

SELL

+ 8 STRÁNKOVÝ
SPECIÁL BSH BRAND
EXPERIENCE CENTER

JEDINÝ ČESKÝ B2B MAGAZÍN O TRHU S DOMÁCÍMI SPOTŘEBIČI – 7 LET NA TRHU

Reportáž

**EUROCUCINA 2016
CO PŘINESL VELKOLEPÝ
MILÁNSKÝ VELETRH?**

Interview

**EXPANZE AMICA DO CELÉ
EVROPY POKRAČUJE I FORMOU
CHYTRÝCH AKVIZICÍ, ŘÍKÁ
PAWEL KUJAWSKI Z POLSKÉ
CENTRÁLY FIRMY**

Novinky

**MIDEA KOUPILA VĚTŠINOVÝ PODÍL
V DIVIZI DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ
TOSHIBA**

**DYSON UVÁDÍ NA ČESKÝ TRH REVOLUČNÍ
ČISTIČKY VZDUCHU**

Reportáž

**LG INNOFEST 2016
NA PREZENTACI NOVÝCH SPOTŘEBIČŮ
SE SJELI DO BUDAPEŠTI OBCHODNÍCI
A NOVINÁŘI Z CELÉ EVROPY**

Interview

**LUBOŠ FILIP: CONCEPT NADÁLE
PRACUJE NA VYTVOŘENÍ KOMPLEXNÍHO
DESIGNOVÉ SLADĚNÉHO PORTFOLIA
MALÝCH I VELKÝCH SPOTŘEBIČŮ**

Skupina výrobků

**VESTAVNÉ MÝČKY
VESTAVNÉ KOMBINOVANÉ CHLADNIČKY**

**ZBRUSU NOVÉ VESTAVNÉ
SPOTŘEBIČE HOTPOINT PŘIJDOU
V ČERVNU NA ČESKÝ
A SLOVENSKÝ TRH. SEZNAMTE SE**

Bez kabelu. Bez obtíží.

Lehký a vyvážený pro úklid od podlahy až po strop. Snadno přestavitelný na ruční vysavač. A bez obtěžujícího kabelu s ním můžete vysávat, kdekoliv potřebujete.

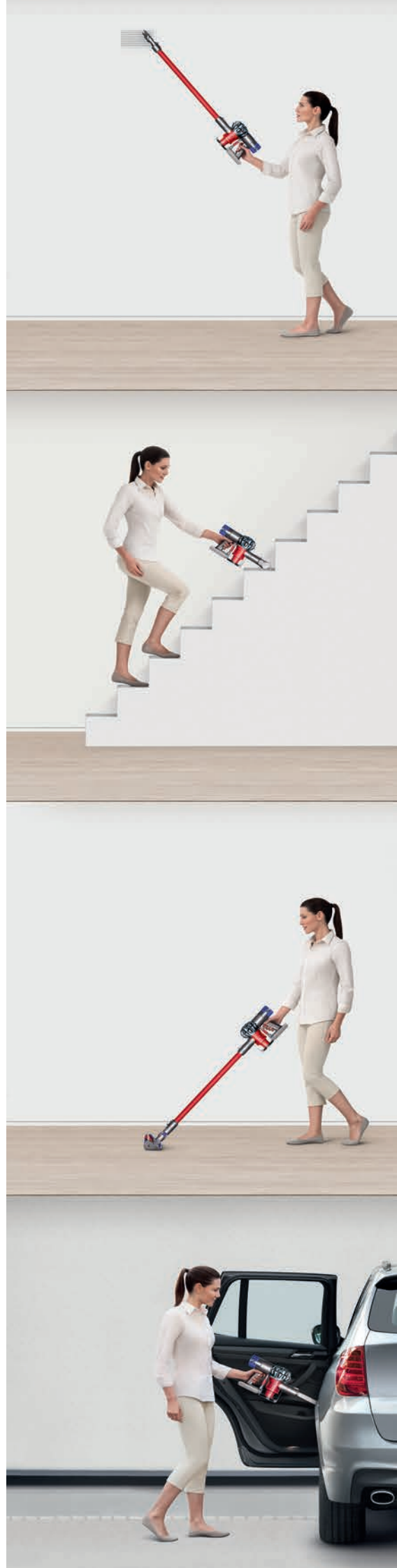


dyson v6 total clean

Nejvýkonnější akumulátorové vysavače.*

www.dyson.cz

*Na základě testů tyčových vysavačů 5 nejprodávanějších značek. Testování dle EN60312-1 kapitoly 5.8 a 5.9.



VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

duben je ve svém závěru a já mám za sebou po zimním oddychu a klidu první skutečně nabitý měsíc, ve kterém se začínají z trhu valit kvanta informací. Firmy začínají intenzivněji komunikovat, roztáčejí kola marketingu, vše začíná pulzovat, je to taková příprava na podzimní konzumní šílenství. Duben si ale v mém případě letos v ničem nezadal s některým z podzimních měsíců. Hned v jeho úvodu proběhlo velkolepé otevření nového sídla BSH včetně téměř 500 m² velkého Brand Experience Center, jehož vznik jsem sledoval už od zimních měsíců. Dovolím si potvrdit slova Pera Funcha, když i za sebe řeknu, že v současné době nemá u nás žádný další velký výrobce domácích spotřebičů takové sídlo a prezentační prostor pro své značky. Trend budování showroomů pro podporu obchodních partnerů je ovšem v Česku zjevný. Loni otevřela společnost Elmax první La Galerie De Dietrich v Praze a záhy nato ještě v Ostravě. Jsem zvědavý, zda se začnou přidávat i další. V některých firmách o adekvátním prezentačním prostoru hovoří už delší dobu, tak snad své plány přetaví v realitu. O projektu BSH jste byli informováni ve speciálu deníku E15, na jehož přípravě jsme se podíleli, a k tomuto vydání časopisu přikládáme upravenou verzi pro obchodníky, v níž je například několik zajímavých rozhovorů.

V průběhu dubna pak proběhl evropský LG InnoFest, kde korejská firma prezentovala jak své cenově dostupnější řešení chytré domácnosti, tak především superprémiové spotřebiče řady SIGNATURE. Více informací přinášíme na stranách 28 a 29.

Poslední velkou dubnovou akcí byl samozřejmě veletrh EuroCucina, jemuž věnujeme v čísle pět stran a ještě se k němu vrátím v odlehčené názorové rubrice na stranách 52 a 53. Už nyní asi mohu prozradit, že mě design kuchyní letos vůbec nenadchl. Nebudu už vás ale zdržovat od listování a pravidelné porce informačního koncentrátu o dění na trhu s domácími spotřebiči.

Příjemné čtení přeje



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

BRAND EXPERIENCE CENTER NOVÁ DIMENZE PREZENTACE ZNAČEK



Domácí spotřebiče značek



BOSCH

SIEMENS

GAGGENAU

zelter

Brand Experience Center a naše „Living Office“ jsou investicí nejen pro nás, ale i pro naše partnery

Společnost BSH domácí spotřebiče se v závěru minulého roku přestěhovala a ve svém novém sídle, v části původní pražské Waltrovky, nedávno otevřela očekávaný Brand Experience Center. Otázky k celému projektu nám zodpověděl sám Per Funch, generální ředitel společnosti zastupující BSH na českém a slovenském trhu.

Nedávno jste se přestěhovali do nových prostor. Co vás k tomu vedlo?

Rozhodli jsme se přesunout z mnoha důvodů. Tím hlavním byla životní šance, která se nám naskytla a jež by se už nemusela opakovat. Mám na mysli příležitost přestěhovat se

do jedné z budov bývalé Waltrovky továrny. Jelikož šlo o naprostou ruinu – budovu tvořily v podstatě jen holé zdi a střecha, nic víc – měli jsme možnost ovlivnit výsledný vzhled stavby od samotného počátku. To bylo něco, co jsme si nemohli nechat uniknout. Jsem opravdu rád, že se nám podařilo zrekonstruovat budovu citlivě vzhledem k její minulosti a industriální podobě. Uchovali jsme jejího původního ducha a současně získali prostor, jenž dokonale ladí s naší firemní filosofií. A samozřejmě nám poskytla nebývalou velkou plochu, přesně 496 m², pro otevření Brand Experience Center (BEC), které je největší investicí do českého a slovenského trhu, jakou BSH učinila od chvíle, kdy začala v tomto regionu působit. Nejde pouze o investici do nás, nýbrž do celého trhu. Prostřednictvím BEC chceme našim obchodním partnerům pomoci s prodejem našich

výrobků, ale přímo v BEC se spotřebiče prodávat nebudou.

Ukázal jste nám pár fotek budovy ze srpna 2015. V té době už několik desetiletí chátrala a vám se přitom podařilo za pouhých 8 měsíců dokončit rekonstrukci, přestěhovat kanceláře a otevřít Brand Experience Center. Jak jste to dokázali?

Přiznávám, že časový harmonogram prací byl velmi přísný a vytvářel nemalý tlak na nás všechny včetně firem, které na projektu spolupracovaly. Jak už jsem ale řekl, dělali jsme to nejen pro sebe, ale i pro trh, takže to úsilí za to stálo. Po oficiálním slavnostním otevření, k němuž došlo 1. dubna, sbíráme kladné ohlasy ze všech stran. Myslím, že mohu hovořit za všechny v BSH, když řeknu, že jsme na odvedenou práci skutečně hrdí.

Nejvíce na očích okolnímu světu je ve vašem novém sídle samozřejmě Brand Experience Center. Řekněte nám k němu víc, prosím.

Během slavnostního večera jsem nabyl dojmu, že každý pochopil onu myšlenku, že chceme přinést do trhu hodnotu. Když se nad tím zamyslíte, jsme vlastně první opravdu velký dodavatel domácích spotřebičů v České republice, který otevřel takový multifunkční prezentační prostor. Spotřebitelé díky BEC uvidí, že naše spotřebiče mohou vypadat „sexy“, pokud jsou prezentovány tímto způsobem. Ve třech velmi odlišných částech centra prezentujeme tři různé značky – Bosch, Siemens a Gaggenau. Návštěvníci budou moci získat nevídané množství informací o našich výrobcích přímo od nás, budou si moci produkty prohlédnout, osahat a vyzkoušet. To pomůže našim obchodním partnerům v prodeji. K dispozici budou dokonce malé tablety a u každého spotřebiče NFC tagy, které umožní průvodcům centra v momentě ukázat návštěvníkům podrobné informace, technická data i videa vysvětlující fungování jednotlivých technologií a inovací.



Per Funch

pokračování ze str. 2

Spotřebitelé díky tomu odhalí, jak inovativní funkce využívat v každodenním provozu v domácnosti.

Druhou částí „projektu stěhování“ jsou vaše nové kanceláře. Jsou dost odlišné od těch v původním sídle firmy...

Nazýváme je „living offices“ a jedná se o unikátní open space řešení. Hlavní ideou bylo řešit pracovní povinnosti

prostřednictvím většího množství osobních rozhovorů namísto rozesílání desítek e-mailů nebo telefonování jeden druhému z kanceláře do kanceláře. Chceme, aby naši zaměstnanci úzce spolupracovali, skutečně jako tým, aby se zkrátka potýkali se všemi výzvami společně. Tento typ prostor vnáší do našeho pracovního prostředí více kreativity. Ústředním bodem budovy je centrální schodiště a je zde pouze jeden výtah, takže

lidé více chodí a pohybují se po kancelářích. Mohou si jít sednout na různá místa, k různým stolům, a tím myslím různě velkým, vysokým a tak podobně. Mohou si protáhnout nohy, použít sedačky, pokud už je bolí záda z kancelářské židle. Zkrátka, je to opravdu „living office“. Nikdo nemůže rozvíjet byznys sám, pouze tým může dosáhnout úspěchu.

Studio Atelier Kunc Architects

Brand Experience Center, stejně jako celý interiér nových kanceláří společnosti BSH domácí spotřebiče, navrhlo architektonické a designové studio Atelier Kunc Architects.

Respekt k průmyslovému duchu původní budovy

Původní industriální ráz budovy, která dříve patřila pod Walterův závod, si natolik získal zástupce společnosti BSH domácí spotřebiče, že se rozhodli její charakter zachovat. Jedním z hlavních úkolů pro architekty ze studia Atelier Kunc Architects tak bylo respektovat průmyslového ducha původní budovy, těžit z něj a v rámci kompletní rekonstrukce ho zkombinovat s moderním vybavením Brand Experience Center a kancelářemi ve stylu Living Office. Díky této koncepci nabízejí prostory Brand Experience Center jedinečné a působivé spojení původní historické architektury s nadčasovým designem a funkcí nejmodernějších spotřebičů.

Historie Walterovky

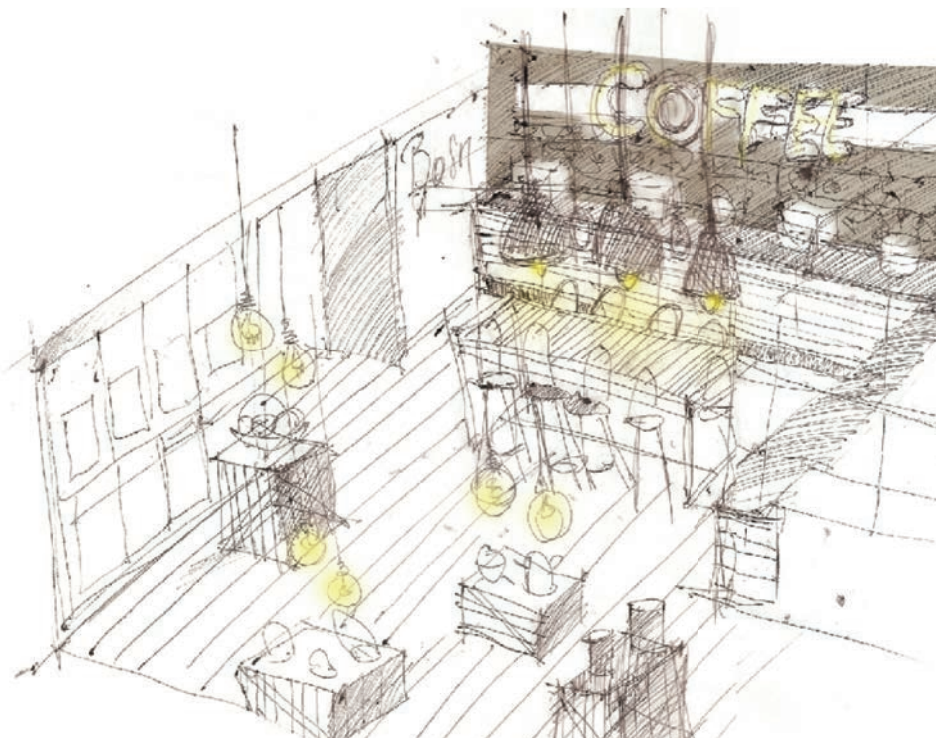
Historie zdejší budovy bývalé Walterovky, ve které se nyní moderní Brand Experience Center nachází, zaujme svou úlohou v minulosti. Budova byla bezprostředně napojena na železnici, po které přímo do jejího vnitřku vjížděla lokomotiva a vykládala uhlí. To sloužilo k výrobě energie, která byla dodávána do celého podniku Walter a dále využívána k výrobě motocyklů, automobilů a později i světově známých Walterových leteckých motorů.

Koncept Brand Experience Center

Koncept Brand Experience Center byl inspirován showroomy společnosti BSH v zahraničí, nejvýrazněji se v něm pak projevují prvky prezentačních prostor z Belgie. Jeho pojetí však muselo být adaptováno českému prostředí a především přizpůsobeno kontinuálnímu prostoru industriálního charakteru, který mu budova nabízela. Prezentační prostory jednotlivých značek jsou díky velkým proskleným oknům částečně viditelné i zvenčí, nicméně jen do té míry, aby nebylo vše zjevné na první pohled, a každý měl tak chuť (nutkání) nahlédnout dovnitř a dozvědět se něco více.

Přirozenější, flexibilnější a otevřenější

Samotné kanceláře také respektují původní ráz prostředí a namísto rozdělení na menší osobní kanceláře zvolilo architektonické studio na Západě tolik populární otevřený prostor – doslova živoucí kancelář, kde spolu mohou lidé osobně komunikovat a oddělují je jen jednoduché závěsy. Jednotlivá oddělení mohou lépe spolupracovat bez neustálého rozesílání hromadných e-mailů a telefonátů kolegům. Nechybí ani několik míst pro rychlá jednání, ať pro dva, nebo i více lidí. Přirozenější, flexibilnější a otevřenější, tak lze popsat nové sídlo společnosti BSH domácí spotřebiče několika slovy.





BOSCH

Největší část Brand Experience Center je věnována značce Bosch, jelikož má nejširší portfolio produktů, od malých domácích přes velké volně stojící až po vestavné spotřebiče.

Kavárna Bosch

Součástí je i *kavárna* Bosch, kde si můžete vychutnat různé druhy kávy z plnoautomatických kávovarů této značky. Od klasického espressa přes cappuccino až po café latte. Na samostatných boxech si můžete prohlédnout další malé spotřebiče, jako jsou

kuchyňské roboty, tyčové mixéry, žehličky nebo vysavače. Z kavárny je navíc vidět do servisního střediska, a tak při poklidném popíjení šálku lahodného životabudiče můžete sledovat naše specialisty při práci. Celý prostor ctí barvy a designový profil značky, proto v něm vládne kombinace bílé, červené a černé barvy. Prezentaci vévodí loni na trh uvedená řada vestavných spotřebičů Serie 8 v inspirativním designu s dominantním otočným voličem na ovládacím panelu, doplněným barevným displejem. Zejména vestavné trouby této řady na sebe strhávají pozornost, a to nejen díky zmiňovanému designu, ale také vyspělými funkcemi, automatickými programy a chytrými senzory.

130letá historie značky Bosch

Ve všech spotřebičích Bosch se odráží 130letá historie značky, včetně bohatých zkušeností a neustávajících snah dodávat na trh funkční a současně krásná řešení pro zpříjemnění těch nejobyčejnějších povinností všedních dnů. Zakladatel značky Robert Bosch odmítal akceptovat cokoli, co bylo jen „skoro dobré“ nebo „skoro dokonalé“. Jeho odkaz ctí společnost BSH i dnes a nadále posouvá hranice představitosti, co je možné a realizovatelné. Inovace a technologie vyvíjí, aniž by zapomínala dbát na společenskou a ekonomickou zodpovědnost a starat se o životní prostředí.



SIEMENS

Prezentace značky Siemens stojí na konzervativní jednoduchosti a čistém německém designu.

150 let mezi absolutní špičkou na trhu

Použité materiály, jako sklo a zrcadla, podtrhují profil značky a inovativnost jejích řešení, která patří už více než 150 let mezi absolutní špičku na trhu. Prostor vám napoví, jak budou spotřebiče působit ve vaší domácnosti a s jakými barvami je ideálně sladit. Zasazeny jsou v prostředí, v němž převládá bílá a šedá barva, sklo a kov.

Chladnější pojetí prezentace vychází ze základních kamenů, na kterých značka Siemens stojí, a akcentuje její průmyslovou a technologickou historii. Nejnovější řada vestavných spotřebičů vás oslní/zaujme intuitivním ovládáním s barevnými displeji, kombinací standardních a mikrovlnných ohřevů, flexibilními indukčními deskami se senzory, které nedovolí jídlo připálit či překypět, nebo stropními odsavači v elegantním designu. Vaši pozornost zajistí upoutá nově představovaná řada AVANTGARDE s nakloněným ovládacím panelem v černé barvě, vkusně kombinovaným s dominující bílou u této harmonicky působící dvojice pračky a sušičky.

Minimalismus, pokročilé technologie a intuitivnost

Za pláštěm dechberoucího minimalismu najdete ty nejpokročilejší technologie, jaké svět zná, a přesto (nebo snad právě proto) je jejich ovládání až neuvěřitelně intuitivně jednoduché. Inteligentní technologie a chytré senzory monitorují a řídí průběh jednotlivých programů. Přizpůsobují je objemu nebo váze a zároveň dohlíží na co nejehospodárnější provoz, aby vám šetřily nejen práci a čas, ale i prostředky. Výsledek? Jen ten nejlepší.



GAGGENAU

Vysoce prémiové spotřebiče Gaggenau jsou v Brand Experience Center obklopeny kvalitním dřevem a cihlovými stěnami, v jejichž společnosti exkluzivita těchto výrobků jednoznačně vynikne.

Historie značky Gaggenau

Kulisy v podobě tradičních materiálů se pojí s dlouhou historií značky, která se začala psát v německém Schwarzwaldu neboli Černém lese již v roce 1683. V městečku Gaggenau tehdy vznikla první kovodělná výroba,

na jejíž odkaz později navázala společnost výrobou zemědělské techniky a spotřební elektroniky. Osudový milník nastal v roce 1956, kdy kuchař Georg von Blanquet realizoval svou představu moderní kuchyně a zahájil novou etapu značky Gaggenau, která se stala průkopníkem ve vývoji vestavných domácích spotřebičů.

Precizní ruční výroba

Jen z tohoto stručného historického okénka vyplývá, že Gaggenau stojí na tradici poctivé a precizní ruční výroby spolu s použitím těch nejvyšších materiálů. Spotřebiče Gaggenau neznají sebemenší kompromis

a používají technologie, díky nimž jsou vždy o krok před ostatními. Nikoho pak asi nepřekvapí, že právě tato značka byla první, která uvedla na trh vestavnou pečicí troubu, sklokeramickou varnou desku nebo kombinovanou parní troubu pro domácí použití. Aktuální novinkou je například plně automatický systém čištění parních trub a možnost přesné regulace jejich teploty, což v kombinaci s vakuovací zásuvkou umožňuje zdravou a chutnou přípravu pokrmů metodou „sous-vide“. Výsledkem je bezkonkurenční textura potravin, zachování jejich přírodní chuti a intenzivní požitek z jídla.



