

Communiqué de presse
18 avril 2023

GROHE SPA CELEBRE "LA SANTE PAR L'EAU" À LA MILAN DESIGN WEEK

- GROHE présente sa nouvelle gamme premium, GROHE SPA, une offre invitant l'utilisateur à profiter des bienfaits de l'eau.
- Présentée à la Pinacothèque de Brera à Milan, l'installation exprime le concept GROHE SPA autour de "la santé par l'eau".
- Durant l'exposition, GROHE présente également quatre cubes immersifs avec des salles de bains exceptionnelles notamment : des produits imprimés en 3D métal, les collections privées sur-mesure Atrio et Allure Brilliant, la gamme GROHE Colors ainsi que les solutions de douche modulaires.

Attirant les architectes, designers et visiteurs du monde entier, la Milan Design Week est l'un des événements annuels les plus importants. L'élite du design, les talents en devenir ainsi que les marques mondiales y dévoilent leur travail à travers des expositions, des présentations ou encore des événements répartis dans toute la ville. À cette occasion, GROHE, marque mondiale de premier plan pour les solutions complètes de salles de bains et d'équipements de cuisine, présente à la célèbre Pinacothèque de Brera sa nouvelle gamme GROHE SPA.

Cette gamme se compose de robinetteries design et autres accessoires, de douches de tête personnalisables ainsi que de céramiques. Outre la présentation de ces nouveaux produits, la marque exprime le concept GROHE SPA "la santé par l'eau" via une installation inspirée de l'eau qui fait écho à l'architecture unique du musée.

"Après le lancement virtuel de GROHE SPA en mars, lors de notre Sommet GROHE X, la Milan Design Week est le moment et l'endroit idéal pour présenter au public une sélection fine des nouvelles pièces. Nos produits sont reconnus pour leur qualité supérieure, leur technologie de pointe, leur précision inégalée et leur design progressif – soit en adéquation parfaite avec le public avisé de l'événement. L'installation immersive permet d'associer notre passion pour l'eau au cadre magnifique de la Pinacothèque de Brera" - Karl Lennon, responsable de GROHE SPA, LIXIL EMENA.

GROHE SPA : une installation immersive, autour de "la santé par l'eau"

En entrant dans la cour de la Pinacothèque, les visiteurs vivent une expérience immersive unique où l'eau occupe une place centrale. Conçue par l'équipe design intégrée de LIXIL Global Design, cette installation met en valeur le musée, notamment la statue de Napoléon au centre, réalisée par l'un des sculpteurs les plus importants de son époque, Antonio Canova. Le calme de l'eau donne l'illusion d'agrandir l'espace, mais représente également la pureté et le bien-être. Quatre cubes sont placés à chaque coin de la cour pour créer des espaces intérieurs et valoriser les quatre univers de GROHE SPA. Une surface miroir est disposée sur tous ces cubes pour donner une impression d'infini à l'installation.

"Notre installation immersive célèbre le concept GROHE SPA de "la santé par l'eau", tout en rendant hommage à l'héritage artistique de la Pinacothèque. Pour GROHE, l'eau est une source d'énergie vitale. Notre installation fait appel aux différents sens et permet de créer une expérience unique pour nos invités - tout comme le font nos nouveaux produits GROHE SPA. Transformer la salle de bains en Spa à domicile ne consiste pas à utiliser des produits individuels, mais à créer une expérience globale pour un effet positif de l'eau sur le corps et l'esprit" - Patrick Speck, Leader, LIXIL Global Design, EMENA.

La santé et le bien-être présentés sur quatre niveaux

Chacun des cubes installés dans la Pinacothèque est dédié à l'un des univers de GROHE SPA. Ainsi chaque niveau illustrera les quatre facettes de GROHE SPA :

