

COMMUNIQUE DE PRESSE

MAI 2020



## GROHE atteint une production neutre en carbone

- La production neutre en carbone est une étape importante dans la stratégie de développement durable à 360 degrés de GROHE
- Prochain objectif : les bureaux de vente seront climatiquement neutres d'ici 2021
- GROHE aide les consommateurs à réduire leur empreinte carbone personnelle au quotidien

En tant que l'un des premiers fabricants leaders de solutions complètes de salle de bain et d'agencement de cuisine, GROHE a désormais atteint une production neutre en carbone. GROHE a franchi une étape clé dans son engagement à long terme, en faveur de la durabilité.

*« L'initiative s'inscrit dans les nombreuses mesures de nos usines qui favorisent la réduction de l'empreinte carbone et la préservation des ressources. Nous sommes très fiers d'être un pionnier dans notre industrie, avec GROHE Goes ZERO », déclare Thomas Fuhr, COO Fittings LIXIL International et PDG de Grohe AG. « Notre prochaine étape : d'ici fin de 2021 et ce, dans le monde entier, tous nos bureaux de vente seront climatiquement neutres. »*

L'initiative fait corps avec la stratégie de développement durable de LIXIL, dont GROHE fait partie depuis 2014 : atteindre d'ici 2050 des émissions nulles de carbone, pour les solutions du quotidien et de l'habitat.

Afin d'atteindre l'objectif auto-imposé de production neutre en carbone, **GROHE utilise de l'électricité verte depuis juillet 2019** sur les cinq sites de production de LIXIL EMENA, qui produisent exclusivement pour la marque mondiale. La marque investit également dans la technologie solaire, les centrales de production combinée de chaleur et d'électricité et des processus de fabrication innovants (tels que l'impression 3D de métaux qui économise les matériaux) pour garantir une chaîne de valeur qui préserve les ressources. Le centre moderne de recherche à Hemer et un recyclage accru des matériaux contribuent également à la réduction régulière de l'empreinte carbone. Ainsi, **GROHE a pu réduire ses émissions de gaz à effet de serre d'environ 40%** depuis l'introduction de son programme de développement durable initié en 2014, tout en augmentant son efficacité énergétique de 24%. En conséquence, les objectifs initiaux de 20% chacun d'ici 2021 ont été largement dépassés avant la date prévue.



**GROHE soutient deux projets verts** pour compenser les émissions de CO<sub>2</sub> qui n'ont pas encore pu être réduites : la marque soutient le fonctionnement d'une centrale hydroélectrique en Inde, éliminant le recours de centrales au charbon ; ainsi qu'un projet au Malawi, impliquant la réparation et l'entretien des forages utilisés pour le captage d'eau potable.



Dans le cadre de sa stratégie carbone, GROHE entend poursuivre sa lancée avec trois volets « éviter, réduire, compenser », en augmentant chaque année son efficacité énergétique, réduisant ainsi la part de compensation.

## **GROHE réduit l'émission de CO<sub>2</sub> des consommateurs, dans leur vie quotidienne**

GROHE s'efforce d'augmenter la durabilité, et pas seulement en ce qui concerne sa propre production. La marque utilise des technologies intelligentes pour aider les consommateurs à minimiser leur empreinte carbone personnelle :

### **# 1 : L'économie des ressources commence au lavabo**

Les produits soigneusement sélectionnés pour la salle de bains privée, permettent d'économiser drastiquement l'énergie. Des technologies telles que GROHE SilkMove ES permettent uniquement à l'eau froide de s'écouler du robinet lorsqu'il est positionné au milieu du levier. La consommation inutile d'eau chaude peut ainsi être évitée et, pour un ménage de quatre personnes, cela représente par an une économie d'environ 31 412 litres d'eau et 279 kg de CO<sub>2</sub> environ.

### **# 2 : Une douche durable, grâce à une technologie de précision**

Pour beaucoup, la douche du matin est une excellente façon de commencer la journée. Cependant, certains attendent souvent longtemps avant d'avoir trouvé la bonne température, ce qui fait une perte d'eau et d'énergie précieuses. Les thermostatiques équipés de la technologie GROHE TurboStat permettent une douche plus responsable, délivrant en une fraction de seconde la température de douche souhaitée, et la gardant constante pendant toute la durée de la douche.

### **# 3 Eau potable filtrée directement du robinet de la cuisine**

L'eau en bouteille est omniprésente dans la vie quotidienne, tout en étant clairement nocive pour l'environnement. Jusqu'à 600 g de CO<sub>2</sub> sont émis pendant le processus de production et de transport pour un litre d'eau minérale en bouteille. Le système d'eau GROHE Blue Home, est un robinet de cuisine qui transforme l'eau du robinet, en eau filtrée et réfrigérée, plate ou pétillante. Une famille de quatre personnes peut ainsi économiser par an jusqu'à 800 bouteilles en plastique et réduire ses émissions de CO<sub>2</sub> jusqu'à 61%.

Pour plus d'informations sur l'engagement durable de GROHE : [green.grohe.com](https://green.grohe.com)

Pure Freude  
an Wasser

GROHE

### À propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale de premier plan pour les solutions complètes de salle de bain et d'agencement de cuisine et compte plus de 6 500 employés dans 150 pays - dont 2 600 en Allemagne. Depuis 2014, GROHE fait partie du solide portefeuille de marques du fabricant japonais de produits innovants pour l'eau et le logement LIXIL. Afin d'offrir un "Pur Plaisir de l'Eau" (Pure Freude an Wasser), chaque produit GROHE est basé sur les valeurs de marque de qualité, technologie, design et durabilité. Des points forts de renom tels que GROHE Eurosmart ou la série de thermostats GROHE ainsi que des innovations révolutionnaires telles que le système d'eau GROHE Blue soulignent la profonde expertise de la marque. Centré sur les besoins des clients, GROHE crée ainsi des solutions de produits intelligentes, vivifiantes et durables qui offrent une valeur ajoutée pertinente - et portent le label de qualité « Designed and Engineered in Germany » : la R&D et le design sont fermement ancrés en tant que processus intégré en Allemagne. GROHE prend très au sérieux sa responsabilité d'entreprise et se concentre sur une chaîne de valeur économe en ressources. Depuis avril 2020, la marque sanitaire produit mondialement neutre en CO<sub>2</sub>. GROHE s'est également fixé pour objectif d'utiliser des emballages de produits sans plastique d'ici 2021. Au cours des dix dernières années seulement, plus de 460 prix design et d'innovation ainsi que plusieurs classements parmi les meilleurs au German Sustainability Award ont confirmé le succès de GROHE. GROHE a été le premier de son secteur à remporter le CSR Award du gouvernement fédéral allemand et a également figuré dans le classement du Top Forte® du Top 50 du magazine Fortune® qui change le monde.

### 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 75 000 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](http://www.lixil.com).

---

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

Gilles Senneville : [g.senneville@clccom.com](mailto:g.senneville@clccom.com)

Célia Forest : [c.forest@clccom.com](mailto:c.forest@clccom.com)

Mounia Bagass : [m.bagass@clccom.com](mailto:m.bagass@clccom.com)

Lorraine Tissier-Rebour : [l.tissier-rebour@clccom.com](mailto:l.tissier-rebour@clccom.com)