Vaření a školení

Výhradně výstavní prostory jednotlivých značek, v nichž jsou spotřebiče určeny ke slovní prezentaci a nastaveny do demo režimů, doplňuje tzv. kulinářské centrum.

Kulinářské centrum

Zde jsou zapojeny a plně funkční vybrané spotřebiče všech tří značek – tedy Bosch, Siemens a Gaggenau. Tato část je určena pro školení a praktické předvádění funkcí vestavných trub, kompaktních trub a varných desek, jedním slovem pro vaření. Návštěvníci si budou moci později

v této zóně vyzkoušet kuchyňské spotřebiče v praxi a zúčastnit se praktických prezentací technologií a inovací, které nejsou pouhými nástroji marketingu, nýbrž užitečnými a praktickými vylepšeními pro dosažení těch nejlepších kulinářských výsledků. O tom, že chytré senzory a automatizované programy opravdu fungují, vás žádné katalogy a sáhodlouhé technické popisy nepřesvědčí. Vše je potřeba vidět, osahat a vyzkoušet. Jednoduchost použití a výsledky na talíři jsou hlavním argumentem, proč zvolit spotřebiče Bosch, Siemens a Gaggenau. Projekt praktických kurzů vaření se nyní plánuje a měl by být spuštěn ještě v tomto roce.



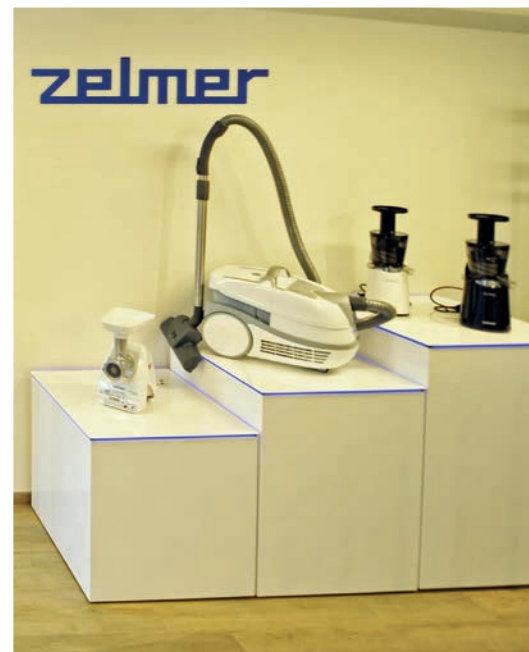
Školící část

Ve školící části naleznete ještě hlediště s kapacitou pro 50 lidí, aby mohli návštěvníci při praktických prezentacích pohodlně sledovat techniku všech značek v akci. A nejen oni – také partneři a prodejci spotřebičů jednotlivých značek, pro které zde budeme pořádat pravidelná školení, aby naše výrobky dokázali představit a ukázat včetně těch nejmenších detailů.



•• SPOTŘEBIČE ZELMER, SEZNAMTE SE ••

Známa značka malých domácích spotřebičů s více než 60letou historií má v Brand Experience Center také své místo. Vlajkové lodě její nabídky jsou vystaveny hned u vchodu na třech solitérních kvádrech, přičemž celkově čítá její portfolio několik desítek modelů od kvalitních vysavačů, odšťavňovačů, mixérů, žehliček až po mikrovlnné trouby nebo kávovary. Zelmer otevřel v polské Rogoznici v roce 2011 jeden z nejnovativnějších výrobních závodů na světě, v němž se nachází 13 výrobních linek specializovaných na kategorie vysavačů a kuchyňských spotřebičů. Od 22. března 2013 je majoritním akcionářem polské společnosti Hausgeräte GmbH.



Radka Petrášková

Head of Marketing CZ/SK

Pro koho je Brand Experience Center otevřeno a určeno?

Naše nové Brand Experience Center je určeno všem, kteří se momentálně rozhodují, jaký spotřebič a jakou značku si pořídí do své domácnosti. Každému se dostane kompletního poradenského servisu od našich vyškolených konzultantů, kteří rádi poradí při výběru toho správného modelu. Přestože máme nyní opravdu velký prezentační prostor, všechny naše modely se nám bohužel vystavit nepodařilo. Díky tabletům, které budou v BEC k dispozici, lze představit i další modely, porovnat je a ihned odeslat na emailovou adresu návštěvníka. Předností našeho BEC je jednoznačná diferenciací jednotlivých značek. Každá má svůj prezentační prostor, který je co do materiálů, barev, designu a celkové kompozice zcela v duchu značek Bosch, Siemens nebo Gaggenau. V neposlední řadě bych ráda zmínila ještě jednu část – kulinářské centrum, kde jsou v provozu a plně funkční spotřebiče všech tří značek. Toto centrum využíváme pro setkání s novináři, na praktická školení, prezentace a do budoucna zde plánujeme kurzy vaření pro veřejnost.

Miroslav Rosiar

Head of Consumer Products CZ/SK

Co pro vás znamená otevření Brand Experience Center?

Nové Brand Experience Center je samozřejmě přínosem ve více směrech. Ať už jako reprezentativní prostor pro důležitá setkání, nebo jako vhodné zázemí pro produktová školení.

Hlavní přínos vnímám, jak už napovídá samotný název centra, ve zprostředkování „zkušenosti“ s konkrétním výrobkem našich značek. V dnešní digitální době si člověk hodně parametrů a údajů najde sám a porovná výrobky na internetu, v BEC je ale tato možnost posunuta na vyšší úroveň. Něco jako je zkušební jízda při výběru auta.

Parametry jsou důležité, nicméně to hlavní, co nabízáme, nejsou watt, bary nebo stupně rychlosti. Jde o to v pohodlí domova jednoduše připravit kvalitní kávu, osvěžující nápoj nebo chutné jídlo, a to způsobem, který dotyčnému nejvíce vyhovuje. Zprostředkování zkušenosti s našimi výrobky je tou správnou cestou.



Symbolickým přestřihnutím pásky slavnostně otevřeli BEC zástupci managementu BSH (zleva doprava): Miroslav Rosiar, Radka Petrášková, Per Funch (CEO), Nathalie Saunier (CFO), Jiří Müller, Plamen Petrov

Jiří Müller

Head of Kitchen Retail CZ/SK

V čem vidíte největší potenciál nového Brand Experience Center? Především z pohledu prodejců kuchyní a truhlářů?

Největší výhodou je samozřejmě možnost prohlédnout si velké množství spotřebičů všech našich značek a vidět je také v akci, což rozhodně není v kuchyňských studiích běžné. Pro prodejce kuchyní a truhláře, kteří nemají vlastní showroom, bude BEC přínosný v tom, že k nám mohou zákazníka poslat, aby si spotřebiče prohlédli a dostal k nim opravdu odborný a podrobný výklad. Jelikož část centra tvoří funkční kuchyň, mohou se profesionálové z oboru těšit na zajímavá a pestrá školení. A ještě musím zmínit prezentaci značky Gaggenau, jejíž spotřebiče byly dosud vystaveny jen na několika místech v republice u vybraných obchodních partnerů. V Gaggenau vidíme velký potenciál a věříme, že jeho zařazení do BEC přinese ovoce.

Plamen Petrov

Head of Electro Retail CZ/SK

Jaké jsou nosné ideje, na kterých projekt Brand Experience Center vyrostl?

O Brand Experience Center záměrně nehovoříme jako o pouhém showroomu, protože nám nejde jen o to vystavit naše spotřebiče. Slovo „experience“ znamená „zkušenost“ nebo „zážitek“ – návštěvník může výrobky nejen vidět, ale také vyzkoušet, cítit, jak působí v designově sladěném interiéru, zkrátka vstoupit kompletně do světa naší techniky. Retail by měl nabízet nejen spotřebiče, měl by lidem dodat zážitky. Proto je součástí BEC kavárna s průhledem do servisního střediska, proto je v něm funkční kuchyň. Koncoví zákazníci se mohou podrobně seznámit se všemi našimi technologiemi, stejně jako naši obchodní partneři, kteří v takto kvalitním zázemí ocení naše školení. Mohou pak předat své zkušenosti a znalosti při prodeji ve vlastních obchodech dál.

Brand Experience Center

Radlická 350, Praha 5
E-mail: experiencecenter@bshg.com
www.brandexperiencecenter.cz

Otevírací doba od května 2016

PO–ST, PÁ 10.00–18.00 hod.
ČT 10.00–20.00 hod.
SO 10.00–14.00 hod.

Pomalé odšťavňovače PureJuice

32 Paweł Kujawski, Senior Regional Product Manager Amica:

Naše schopnost vyrábět vysoce kvalitní spotřebiče dávno vystoupila z kategorie sporáků

34 Spotřebiče Amica – díky nim bude Vaše kuchyň místem pro život

36 Ekonomické novinky

Midea koupila většinový podíl v divizi domácích spotřebičů Toshiba, LG zažilo nejlepší první čtvrtletí za dva roky

38 Nové vestavné řady Hoover

39 Je libo perfektně vychlazené víno?

Nová řada vestavných vinoték Candy

40 Online marketing

Co nabídne Facebook po konferenci f8?
Chatboty i rychlejší články pro všechny

41 Jura uvede na český trh dva nové office kávovary. Na německém trhu s nimi slaví velké úspěchy

42 Concept oslavil 25 let. Velkolepě a za účasti stovek hostů

44 Luboš Filip, obchodní ředitel Concept pro MDA:

Propojujeme stále intenzivněji naši nabídku malých a velkých spotřebičů. Značka se posouvá do vyšších segmentů

46 Gorenje

Unikátní designová kolekce od světového designéra Philippa Starcka

48 Skupina výrobků extra

Vestavné chladničky s mrazákem dole

52 Zrcadlo aneb chvilka k zamyšlení

Když v jednoduchosti už není krása





Zážitkové kurzy Coffee Club

Káva se stává vášní pro stále větší množství lidí, kteří už dávno vykročili ze světa instantních směsí a „turků“. Zájem o vše okolo upražených zrn měnících se různými způsoby v lahodný nápoj a životabudič proto stoupá. V Kávovém centru aktuálně probíhá rozšiřování školicích prostor s cílem zvýšit jak kvalitu nabízených kurzů, tak jejich kapacitu. Kávové centrum

opět potvrzuje svou silnou pozici místa, kde se setkávají laici i odborníci s cílem proniknout ještě hlouběji do světa kávy.

Kurzy Coffee Club nejsou určeny pouze nadšencům z řad běžných konzumentů a spotřebitelů, nýbrž také lidem z firemního prostředí. Často plní roli konzultačně-poradní pro ty, kdo chtějí vědět více o nových technologiích a jejich nasazení ve firmách a gastronomických provozech. Na jednom místě

mohou totiž získat kompletní informace o celém procesu od nákupu zelené kávy přes pražení až po její přípravu různými způsoby. V nabídce jsou kurzy „Putování světem kávy“, „Domácí příprava kávy“, „Barista – espresso“ a „Barista – latte art“.

Další novinkou týkající se značky Coffee Club je rozšíření partnerských kaváren, kde můžete tuto kávu ochutnat. Nově zaměřila do několika pražských kaváren.



Bosch představil nové chladničky Serie 4 a 6

Letošní rok proběhne u značky Bosch velká obměna modelů v chladicí technice. Aktuálně přicházejí novinky v řadách Serie 4 a 6, na podzim dorazí na trh nejvyspělejší a nejvybavenější modely Serie 8.

Mezi důležité vlastnosti chladniček prvních dvou jmenovaných řad patří inovovaný systém VitaFresh pro udržení čerstvosti potravin. Ve verzi VitaFre-

sh plus umožňuje volbu mezi 2 nastaveními vlhkosti – nízká je vhodná pro maso a ryby, vyšší pro ovoce a zeleninu. Současně je v zásuvkách udržována teplota blízko nule. U připravovaných modelů Serie 8 bude potom systém VitaFresh pro s přesnou a nezávislou regulací teploty na nastavení ve zbytku chladničky. Teplotu půjde nastavit v rozmezí mezi -1°C a $+3^{\circ}\text{C}$, přičemž vlhkost půjde regulovat ve 3 stupních. Novinky také používají beznamrazový systém NoFrost, technologii MultiAir-

Flow, zajišťující stálé proudění vzduchu a udržování stejné teploty na všech policích. Vyrovnání teploty po otevření dvířek a její optimalizaci má na starost zase systém FreshSense. Chladničky samozřejmě používají LED osvětlení, ale také inovovaný držák na lahve, variabilní skladovací prostor VarioZone nebo polici EasyAccess.

Konkrétně se při výběru zboží zaměřte na modely KGN39XI46 a KGN39AI45. Oba patří do energetické třídy A+++.

SAMSUNG



Jednoduše přidejte
prádlo. Kdykoliv
během praní.

Už žádné liché ponožky!

Nová funkce Samsung AddWash vám umožní kdykoliv během praní přidat do pračky cokoliv, co chcete.

Může to být zapomenuté prádlo, extra dávka aviváže nebo jemné prádlo, které chcete přidat jen na máchání.

AddWash

LG se raduje ze zisku 32 ocenění Red Dot

Společnost LG se začátkem dubna v tiskové zprávě pochlubila, že se jí letos podařilo získat 32 designových ocenění Red Dot – z toho dvě dokonce „Best of the Best“ a zbývajících 30 standardní Red Dot Award. Do letošního ročníku bylo přihlášeno více než 5200 výrobků a pouze 70 z nich obdrželo ocenění „Best of the Best“, tedy „Nejlepší z nejlepších“. Vedle 4K OLED televizoru nové řady SIGNATURE, jíž se především v oblasti domácích spotřebičů věnujeme na stranách 28 a 29, získala toto prestižní ocenění i kombinovaná chladnička GA-B489. Porotce na ní zaujal mimo jiné systém otevírání dveří Easy Open Handle, u něhož je držadlo umístěno ve spodní části dveří. Nejsou tak narušeny elegantní linie spotřebiče a současně je zajištěno pohodlné otevírání. Přítomné podsvícení pak pomůže s otevřením dveří v šeru nebo ve tmě. Dalších 30 cen bylo uděleno produktům napříč celým portfoliem LG včetně dalších spotřebičů řady SIGNATURE.



reddot award 2016
best of the best



Gaggenau slaví 333 let. BSH se chce na značku na českém trhu intenzivněji zaměřit

Historie německé značky se začala psát už v roce 1683, kdy Ludwig Wilhelm von Baden zřídil ve Schwarzwaldu první kovodělnou výrobu. Během dlouhých desetiletí se z dílny stala firma vyrábějící zemědělské stroje nebo spotřební elektroniku. Zlomový byl pro ni rok 1956, kdy vznikla pod značkou Gaggenau první moderní kuchyně s vestavnými spotřebiči. Od té chvíle se začala zapisovat do povědomí lidí jako specialista na inovativní

varnou techniku. Dodnes je Gaggenau symbolem nejvyšší kvality a nadčasovosti – její spotřebiče se vyznačují mimořádnou funkčností, nejvyšší kvalitou dílenského zpracování a prémiovými materiály. Během desítek let, kdy se Gaggenau zaměřila na domácí spotřebiče, přinesla na trh množství zásadních inovací a výrobků. Například jako vůbec první představila vestavnou troubu, sklokeramickou varnou desku nebo kombinovanou parní troubu. Aktuálně se Gaggenau zaměřuje na přípravu pokrmů metodou sous-vide – dodává na trh jak parní trouby s plně automatickým čištěním, tak vakuovací zásuvky.



Nová čistička vzduchu Dyson zachytí i ty nejmenší nečistoty

Britská firma Dyson způsobila revoluci ve vysávání, a to takovou, že cyklonová separace nečistot se stala u bezsáčkových vysavačů dnes už standardem. Dyson také už delší dobu úspěšně vyrábí ventilátory a ohřívače využívající Bernoulliho principu, a tak příchod čističky vzduchu Dyson Pure Cool už byl celkem logickým posunem. Zařízení dokáže z filtrovaného vzduchu odstranit 99,95% potenciálně škodlivých částic o velikosti až 0,1 mikronu pomocí 360° HEPA filtru ze skelných vláken. Než bylo zařízení uvedeno do prodeje, předcházelo finálnímu výrobku 450 prototypů. Jenom za poslední čtyři roky zaměstnal Dyson více než 1000 nových inženýrů a nadále rozšiřuje své vývojové a výzkumné centrum, aby si udržel technologický náskok před konkurencí.



Electrolux má nejtišší vysavač na světě. S hladinou hluku pouhých 58 dB za běhu jen ševelí

Mnoho spotřebitelů si myslí, že tiché vysavače neposkytují dostatečný sací výkon. Podobně nedůvěřivě hleděli i na změny v razantním snižování příkonu vysavačů v roce 2014, když vešla v platnost nová regulace Evropské unie. Inovace a zásadní vylepšení konstrukce vysavačů však dokázaly snížení příkonu plně kompenzovat. Aktuální novinka v podobě řady UltraSilencer ZEN se chlubí pozicí nejtiššího vysavače současnosti, který ovšem současně nabízí vysokou účinnost úklidu.

Vylepšení v podobě účinného těsnění motoru, jeho usazení, nového kotvení filtru, inovativní hadice či zdokonalené hubice jsou odpovědí na požadavek spotřebitelů po tišším chodu vysavače. S hlučností pouhých 58 dB(A) je tak Electrolux UltraSilencer ZEN nejtišším vysavačem na světě. Tohoto jedinečného výsledku se podařilo dosáhnout díky řadě technických vylepšení, která si kladla za cíl jediné: snížit hlučnost. Jak odhalil průzkum společnosti Electrolux, který se zaměřil na téma vysávání, celých 36 % zákazníků považuje hlučnost svého vysavače za docela nebo velmi obtěžující. A co víc, 90 % spotřebi-

telů vyjádřilo přání, aby byl jejich příští vysavač tišší než ten současný. Jejich postoj je logický. V dnešní době se omezená plocha, kde lidé žijí, stává multifunkční oblastí, v níž je ticho vysoce ceněnou hodnotou.

Technická vylepšení, která neslyšíte

Systém Silent ZEN zaručuje díky několika vrstvám těsnění vysavače výrazně tišší vysávání. Klidnému provozu přispívá hadice Silent AeroPro, která má nyní hladší vnitřní profil s překrývajícími se klapkami.

Velkou roli při vytvoření skutečně tichého vysavače hraje také jeho hubice Silent ZEN, nově s drážkami, díky nimž lépe přilne ke koberci a sníží hluk. Aerodynamické zpracování cesty proudění vzduchu a její hladký vnitřní povrch omezily nepříjemné zvuky. Na tvrdých podlahách tichu napomáhají vyšší kartáčky.

Hadice se napojuje na 36mm otvor vysavače, kde spolu vytváří dokonale uzavřený systém bránící unikání hluku. Sáček na prach doplňuje ochranný protihlukový štít nazvaný Sound Shield – tichosti motoru napomohlo jeho inovované zavěšení, usazení a držák filtru motoru získal upravené uchycení.

Tichý, hbitý, osvěžující

Kromě vylepšení směřujících k dosažení extrémně tichého provozu má Electrolux UltraSilencer ZEN všechny kvality očekávané od prémiového vysavače. Díky Motion Control Systemu se snadno a hladce ovládá – zajištěn je stabilní pohyb, plynulé

otáčení a dynamický, tedy kontrolovaný a bezproblémový přechod mezi místnostmi. S Multi-room Systemem (akční rádius 12 m) se vysavač dostane z místnosti do místnosti, aniž by bylo potřeba ho vytahovat ze zásuvky. Dokonale uzavřený filtrační systém zaručí precizně čistý vzduch. A nepostrádá ani praktické nesené příslušenství AeroPro 3 v 1 (kartáček, štěrbinovka, hubice na čalounění).

Do řady Electrolux UltraSilencer ZEN patří modely ZUSDELUX58, ZUSALLER58, ZUSANIMA58, ZUSALLFL58, ZUSGREEN58 s hlučností 58 dB(A). Modely řady UltraSilencer pod označením ZUSORIGWR+ a ZUSORIGDB+ mají také nízkou hlučnost, a to 61 dB(A). Všechny pak spadají do tříd ACAA a mají maximální příkon 700 W.





Milán po dvou letech opět přivítal výrobce kuchyní a spotřebičů. Zásadní novinky nikdo nepřivezl

Největší evropský veletrh kuchyňského nábytku a vybavení se koná každé dva roky v severoitalském Miláně. Už tradičně na něj zástupce magazínu SELL pozvala společnost Whirlpool, stejně jako své vybrané obchodní partnery. Z místa nevezeme informace o žádných převratných technologiích a inovacích. Přesto bylo co si prohlédnout. Jednotlivé expozice v rámci zóny domácích spotřebičů nazývané Technology For the Kitchen a výběr značek v ní prozradily, co bude v kuchyňské technice letos a příští rok ústředními tématy.

