

خطوة بخطوة نحو الأفضل - رحلة "جروهي" المتواصلة لخدمات التعبئة والتغليف الخالية من البلاستيك

- تتطلب أزمة التلوث البلاستيكي المستمرة تغييرات جذرية في حين أن الحلول لا تزال محدودة
- تتيح إزالة جميع البلاستيك غير الضروري من عبوات "جروهي" توفير 37 مليون قطعة بلاستيكية سنوياً
- لتحقيق عبوات خالية من البلاستيك، تدعو "جروهي" شركاء الصناعة والعملاء للانضمام إلى جهود تطوير حلول جديدة

مع ارتفاع تلوث المحيطات بالنفايات البلاستيكية بمقدار عشرة أضعاف منذ العام 1980 والتدفق السنوي للبلاستيك نحو المحيط والذي من المتوقع أن يزداد بنحو ثلاثة أضعاف بحلول العام 2040²، تبدو الحاجة ملحة لاتخاذ إجراءات فورية لمعالجة أزمة التلوث البلاستيكي. وفي حين يزداد الطلب على الحلول الخالية من البلاستيك من قبل المستهلكين والهيئات التنظيمية على حدٍ سواء، لا تزال الخيارات محدودة ما يعيق التنمية في جميع الصناعات. ومع ذلك، يمكن للخطوات الصغيرة تحقيق التأثير الفوري والقابل للتطور. هذه هي إحدى الدروس الرئيسية للرحلة المستمرة نحو اعتماد التعبئة والتغليف الخالي من البلاستيك من "جروهي" GROHE، العلامة التجارية العالمية الرائدة لحلول الحمامات وتجهيزات المطابخ.

خطوات صغيرة نحو تحقيق هدف كبير

في العام 2018، حددت العلامة التجارية لنفسها هدف إزالة كل أنواع البلاستيك من عبواتها كواحدة من الركائز³ الأساسية الثلاثة لمبادرة الحد من البلاستيك. لكن الفريق المشارك في هذه المهمة، أدرك أنه لا يمكن تنفيذ هذا التحول الكامل مع خيارات التعبئة والتغليف المتاحة. إذ لا تزال عوامل مثل إعداد آليات إعادة التدوير الحالية والافتقار إلى حلول خالية من البلاستيك، خصوصاً لأسطح المنتجات الرقيقة، تشكل تحدياً كبيراً ليس فقط لعلامة "جروهي" التجارية ولكن لجميع الصناعات. ومع ذلك، وكإنجاز مهم في هذه الرحلة المستمرة، توفّر "جروهي"

¹ تقرير المخاطر العالمية 2020: http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf; صفحة 46

² كسر الموجة البلاستيكية. تقييم شامل للمسارات نحو الحد من التلوث البلاستيكي للمحيطات.

https://www.systemiq.earth/wp-content/uploads/2020/07/BreakingThePlasticWave_MainReport.pdf

³ تشمل الركائز الأخرى نظام المياه GROHE Blue الذي يهدف إلى جعل الزجاجات البلاستيكية شيئاً من الماضي والتعاون مع منظمة Everwave غير الحكومية التي تساعد على تنظيف المياه وزيادة الوعي بأزمة النفايات البلاستيكية.

الآن 37 مليون عنصر بلاستيكي سنوياً بسبب التخلص من جميع البلاستيك غير الضروري في عبوات منتجاتها. وهذا يعادل متوسط نفايات العبوات البلاستيكية الناتجة عن أكثر من 4300 من مواطني الاتحاد الأوروبي على مدار عام واحد⁴.

قال جوناك برينوالد، رئيس ليكسيل في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا: "على الرغم من أن التحول الكامل إلى العبوات الخالية من البلاستيك ليس بالأمر الممكن بعد، سنواصل في التفكير ومواجهة التحديات وإعادة تقييم الوضع الراهن لحلونا. وأضاف "في إطار جهودنا لدفع تحقيق مستقبل خالٍ من البلاستيك، نركز على اتخاذ الخطوات اللازمة باستمرار. وفي إطار عملنا هذا، نحرص على تشجيع الابتكار القابل للتطبيق في السوق في قطاع التعبئة والتغليف ودعوة الشركاء للعمل معاً لتوفير فرص جديدة".

بدوره يشرح بيتر برينديكي، رئيس الجودة وتجهيزات البيئة والصحة والسلامة في ليكسيل العالمية قائلاً: "لا يمكن الوصول إلى تقديم عبوات بمواد بلاستيكية أقل، إلا من خلال نهج متعدد الأبعاد، بما في ذلك الابتكارات الجديدة والتعديلات الصغيرة والتفكير بأسلوب جديد ومن دون مبالغة. على سبيل المثال، استخدمت فرق مشروعنا في المصانع حلولاً جديدة مثل إدخال عجينة الورق المفرغة بدلاً من توسيع البوليسترين أو حلول التغليف الشفاف. بالإضافة إلى ذلك، تم تطوير بعض التغييرات البسيطة والمؤثرة. إذ يُستخدم الآن جزء من منتجات نظام التثبيت السريع من "جروهي" لتخزين القطع الحرة الأخرى. ولقد نتج عن هذا التعديل الصغير تأثير كبير، حيث يوفر 26 طن من الأكياس البلاستيكية سنوياً. أنا فخور جداً بالطموح الإبداعي الذي تم اعتماده من قبل زملائي في هذا المجال من أجل إحداث التغيير الإيجابي".

اكتشفوا المزيد من الأفكار حول كيفية عمل "جروهي" نحو تحقيق عالم خالٍ من النفايات على منصتنا الرقمية "[جروهي أكس](#)". للمزيد من المعلومات والمواد الإعلامية، الرجاء الإطلاع على هذا [الرابط](#).

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

-انتهى-

⁴ استناداً إلى متوسط الوزن الأدنى للعبوات البلاستيكية التي تمت إزالتها من صنوبر Eurosmart المنتج الأكثر مبيعاً من GROHE بحجم S (33265002) مقارنة بمتوسط نفايات العبوات البلاستيكية الناتجة عن نصيب الفرد في الاتحاد الأوروبي في عام 2019: https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ENV_WASPAC_custom_2704676/default/table?lang=en

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 GROHE Eurosmart أو سلسلة أجهزة تنظيم الحرارة من GROHE، بالإضافة إلى الابتكارات الرائدة مثل نظام المياه GROHE Blue 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". فقد 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®، INAX®، وGROHE®، وAmerican Standard، وTostem®. حوالي 55000 زميل يعملون في أكثر من 150 دولة، فخورون بتصنيع منتجات تمش 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