

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Le Nouveau Eurosmart de GROHE : La Réinvention d'une Icône

- Le chouchou de tous depuis 1999 : la quatrième génération d'Eurosmart de GROHE impressionne avec les variantes de produits polyvalents
- Le premier robinet hybride 2 en 1 de GROHE combine les avantages d'un mitigeur à levier au confort du sans contact
- Les variantes du nouveau levier et le thermostat intégré améliorent la sécurité d'utilisation

Un légendaire numéro un : il y a plus de 20 ans, GROHE a introduit son premier robinet Eurosmart pour salle de bains. Depuis, la gamme de produits s'est rapidement développée pour devenir la meilleure vente sans rival de la collection de robinets de la marque – s'imposant comme un produit favori de tous les temps pour les professionnels. Alors que les principales caractéristiques de la gamme restent inchangées, GROHE veille à la croissance constante de la collection Eurosmart, en phase avec les demandes d'une société en perpétuel changement et en adéquation avec les besoins modernes. Avec la relance de la gamme Eurosmart en juin 2021, GROHE réinvente un de ces produits phares grâce à un design contemporain et des fonctions futuristes.

« Eurosmart a évolué avec chaque génération, élément crucial si vous souhaitez lancer des produits ayant un sens sur le marché. Notre environnement est en perpétuel transformation et nous avons besoin de réagir aux besoins changeants avec de nouvelles solutions de produits. Actuellement, une crise sanitaire mondiale force le monde à repenser les normes d'hygiène. Ainsi, nous avons développé une version hybride d'Eurosmart, qui comporte aussi bien une fonctionnalité sans contact en faveur d'une meilleure hygiène qu'un actionnement manuel. Un autre exemple réside dans les variantes du levier répondant à différents cas de figure, pour des consommateurs arborant des demandes différentes : les leviers longs peuvent simplifier le quotidien des médecins, alors que les leviers étrier sont parfait pour les enfants et les personnes âgées dans les foyers multigénérationnels. Eurosmart témoigne que l'innovation n'est pas limitée

aux nouvelles gammes. Innover avec pertinence signifie aussi réinventer les produits essentiels. Ce ne sont que ces solutions centrées sur l'humain qui nous permettent de créer de meilleures maisons », a expliqué Jonas Brennwald, leader de LIXIL EMENA.

Polyvalence Du Produit Sous Son Meilleur Jour

Avec la relance du robinet de salle de bains Eurosmart, GROHE fait preuve de leadership en matière d'innovation. La marque n'introduit pas uniquement un design contemporain, mais propose aussi des variantes de produits complètement nouvelles.

L'évolution de la gamme Eurosmart est axée sur la création de produits pratiques et est pensée en fonction d'un usage précis : le levier étrier, par exemple, simplifie la manipulation grâce au centre ajouré. Cela rend la variante du produit idéale pour les personnes ayant des facultés motrices limitées et pour les maisons de repos, permettant à tout le monde de vivre de la manière la plus autonome possible, le plus longtemps possible. La variante Eurosmart pour le secteur de la santé est équipée d'un levier plus long qui permet aux médecins d'actionner le robinet avec leur coude, minimisant ainsi le contact avec des surfaces contaminées. Les différentes **variantes de levier** sont liées directement à la vie des personnes et reflètent parfaitement l'approche centrée sur l'humain de GROHE. Cela inclut aussi les monteurs professionnels : le nouveau robinet coudé facilite le processus d'installation.

La variante hybride d'Eurosmart propose des avantages supplémentaires lorsqu'il s'agit d'hygiène. Elle combine les avantages des robinets manuels et sans contact. Les utilisateurs peuvent décider quand utiliser le levier manuel ou la technologie sans contact en activant le flux d'eau via le capteur intégré. Lorsqu'il n'y a pas besoin de toucher le robinet en se lavant les mains, le risque de disséminer les microbes et la contamination croisée sont minimisés.

Afin de rendre les choses encore plus pratiques, en particulier pour les ménages comprenant des enfants et des personnes âgées, la gamme Eurosmart est équipée de la technologie d'arrêt sécurisé. Grâce à un micro-thermostat intégré, la température peut être réglée afin de prévenir les accidents dus aux brûlures.

