

"غروهي" تكثف جهودها لمعالجة أزمة المناخ بعد مؤتمر الأمم المتحدة لتغير المناخ "كوب 26" (COP26)

- "كوب 26" (COP26) شكل دافعاً للشركات لتكثيف جهودها لمعالجة الأزمة المناخية
- احتفالاً بالإنجازات المحققة في إطار مسيرة الاستدامة خلال العام 2021، "غروهي" تتعهد بالتغلب على التحديات المقبلة
- "غروهي" تؤكد على التزامها بالاستدامة كشريك رائد في مجال التحول "الموارد" من خلال جائزة الاستدامة الألمانية 2022

اختتم مؤتمر الأمم المتحدة السادس والعشرون لتغير المناخ "كوب 26" (COP26) فعالياته في غلاسكو هذا الشهر، وشكل نقطة انطلاق جديدة وحافزاً لمعالجة أزمة المناخ. وتمحور الهدف الأساسي للمؤتمر حول تحديد الخطط المتعلقة بخفض الانبعاثات للحد من ظاهرة الاحتباس الحراري إلى 1.5 درجة. وأكد المؤتمر مجدداً على الحاجة الملحة أكثر من أي وقت مضى، لنماذج يُحتذى بها في القطاعات الصناعية لدفع عجلة التغيير العميق والتحول الحقيقي. ولأكثر من 20 عاماً رسخت العلامة التجارية للتجهيزات الصحية "غروهي"، هذا الهدف من خلال استراتيجيتها ونهجها القائم على تتبع سلسلة قيمة محايدة لثاني أكسيد الكربون وموفرة للموارد. وحققت "غروهي" خلال العام الماضي، إنجازات مهمة مثل تقديم أولى منتجاتها القابلة لإعادة التدوير، وجمع ودراسة رؤى قيمة في مجال التحول المستدام، وأيضاً من خلال التبادل المكثف للمعلومات مع الشركات الأخرى، ما يتناسب مع رؤية 2045¹ وتتويجاً لإنجازاتها في مجال الاستدامة لهذا العام، فإن "غروهي" هي الشريك الرئيسي لجائزة الاستدامة الألمانية 2022 في مجال التحول "الموارد" وهي تعمل بجد لوضع أهداف جديدة للعام المقبل.

دراسة النجاحات السنوية المحققة خلال الاستعداد لمواجهة التحديات الجديدة لعام 2022

أدرجت "غروهي" الحالة السنوية لكافة الأمور التي نفذتها العلامة التجارية خلال عام 2020/2019، بطريقة شفافة وموضوعية في إطار تقرير الاستدامة الثالث² لـ "غروهي"، حيث احتقلت بتحقيق الكثير من معايير الاستدامة. فعلى سبيل المثال، تمكنت "غروهي" من تقليل استهلاكها للمياه في عمليات الإنتاج بنسبة 38.7% وبالتالي تجاوزت بشكل ملحوظ خطتها البالغة 20% التي حددتها في العام 2014³. وفي الوقت نفسه، عملت "غروهي" على الإرتقاء بالإجراءات التي تتبعها إلى مستويات جديدة وبخطوات حاسمة: وأكدت على التزامها بتحقيق قيمة دائرية

¹ للإطلاع على ملخص غروهي لرؤية 2045 على هذا الرابط: <https://bit.ly/30VvosT>

² https://www.grohe-x.com/en/newsroom-overview/news-overview-international/sustainability_sustainability-report#June%208%202021

³ https://www.grohe-x.com/en/newsroom-overview/news-overview-international/sustainability_sustainability-report#June%208%202021

والحفاظ على الموارد. وأطلقت العلامة التجارية أول أربعة منتجات⁴ معتمدة من Cradle to Cradle®. يتزامن ذلك مع قيام "غروهي" بالفعل بتصنيع منتجات خالية من ثاني أكسيد الكربون منذ العام 2020⁵، الأمر الذي تم تناوله والتشديد عليه في "COP26" كمبدأ أساسي للشركات، فقد عملت "غروهي" باستمرار على تحسين المنتجات وعمليات الإنتاج فيما يتعلق ببصمتها البيئية في العام الماضي وستواصل ذلك في المستقبل.

والمثل الأبرز على ذلك: في بداية نوفمبر الماضي، تم وضع حجر الأساس للحقول الشمسية الجديدة في مصنع هيمر بألمانيا. وهذه الحقول هي عبارة عن محطة كهروضوئية مثبتة على الأرض تبلغ مساحتها 20000 متر مربع، وتشكل مساهمة مهمة في زيادة الحد من انبعاثات الكربون من خلال التدابير الخاصة التي اتخذتها "غروهي"، حيث ستزيد من توليد الكهرباء في الموقع بنسبة تصل إلى 20%. وإكناجاز آخر في مجال الاستدامة في العام 2021، ساهمت "غروهي" بمبلغ 1.2 مليون يورو تم جمعه من خلال حملاتها المخصصة "الطاقة من أجل الحياة" لدعم مبادرة "Make a Splash" التي تجمع "ليكسيل" و"اليونيسف" وتهدف إلى ضمان حصول الجميع، ولا سيما الأطفال في البلدان النامية، على مرافق صحية غير مكلفة لتحسين النظافة.

