

## COMMUNIQUE DE PRESSE

### **Pas à pas pour le mieux - le voyage continu de GROHE vers des emballages sans plastique**

- La crise actuelle de la pollution plastique exige des changements radicaux alors que les solutions sont encore limitées.
- La suppression de tout plastique inutile de ses emballages permet à GROHE d'économiser 37 millions d'articles en plastique par an.
- Pour parvenir à un emballage sans plastique, GROHE demande à ses partenaires industriels et à ses clients de participer au développement de nouvelles solutions.

Alors que la pollution des océans par les déchets plastiques a été multipliée par dix depuis 1980<sup>1</sup> et que le flux annuel de plastique dans les océans devrait tripler d'ici 2040<sup>2</sup>, des mesures immédiates doivent être prises pour lutter contre la pollution plastique. Alors que les solutions sans plastique sont de plus en plus demandées par les consommateurs et les organismes de réglementation, les options sont encore limitées, ce qui entrave le développement de toutes les industries. Pourtant, de petites mesures peuvent avoir un impact immédiat et évolutif. C'est l'une des principales leçons tirées du processus en cours visant à mettre en place des emballages sans plastique par GROHE, l'une des principales marques mondiales de solutions de salle de bains et d'équipements de cuisine.

#### **Faire de petits pas vers un grand objectif**

En 2018, la marque s'est fixée pour objectif de supprimer le plastique de tous ses emballages comme l'un des trois piliers<sup>3</sup> fondamentaux de son initiative Less Plastic. Mais l'équipe impliquée dans cette tâche a réalisé que ce changement complet ne pouvait pas être mis en œuvre avec les options d'emballage disponibles. Des facteurs tels que la mise en place des mécanismes de recyclage actuels et le manque de solutions sans plastique, en particulier pour les surfaces délicates des produits, constituent toujours un énorme défi, non seulement pour la marque GROHE mais pour toutes les industries. Néanmoins, et c'est là une réalisation importante de ce voyage continu, GROHE économise désormais 37 millions d'articles en plastique par an grâce à l'élimination de tout plastique inutile dans l'emballage de ses produits. Cela équivaut à la moyenne des déchets d'emballages plastiques générés par plus de 4 300 citoyens de l'UE au cours d'une année<sup>4</sup>.

" Bien qu'il n'ait pas encore été possible de passer complètement aux emballages sans plastique, nous continuerons à réfléchir, à remettre en question et à réévaluer constamment

---

<sup>1</sup> The Global Risks Report 2020: [http://www3.weforum.org/docs/WEF\\_Global\\_Risk\\_Report\\_2020.pdf](http://www3.weforum.org/docs/WEF_Global_Risk_Report_2020.pdf); page 46

<sup>2</sup> Breaking The Plastic Wave. Une évaluation complète des moyens d'arrêter la pollution plastique des océans.

<sup>3</sup> Les autres piliers comprennent le système d'eau GROHE Blue, qui vise à faire des bouteilles en plastique une chose du passé, et la collaboration avec l'ONG everwave, qui aide à nettoyer les eaux et à sensibiliser à la crise des déchets plastiques.

<sup>4</sup> Basé sur le poids minimum moyen des emballages plastiques retirés du produit le plus vendu de GROHE, le robinet Eurosmart en taille S (33265002), par rapport à la moyenne des déchets d'emballages plastiques générés par habitant dans l'Union européenne en 2019 :

[https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ENV\\_WASPAC\\_custom\\_2704676/default/table?lang=en](https://ec.europa.eu/eurostat/databrowser/view/ENV_WASPAC_custom_2704676/default/table?lang=en)

le statu quo de nos solutions ", déclare Jonas Brennwald, Leader LIXIL EMENA. "Pour avancer vers un avenir sans plastique, nous nous concentrons sur l'action. Un élément crucial de cette action est d'encourager l'innovation applicable au marché de masse dans le secteur de l'emballage et d'inviter les partenaires à travailler avec nous pour créer de nouvelles opportunités."