Asko

Český zákazník si pod názvem Asko představí spíše firmu vyrábějící nábytek, ale prémiová skandinávská značka je na mnoha světových trzích dobře známá. Gorenje ji koupilo v roce 2010

od skupiny Antonio Merloni, která se dostala do finančních potíží (patřila jí např. i značka Ardo). Gorenje prezentovalo spotřebiče Asko, nyní již vyráběné ve Slovinsku, na EuroCu-

cině vkusným způsobem. Nás nejvíce zaujala flexi indukční deska s matným povrchem a příslušenstvím, které z ní udělá gril. V Česku Gorenje spotřebiče Asko nedistribuuje.



Candy a Hoover



U italské společnosti jsme se zastavili zejména u prezentace trub, kde bylo nemožné přehlédnout troubu s displejem místo obyčejného skla. Nastavení programů je díky němu ještě přehlednější a pohodlnější.



Z výrobků, které nejsou hudební vzdálenější budoucností, se nám líbila například trouba Candy FCDE828VX s rozdělovačem vnitřního prostoru a dvěma ventilátory. Lze v ní péct dva pokrmy při různém nastavení teploty a způsobu pečení. Na místě byly k vidění také trouby s barevnými dotykovými displeji a bezdrátovým připojením do domácí sítě. U značky Hoover se nám velmi líbila 70 cm široká chladnička typu „french door“. Na mnoha západních trzích se už běžně prodává.

Bosch, Siemens a Gaggenau

Německý výrobce BSH přivezl do Milána všechny tři hlavní značky svého portfolia. Hodně nabito bylo v části Gaggenau, kam přitahoval návštěvníky zvuk kladiva dopadajícího na kovadlinu. Šikovný kovář zde reprezentoval kořeny značky, která letos slaví 333 let od svého vzniku.



Značka Bosch prezentovala na místě plynové varné desky se zbrusu novou technologií FlameSelect – ta umožňuje výrazně přesnější regulaci výkonu než dosavadní konvenční řešení. V podstatě je nastavení stejně přesné jako u indukčních desek, přitom je ale díky plynu možné dodávky tepla ihned přerušit. Systém je také přesně kalibrován, aby zvolený stupeň výkonu vždy poskytoval stejné množství plynu, a tedy i intenzitu tepla.



U Gaggenau nás upoutal set trouby a parní trouby – druhá jmenovaná obsahuje speciální systém vodního čištění.

Tricet let od svého uvedení na trh slaví trouba EB 300, která se stala natolik úspěšnou a žádanou, že ji Gaggenau v průběhu let pouze technologicky vylepšovala, ale v základu ponechala produkt věrný originálu. Nejnovější generace 90cm trouby nemohla na veletrhu v žádném případě chybět.



Electrolux



Nejvíce návštěvníků bylo soustředěno u superprémiových spotřebičů Grand Cuisine, na kterých zde vařili miche-
linští kuchaři.



V expozici běžných spotřebičů Electrolux získaly poměrně nepřekvapivě velký prostor multifunkční parní trouby, které jsou jednou z produktových priorit značky už nějaký ten rok.



Chladicí technika je naopak pro Electrolux spíše okrajovější záležitostí. Přesto měla firma co ukázat. Nové kombinované chladničky používají chytré řešený systém přihrádek ve dveřích – dají se různě skládat a posouvat jako skládačka.

Elica

Tradiční výrobce odsavačů par vystavil na veletrhu množství svých designových kousků, avšak největší počet zvědavců se nakonec shlukoval kolem této varné desky. Elica do jejího středu integrovala výkonný odsavač, který nasaje výpary z hrnců ve svém okolí. Zajímavé řešení pro kuchyně, kde z nějakého důvodu nelze instalovat standardní digestoř nebo je požadavkem maximální minimalismus.

Grundig

Na veletrhu jsme tentokrát marně hledali tureckou značku Beko. V jižní Evropě evidentně přehodnotil její majitel Arçelik své priority, a tak vystavoval v Miláně pouze prémiovější spotřebiče značky Grundig. Na místě na nich vařil uruguayský šéfkuchař Matias Perdomo, oceněný michelinskou hvězdou. Zda a kdy budou velké spotřebiče Grundig dostupné na českém trhu, není stále známo.

Nardi

Italský výrobce zejména varné techniky se chce od konkurence odlišit výrazným, až extravagantním designem. To se mu zajisté daří a své zákazníky si jeho produkty určitě najdou.

Smeg

Na českém trhu je tato tradiční italská značka dražších designových spotřebičů zastoupena pouze distributorem a vidět moc není. V Miláně má ovšem vždy prezentaci pojatou velkolepě. Mimořádnou kvalitu dílenského zpracování jsme obdivovali jak u trub, tak například plynových varných desek.

Hotpoint, Indesit, KitchenAid a Whirlpool

Vzhledem k tomu, že náš magazín pozvala na veletrh společnost Whirlpool, získali jsme od ní nejpodrobnější informace o chystaných novinkách. Dokonce jsme se zúčastnili prezentace v uzavřené zóně, kde byly k vidění koncepty nových spotřebičů značky Whirlpool, jejichž finální verze by se měly na trhu objevit v roce 2017. Těšit se můžete jak na nová vestavná řešení, tak volně stojící modely. Všechny spojuje nové sjednocené ovládací rozhraní pomocí barevného dotykového displeje. Další inovace nemůžeme bohužel zatím prozradit.



Prémiová značka KitchenAid by měla nejpozději v roce 2017 vstoupit na český trh v kategorii velkých spotřebičů. Dočká se tak mimo jiné komplexní marketingové podpory, kterou aktuálně postrádá. V její zóně nám zástupci Whirlpool ukázali nové varné desky i modulární, do pracovního pultu zapuštěné indukční desky – do otvoru se vkládá příslušenství pro smažení, vaření v páře apod. Celý kovový pult dodává KitchenAid zákazníkům na míru a dle jejich požadavků.



KitchenAid kromě toho ukázal model monoklimatické chladničky vycházející z tradičního designu svého ikonického robotu. Novinka bude dostupná ještě v černé a mléčné barvě. V přípravě je i model s integrovanou mrazničkou.

Velkým tématem u KitchenAid byla kategorie chlazení – zde například „evropská side by side“ v podobě dvou separátních spotřebičů stojících vedle sebe. Mimořádný je v jejich případě interiér, jeho modifikovatelnost i kvalita provedení. Chladnička i mrazák patří mezi technologickou špičku s regulací vlhkosti a bezmrazovým systémem.



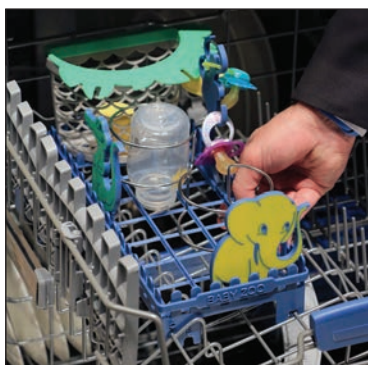
U značky Hotpoint bylo během prezentace nejvíce času věnováno novým vestavným spotřebičům, které ale prezentuje firma v tomto vydání na stranách 16 a 17, takže se zde o nich nebudeme zbytečně rozepisovat. Raději se proto podívejte na tuto novou kombinovanou chladničku s invertorovým motorem, technologií Active Oxygen ve verzi 2.0 (prodlužuje čerstvost potravin) a designem, jemuž dominuje vertikální madlo s ovládacími prvky.



Hotpoint, Indesit, KitchenAid a Whirlpool



Značka Whirlpool uvede na trh nové flexibilní indukční varné desky se 6. smyslem a asistovaným vařením – to znamená, že deska pomocí senzorů dokáže kontrolovat stav pokrmu a zabránit jeho připálení. Na levnější varianty s ovládáním pomocí slideru se můžete už začít těšit. Premiová free indukce s dotykovým ovládáním a inverzním displejem, na kterém uživatel vybírá i druh potraviny, její množství, a deska na základě toho volí výkon, přijde časem také. Kdy přesně, ale nevíme.



U značky Indesit jsme si zase všimli myček, které budou nově disponovat programem pro hygienické mytí dětského nádobí. Jejich součástí bude i speciální příslušenství se zajímavým designem.



Pro Whirlpool budou letos po dvou letech velkým tématem opět myčky nádobí. Přichystány jsou novinky s vylepšenou funkcí PowerClean ve verzi „Pro“, zajišťující intenzivní mytí silně špinavého nádobí v zadní části spodního koše. Když už zmiňujeme koš, doznal určitých změn – například přibýly držáky nádobí pro lepší mytí pomocí trysek PowerClean Pro nebo byla vylepšena příborová zásuvka, kterou lze zmenšit na dvě třetiny velikosti, a získat tak místo v horním koši pro mytí vysokých sklenic. Rychlé sušení PowerDry budou používat myčky nadále.



Kompletní sestava obchodníků a zaměstnanců společnosti Whirlpool, která na veletrh EuroCucina přijela.

Kuchyňský design postihla na EuroCucině sterilita. Převládá chladný kov, kámen, čisté linie a jednoduchost připomínající nemocniční prostředí

Nebudeme přehánět, když řekneme, že určitý šok tentokrát přinesla část výstavy věnovaná kuchyňskému designu. Zcela dominantní vlnou byl strohý, opravdu až sterilní design, jemuž dominovaly jednoduché linie, kámen (ať už přírodní, nebo umělý), kov a případně sklo. Z kuchyní zmizelo

hřejivé dřevo a barvy – náhradou je chlad, ať už vyzařující z materiálů, nebo použitých barev. Dokonce i dřezy byly často tvořeny ze stejného materiálu jako pracovní desky a obě části dokonale splývaly dohromady. Zajímavá nám připadala modulární koncepce kuchyní, kdy se dají jednotlivé bloky skládat jako „Lego“. Jinak jsme ale byli z trendů v Miláně přinejmenším rozčarování. Že by v dohledné době tento design kuchyní dorazil k nám, se každopádně vzhledem k velikosti českého trhu a konzervativnosti zdejších zákazníků bát nemusíme.





Luxusní francouzské spotřebiče

La Galerie De Dietrich Praha

Českomoravská 18/142
190 00 Praha 9 - Vysočany
(500 m od O₂ areny)

La Galerie De Dietrich Ostrava

Hasičská 551/52
700 30 Ostrava Hrabůvka
(Dexon Office Park)



Neprodejní galerie a školící centra pro partnery, kuchyňská studia, developery a koncové zákazníky.
Praktické ukázky vaření a kulinářského umění s použitím špičkových spotřebičů De Dietrich.
Pro objednání prezentace nás kontaktujte emailem nebo telefonicky: marketing@elmax.cz, 599 529 257.



PRÉMIOVÁ ZNAČKA HOTPOINT: Zbrusu nové vestavné spotřebiče přijdou v červnu na český a slovenský trh. Seznamte se

Rok 2016 bude pro prémiovou značku Hotpoint jedním z velkých milníků, protože se chystá k uvedení kompletní nová řada vestavných spotřebičů s inovativními funkcemi, výjimečným výkonem a zcela novým noblesním designem. Spotřebiče rozzáří každou moderní kuchyň a ulehčí svým majitelům přípravu jídel, ať už těch nejobyčejnějších, nebo složitých gastronomických fines. Novinky zamíří exkluzivně do kuchyňských studií.

Značka HOTPOINT

Hotpoint staví svůj úspěch na velmi jednoduchých principech – vysoké kvalitě dílenského zpracování, čistých liniích, intuitivním ovládáním a flexibilitě použití. Třešničkou na dortu jsou v jejím případě unikátní funkce a vysoký výkon. To vše v sobě kombinují i nové vestavné horkovzdušné a mikrovlnné trouby, kombinovaná parní trouba, indukční a plynové varné desky, odsavače, kávovar a pro mnohé gurmány nepostradatelná ohřevná zásuvka.

Novinky ve vestavných spotřebičích budou rozděleny do několika řad s odlišnými prvky vzhledu

a vybavením, všechny však spojuje dokonalý designový soulad a důraz na detail. Důležité je říci, že i u základní řady spotřebičů došlo oproti starší generaci k mnoha vylepšením včetně navýšení kapacity až na 71 l, posunu do energetické třídy A+, implementaci nového systému distribuce tepla Multiflow, přidání sklopného grilu a některého ze systémů čištění (Diamond Clean, katalytické desky nebo dokonce Pyro Clean, tedy pyrolýza). Modely všech řad mají speciální vnitřní povrchovou úpravu, která usnadňuje jejich běžnou údržbu. Sety bude možno vybírat ve škále barevných provedeních, a to černé, bílé, coffee a desert sand.

Hotpoint



Trouby a mikrovlnné trouby v dokonalém souladu

Nové trouby nejvyšší řady, kupříkladu vlnková loď nabídky s označením FI9 891 SP IX HA, mají velký vnitřní objem 73l a vysoce nadstandardní výbavu. Inverzní dotykový displej zajišťuje komfortní ovládání a u trouby nenaleznete žádné fyzické tlačítko nebo otočný volič narušující čistotu designu. V menu se nachází 28 plně automatických programů (receptů) a možnost uložit až 10 nejoblíbenějších nastavení pro jejich rychlé a jednoduché spuštění při dalším pečení.

Systém Multiflow pro distribuci tepla nahrazuje stávající Dual Flow řešení – výhodou inovace je zcela rovnoměrná distribuce tepla díky speciálnímu zadnímu panelu, který vytváří několik proudů teplého vzduchu.

Velmi důležitou a užitečnou se stane pro mnohé uživatele teplotní sonda napojená do systému trouby. Například při přípravě masa ho díky tomu nelze příliš propéct, protože trouba sama podle teploty uvnitř pokrmu a předem zvoleného nastavení pozná, kdy je maso upečeno dle požadavků uživatele. Mezi další praktickou výbavu patří sklopný gril, otočný rožňák, tiché dovírání dvířek a teleskopické výsuvy.

Velmi důležité je u vestavných trub jejich čištění. Nejvyšší modely používají systém Pyro Clean (pyrolýza), některé potom katalytické desky. Zajímavá je nepochybně zcela nová technologie Diamond Clean – jedná se o speciální čistící program, který bez jakýchkoliv detergentů zajistí běžné čištění při pouhých 90 °C (doba běhu 30 minut).

Trouby ve střední kategorii nabízí dotykové ovládání, 9 asistovaných programů, pyrolýzu (u některých modelů katalytické desky), sklopný gril, otočný rožňák a tiché dovírání dvířek.

Mikrovlnné trouby

V pořádné kuchyni nemůže chybět jako praktický doplněk k běžné pečicí troubě trouba mikrovlnná. Multifunkční mikrovlnné modely pak v menší domácnosti zase mohou pečicí troubu nahradit. Potenciál pro to rozhodně mají kompaktní 45 cm vysoké modely se 40l kapacitou a 36cm otočným talířem. Menší variantou budou trouby vysoké pouze 38cm při kapacitě 31l

a průměru talíře 32 cm. Prostorově nejméně náročné budou mikrovlnky s výškou 38 cm a hloubkou pouhých 30 cm – jejich kapacita dosahuje 22l a velikosti talíře 25 cm.

Z technologického vybavení je důležitý Multiwave System pro 3D distribuci mikrovln, které vyzařují hned ze dvou míst, odrážejí se o stěny tak, že působí na jídlo zcela rovnoměrně. Konstruktivní inovace má významný vliv i na rozmrazování Rapid Defrost, které si poradí s 500g masa za neuvěřitelných 7 minut (standardní mikrovlnka za 14 minut). Samozřejmě při zachování veškeré kvality masa.

Součástí příslušenství je i talíř Crisp pro přípravu té nejkřupavější pizzy a dalších jídel. Mikrovlny kovový talíř rozpálí, takže na pokrm působí teplo nejen svrchu z přítomného grilu, nýbrž také zespodu.

Nejvyšší model Hotpoint MP 996 IX HA s vnitřní kapacitou 40l dostane do vlnky ještě kromě výše popsaného horkovzdušného pečení a funkce vaření v páře.

Varné desky

V případě varných desek hrají prim v nabídce ty indukční, kdy ty nejvyšší modely budou mít vysoce flexibilní HD Flexy Zone, speciální funkce Chef Mode a maximálně jednoduché ovládání pomocí Slideru. Vhod přijde určitě i 4kW booster. Za zmínku rozhodně stojí model KIF 952 BXLD B, který nabídne nadstandardní šíři 90cm.

Plynové desky Hotpoint zase používají systém Direct Flame se 420 miniaturními otvory v hořáku, což je konstrukce přinášející nejen jednodušší čištění, ale také 20% úsporu plynu a 20% úsporu času při vaření. I nová řada plynových desek zachovává charakteristické speciální rozložení hořáků ve tvaru diamantu, které je nejen esteticky velmi zajímavé, ale také nabízí větší prostor např. pro pánev wok.

Další spotřebiče

Jak už bylo řečeno v úvodu, součástí nové řady je také plně automatický vestavný kávovar (CM 9945 HA), ohřevná zásuvka (WD 914 NB) a postupně také portfolio vertikálních odsavačů. O něco později v průběhu roku 2016 bude řada rozšířena o nástěnné odsavače par.



Stabilní trh vestavných myček nádobí

Prodeje myček nádobí rostou, ačkoliv žádnou velkou dynamiku už poměrně nasycený trh vykazovat nemůže. Výrobci a prodejci mohou být s vývojem každopádně spokojeni, a to jak ve volně stojícím, tak vestavném segmentu. V kategorii myček vestavných už zamířily na trh některé letošní novinky. U mnoha značek očekáváme jejich příchod až v následujících měsících, tudíž je aktuální přehled směsí modelů nových a těch již delší dobu prodáváných.

Není to tak dávno, kdy bylo pro výrobce u myček jedním z hlavních témat snižování spotřeby vody. Rekordy pod hranicí 5l byly ovšem spíš marketingovým nástrojem, protože v automatických programech, jimiž většina nových myček



oplývala a nadále oplývá, byla spotřeba stejně variabilní. Programy s 5l a podobně nízkou spotřebou navíc nebyly často schopné dosáhnout perfektních výsledků mytí a pozvolna se od nich upustilo. Reflektuje to vlastně i tento produktový přehled, kde má většina myček spotřebu okolo 10l. Je to sice dvojnásobek, ale člověk si musí uvědomit, že cena 1l vody je tak nízká, že při používání myčky se rozdíl mezi 5 a 10l promítne do zákaznickovy peněženky v řádu pár desítek korun. Honba za rekordy zde tedy postrádá praktický smysl. A ekologický rozměr? Myčka s 10l spotřebou je ve srovnání s mytím ve dřezu, nebo dokonce pod tekoucí vodou stále králem úspor. Pokud chce někdo řešit ekologii, spíš by se měl zaměřit na používané čisticí prostředky.

Zlepšení vybavy

Místo spotřeby vody se začaly výroby zaměřovat na zdokonalování myček v jiných oblastech. Velkou inovací z hlediska spotřeby energie, spolehlivosti a hlučnosti bylo nasazení invertorových motorů. Další oblastí je potom zlepšení interiéru včetně nahrazení košíku na příbory samostatnou příborovou zásuvkou, díky které stoupla kapacita myček na až 16 sad. Důležité určitě je, aby měla myčka s příborovou zásuvkou třetí ostříkované rameno, které zaručí, že budou příbory nebo jiné malé nádobí, jako šálky, dokonale umyté.

Za zajímavou inovaci považujeme i zlepšování ostříku, především ve spodním koši, pod který přidávají někteří výrobci další speciální trysky pro intenzivní mytí hrnců nebo přinejmenším vylepšují základní otočné rameno, aby zvýšili jeho dosah.

Vedle mytí se stalo důležitým ještě sušení, protože s tím mají myčky obecně problémy, obzvláště s plastovým nádobím, které je jejich Achillovou patou. Nejúčinnější je samozřejmě sušení aktivní pomocí horkého vzduchu, což znamená zase o něco vyšší spotřebu energie. U nejdražších modelů Bosch a Siemens najdeme technologii Zeolith, využívající stejnojmenný minerál a jeho specifické fyzikální vlastnosti, aby se energetická náročnost aktivního sušení snížila.

Situace na trhu

Celkově v kategorii myček, tedy vestavných i volně stojících, zůstává lídrem trhu značka Bosch. Spolu s další stájovou značkou Siemens mají v hodnotě zhruba třetinu trhu. AEG, Electrolux a Zanussi jsou další silnou sestavou. Po akvizici společnosti Indesit si polepšila i společnost Whirlpool. A silným hráčem se stala v posledních letech značka Beko.

AEG F99705VI1P

Plně integrovaná myčka s kapacitou na 15 jídelních souprav nabízí 9 programů a 6 mycích teplot. Nepostrádá samozřejmě senzorický program AutoSense 45°-70°, který volí teplotu vody a délku mytí podle stupně zašpinění nádobí. Používá efektivní a spolehlivý invertorový motor, díky kterému ročně spotřebuje pouze 241 kWh energie a nese označení energetické třídy A+++. Z výbavy jmenujme třetí příborovou zásuvku, držáky SoftGrip zabráňující poškození křehkého skla a přídatné ostřikovací rameno zajišťující 5 úrovní ostřiku. Na jeden standardní mycí cyklus spotřebuje 11 l vody. Vydává hluk na úrovni 37 dB(A).



Amica ZIM 629 E

Nadstandardně vybavená myčka značky Amica je plně integrovaným modelem s energetickou třídou A+++ a spotřebou 101 vody na jeden standardní mycí cyklus. Do jejího vnitřního prostoru lze vložit až 14 sad nádobí – mytí mají na starost 3 nezávislá ostřikovací ramena včetně horního fixního. Na ovládacím panelu lze vybírat z 8 programů, mezi nimiž najdete i jeden plně automatický, který používá informace z Aqua senzoru, čidla detekujícího znečištění vody. Vnitřní prostor je rozdělen mezi 3 koše. K sušení nádobí používá myčka aktivní systém Hot Air, který se vyznačuje větší efektivitou. Hlučnost myčky činí 45 dB(A). Za rok spotřebuje 237 kWh energie.



