

CONCEPT Bain

PROJETS | INSPIRATION | DÉCOR | BIEN-ÊTRE | ÉQUIPEMENT

N° 44 - MAI - JUIN - JUILLET 2026

BÂTIMENT, LE REBOND ?

HYDROTHERAPIE

Plus de sensations,
moins d'eau

DESIGN

La salle de bains
à l'honneur à Milan

DOUCHE

Parois,
l'atout séduction

évolue dans un environnement contrasté. En 2025, la filière sanitaire a en effet enregistré un recul global de l'ordre de 3 à 3,5 % environ, avec une baisse plus marquée sur la robinetterie (environ -4,5 %), laquelle intègre l'hydrothérapie. « Nous sommes sur un marché en érosion pour la troisième année consécutive », confirme Claire Roucouls, évoquant une conjoncture défavorable marquée par la crise immobilière, la difficulté d'accès au crédit et un niveau d'épargne élevé des ménages. Le résidentiel neuf apparaît particulièrement affecté. À l'inverse, certains segments tirent leur épingle du jeu, à commencer par la rénovation, notamment sur les produits de remplacement. Or « les volumes des douchettes et flexibles relèvent surtout d'un marché de renouvellement, peu dépendant de la construction neuve », souligne Pierre-Jean Hervé. Cette dynamique est toutefois nuancée selon les circuits de distribution : « En ce qui concerne les accessoires (douchettes, pommes de tête, bras, cascades), le renouvellement passe souvent par la grande distribution, tandis que chez les grossistes, ces produits sont surtout vendus dans le cadre de projets complets, notamment en encastré », précise Nathalie Terras à ce sujet.

Parallèlement, le résidentiel haut de gamme affiche une dynamique positive : « Les consommateurs cherchent de plus en plus à recréer chez eux une expérience digne d'un spa », note Ziggy Kulig, qui évoque une tendance en vogue depuis la pandémie.

Autre moteur, l'hôtellerie : « Ce secteur reste dynamique, porté par des besoins de rénovation et de montée en gamme », observe Gaël Magda. Du reste, cette tendance est confirmée par d'autres acteurs, tel Hansgrohe, qui souligne la progression du parc hôtelier haut de gamme et la hausse des investissements, dans un contexte de reprise du tourisme.

LA SOBRIÉTÉ HYDRIQUE AU MENU

La maîtrise de la consommation d'eau est aujourd'hui un enjeu central pour la filière, partagé par l'ensemble des industriels. À la croisée des préoccupations environnementales, économiques et réglementaires, elle guide la conception des produits. « C'est le sens de l'histoire », résume Pierre-Jean Hervé. Cette dynamique s'inscrit par ailleurs dans une évolution progressive des usages. Avec le remplacement des anciens mélangeurs à tête à clapet – pour lesquels il suffisait d'un quart de tour pour avoir un filet d'eau (froide) – par les mitigeurs modernes, les volumes d'eau utilisés ont ainsi augmenté au fil des décennies, passant d'environ 3 litres par minute à des niveaux pouvant atteindre 8 à 12 litres. « Aujourd'hui, toute la filière travaille à revenir



AQUALITE (DESIGN ALBERTO APOSTOLI) DE NEWFORM

Née de la collaboration entre Newform et l'architecte Alberto Apostoli, la collection Aqualite met en scène plusieurs produits qui se distinguent grâce à leur design léger et élégant : un ciel de pluie totalement illuminé avec sa commande innovante ; un inverseur avec une technologie push ; un robinet caractérisé par une ligne lumineuse qui change de couleur en fonction de la température de l'eau ; et un robinet encastré à fleur de mur qui se fond dans l'architecture de la pièce.

à des niveaux plus maîtrisés », précise Pierre-Jean Hervé. Progressivement, un équilibre technique se dessine ; les études menées avec le CSTB montrent en effet que pour une douche, un débit compris entre 8 et 9 litres par minute constitue un compromis pertinent entre efficacité de lavage et confort d'usage. « Il n'y a rien de pire que de se doucher sous un filet d'eau insuffisant, mais il n'est pas nécessaire non plus d'avoir 20 litres par minute pour profiter d'une douche confortable », poursuit le directeur du développement robinetterie sanitaire au sein du groupe Thermador (marques Thewa et Alpi). Incidemment, ce point d'équilibre tend aujourd'hui à s'imposer comme une référence pour les fabricants, qui ajustent leurs développements en conséquence. Chez Hansgrohe, les modèles économes représentent 80 % des ventes en France, avec un objectif affiché de généralisation à l'échelle internationale d'ici 2030 : « Ces solutions permettent d'économiser jusqu'à 60 % d'eau et d'énergie », souligne Claire Roucouls. Or ce gain est loin d'être anecdotique pour l'utilisateur final, puisqu'il peut représenter, pour un foyer de quatre personnes, près de 850 euros d'économies annuelles. Et, au-delà de la seule consommation d'eau, c'est la réduction de l'énergie nécessaire à son chauffage qui constitue le principal facteur d'impact.

Pour autant, la baisse des débits ne peut se faire au détriment de l'expérience utilisateur. « Le défi est de concilier performance et so-

briété », insiste Ziggy Kulig ; il s'agit en effet de maintenir une sensation de confort, de puissance et d'enveloppement, malgré une consommation réduite. Pour y parvenir, les fabricants mobilisent des technologies de plus en plus sophistiquées, centrées sur l'optimisation du jet. L'objectif est d'améliorer la sensation de confort tout en limitant les débits, grâce à des solutions combinant mélange air-eau, buses de précision ou fragmentation en micro-gouttelettes. GROHE, par exemple, illustre cette approche avec sa technologie AquaBooster, capable de générer un jet dynamique et tonique avec un débit inférieur à 6 litres par minute. De son côté, Hansgrohe a développé des buses adaptatives, dites FlexPower, qui s'ajustent en fonction de la pression afin de maintenir un débit constant, tout en limitant l'accumulation de calcaire jusqu'à 50 %, quelles que soient les conditions d'installation. En outre, certains acteurs intègrent une dimension plus pédagogique, en donnant à l'utilisateur une meilleure visibilité sur ses usages. Thewa envisage ainsi de développer des solutions intégrant des indicateurs visuels permettant de suivre en temps réel le volume d'eau consommé ou la température utilisée : « Donner cette information change le comportement », observe Pierre-Jean Hervé, qui souligne d'autre part que ces dispositifs permettent de prendre conscience de phénomènes souvent invisibles, comme les pertes d'eau avant l'arrivée de l'eau chaude.