Pure Freude
an Wasser



Les atouts de la gamme de robinets Eurosmart ne s'arrêtent pas là : pour un confort supplémentaire, une variante avec **bec rétractable** permet une flexibilité maximale – parfait pour le lavage des cheveux ou pour le nettoyage du lavabo. Les technologies d'économie d'eau et d'énergie intégrées dans la gamme Eurosmart soutient les consommateurs dans leurs efforts d'adopter un style de vie plus écologique. La technologie **EcoJoy de GROHE**, par exemple, réduit le débit d'eau en enrichissant l'eau avec de l'air, assurant ainsi un jet volumineux et adéquat tout en économisant des ressources de valeur – un excellent choix pour les consommateurs éconoscients.

Disponible en cinq tailles, allant de S à XL, la gamme Eurosmart de GROHE offre une solution à tous les projets des clients. Le meilleur est que les monteurs et planificateurs peuvent trouver les meubles Euro Ceramics concordants dans la collection GROHE, pour des concepts intérieurs complets, en harmonie avec le robinet en termes de design et de fonction. De plus, la gamme Eurosmart peut aussi être trouvée dans la collection cuisine de GROHE, faisant d'Eurosmart un choix parfait pour des concepts de design coordonnés.

Découvrez nos nouveautés sur notre nouvelle plateforme numérique [GROHE X](#).

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

À propos de GROHE

GROHE, marque mondiale de renom pour solutions complètes de salle de bain et pour accessoires de cuisine, compte plus de 6 500 employés, dont 2 600 en Allemagne. Depuis 2014, GROHE fait partie du groupe japonais LIXIL qui possède un catalogue de produits pionniers liés à l'eau et au logement. Chaque élément GROHE respecte les valeurs de la marque, à savoir la technologie, la qualité, le design et le développement durable, afin d'offrir « Pure Freude an Wasser ». La grande expertise de la marque se manifeste à travers des produits phares comme GROHE Eurosmart ou la série de thermostats GROHE, sans oublier des innovations révolutionnaires comme le système d'eau GROHE Blue. Résolument tournée vers les besoins du client, GROHE crée des solutions intelligentes, durables, capables d'améliorer la qualité de vie des utilisateurs, offrant une valeur ajoutée tangible – et portant le gage de qualité « Fabriqué en Allemagne ». La recherche et le développement et le design constituent en effet des processus bien intégrés dans l'industrie allemande. GROHE prend la responsabilité de l'entreprise très au sérieux et adopte une chaîne de valeur économisant les ressources. Depuis avril 2020, la marque de sanitaires possède désormais un bilan carbone neutre dans le monde. De même, GROHE ambitionne un conditionnement sans plastique de ses produits d'ici 2021.

Rien que sur les dix dernières années, plus de 460 prix de design et d'innovation, ainsi que de nombreux classements au Prix allemand de développement durable, témoignent du succès de GROHE. Elle a été de même la première dans le secteur à remporter le prix du gouvernement fédéral allemand de RSE. Enfin, GROHE a figuré dans le top 50 des entreprises « changeant le monde » du très connu classement du magazine Fortune®.

Pure Freude
an Wasser



À propos de LIXIL

LIXIL conçoit des produits pionniers dans les domaines de l'eau et de l'habitation qui abordent les défis quotidiens, faisant de l'amélioration des maisons une réalité pour tous, partout. Sur base de notre héritage japonais, nous innovons afin de parvenir à des articles de qualité qui transforment nos logements. LIXIL se différencie de la concurrence par un design plein de sens, un esprit d'entreprise, un dévouement pour améliorer l'accessibilité pour tous et une croissance responsable de son activité. Notre approche se concrétise à travers des marques de renom du secteur, notamment INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Avec plus de 70 000 contributeurs travaillant dans plus de 150 pays, nous sommes fiers de penser des produits qui touchent la vie de plus d'un milliard de personnes tous les jours. Pour de plus amples informations, merci de visiter www.lixil.com