Beko DSN 29330 X

Vlajková loď ve flotile značky Beko byla uvedena na trh loni v září a přichází s množstvím inovativních technologií. Například u ní naleznete systém GlassShield omezující korozi skla nebo program Quick&Clean, který umyje a usuší plnou náplň za 58 minut. Mezi další zajímavé programy patří Auto 40–65 nebo BabyProtect. Myčka také používá invertorový motor Pro-Smart s 10letou zárukou. Vnitřní prostor je rozdělen mezi 2 koše a samostatnou příborovou zásuvku s vlastním mycím ramenem. Myčka ročně spotřebuje 234 kWh energie a patří do energetické třídy A+++. Na jeden standardní mycí cyklus použije 101 vody. Při mytí vydává hluk na úrovni 44 dB(A).



Bosch SMV88TX04E

Plně integrovaná novinka z nejvyšší produktové řady Serie 8 zamířila na trh letos v březnu. Na jejím energetickém štítku naleznete energetickou třídu A+++ a roční spotřebu 237 kWh. V referenčním programu Eco 50 spotřebuje na jeden cyklus 9,5 l vody, přičemž při automatických senzorických programech je spotřeba vody variabilní podle stupně zašpinění nádobí a velikosti náplně. Jejimi hlavními přednostmi jsou modifikovatelné koše VarioFlex Pro, samostatná příborová zásuvka VarioPro, účinný systém sušení Zeolith a funkce HygienePlus pro antibakteriální mytí při 70 °C. Do myčky lze vložit 14 jídelních souprav a mýt je pomocí 8 programů, mezi nimiž nechybí 3 automatické s různými mycími teplotami. Za chodu vydává myčka hluk 41 dB(A), při nočním programu pouze 39 dB(A).



Lexikon

Udávaná spotřeba

Spotřeba u myček se udává primárně v ročním formátu, kdy výrobce na energetickém štítku indikuje odhadovanou roční spotřebu vody v litrech a spotřebu energie v kilowatthodinách. Výpočet vychází z předpokládaných 280 mycích cyklů za rok, přičemž vždy jde o použití referenčního programu Eco 50, jímž musejí být vybaveny všechny myčky v Evropské unii. Díky tomuto programu je možné jednotlivé modely

porovnávat. Je si ale nutné uvědomit, že tento program není většinou nejvhodnější volbou, protože myčky obsahují také automatické programy s variabilní spotřebou v závislosti na množství nádobí a jeho zašpinění. Porovnávat myčky by tak zákazníci neměli pouze dle tabulkové spotřeby vody a energie, protože v praxi budou s největší pravděpodobností používat jiný program než Eco 50.



Brandt VH1542J

Plně vestavná myčka francouzské značky je letošní novinkou, konkrétně se dostala na trh v únoru. Uživatelé nabízí kapacitu na 13 sad nádobí

a vsází na tradiční rozdělení vnitřního prostoru mezi 2 koše. Příbory se vkládají do košíku umístěného ve spodním koši. S roční spotřebou 262 kWh ji řadíme do energetické třídy A++. Nádobí myje pomocí 6 programů – například Auto, Intenzivní (70 °C) nebo OptiA 60min (60 °C). Při standardizovaném programu činí spotřeba vody 10l. Aby měl uživatel lepší přehled o činnosti myčky, je průběh programu indikován světelným bodem na podlahu. Během mytí vydává hluk dosahující maximálně 42 dB(A).



Candy CDIM 6716

Loni do prodeje uvedená myčka nabízí rekordní kapacitu na 16 sad nádobí, kterou se může pochlubit kromě Candy už jen značka Hoover, spadající pod stejného výrobce.

Vnitřní prostor si rozdělují 3 koše a mytí zajišťují 2 ošťikovací ramena používající impulsní systém. Ve spodním koši lze mýt talíře o průměru až 34,5 cm. Myčka v třídě A+++ s roční spotřebou 244 kWh také používá turbo sušení. Na jeden standardní mycí cyklus spotřebuje 10l vody. Její programová nabídka obsahuje 4 základní mycí programy, které se dají dále modifikovat. Využít tak lze například rychlý 59minutový program nebo intenzivní hygienické mytí při 75 °C. Chybět nemůže ani program automatický. Hlučnost myčky dosahuje 43 dB(A).



Concept MNV-4560

Plně integrovaná myčka české značky Concept pojme 14 sad nádobí, které se vkládá do 2 klasických košů a samostatné příborové zásuvky. Nad ní je umístěno ještě třetí ošťikovací rameno. Na jeden stan-

dardní mycí cyklus připadá spotřeba 10l vody. Concept v její prezentaci upozorňuje na Double Safety System proti úniku vody – hadice má jednak dvojité stěny, úniku vody ještě zabraňuje čidlo Aquastop. A dalším bezpečnostním prvkem je plovákový senzor ve spodním krytu myčky. Pro mytí je na výběr 8 programů včetně jednoho automatického. Ročně spotřebuje tato myčka v energetické třídě A++ 266 kWh energie. Při mytí vydává hluk na úrovni 45 dB(A).



De Dietrich DVH 1180 GJ

Vysoce prémiová francouzská značka má v nabídce několik vestavných myček. Do přehledu jsme vybrali model s kapacitou na 13 sad nádobí využívající systém IAS (Intelligent Aqua Saving), díky kterému spotřebuje

myčka na jeden cyklus pouze 5,5l vody. S roční energetickou spotřebou 262 kWh patří do třídy A++. Na podsvíceném dotykovém panelu lze vybírat ze 6 mycích programů – nechýbí automatický nazvaný ICS+ nebo intenzivní či hodinový. Myčka používá aktivní systém sušení Air Drying. Její hlučnost je 42 dB(A).

Senzor čistoty vody a „auto“ programy

Naprostá většina současných myček má ve své technické výbavě senzor čistoty vody, podle jehož údajů je schopna určit, do jaké míry je nádobí zašpiněno. Informace potom slouží k optimalizaci mycího cyklu – myčka zvolí vhodnou teplotu, množství vody potřebné k umytí dané náplně i množství času. To se ovšem netýká všech programů myčky, ale pouze těch, které jsou označeny jako automatické. Běžné programy mají pevně stanovený průběh včetně spotřeby vody, teploty a své délky.

Zónové mytí

Nutnost mýt křehké nádobí, jako sklo či porcelán, a hrnce a pánve zvlášť už je u mnohých myček minulostí. Pokud mají funkci zónového mytí, lze u nich aktivovat intenzivnější ošťik s vyšším tlakem vody v dolním koši a jemnější mytí v koši horním. Díky tomu může uživatel myčku naplnit oběma druhy nádobí a umýt vše v rámci jednoho cyklu.

Prodejní argumentář

Proč doporučit zákazníkovi vestavné chladničky a myčky Beko?

Chladnička, ale i myčka může být krásným designovým doplňkem kuchyně, nicméně mnoho spotřebitelů touží po maximálně minimalistické kuchyni, a tak vybírají raději vestavné varianty. Značka Beko má v těchto kategoriích rozhodně co nabídnout včetně užitečných inovací a chytrých technologií.



Školitel **Petr Donát** rád zodpoví dotazy obchodních partnerů společnosti Beko. Zasílejte je na e-mail petr.donat@bekosa.cz



Chladničky

Argument 1

Zapomeňte na No Frost, vsaďte na vyspělejší NeoFrost

Jednou z nejdůležitějších novinek v kategorii chlazení Beko je technologie NeoFrost se zcela oddělenými chladicími okruhy. To ve výsledku znamená, že je celý spotřebič bezmrazový, ale současně používá dva nezávislé výparníky a ventilátory. Pro chlazení potravin v chladicí části se nepoužívá suchý vzduch z mrazáku, takže nejsou čerstvé potraviny vysušovány. Naopak je v chladicí zóně udržována vyšší vlhkost vzduchu, tedy příznivější klima pro skladování čerstvých potravin – zůstávají proto déle čerstvé.



Argument 2

Signalizace otevřených dveří zabrání nehodám

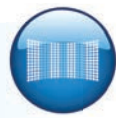
Potraviny se mohou zkazit také při neopatrnosti nebo nepozornosti, když ponecháme pootevřená dvířka chladničky. U modelů Beko je pravděpodobnost takové nehody výrazně snížena díky akustické signalizaci otevřených dveří, jejíž intenzita je nastavitelná.



Argument 3

3D panty Hettich jsou odolnější a spolehlivější

Nové kombinované chladničky Beko jsou vybaveny nůžkovými závěsy Hettich, které snesou velmi vysoké zatížení nábytkových dveří připevněných k dvířkům spotřebiče. Jejich materiál je navíc odolný proti teplotním a vlhkostním změnám. Největší výhodou pantů 3D Hettich je jednoduché seřízení nábytkových dvířek ve všech třech osách.



Argument 4

Úsporné LED osvětlení zajišťuje perfektní přehled o obsahu chladničky

Vnitřní prostor chladniček osvětlují LED žárovky s nízkou spotřebou a s minimální tvorbou nežádoucího tepla uvnitř chladničky, které zvyšuje její spotřebu.



Myčky nádobí

Argument 1

Všechny nové myčky mají invertorový motor ProSmart

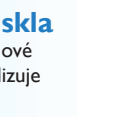
Bezuhlíkový motor s proměnlivými otáčkami je ve všech nově dodávaných myčkách na český trh a je natolik spolehlivý, že na něj Beko poskytuje 10letou záruku.



Argument 2

Technologie GlassShield zabraňuje korozi skla

Dlouhodobým problémem myček je to, že způsobují korozi skla. Nové myčky Beko používají technologii GlassShield, která korozi minimalizuje a prodlužuje až 20× životnost skleněného nádobí. Tuto skutečnost naměřila a ověřila německá laboratoř TÜV. Technologii najdete ve všech nově dodávaných myčkách.



Argument 3

Přídavné mycí rameno AqualIntense pomůže s mytím velmi zašpiněného nádobí

Přídavné mycí rameno AqualIntense s rotační tryskou myje vysokým tlakem nádobí umístěné v pravé části spodního koše, kam patří to nejvíce zašpiněné nádobí, jako jsou např. hrnce nebo pánve.



Argument 4

Pokud má myčka Beko příborovou přihrádku, má vždy třetí mycí rameno pro tuto přihrádku

Třetí mycí rameno umístěné na stropě myčky je nezbytnou součástí vybavy modelů se samostatnou příborovou zásuvkou. Pokud má myčka, a takové se na českém trhu prodávají, příborovou přihrádku a nemá mycí rameno, nejsou většinou dokonale umyty. Je to jednoduše technicky nemožné. Pokud má myčka Beko příborovou přihrádku, má proto vždy třetí mycí rameno.

Argument 5

Samočisticí filtr SelfClean zvyšuje uživatelský komfort

Samočisticí filtr, kdy myčka pod tlakem vyčistí mikrofiltr při každém mytí, najdete ve vybraných modelech značky Beko. Uživatel nemusí filtr kontrolovat po každém mytí, jak býval zvyklý. Filtr stačí jednou za čtvrt roku zkontrolovat, což bylo opět deklarováno laboratoří TÜV.



Argument 6

Program Quick&Clean umyje a usuší plnou náplň už za 58 minut

Zákazníci si přejí rychlost při zachování kvality práce – odpovíďí značka Beko je v kategorii myček tento program, který zvládne plnohodnotně umýt kompletní náplň myčky a ještě ji usušit za pouhých 58 minut. K dispozici je ve všech myčkách Beko.



Argument 7

Nové panty zlepšují vzhled kuchyně a jsou odolné proti velkému zatížení

Panty SelfFit umožňují zatížení dvířek myčky až do váhy 9 kg a udržují dvířka v poloze, do níž s nimi uživatel pohne. Panty FlexFit zase díky speciální konstrukci a variabilnímu pohybu eliminují nutnost výřezu soklu pod myčkou, což vyžaduje většina myček na trhu.

Argument 8

Signalizační technologie LEDSpot u plně vestavných modelů indikuje chod myčky

Uživatelům plně integrovaných myček často vadí, že nemají přehled o tom, zda myčka ještě myje, suší, nebo program již skončil. Pomocí červeného LED světla promítaného na podlahu jsou u modelů Beko informováni, že program stále ještě probíhá.

www.bekocr.cz

beko



Electrolux ESL7630RO

Plně vestavnou myčku z řady RealLife pohání inverterový motor, na který poskytuje výrobce 10letou záruku. Do jejích 2 košů lze vložit až 13 jídelních souprav, které umyje některý z 8 programů. Univerzální automatický program AutoFlex 45°–70° doplňují

vhodně ještě intenzivní program (70 °C) nebo hodinový program (55 °C). V horním koši se nachází měkké držáky Soft-Grip, které minimalizují riziko poškození například sklenic na víno. Pro lepší orientaci je vnitřní prostor myčky osvětlen a během mytí je zase na podlahu promítán světelný bod indikující stav programu. Roční spotřeba myčky je 234 kWh, energetická třída A+++ a hluchnost 42 dB(A).



Fagor LVF68ITA

Produktová novinka z obnovené výroby značky Fagor byla představena loni na podzim a reálně zařazena do prodeje začátkem letošního roku. Myčka s kapacitou na 14 jídelních souprav má vnitřní prostor rozdělen mezi 2 koše a samostatnou příborovou zásuvku. Efektivitu mytí zvyšuje přítomné třetí otočné rameno. Jelikož myčku pohání inverterový motor, pracuje v nejúspornější energetické třídě A+++ (roční spotřeba 237 kWh). Spotřeba vody je v automatickém programu variabilní, ve standardizovaném programu 10l. Hlučnost během mytí nepřesáhne 45 dB(A).



Hoover HLSI 663GT W

Druhá myčka v přehledu s rekordní kapacitou 16 sad nádobí pracuje v energetické třídě A++ při roční spotřebě 273 kWh. Jedná se o smart spotřebič s bezdrátovým připojením do domácí sítě a možností nastavení, ovládání a diagnostiky na dálku například pomocí chytrého telefonu. Hoover nazývá tento systém WIZARD a používají ho i další výrobky z jeho nabídky. Z dalších vlastností stojí za pozornost 12 mycích programů (vč. senzorických a parních), 7 mycích teplot (až 75 °C) a rozdělení vnitřního prostoru mezi 3 koše. Myčka spotřebuje ve standardizovaném programu 10l vody. Hlučnost je 43 dB(A).



Gorenje GV64315

Myčka plně integrovaného typu zastupuje v přehledu slovinskou značku. Vyznačuje se energetickou třídou A++ (roční spotřeba 266 kWh) a spotřebou vody 10l na standardizovaný mycí cyklus. Myčka má kapacitu na 14 sad nádobí a používá systém

3 košů (2 koše + samostatná příborová zásuvka) a 3 mycích ramen. Její nabídka obsahuje 8 programů včetně automatického, který optimalizuje mytí na základě údajů zjištěných senzorem čistoty vody. Spotřebič také používá samočisticí filtr a systém košů Click-Clak pro snadné umístění většího nádobí. Hlučnost za chodu dosahuje 45 dB(A).

Příborové zásuvky a košíky

Dříve platilo, že se příbory v myčce myjí v dodávaném košíku. Jednotliví výrobci vymýšleli různé košíky, ale žádné velké rozdíly zde nepanovaly. V posledních letech do myček začala pronikat praktičtější koncepce separátních zásuvek, umístěných nad horním košem. Zpravidla se do nich vejdou i malé šálky na espresso či drobné misíčky. Většina trhu volí koncepci samostatné zásuvky, ale

někteří preferují mycí plochu spojenou s horním košem. Tato část je většinou posuvná do stran, aby nepřekážela, pokud chce uživatel mýt například sklenice na víno. Lze ji také vyjmout, což platí většinou i pro zmiňovanou samostatnou zásuvku. Odstraněním košíku na příbory a uvolněním nemalého prostoru v dolním koši myčky tak stoupla kapacita nových modelů.

Vestavné spotřebiče Fagor jsou nabité inovativními technologiemi

2. část

V posledním loňském vydání magazínu SELL jsme vám přinesli informace o nových vestavných spotřebičích značky Fagor pro rok 2016 a zaměřili jsme se na kategorii trub, indukčních desek a odsavačů par. Do prvního letošního vydání SELLu jsme se proto rozhodli zpracovat další dvě důležité skupiny výrobků – myčky a plynové varné desky.

Celý sortiment spotřebičů Fagor je rozdělen do dvou základních řad – STANDARD a PREMIUM. Zatímco první jmenovaná je určená pro masovou distribuci, druhá se vyznačuje mimořádným designem a exkluzivním prodejem na nezávislém maloobchodním trhu, v kuchyňských studiích a u partnerů s asistovaným prodejem. Na spotřebiče PREMIUM je navíc poskytována nadstandardní 50měsíční záruka, která se nevztahuje pouze na část spotřebiče, ale na celek. Aby zákazník záruku získal, musí po koupi spotřebiče provést registraci na webu www.fagorcngroup.cz, o čemž byste ho měli během prodeje informovat.

Myčky nádobí

Do myček Fagor se vejde až 14 sad nádobí díky dvěma vyjímatelným zásuvkám na příbory, které nahrazují starší řešení s košíkem. V horním koši lze ale mýt také vysoké sklenice, k čemuž postačí vyjmout jednu ze dvou příborových zásuvek. Vysoká variabilita vnitřního prostoru je důležitou výhodou myček Fagor. U modelů s příborovými zásuvkami najdete ještě třetí ostřížkové rameno používající vyšší teplotu vody, aby bylo zajištěno, že budou příbory dokonale umyté. Výškově nastavitelný horní koš obsahuje sklopné podpěry.

Důležitou součástí funkční výbavy myček Fagor je program Auto (50–65 °C), jenž automaticky optimalizuje mytí v závislosti na naplnění a stupni zašpinění. Podle naměřených údajů nastaví vhodnou teplotu, spotřebu vody a dobu mytí.

U jakéhokoliv programu lze potom aktivovat funkci „Úspora času“, která zkrátí mytí až o 50 % při zachování jeho účinnosti včetně sušení.

Opomenuta nesmí být ani nízká hlučnost myček, zajištěná systémem EffiSilent, jenž používá exkluzivní mycí čerpadlo s automatickou absorpcí tlumení a propracovaným izolačním systémem.

Z konkrétních modelů zejména doporučujeme myčku LVF681TA v energetické třídě A+++, s kapacitou na 14 sad, bezkartáčovým motorem, variabilní spotřebou a hlučností pouhých 45 dB(A). Myčka obsahuje v předchozím textu popísané příborové zásuvky a třetí ostřížkové rameno.



Plynové varné desky

Přestože největším hitem současnosti jsou indukční desky, existuje stále velké množství zákazníků, kteří preferují vaření na plynu, stejně jako mnozí profesionální kuchaři. Ať už ze zvyku, nebo pro lepší možnost regulace teploty s okamžitým přerušením dodávky tepla. Plynové desky Fagor jsou dodávány v nerezovém provedení nebo v odolném tvrzeném černém skle, vždy s jedním trojitým hořákem. Všechny používají bezpečné a snadné elektronické zapalování spolu s funkcí automatické vypnutí plynu, pokud plamen zhasne.



Více informací
na webových stránkách:
www.fagorcngroup.cz
www.domasfagorem.cz

VE VAŠICH SLUŽBÁCH

FAGOR



Hotpoint LTF 11S111 O EU

Myčka s kapacitou na 15 sad nádobí používá technologii Active Oxygen ke zvýšení hygienického provozu. Vždy mezi 2 mycími cykly vypouští do svého prostoru aktivní kyslík (ozon) eliminující bakterie a mikroorganismy. Redukuje se tak především zápach, který z běžných myček často vychází. Funkci lze samozřejmě i deaktivovat. Chod myčky zajišťuje inverterový motor, s nímž hlukost myčky nepřesahuje 42 dB(A). Myčka ročně spotřebuje 302 kWh energie a nese označení energetické třídy A+. Na jeden standardní mycí cyklus odebere 111 vody. Nechybí pestrá nabídka programů včetně 3 automatických (Auto Rychlý, Auto Intenzivní a Auto Normální) i programu pro čištění samotné myčky. Mytí příborů je řešeno integrací samostatné příborové zásuvky.



Indesit DIFP 28T9 A EU

Myčka italské značky patří do energetické třídy A++ s roční spotřebou energie 265 kWh. Na jeden standardní mycí cyklus odebere 91 a používá takzvaný Sensor System pro rozpoznání znečištění vody a optimalizaci mytí. Celkem tvoří programovou výbavu 6 položek včetně programů jako Auto Intenzivní, Auto Normální, Poloviční náplň či Rychlý 40 min. Mycí teplota se pohybuje mezi 40 až 70 °C a koše myčky pojmu až 14 sad nádobí. V dolním koši naleznete sklopitelné držáky talířů a Zig-Zag držáky hrnců a pánví. Výrobce pak udává hlukost na úrovni 42 dB(A).



Siemens SN56P596EU

Myčka s předním panelem z řady iQ500 ve svém nitru skrývá inverterový motor iQdrive, který zvyšuje efektivitu jejího chodu. Ročně spotřebuje 262 kWh energie a je řazena do energetické třídy A++. Spotřeba vody v programu Eco 50 má hodnotu pouze 6,5 l. V myčce najdete vylepšený systém košů varioFlex Pro a příborovou zásuvku varioPro. Integrované senzory řídí a optimalizují automatický program. Aktivací funkce varioSpeed Plus lze mytí a sušení zkrátit až o 66 % při zachování skvělých výsledků. Kdo chce mít jistotu, že bude nádobí dokonale suché, může zvolit program „extra sušení“. Vložit lze do myčky až 13 sad nádobí. Při mytí vydává hluk 42 dB(A).



