

ENQUÊTE GROHE ET YUGOV : CHANGEMENT DES HABITUDES DE DOUCHE EN RAISON DE LA CRISE ÉNERGÉTIQUE ET POTENTIEL DE RÉDUCTION DES COÛTS

- GROHE a mené une enquête afin de savoir si l'augmentation des prix de l'énergie incite les gens à changer leurs habitudes de douche et à investir dans des équipements de salle de bains économes en énergie.
- Les données montrent que dans seulement trois pays sur neuf, environ 50% de la population a changé ses habitudes de douche pour économiser l'eau et l'énergie.
- Plus de 40% des personnes interrogées au Royaume-Uni et aux États-Unis ne prévoient pas de changer leurs habitudes de douche.
- En ce qui concerne le recours à des technologies permettant d'économiser les ressources, l'Égypte, l'Allemagne et l'Autriche sont en tête : environ un tiers des personnes interrogées ont installé des équipements de salle de bains économes en eau et en énergie, contre seulement 8% au Royaume-Uni.

YouGov a réalisé, du 16 au 19 septembre 2022, une enquête à l'initiative de GROHE, analysant les habitudes de douche, d'utilisation de l'eau et des équipements de salle de bains économes en ressources, dans neuf pays : Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis, Suisse, Autriche, France, Espagne, Égypte et Pays-Bas.

L'enquête a révélé que dans de nombreuses régions d'Europe et au-delà, beaucoup ont opté pour des douches plus froides, plus courtes ou moins nombreuses dans le contexte de la crise énergétique actuelle. En outre, les résultats montrent que beaucoup ont déjà installé des équipements de salle de bains permettant d'économiser l'eau, l'énergie et les coûts, ou prévoient de le faire. Bien que les données montrent que l'utilisation de l'eau est de plus en plus réfléchie, elles dressent également le tableau d'un énorme potentiel d'économie des ressources non utilisé dans de nombreux pays. Pour être précis, les économies potentielles peuvent atteindre 1 035 €¹ grâce à des équipements sanitaires innovants et durables permettant d'économiser l'eau et l'énergie.

LES PAYS-BAS, L'ESPAGNE ET L'ALLEMAGNE FAVORISENT LES ÉCONOMIES D'EAU ET D'ÉNERGIE

Les résultats montrent qu'une majorité de personnes en Allemagne, en Espagne et aux Pays-Bas économisent déjà de l'eau et de l'énergie lorsqu'elles se douchent. Toutefois, cette majorité n'est vraiment solide que dans un seul de ces trois pays : deux tiers des personnes interrogées aux Pays-Bas, soit 67%, ainsi que 51% en Allemagne et 52% en Espagne ont déclaré avoir changé leur comportement en matière de douche en raison de la crise de l'eau et de l'énergie. Par rapport à ces facteurs de changement liés à l'économies d'eau et d'énergie, six des neuf pays étudiés sont à la traîne en ce qui concerne les douches plus froides, plus courtes ou moins fréquentes : la France (45%), l'Égypte (44%), la Suisse (41%), le Royaume-Uni (38%), l'Autriche (37%) et les États-Unis (35%).

LA FRANCE, UN PAYS OUVERT AU CHANGEMENT

En France, 45% des répondants à l'enquête ont déjà changé leurs habitudes de douche en raison de la crise, un taux proche de la moyenne de l'étude qui est de 50%, notamment en raccourcissant pour

¹ Cet exemple de calcul est basé sur les paramètres suivants : Ménage de 4 personnes utilisant 6 minutes de douche, 2 minutes pour le mélangeur de lavabo et 1 minute pour le mélangeur de cuisine par personne et par jour.

Les coûts sont basés sur l'estimation suivante : Coût de l'énergie 0,4 €/kWh, coût de l'eau 0,0035€/litre.

Hypothèse des débits : Débits des anciens produits : 15 l/min pour la douche, 8 l/min pour le mitigeur de lavabo et 12 l/min pour le mitigeur de cuisine.

Débit des nouveaux produits : 7,5 l/min pour la douche, 5 l/min pour le mitigeur de lavabo et 9,5 l/min pour le mitigeur de cuisine.

Nouveau mitigeur de lavabo/cuisine équipé de la fonctionnalité d'économie d'énergie GROHE SilkMove ES.

GROHE ne garantit pas la précision et l'exactitude des résultats, car le calcul dépend de nombreux facteurs imprévisibles et n'est donc pas contraignant.

