

Pure Freude
an Wasser

GROHE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE
NOVEMBRE 2022

ÉVÉNEMENT : GROHE ANNONCE LE SOMMET GROHE X 2023 SUR LE THÈME « PRENDRE SOIN DE L'EAU »

- Du 7 au 9 mars 2023, GROHE invite clients et journalistes au Sommet GROHE X 2023 sur sa plateforme d'expérience GROHE X.
- Avec pour thème « Prendre soin de l'eau », la marque mondiale s'associera à des experts pour discuter de l'avenir de l'habitat, de l'industrie sanitaire et des solutions de développement durable pour demain.
- Ce sommet vient compléter l'expérience client hybride de GROHE.

GROHE, marque mondiale leader en matière de solutions complètes pour la salle de bains et les équipements de cuisine, annonce le Sommet GROHE X 2023. Cet événement se déroulera du 7 au 9 mars 2023 sur GROHE X, le hub d'expérience numérique de la marque.

Sur le thème « Caring for water » (prendre soin de l'eau), **cet événement de trois jours comprendra une variété de formats tels que des keynotes, des tables rondes et des master class.** Ces formats susciteront la réflexion, l'exploration, et les échanges autour des réponses que l'industrie sanitaire doit apporter pour relever les défis de notre époque, de la manière dont la construction durable peut prospérer et du rôle central que joue l'eau dans tout cela. **Le programme sera complété par des présentations de nouveaux produits et technologies,** démontrant que les produits GROHE sont prêts pour le futur et offrent aux clients le meilleur soutien possible pour développer leurs activités dans un avenir durable.

« Pour répondre aux problèmes sociaux et environnementaux auxquels nous sommes confrontés aujourd'hui, il est plus important que jamais de partager les connaissances et de susciter de nouvelles idées. Le programme du Sommet GROHE X est conçu pour informer, inspirer et rassembler notre industrie dans le but de faire bouger les choses. Cet événement porte notre expérience client hybride à un niveau supérieur, en fournissant une plateforme pour faire face ensemble aux défis de notre époque et en regardant vers l'avenir avec honnêteté, optimisme et un ferme sens de la collaboration. En même temps, c'est aussi pour nous le coup d'envoi de plusieurs événements physiques qui plongeront les clients dans les univers de notre portefeuille de marque au cours de l'année prochaine. », déclare Jonas Brennwald, Leader, LIXIL EMENA.

DÉVELOPPER L'EXPÉRIENCE CLIENT HYBRIDE DE GROHE

Lancé en mars 2021, le hub d'expérience numérique GROHE X a été la rampe de lancement de l'expérience client hybride de GROHE. Avec plus de 200 éléments de contenu et 14 variantes linguistiques, il a bénéficié de près de 2 millions de vues. Cette communauté numérique a été étendue au printemps 2022 avec l'ouverture du GROHE X Brand & Communication Experience Center à Hemer, en Allemagne. Le centre combine une installation physique pour les visiteurs et cinq studios ultramodernes pour la formation et la

PART OF **LIXIL**

*une marque du groupe LIXIL

Pure Freude
an Wasser

GROHE

production de contenu, ainsi que des événements hybrides. En plus de la participation de la marque GROHE à de plus petits salons professionnels locaux pour faciliter les rencontres physiques avec les clients et l'interaction tangible avec les produits, trois GROHE X Motion Trucks apportent l'expérience de la marque directement au client.

Cette approche hybride, encore plus renforcée par le Sommet GROHE X, permet à la marque de proposer une interaction flexible et conçue sur-mesure pour les installateurs, distributeurs, et clients prescripteurs.

De plus amples informations sur le Sommet GROHE X 2023 sont disponibles sur le hub d'expérience numérique [GROHE X](#) et [la page d'accueil](#) de l'événement. Les inscriptions aux différents événements débuteront en janvier.

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