

INFORMATIONS POUR LA PRESSE

GROHE SPA célèbre ‘la Santé par l'Eau’ (Health through Water) à La Milan Design Week

- GROHE expose sa sous-marque haut de gamme revitalisée GROHE SPA, qui invite les utilisateurs à s'adonner à des rituels d'eau holistiques.
- Une exposition dédiée et inspirée de l'eau au musée d'art Pinacoteca di Brera, illustre le concept GROHE SPA 'Health through Water' (santé par l'eau).
- Des conceptions impressionnantes pour la salle de bain présentées dans quatre cubes immersifs complètent l'exposition : produits imprimés en 3D sur métal, collections privées Atrio et Allure Brilliant personnalisées, couleurs GROHE et solutions de douche modulaires

Casablanca, 17 avril 2023 – La Milan Design Week, qui attire des architectes, des designers et des visiteurs du monde entier, est l'un des plus importants événements annuels pour les esprits créatifs. L'élite du design et les jeunes talents plus prometteurs, ainsi que les marques mondiales, présentent leur travail à travers des expositions, des présentations et d'événements organisés dans toute la ville. Au cœur de ce cadre dynamique, GROHE, l'une des marques leaders mondiales de solutions complètes de salle de bain et d'équipements de cuisine, présente sa sous-marque GROHE SPA revitalisée au prestigieux musée d'art Pinacoteca di Brera. Le portefeuille s'étend des collections de robinets élaborées aux accessoires complémentaires, en passant par les douches de plafond personnalisables et les céramiques complexes. Outre l'exposition de ces produits exclusifs qui créent des lieux de bien-être uniques et luxueux, la marque illustre le concept GROHE SPA "Health Through Water" (la santé par l'eau) à travers une exposition inspirée de l'eau qui reflète l'architecture éblouissante du musée d'art.

"Après le lancement digital de GROHE SPA dans le cadre du GROHE X Summit à la mi-mars, la Milan Design Week constitue le lieu idéal pour exposer des pièces sélectionnées de ce portefeuille au public. Les produits GROHE sont le fruit d'une symbiose entre une qualité supérieure, une technologie de pointe, une précision inégalée et un design progressif - une adéquation parfaite avec le public sophistiqué de l'événement. Cette exposition immersive vient renforcer notre présence en associant notre passion pour l'eau au cadre magnifique de Pinacoteca di Brera ", a déclaré Karl Lennon, Leader GROHE SPA, LIXIL EMENA.

Exposition inspirée de l'eau : une réflexion de ‘Health through Water’

En entrant dans la cour de Pinacoteca, les visiteurs peuvent plonger dans une expérience holistique où l'eau occupe une place centrale. Conçue par l'équipe interne de design et de l'identité de la marque LIXIL Global Design, l'exposition immersive reflète le musée d'art, et notamment la statue de Napoléon au centre, réalisée par Antonio Canova, l'un des sculpteurs les plus importants de son temps. Le silence et le calme de l'eau amplifient l'espace et créent

une sorte d'illusion, tout en illustrant la propreté et le bien-être. Quatre cubes sont placés dans chacun des coins de la cour afin de former des espaces intérieurs où les quatre niveaux de GROHE SPA sont mis en valeur. Un miroir est utilisé sur tous ces cubes pour contribuer à l'aspect infini de l'exposition. "Notre exposition immersive célèbre le concept GROHE SPA de 'Health through Water', tout en rendant hommage à l'héritage artistique de Pinacoteca. Pour nous, l'eau est la source de l'énergie vitale. En sollicitant les différents sens à travers notre exposition, nous cherchons à créer une expérience spéciale pour nos invité.e.s - de la même manière que font nos produits GROHE SPA. La transformation de la salle de bain en spa à domicile n'est pas une question d'utilisation de produits individuels, mais plutôt une création d'expériences holistiques qui tiennent compte à la fois des effets positifs de l'eau sur le corps et sur l'esprit", a souligné Patrick Speck, Leader, LIXIL Global Design, EMENA.

La santé et le bien-être présentés en quatre niveaux

Chacun des quatre cubes physiques nichés dans l'espace est consacré à l'un des quatre niveaux qui donnent vie à GROHE SPA. Premièrement, la collection GROHE SPA Icon 3D : les produits imprimés en 3D sur métal redéfinissent le possible, tout en portant, à un autre niveau, la conception des produits durables avec des options de personnalisation optimales. En plus d'admirer les produits exclusifs, les visiteurs peuvent entendre le son de l'impression 3D, voir le processus sur un écran LED et ressentir un changement de température : l'ambiance devient plus chaude dès que la simulation d'impression commence. Le deuxième niveau est constitué de collections privées Atrio et Allure Brilliant personnalisées, proposant aux client.e.s une gamme de couleurs, de matériaux, de finitions et de poignées soigneusement sélectionnés. En vue de proposer aux consommateur.trice.s finaux un style de marbre authentique avec une finition de haute qualité, GROHE a conclu un partenariat avec Caesarstone, le pionnier mondial des surfaces de comptoir haut de gamme, pour réaliser des poignées de robinet utilisant les surfaces durables de la marque dans des designs intemporels. Ce partenariat est parfaitement illustré par l'exposition : En tant qu'élément clé, le marbre noir et blanc divise l'espace en deux, illustrant les nombreuses combinaisons possibles à travers les collections.

