

LESS PLASTIC INITIATIVE GROHE TOUJOURS PLUS ENGAGÉ DANS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT



Chaque année, 11 millions de tonnes de plastique se retrouvent dans les océans.¹ L'eau étant au cœur de l'activité de GROHE, la protection de cette précieuse ressource et l'engagement en faveur de l'approvisionnement en eau propre dans le monde entier coulent de source pour l'entreprise. C'est pour cette raison que GROHE a lancé en 2018 l'initiative « Less Plastic » afin de lutter contre le problème mondial des déchets plastiques.

L'initiative de GROHE repose sur des actions de différentes dimensions, l'entreprise participe au sixième objectif de développement durable (ODD) des Nations Unies, à savoir « Eau propre et assainissement », en cherchant à protéger la précieuse ressource qu'est l'eau et en contribuant à approvisionner le monde entier en eau propre. Ce sixième objectif vise à offrir un accès universel et équitable à l'eau potable, à l'hygiène et à l'assainissement d'ici 2030, en particulier pour les populations vulnérables.

GROHE fonde sa stratégie de développement durable sur les trois piliers stratégiques RSE de sa maison-mère LIXIL en lien avec les ODD des Nations Unies. En tant que marque du groupe LIXIL, fabricant de produits innovants dans le domaine de l'eau et de l'habitat, GROHE contribue directement à la Déclaration d'Action sur les plastiques de LIXIL, un engagement pour une utilisation responsable des ressources et pour la mise en place d'une économie durable et circulaire.

¹ <https://www.unep.org/interactive/pollution-to-solution/>

REDUIRE LE PLASTIQUE DANS LES EMBALLAGES

En 2018, GROHE s'est donné pour objectif de passer totalement à des emballages zéro-plastique. Cette mission est en constante évolution du fait des options d'emballages actuellement disponibles sur le marché et de la mise en œuvre des techniques de recyclage actuelles. Néanmoins, GROHE est parvenu à franchir une étape majeure au printemps 2022. En concevant des emballages avec moins de plastique, la marque entend en retirer tout le plastique superflu.

Engagé dans une démarche d'amélioration et de réflexion continue, GROHE a à cœur de prendre des mesures concrètes en s'appuyant sur les solutions disponibles et en recherchant constamment de nouvelles. De nouvelles alternatives, telles que la cellulose moulée, remplacent l'utilisation de polystyrène ou de film plastique.

La production de 37 millions d'objets plastiques peut être ainsi évitée chaque année grâce à l'élimination de tout le plastique superflu des emballages destinés aux produits GROHE. Cela représente une économie de 26 tonnes de sacs grâce à l'utilisation d'une pièce issue du système de montage GROHE Rapid pour emballer d'autres pièces.

ÉLIMINER LES BOUTEILLES EN PLASTIQUE GORGÉE APRÈS GORGÉE

Le système de filtration d'eau GROHE Blue fournit de l'eau plate, fines bulles ou pétillante directement au robinet de la cuisine et ainsi permet aux clients d'éviter l'utilisation de bouteilles en plastique à usage unique au quotidien. L'eau filtrée est également réfrigérée à la température souhaitée.

La consommation de 800 bouteilles plastiques à usage unique peut être évitée par famille (de quatre personnes) et par an grâce au système GROHE Blue.²

Grâce au système de filtration d'eau, finis les pénuries et les déplacements de dernière minute au supermarché. Résultat : des économies de plastique, mais aussi de temps, d'eau³ et de CO₂⁴.

Les filtres GROHE Blue fournis par BWT sont certifiés Cradle to Cradle®, niveau bronze.

GROHE s'organise pour collecter les filtres usagés et les transmettre à BWT, qui les recycle à 99 %.



² Environmental Action Germany (DUH, une association de protection de l'environnement en Allemagne) <https://www.duh.de/mehrweg-klimaschutz0/einweg-plastikflasche>

³ The real water consumption behind drinking water : The case of Italy (La véritable consommation d'eau derrière l'eau potable : le cas de l'Italie), Journal of Environmental Management 92 (2011)

⁴ Product Carbon Footprint for drinking water supply through a Grohe Blue faucet system compared to mineral water (Empreinte carbone du produit pour l'approvisionnement en eau potable par un système de robinetterie Grohe Blue par rapport à l'eau minérale), Dr Tim Schroeder, Dr Jutta Geldermann, Université Georg-August de Göttingen (2014)

PARTENARIAT GROHE ET EVERWAVE POUR LA PROTECTION DES OCÉANS

La collaboration est le troisième pilier de l'initiative « Less Plastic » de GROHE.

