

VOIR EN GRAND LES PETITS ESPACES

#01



 **GEBERIT**



Un programme de rencontres
et une collection d'ouvrages pour
voir en grand les petits espaces



VOIR EN GRAND LES PETITS ESPACES

■ GEBERIT

Actif à l'échelle mondiale, nous sommes leader sur le marché européen des produits sanitaires. Nous disposons d'une très forte présence locale dans la plupart des pays européens.

Au-delà de notre savoir-faire et de notre expertise technique, nous portons un regard philosophique, historique et sociologique mais aussi très concret sur les toilettes.

Nous étudions le comportement des Français aux toilettes, ainsi que la perception qu'ils ont de ce lieu d'intimité pour en explorer tous les usages et mieux accompagner les évolutions de cet espace jusque-là considéré comme le parent pauvre de l'aménagement intérieur.



Dans ce cadre, **pour voir en grand les petits espaces** et pour faire évoluer ensemble leur conception, nous vous proposons un programme de rencontres et d'échanges « GEBERIT & SEAT » au cœur de notre showroom parisien autour des 3 rendez-vous suivants :

- **WAIT & SEAT** : les toilettes, de l'espace aux usages dans le projet d'aménagement.
- **GREEN & SEAT** : l'impact environnemental des toilettes et leur aménagement durable.
- **DESIGN & SEAT** : les toilettes, une pièce iconique.

Ce programme s'accompagne d'une collection d'ouvrages pour synthétiser, à l'issue de ces rencontres, le partage de nos connaissances et expériences.





WAIT & SEAT

LES TOILETTES, DE L'ESPACE AUX USAGES >>>

Un ouvrage qui explore l'évolution de l'usage et de l'aménagement des lieux d'intimité et vous présente nos solutions sanitaires pour l'accompagner.

SOMMAIRE

- UN LIEU AMBIVALENT P. 8/9
- CONCEVOIR LES LIEUX D'INTIMITÉ P. 10/13
- L'EXPÉRIENCE VÉCUE P. 14/15
- NOS SOLUTIONS FONCTIONNELLES & DESIGN P. 16/17
- GEBERIT & NOUS P. 19



UN LIEU AMBIVALENT

UN ESPACE MIROIR DONT L'USAGE RESTE TABOU

Fonctionnelles et incontournables, les toilettes sont pour 78% des Français un miroir de la qualité perçue d'un lieu qui reflète le savoir-vivre des hôtes d'après notre enquête sociologique.

Lieu intime, les toilettes, sous l'influence de la culture actuelle de la visibilité et du narcissisme, passent de l'ombre à la lumière. Dans les grands hôtels et restaurants, elles deviennent un maillon clé de l'expérience client et sont conçues dans les moindres détails.

Cependant, elles restent un tabou, à tel point que l'on s'y rend généralement discrètement, ou en présentant des excuses, voire on se retient d'y aller en certaines circonstances pour éviter d'avoir à demander où elles se trouvent !

Mais une fois que l'on en franchit la porte, les toilettes forment une bulle d'isolement, un lieu de repli et de ressourcement dans l'espace social et familial.

UNE PIÈCE À VIVRE

Les toilettes sont appelées « le petit coin » dans le langage courant, une désignation qui peut évoquer un espace restreint, à consonance punitive.

Pour mieux connaître le sentiment des Français vis-à-vis de leur coin toilettes, nous avons réalisé une étude OpinionWay pour Geberit en juin 2022 auprès de 1 039 personnes. Elle révèle que **89% des personnes interrogées considèrent leur coin toilettes comme une pièce à vivre à part entière. Par ailleurs, dans une précédente étude menée en 2021, 95% des personnes interrogées avaient déclaré que le confort y était très important.**

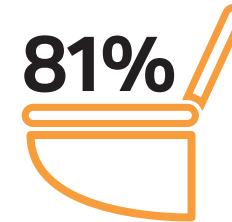
Ainsi, avec une fréquence d'utilisation moyenne de 1 856 fois par an, les Français communiquent, lisent, écoutent de la musique ou encore regardent des séries aux toilettes. C'est un espace ambivalent, à la fois **refuge et lieu hyper communicant tout particulièrement pour 75% des 18 et 35 ans** qui profitent de leur passage aux toilettes pour envoyer des textos, consulter les réseaux sociaux, téléphoner...