La Collection GROHE Colors est le point central du troisième niveau. Avec des couleurs tendance pour des produits tels que GROHE Allure et Aqua Ceiling Modules (les modules de plafond Aqua) la collection permet de créer facilement des salles de bains personnalisées. Cool Sunrise est la couleur dominante de ce cube. Les collections exposées baignent la pièce dans une lumière dorée, alors que les visiteurs peuvent entendre le son de l'eau et sentir son humidité du fait de l'élévation de la température. Enfin, le quatrième niveau de l'exposition est consacré aux solutions de douches modulaires. GROHE a créé une expérience multisensorielle avec des modules de brume, de lumière et de son, ainsi qu'un écran LED montrant des images inspirées de la nature.

Découvrir GROHE SPA

Les architectes, les designers et les visiteurs peuvent vivre l'expérience de l'exposition et de GROHE SPA en direct à Pinacoteca di Brera et ce, du 18 au 23 avril 2023.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

L'exposition sera ouverte au public
Les 18, 19 et 23 avril de 10h à 19h CET
Le 20 avril de 12h à 17h CET
Les 21 et 22 avril de 10h à 22h CET.

Plus d'informations sur GROHE SPA sont disponibles sur grohespa.com.

+++ Pour plus d'informations et du matériel de presse, veuillez consulter ce lien +++

Vous avez manqué le lancement digital de GROHE SPA ? Rendez-vous sur notre hub d'expérience numérique GROHE X pour découvrir en détail le portefeuille et le concept de GROHE SPA avec Jonas Brennwald, Leader LIXIL EMENA, et Karl Lennon, Leader, GROHE SPA, LIXIL EMENA.

Suivez-nous sur les réseaux sociaux via [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) et [YouTube](#).

Pour plus d'histoires de notre équipe de design interne, suivez LIXIL Global Design sur Instagram.

A propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale leader dans le domaine des solutions complètes pour les salles de bains et les équipements de cuisine. Depuis 2014, GROHE fait partie du solide portefeuille de marques de LIXIL, un fabricant de produits pionniers pour l'eau et l'habitat. Afin d'offrir " Pure Freude an Wasser ", chaque produit est basé sur les valeurs de la marque en matière de qualité, de technologie, de design et de durabilité. Les produits phares du portefeuille comme la ligne GROHE Eurosmart ou la série de thermostats GROHE, ainsi que les innovations révolutionnaires telles que le système d'eau GROHE Blue, incarnent parfaitement ces valeurs. En privilégiant les besoins des clients, GROHE crée des solutions de produits durables qui améliorent la vie et offrent une valeur ajoutée aux consommateurs. Pour faciliter le travail quotidien de ses partenaires professionnels, la marque propose également une gamme complète de services, qui inclut le programme de fidélité GROHE + et GIVE -un programme de formation pour la prochaine génération d'installateurs.

L'eau étant au cœur de ses activités, GROHE contribue à la stratégie de responsabilité d'entreprise de LIXIL avec une chaîne de valeur économe en ressources : de la production neutre en CO2*, aux technologies de produits économes en eau et en énergie, en passant par la suppression du plastique inutile dans l'emballage des produits, jusqu'au lancement de produits certifiés Cradle to Cradle Certified®. Avec l'écosystème de communication hybride GROHE X, la marque donne de nouvelles impulsions à l'industrie. Que ce soit de manière numérique sur le hub d'expérience de la marque, physiquement ou de manière hybride dans le Centre d'Expérience de la Marque et de la Communication GROHE X (the GROHE X Brand & Communication Experience Center) à Hemer, en Allemagne, ou sur la route avec les camions GROHE X Motion Trucks, la marque relie les gens pour renforcer l'objectif de LIXIL qui est de "faire de l'amélioration des maisons, une réalité pour tous, partout".

*Inclut des projets de compensation du CO2, plus d'informations sur green.grohe.com

À propos de LIXIL

LIXIL (code TSE 5938) fabrique des produits pionniers pour l'eau et la maison qui résolvent les problèmes quotidiens de la vie réelle, faisant de l'amélioration des maisons une réalité pour tous, partout. S'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 manière dont nous y parvenons : par un

PART OF **LIXIL**

Pure Freude
an Wasser

The GROHE logo consists of the word "GROHE" in a bold, white, sans-serif font, positioned above three white wavy lines that represent water. The entire logo is set against a dark blue square background.

design significatif, un esprit d'entreprise, un engagement à améliorer l'accessibilité pour tous et une croissance commerciale responsable. Notre approche prend vie à travers les marques leaders du secteur, notamment INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Environ 55 000 collègues opérant 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, consultez le site www.lixil.com

CONTACT PRESSE

TN'KOFFEE – Media & PR: +212 5 22 25 55 33 – contact@tnk.ma

Sofia Moukhalid : +212 6 20 38 31 76 – sm@tnk.ma

CONTACT PRESSE GROHE

Gita Ghaemmaghami

E-Mail: gita.ghaemmaghami@grohe.com