



Jonas Brennwald: “La sostenibilidad es nuestro principio de trabajo”

El líder de Lixil EMENA y co-CEO de GROHE explica a IM Cocinas y Baños cómo la firma ha logrado, con el tiempo, ser más sostenible: con una producción neutra en emisiones de CO₂ y eliminando el plástico de sus productos.

Hace más de 20 años que GROHE -firma alemana especializada en equipamiento sanitario y de cocina-, trabaja en la reducción de su huella en el planeta. Para ser más sostenible, en palabras del *líder de Lixil EMENA y co-CEO de GROHE, Jonas Brennwald*, la compañía ha sido coherente en sus prioridades y en los productos que ha decidido lanzar. “La sostenibilidad es nuestro principio de trabajo. Si cedes en la parte

de sostenibilidad en tu tarea diaria, acabas perdiendo en competitividad”, afirma.

En abril de 2020, en plena pandemia, GROHE logró una producción neutra en emisiones de CO₂. Es lo que se conoce como *GROHE goes Zero*. La empresa lo consiguió, según Brennwald, “*tomando decisiones difíciles*”. “*Tuvimos el apoyo de toda la organización en las inversiones que íbamos a realizar y no cedimos en nada. Hay muchas*

empresas que dicen que son sostenibles, pero sólo hacen sostenible una fábrica de diez. No-
sotros pensamos que era: o todo o nada”, confiesa. Gracias a la iniciativa *Less Plastic*, además, la compañía ha sustituido los envases de plástico por alternativas sostenibles: ha pasado del plástico de un solo uso al papel u otros materiales que no incluyen plástico.

En su lucha por reducir los plásticos, GROHE da apoyo a la idea de **Marcella Hansch**, fundadora de *everwave*, organización que lucha por eliminar los plásticos antes de que lleguen al mar. “Nos fascinó mucho su programa y lo que quería conseguir. Encaja muy bien con la visión que tenemos. Por eso, le ayudamos a financiar el proyecto. Nos gusta mucho su iniciativa y estamos encantados de trabajar con ella”, admite.

En su lucha por la sostenibilidad, la compañía ha lanzado cuatro productos *Cradle to Cradle Certified* (C2C), con el fin de reducir los residuos que genera y lograr una economía circular. Se trata de un certificado que se está ampliando cada vez más en el sector y que permite utilizar el producto una y otra vez, sin límites, algo que, para Brennwald, “es muy importante de cara a nuestra promesa con el consumidor final”.

Objetivo: ahorrar agua

GROHE Blue empezó a desarrollarse hace 12 años y ha permitido la reducción del uso de botellas de agua, puesto que el agua se bebe directamente del grifo. El sistema supone un importante ahorro, ya que el usuario deja de comprar agua en el supermercado. “Se elimina el uso del plástico en el consumo de agua. Hay que tener en cuenta que se necesitan siete litros de agua para producir un litro de agua embotellada”, asegura el líder de Lixil EMENA. Hablando del ahorro de agua, la gama de grifería de baño Eurosmart de GROHE cuida especialmente del medio ambiente, ya que logra que el usuario gaste menos gracias a *EcoJoy*, que supone un ahorro de agua de hasta el 50%. “Desperdiciamos agua potable constantemente. Usamos la cisterna del lavabo 20 o 30 veces al día. Esto son entre siete y ocho litros. Como empresa, debemos saber qué podemos hacer y replantear las infraestructuras, como las cañerías. Hay muchas cosas que pode-



mos mejorar, pero el interés de muchas empresas es, únicamente, vender productos. Pocas empresas miran hacia el futuro. Todo el mundo se centra en la facturación a corto plazo”, lamenta el co-CEO de GROHE. Otra forma de ahorrar agua y energía es con la grifería GROHE Plus, que a través de su pantalla LED muestra la temperatura del agua, por lo que conciencia al usuario.

Premio a la sostenibilidad

Gracias a todas estas iniciativas, la firma recibió el año pasado el *German Sustainability Award*, un reconocimiento que, para la compañía, ha supuesto una recompensa de su visión a largo plazo. “Somos una empresa que cuando decidimos hacer algo lo hacemos a lo grande. Llevamos a cabo lo que prometemos. Este premio es un reconocimiento que nos dice que estamos haciendo las cosas bien. Nos gusta que el Gobierno nos reconozca, y más, teniendo en cuenta que hay otros sectores importantes en Alemania, como el de la automoción”, apunta Brennwald.

De cara al futuro, GROHE prevé poner en marcha nuevas iniciativas para mantener su compromiso con la sostenibilidad. “Seguiremos invirtiendo. Sabemos cómo debe ser, en el futuro, el sector del agua y la grifería. Sabemos que el agua será tan importante como lo ha sido hasta ahora el petróleo. Mantendremos esta visión a largo plazo y no nos pararemos”, concluye. ■

De cara al futuro,
GROHE prevé
poner en marcha
nuevas iniciativas
para mantener su
compromiso con la
sostenibilidad