

أسر المجتمع الفضي إلى ازدياد: الحمامات الجاهزة للمستقبل مع Eurosmart الجديدة من "جروهي"

- تصميم الحمام المستقبلي: متغيرات الأذرع المختلفة Eurosmart تلبي احتياجات المستهلكين في مختلف مراحل حياتهم
- للأشخاص الذين يتطلعون إلى حماية إضافية: تقنية GROHE SafeStop تمنع حوادث الحروق
- تصميم معاصر وثابت يناسب أي نمط أو أسلوب - اليوم وغداً

لا شك أن مجتمعاتنا تشهد تغييرات، ولا يتعلق الأمر بارتفاع عدد السكان باستمرار فحسب، بل إن معدل تقدم السن يزداد أيضاً. حالياً، ومع مرور كل ثانية يتجاوز مواطن في الاتحاد الأوروبي سن الأربعين¹. يمثل التغيير الديموغرافي تحدياً لمجتمعاتنا بالكامل ويرغمنا على إعادة التفكير، بعيداً عن طريقة التفكير السابقة لمكافحة الشيخوخة والتوجه نحو موقف راعي يحتضن الشيخوخة في الحياة، حيث لم يعد التقدم في السن يعني الخلود إلى الراحة وأن تقف ساكناً. إذ إن ما يسمى بـ "المجتمع الفضي"، أي السكان الذين تزيد أعمارهم عن 60 عاماً²، مع اختلاف الأعمار، يتطلعون إلى الحفاظ على لياقتهم وتشكيل حياتهم بنشاط، في المكان الذي يشعرون فيه بالأمان والسعادة: في المنزل³. وقامت العلامة التجارية "جروهي"، بالأخذ بعين الاعتبار هذه الرؤى والاتجاهات، عند إعادة تصميم أحد منتجاتها الأكثر مبيعاً GROHE Eurosmart، لتحقيق منزل مبتكر وجاهز للمستقبل.

دعم وراحة عادات الحمام اليومية في كل مرحلة من مراحل الحياة

يشكل المنزل جزءاً من هويتنا، المساحة الآمنة بالنسبة لنا، وتترافق القدرة على البقاء في المنزل للأعمار المتقدمة، جنباً إلى جنب مع رفاهية المستهلكين. وفي هذا الإطار، يُعتبر الحمام أساسياً، حيث يشكل المكان الأنسب للملاحظات الخاصة جداً. ويُشكل امتلاك القدرة لتوفير العناية بالنظافة الشخصية في المنزل، مصدر قلق كبير، لا سيما عند الأجيال الأكبر سناً، ما يعطيهم الشعور بالاستقلالية والحرية. لذلك فإن المفتاح الأساسي لذلك، هو البدء في التفكير في منتجات الحمام المناسبة في مرحلة مبكرة، والاستعداد للغد واليوم. وعلى عكس التوقعات، فإن المنتجات الملائمة لكبار السن، لا يمكن اعتبارها تقليدية أو قديمة الطراز. والمثال الأبرز على ذلك، هو إعادة إطلاق GROHE Eurosmart، إذ يلبي هذا التصميم الثابت للمنتجات، بمهارة شديدة الاحتياجات الخاصة للعناية بالحمام لكبار السن أو الأشخاص ذوي المهارات الحركية المحدودة.

¹ <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-1>

[explained/index.php?title=File:Median age of population, 2009 and 2019 \(years\).png](https://derinet.vontobel.com/CH/Download/AssetStore/c41311b5-be3b-447e-ad21-2c74780992c3/Presentation_Demographic_Opportunity_Silver_Society_EN.pdf)

https://derinet.vontobel.com/CH/Download/AssetStore/c41311b5-be3b-447e-ad21-2c74780992c3/Presentation_Demographic_Opportunity_Silver_Society_EN.pdf

³ تشير الدراسات إلى أن أربعة من كل خمسة أشخاص يرغبون في البقاء في المنزل عندما يكبرون (mh Plus Krankenhase, SDK: Studie 55+, Pflege im Alter (April 2019))

متغيرات الأذرع المتنوعة لأنماط الحياة المختلفة

تعمل "جروهي" على ضمان نمو مجموعة **Eurosmart** بشكلٍ متواصل، بما يتماشى مع متطلبات المجتمع المتغيرة والمحافظة على التكيف مع الاحتياجات العصرية. ويبدو ذلك جلياً، من خلال متغيرات الأذرع المختلفة التي تتعلق مباشرة بحياة الناس. إذ يوفر ذراع **Eurosmart Loop**، على سبيل المثال، دعماً مهماً لكبار السن ذوي المهارات الحركية المحدودة، نظراً لأن محور الخفض التدريجي يجعل الإمساك به أسهل. كما يتم توفير مساعدة كبيرة لعادات الحمام اليومية من خلال متغير الصنبور القابل للسحب الذي يوفر مرونة كاملة وراحة إضافية. ويمكن للمستهلكين التمتع بمساحة أكبر للتحرك، والتي تعتبر مثالية لدعم وتعزيز روتين الغسيل اليومي. وقال جوناك برينوالد، رئيس ليكسيل في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا: "عندما نفكر في عملائنا المستقبليين، فمن المرجح أنهم يقتربون من "سنواتهم الفضية"، حيث يقتربون فعلياً من سن التقاعد أو في سن التقاعد. كما أن كبار السن المعاصرين يريدون منتجات تليق بهم وتدعمهم في تخطي العقبات اليومية، حتى خلال 10-20 عاماً، عندما يبدأون يعانون انخفاضاً في جودة الرؤية أو تقل مهاراتهم الحركية. لذلك، علينا أن نسأل أنفسنا: كيف يمكننا ابتكار منتجات جميلة جاهزة للمستقبل؟ تطورت منتجات **GROHE Eurosmart** لدينا مع كل جيل، حيث تشكل مثلاً رائعاً على كيفية الاستجابة للاحتياجات المتغيرة من خلال منتجات مفيدة".