Whirlpool WP 211 FD

Tato plně integrovaná myčka spotřebuje ve standardním programu 10 l vody, ale díky systému 6. smysl PowerClean dokáže v automatickém programu spotřebu vody a energie optimalizovat přesně podle náplně. Lze u ní využít ještě parní program pro jemnou péči o nádobí. Ve spodním koši se kromě klasického ošťikovacího ramena starají o mytí hrnců ještě vysokotlaké trysky. Kromě toho používá systém PowerDry, aktivní sušení, které výrazně urychluje běh programů. Myčka tak dokáže plnou náplň 13 sad umýt a usušit za pouhou hodinu. Ročně spotřebuje 233 kWh energie, řadí se do energetické třídy A+++ a při mytí vydává hluk 44 dB(A). V nočním programu pouze 39 dB(A).

Aktivní sušení

Mít dokonale suché nádobí po skončení programu chce snad každý majitel myčky. Někteří výrobci přicházejí v poslední době se systémem takzvaného aktivního sušení, kdy je nádobí zbavováno kapek vody pomocí ventilátoru – vlhkost je odváděna z mycího prostoru, pára kondenzuje na vodu a míří pryč z myčky standardním způsobem do odpadu.

Hlukost

Mnozí lidé si myslí, že mezi myčkou s hlukostí 37 dB a 42 dB není z hlediska vydávaného hluku zásadní rozdíl. Opak je ale pravda. Stupnice měření hluku totiž roste logaritmicky, což v řeči čísel znamená, že nárůst hlukosti o pouhé 3 dB vnímá člověk jako hluk dvojnásobný. Mezi staršími myčkami s hlukostí kolem 50 dB a nyníššími pohybujícími se na hranici 40 dB i pod ní je tedy propastný rozdíl.



Trouby Electrolux s funkcí PlusSteam zajistí profesionální výsledky i v domácí kuchyni

Pára je užitečným pomocníkem i při běžném pečení masa, pečiva a spousty dalších pokrmů. Značka Electrolux coby dodavatel vybavení do téměř poloviny michelinských restaurací v Evropě proto nabízí kromě plně vybavených modelů také cenově dostupné řešení pro širší masu spotřebitelů. Trouba s funkcí PlusSteam jim umožní snadno připravit vláčné, nadýchané pečivo.

Výkonné žehlicí systémy

Electrolux je rozhodně jedním ze specialistů na vestavné multifunkční trouby a patří mezi průkopníky v oblasti parního vaření v domácích podmínkách. Za prakticky celoevropské trendy lze považovat návrat do domácí

kuchyně, vaření z kvalitních a čerstvých surovin a přípravu zdravějších pokrmů. Trouby Electrolux přesně tyto trendy reflektují a jsou spotřebičem, po němž roste na trhu poptávka. Ostatně model s parními funkcemi by si oproti konkurenčnímu řešení vybralo více než 75 % spotřebitelů. A dokonce jsou ochotni si za parní funkci připlatit 50 eur, jak vyplývá z průzkumu, který Electrolux provedl.

Proč páru?

Je to jednoduché. Funkce páry přidává do prostoru trouby vlhkost a díky tomu je mnohem snazší upéct kypré koláče, dozlatova vypečené pečivo, křupavý chleba. To vše s perfektně nadýchanou strukturou těsta. Stačí jen vlít vodu do speciálního rezervoáru ve spodní části trouby, kde se také nachází dedikované topné těleso měnící vodu v páru. Aktivuje se pouhým stiskem tlačítka na intuitivním ovládacím panelu, přičemž vlhkost v troubě vznikne

na prvních 10 až 15 minut pečení. To umožní těstu se zvednout, aniž by ho předčasně omezovala tvrdá kůrka, a zajistí jeho kyprý střed. Potom už pečení pokračuje běžným, suchým vzduchem, který zajistí rovnoměrné propečení a křupavou, zlatou krustu.

Čistší trouba, lepší chuť, vylepšená struktura

Kromě lepší chuti i textury jídla pomáhá parní cyklus troubu i čistit. Vzniklá pára rozpustí mastnotu a usazené nečistoty, takže je uživatel posléze jen setře hadříkem. V troubách s vnitřním objemem až 70 l se dále nachází XL ventilátor, díky němuž lze rovnoměrně péct 3 plné plechy pečiva nebo jiných pokrmů.

Aktuálně připravuje Electrolux, a to i v rámci značky AEG, uvedení nových modelů multifunkčních trub s pyrolýzou nebo katalytickými deskami. Všechny se budou vyznačovat designem se skleněným panelem.

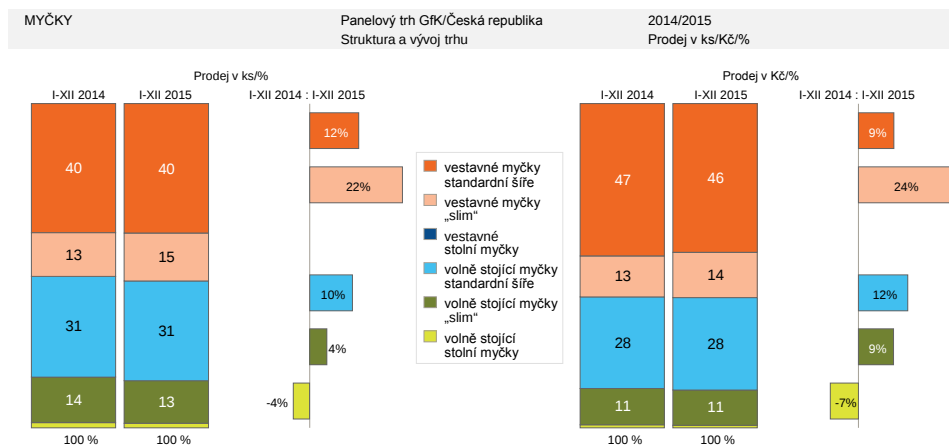


Nové vestavné chladničky Electrolux 2016

V portfoliu značky se nově objevují vestavné modely s množstvím praktických inovací, jako je například technologie TwinTech se 2 úplně oddělenými chladicími okruhy – výsledkem je zcela bezmrazový spotřebič s chladicí zónou, v níž je udržována stabilnější teplota a vyšší vlhkost vzduchu. Potraviny tak zůstávají déle čerstvé. Další příjemnou inovací je systém Air Flow pro rovnoměrnou distribuci chladu včetně filtru Tasteguard, eliminujícího nepříjemné pachy. Součástí chladniček je také nízkoteplotní zásuvka FreshZone pro skladování masa a zeleninová zásuvka FlexiFresh s regulovanou vlhkostí. Zákazníci také ocení vnitřní uspořádání Custom Flex s množstvím vyjímatelných přihrádek různých velikostí. Vyšší modely nepostrádají LCD displeje a police Flexi Shelf. Dostupné jsou také levnější modely typu LowFrost se statickým systémem chlazení.

VESTAVBY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

TRŽBY ZA VESTAVBY SE ZA UPLYNULÝ ROK ZVEDLY MEZIROČNĚ¹ O 8 %, VOLNĚ STOJÍCÍ SPOTŘEBIČE VYKÁZALY VE SLEDOVANÝCH ODBYTOVÝCH² CESTÁCH RŮST OBRATU O 11 %. NAVZDORY MÍRNĚ ROZDÍLNÉMU TEMPU RŮSTU VŠAK PODÍL VESTAVEB NA CELKOVÉM OBRATU BÍLÉHO³ ZBOŽÍ ZŮSTAL MEZIROČNĚ STABILNÍ, A TO NA 29 %.



Sektor bílého zboží zahrnující volně stojící i vestavný sortiment dosáhl za loňský rok 10% hodnotového přírůstku. Z celkového obrátu zajistily největší díl – zhruba čtvrtinu – chladničky a kombinace, za nimi následovaly pračky a dále již s odstupem sporáky a vestavné trouby. Nejvýrazněji rostly i vloni sušičky, hodnota jejich prodeje se zvýšila bezmála o 30%.

Struktura a vývoj trhu vestaveb

Z celkových tržeb za vestavné spotřebiče pokryly za loňský rok největší díl trhu vestavné myčky a vestavné trouby, obě skupiny po 23%. S odstupem pouze jednoho procentního bodu je následovaly vestavné varné desky, po 12% získaly odsavače par a vestavné chlazení. Jako jediné dosáhly (s výjimkou velmi drobného segmentu vestavných praček) dvouciferného růstu obrátu vestavné myčky.

Tempo meziročního vývoje obrátu za vestavby se během loňska měnilo a do značné míry korespondovalo s obdobným trendem u volně stojících spotřebičů. Zatímco první polovina roku 2015 byla úspěšnější a vyrovnanější, v srpnu, září a říjnu dosahoval meziroční nárůst hodnoty vestaveb pouze 2 až 3%. Závěr roku již probíhal ve znamení dvouciferného růstu.

Prodej vestavných myček roste

Objemový podíl vestavného provedení u myček meziročně mírně vzrostl (na 55%), i když v prosinci zakončil rok na 50%. Průměrná cena⁴ vestavných myček klesla za rok 2015 o 2%, zatímco u volně stojících vykázala 3% růst. Tento vývoj se odrazil na hodnotovém srovnání do té míry, že podíl vestaveb zůstal meziročně na stejné výši – na 60%.

Největší část poptávky zajistily tradičně vestavné myčky standardní šíře (40% objemu), u nichž se prodej zvedl za poslední rok o 12%. Větším, zhruba pětinnovým, tempem však rostl objem u vestaveb slim, které se do celkových množství prodeje myček promítly z 15%.

Cenová polarizace trhu

Vloni zaplatili spotřebitelé za myčky v průměru 11 100 korun, do vestaveb investovali 12 200 korun. Takřka 70% prodeje vestavných myček se zrealizovalo za cenu do 13 tisíc korun, přičemž tento segment v meziročním srovnání rostl v objemu i hodnotě dvouciferně. Výrazně se zvedla poptávka také po dražší nabídce, a to v cenovém rozmezí 15 000 až 18 000 korun. Naopak nižší zájem o cenovou kategorii od 13 000 do 15 000 korun se u vestavných myček projevil dvouciferným poklesem.

Klíčovým parametrem úspornost

Podíl energetických tříd A++ a A+++ postupně roste, v minulém roce odpovídal za 57% objemu trhu myček, v prosinci již dosáhl takřka na dvoutřetinový podíl (v hodnotě za 12/2016: 70%).

S myčkami o spotřebě vody na mycí cyklus do 8 litrů (včetně) se v minulém roce zrealizovalo už přes 10% obrátu, klíčovým segmentem zůstal ten ve spotřebě vody hned následující – od 8,1 do 10 litrů s hodnotovým podílem přesahujícím 60%. Podíl myček o spotřebě vody vyšší než 10 litrů na jejich celkovém obrátu meziročně klesal.

Zdroj:
Zdeněk Bárta
Consumer Choices Director CZ&SK, GfK Czech

GfK Czech, oddělení Consumer Choices, kontinuálně monitoruje trh se zbožím dlouhodobé spotřeby v České republice a na Slovensku metodou panelového výzkumu. Jeho základem jsou pravidelně zjišťované údaje o prodeji konečným spotřebiteli ze stálého reprezentativního vzorku maloobchodních prodejen. Více na www.gfk.com/cz, případně kontaktujte Zdeňka Bártu, Consumer Choices Directora CZ&SK (zdenek.barta@gfk.com).

¹ I-XII 2015 vs. I-XII 2014.
² Elektroprodejny, nesespecializované prodejny (hypermarkety, Cash & Carry, obchodní domy, nesespecializované čistě internetové prodejny a IT prodejny), kuchyňská studia a prodejny nábytku.
³ Sledované skupiny: pračky, sušičky, sporáky a vestavné trouby, varné desky, odsavače par, myčky nádobí, chladničky a kombinace, mrazničky a mikrovlnné trouby.
⁴ Vážena počtem prodaných kusů, zaokrouhlena na stovky korun.



VARNÉ DESKY WHIRLPOOL

PERFEKTNÍ VÝSLEDKY NA INDUKCI I PLYNU

Běžné sklokeramické desky typu hi-light jsou na ústupu a v oblasti sklokeramiky dávají spotřebitelé dávno přednost indukčnímu řešení. Plynové alternativy si stále udržují popularitu, protože vaření na plameni má své kouzlo a leckdo na něj nedá dopustit. Značka Whirlpool má bohatou nabídku samozřejmě v obou kategoriích.

Indukční varné desky

Maximální výkon, elegantní design a exkluzivní vzhled, to jsou varné desky Whirlpool s technologií 6. smysl. Vyznačují se minimalistickým a nadčasovým designem, stejně jako vysokou flexibilitou. 6. smysl dokonale spolupracuje se speciálními funkcemi, jako je rozpouštění, mírný var nebo ohřívání, a postará se tak o ideální průběh přípravy všech jídel. Široká škála desek má navíc takzvané flexi zóny – na každou lze umístit 1 nebo 2 hrnce (na samostatné plotýnky) nebo je spojit v jednu a vložit na celou plochu velký hrnec nebo podlouhlý pekáč. Není přitom problém nastavit různý stupeň výkonu pro každý hrnec zvlášť. Díky funkci Power Management, která umožňuje zvolit maximální příkon desky s ohledem na použitý jistič, mohou využít výhod indukčních varných desek i domácnosti, kde to dříve kvůli elektrické přípoje možné nebylo. V nové řadě indukčních varných desek Whirlpool naleznete zákazníci tři nové modely s touto funkcí, která umožňuje připojení i na 230 V.

Důležité je také zmínit, že desky mají vysoce odolný povrch iXelium™, který se nejen nepoškrábe, ale je také barevně stálý. Konkrétně při výběru neopomeňte 65 cm široký model ACM 868/BA/IXL nebo 77 cm široký model ACM 877/BA/IXL. Velmi zajímavé budou pro některé zákazníky

také desky v alternativních barvách – například bílá ACM 355 BA/WH, případně ACM 808 BA/S v barvě champagne, která výborně ladí se setem vestavné horkovzdušné trouby a mikrovlnné trouby ve stejném odstínu. Do menších kuchyní zase může přijít vhod 77 cm široká, ovšem pouze 35 cm hluboká černá deska ACM 809/BA.

Plynové varné desky

V kategorii desek plynových má značka Whirlpool také velmi pestré portfolio. Například deska GMF 7522 IXL s 5 hořáky je velmi zajímavá díky nerezovému provedení s povrchem iXelium™, na který poskytuje Whirlpool 10letou záruku. Najdete na ní také dvoukorunkový hořák pro maximální výkon. Alternativou je deska GOA 7523 NB s povrchem z černého tvrzeného skla. Tyto desky mají šířku 73 cm.

Pro menší prostor je ideální volbou některá z desek GOA 6425 s šířkou 59 cm a jedním dvoukorunkovým hořákem – dostupné jsou varianty NB (černé tvrzené sklo), WH (bílé tvrzené sklo) a S (nerez). V případě hledání cenově ještě dostupnějšího řešení můžete zákazníkům doporučit model GOS 6415 NB v šíři 59 cm a s povrchem z tvrzeného černého skla. Tato deska jako jediná z popisovaných nenabízí dvoukorunkový hořák, přesto poskytuje její maxihořák výkon 3,5 kW.

LG InnoFest dorazil do Evropy

Korejský výrobce v Budapešti představil superprémiové spotřebiče SIGNATURE

Na pozvání českého zastoupení společnosti LG se vydal magazín SELL do Maďarska, kde se v první polovině dubna konalo velkolepé představení produktových novinek v kategorii domácích spotřebičů a vzduchotechniky. Prezentována byla zejména očekávaná řada SIGNATURE, jejíž produktové zástupce jsme viděli poprvé letos v Las Vegas na veletrhu CES.



Dvoudenní budapeštské dostaveníčko, kam LG sezvalo své obchodní partnery z celé Evropy a vybrané novináře z jednotlivých zemí, potvrdilo trend projevu-jící se napříč celým trhem – firmy včetně LG chtějí růst převážně pomocí posunu do maržově zajímavějších segmentů, nikoliv navyšováním počtu prodaných kusů za každou cenu. V případě LG vnímáme ještě snahu obsloužit vysoce prémiový segment, kde se dnes pohybují značky jako KitchenAid, Gaggenau nebo řada Samsung CHEF COLLECTION. LG proto neprezentuje svou novinku SIGNATURE coby řadu, jako spíše novou značku. Nesestává navíc pouze z tradičních domácích spotřebičů, nýbrž i jednoho z nejlepších televizorů na trhu s OLED panelem nebo čističky vzduchu. Nás samozřejmě v kolekci SIGNATURE nejvíce zajímala pračka s dokonale minimalistickým designem a ovládáním v podobě dotykového displeje ve dvířkách, stejně jako čtyřdveřová chladnička s automatickým otevírá-

ním dveří (senzor pohybu) a ztmavovacím sklem, na které stačí poklepat, abyste bez otevírání dveří prohlédli obsah chladicího prostoru.

Pračka LG SIGNATURE je typu TWIN Wash, takže jde vlastně o dvě pračky v jedné. Hlavní předem plněná část má kapacitu 12kg, zatímco výsuvná



spodní, v podstatě svrchu plněný buben, slouží pro praní malých várek prádla. Obě části lze používat najednou. Mezi další přednosti patří zařazení mezi spotřebiče Centum System – pračka spadá do energetické třídy A+++ – 60% a během odstředování při 1600 ot./min. vydává hluk pouze na úrovni 68 dB(A). Na český trh by mohla být uvedena už během letošního podzimu. Na invertorový lineární kompresor spotřebičů Centum System poskytuje LG 20letou záruku.



Chladnička LG SIGNATURE zamíří na trh snad na přelomu roku. Kromě již v úvodu popisovaných ztmavovacích dvířek a automatického otevírání dveří, které uživatel ocení ve chvíli, kdy bude mít plné ruce, disponuje prémiovým provedením interiéru včetně zón s optimalizovanou teplotou pro určité druhy potravin. Že má chladnička celokovové opláštění, snad netřeba příliš zdůrazňovat, stejně jako poskytovanou 20letou záruku na invertorový lineární kompresor.



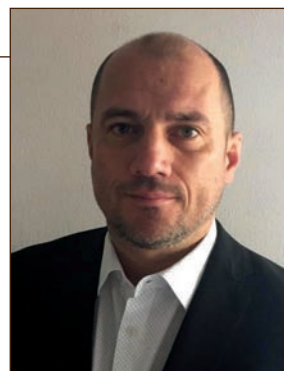
Mezi spotřebiče Centum System neřadíme pouze modely LG SIGNATURE, ale množství dalších, cenově dostupnějších spotřebičů. Například pračkosušičku LG FH6F9BDH2N s kapacitou na 12 kg prádla pro praní a 8 kg pro sušení. Za její nejdůležitější vlastnosti považujeme systém Eco Hybrid – uživatel může volit mezi maximálně ekologickým sušením pouze pomocí teplého vzduchu, nebo rychlejším sušením, kdy se ke zrychlení kondenzace páry z přiváděného vzduchu používá čistá voda. Zařízení pohání motor DirectDrive a v programové výbavě nalezneme i parní funkce. Další novinkou byla 8 kg sušička LG RC8084AV3W v energetické třídě A+++ – 10 % nebo 12 kg pračka LG FH6F9BDS2 v energetické třídě A+++ – 60 %. A samozřejmě chladničky – side by side model LG GSL961NEAX (Total No Frost, NatureFRESH Cooling s optimalizací vlhkosti, A+++ – 10 %) a klasická kombinace s označením LG GBB60N-SYQE (Total No Frost, NatureFRESH, A+++ – 20 %).

Na živo jsme si také prohlédli u nás již prodávané akumulátorové vysavače LG CordZero Handstick, používající inver-

torový motor a dodávané hned se dvěma akumulátory, díky kterým zvládnou na plný výkon vysávat až 40 minut a v běžném módu 60 minut. Další zajímavou inovací je speciální kartáč, na který se nenamotávají vlákna a vlasy. Vysavače jsou typu 2 v 1.



Velkým tématem nejen pro LG jsou řešení pro smart domácnost. Komplexní, do domu zcela integrovaný systém nestojí zrovna málo. Cenově dostupnější alternativou by měla být novinka Smart ThinQ, která propojí nejen veškerou techniku LG a vytvoří centrální ovládací/kontrolní bod, ale pomocí speciálních senzorů integruje do „smart domácnosti“ také starší zařízení. Magnetický senzor například připevníte na svou pračku – nebudete ji sice moci ovládat na dálku, ale senzor bude schopen do centrály Smart ThinQ odeslat informaci, že už doprala. Vám ihned přijde notifikace na telefon.



Roman Šípoš:
LG SIGNATURE je prezentací toho nejlepšího, co LG dokáže vyrobit. Novinky pomohou s prodejem dalších spotřebičů

Během LG InnoFest jsme měli možnost hovořit s obchodním ředitelem pro spotřební elektroniku Romanem Šípošem. Položili jsme mu dotazy směřované nejen k řadě SIGNATURE.

Jaké místo má LG SIGNATURE v portfoliu firmy? A jaké má cíle?