Nous accompagnons cet art de vivre aux toilettes via notre site « moncointoilettes.fr » avec des conseils sur les meilleurs morceaux de musique à écouter ou sur des livres cultes à découvrir sous la forme de podcasts.

Cependant la pratique de ces activités n'est pas suffisamment considérée dans l'aménagement actuel des toilettes, ce qui provoque parfois des manipulations maladroites entraînant par exemple la chute du téléphone portable dans la cuvette !

Véritable pièce à vivre, la mise en lumière actuelle et à venir des toilettes offre à tous un formidable levier de créativité et d'innovation.

La vie dans les toilettes est bien là... mais elle reste à organiser !



81% des français interrogés dans le cadre de notre sondage, ont des **toilettes séparées de la salle de bains**

95%

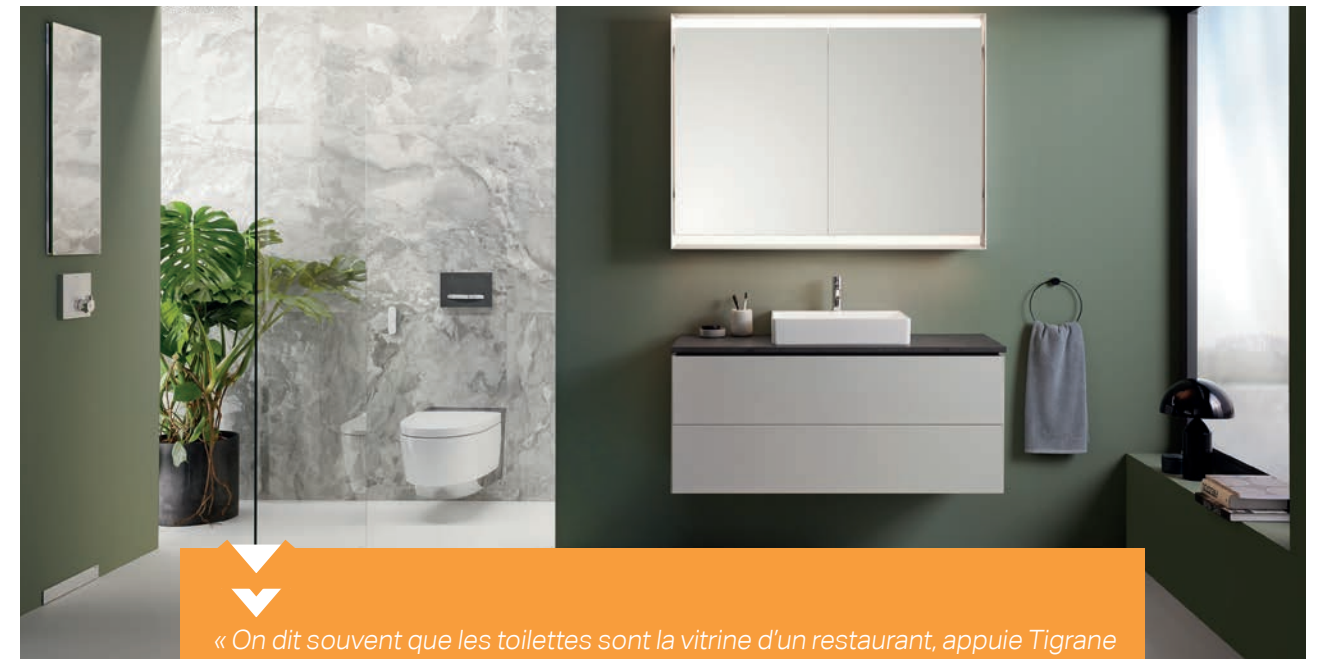
des français considèrent le confort aux toilettes **important ou très important**



23%



ont l'intention de **rénovier leur espace toilettes** dans les cinq prochaines années dont 28% de CSP+ et 33% des 25/35 ans



« On dit souvent que les toilettes sont la vitrine d'un restaurant, appuie Tigrane Seydoux, cofondateur des trattorias Big Mamma. Les clients apprécient nos efforts pour rendre ce lieu plus agréable. Et puis, aujourd'hui, un restaurant est pensé et vécu comme une expérience à 360°. On accorde de l'attention non seulement à la nourriture, mais également à l'art de la table, à la lumière... Aux détails en général, et les toilettes en font plus que jamais partie. Nous avons notre propre studio de design, en interne, basé à Londres, et nous passons des heures à réfléchir afin de faire de nos sanitaires de vraies destinations. »

Extrait article « Les grandes ambitions du petit coin » - Madeleine Voisin - Le Figaro - vendredi 25 février 2022



CONCEVOIR LES LIEUX D'INTIMITÉ

Le point de vue de Catherine Plumet,
décoratrice et designer d'espace,
fondatrice de l'agence *Catherine Plumet Interiors*



LA PERCEPTION DES TOILETTES

Un espace encore souvent « oublié »

L'espace des toilettes est fréquemment mis de côté, comme un « non-sujet » dans le projet d'aménagement et de décoration du lieu d'habitation.

