

# ¿Cómo nos situamos en términos de sostenibilidad?

GROHE te da la respuesta



¿Cómo actuamos en Europa ante la crisis climática? ¿Qué pensamos de las políticas medioambientales? ¿Qué valor tiene la sostenibilidad? Para GROHE, firma alemana líder mundial en equipamiento sanitario y grifería de calidad, como marca sanitaria que ha buscado acciones sostenibles durante décadas, los problemas climáticos son de vital importancia. Y es por ello que, con motivo de la Cumbre del Clima de la ONU, que se inició a finales de octubre en Glasgow, YouGov realizó una encuesta representativa

en siete países, (Alemania, Italia, UK, Holanda, Francia, Dinamarca y Rusia), en nombre de GROHE para dar respuesta a estas y otras preguntas.

En Alemania, solo la mitad de los encuestados (49%) conocen la cumbre climática de la ONU. El dato es muy similar al de Dinamarca (51%), mientras que en Italia es el 74%, y en UK el 68%. Solo el 34% de los encuestados en Rusia conocen esta conferencia. Además, el 61% de los encuestados alemanes no están satisfechos con las políti-

cas medioambientales de su país, algo que se refleja también en los demás países.

## LOS MÁGICOS 1,5 GRADOS

Solo el 16% de alemanes encuestados creen que es alcanzable el objetivo de 1,5 grados. En Francia, Reino Unido y los Países Bajos, el panorama es más sombrío, pues solo el 11% cree que puede conseguirse. En general, son más optimistas sobre este tema los encuestados de toda Europa que viven en áreas urbanas que los que viven en zonas rurales.

## ¿SOSTENIBILIDAD? ¡SÍ! - PERO LO QUE CUENTA ES EL PRECIO

El 54% de los alemanes encuestados toma su decisión teniendo en cuenta el precio; solo el 29% tiene como prioridad la sostenibilidad del producto. En Francia, el 49% tiene en cuenta la sostenibilidad al comprar. Rusia ocupa el último lugar en términos de sostenibilidad.

En el grupo de edad de 55 años en adelante, hay más personas dispuestas a comprar de manera sostenible. Por lo contrario,

los encuestados que viven en áreas rurales deciden según el precio.

## UN NUEVO LEMA: EVITAR LOS RESIDUOS Y EL PLÁSTICO

Al comprar nuevos productos, muchos encuestados valoran si pueden ahorrar energía, plástico o agua con la compra. En Alemania, la disminución de residuos y plásticos ocupó el primer lugar con un 62%, seguido del ahorro de energía con un 57%. Ahorrar agua es importante para el 45% de los encuestados.

Esto es bastante diferente en Dinamarca, donde el 53% ya es sensible a las emisiones. En Francia el 58% presta atención a reducir el consumo de energía y el 47% vigila el consumo de agua.

## EL CAMINO HACIA UNA MAYOR SOSTENIBILIDAD

A la pregunta: ¿qué factor es de mayor importancia para un futuro más sostenible? En Alemania mencionan tres aspectos: la regulación gubernamental, la responsabilidad corporativa y la acción personal, con cerca de un 30% para cada una.

Rusia tiene el valor más alto en términos de sus propias acciones, con un 28%. Los italianos atribuyen el factor de influencia más alto

a la regulación gubernamental, con un 43%. En los Países Bajos, el 39% dice que las empresas tienen la mayor influencia en conseguir un futuro más sostenible.

## EL COMPROMISO CON LA SOSTENIBILIDAD ES FILOSOFÍA EMPRESARIAL

Con una conciencia cada vez mayor sobre la escasez de recursos y la crisis climática, muchas empresas tienen como punto de mira la sostenibilidad. GROHE trabaja en ella desde el año 2000 y ha sentado las bases para conseguir una economía circular que ahorra recursos en toda su cadena de valor.

Thomas Fuhr, Líder de accesorios en LIXIL International y Co-CEO Grohe AG explica: "como parte de LIXIL Corporation, que opera a nivel mundial, GROHE centra todos sus esfuerzos en el cumplimiento de los objetivos climáticos acordados en el Acuerdo de París de 2015 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la ONU.

Por ejemplo, ya producimos sin emisiones de CO2 desde abril de 2020. Tenemos en cuenta el principio de la economía circular con innovaciones como los productos certificados con el Cradle-to-Cradle-Certified®. Con productos como el sistema de agua GROHE Blue evitamos el consumo

de botellas de plástico y animamos a los consumidores a que se decanten por un estilo de vida más sostenible. Las empresas son palancas importantes en la transformación hacia un futuro regenerativo. Y

GROHE apoya activamente la Cumbre del Clima de la ONU, porque la acción económica en armonía con el medio ambiente es posible y necesaria".