Jedná se o multipremiovou řadu, která jde napříč naší nabídkou a produktovými kategoriemi včetně televizorů nebo čistěčků vzduchu. V podstatě se jedná o novou značku, jejíž ambicí nejsou ani tak vysoké prodeje, jako oslovení prémiového segmentu inovacemi, které mění život. Prezentací dáváme trhu najevo, že neusínáme na vavřínech a náš vývoj usilovně pokračuje. SIGNATURE je tedy takovým symbolem, ukázkou toho nejlepšího z dílny LG, takže díky novinkám očekáváme vliv na prodej celé značky.

Předloni jste na veletrhu IFA představili pračky s kompletně jiným designem. Na InnoFest jste nyní přivezli novinky, které ale jednoznačně vycházejí ze staršího designového provedení. Proč?

Vrátili jsme se ke klasickému designu, protože si to žádali naši zákazníci. Vzhled, který zmiňujete, měl u mnoha spotřebitelů úspěch, ale šlo o příliš velkou změnu, která také významné části našich zákazníků nevyhovovala. Vyšli jsme jim proto vstříc.

Kenwood představuje
nové spotřebiče v kategorii
Zdraví a wellness:



Pomalé odšťavňovače PureJuice

Trend pomalého odšťavňování už naplno propuknul i u nás a proto Kenwood, globální lídr v segmentu výrobků pro přípravu pokrmů, uvádí na trh ucelenou řadu pomalých odšťavňovačů pod názvem PureJuice, která zaujme všechny spotřebitele zájímající se o zdravý životní styl.

Princip pomalého odšťavňování spočívá v drcení ovoce či zeleniny a vymačkávání šťávy přes mikrosíto. Výsledný džus je kompaktní, nedochází k oddělování vody od rostlinných složek, má jasnou barvu a lze ho uchovat delší dobu. To je dáno minimální oxidací, která je naopak typická pro vysokorychlostní odšťavňovače. Pomalé lisování navíc uchová maximum vitaminů, enzymů a mikronutrientů, které pak lidské tělo lépe tráví a využívá. Čím jsou otáčky nižší, tím je proces odšťavňování šetrnější a výsledné džusy jsou bohatší na všechny cenné látky.

Aby si odšťavňovače při nízkých otáčkách poradily i s tuhými plody, musí být vybaveny skutečně odolným šnekem a sítkem a zejména kvalitním motorem, který je dostatečně výkonný, aby zvládl kontinuální provoz. Ty nejlepší přístroje v kategorii pomalých odšťavňovačů jsou vybaveny indukčními motory, které jsou extrémně tiché, mají nízké vibrace a nepřehřívají se.

Základními modely řady pomalých odšťavňovačů PureJuice od značky Kenwood jsou JMP600WH a JMP600SI lišící se v barevném provedení základny. Oba mají indukční motor a pracují s 60 otáčkami za minutu. Díky tomu vytěží z ovoce a zeleniny až 84 % šťávy. Jsou vhodné také na bobuloviny či listovou zeleninu. Snadno se udržují díky funkci předčištění, kdy stačí do přístroje nalít vodu, uzavřít Ant-drip zátku a nechat přístroj zapnutý. Tento cyklus lze zopakovat, dokud vytékající voda nebude čirá. Samotné dočištění je pak už velmi snadné.

Měsíc květen ale bude patřit absolutní špičce na trhu v tomto segmentu. Kenwood vede vlajkovou loď kategorie pomalých odšťavňovačů PureJuice Pro JMP800SI. Tento odšťavňovač má unikátní dvojitý plnicí otvor na celé plody, takže není nutné všechny suroviny krájet na malé kousky. Proces odšťavňování je snazší i díky tomu, že lze do odšťavňovače vkládat několik surovin zároveň díky



JMP800SI



JMP600WH



JMP600SI



AT644

dvojitému otvoru. Ten je navíc opatřený bezpečnostním systémem, takže není možné, aby do něj vsunulo ruku malé dítě. Šnek je natolik silný, že zpracuje i celá jablka, mrkev, řepu, ale poradí si i s bobulovinami, mandlemi nebo listovou zeleninou a bylinkami. Přitom se otáčí extrémně pomalou rychlostí 48 otáček za minutu. Celý proces lisování je tedy velmi šetrný a umožňuje získat maximum výživných látek z použitých surovin.

ZDRAVÉ PŘÍRODNÍ ŠTÁVY

Doma připravené šťávy jsou vhodným doplňkem zdravého jídelníčku. Pomalým způsobem odšťavňování totiž získáte z ovoce i zeleniny maximum vitaminů, enzymů a mikronutrientů, které vaše tělo dokáže lehce strávit a využít.

NIC NEPŘIJDE NA ZMAR

Dužina, která zbyde po vylisování ovoce či zeleniny je dále využitelná. Můžete z ní připravit chutné a zdravé moučníky jako mrkvový koláč, brownies s červenou řepou, flapjacks apod.

POMALÉ OTÁČKY PRO MAXIMUM VITAMINŮ

Odšťavňovač PureJuice Pro JMP800SI pracuje s 48 ot./min a díky tomu minimalizuje oxidaci. Pomalým lisováním si ingredience zachovávají svoji čerstvost a barvu, navíc výtěžnost šťávy je vyšší v porovnání s odstředivým odšťavňovačem.

Silný indukční motor umožní takto pomalý proces, aniž by se přístroj zasekával a zahřál. Tato kombinace všech faktorů činí z odšťavňovače PureJuice Pro špičku ve své kategorii.

Kenwood kromě ucelené řady samostatně stojících pomalých odšťavňovačů má ve svém sortimentu také nástavec na pomalé odšťavňování určený pro roboty Kenwood z řady Chef, Major, Chef Sense a kMix. I s tímto nástavcem lze připravit zdravé džusy z měkkého ovoce včetně bobulovin, z listové zeleniny, ale také z jablek, pomerančů, rajčat či mrkve.

www.kenwoodworld.cz

Dvojitý plnicí otvor

Vhodný pro celé plody, absolutně bezpečný.

48 otáček za minutu

Pro zachování enzymů a vitaminů.

Šnek

Extrémně odolný pro maximální účinek při lisování.

Filtrační košík

Oddělí šťávu od dužiny, zachytí i drobná semínka.

Anti-Drip uzávěr

Zastaví každou kapku a umožní efektivní předčištění přístroje. Stačí uzavřít a nalít čistou vodu.

Tělo

Výkonný indukční motor pracuje se 48 ot./min., je extrémně tichý, s nízkými vibracemi a nezahřívá se.



KENWOOD

Paweł Kujawski: Naše schopnost vyrábět vysoce kvalitní spotřebiče dávno vystoupila z kategorie sporáků

Probíhající reklamní kampaň na českém trhu, neustávající rozšiřování produktového portfolia, posun do vyšších cenových sfér. Amica roste napříč Evropou a expanduje do západních zemí kontinentu i formou akvizic. O jejím přerodu z východoevropské značky v mainstreamového hráče s námi hovořil Paweł Kujawski, Senior Regional Product Manager z polské centrály firmy.



Amica bývala v minulosti zaměřena výhradně na východoevropské a severoevropské trhy, ale její strategie se změnila s cílem stát se významnou značkou v celé Evropě. Jaké jsou pilíře této strategie?

Výrobky Amica jsou na trhu přes 70 let, ale je pravda, že začínala jako východoevropská značka. Strategie expanze není úplnou novinkou a jsme zdravě rostoucí firmou, tedy rostoucí na mezinárodní úrovni. Je pravda, že zaměření na západní Evropu je nyní více vidět díky akvizici velmi silné a známé britské společnosti CDA. Naším dlouhodobým cílem je být celoevropskou značkou. Máme zajímavé výrobky, tak proč bychom je měli prodávat pouze v určitých zemích, že?

Jak úspěšná je vaše expanze na západní trhy? Především do Německa, Francie a Velké Británie.

V Německu rosteme velmi rychle během několika posledních let. Když srovnám

náš obrát v roce 2012 s tím v roce 2015, došlo k navýšení o více než 50%. Z našich výsledků jednoznačně vyplývá, že jsme vedoucí značkou v kategorii sporáků s tržním podílem více než 25%. Svižně rosteme samozřejmě v segmentu vestavných spotřebičů – prodáváme více vestavných trub i varných desek, ale i dalších spotřebičů, jako jsou chladničky, myčky nebo odsavače.

Ve Francii jsme v roce 2015 koupili podíl v našem lokálním distributorovi, společnosti Sideme, což pro nás byl prostředek pro pořádný vstup na tento trh. Současně musím konstatovat, že disponujeme tím správným portfoliem pro francouzský trh – dodáváme například pyrolytické trouby nebo třízónové indukční desky, které mají u tamních spotřebitelů úspěch. Rozhodně trh ve Francii obohacujeme.

A v Británii? Zde jsme přišli na trh s novou platformou v podobě sporáků

se dvěma oddělenými troubami, což je opravdu velmi zajímavý trh na britských ostrovech. Nejprodávanější je tam totiž tento typ sporáků.

Kromě toho jsme založili vlastní zastoupení ve Španělsku, kde zahajujeme právě teď svou činnost. Svět značky Amica jednoznačně roste. Co je pro nás podstatné, je to, že chceme plnit očekávání trhu, vyplňovat mezery, takže přicházíme na každý trh s takovými spotřebiči, které si tamní spotřebitelé opravdu žádají.

Zmínil jste akvizici britské společnosti CDA. Můžete nám k obchodu říct více?

Ke koupi CDA došlo teprve nedávno a jde o jeden z důležitých kroků, abychom se stali jednou z vedoucích značek na britském trhu. Koupi tak silné značky vznikne kombinace toho nejlepšího z obou firem a ve výsledku pro nás bude mít ekonomický přínos.

Prakticky všechny evropské trhy byly zasaženy ekonomickou krizí, ale teď už svižně rostou a prodeje sílí. Vidíte aktuálně nějaké hrozby pro byznys s domácími spotřebiči? A jaké případně?

Růst každé společnosti, nejen v segmentu domácích spotřebičů, musí být racionální a stabilní. To je jediná cesta k překonání let, kdy se podnikatelské prostředí zhorší. Amica prokázala, že taková je. Výhodou současného stavu je, že mohou firmy znovu investovat do vývoje a marketingu k dosažení ještě silnější pozice na trhu, což bude pevným základem pro případné komplikované roky v budoucnosti. Výzvou je vše vyvážit, nepřehnat ani nepodcenit. Proto Amica aktuálně hodně investuje do zvýšení povědomí o značce a těží ze současné ekonomické situace.

Hlavním marketingovým tématem byla v minulosti spotřeba energie, ale poslední roky dochází ke změně. Firmy se zaměřují více na design a kvalitu odvedené práce. Jaká jsou pro váš marketing nosná témata?

Amica pracuje se všemi aspekty, stejně jako spousta dalších velkých značek. Snažíme se vyrábět designově atraktivní spotřebiče s praktickými funkcemi a precizní výrobou, stejně jako s minimálním dopadem na životní prostředí. Co se týče naší komunikace, chceme ukazovat lidem, jak pěkné a efektivní naše výrobky jsou a jak jim usnadní každodenní život.

A jak vnímáte smart spotřebiče? Jde jen o velkou bublinu? Nebo stojíme na prahu velké změny? Zatím to vypadá, že výrobci tak trochu „střílejí do tmy“ a zkouší, co se uchytí a co nikoliv.

Žijeme v éře bezdrátové komunikace. Ještě před pár lety zápasili výrobci mobilních telefonů s novými technologiemi, experimentovali s dotykovými modely, zatímco chtěli udržet na trhu ty tlačítkové. A kolik lidí dnes používá klasický tlačítkový mobil? Vývoj se nedá zastavit. Domácí spotřebiče jsou z hlediska konektivity na začátku své cesty, ale už nyní se soubor mezi jednotlivými firmami značně přirostl. Je jen otázkou času, než se technologie, kterou dnes považujeme za „poutavou inovaci“, stane každodenní součástí našich životů. Amica na to chce být připravena.



Loni jste na veletrhu IFA představili řadu vestavných spotřebičů .IN, která je poměrně unikátní, a to jak z hlediska funkcí, tak designu. Zdá se, že chcete značku Amica posunout výše do premiové části trhu. Je tomu tak?

Ano, stejně jako už nejsme čistě východoevropskou značkou, nejsme ani lowendovou značkou. Můžeme nabídnout úžasné funkce a design našim zákazníkům. Těžíme z našich dlouholetých zkušeností a ukazujeme, že naše schopnost vyrábět vysoce kvalitní spotřebiče přesahuje kategorii sporáků.

Můžeme očekávat další výrobky ve stejné kategorii, jako je řada .IN?

Určitě ano. Nepůjde pouze o odlišné designové řady, ale také nové funkce a inovace.

Jak nahlížíte ze své pozice na český trh? Kde vidíte největší potenciál pro značku Amica?

Český trh je v Evropě poměrně unikátní díky nebývale rozšířenému internetu a nákupů na něm. V žádné další zemi v Evropě nejsou lidé tak sepiatí s online světem a online službami jako u vás. Velmi silné prodeje v online kanálech jsou s tím bytostně spjaté. Věřím, že bude Česko průkopníkem v prosazování mnoha zmiňovaných technologických inovací.



Spotřebiče Amica

Díky nim bude Vaše kuchyň místem pro život

Každý to zná. Kuchyň už není jen kuchyní. Je srdcem domova, místností, kde trávíme většinu času. A proto Amica vyrábí spotřebiče, které ladí se životem.

Trouby

Multifunkční trouby Amica jsou moderní a uživatelsky nenáročné, reagují na veškeré potřeby moderní kuchyně s ohledem na design, způsob pečení a funkce. Zákazníci si tak mohou vybrat design, který ladí právě s jejich kuchyní. Ať už dávají přednost idylickému stylu Retro designu nebo jejich oku lahodí jednoduchý vzhled řad Scandium či Fusion, čisté linie řady Integra nebo sofistikovaný image nejnovější řady IN. – značka Amica nabízí to právě pro každého. Samozřejmostí u našich trub je úsporná energetická třída A. Velký objem trouby až 66 l umožní péct i objemné pokrmy. Pečící termosonda průběžně hlídá teplotu uvnitř pokrmu, aby bylo dosaženo optimálních výsledků. Otočný rožeň je nepostradatelným pomocníkem pro gurmány.

Umožní připravit křupavé, dozlatova ze všech stran opečené maso. Speciální antiadhezní struktura plechů Procook ve tvaru plástve medu umožní zdravější přípravu pokrmů, neboť díky němu se potraviny nepřipalují a nemesaží ve vlastním tuku. Lehce čistitelný smalt uvnitř trouby zajistí, že údržba trouby bude snadnější než kdy dříve. Navíc v troubách Amica naleznete i řadu nadstandardních prvků, jakými jsou například teleskopické výsuvy, více plechů v základní výbavě, dvojí osvětlení trouby – tzv. I-light space – a mnoho dalšího. Bezpečnostní prvky včetně trojitého skla dvířek trouby pak zajistí, že si pobyt v kuchyni užije bez obav celá rodina, i pokud děti občas promění kuchyň v dětské hřiště.





Varné desky

Amica přináší varné desky funkční i estetické, vhodné pro různé typy úpravy pokrmů. Jednoduché a čisté linie zaručují dokonalou kombinovatelnost s ostatními spotřebiči. Zajímavým designovým prvkem u sklokeramických desek řady IN je podsvícení přední hrany, které upozorňuje na to, že je deska stále horká. Ploché hořáky u plynových desek této řady v kombinaci se skleněným povrchem varné desky zajistí velmi snadnou údržbu i krásný vzhled. Netradiční wok hořáky umožní snadné vaření i ve velkých nádobách. Funkce Bridge u indukčních desek je pak pomocníkem pro přípravu pokrmu například v pekáčku. Ze dvou varných zón udělá jednu – obě zóny se pak ovládají zároveň.



Odsavače par

Jedinečné tvary a výběr materiálů použitých na výrobu odsavačů Amica zajišťují jejich unikátní design. V nejnovější řadě IN, nalezne zákazník nejen odsavače v obou standardních rozměrech šíře 60 a 90 cm, ale navíc ve třech barvách – černé, bílé a béžové sklo. Může si tak sladit set trouby, desky i odsavače v těchto unikátních barvách. Nejmodernější systém LED osvětlení garantuje neopakovatelnou atmosféru v kuchyni a navíc šetří energii. Dotykové ovládání umožňuje snadné nastavení výkonu.



Myčky

Myčky Amica jsou důležitým pomocníkem v kuchyni, který šetří uživateli čas i peníze. Pro větší komfort nahradila Amica tradiční koš na příbory umístěný v dolním koši dodatečným samostatným třetím košem. Uložení příborů do myčky je tak velmi snadné a navíc získaný prostor v dolním koši lze lépe využít dle aktuální potřeby. Koš na příbory je instalován na vodících lištách s plným výsuvem. Díky systému Up&Down lze snadno výškově nastavit polohu horního koše, i pokud je již naplněný. Lze do něj tak snadno umístit i vysoké sklenice. Velmi praktickým prvkem je také osvětlení vnitřního prostoru myčky, které se automaticky zapne při otevření dveří. Veškerá náplň myčky je tak přehlednější. Nejnovější technologie použité v myčkách Amica zajišťují velmi nízkou úroveň hluku. Můžete tak i za chodu myčky například nerušeně sledovat svůj oblíbený film, pokud někdy proměníte svou kuchyň v kino.





Midea koupila většinový podíl v divizi domácích spotřebičů Toshiba

O expanzivních plánech největšího čínského výrobce domácích spotřebičů a snaze prorazit s vlastní značkou mimo Asii jsme psali už v minulém čísle. Krátce po jeho vydání se objevila na internetu zpráva, že Midea uzavřela dohodu s japonskou společností Toshiba – koupí v ní většinový podíl. Detaily o transakci nicméně uveřejněny nebyly. Midea chce pomocí nejen této akvizice posílit svou pozici a sama firma otevřeně přiznává, že jde o součást plánu globální expanze. Jde jí primárně o získávání technologií, značek a distribučních kanálů. Toshiba bude nadále vyvíjet a vyrábět domácí spotřebiče pod svou značkou.



LG

Life's Good

LG zažilo nejlepší první čtvrtletí za dva roky. Významně pomohla i divize domácích spotřebičů

Korejský gigant může být spokojen, během prvního čtvrtletí vzrostl jeho provozní zisk při srovnání se stejným obdobím loňského roku o 66 %

(na 441 milionů dolarů). Růst je především přisuzován zvyšujícím se prodejem výrobků divize domácích spotřebičů LG. Významný vliv na něj měl

také nástup drahých OLED televizorů. Naopak mobilní divize bude podle všeho v červených číslech už třetí kvartál po sobě. V této oblasti LG spoléhá na svou novou vlajkovou loď v podobě modelu G5. Analytici očekávají, že pokud půjde o prodejní hit, může LG dosáhnout rekordního provozního zisku i ve druhém čtvrtletí tohoto roku.



Electrolux uzavřel továrnu chladicí techniky v Austrálii. Provoz ukončila po 74 letech

Začátkem dubna došlo v australském městě Orange k delší dobu plánovanému uzavření továrny chladniček provozované společností Electrolux. Už v roce 2013 oznámil švédský vý-

robce, že chce výrobu přesunout do Asie a Evropy s cílem ušetřit náklady. Výroba v Austrálii byla nadále neekonomická. Pro zaměstnance provozu šlo i přes to, že byl konec dlouho plánován, o emotivní životní událost, protože výroba v Orange fungovala 74 let a v některých případech v ní pracovalo za tu dobu několik generací jedné rodiny.

Fisher & Paykel zavře továrnu u Aucklandu. O práci přijde 186 lidí

Novozélandský výrobce prémiových domácích spotřebičů, kterého před pár lety koupil čínský Haier, se chystá uzavřít svou továrnu na chladicí techniku v East Tamaki nedaleko hlavního města země. Podle manažerů se o jejím konci hovořilo už delší dobu, nicméně pro mnohé zaměstnance byla zpráva „šokující“. Firma slíbila, že se pokusí většinu situací dotčených lidí najít alternativní práci a bude spolupracovat s vládními úřady.





Inteligentní technologie, které přinášejí inovace do vašeho domova.



Myčky s aktivním
sušením PowerDry.

Dokonale čisté a suché nádobí
za jednu hodinu.



Povrch iXelium™ nyní
i u indukčních desek!

Jedinečný lesk a odolnost.



Trouby
v nejnovějším
designu Absolute.

Kreativní pečení bez omezení.

www.whirlpool.cz

Nové vestavné řady

HOOVER



Značka Hoover uvádí v roce 2016 na trh 2 zcela nové a 4 oživené produktové řady vestavných spotřebičů, které byly představeny na veletrhu Eurocucina v Miláně. Zcela nová řada vestaveb Vanity vyniká elegantními tvary a kombinací skla a nerez v designovém provedení. Novinek se dočkala i řada spotřebičů řízených přes wi-fi síť Wizard, řada vestaveb Transparency, řady Prosign a Essence. Překvapením pro zákazníky bude jistě zcela nová řada rustikálních spotřebičů First Classic v elegantní starobílé či antracitové. Nové produktové řady Hoover nabízejí kvalitní materiály, skvělé výsledky vaření, velkou kapacitu, originální design, zkrátka vybere si každý.



Proč vestavné trouby Hoover?



Maxi trouby s extra velkou kapacitou 78 litrů

Kapacita maxitrub Hoover je 78 litrů, v případě pyrolytických modelů 73 litrů, a to při zachování standardních rozměrů trouby. Maxitrouba může být využita jako jeden velký pečicí prostor s 5 úrovněmi a lze v ní péct buď různé druhy cukroví najednou, anebo rovnou různé druhy pokrmů společně.



