

LIXIL EMENA lance la plateforme digitale "GROHE X" pour sa marque GROHE

Le mardi 16 mars 2021 a eu lieu le lancement de la plateforme digitale inédite GROHE X. Orienté client, le contenu, informatif et inspirant est adapté aux besoins des différents profils et proposent de nouvelles façons d'interagir avec les experts de la marque pour recevoir une assistance personnalisée. Le premier jour, plus de 12 000 visiteurs ont exploré le hub de la marque GROHE et près de 4 000 spectateurs ont assisté aux trois événements de lancement proposés en direct.

Cette nouvelle plateforme digitale, lancé par LIXIL EMENA pour GROHE, offre un contenu riche, destiné aux installateurs, distributeurs, architectes, designers, ainsi qu'aux consommateurs finaux.

GROHE X propose un programme personnalisé et adapté aux besoins et aux intérêts de chacun : vidéos tutos, articles de fond et salles virtuelles permettant aux visiteurs de s'immerger dans l'univers de la marque et de ses nouveaux produits. Il existe également des vidéos informatives dans lesquelles plusieurs experts GROHE offrent un aperçu des coulisses de la marque et y présentent chaque semaine un projet/sujet nouveau.

GROHE X ouvre également de nouvelles possibilités d'interactions : les partenaires commerciaux peuvent utiliser la plateforme pour prendre rendez-vous avec leur contact commercial et ainsi échanger directement des informations sur les innovations présentées.

"GROHE X est une étape importante dans l'histoire de notre marque. Elle ouvre la possibilité de vivre l'expérience GROHE et de découvrir nos produits et les enjeux qui nous animent. Vous pouvez vous connecter à GROHE X où que vous soyez et quand vous le souhaitez. GROHE X nous rapproche donc les uns des autres à une époque où nous avons besoin de rester physiquement éloignés. Les réactions positives que j'ai reçues de la part de clients du monde entier ont confirmé que nous avons pris la bonne décision il y a maintenant huit mois de cela. Le voyage digital dans lequel nous nous sommes lancés avec GROHE X ne fait que commencer. La plateforme est là pour perdurer et évoluera constamment au cours des prochains mois. Mes remerciements vont tout particulièrement à aux équipes qui ont rendu tout cela possible, tout en travaillant à distance." - Jonas Brennwald, Leader LIXIL EMENA et Co-CEO Grohe AG.

UNE NOUVELLE ÉTAPE DANS LE PARCOURS DE DURABILITÉ DE GROHE

Pour le lancement de GROHE X, différents formats d'événements en direct ont été mis en place en plus du contenu éditorial librement disponible. Cette semaine spéciale de lancement a débuté par une Keynote, qui a donné à GROHE l'occasion de mettre en avant son statut de pionnier de l'industrie sanitaire dans le domaine de la durabilité.

La marque a également présenté ses quatre premiers produits certifiés *Cradle to Cradle*^{®1}. Contrairement au modèle linéaire « Extraction-Fabrication-Déchet », *Cradle to Cradle*[®] est synonyme de « cycles continus des matériaux ». Un produit est ainsi fabriqué de manière que, à la fin de sa vie, les composants puissent être utilisés pour créer de nouveaux produits. Pour obtenir cette certification, un produit est évalué en fonction des cinq catégories suivantes : santé des matériaux, réutilisation des matériaux, énergie renouvelable, gestion de l'eau et équité sociale.

"L'obtention des certifications Cradle to Cradle® est une étape importante dans nos efforts de durabilité. Je suis fier que nous soyons l'une des premières marques de l'industrie du sanitaire à s'engager une fois de plus dans une transformation durable. Le secteur du bâtiment, représentant plus de 50 % de la consommation mondiale de matériaux, doit abandonner le modèle linéaire au profit d'une économie circulaire pour mettre fin à l'exploitation des ressources naturelles. Nous devons transformer notre modèle d'entreprise en une création de valeur circulaire et commencer à considérer les produits en fin de vie comme des banques de matériaux précieuses au lieu d'utiliser de nouvelles ressources", explique Thomas Fuhr, Leader Fittings LIXIL International et Co-CEO Grohe AG.