وبالإضافة إلى هذه الإنجازات، حققت العلامة التجارية للتجهيزات الصحية "غروهي" بعض الفوائد القيمة في العام الماضي: حيث وضعت هدف التخلص من استخدام البلاستيك في جميع عبوات المنتجات في العام 2018، الأمر الذي مثل تحدياً كبيراً ويشمل عدد من من الإدارات المختلفة، مع مراعاة النقل الآمن لمجموعة منتجات "غروهي" المتنوعة. وشكّل ذلك حالة لا مثيل لها في هذا القطاع. وعلى الرغم من ذلك، فإن تحقيق هدفها بأن تصبح خالية تماماً من البلاستيك، سيمتد إلى العام المقبل. ومع ذلك، تمكنت غروهي من التخلص من 34 مليون قطعة من العبوات البلاستيكية وهي الآن في طريقها لتحقيق هدفها في ربيع العام 2022.

وقال توماس فوهر، المدير التنفيذي للعمليات في شركة "ليكسيل" والرئيس التنفيذي المشارك في "غروهي أي جي": "بات بالنسبة إلينا، التخلص من البلاستيك أمراً إلزامياً، ولكنه أيضاً شكلاً تحدياً كبيراً، واستغرق إنتاج وتصنيع عبوات خالية من البلاستيك وقتاً أطول من المتوقع. لقد أدركنا من خلال مبادرتنا الخالية من البلاستيك أن التحول الحقيقي يستغرق وقتاً، ولكن في الوقت نفسه، تم إعداد حلول تغليف جديدة رائعة من قبل الفريق الذي يتولى هذا المشروع لدينا في المصانع، ما أدى على سبيل المثال، إلى تحقيق تغيير في تغليف منتج واحد، ونتج عن ذلك توفير 26 طناً من الأكياس البلاستيكية سنوياً".

https://www.grohe-x.com/en/newsroom-overview/news-overview-international/brand_circular-economy ⁴

includes CO₂ compensation projects, more on [green.grohe.com](https://www.grohe.com) ⁵

التحول المستدام أولاً

نتويجاً نهائياً لهذا العام، تؤكد "غروهي" على التزامها بمستقبل مستدام بالشراكة مع جائزة الاستدامة الألمانية (DNP). وبصفتها حاصلة مرتين على جائزة الاستدامة الألمانية، أصبحت "غروهي" الآن الشريك الرئيسي الرسمي لمجال التحول "الموارد" في مؤتمر وحفل توزيع الجوائز هذا العام، الذي عقد في 2 و3 ديسمبر الماضي في دوسلدورف. وخلال إلقاء توماس فوهر كلمة رئيسية حول فرص وإمكانيات "المباني الخضراء" في الجلسة العامة لمؤتمر يوم الاستدامة الألماني، بالإضافة إلى بث مقابلات "غروهي" عبر المنصة الإلكترونية لجائزة الاستدامة الألمانية DNP.tv، ساهمت العلامة التجارية بتسليط الضوء على إدارة كفاءة الموارد وتقليل الكربون والتحول إلى الطاقات المتجددة، الأمر الذي يرتبط ارتباطاً وثيقاً باستراتيجية المسؤولية المؤسسية لشركة "ليكسيل"، حيث تشكل "غروهي" جزءاً من مجموعة العلامة التجارية منذ العام 2014.

وتؤكد "غروهي" على أن النجاحات المحققة خلال هذا العام، ستشكل حافزاً لها لكي تواصل عملها وجهودها وعدم التوقف عند هذه الحدود، على حد تعبير جوناثان برينوالد، رئيس "ليكسيل" في منطقة أوروبا والشرق الأوسط وشمال أفريقيا والرئيس التنفيذي المشارك في "غروهي آي جي" الذي قال: "الاستدامة راسخة في صلب "ليكسيل" و"غروهي". إذ تؤكد لنا الأحداث التي يشهدها العالم، مثل الظروف المناخية القاسية وندرة الموارد، مدى أهمية بذل المزيد من الجهود والاهتمام بهذه الأزمة من كافة جوانبها. أما بالنسبة لاستراتيجية علامتنا التجارية، فمن الضروري لنا أن نقدم لعملائنا الحلول التي يمكنهم أيضاً المساهمة من خلالها وتحقيق التأثير الإيجابي، مثل المنتجات الموفرة للطاقة والمياه".

ومع انتهاء مؤتمر الأمم المتحدة لتغير المناخ "COP26"، تعمل العلامة التجارية بالفعل على مواجهة التحديات التالية، مثل توسيع نطاق المنتجات المحايدة للكربون لتشمل سلسلة التوريد الخاصة بها والتخلص من البلاستيك أحادي الاستخدام.

للمزيد من المعلومات حول كيف يمكن للمواهب الشابة النمو والتطور في "غروهي" من خلال [GROHE X](#).
لمعلومات إضافية وللحصول على المواد الإعلامية يرجى استخدام هذه [الرابط](#).

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

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، وترتكز 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®، و INAX®، و GROHE®، و American Standard®، و Tostem®. - حوالي 55000 زميل يعملون في أكثر من 150 دولة، فخورون بتصنيع منتجات تمس حياة أكثر من مليار شخص كل يوم. www.lixil.com