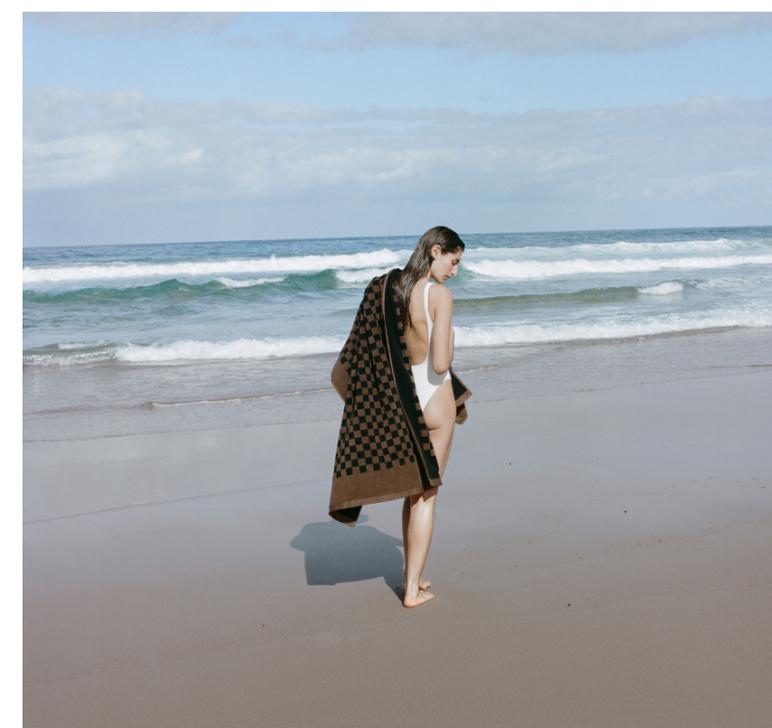
**B.M.** Growing the brand in a sustainable way is so important for Anna and I. We are committed to creating timeless collections, with mindful craftsmanship to thoughtfully extend our customer offering. We want to meet market demand without overproducing —only adding pieces that make sense and complement the existing range. We see this as a modern and sustainable way of thinking around growth.

**A.F.** BAINA is about more than considered toweeling. It represents the reconnection to one's bathing routine. A gentle reminder to take your time. To be present —where maybe you once moved absently through routine. This philosophy will continue to be the core focus for BAINA, and we are excited to build the brand with longevity in mind. Continuing to apply a high level of consideration to our brand and customer offering.

**C.B. What message do you aim to convey to consumers and the textile industry as a whole through BAINA?**

**B.M.** BAINA is designed to create ceremony in the daily bathing routine. We want to convey that bathing as an intentional practice —can be an everyday act of self-care.

Written by Caroline Benjumea.  
Translated by Zoé Vilers.





# BAINA, CRÉER POUR SE RECENTRER

**FR** À l'Antiquité, le rituel du bain était un moment important dans le quotidien des Romains. Le bain, partie intégrante de leur culture, était un lieu social, religieux et thérapeutique. Il laissait place à l'introspection et au développement personnel, il permettait de se détendre et de se cultiver en même temps. Au fil du temps, nos trains de vie se sont accélérés, les petits plaisirs de la vie se sont transformés en quotidien monotone et le bain est devenu un moment de luxe, un privilège, voire même une utopie. Anna Fahey et Bailey Meredith, les fondatrices de BAINA, déterminées à faire revenir à ce rituel, ont réinventé la serviette de bain. Cet objet, souvent sous-estimé, est pourtant au plus proche de notre intimité et de notre corps. Dans cet entretien, nous nous plongeons dans le monde de BAINA, une marque qui trouve sa force dans une quête de sens, de bien-être et de beauté. Un univers qui affectionne l'art du bain, et qui rend hommage à la serviette de bain.





LES FONDATRICES, ANNA FAHEY &amp; BAILEY MEREDITH

**CAROLINA BENJUMEA** Qu'est ce qui vous a inspiré pour créer une marque telle que BAINA ?

**ANNA FAHEY** Pendant notre enfance, on a souvent réfléchi à l'idée de créer une entreprise ensemble. Vu nos parcours respectifs, on s'attendait à ce qu'elle soit dans l'industrie de la mode. Par un heureux hasard, on s'est retrouvé à travailler dans la décoration intérieure au même moment. Après avoir survécu à la pression des cycles perpétuels de la mode, on a aimé l'idée de créer un produit inclusif, pratique et durable.