الدور الذي تلعبه السلامة والأمان

بالإضافة إلى الراحة، تلعب السلامة والأمان أيضاً، دوراً خاصاً عندما يتعلق الأمر بمرحلة الشيخوخة. يوفر **Eurosmart SafeStop** حماية المنظم الحراري الفعالة، عن طريق الحد من درجة حرارة الماء الساخن القصوى إلى حدود قابلة للتعديل مسبقاً. كما يضمن بقاء درجة حرارة الماء المطلوبة ثابتة، ويعمل على إغلاق تدفق الماء الساخن بشكل فعال، إذا فشل إمداد الماء البارد. ويُعتبر من المنتجات الضرورية بشكلٍ خاص، لمنشآت الأطفال وكبار السن أو الأشخاص الذين يعانون من قيود في المهارات الحسية أو الحركية. إن الجمع بين التصميم الحديث والمستوى العالي من الراحة والتركيب السهل والخيارات المتعددة للاختيار من بينها، يجعل صنبور **Eurosmart** بطلاً حقيقياً للحمام الجاهز للمستقبل.

اكتشف المزيد من الرؤى والأفكار المميزة حول حياة المستقبل من خلال [Wow Of The Week](#) عبر منصتنا الرقمية الجديدة "جروهي أكس".

تابعونا على مواقع التواصل الاجتماعي: [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#), [YouTube](#).

-انتهى-

لمحة عن شركة GROHE:

تُعتبر GROHE الشركة الرائدة عالمياً في توريد التجهيزات الصحية (للمطابخ والحمامات) ولديها أكثر من 7000 موظف في 150 بلداً. 2600 منهم في ألمانيا. ومنذ العام 2014 كانت GROHE جزءاً من مجموعة العلامات التجارية القوية للشركة المصنعة اليابانية لمنتجات المياه والإسكان الرائدة LIXIL

. وفي إطار سعيها لتحقيق شعار "Pure Freude an Wasser"، فإن كل منتج من منتجات GROHE يعتمد على قيم العلامة التجارية في مجال التكنولوجيا، والجودة والتصميم والاستدامة. وتؤكد المحطات البارزة للشركة مثل Eurosmart GROHE أو سلسلة أجهزة تنظيف الحرارة من GROHE، بالإضافة إلى الابتكارات الرائدة مثل نظام المياه Blue GROHE على الخبرة العميقة للعلامة التجارية. وفي إطار تركيزها على احتياجات العملاء قدمت GROHE حلول منتجات ذكية تساهم في تحسين الحياة ومستدامة وذات قيمة مضافة ذات صلة – وتحمل منتجاتها شارة الجودة "صنع في ألمانيا". ويأتي البحث والتطوير والتصميم كعملية متكاملة راسخة في ألمانيا. وتلتزم GROHE بمسؤوليتها الاجتماعية وتتعامل مع هذا الأمر بجدية تامة، وتركز على سلسلة القيمة الموقرة للموارد. ومنذ نيسان 2020، تقوم العلامة التجارية للتجهيزات الصحية بإنتاج محاييد فيما يتصل بثاني أكسيد الكربون*. كما حددت GROHE لنفسها هدف استخدام منتجات التغليف الخالية من البلاستيك بحلول عام 2021. على مدى السنوات العشر الماضية، تم ترسيخ نجاح GROHE بفوزها بأكثر من 490 جائزة في التصميم والابتكار فضلاً عن عدة تصنيفات كإحدى "الشركات الكبرى الأكثر استدامة في ألمانيا". فلقد كانت GROHE الشركة الأولى في مجالها التي فازت بجائزة المسؤولية الاجتماعية للشركات من الحكومة الاتحادية الألمانية وجائزة الاستدامة الألمانية 2021 في مجالات "المصادر" و "التصميم". تقود GROHE أيضاً التحول المستدام كجزء من حملة "50 رانداً في الاستدامة والمناخ" حول الاستدامة والمناخ.*يشمل ذلك مشاريع تعويض ثاني أكسيد الكربون، المزيد عبر green.grohe.com

لمحة حول شركة LIXIL:

يذكر أن LIXIL (TSE Code 5938) هي شركة رائدة عالمياً في قطاع الإسكان ومواد البناء، فهي تقوم بتصنيع منتجات المياه والإسكان الرائدة التي تحل تحديات الحياة الحقيقية، مما يجعل أفضل المنازل حقيقة واقعة للجميع في كل مكان. بالاعتماد على التراث الياباني، تبتكر تكنولوجيا رائدة على مستوى العالم لصنع منتجات عالية الجودة تحول المنازل للأفضل. لكن اختلاف LIXIL هو كيف تقوم بذلك؛ من خلال تصميم هادف وروح ريادة الأعمال وتفاني في تحسين إمكانية الوصول للجميع ونمو الأعمال المسؤولة. يأتي النهج من خلال العلامات التجارية الرائدة في الصناعة، وهي LIXIL®، وINAX®، وGROHE®، وAmerican Standard®، وTostem®. - حوالي 55000 زميل يعملون في أكثر من 150 دولة، فخورون بتصنيع منتجات تمس حياة أكثر من مليار شخص كل يوم. www.lixil.com

للمزيد من المعلومات يرجى التواصل مع

گیتا قائم مقامی

رئيسة الاتصال المؤسسي في الشرق الأوسط وشمال أفريقيا لشركة ليكسيل "LIXIL" - أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا EMENA

Gita.ghaemmagham@grohe.com

+971554376534