L'importance d'initier un changement de modèle dans l'industrie de la construction et de mettre l'accent sur les bâtiments verts, basés sur les principes de conception *Cradle to Cradle®*, a été le sujet principal de la table ronde du 16 mars. Le Dr Christine Lemaitre, PDG de la DGNB (Conseil allemand de la construction durable), le Dr Peter Mösle, partenaire de Drees & Sommer SE et directeur général d'EPEA GmbH et Thomas Fuhr ont discuté de la façon dont l'architecture durable peut être pensée et mise en œuvre dès aujourd'hui et à l'avenir.

OFFRIR LE MEILLEUR DÉPART PROFESSIONNEL AUX JEUNES

Au cours de la conférence sur la durabilité, GROHE a également présenté le nouveau programme "GROHE Installer Vocational Training and Education" (GIVE¹) qui renforce la dimension sociale de l'engagement de la marque en matière de durabilité. En effet, GROHE collabore déjà avec 26 institutions proposant des formations en plomberie dans la région EMENA. Dans le cadre du programme GIVE, la marque aidera les écoles de plomberie en installant des équipements de formation modernes et en fournissant du matériel pédagogique et des formateurs expérimentés. Les étudiants suivront une formation spécifique aux produits conçue par GROHE, pour laquelle ils recevront un certificat reconnu au niveau international. Compte tenu de la pénurie d'installateurs qualifiés dans le secteur sanitaire, il est important de proposer un programme de formation de qualité et attrayant.

DES INNOVATIONS TECHNOLOGIQUES POUR LES ESPACES DE VIE DE DEMAIN

Le keynote de lancement de la plateforme portait également sur la volonté qu'a GROHE de privilégier les attentes et les besoins du client. Cette focalisation ne se reflète pas seulement dans GROHE X ou dans la nouvelle approche commerciale de la marque mais constitue également un principe directeur lors du développement de nouveaux produits.

Cela a été souligné lors de la présentation du produit best-seller de la marque : GROHE Eurosmart. La marque a réinventé l'un de ses produits phares, faisant d'Eurosmart la ligne la plus polyvalente de sa gamme de mitigeurs. Les utilisateurs peuvent désormais choisir un robinet hybride, qui combine le fonctionnement manuel et le sans contact pour plus d'hygiène. Eurosmart est également disponible avec différents styles de leviers : à boucle avec un centre découpé, pour simplifier aux personnes à mobilité réduite la prise en main ; à levier long pour permettre aux professionnels du milieu médical d'actionner le robinet avec le coude, minimisant ainsi le contact avec les surfaces.

"Lorsque nous concevons un nouveau produit, notre première question est : pour qui le concevons-nous ? Une bonne compréhension des consommateurs est essentielle pour développer des produits qui améliorent et apportent une valeur ajoutée à la vie quotidienne. Grâce à nos produits, nous voulons répondre aux besoins changeants des consommateurs et être cohérents avec les tendances sociales. Dans le développement de nos produits, nous sommes guidés par trois points clés : l'urbanisation, la santé/le bien-être et le développement durable. Les consommateurs recherchent des produits de salle de bains qui les aident à créer des expériences uniques et veulent transformer la salle de bains en un espace où ils peuvent prendre soin du corps et de l'esprit. Notre réponse à cette tendance est la nouvelle collection GROHE SPA.", - Patrick Speck, Leader LIXIL Global Design, EMENA.

Plus d'informations sur www.grohe-x.com

¹ Certifié conformément à la norme Cradle to Cradle Certified® Version 3.1. La norme de produit certifié C2C est la principale mesure scientifique au monde pour la conception et la fabrication de matériaux et de produits circulaires et responsables. Vous trouverez plus d'informations [ici](#).

Plus d'informations sur les premiers produits GROHE Cradle to Cradle Certified® [ici](#).

² Plus d'informations sur GIVE [ici](#).

³ Plus d'informations sur la gamme GROHE Eurosmart [ici](#).

À propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale leader dans les solutions complètes de salle de bains et de robinetterie de cuisine 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 « Designed and Engineered 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 ».

www.grohe.fr

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 60 000 collaborateurs, fiers de concevoir des produits qui entrent dans le quotidien de plus d'un milliard de personnes.

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 / Lorraine Tissier-Rebour : l.tissier-rebour@clccom.com