Il dépend notamment des prix de l'eau et de l'énergie, du comportement des consommateurs et des installations techniques sur place.

la plupart la durée de douche, puis en baissant la température ou en se douchant moins souvent. 25% des répondants prévoient de le faire, contre 29% qui ne prévoient aucun changement. En ce qui concerne les équipements, 30% des personnes interrogées ont déjà installé des équipements économes en eau et en énergie, notamment en s'équipant d'une douchette économique ou d'une robinetterie économe en eau pour la plupart. 10% sont dans l'optique de le faire et 30% ne souhaitent réaliser aucun changement.

L'ÉGYPTE, LE PAYS LE MIEUX EQUIPÉ DANS L'ÉCONOMIE D'EAU ET D'ÉNERGIE, CONTRE SEULEMENT 8% AU ROYAUME-UNI

Un nombre record de 35% des personnes interrogées en Égypte ont déjà installé des produits économiseurs d'eau et d'énergie dans leur salle de bains. L'Autriche (33%) et l'Allemagne (33%) arrivent en deuxième position, tandis que les Allemands semblent avoir le plus faible taux d'aversion (17%) à l'idée de changer les équipements de la salle de bains pour des solutions permettant d'économiser l'eau, l'énergie et les coûts, par rapport à tous les pays analysés. Si la France et la Suisse suivent de près avec 30%, seuls 25% des Américains et des Espagnols ont opté pour des solutions plus durables. Si ces chiffres semblent solides, il existe aussi d'énormes différences internationales, par exemple au Royaume-Uni, avec seulement 8% des personnes interrogées ayant installé des équipements plus durables et avec seulement 4% qui envisagent de modifier l'équipement de leur salle de bains.

AUTRICHIENS, AMÉRICAINS ET BRITANNIQUES PEU ENCLINS À CHANGER LEURS HABITUDES DE DOUCHE

Malheureusement, toutes les personnes interrogées ne sont pas prêtes à changer à l'avenir leurs habitudes de douche. En effet, un pourcentage frappant de 44% des Britanniques interrogés ne prévoient pas de prendre une douche plus courte, plus froide ou moins fréquente, suivis de près par les États-Unis (42%) et l'Autriche (40%). Bien que les Européens continentaux fassent pression pour une utilisation durable de l'eau, certains ne souhaitent toujours pas changer leurs habitudes de douche : 27% en Espagne et 29% en Allemagne et en France.

Methodologie :

GROHE a lancé une enquête YouGov représentative dans neuf pays (Allemagne, Royaume-Uni, États-Unis, Pays-Bas, Espagne, Suisse, Autriche, Égypte, France). Dans ces neuf pays, les répondants ont été invités à répondre à deux questions, avec une série de réponses préédigées et ont été autorisés à choisir plusieurs réponses. Les réponses étaient les suivantes :

1. Envisagez-vous de vous doucher moins ou de changer vos habitudes de douche en raison de la crise de l'énergie et de l'eau ?

- Oui, je me douche déjà moins souvent.
- Oui, je me douche moins longtemps qu'avant.
- Oui, je me douche avec une température plus basse.
- Oui, je prévois de me doucher moins fréquemment.
- Oui, je prévois de prendre une douche plus courte qu'avant.
- Oui, je prévois de me doucher avec une température plus basse
- Non, je ne prévois aucun changement.
- Non, j'utilise des produits économes en énergie et en eau et je ne vais rien changer à mes habitudes sous la douche.

2. Envisagez-vous d'installer des équipements économes en eau et en énergie dans votre salle de bains ?

- Oui, j'ai déjà opté pour une douche/ une douchette économe en eau et en énergie.
- Oui, j'ai déjà opté pour une robinetterie économe en eau et en énergie.
- Oui, je prévois d'installer une douche/ une douchette économe en eau et en énergie.
- Oui, je prévois d'installer une robinetterie économe en eau et en énergie.

Pure Freude
an Wasser

GROHE

- Oui, j'envisage d'installer une douche/douchette à économie d'eau et d'énergie, à condition que le prix ne dépasse pas 10% d'un produit classique.
- Oui, j'envisage d'installer une robinetterie économe en eau et en énergie, à condition que le prix ne dépasse pas 10 % d'un produit classique.
- Non, je ne prévois aucun changement.
- Non, je n'envisage pas de changer car les équipements économes en eau et en énergie sont trop chers à l'achat de mon point de vue.
- Non, je ne prévois pas de changer, je prendrai plutôt des douches plus courtes ou moins fréquemment.

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