Dvojité trouby

Vybrané modely trub jsou tzv. dvojité, což znamená, že prostor trouby lze rozdělit na 2 zcela oddělené pečicí prostory. Horní a dolní pečicí prostor mohou být použity zvlášť, každý prostor má vlastní ventilátor, vlastní ovládání a lze v nich nastavit zcela odlišnou teplotu pečení. Výhodou je, že vůně z pokrmů se nemíchají, takže mohou uživatelé připravovat například rybu v prvním a grilovanou zeleninu ve druhém prostoru.



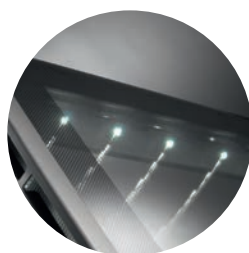
Distribuce tepla systémem PRO

Rovnoměrná distribuce tepla uvnitř trouby je zajištěna pomocí speciálních proudů PRO, které jsou inspirovány profesionálními troubami. Cirkulace tepla je podpořena 100 drobnými otvory ve vnitřním prostoru trouby, které umožňují rovnoměrnější distribuci horkého vzduchu a zabraňují ztrátě vlhkosti pokrmu.



Soft Close – pomalé dovírání dvířek

Trouby Hoover disponují konstrukcí dvířek s pomalým a tichým dovíráním, která zabraňuje nechtěnému zabouchnutí dvířek a samozřejmě zpomaluje opotřebení materiálu.



LED osvětlení ve dvířkách

Unikátní LED osvětlení se skládá ze 14 LED světlíků ve dvířkách trub, která zajišťují perfektní přehled o stavu pokrmu během celé doby pečení.



Příslušenství

Maximální praktičnost pro spotřebitele je pro nás důležitá, proto nabízíme modely vybavené teleskopickými pojezdy a různými druhy plechů. Novinkou je pak sonda na maso, která kontroluje teplotu přímo uvnitř připravovaného masa či ryby. Používají ji například i profesionální kuchaři pro pečení při nízkých teplotách.



Pyrolytické čištění nebo čištění pomocí páry?

Běžné znečištění trouby lze snadno odstranit pomocí páry, stačí 300 ml vody nalít do příslušného místa na dně trouby a aktivovat cyklus Hydro Easy Clean a za pouhých 30 minut už stačí setřít hadříkem zbylé nečistoty a trouba je jako nová a připravená k dalšímu použití. Pro hloubkové vyčištění je pak doporučeno pyrolytické čištění trouby, kdy je trouba zahřata na 500 °C a jsou odstraněny veškeré nečistoty způsobené používáním.

CANDY

CANDY

Je libo perfektně vychlazené víno? **Nová řada vestavných vinoték Candy**

Díky italskému DNA rozumíme důležitosti perfektní péče o Vaše nejoblíbenější vína. Víno potěší Vaše smysly pouze pokud jsou zachovány jeho vlastnosti díky vhodnému skladování. U vinoték Candy si můžete nastavit správnou teplotu a můžete uchovávat 7-38 lahví, dle druhu vybrané vinotéky. Správná teplota a vlhkost, žádné vibrace a ochrana proti světlu zajistí perfektní podmínky.



Digitální nastavení teploty

Nastavení správné a konstantní teploty je hlavní tajemství skladování vína v perfektních podmínkách. Pomocí digitálního displeje snadno nastavíte vhodnou teplotu.



Kontrola vlhkosti

Důležitá je pro víno i správně nastavená úroveň vlhkosti. Suché okolí je příčinou vysychání korku a oprati tomu příliš vlhké prostředí způsobuje vznik plísní. Vinotéky Candy nabízejí vlhkost mezi 50 a 80%, která je ideální pro skladování vín.



Automatická kontrola teploty

Pokud by teplota dosáhla příliš nízké hodnoty, kompresor se automaticky zastaví a ventilátor uvnitř vinotéky začne pozvolna zvyšovat teplotu.



Protivibrační systém

Kvalitní kompresor zajišťující chod zařízení omezuje vibrace na minimum a zároveň snižuje hlučnost vinoték. Proti drobným vibracím chrání lahve i dřevěné police.

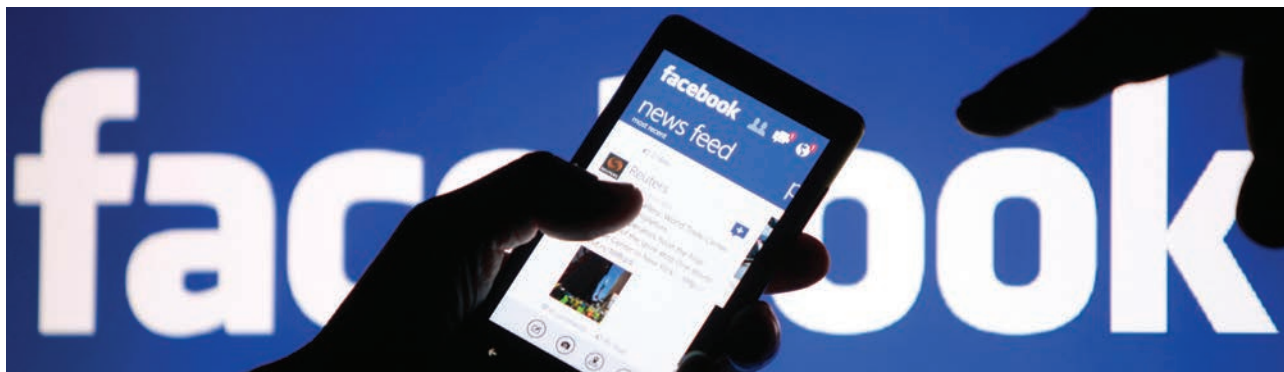


Vyměnitelné závěsy dvířek

Perfektně padne do každé kuchyně! U vinoték Candy lze měnit závěsy dvířek, aby se přesně hodila právě do Vaší kuchyně.

Co nabídne Facebook po konferenci f8?

Chatboty i rychlejší články pro všechny



Facebook ve dnech 12. a 13. dubna organizoval svou konferenci f8, určenou převážně pro vývojáře, ale zajímavou i pro lidi z marketingu a také pro uživatele. Představil na ní řadu povedených novinek, mimo jiné třeba z oblasti virtuální reality. My se ovšem zaměříme na ty zajímavosti, které jsou relevantní pro svět reklamních a PR profesionálů.

Nová platforma kolem Messengeru

Asi nejzajímavější oznámenou novinkou jsou „chatboti“. Ty Facebook firmám, které se věnují sociálnímu marketingu, zpřístupní jako součást služeb Facebook Messengeru. A co vlastně tito chatboti budou zač? Půjde o zautomatizované programy, s jejichž pomocí budou uživatelé moci přes chat na Facebooku například objednávat předplatné, zboží či služby, komunikovat s firmami a podobně.

Firmy si budou moci chatboty vytvářet samy nebo jejich tvorbu přenechat specializovaným partnerům Facebooku. V souvislosti s novou platformou pro firemní komunikaci prostřednictvím chatu se navíc objeví i nová forma placené reklamy. Nepůjde ale vlastně tak úplně o reklamu, spíše se jedná o zpoplatněné zprávy. Placené zprávy budou firmy moci poslat těm uživatelům, kteří je předtím prostřednictvím chatu sami kontaktovali, jako novou formu re-engagement komunikace.

API pro živé přenosy

Facebook Live je služba, která umožňuje přes největší sociální síť živě přenášet video. Není třeba dodávat, že pro marketing a komunikaci s veřejností jde o velmi praktickou funkci.

Nyní největší sociální síť přichází s programovacím API rozhraním, pomocí něhož bude možné funkce Facebook Live integrovat mnoha novými způsoby podle vlastní fantazie. Samy firmy si nyní určí, z jakého zařízení a jakým způsobem budou svá živá videa vysílat do světa.

Ve světě videa obecně Facebook při-

náš spoustu novinek. Vedle API pro Facebook Live to je také nová funkce na „crossposting“ videí na propojené facebookové stránky. Tedy funkce, která zjednoduší publikaci stejného videa na několika vašich stránkách současně. To přijde vhod hlavně velkým firmám, které pro své marketingové účely často mají ne jednu nebo dvě, ale někdy i desítky stránek na Facebooku.

Další novinkou ve světě videa pak je nové rozhraní Facebooku pro objevování videí. To by mělo zajistit, aby nejpopulárnější videa z největší sociální sítě nebyla vidět jen na stránkách a profilech, kde jsou publikována. Nyní je uživatelé budou moci najít i přes speciální vyhledávač a přes stránku s výběrem nejzajímavějších videí.

Profilová videa

Novinka nazvaná Profile Expression Kit přináší sice drobnou, ale o to zajímavější funkci, a vlastně se zase týká videa. Doposud totiž uživatelé i firmy mohli mít pouze profilový obrázek, tedy fotografii. Profile Expression Kit tuto skutečnost mění a nově dává na výběr. Uživatelé i firemní stránky si nyní místo profilového obrázku mohou zvolit i profilové video. Přestože profilové video bude mít omezenou délku, poskytne marketérům další možnost, jak uživatele zaujmout a vhodně jim přiblížit svůj produkt či značku.

Instant Articles pro všechny

Funkce rychlého načítání článků i s doprovodnými speciálními funkcemi je už na Facebooku skoro rok. Doposud ovšem

byla dostupná jen několika testovacím partnerům Facebooku, převážně velkým americkým vydavatelským domům.

Po ročním testování byla nyní funkce Instant Articles dotažena do takové podoby, v níž může být nabídnuta všem vydavatelům z celého světa. Rychlejší a jednodušší načítání článků tedy už nebude výsadou jen těch velkých, ale může jej pro svůj blog využít například i začínající blogger. A samozřejmě také všechny firmy, které se na internetu snaží zaujmout psaným slovem.

Články, které využívají tuto funkci, navštěvuje podle statistik Facebooku více lidí, častěji je skutečně čtou a také je více sdílí.

Konference f8 přinesla samozřejmě další množství zajímavých novinek, které nemají marketingové souvislosti. V již zmíněné oblasti virtuální reality to je například zařízení složené z asi 17 kamer, které zabírá své okolí v kompletním úhlu 360 stupňů a natočené video rovnou převádí do formátu použitelného pro virtuální realitu. Vzhledem k ceně tohoto zařízení ale uživatelům bude pravděpodobně bližší „virtual reality selfie stick“, s nímž si mohou přátelé udělat společnou selfie z nejznámějších míst světa, ať už jsou kdekoli, a to aniž by se všichni museli nacházet na stejném místě.

Facebook očividně nelení a plody své fantazie poctivě převádí do skutečných produktů. A my se tak už teď můžeme začít těšit na další konferenci f8, která se uskuteční zase za rok.

Jindřich Lauschmann



Jura uvede na český trh dva nové office kávovary. Na německém trhu s nimi slaví velké úspěchy

ŠVÝCARSKÝ VÝROBCE DOMÁCÍCH I PROFESIONÁLNÍCH AUTOMATICKÝCH KÁVOVARŮ PŘICHÁZÍ NA ČESKÝ TRH SE DVĚMA ZAJÍMAVÝMI NOVINKAMI. MODEL Y WE6 A WE8 DESIGNOVĚ PŘÍMO VYCHÁZEJÍ Z POPULÁRNÍCH DOMÁCÍCH STROJŮ E6, RESPEKTIVE E8. JSOU OVŠEM UPRAVENY PRO ZVLÁDNUTÍ VYSOKÉ ZÁTĚŽE, NAPŘÍKLAD V KANCELÁŘSKÉM PROSTŘEDÍ.

Intuitivní ovládání

Oba modely kávovarů jsou již v prodeji v Německu, kde se staly velmi rychle populární volbou pro menší a střední firmy. Posloužit mohou v malých penzionech či v menších hotelových barech coby jednoduché a komfortní řešení pro rychlou přípravu kávy. Oba používají nový mlyněk AromaG3 s 2× rychlejším mletím a o 60% menšími ztrátami mleté kávy. JURA na oba modely poskytuje záruku 25 měsíců nebo 16 000 vydaných káv.

JURA WE8

- Plnoautomatický kávovar
- Příprava espressa i mléčných kávových specialit na stisk tlačítka
- Systém I.W.S. – automatická detekce vodního filtru CLARIS
- Barevný TFT displej
- Zásobník na zrna s kapacitou 500g
- Nádržka na vodu o objemu 3l
- 47 990 Kč



JURA WE6

- Automatický kávovar
- Příprava espressa, ristretta a dalších druhů čisté kávy
- Systém I.W.S. – automatická detekce vodního filtru CLARIS
- Barevný TFT displej
- Zásobník na zrna s kapacitou 500g
- Nádržka na vodu o objemu 3l
- 37 990 Kč



Oba modely budou dostupné na českém trhu od června 2016. Pro více informací a objednávky strojů kontaktujte české zastoupení JURA.

www.jura.com



Concept oslavil 25 let.

Velkolepě a za účasti stovek hostů

Česká značka Concept působí na trhu už celé čtvrtstoletí! Své významné jubileum oslavila 1. dubna v kongresovém hotelu Jezerka za účasti téměř 350 hostů, kterým byla představena vize firmy pro nejbližší i vzdálenější budoucnost, stejně jako nejnovější výrobky.

Příběh značky Concept

Historie firmy se začala psát už v roce 1991, kdy Jindřich Valenta jako čerstvý absolvent střední ekonomické školy otevřel ve východočeské Chocni prodejnu s domácími spotřebiči. Počáteční úzké zaměření na rychlovarné konvice a konvektory dovážené z Německa se rychle rozšířilo, a tak v roce 1995 už zajišťovala firma výhradní distribuci španělské značky Ufesa, přičemž tentýž rok expandovala společnost na Slovensko a o pár let později také do Polska. Vůbec prvním výrobkem nesoucím označení Concept byl v roce 1995 ruční šlehač Concept 100. Jako značka se Concept představil až v roce 2001 a dynamický rozvoj, kdy se z počátečních dvou zaměstnanců rozrostla společnost na současných víc než 60 lidí, umožnil v roce 2008 prezentovat také vlastní vestavné spotřebiče. Cílem firmy je dodávat na trh „conceptní“ řešení v podobě kvalitních výrobků dostupných za rozumnou cenu.

Nabitý program

Ještě před samotným začátkem akce pro obchodní partnery proběhla v hotelu dopolední prezentace pro zaměstnance značky Concept, při níž Jindřich Valenta nastínil novou vizi pro následující roky. Při této příležitosti byly také spuštěny nové webové stránky s moderním designem a funkcemi – přibyla například produktová videa, sekce poradny, lepší fotogalerie a celkově přehlednější prezentace výrobků.

Odpoledne už se začali do hotelu sjíždět hosté z řad resellerů, pro něž nebyla akce pouhou oslavou 25. narozenin značky, ale



současné kontrakční výstavou, při které mohli za zvýhodněných podmínek objednat zboží. Že není byznys jen o samotném byznysu, se mohli sami přesvědčit díky řadě příjemných aktivit, jako byl luxusní wellness, možnost zaplavat si v bazénu, zahrát bowling nebo vyzkoušet laserovou střelnici.

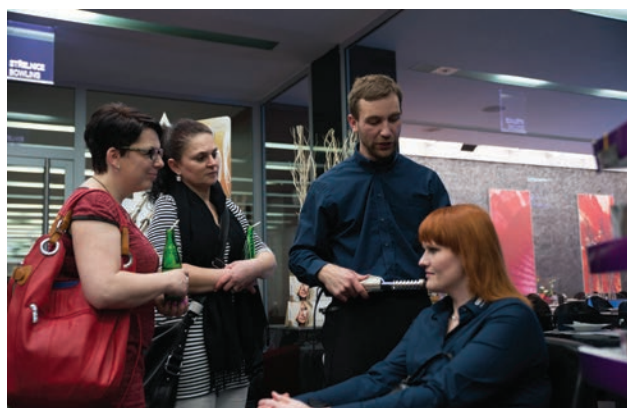
Od 15 hodin probíhala prezentace výrobků, zejména novinek pro rok 2016 včetně těch, které na trhu ještě nejsou. Velký zájem projevili prodejci kupříkladu o šnekové odšťavňovače LO-7065 (stříbrná), LO-7066 (černá) a LO-7067 (bílá). Nebo planetární kuchyňský robot RM-5000 a smoothie mixér SM-3000, jenž je první vlašťovkou z nové řady Premium Line pro náročnější zákazníky.

Samozřejmě byly hvězdami dne i vestavné spotřebiče Concept a loni na podzim na trh uvedené volně stojící sporáky.



Velké spotřebiče

V prostorách hotelu se nacházelo několik stánků jak pro velké, tak pro malé spotřebiče, přičemž v každé zóně byly prezentovány stěžejní výrobky a novinky. Například v kategorii sporáků to byly samozřejmě 60 cm široké modely, jichž má Concept nejširší nabídku na trhu. Přímou na místě se v nich pekly výborné české buchty, které mohli návštěvníci ochutnat. Řada retro chladniček zase po otevření překvapila „retro“ obsahem a v části věnované „českým americkým“, tedy americkým chladničkám značky Concept, probíhala soutěž o jejich obsah v podobě pilsnerského piva v hodnotě 3000 Kč. Soutěžilo se na hokejovém trenážeru a vítězem se stal ten, kdo dal nejvíce gólů. V kategorii vestavných spotřebičů byly odhaleny novinky v černé a bílé barvě.



Malé spotřebiče

Svůj tradiční segment značka Concept rozhodně nezanedbává, a tak měla připraveno stánkové s profesionálním kadeřníkem, na jehož služby čekali hosté dlouhou frontu. Při práci samozřejmě používal spotřebiče řady Concept Golden Care.

U vysavačů byly k vidění nejžhavější novinky, které na místě prezentoval „LI-ION man“ – jak už z jeho přezdívky vyplývá, byly novinkami akumulátorové tyčové vysavače s kvalitními Li-Ion bateriemi s dlouhou životností.

Hosté měli k dispozici bohatý raut a bar, kde pomocí mixérů a odšťavňovačů Concept vznikaly i chutné smoothie koktejly, ledová káva či zdravé šťávy. Během tří hodin tak zmizelo 75 vaniček jahod, 20 kg banánů, 75 l mléka, 5 pytlů špenátu, 20 kg pomerančů a spousta dalšího ovoce a zeleniny. Ve večerních hodinách vystoupila oblíbená kapela Las Vegas a později se o zábavu staral DJ Jarda Brejl, který hrál až do časných ranních hodin.

„Celých 25 let stála firma Concept na výborném týmu lidí. Cítím, že současný tým je ten nejlepší, který se v naší společnosti sešel, jeho výborná sešlost se jen potvrdila dobře zorganizovanou oslavou narozenin, na kterou jsem slyšel jen chválu. Důležité je, že celý náš tým má touhu budovat značku Concept a posouvat ji výš a výš. Přáním je, aby dalších 25 let značky Concept bylo ještě zářivějších, a věřím, že to zákazníci pocítí už v průběhu letošního roku.“

Jindřich Valenta, zakladatel a majitel firmy Concept



Luboš Filip: Propojujeme stále intenzivněji naši nabídku malých a velkých spotřebičů.

Značka se posouvá do vyšších segmentů

Český Concept pokračuje v růstu a posilování své pozice na trhu. Firma se nadále dynamicky rozvíjí a má velké plány v kategorii velkých domácích spotřebičů, jejíž rozvoj je pro ni do budoucna prioritou. Právě na téma velké bílé techniky a „vestaveb“ s námi hovořil Luboš Filip, obchodní ředitel pro MDA sortiment.



Značka Concept má v nabídce velké domácí spotřebiče včetně těch vestavných už poměrně dlouho, nicméně usilovněji se v tomto segmentu angažuje poslední dva až tři roky. V čem se změnila strategie firmy? A co je pro ni v oblasti velkých spotřebičů aktuálně nejpodstatnější?

Abych byl upřímný, strategie se vlastně nezměnila, ale před těmi dvěma až třemi lety se majitel firmy, pan Valenta, rozhodl více angažovat na trhu velkých spotřebičů. Vnímám, čeho se podařilo dosáhnout v kategorii spotřebičů malých, a s velkými chtěl na tento úspěch navázat. Není žádným tajemstvím, že v hodnotách prodeje je trh MDA jednoznačně významnější, takže být součástí tohoto trhu a postavit jeho rozvoj v rámci značky Concept na úspěchu s SDA bylo logické. Jindřich Valenta vidí ve velkých spotřebičích jednoznačně potenciál pro rozvoj firmy a její budoucnost. Zastřešující myšlenkou pro aktuální aktivity značky Concept je nabídnout komplexní a „konceptní“ řešení pro celou domácnost. Naším aktivitám na trhu velkých spotřebičů také přeje současná ekonomická situace, která v kombinaci se stabilním zázemím firmy umožňuje posouvat se dál. Jde nám o to nabídnout zákazníkům kvalitní výrobky, kvalitní služby a kvalitní design.

Rozšiřování o nové produktové kategorie vnímáme dlouhodobě. Které

spotřebiče se vám nejlépe prodávají? A na které se chcete intenzivněji zaměřit do budoucna?

