# Stockholm 26 juli 2021

**GROHE lanserar de första Cradle to Cradle®- produkterna:**

**Banar väg för framtidens ekonomiska modell**

**I över 20 år har GROHE arbetat aktivt för att göra hållbarhet till en del av kärnan i verksamheten och affärsmodellen. Sedan april 2020, har den globala sanitetsleverantören varit en av de första ledande tillverkarna inom branschen som producerar CO2-neutrala produkter[[1]](#footnote-1). Nu tar GROHE äntligen det avgörande steget mot en cirkulär framtid tillsammans med certifieringen av sina första Cradle to Cradle (C2C) produkter.**

Baserat på de senaste årens omfattande hållbarhetsåtgärder tar nu den världsledande sanitetsleverantören GROHE sin hållbarhetsstrategi till en ny nivå genom att lansera de fyra bästsäljande produkterna som Cradle to Cradle®-varianter. Till skillnad från den linjära ”take-make-waste”-modellen gör C2C-konceptet det möjligt för GROHE att drastiskt minska användningen av nya resurser. En produkt är designad och tillverkad så att komponenterna kan användas för att skapa nya produkter i slutet av dess livslängd. Detta innebär att Cradle to Cradle-produkterna har testats för användning av miljösäkra, hälsosamma och återvinningsbara material.

För att uppnå certifieringen utvärderas produkten utifrån följande fem kategorier: materiell hälsa, materialåteranvändning, förnybar energi, vattenförvaltning och social rättvisa. Därefter utvärderar produktens funktioner. Tre kranar samt duschsetet Tempesta uppnådde Guld i Cradle to Cradle-certifieringen.

– Hållbarhetsperspektivet är bärande i allt vi gör och detta är en milstolpe vi är mycket stolta över i Sverige. GROHE kommer alltid lägga stor fokus på hållbarhetsarbetet genom att sammansvetsa design och kvalitet på ett smartare sätt för att minska vårt ekologiska fotavtryck och användningen av värdefulla naturresurser. Trots att vi har uppnått mycket under det senaste året, är vi medvetna om att vi måste fortsätta att stärka vårt arbete. Genom att möta lokala utmaningar och förbättra människors livskvalitet tar vi arbetet till nästa nivå och banar väg för en cirkulär ekonomisk modell, säger Jeanette Smårs, Sverigechef på GROHE.

**Den cirkulära resan fortsätter - återtagningsprocesser för kasserade C2C-produkter**

GROHE har tagit ett avgörande steg på vägen till en cirkulär framtid med certifieringen av sina första Cradle to Cradle Certifierade® produkter, men resan fortsätter. Eftersom badrumslösningar i allmänhet har en lång livscykel vill GROHE ta sig an nästa utmaning med att certifiera ytterligare produkter. Varumärket arbetar redan nu med återtagningsprocesser för de kasserade C2C-produkterna, vilket är ett viktigt steg mot att undvika slöseri och att spara värdefulla resurser.

**För mer information, vänligen kontakta:**

Christina Holmberg, PR & Communications Manager Nordics  
Tel: +46 721 81 20 91

Mail: [christina.holmberg@grohe.com](mailto:christina.holmberg@grohe.com)

**Om GROHE**

GROHE är världens största leverantör av sanitetsprodukter och har totalt över 7,000 anställda i 150 länder – varav 2,600 av dem är baserade i Tyskland. Sedan 2014 har GROHE haft en stark varumärkesportfolio hos LIXIL, den japanska tillverkaren av banbrytande vatten- och husprodukter. För att kunna erbjuda ”Pure Freude an Wasser”, är varje GROHE-produkt framtagen enligt varumärkets värderingar inom kvalite, teknik, design och hållbarhet. Välkända lösningar så som GROHE Eurosmart och GROHEs termostatserie samt banbrytande innovationer som GROHE Blue understryker varumärkets djupgående expertis. GROHE fokuserar på kundernas behov och skapar därefter intelligenta, livsförbättrande och hållbara produktlösningar som bär kvalitetsmärket ”Made in Germany”, som ytterligare förstärker kundernas förtroende för varumärket. GROHE tar sitt företagsansvar mycket seriöst och fokuserar på en resursbesparande värdekedja. Sedan april 2020 har sanitetsvarumärket producerat CO2-neutrala lösningar världen över. GROHE har även ett mål att använda plastfria produktförpackningar till 2021. Under de senaste tio åren har GROHEs framgång bekräftats av mer än 490 design- och innovationspriser samt ett flertal hållbarhetspriser. GROHE var de första i sin bransch att vinna det tyska CSR-priset samt hållbarhetspriset 2021 i kategorierna ”Resurser” och ”Design”. Som en del av hållbarhets- och klimatkampanjen ”50 hållbarhets- och klimatledare” driver GROHE också hållbar transformation.

**Om LIXIL**

LIXIL (TSE Code 5938) tillverkar banbrytande vatten- och bostadsprodukter som löser vardagliga utmaningar och förverkligar ett bättre hem för alla, överallt. Med vårt japanska arv, skapar vi världsledande och innovativ teknik för att skapa högkvalitativa produkter som förvandlar hemmet. Men vad som gör LIXIL unikt, är hur vi gör det; genom meningsfull design, en entreprenörsanda, ett engagemang att förbättra tillgängligheten för alla och en ansvarsfull tillväxt. Vår strategi kommer till liv genom branschledande varumärken inklusive INAX, GROHE, American Standard och TOSTEM. Cirka 55,000 kollegor är verksamma i mer än 150 länder och stolta över att få tillverka produkter som berör mer än en miljard människors liv varje dag.

**Om Cradle to Cradle Products Innovation Institute**

Cradle to Cradle Products Innovation Instituteär dedikerat till att driva den cirkulära ekonomin hos produkter för en positiv inverkan på människan och planeten. Genom Cradle to Cradles certifierade® produktprogram sätter institutet en global standard på produkter för en säker, cirkulär och ansvarsfull tillverkning för framtiden. Cradle to Cradle certifieringen används av framtidsfokuserade designers och tillverkare i hela värdekedjan. Allt för att ta fram och optimera material och produkter enligt världens mest avancerade vetenskapliga åtgärder för materialhälsa, produktcirkularitet, förnybar energi och klimat, vatten- samt markförvaltning och social rättvisa. Institutet har sitt huvudkontor I Oakland, Kalifornien och Amsterdam, Nederländerna. Läs mer på [www.c2ccertified.org](http://www.c2ccertified.org).

1. *Inkluderar CO2-kompensationsprojekt, läs mer på green.grohe.com*  [↑](#footnote-ref-1)