

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

### **La nouvelle douche de tête Tempesta 250 de GROHE, une note rafraîchissante**

- Une surface de jet généreuse avec 250 mm de diamètre
- Un limiteur de débit d'eau intégré EcoJoy de GROHE offrant une utilisation d'eau durable sans compromettre l'expérience de douche
- Différentes variantes de produits pour répondre aux besoins de chacun

Les douches à effet de pluie sont toujours à la mode : 55% des Allemands souhaiteraient avoir une généreuse douche de tête chez eux avec un jet qui couvre l'ensemble du corps comme des gouttes de pluie.<sup>1</sup> Avec son jet plein Rain et un diamètre conséquent de 250 mm, la nouvelle douche de tête Tempesta 250 de GROHE, fabriquée dans son centre dédié à la douche à Lahr, en Allemagne, est impressionnante à plus d'un titre. Grâce à sa forme effilée et minimaliste et sa finition chrome élégante, elle constitue un accessoire idéal pour un design moderne de salle de bains. De plus, elle offre énormément de flexibilité d'installation grâce à différentes variantes de produits : de forme carrée ou ronde, elle est disponible en tant que douche de tête seule, intégrée à un set avec un bras de douche ou comme un système complet de douche.

Équipée de la technologie économe en eau EcoJoy de GROHE, Tempesta 250 promet un confort de douche sans avoir mauvaise conscience<sup>2</sup> : un limiteur de débit réduit la consommation d'eau à 9,5 litres par minute, une prestation des plus écologiques. En même temps, la parfaite géométrie des buses préserve la puissance du débit d'eau, pour une expérience de douche envoûtante ne compromettant pas la performance. Ceci constitue un mariage heureux pour 66% des Allemands qui recherchent une douche qui les aide à être écologiques dans leur quotidien.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> explorare et GROHE, étude sur la douche, juin 2020 ; Allemagne, Grande Bretagne, France, Pays-Bas, Danemark, Russie, Égypte, avec un total de 3 500 personnes interrogées.

<sup>2</sup> 40% des Allemands se sentent coupables envers l'environnement lorsqu'ils prennent une longue douche.

<sup>3</sup> explorare et GROHE, étude sur la douche, juin 2020, Allemagne, Grande Bretagne, France, Pays-Bas, Danemark, Russie, Égypte, avec un total de 3 500 personnes interrogées.

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.

+++ Vous pouvez télécharger des images haute résolution de la nouvelle Tempesta 250 de GROHE [ici](#). +++

Suivez-nous sur les réseaux sociaux [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®.

### **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](http://www.lixil.com)