Soutenue par GROHE depuis 2019, l'ONG environnementale allemande Everwave intervient en Europe comme en Asie, et s'est donnée pour mission de protéger les océans des déchets plastiques. En février 2022, 30 tonnes de déchets ont été retirées du réservoir de Bočac en Bosnie-Herzégovine par GROHE et Everwave. Le poids de ces déchets équivaut à celui de plus de 1 million de bouteilles en polyéthylène téréphtalate (PET) de 1,5 L.⁵



Les technologies d'assainissement active et passive des rivières, comme le bateau CollectiX de Everwave, permettent de collecter les déchets avant qu'ils ne polluent les océans.

Les deux partenaires se sont engagés à encourager l'éducation et la recherche sur les questions relatives aux déchets plastiques. De plus, ils ont pour objectif de sensibiliser le grand public sur la crise du plastique et de l'inciter à adopter un mode de vie éco-responsable.

En mars 2002, GROHE et Everwave ont célébré une nouvelle étape dans le déploiement réussi de la plateforme de nettoyage innovante HiveX, qui a été mise en activité dans la rivière Bacchiglione à Padoue (Italie). La plateforme stationnaire, ancrée dans le lit de la rivière, utilise la puissance du cours d'eau pour détourner et stocker les déchets flottants en permanence. Dotée d'une bonne efficacité énergétique, elle est respectueuse de l'environnement puisque sa technologie passive utilise l'énergie de son environnement pour fonctionner. Le design alvéolaire réduit la force du courant, ce qui permet aux particules de plastique de remonter à la surface et d'être collectées. Cela garantit également que seuls les déchets sont collectés, sans blesser les animaux. Une fois la station installée, son architecture interne lui permet de collecter jusqu'à cinq tonnes de déchets. Cela permet d'éviter que les déchets n'atteignent le golfe de Venise, ce qui réduit les risques de danger pour l'environnement et la faune.

« Au départ, nous voulions développer une technologie pour les océans. Cependant, au fur et à mesure de l'avancement des recherches, il est apparu qu'il était plus efficace de commencer par les rivières, puisque 80 % des déchets présents dans les océans en proviennent. Grâce à sa structure modulaire et à sa faible technicité, HiveX est une solution très simple qui peut être installée dans des cours d'eau du monde entier afin de les assainir, à moindre coût et sans personnel spécialisé. Nous sommes très reconnaissants envers GROHE de soutenir notre mission de protection des océans depuis des années et d'avoir un impact aussi positif sur l'environnement en tant que marque », déclare Clemens Feigl, PDG et cofondateur d'Everwave.

Outre l'assainissement des systèmes d'eau vulnérables, qui est au cœur de ce partenariat, les deux partenaires s'engagent à participer à la sensibilisation des consommateurs et à les inciter à adopter un mode de vie plus durable.

⁵ Selon une étude menée par AKÖG ÖKO-Index en 2019, le poids moyen des bouteilles PET non-consignées de 1,5 L est de 29,47 g : <https://www.bgvz.de/downloads/pdfs/PreisLeistungsVerhaeltnis-Gewichtsreduktion-BGVZ.pdf>

Pure Freude
an Wasser

GROHE

« Notre étroite collaboration démontre qu'en prenant appui sur l'expertise d'une marque mondiale, une start-up sociale peut avoir un impact direct et tangible. Le partenariat avec Everwave renforce notre rôle de leader du secteur en matière de durabilité et nous permet d'innover dans le cadre de notre contribution au sixième objectif de développement durable des Nations unies », déclare Jonas Brennwald, Leader LIXIL pour la région EMENA.

À ce propos, Feigl ajoute : « Le soutien de GROHE, une des marques leader dans le monde, nous aide à gagner en visibilité dans la région EMENA et à nous rapprocher de notre objectif d'assainissement des océans. L'environnement est le grand gagnant de cette collaboration et de la sensibilisation du public à la crise du plastique dans le monde. »

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](https://www.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



PART OF LIXIL

*une marque du groupe LIXIL