

JOURNÉE MONDIALE DU LAVAGE DES MAINS 2022 : GROHE PRÉSENTE LES AVANTAGES DU ROBINET SANS CONTACT



Le 15 octobre 2022 a lieu la Journée mondiale du lavage des mains. Le simple geste de se laver les mains a changé au cours des deux dernières années, passant d'une simple routine à l'un des aspects les plus importants de la vie quotidienne. Avec la hausse des prix de l'énergie, toute consommation inutile d'eau chaude est plus que jamais mise au cœur des réflexions. GROHE, l'une des principales marques mondiales de solutions de salle de bains et d'équipements de cuisine, présente les avantages de ses robinets sans contact, améliorant ainsi durablement la routine de lavage des mains.

Quiconque souhaite utiliser l'eau de manière consciente peut d'abord penser à se laver les mains le plus rapidement possible. Mais il existe encore plus de solutions, telles que le choix du robinet qui peut contribuer à la réduction des coûts énergétiques du ménage et améliorer l'hygiène en même temps. Dans ce scénario, les robinets sans contact sont véritablement polyvalents. Si de nombreuses toilettes publiques en sont déjà équipées, ils offrent également de grands avantages pour les ménages privés.

HYGIÈNE ET DURABILITÉ : COMMENT CONCILIER LES DEUX ?

Il n'est pas toujours facile de maintenir une hygiène optimale et de surveiller la consommation d'eau, surtout lorsque les enfants rentrent de l'école ou quand des invités sont de passage. Lorsque l'utilisateur se lave les mains avec un robinet traditionnel, il oublie facilement que l'eau coule. Un robinet sans contact ne fait couler que l'eau nécessaire et s'arrête automatiquement lorsque les mains ne sont plus placées devant. Côté hygiène, le robinet sans contact permet aux mains de ne toucher que l'eau, évitant ainsi la transmission et la stagnation des germes.

Le mitigeur hybride 2 en 1 GROHE Eurosmart permet de combiner les avantages d'un mitigeur manuel avec ceux d'un mitigeur sans contact. L'utilisateur a donc la possibilité d'actionner le levier manuellement ou d'ouvrir l'eau sans rien toucher grâce au capteur infrarouge intégré. Le sans contact permet d'activer l'eau froide et le mode manuel de varier d'eau froide à eau chaude. Le mitigeur hybride GROHE Eurosmart est aussi équipé d'un limiteur de température intégré pour économiser l'énergie, ainsi que de la technologie GROHE EcoJoy permettant de réduire la consommation d'eau à 5,7 l/min.

En termes de design et d'esthétique, les robinets sans contact attirent l'attention. GROHE propose plusieurs gammes avec des designs différents pour s'adapter à tous les styles de salle de bains. Les consommateurs peuvent ainsi choisir parmi les collections Essence E, Bau Cosmopolitan E, Eurosmart Cosmopolitan E et Eurocube E.



GROHE Eurosmart



GROHE Eurocube E



GROHE Essence E



GROHE Eurosmart
Cosmopolitan E

Des informations supplémentaires et du matériel de presse sont disponibles [ici](#).

Pour plus de conseils utiles sur la façon d'économiser l'énergie, visitez notre plateforme d'expérience numérique [GROHE X](#).

Suivez GROHE sur les canaux de médias sociaux [Facebook](#), [Twitter](#), [Instagram](#), [LinkedIn](#) et [YouTube](#).

À propos de GROHE

GROHE est une marque mondiale de premier plan pour les solutions complètes de salle 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 le "Pure Freude an Wasser", chaque produit est basé sur les valeurs de la marque : qualité, technologie, design et durabilité. Les produits phares du portefeuille, tels que la ligne GROHE Eurosmart ou la gamme de thermostatiques GROHE, ainsi que les innovations révolutionnaires telles que les systèmes de filtration de l'eau GROHE Blue, incarnent parfaitement ces valeurs. En se concentrant sur 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, notamment le programme de fidélité GROHE + et GIVE - un programme de formation pour la prochaine génération d'installateurs. L'eau étant au cœur de son activité, GROHE contribue à la stratégie de responsabilité sociale de LIXIL avec une chaîne de valeur économe en ressources : depuis la production neutre en CO₂, les technologies de produits économes en eau et en énergie, 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 numériquement 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 à Hemer, en Allemagne ou sur la route avec les camions GROHE X Motion Trucks, la marque connecte les gens pour renforcer l'objectif de LIXIL de "faire de meilleures maisons une réalité, pour tous, partout".

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

À propos de LIXIL

LIXIL fabrique des produits sanitaires et d'ameublement innovants qui répondent aux défis de la vie quotidienne et créent de meilleurs foyers dans le monde entier. En nous appuyant sur notre héritage japonais, nous créons une technologie de pointe et innovons pour concevoir des produits de qualité qui transforment les maisons. La marque LIXIL se distingue par sa conception solide, son esprit entrepreneurial, son engagement à améliorer l'accessibilité pour tous et sa croissance commerciale responsable. Notre approche prend vie grâce à des marques leaders du secteur telles que INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Environ 60 000 employés dans 150 pays sont fiers de créer des produits qui contribuent au bien-être de plus d'un milliard de personnes chaque jour.

Pour plus d'informations : www.lixil.com