C'est donc moi qui l'aborde, que ce soit dans le cadre d'un lieu de résidence neuf ou à rénover. Les clients sont cependant largement réceptifs à ma démarche ainsi qu'aux idées qu'elle stimule et se réjouissent du changement annoncé.

Du point de vue du client, la demande se focalise sur l'aspect fonctionnel des toilettes avec le souhait systématique d'avoir un sanitaire suspendu (sauf contrainte structurelle, rare) et celui croissant de disposer d'un lave-mains. Au-delà des équipements sanitaires, les clients franciliens sont en demande d'un gain de place et de rangements ; l'espace de leurs toilettes offre un volume en hauteur qu'il est fréquent d'aménager : placards fermés, niche décorative, ...

LA CONCEPTION DES TOILETTES

Un lieu à part qui ouvre un champ des possibles, propice à l'audace et à la singularité

Dans l'espace restreint et intime des toilettes, les particuliers se sentent plus libres de créer un univers singulier qui leur parle, les inspire, les amuse...

Lorsqu'un client a un coup de cœur par exemple pour un décor mural ou un motif de revêtement de sol qu'il n'ose pas utiliser pour les pièces principales de l'habitation, il n'est pas rare de rebondir en l'affichant dans l'espace des toilettes.

Véritable concentré de surfaces, les toilettes ouvrent un large champ créatif : revêtements de sol, murs, soubassement, plafond, façades de placard, niche et autant d'accessoires, les équipements WC, les luminaires, les miroirs, les tableaux, etc...



Une parenthèse ressourçante

L'objectif du projet d'aménagement et de décoration est que les toilettes forment un espace propice à vivre « un moment ailleurs ». Cet ailleurs est spécifique à chaque projet. Il convient donc de le définir avec les clients.

Les univers décoratifs sont infinis en jouant sur la tonalité de couleurs chaudes ou froides, sur l'éclairage ainsi que les décors muraux qui offrent tous les styles. Face à tous ces possibles, mon rôle est d'orienter la recherche, de proposer une sélection pour guider et faire aboutir le projet. Les objets d'art ou de famille peuvent apporter du cachet et l'espace des toilettes pourra naturellement être modulé, notamment s'il est dédié aux invités.

Un espace d'intimité qui témoigne de l'art de vivre de chacun

Je recommande à mes clients de soigner l'espace des toilettes, d'abord parce qu'ils en retireront un confort et un bien-être accrus mais aussi pour l'agréable sensation de prendre soin de soi, partout dans leur lieu de résidence.

Je pense que cette démarche participe à la signature d'un art de vivre dont elle est la déclinaison à travers le goût et le soin apporté aux détails, aux ambiances, aux belles finitions.

Les clients évoquent parfois le souvenir d'un décor vu dans un restaurant. Je vois toutes les bonnes raisons pour prolonger indéfiniment cette part de rêve et d'inspiration chez soi.

Le point de vue de Oscar Lucien Ono,
décorateur, architecte d'intérieur et designer,
fondateur de l'agence *MAISON NUMÉRO 20*



LA PERCEPTION DES TOILETTES

Elle dépend du lieu et du type d'établissement

Dans les lieux publics comme certains restaurants ou encore les discothèques, les toilettes sont un terrain d'expression créative qui participe à l'esprit du lieu. Conçues dans la volonté de surprendre, elles constituent de véritables pièces à vivre aux dimensions conséquentes et sont mises en scène comme un jardin ou un boudoir par exemple.

Dans le résidentiel, les toilettes ont une dimension plus intime, moins spectaculaire, cependant, elles bénéficient depuis une dizaine d'années d'un aménagement soigné qui peut être un terrain d'expression de la fantaisie de chacun.

Dans les hôtels haut de gamme et les palaces, les toilettes sont davantage un reflet de la dimension luxueuse de l'établissement que l'objet d'une mise en scène spectaculaire.

