

PRESS CLIPPING SHEET

PUBLICATION:	Al Alam Al Youm
DATE:	06-August-2026
COUNTRY:	Egypt
CIRCULATION:	50,000
TITLE:	Grohe luxury sales in North, West Africa grow by 24% to 25% over 2 years
PAGE:	07
ARTICLE TYPE:	Agency-Generated News
REPORTER:	Staff Report
AVE:	50,000

محمد عطايا، المدير التنفيذي لشمال غرب أفريقيا، شركة ليكسل لمنطقة الهند والشرق الأوسط وشمال أفريقيا (IMEA) نمو مبيعات علامة جروهي بشمال وغرب إفريقيا من الفئة الفاخرة بنسب تتراوح بين 24% لـ 25% خلال العامين الماضيين

استراتيجية ليكسل تعتمد على ركائز أساسية التصميم والجودة والاستدامة

السوق المصرية من الأسواق الإقليمية الهامة للمجموعة على مستوى نطاق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا

اختلاف طبيعة المستهلك في الإقبال على المنتج الفاخر من جروهي للجودة والكفاءة والعلامة التجارية الموثوقة

على إقامة علاقة جيدة وشركات مع المهندسين المعماريين وهو ما يعد أحد أبرز محاور استراتيجية علامة جروهي خاصة مع اعتماد جروهي على ركائز أساسية تضمن التصميم والجودة والتكنولوجيا والاستدامة، كما أن شركاء جروهي من المهندسين والفنيين يعتبروا بمثابة واجهة جروهي التسويقية.

وأوضح أن جروهي تقوم بتخصيص جزء من أرباحها لخدمة المجتمع وقامت بالتعاون مع مدرسة عمار للتكنولوجيا التطبيقية التابعة لإعمار العقارية بتقديم خدمات التدريب الفني للتلاميذ وتم بالفعل تخريج أول دفعة من المدرسة منذ عام وتم تخريج ما يقرب من 50 خريج من المدرسة، وتقوم جروهي بتقديم وظائف للخريجين من الفنيين المحترفين لديها كجزء من دورها المجتمعي بجانب دورها في التدريب حيث قامت جروهي بتقديم خدمات التدريب وتقديم شهادات للخريجين معتمدة من جروهي في السباكة وتركيبات جروهي، مشيراً إلى أن التدريب استفاد منه شباب ونشأت أيضاً. وكشف محمد عطايا عن أن علامة جروهي قامت بتقديم جوائز وحوافز للمندربين، مشيراً إلى أن علامة جروهي لديها خطة على مدار 5 سنوات لتدريب نحو 8 آلاف سبائك في مصر، والتدريب 1500 سبائك خلال العام الأول.

وأوضح أن علامة جروهي التابعة لمجموعة ليكسل (LIXIL GROUP)، تضع معايير لتحقيق الحيازة الكربونية واعتماد حلول الطاقة المتجددة، بما في ذلك الطاقة الشمسية. كما أطلقت العلامة عدداً من المبادرات للحد من استخدام البلاستيك في عمليات التغليف، حيث استبدلت 37 مليون قطعة بلاستيكية ببدايل صديقة للبيئة في تعبئة وتغليف منتجاتها. وأضاف أن تقنية «أكوا الكاربون» المائي» تسهم في ترشيد استهلاك المياه، إلى جانب تطوير تقنيات تصنيع متقدمة تهدف إلى الحفاظ على الموارد المائية. وأشار إلى أن مجموعة ليكسل تركز في جهودها على ثلاثة محاور رئيسية هي: الحفاظ على الحياة، والصرف الصحي، والطاقة والمناخ.

الصيانة وخدمات ما بعد البيع كافة محافظات الجمهورية من الساحل والفرقة والقاهرة والجزيرة والصعيد، وتقدم علامة جروهي ضمان 5 سنوات لكافة المنتجات وضمان حتى 10 سنوات للماكينات الداخلية والتجهيزات الخاصة بالمنتجات من الداخل، ويتم تقديم كافة خدمات ما بعد البيع بشكل مجاني بالزيارة من قبل فريق الصيانة ويقطع الغيار المطلوبة.

وكشف محمد عطايا رداً على سؤال عن شركاء علامة جروهي من المطورين العقاريين أن مجموعة طلعت مصطفى أحد أكبر الشركات وتقوم علامة جروهي حالياً بتوفير كافة تجهيزات مشروع SOUTHMED بالساحل الشمالي، كما تتعاون جروهي مع شركة إعمار وقامت بالفعل بتجهيز مشروع مرامي، وتتعاون مع شركة اوراسكوم للتنمية وقامت بتجهيز مشروع الجونة.

وأكد أن علامة جروهي مستمرة بالتعاون مع الشركات من أكبر المطورين العقاريين بالسوق المصرية ودور علامة جروهي يأتي في مرحلة لاحقة للتطوير العقاري وهي مرحلة التخطيط.