**CAROLINA BENJUMEA** Vous vous inspirez des beaux-arts, de la sculpture, de l'architecture et de la théorie des couleurs. Comment ces différents domaines vous aident-ils à confectionner des serviettes de bains et à construire un nouvel espace de bain ?

**BAILEY MEREDITH** On voulait adopter une approche moderne et dépasser les normes de la confection des serviettes de bain, c'est-à-dire : des ensembles monochromes, des designs épurés et l'utilisation de fibres traditionnelles. En s'inspirant des beaux-arts, de la sculpture et de l'architecture, on a pu créer des éléments uniques pour la salle de bain. Tous nos designs sont fabriqués à partir de différents imprimés, couleurs et textures. L'harmonie est recherchée, afin que chaque produit soit fini et représente réellement notre marque.

**ANNA FAHEY** Notre première collection, confectionnée

en 2018, est ornée de notre damier emblématique, et évite le cliché de la serviette de bain rayée. À cette époque-là, le damier n'était pas à la mode. Quand on a étudié la composition du carrelage de salle de bain, l'aspect nostalgique du motif a semblé idéal pour nos serviettes. En répétant ce motif de manière régulière, il a formé un contraste avec l'aspect épuré, typique de la salle de bain. Depuis qu'on a publié cette collection, on a jamais eu autant de retour positifs sur un de nos motifs : il a été réutilisé dans plusieurs secteurs de l'industrie du design.

**C.B.** Les serviettes semblent être un élément peu important chez soi, mais quand je vois celles de BAINA, vous en faites un élément indispensable, en grande partie parce qu'il a un lien personnel et intime avec notre corps. Qu'est-ce qui vous a plu dans l'idée de confectionner des serviettes de bain ?

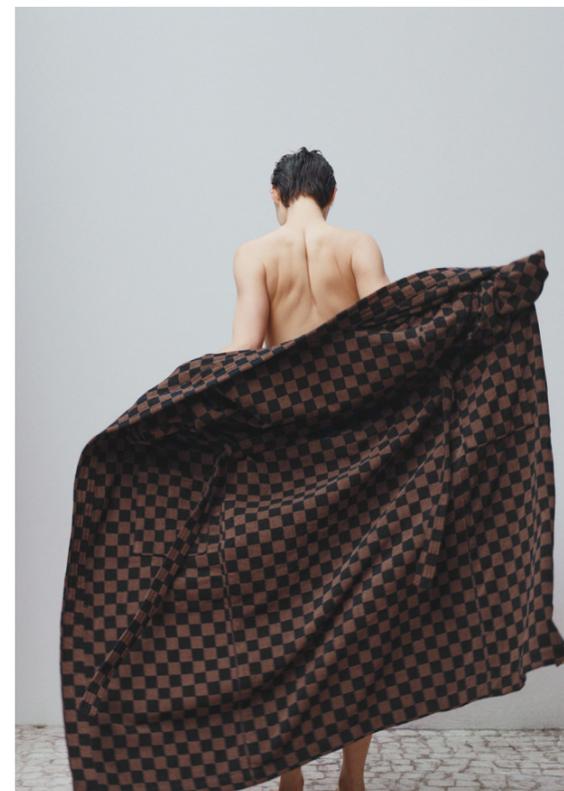
**B.M.** Avant de lancer BAINA en 2019, on a remarqué que c'était un élément qui était souvent négligé, que ce soit dans la confection ou la qualité. La serviette de bain avait peu d'importance aux yeux des clients, ils en achetaient sans y réfléchir. Comme on a toutes les deux un intérêt pour le rituel du bain — un moment de détente et de régénération — on voulait ajouter une vraie valeur à la serviette de bain. On voulait en faire un objet du quotidien qui s'adapte à toutes les saisons, avec un design plus moderne et une confection minutieuse.

**C.B.** Dans un monde au rythme aussi effréné que le nôtre, le bain est devenu une étape du quotidien. Selon vous, quelle est l'importance du rituel de bain et comment peut-il améliorer le quotidien de chacun ?

**B.M.** Le rituel du bain a une histoire longue et riche, qui s'étend sur plusieurs centaines d'années et fait partie intégrante de notre culture. Même si la conception du bain a changé avec le temps, l'acte en lui-même continue d'exister et beaucoup continuent d'y attribuer une importance individuelle et culturelle. Cependant, de nos jours, on a souvent un rituel de bain très rapide et mécanique. En se reconcentrant durant cet acte du quotidien, on peut contribuer à son bien-être. Il permet de se détendre, d'être à l'écoute de soi, de renforcer sa santé physique et mentale et de profiter de la sensation de l'eau chaude, de délicieuses arômes et de la sensation tactile de purification. Ce qui fait du rituel de bain un moment unique est qu'il ne doit pas être compliqué ou cher : il faut simplement s'accorder plus de temps pour prendre soin de soi.