LA CONCEPTION DES TOILETTES

Dans les hôtels 4 ou 5 étoiles dont nous concevons où nous rénovons l'aménagement intérieur, nous privilégions pour les toilettes la qualité des matériaux ainsi que celle des équipements que sont l'appareil sanitaire, la plaque de déclenchement, la vasque, la robinetterie, le cache bonde.

La mise en scène des toilettes intervient davantage par la technologie comme celle des WC AquaClean de Geberit avec l'ouverture et la fermeture automatique de la lunette, la lumière d'orientation vers le bas de l'appareil sanitaire, le pilotage des fonctionnalités par télécommande ou via l'application dédiée...

Pour l'éclairage des toilettes comme pour un plan vasque, nous privilégions un éclairage indirect que nous amenons via des accessoires : appliques, tableau ou papier peint.

Le style ou l'esprit des toilettes que nous recherchons se manifeste également dans le choix des finitions entre le robinet, la plaque de déclenchement, la cuvette.



LES CRITÈRES DE PRESCRIPTION

Ils dépendent là encore du type d'établissement

La clientèle a son impact dans le choix des appareils sanitaires. Nous avons rénové récemment un hôtel 4 étoiles dont la clientèle vient du Moyen-Orient en remplaçant les toilettes existantes par des WC lavants. Autrement, nous installons davantage ce type d'appareil sanitaire, considéré comme un « upgrade », dans les suites.

Nous avons bien évidemment des contraintes budgétaires qui vont avoir un impact sur le choix des équipements sanitaires ainsi que sur l'utilisation de matériaux nobles qui sera réduite à de plus petites surfaces.

Cependant, quel que soit le budget consacré à l'aménagement des toilettes, la qualité et la pérennité sont les critères prioritaires de prescription.

Le design est aussi très important dans tous nos projets hôteliers, nous dessinons nos meubles de vasques sur mesure ainsi que nos calepinages de marbre, de céramique... De même, nous choisissons tous nos accastillages et notre robinetterie en fonction des finitions que nous avons dans les chambres pour que tout soit harmonieux.

»» L'EXPÉRIENCE VÉCUE

ÉTAT DES LIEUX

Parmi les 1 022 personnes interrogées en 2021 dans le cadre du sondage OpinionWay pour Geberit « Les Français et les toilettes » font part des désagréments suivants :



Ces résultats témoignent de la place prépondérante de l'hygiène ainsi que de la crainte intemporelle de manifester sa présence aux toilettes par du bruit et des odeurs.

L'expérience vécue aux toilettes reste donc à améliorer, d'autant plus que 71% des Français sondés pensaient en 2021 que c'est un lieu qui a globalement peu connu d'évolution dans le temps.

ÉMERGENCE DE NOUVELLES PRATIQUES D'HYGIÈNE

Sur 2 003 personnes interrogées dans le cadre de l'étude Geberit Personal Hygiene and Wellbeing 2021, 89% déclarent qu'elles ne se sentent pas totalement propres après leur passage aux toilettes et considèrent que :



Parmi les moyens à utiliser pour améliorer leur hygiène intime avec l'eau, ils envisagent :



LES ATTENTES

Sur l'ensemble de nos sondages, les préoccupations des Français concernant les toilettes sont prioritairement :

1. L'hygiène en général et la propreté de l'assise
2. Une odeur agréable
3. La possibilité d'avoir une hygiène intime après utilisation des WC
4. Une consommation faible / des économies d'eau
5. Confort de l'assise

L'hygiène et la propreté sont ainsi plébiscitées en premier lieu, et l'eau apparaît comme l'élément transversal des solutions hygiéniques pensées ou déjà mises en place par les particuliers.

Les Français sont en quête de solutions pour satisfaire leurs préoccupations concernant les toilettes et améliorer l'expérience vécue. Ils recherchent particulièrement des informations technologiques pour les rendre plus fonctionnelles (46%), des innovations en termes de confort, d'insonorisation, de dispositif anti-odeurs et d'hygiène (33%) et esthétiques (25%).



NOS SOLUTIONS FONCTIONNELLES & DESIGN

150 ANS D'INNOVATION POUR FAIRE ÉVOLUER LES TOILETTES

Né en Suisse en 1874, le groupe Geberit a développé une expertise remarquable dans la technologie sanitaire englobant les systèmes :

- d'installation et de rinçage pour les installations sanitaires,
- de canalisation pour le transport de l'eau dans les bâtiments,
- de salle de bains.