وكشف محمد عطايا عن أن التطورات التي يمر بها القطاع السياحي وإحلال وتجديد الفنادق وخطة الدولة المصرية لمضاعفة أعداد الغرف السياحية لنحو 440 ألف غرفة فندقية مقابل 220 ألف غرفة فندقية والوصول بأعداد السائحين لنحو 30 مليون سائح بحلول عام 2030، وأوضح أن القطاع السياحي في الوقت الراهن يخلق فرص عديدة للنمو خاصة للفئة الفاخرة من منتجات جروهي.

وأكد أن جروهي تتعاون مع سلسلة فنادق فورسيزوز وماريوت وتساهم هذه الشركات التي تقوم بها جروهي مع الفنادق والمطورين في انتشار منتجات جروهي، كذلك تعمل جروهي

توجه المستهلكين نحو المنتجات المتميزة واهتمام بشراء المنتجات من الفئة الفاخرة وذلك على مستوى كافة المستهلكين لاهتمام المستهلك باقتناء منتج متميز وقادر على تحمل الاستخدام لفترات طويلة ودون مشكلات بعد التركيب.

ولقد أصبح كل من المطور للمشروعات العقارية والمستهلك يفضلون العلامة التجارية الموثوقة ذات الكفاءة والجودة سواء من ناحية الشكل والتصميم والتطور أو من ناحية ترشيد استخدام المياه مثل تقنيات أكوا كليتور التي تقدمها جروهي والتي تعزز ترشيد استهلاك المياه.

وأكد عطايا أن منتجات جروهي حققت انتشار كبير بالسوق المصرية لمختلف الفئات، مشيراً إلى أنه بعد أزمة فيروس كورونا والعمل عن بعد بالمنزل اختلفت اهتمامات ومتطلبات العملاء والمستهلكين وأصبحوا أكثر حرصاً على استخدام تصميمات عصرية متطورة تحقق الرفاهية وتنسجم بالجودة والكفاءة، وأصبح لديهم الرغبة في الاستثمار في تصميم وتجهيز المنزل بشكل أفضل مما أدى لزيادة الطلب على تصميمات الفئة الفاخرة والمميزة من المنتجات.

وأشار إلى أن جروهي حققت هذا الهدف للعمالء من خلال تقديم تصميمات مبتكرة وألوان مختلفة مط ولأجل يلي كافة احتياجات وأذواق العملاء، وهو الأمر الذي أدى لزيادة الطلب على منتجات جروهي من المطورين والعمالء.

وأضاف أن المستثمر يهتم بالجودة والعلامة التجارية الموثوقة بها وخدمات ما بعد البيع ومرونة الصيانة، وتعد الفئة الفاخرة بمثابة استثمار طويل الأجل.

وأوضح أن علامة جروهي لديها خدمات ما بعد البيع على أفضل قدر من الكفاءة وتغطي

كشف محمد عطايا، المدير التنفيذي لشمال غرب أفريقيا، شركة ليكسل لمنطقة الهند والشرق الأوسط وشمال أفريقيا (IMEA) وهي علامة جروهي الأم للعلامة التجارية جروهي (GROHE)، الرائدة عالمياً في مجال الحلول المتكاملة للحمامات وتجهيزات المطابخ، عن أن المبيعات بشمال وغرب إفريقيا لمنتجات جروهي من الفئة الفاخرة بمتوسط نسبة زيادة تتراوح بين 24% لـ 25% خلال العامين الماضيين بما يتماشى مع تلبية احتياجات المستهلك، خاصة أن كل مستهلك لديه أسلوبه الخاص لذلك تقدم جروهي تصميمات متنوعة وألوان مختلفة من خلال جروهي بي في دي تصل لعشرة ألوان.

وكشف عن أن علامة جروهي قامت بتدشين تطبيق GROHE PRODUCT FINDER جروهي برودكت فايندر بأوروبا وهو متخصص في توجيه وإرشاد الفنيين المحترفين بأوروبا لترتيب منتجات علامة جروهي وصيانتها من خلال تكنولوجيا الذكاء الاصطناعي AI بمجرد وضع صورة المنتج يتم تقديم كافة المعلومات اللازمة للفني.

وكشف محمد عطايا عن أن جروهي تحترم تدشين تطبيق GROHE PRODUCT FINDER جروهي برودكت فايندر بمصر والمغرب خلال الشهرين المقبلين وسيكون مخصص للفنيين، ومن المقرر تدشين التطبيق بنيجيريا وتونس في مرحلة لاحقة.

وأكد محمد عطايا أن مصر من الأسواق المهمة جداً لدى مجموعة ليكسل وعلامة جروهي في مصر حيث تتواجد بها منذ السبعينات، حيث تعد السوق المصرية من الأسواق الإقليمية الهامة للمجموعة على مستوى نطاق الشرق الأوسط وشمال أفريقيا باعتبارها متواجدة في قلب المنطقة وبوابة إفريقيا، مشيراً إلى أن مستودعات علامة جروهي متواجدة بمصر بحكم موقعها الإستراتيجي من الناحية اللوجستية بما يعزز الوصول بمنتجاتنا لشمال وغرب إفريقيا والشرق الأوسط والهند.

وأكد محمد عطايا أن السوق المصري شهد تحولا ملحوظا في