**C.B.** Pouvez-vous décrire vos rituels de bain respectifs ?

**A.F.** En tant que mère, je prends moins de temps pour moi. Le bain est devenu un moment de la routine quotidienne pour mon fils. Savoir s'accorder du temps pour cet acte nécessaire demande parfois un certain investissement — mais même les jours où je suis le plus occupée, je prends chaque opportunité pour me détendre. C'est un moment unique, et je sais que j'y accorderai toujours énormément d'importance.



**B.M.** Pour moi, un bain chaud est le remède idéal après une longue journée : il me permet aussi de prendre soin de moi. Je m'accorde du temps pour moi, seule, coupée du monde extérieur. Le repos que me procure le bain permet de mettre mes idées au clair. J'aime prendre un bain tous les soirs avant d'aller dormir, de savoir que j'ai nulle part où aller, que je peux prendre mon temps dans l'eau. Mon rituel est assez simple, j'ajoute éventuellement du sulfate de magnésium dans mon bain pour détendre mes muscles. Il m'arrive aussi de mettre un masque sur mon visage avant d'entrer dans le bain. Inclure tous ces petits gestes dans ma routine me permet de rester sereine.

**C.B.** Comment voyez-vous le rôle de BAINA dans le mouvement vers un mode de consommation plus responsable dans l'industrie textile ?

**A.F.** On évite de se définir comme une marque éco-responsable. Étant donné qu'on confectionne de nouveaux produits, ce serait irresponsable de notre part. BAINA est consciente de son impact écologique, et on prend toujours cela en compte au moment de la confection. L'objectif de la marque est qu'elle soit intimement liée au rituel du bain — il est essentiel que les serviettes soient confectionnées de manière responsable, que ce soit à l'étape de la fabrication ou dans le choix des matériaux. On prend beaucoup de soin à confectionner les serviettes, et on encourage également des collections durables, qui ne dépendent pas des saisons.

**C.B.** En tant que cofondatrices, quel rôle votre relation et vos personnalités jouent-elles dans le succès et l'objectif de BAINA ?

**A.F.** On a eu la chance d'avoir une amitié fusionnelle de longue date avant de devenir associées. On voulait que ce soit un projet collaboratif, développé dans le respect et l'entente mutuelle. On a accepté l'idée que ce qui est flexible et modulable prendrait le dessus sur ce qui est clair et défini.

**C.B.** Diriger sa propre entreprise peut amener du stress et des épreuves au quotidien. Comment arrivez-vous à ralentir pour retrouver un rythme correct quand ça devient difficile ?

**B.M.** Les petits gestes de bien-être au quotidien sont une priorité — une activité sportive qui nous procure du plaisir, des repas complets, suffisamment d'eau et de sommeil. Tout cela aide en période de stress. On se pousse à prendre du repos quand on en a besoin, car on sait que l'autre pourra prendre le relais.

**C.B.** Avez-vous pensé à élargir votre champ de production ?

**B.M.** On veut avant tout que les produits soient confectionnés de façon durable. On veut des collections qui durent dans le temps, qui sont confectionnées avec soin, pour pouvoir offrir le meilleur service. On veut subvenir aux demandes sans en produire plus que nécessaire — on veut que chaque pièce ait une raison d'être et qu'elle s'accorde avec les produits qu'on offre déjà. Voilà notre conception du développement d'une marque moderne et durable.

**A.F.** BAINA, ce n'est pas que des serviettes de bain revisitées. C'est une nouvelle façon de concevoir son rituel de bain. Un rappel de prendre du temps pour soi. De se recentrer sur soi, à un moment où vous étiez peut-être absent. C'est le principe même de BAINA, et on a hâte de développer la marque sur le long terme. On aura toujours comme priorité d'avoir le meilleur service possible pour nos clients.

**C.B.** Quel message aimeriez-vous faire passer aux consommateurs et à l'industrie du textile à travers BAINA ?

**B.M.** BAINA a été créé pour redonner du sens au rituel du bain. On veut que le bain devienne un rituel dans lequel on s'implique pour prendre soin de soi au quotidien.

Écrit par Caroline Benjumea.  
Traduit par Zoé Vilers.