- **La collection GROHE SPA Icon 3D**
Les produits imprimés en 3D métal repoussent les limites du possible, tant sur la conception que sur la personnalisation du produit. Dans ce cube, les visiteurs peuvent entendre le son de l'impression 3D, voir le processus sur un écran LED, et sentir un changement de température lorsque le produit commence à être créé.
- **Les collection privées Atrio et Allure Brilliant**
Ces deux collections permettent aux clients de choisir parmi une gamme de couleurs, de matériaux, de finitions et de poignées soigneusement sélectionnés. En s'associant avec Caesarstone, le pionnier mondial des surfaces de comptoir haut de gamme, GROHE permet aux clients de profiter d'un style marbre authentique avec une finition de haute qualité, à travers l'ajout de poignées de robinet au design intemporel, et conçues à partir de matériaux durables. L'installation illustre parfaitement ce partenariat : en tant qu'élément complémentaire, le marbre noir et blanc divise l'espace en deux, démontrant les nombreuses combinaisons possibles.
- **La collection GROHE Colors**
Avec des couleurs tendances des produits tels que GROHE Allure et les douches de plafond Aqua, il est possible de créer facilement des salles de bains personnalisées. Dans ce cube, la couleur principale utilisée est le Cool Sunrise, plongeant la pièce dans une lumière dorée. Aussi, les visiteurs peuvent entendre le bruit de l'eau grâce à un jeu de son immersif.
- **Les solutions de douche modulaires**
Dans le quatrième cube, GROHE a créé une expérience multisensorielle avec des jeux de brume, de lumière et de son, ainsi qu'un écran LED montrant des images inspirées de la nature.

Découvrir GROHE SPA

Les architectes, les designers et les visiteurs pourront découvrir l'installation GROHE SPA à la Pinacothèque de Brera, du 18 au 23 avril 2023.

L'installation sera ouverte au public les :

- 18/19/23 avril de 10h à 19h
- le 20 avril de 12h à 17h
- les 21 et 22 avril de 10h à 22h

Pour plus d'informations sur GROHE SPA, consultez le site grohespa.com

À propos de GROHE

GROHE est un leader mondial de solutions complètes de salle de bains et de robinetterie de cuisine. L'entreprise emploie plus de 7 000 personnes dans 150 pays, dont 2 600 en Allemagne. Depuis 2014, GROHE fait partie du puissant groupe de marques du fabricant japonais LIXIL, pionnier des produits pour l'eau et l'habitat. Afin d'offrir un « Pure Freude an Wasser » (« Le pur plaisir de l'eau »), chaque produit GROHE repose sur les valeurs de la marque : qualité, technologie, design et respect de l'environnement. Des produits réputés, tels que le GROHE Eurosmart ou la série de thermostats GROHE, ainsi que des innovations révolutionnaires, comme le système GROHE Blue soulignent la profonde expertise de la marque. En se concentrant sur les besoins de ses clients, GROHE conçoit des solutions de produits intelligentes et durables, qui améliorent la vie quotidienne et offrent une valeur ajoutée pertinente. Le tout est estampillé du label de qualité « Made in Germany » : R&D et design forment un processus intégré fermement ancré en Allemagne. GROHE prend sa responsabilité d'entreprise très au sérieux et met l'accent sur une chaîne de valeurs respectueuse des ressources. Depuis avril 2020, la production de la marque sanitaire est neutre en CO2* dans le monde entier. GROHE s'est également fixé l'objectif de ne plus utiliser d'emballages en plastique d'ici 2021. Au cours de la dernière décennie, plus de 490 prix de design et d'innovation, ainsi que plusieurs classements du « German Sustainability Award » (prix de la durabilité allemand) ont confirmé le succès de la marque. GROHE a été le premier acteur de son secteur à remporter le prix RSE du gouvernement allemand et le prix « German Sustainability Award 2021 », dans les catégories « Ressources » et « Design ». GROHE met également en œuvre une transformation durable, dans le cadre de la campagne pour la durabilité et le climat « 50 Sustainability & Climate Leaders » (50 dirigeants pour la durabilité et le climat). *inclut les projets de compensation du CO2, plus d'informations sur green.grohe.com

À propos de LIXIL

LIXIL fabrique des équipements pour les logements et des produits sanitaires innovants, qui permettent de faire face aux défis de la vie quotidienne et de créer de meilleures habitations pour tous, partout dans le monde. Forts de notre héritage japonais, nous créons des technologies de pointe et nous innovons pour concevoir des produits de qualité qui transforment les intérieurs. La marque LIXIL se distingue par ses conceptions judicieuses, son esprit d'entreprise, sa volonté d'améliorer l'accessibilité pour tous et la croissance responsable de ses activités. Notre philosophie prend vie grâce à de grandes marques du secteur, comme INAX, GROHE, American Standard et TOSTEM. Environ 60 000 collaborateurs dans 150 pays sont fiers de créer des produits qui contribuent au bien-être de plus d'un milliard de personnes chaque jour. www.lixil.com