"La réduction des emballages en plastique ne pouvait être atteinte que par une approche multidimensionnelle, comprenant de nouvelles innovations et de petites modifications - en sortant littéralement des sentiers battus. Par exemple, nos équipes de projet dans les usines ont utilisé des solutions novatrices telles que des inserts en pâte moulée au lieu du polystyrène expansé ou de la solution du film d'emballage. En outre, certains changements simples mais ayant un impact ont été développés. Une partie du produit du système d'installation GROHE Rapid est maintenant utilisée pour ranger d'autres pièces détachées. Cette petite modification a eu un impact important, puisqu'elle a permis d'économiser 26 tonnes de polybags par an. Je suis très fier de l'ambition créative avec laquelle mes collègues ont abordé la question afin d'apporter des changements", explique Peter Brendecke, Leader Quality and EHS Fittings, LIXIL International.

Visitez notre plateforme d'expérience numérique [GROHE X](#) pour en savoir plus sur la manière dont GROHE poursuit un monde sans déchets.

+++ Des informations supplémentaires et du matériel de presse sont disponibles via le [lien](#) suivant. +++

### À propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale de premier plan pour les solutions complètes de salle de bain et des équipements de cuisine et compte au total plus de 7 000 employés dans 150 pays, dont 2 600 sont basés en Allemagne. Depuis 2014, GROHE fait partie du solide portefeuille de marques du fabricant japonais de produits pionniers pour l'eau et l'habitat LIXIL. Afin d'offrir "Pure Freude an Wasser", chaque produit GROHE est basé sur les valeurs de la marque que sont la qualité, la technologie, le design et la durabilité. Des points forts renommés 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. Centrée sur les besoins des clients, GROHE crée ainsi des solutions de produits intelligentes, durables, qui améliorent la vie, qui offrent une valeur ajoutée pertinente - et qui portent le label de qualité "Made in Germany" : la R&D et le design sont fermement ancrées en tant que processus intégré en Allemagne. GROHE prend très au sérieux sa responsabilité d'entreprise et met l'accent sur une chaîne de valeur qui permet d'économiser les ressources. Depuis avril 2020, la marque sanitaire produit du CO<sub>2</sub> neutre\* dans le monde entier. GROHE s'est également fixé l'objectif d'utiliser des emballages sans plastique d'ici 2021.

Rien qu'au cours des dix dernières années, plus de 490 prix de design et d'innovation ainsi que plusieurs prix de durabilité ont confirmé le succès de GROHE. GROHE a été le premier de son secteur à remporter le prix RSE du gouvernement fédéral allemand et le prix allemand du développement durable 2021 dans les catégories « Ressources » et « Design ». Dans le cadre de la campagne sur le développement durable et le climat « 50 Sustainability & Climate Leaders », GROHE conduit également une transformation durable.

\*inclut les projets de compensation de CO<sub>2</sub>, plus sur [green.grohe.com](https://www.green.grohe.com)

Pure Freude  
an Wasser

**GROHE**  


## **À propos de LIXIL**

LIXIL (TSE Code 5938) fait de l'eau et du logement des produits pionniers qui résolvent chaque jour, des défis réels, faisant de meilleures maisons une réalité pour tout le monde, partout. En nous appuyant sur notre héritage japonais, nous créons des technologies de pointe et innovons pour fabriquer des produits de haute qualité qui transforment les maisons. Mais la différence de LIXIL, c'est la façon dont nous procédons : grâce à une conception significative, un esprit d'entreprise, un engagement à améliorer l'accessibilité pour tous et une croissance responsable des entreprises. Notre approche prend vie à travers les marques leaders de l'industrie, y compris INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Environ 55 000 collègues travaillant dans plus de 150 pays sont fiers de fabriquer des produits qui touchent la vie de plus d'un milliard de personnes chaque jour. Pour en savoir plus, visitez : [www.lixil.com](http://www.lixil.com)

## **CONTACT DE LA PRESSE**

Gita Ghaemmaghami, Leader Communications et CR MENA, LIXIL EMENA

[Gita.ghaemmagham@grohe.com](mailto:Gita.ghaemmagham@grohe.com)

Mobile: +971554376534