Le groupe s'est doté au fil des années d'un savoir-faire de renommée mondiale qui lui permet de concevoir des **WC innovants**, alliant **fonctionnalité et design** tout en misant sur la durabilité de ses produits. Avec plus de 100 brevets déposés ces 5 dernières années, Geberit est un véritable **créateur de solutions sanitaires** qui compte 12 000 employés présents dans 50 pays et 29 sites de production.

WC LAVANT : PLUS DE 45 ANS D'EXPERTISE

Geberit a constaté depuis longtemps le besoin d'une hygiène et d'une propreté accrues, et a lancé dès **1978 le premier WC Geberit avec fonction douchette**.

Depuis, Geberit a développé et perfectionné le WC lavant en établissant de nouveaux standards en matière de fonctionnalités et d'hygiène qui ont abouti à la création de sa gamme **Geberit AquaClean** qui comprend aujourd'hui **3 modèles de WC lavants** : Maïra, Tuma et Sela.

MAÏRA, superbement surdoué



TUMA, étonnante polyvalence



SELA, séduisante intelligence



WC lavants AquaClean pour le résidentiel et l'hôtellerie

Les WC lavants Geberit AquaClean s'adaptent à toutes les configurations spatiales et ne requièrent pas plus d'espace qu'un WC suspendu classique. Ils sont équipés de la technologie de **douchette WhirlSpray** brevetée et d'une télécommande intuitive. En fonction du modèle, ils intègrent d'autres technologies comme la **douchette dame**, l'**aspiration des odeurs**, le **séchage tempéré** ou encore la **lunette chauffante**.

Exclusivement **fabriqués en Europe**, ils sont de véritables condensés de technologie innovante et brevetée qui allient **bien-être et confort** d'utilisation.

AQUACLEAN MAÏRA : L'EXPÉRIENCE WC LAVANT ULTIME

Geberit AquaClean Maïra établit de nouvelles normes à tous les égards. L'AquaClean Maïra séduit par ses lignes claires et ses courbes douces, ainsi que par des matériaux d'excellente qualité. Il est équipé de toutes les fonctions de confort.



Panneaux prêts à poser GEBERIT Monolith



Plaques de déclenchement GEBERIT Sigma70

Concevoir des toilettes esthétiques et fonctionnelles

Pour favoriser la création d'univers harmonieux et élégants lors de la conception ou la rénovation des lieux d'intimité, Geberit a développé des équipements pour tous les goûts et toutes les exigences de confort et d'esthétique.

Possibilité inédite d'agencements personnalisés

Les panneaux prêts à poser Geberit Monolith pour WC accueillent et dissimulent esthétiquement les raccordements sanitaires standards. Ils améliorent le confort en intégrant notamment l'aspiration et la filtration d'odeurs, des capteurs de détection de présence intelligents ainsi qu'un déclenchement du rinçage sensitif. Les panneaux Geberit Monolith sont disponibles dans une gamme de couleurs et d'effets intemporels : verre, béton et ardoise.

Flexibilité de la conception

Associant un design aérien à un mécanisme de précision, les plaques de déclenchement Geberit Sigma20 à Sigma80 en acier inoxydable ou en verre sont disponibles dans des couleurs et finitions architecturales.



»» GEBERIT & NOUS



ESPACE CONSEIL

Un lieu d'expérience unique pour découvrir notre univers dans un climat tout à fait détendu.

À l'écart de l'espace principal se trouve un salon dédié aux essais des WC lavants Geberit AquaClean. Ce salon très confortable offre ainsi la possibilité de faire en toute intimité l'expérience du WC lavant.

»» Visite virtuelle du show-room



Geberit s.a.r.l.
44 rue Berger, Paris 1^{er}
01 45 08 83 57

Votre contact showroom :

Marie-Pierre Dubost,
Responsable Espace Conseil
06 70 95 59 12
marie-pierre.dubost@geberit.com

Votre responsable prescription :

Fabien Delille,
Architectes Intérieurs et Décorateurs, Ile-de-France :
06 80 71 75 49
fabien.delille@geberit.com



VOIR EN GRAND LES PETITS ESPACES

ESPACE CONSEIL GEBERIT
44, rue de Berger - 75001 Paris

Tél : 01 45 08 83 57
Mail : showroom.paris@geberit.com