

Rapport RSE : GROHE dépasse ses objectifs liés à la protection de l'environnement

GROHE, leader mondial d'équipements sanitaires, vient de publier son dernier rapport officiel de développement durable, analysant l'impact économique, environnemental et sociétal de ses activités pour les années 2015 et 2016. Valeur fondamentale de son ADN, GROHE s'engage avec une croissance efficiente pour la protection de l'environnement sur tous ses domaines d'activité. Fruit d'innovations constantes et d'une politique impliquant les salariés et les partenaires, ce deuxième rapport révèle le succès de la stratégie RSE de la marque.

Des résultats au rendez-vous



Limiter sa consommation d'eau est l'affaire de tous. L'impact est d'autant plus important lorsque les entreprises s'engagent. En 2016, GROHE est parvenu à réduire sa consommation par 2, soit une baisse de 9 % par rapport à 2013. Parallèlement, son efficacité énergétique a augmenté de 14 %, avec un objectif de 20 % d'ici 2020. Enfin, indépendamment des 15 % de réduction de ses émissions de CO₂ depuis 2013, GROHE ambitionne désormais de diminuer de 20 % son empreinte carbone sur les deux prochaines années.

Avec des produits innovants...

Face à ces enjeux, GROHE s'est fixé la mission de développer des technologies intelligentes pour consommer de l'eau d'une manière durable et écologique. Ainsi, les innovations de la marque prennent un nouveau tournant en s'orientant vers des solutions efficaces permettant de réaliser des économies d'eau.

GROHE Blue Home transforme l'eau du robinet en une eau pure et désaltérante depuis son mitigeur de cuisine. Grâce à son unité réfrigérante, l'eau est fraîche et filtrée et une simple rotation de la commande permet de choisir son eau : plate, légèrement pétillante ou gazeuse. De plus, il offre des gains de temps et de place : il met un terme au transport et au recyclage des packs de bouteilles en plastique. En effet, pour une famille de quatre personnes, ce système permet d'économiser 600 bouteilles par an. D'après une étude menée par l'Université allemande de Göttingen, il diminue de 60 % les émissions de CO₂ par rapport à une eau embouteillée.

Les systèmes **GROHE Sense & Sense Guard** détectent les fuites, responsables de 10 % de la consommation d'eau individuelle. Installé sur la conduite d'eau principale, Sense Guard coupe directement l'eau en cas de fuite. Quant à l'application GROHE Ondus, elle permet de contrôler et piloter à distance ces deux systèmes. Enfin, 70 % des robinetteries GROHE sont dotées de la technologie **GROHE EcoJoy** qui réduit jusqu'à 50 % la consommation sans concession sur le confort. Depuis son lancement en 2013, elle a ainsi permis d'économiser environ 2.35 millions d'hectolitres d'eau.



... en accord avec sa stratégie de développement durable

Gestion durable de l'eau et de l'assainissement, développement des mesures de lutte contre le changement climatique ou encore soutien aux modes de consommation et de productions responsables... Les 17 objectifs de développement durable établis par les Nations Unies constituent les références de GROHE dans sa démarche vers un impact environnemental nul. D'ici 2030, la contribution environnementale positive des produits et services GROHE dépassera l'impact environnemental de l'ensemble des activités de la marque. Thomas Fuhr, Directeur exécutif des opérations chez GROHE, rappelle que « nous devons garantir aux générations futures un avenir digne d'être vécu » et ajoute que « la viabilité future d'une entreprise et sa réussite économique dépendent en grande partie de son développement durable ».

À propos de GROHE

GROHE est le premier fournisseur mondial de produits sanitaires et compte plus de 6 000 employés, dont 2 400 en Allemagne. GROHE fait partie du groupe LIXIL depuis 2014. En tant que marque internationale, GROHE mise sur ses valeurs de Technologie, Qualité, Design et Durabilité pour offrir « le pur plaisir de l'eau ». Depuis sa création, GROHE n'a de cesse de développer de nouvelles catégories de produits, tels les systèmes de filtration de l'eau GROHE Blue Home ou de protection contre les dégâts des eaux GROHE Sense, une innovation majeure sur le marché en plein essor de la maison connectée. Comme les activités d'ingénierie, d'innovation et de design ont toujours été basées en Allemagne, les produits GROHE portent le label de qualité « Made in Germany », ce qui renforce encore la confiance que les consommateurs placent dans la marque. Au cours des dix dernières années, plus de 300 prix de design et d'innovation ainsi que plusieurs classements du German Sustainability Award ont confirmé son succès. GROHE a été le premier dans son secteur à remporter le prix de la RSE du gouvernement allemand et a également figuré dans le classement du Top 50 du magazine Fortune®, « Changing the World ».

À propos de LIXIL

LIXIL conçoit et fabrique des produits innovants dans les domaines de l'eau et de la maison qui permettent de relever les défis du quotidien et contribuent à améliorer l'habitat de chacun, partout dans le monde. 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 grâce à des marques leaders comme INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Le groupe est présent sur plus de 150 pays où il emploie plus de 70 000 collaborateurs, fiers de concevoir des produits qui entrent dans le quotidien de plus d'un milliard de personnes.

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

Service de presse | CLC Communications | Tél. : 01 42 93 04 04

Célia Forest | Marine Dupont | Urielle Affainie

c.forest@clccom.com | m.dupont@clccom.com | u.affainie@clccom.com