

GROHE annonce le Sommet GROHE X 2023 « Préserver l'Eau »

- Du 7 au 9 mars 2023, GROHE invite les clients et les consommateurs à un sommet numérique sur sa plateforme d'expérience [GROHE X](#).
- Sur le thème "Caring for Water" (Préserver l'eau), la marque mondiale se joindra à des experts pour discuter de l'avenir de la vie, de l'industrie sanitaire et d'une approche durable dans l'avenir.
- Le sommet est une étape supplémentaire dans l'expérience client hybride de GROHE.

Casablanca, le 22 novembre 2022 - GROHE, une marque mondiale leader dans le domaine des solutions complètes pour la salle de bains et des équipements de cuisine, a annoncé aujourd'hui le Sommet GROHE X 2023 qui se déroulera du 7 au 9 mars 2023 sur le hub d'expérience numérique de la marque, [GROHE X](#).

Sous le thème "Caring for Water" (Préserver l'eau), l'événement de trois jours se déroulera sous différentes formes - allant des discours-programmes inspirants aux groupes de discussion et aux ateliers de maître - afin d'explorer et de discuter des réponses que l'industrie sanitaire doit trouver aux défis de notre époque, de la manière dont la construction durable peut prospérer, et du rôle central de l'eau en la matière. Le programme sera complété par des expositions de nouveaux produits et technologies, illustrant comment le portefeuille de produits GROHE est préparé pour l'avenir et apporte aux clients le meilleur soutien possible pour le développement de leurs activités dans un environnement durable.

" Pour mieux affronter les problèmes sociaux et environnementaux que nous rencontrons aujourd'hui, il est plus important que jamais de partager les connaissances et de faire jaillir des idées nouvelles. Le programme du Sommet GROHE X est conçu pour informer, inspirer et rassembler notre industrie pour provoquer le changement. Cet événement porte notre expérience client hybride à un niveau supérieur, en fournissant une plateforme pour faire face aux défis de notre époque ensemble et aborder l'avenir avec honnêteté, optimisme et avec un sens aigu de la collaboration. En parallèle, il représente aussi pour nous le coup d'envoi de plusieurs événements physiques qui permettront d'immerger les clients dans les univers de

Pure Freude
an Wasser



nos sous-marques au cours de l'année prochaine", déclare
Jonas Brennwald, Leader de LIXIL EMENA.

Élargir l'expérience client hybride de GROHE

Lancé en mars 2021, le hub d'expérience numérique GROHE X a été la base de lancement de l'expérience client hybride de GROHE. Avec plus de 200 contenus et 14 variantes linguistiques, il a fait près de 2 millions de pages vues. Cette communauté numérique a été élargie au printemps 2022 avec l'ouverture du Centre d'Expérience de la Marque et de la Communication GROHE X (the GROHE X Brand & Communication Experience Center) à Hemer, en Allemagne. Le centre regroupe une installation physique pour les visiteurs et cinq studios ultramodernes pour la formation et la production de contenu, ainsi que des événements hybrides. En plus des participations de la marque GROHE à des salons locaux plus petits pour faciliter les rencontres physiques avec les clients et l'interaction tangible avec les produits, trois GROHE X Motion Trucks peuvent amener l'expérience de la marque au client directement.

Grâce à cette approche hybride, qui est désormais renforcée par le Sommet GROHE X, la société GROHE peut offrir une interaction flexible et sur mesure avec les artisans et les grossistes aussi bien qu'avec les clients de projets.

De plus amples informations sur le Sommet GROHE X sont disponibles sur le hub d'expérience numérique [GROHE X](#). Les liens d'inscription pour les événements spécifiques suivront en janvier.

Pour plus d'informations sur la culture d'entreprise à LIXIL, veuillez visiter :
www.lixil.com/en/sustainability/people/

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

A propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale de premier plan pour les solutions complètes de salle de bain. Depuis 2014, GROHE fait partie du solide portefeuille de marques du fabricant japonais de produits pionniers pour l'eau et l'habitat

PART OF **LIXIL**

Pure Freude
an Wasser



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 CO2 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 CO₂, plus sur [green.grohe.com](https://www.green.grohe.com)

A 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

CONTACT PRESSE

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

Sara Raqui : +212 6 20 38 31 72 – sr@tnk.ma

CONTACT PRESSE GROHE

Gita Ghaemmaghmi

E-Mail: gita.ghaemmaghmi@grohe.com