COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Septembre 2019

La beauté dans sa forme la plus pure : GROHE lance sa nouvelle gamme de céramiques et de baignoires Essence

La nouvelle gamme Essence pour salle de bain met en beauté la céramique avec des lignes fluides, pures et incurvées. Les nouveaux lavabos, vasques, WC, bidets et pour la première fois dans le catalogue GROHE, des baignoires, arborent un design naturel et délicat.

- Le design épuré et minimaliste d'Essence reflète la tendance d'une élégance intemporelle.
- GROHE complète son offre avec des baignoires venant agrémenter la salle de bain.
- Essence se coordonne parfaitement avec plusieurs gammes de robinets GROHE.

PART OF LIXIL

Essence : le design réduit à l'essentiel

À la fois simple et élégante, la gamme Essence allie subtilité, clarté et légèreté des formes. Les nouveaux modèles de lavabos pour plans de travail sont un élément phare de la gamme design Essence. Avec un bord de seulement 17 mm d'épaisseur, ils sont également particulièrement fins et lisses. Les vasques (disponibles en version ovale ou ronde dès mai 2019), à poser, sont équipées d'une bonde en céramique. Les WC s'intègrent eux aussi parfaitement à cette série grâce à leur siège particulièrement mince. Ils sont disponibles avec ou sans la fonctionnalité SoftClose. En phase avec la philosophie de « l'accord parfait » selon GROHE, Essence s'harmonise parfaitement avec les robinets GROHE Atrio, Essence, Plus et Lineare, pour permettre aux architectes et aux installateurs de répondre sans difficulté aux exigences de chaque client, sans compromettre l'esthétique de la salle de bain.

La baignoire Essence, élément de détente et complément phare dans une salle de bains

Pour la première fois dans le catalogue GROHE, trois versions de baignoires aux lignes nettes et épurées sont au coeur de la nouvelle collection GROHE Essence. En version à installer contre un mur, encastrée ou encore à poser au sol, les baignoires Essence constituent un objet design pour la salle de bain. Les modèles sont fabriqués en acier titane haute qualité, qui retient la chaleur plus longtemps pour prolonger le plaisir du bain. En outre, la finition arbore un revêtement spécial au pouvoir antidérapant renforcé, et ses propriétés d'entretien facilitent le nettoyage de la baignoire au quotidien.

Les WC Essence, une hygiène approfondie grâce à des fonctionnalités innovantes

Les WC de la série Essence sont équipés d'une technologie sans bord à chasse d'eau, qui empêche l'accumulation des bactéries dans les coins situés sous le bord. La chasse d'eau est disponible avec deux capacités, la plus grande de 4,5 litres, et la plus petite plus économique avec seulement 3 litres d'eau. En outre, la fonctionnalité Quick Release permet de retirer facilement et d'une seule main le siège des WC. Selon le modèle, le siège est agrémenté de la technologie confortable SoftClose. Grâce à GROHE PureGuard, Essence arbore une finition brillante à la fois solide et durable. Des ions spécifiques aux propriétés antibactériennes empêchent la prolifération des bactéries et garantissent une surface sans microbes. Les dépôts tels que le calcaire et la saleté peuvent être facilement éliminés.

GROHE complète sa gamme de céramique

Essence vient compléter la gamme de céramique GROHE existantes : GROHE Bau, GROHE Cube et GROHE Euro. Ces quatre lignes design, avec chacune leur propre personnalité, sont adaptées à toutes les envies : Essence pour son élégance naturelle, Cube pour son minimalisme géométrique, Euro pour ses lignes fluides ou encore Bau avec son design universel. Chaque produit en céramique pour salle de bain GROHE s'harmonise parfaitement avec les gammes de robinets GROHE. Les associations de produits GROHE facilitent à la fois un design harmonieux dans la salle de bain, mais offrent également une meilleure expérience de détente pour le consommateur.

A propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale de premier plan pour les solutions de salle de bain complète et les accessoires de cuisine. Elle compte plus de 6 000 employés, dont 2 400 en Allemagne. GROHE fait partie du groupe LIXIL Corporation depuis 2014. En tant que marque internationale, GROHE poursuit les valeurs de la marque que sont la technologie, la qualité, le design et la durabilité, en cherchant à offrir «le pur plaisir de l'eau». GROHE développe de nouvelles catégories de produits depuis sa création. Cela inclut les systèmes d'eau GROHE Blue et Red et le système de sécurité d'eau GROHE Sense, récemment introduit, qui constitue un composant innovant sur le marché en croissance de la technologie de la maison intelligente. L'innovation, la conception et le développement sont étroitement liés et sont inscrits sur le site allemand en tant que processus intégré. En conséquence, les produits GROHE portent le sceau de qualité «Made in Germany». Rien qu'au cours des dix dernières années, plus de 300 prix de design et d'innovation, ainsi que plusieurs grands prix du prix allemand de la durabilité ont confirmé le succès de GROHE. GROHE a été le premier de son secteur à remporter le prix RSE du gouvernement allemand et a également figuré dans le classement du célèbre magazine Fortune® dans le Top 50 des «Changement du monde».

Pour plus d'information, rendez-vous sur www.grohe.com

A propos de LIXIL

LIXIL fabrique des produits pionniers de l'eau et de l'habitat qui résolvent chaque jour des défis de la vie réelle et font de l'habitat de qualité une réalité pour tous, partout. Tirant parti de son héritage japonais, le groupe crée des technologies de pointe et innove pour concevoir des produits de haute qualité qui transforment l'habitat. LIXIL affirme sa différence au travers d'un design générateur de sens, un esprit entrepreneurial, un engagement à améliorer l'accessibilité pour tous et une croissance responsable de l'entreprise. Cette approche se concrétise au travers de marques leaders du secteur, notamment INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Avec environ 75 000 collaborateurs travaillant dans plus de 150 pays, LIXIL est fier de fabriquer des produits qui touchent la vie de plus d'un milliard de personnes chaque jour. En savoir plus sur www.lixil.com

Pour plus d'information, rendez-vous sur www.lixil.com.

Service de presse - CLC Communications - Tél. : 01 42 93 04 04
Gilles Senneville : g.senneville@clccom.com
Célia Forest : c.forest@clccom.com
Mounia Bagass : m.bagass@clccom.com