Nejlépe se jednoznačně prodávají volně stojící chladničky a jsou pro nás nejdynamičtější segmentem. Aktuálně máme v nabídce už druhou generaci takzvaných „českých amerik“, které jsou unikátním výrobkem na trhu, protože mají šířku 80 cm. Možná tomu nebudete chtít ani věřit, ale jejich první generace byla dle výsledků GfK v kategorii chladniček „3+“ v roce 2015 lídrem trhu. Paradoxně jsme předběhli všechny velmi silné a globální značky navzdory tomu, že nejsme značka zaměřená vyloženě na chladicí techniku. Ukázalo se, že projekt „českých amerik“ byl trefou do černého. Zajímavé také je, že se tyto modely nejlépe prodávají online, zatímco naše nové retro kombinované chladničky jdou na odbyt v tradičních kanálech. Na podrobnější hodnocení retro kolekce je nicméně brzy, protože jsou reálně na trhu teprve 4 měsíce. Prvotní reakce z trhu jsou každopádně velmi pozitivní. Co mohu ale říct, je to, že obecně jsou všechny naše chladničky vysoce kvalitní, jak designově, tak dílensky. Můžeme je proto prezentovat kdekoliv.

Do budoucna se pak chceme zaměřit na vestavné řady, zejména z hlediska uceleného designu a nových technologií. Zde očekáváte významné změny už ve druhé polovině tohoto roku.

Nemohli jsme si samozřejmě nevšímat nedávné aktualizace vašeho webu, který doznal značných změn. Co nabízí ve srovnání se starší verzí?

Spuštění nových stránek je pro nás velkou událostí, protože ty původní už byly zastaralé. Potřebovali jsme nutně update, abychom byli blíž koncovému zákazníkovi a měli platformu, která poskytne maximální podporu produktům. Web obsahuje lepší fotogalerie, ale nově také videa, která si připravujeme sami, nebo poradnu. Důležitá je přehlednost prezentace a responzivní design, díky kterému jsou stránky dobře zobrazeny také na přenosných zařízeních. Do budoucna chceme, aby byl web ještě interaktivnější a objevily se na něm různé aplikace v souvislosti s prezentací produktů.

Na stránkách je také speciální sekce „Black & White“. Co všechno v rámci této řady nabízíte?

Řada Black & White spolu s nerezovými spotřebiči řady Premium je nový směr, kterým se vydáváme. Postupně naplňujeme a kompletujeme nabídku, abychom poskytli komplexní řešení pro celou domácnost, a to ve třech konzervativních barvách – černé, bílé a v nerez. Cílem je propojení MDA a SDA portfolio, které ještě není úplně vidět, ale už k němu postupně dochází. Například v řadě Premium máme 16cívkovou flexibilní indukč-



ní desku s moderními funkcemi, nese označení IDV5660. V koncové ceně bude za 15 000 Kč, což nás posouvá v indukčních deskách za hranici 10 000 Kč, která pro nás byla dříve limitem. O tom, že jdeme správnou cestou, hovoří například i to, že jenom během naší nedávné kontrakční výstavy se prodalo těchto desek 50 kusů.

Na jakého zákazníka se svými vestavnými spotřebiči cílíte? A jaké jsou jejich primární prodejní kanály?

Cílíme na rodinu, především se soustředíme na ženy mezi 20 až 40 lety. Vycházíme také z toho, že vaření je v současnosti o zážitku. A jak nedávno poznamenal náš majitel pan Valenta, chceme tento fakt reflektovat v našich výrobcích už při jejich přípravě do výroby, jde nám o užitečné vlastnosti, které chceme komunikovat online. To mě vrací opět k našemu novému webu jakožto hlavnímu nástroji pro tuto komunikaci.

Co se týče prodejních kanálů, největších objemů prodeje dosahujeme v sítích nábytkářských specialistů a v nezávislých kuchyňských studiích. Důležitým se pro nás stává také kanál hobby marketů „do it yourself“, kde v jednom řetězci v rámci jejich shop in shopu nově vystavujeme. Dokonce jsme nahradili jednu tradiční značku, která byla pro tuto síť doposud dodavatelem.

Loni na podzim jste po dlouhém plánování uvedli na trh volně stojící sporáky. Jde o celkem ambiciózní projekt vzhledem k jasné dominanci tradiční české

značky v této oblasti. Jak na váš vstup do segmentu reagoval trh? A jak jdou sporáky na odbyt?

Myslím, že nelze říct, že by tradiční značka dominovala. Ano, podle výsledků GfK jsou stále lídri, ale „dvojka“ jim začíná šlapat na paty. Podle mého názoru se v horizontu 4 až 5 let trh sporáků výrazně změní, a dokonce si troufnu říct, že se změní i pořadí firem.

My za sebou máme 4 měsíce prodeje a na podrobné hodnocení je brzy. Dosaďovací prodejní výsledky nám potvrdily, že místo na tomto trhu pro nás je, sporáky se prodejcem líbí a úspěšně pokračujeme v rozšiřování naší distribuční sítě pro toto zboží. Komplexnější hodnocení bych nechal na druhou polovinu roku.

Můžete ještě prodejům krátce shrnout, v čem jsou vaše sporáky výjimečné a proč by je měli prodejci zalistovat?

Máme největší nabídku na trhu v šířce 60 cm, ostatně tyto sporáky se nám také nejlépe prodávají, protože jedinečnost portfolia prodejci ihned zaznamenali. Ojedinělý je samozřejmě náš „double-oven“ model, tedy sporák se dvěma zcela oddělenými troubami, kde lze připravovat dva pokrmy při různé teplotě a nastavení odlišné pečicí funkce. Ještě stále jsme jediní, kdo ho v Česku dodává na trh. Dále se nám velmi dobře prodává bílý 60 cm model SVK8060 s nejlepší výbavou na trhu – dodáván je s otočným rožněm, teleskopy, 8,5 l plechem, dvířky se 3 skly, inteligentním programátorem, wok hořákem a litinovými mřížkami. To vše v koncové ceně 12 000 Kč. A ještě mu-

sím zmínit, že jsme jediní, kdo v kategorii volně stojících sporáků nabízí modely s ochlazovacím ventilátorem – týká se to nerezových variant.

V posledních letech se stal velkým tématem servis a prakticky celý trh mu věnuje velkou pozornost, protože kvalita služeb může pomoci s udržením zákazníka. Jak řešíte servis velkých spotřebičů vy?

Z 90 % používáme „in house“ řešení, tedy vlastní síly. Servisní technik jedoucí k zákazníkovi je náš zaměstnanec, profesionálně proškolený a specializující se pouze na naše spotřebiče. Externího partnera v podobě společnosti BMK servis používáme pouze pro kategorii chlazení. Servisní služby jsou pro nás velkým tématem, stejně jako pro všechny ostatní. Personálně jsme proto servis posílili a založili letos v prvním čtvrtletí vlastní klientské centrum, protože naším cílem je rychlá a jednoduchá obsluha zákazníka. Servisu věnujeme minimálně stejnou pozornost jako prodeji.

Jaké produktové novinky chystáte k uvedení v tomto roce?

Budeme rozšiřovat naši rodinu „českých amerik“ o technologicky vyspělou nerezovou variantu s funkcí No Frost. Více ale nyní prozradit nemohu. V souvislosti s řadami Black & White a Premium přijde ve třetím kvartálu na trh ucelená nabídka designově sladěných vestavných trub i myček, doplněná o varné desky a odsavače. Půjde o velkou obměnu hlavně v segmentu trub.



gorenje

BY

S+ARCK®

UNIKÁTNÍ DESIGNOVÁ KOLEKCE OD SVĚTOZNÁMÉHO DESIGNÉRA PHILIPPA STARCKA

NOVÁ KOLEKCE KUCHYŇSKÝCH SPOTŘEBIČŮ GORENJE JE NAVRŽENA JEDNÍM Z NEJTALENTOVANĚJŠÍCH NÁVRHÁŘŮ, UZNÁVANÝM PO CELÉM SVĚTĚ, PHILIPPEM STARCKEM. KOLEKCE SE VYZNAČUJE ŠPIČKOVÝMI TECHNOLOGIEMI A VÝJIMEČNOU ENERGETICKOU ÚČINNOSTÍ. VŠECHNY SPOTŘEBIČE MAJÍ SLADĚNÝ DESIGN, JEHO ELEGANCE STOJÍ JAK NA ČISTÝCH LINIÍCH, TAK VYSOKÉ KVALITĚ DÍLENSKÉHO ZPRACOVÁNÍ. MINIMALISTICKÝ DESIGN S VYSOCE ODOLNÝM ODRAZOVÝM SKLEM A NEREZOVOU OCELÍ PŘIROZENĚ SPLYNE SE SVÝM OKOLÍM A DOSLOVA SE STANE ODRAZEM ŽIVOTNÍHO STYLU A OSOBNOSTI VAŠICH ZÁKAZNÍKŮ.

www.gorenje.cz

TROUBY

Špičkové trouby Gorenje by Starck nabízejí kapacitu až 75l ve standardních modelech a 53l v kompaktních mikrovlnných variantách. Ovládají se pomocí dotykové obrazovky s jednoduchými a srozumitelnými symboly. Vnitřní prostor má takzvaný „HomeMade“ tvar, inspirovaný tradičními troubami na dřevo. Výhodou této konstrukce je volnější cirkulace horkého vzduchu a rovnoměrnější pečení, o které se také stará systém MultiFlow 360°. Chybět nemůže ani nejúčinnější pyrolytické čištění. Ať už budou vaši zákazníci péct pro mnoho hostů, nebo jen pro sebe, vždy mohou očekávat perfektní výsledky.

PLYNOVÉ VARNÉ DESKY

Tyto designové skvosty používají vysoce účinné hořáky, díky kterým jsou ještě o 10 % účinnější a snižují tím spotřebu plynu. Masivní litinové mřížky se pak stanou akcentem celé kuchyně.

INDUKČNÍ VARNÉ DESKY

Indukční desky poskytují vysoký výkon a účinnost spolu s množstvím užitečných funkcí. Například aktivaci PowerBoost Supreme výrazně zkrátíte dobu ohřevu – 2l vody uvede deska k varu za pouhé 4,2 minuty. Čistý design desek podtrhuje jednoduché dotykové ovládání.

ODSAVAČE

Po vaření ani stopa. Nejnovější technologie AdaptTech rozpozná množství par nad deskou a reguluje podle toho výkon odvodu. Inovativní systém perimetrického odsávání vzduchu P.A.S. System udrží vzduch v kuchyni vždy čistý, čerstvý, a to bez přílišného hluku. Za pozornost stojí také ovládání v podobě podsvětlených ikon přímo v nerezovém panelu, LED světla, časovač a funkce osvěžení, která digestoř každou hodinu aktivuje a po dobu 5 minut osvěžuje vzduch v místnosti.

CHLADNIČKY

Intuitivní chladničky s mrazničkou přizpůsobí svůj chod zákaznickým zvykům. Technologie AdaptTech zaznamenává, jak často a kdy jsou otevírány její dveře. Podle toho nastaví vhodné svůj chod pro udržení optimální teploty bez jejího kolísání. Potraviny tak nejsou vystavovány teplotnímu šoku. Premiová vnitřní výbava obsahuje například víceúčelovou polici, na které lze kupříkladu skladovat pohodlně i lahve, nebo přihrádku CrispZone s nižší teplotou pro ovoce a zeleninu. Funkce IonAir s MultiFlow 360° zajišťuje rovnoměrnou distribuci chladu a ionizovaného vzduchu prodlužujícího čerstvost potravin. Samozřejmostí je systém NoFrost Plus zabráňující tvorbě námrazy bez chlazení části pro čerstvé potraviny suchým vzduchem. Naopak se stará o vytváření ideálního mikroklimatu v chladicí části.



MIKROVLNNÉ TROUBY

Stylové řešení pro rušné dny. Špičková technologie bez otočného talíře rovnoměrně ohřeje, rozmrazí nebo uvaří chutné a výživné jídlo v okamžiku.

OHŘEVNÉ ZÁSUVKY

Funkčnost kompaktních trub lze dále rozšířit o ohřevnou zásuvku, dostupnou jako samostatný výrobek. Zásuvka se instaluje přímo pod troubu. Celá kompozice kompaktní trouby a zásuvky dokonale zapadne do výřezu v kuchyňském nábytku, navrženého pro klasické vestavné trouby. Zásuvku můžete využívat pro ohřev nádobí nebo pro ohřev jídla.

DEKORAČNÍ PANELE

Jsou to detaily, které dělají rozdíly. Dejte kuchyni poslední tečku s elegantním reflexním dekoračním krytem na myčku, který nikdy nevyjde z módy.





Vestavné chladničky už nejsou tolik v kurzu. Jejich trh je ale nadále významný

Větší důraz na designově zajímavé zpracování spotřebičů včetně volně stojících chladniček je zjevný napříč prakticky všemi značkami. Touhu skrýt chladničku před světem do kuchyňského nábytku nyní střídá touha naopak ji ukázat a těšit se z jejího provedení. Mnoho spotřebitelů přesto nadále raději volí vestavbu, a tak zařazujeme do vydání menší přehled těchto modelů v nejpoblábnějším provedení – kombinace s mrazákem dole.

Když zákazník vybírá chladničku do nové kuchyně, bývá jedním z prvotních faktorů výběru to, zda půjde o volně stojící, nebo vestavný model. Obzvláště v případě klasických kombinací standardní šířky. Při pohledu na nabídku na trhu hovoří většina aspektů výběru pro volně stojící model. Proč? V první řadě mívají tyto chladničky větší vnitřní objem, i když u některých vestavných modelů se tento handicap podařilo vyřešit. Dalším důvodem může být širší nabídka, případně to, že u některých

výrobci získávají nejnovější technologie volně stojící modely a že jsou také často úspornější. A pak samozřejmě cena. Volně stojící chladnička srovnatelných nebo i lepších parametrů je levnější než ta vestavná. Když budeme upřímní, pokud zákazník vyloženě vestavbu nechce z důvodu, aby spotřebič nebyl vůbec vidět, nemá mnoho důvodů vykročit touto cestou. Ano, jedna určitá výhoda tu je, zpravidla nižší hlučnost – některé relativně nové volně stojící modely ale už stlačily svou hlučnost pod 40 dB(A), takže označit ty vestavné jednoznačně za tišší také nelze.

Z tržního hlediska je ovšem segment vestavného chlazení jednoznačně zajímavý, protože jak vyplývá i z dat GfK doplňujících tento článek, dosahuje průměrná cena prodané vestavné chladničky výrazně vyšší sumy než u té volně stojící. Optikou marží i toho, že vestavný model vyžaduje odbornou montáž, jde jednoznačně o zajímavý prodejní artikl.

Chladniček vestavného typu najdeme na trhu mnoho druhů včetně těch typu side by side, podstavných, monoklimatických a jiných. Do přehledu jsme vybrali 8 klasických kombinovaných modelů předních značek. Jedná se o pestrou paletu výrobků různých cenových kategorií a technologické vyspělosti.



AMICA BK 316.3 FA

177,6 cm vysoká a 54 cm široká chladnička spadá se spotřebou 270 kWh za rok do energetické třídy A+. Vnitřní objem chladicí části dosahuje 190 l, mrazicí potom 56 l. Uvnitř chladničky najdete jak antibakteriální povrch, tak skleněné police doplněné o držák na lahve a úsporné LED osvětlení. Při výpadku proudu udrží spotřebič teplotu po dobu 11 h. Jeho mrazicí kapacita činí 3 kg / 24 h.



BEKO BCN 130001

Vybavenější model značky Beko nese označení energetické třídy A++ a za rok spotřebuje 238 kWh. Jelikož používá technologii NeoFrost, má oddělené chladicí okruhy, takže ani v jedné části nevzniká námraza a současně je v chladicí zóně optimální úroveň vlhkosti vzduchu pro skladování čerstvých potravin. Nepostrádá nulovou zónu, LED osvětlení ani antibakteriální těsnění. Chladicí část má objem 172 l, mrazicí 65 l. Mrazicí kapacita je 2,5 kg / 24 h a akumulací doba 20 h. Hlučnost nepřesahuje 42 dB(A). Spotřebič je 177,7 cm vysoký a 55,6 cm široký.

BOSCH SERIE 4 KIV86VS30

Tato vestavná chladnička používá elektronické ovládání s LED ukazateli. Ročně spotřebuje 231 kWh energie a to ji řadí do energetické třídy A++. Chladnička určitě zaujme svým tichým provozem, jelikož u ní hlučnost dosahuje pouze 38 dB(A). Chladicí část o objemu 191 l osvětlují LED žárovky. Uvnitř najdete mimo jiné zásobník na zeleninu s regulací vlhkosti. Mraznička typu LowFrost obsahuje jednu extra velkou přihrádku BigBox. Celkem má objem 76 l a lze pro něj aktivovat funkci „supermrazení“. Zmrazovací kapacita má hodnotu 4 kg / 24 h a odolnost proti výpadku proudu 24 h. Výška chladničky je 177 cm, šířka 54 cm.



CANDY CKBC3380EE/1

Tato 185 cm vysoká chladnička s šířkou 54 cm má celkový objem 266 l, který se dělí mezi chladicí a mrazicí část v poměru 206 l ku 66 l. Jelikož se jedná o model se statickým typem chlazení, používá mechanické ovládání. Uvnitř chladicí části se vedle klasické zásuvky na zeleninu nachází ještě fresh zóna s nižší teplotou. Chladnička vydává hluk na úrovni 40 dB(A). Ročně spotřebuje 213 kWh energie a spadá do energetické třídy A++. Zmrazovací kapacita je 3,5 kg / 24 h, doba skladování při poruše 18 h.



Chlazení na českém trhu podle GfK

Prodej chladniček a kombinací vzrostl za uplynulý rok o necelých 6 %, tržby se ve sledovaných odbytových cestách zvedly o 9 %. Podíl vestavb zůstal meziročně stabilní, z celkových tržeb pokryl 13 %. Nejvyšším tempem se zvýšila hodnota trhu v prosinci – s takřka 30 % meziročním přírůstkem, který generoval volně stojící i vestavný sortiment.

Průměrná investice do chladniček a kombinací narostla za minulý rok na částku 9 800 korun. Za vestavby zaplatili kupující v průměru 13 100 korun, do volně stojících investovali o 3 700 korun méně. Zájem o vestavný sortiment v ceně do 10 000 korun meziročně mírně klesl, přesto z celkové poptávky pokryl necelých 40 %. Také u volně stojícího chlazení se oproti roku 2014 snížil podíl segmentu do 10 000 korun o čtyři procentní body, nadále však zajišťoval podstatnou část jeho objemu prodeje – vloni přibližně dvě třetiny.

Zdroj:
Zdeněk Bárta
Consumer Choices
Director CZ&SK,
GfK Czech

ELECTROLUX ENN3154AOW

Technologicky vybavenější vestavné chladničky reprezentuje v přehledu tento model značky Electrolux, který používá oddělené chladicí okruhy (systém Twin-Tech) a udržuje v chladicí části optimální vlhkost vzduchu. Současně je ale mraznička beznámrazová, tedy typu No Frost. Objem chladicí části je 228 l a mrazicí 64 l. Zmrazovací kapacita potom 8 kg / 24 h a akumulace doba 21 h. Nastavení spotřebiče se provádějí elektronicky přes přítomný LCD displej. Rozměry chladničky jsou 184,2 cm výška a 54 cm šířka. Hlučnost činí pouhých 39 dB(A).



FAGOR FIC5425A

Zástupce značky Fagor používá beznámrazový systém Total No Frost a udržuje bez námrazy jak chladicí, tak mrazicí část. Teplota se u ní reguluje elektronicky, přičemž ročně chladnička spotřebuje 265 kWh. Na energetickém štítku v jejím případě naleznete označení A+. Vnitřní objem je 173 l u chladicí části a 47 l u mrazicí. Zmrazovací kapacita dosahuje 5 kg / 24 h a akumulace doba 14 h. Výška spotřebiče je 177,3 cm a šířka 54 cm.

GORENJE NRKI5181LW

Vestavná chladnička slovinské značky má výšku 177,5 cm a šířku 54,5 cm při celkovém vnitřním objemu 260 l. Z toho připadá 200 l na chladicí zónu a 60 l na mrazicí. Jedná se o elektronicky řízený spotřebič s beznámrazovou technologií No Frost, konkrétně NoFrost DualAdvance, který sice eliminuje námrazu v mrazničce, ale nevysušuje potraviny v chladicí části. Ročně spotřebuje tento model 293 kWh energie, a tak spadá do energetické třídy A+. Za 24 h zmrazí 7,5 kg potravin. Pokud dojde k poruše, udrží je v bezpečí po 13 h.



WHIRLPOOL ART 8814/A+++ SFS

Přehled uzavírá 177 cm vysoká a 55,7 cm široká chladnička s technologií 6. smysl FreshControl, která neustále kontroluje vnitřní prostor a udržuje v něm optimální vlhkost i teplotu. Potraviny díky tomu vydrží až 4× déle čerstvé. Kromě toho používá antibakteriální filtr a osvětlení Star Light pro dokonalý přehled o obsahu chladicí části. Mraznička není beznámrazová, ale typu StopFrost, kdy se námraza kumuluje zejména na speciální desce v její horní části. Tu stačí jednou za čas vyjmout a opláchnout. Spotřebič patří mezi velmi úsporná řešení, protože je řazen do energetické třídy A+++. Roční spotřeba dosahuje 156 kWh. Vnitřní objem chladničky je 195 l, mrazničky 80 l. Hlučnost je pouhých 35 dB(A).

JE CELÁ ŽHAVÁ
CHLAZENÍ,
KDYŽ MÁTE Z KUCHYNĚ
VINÁRNU

Amica

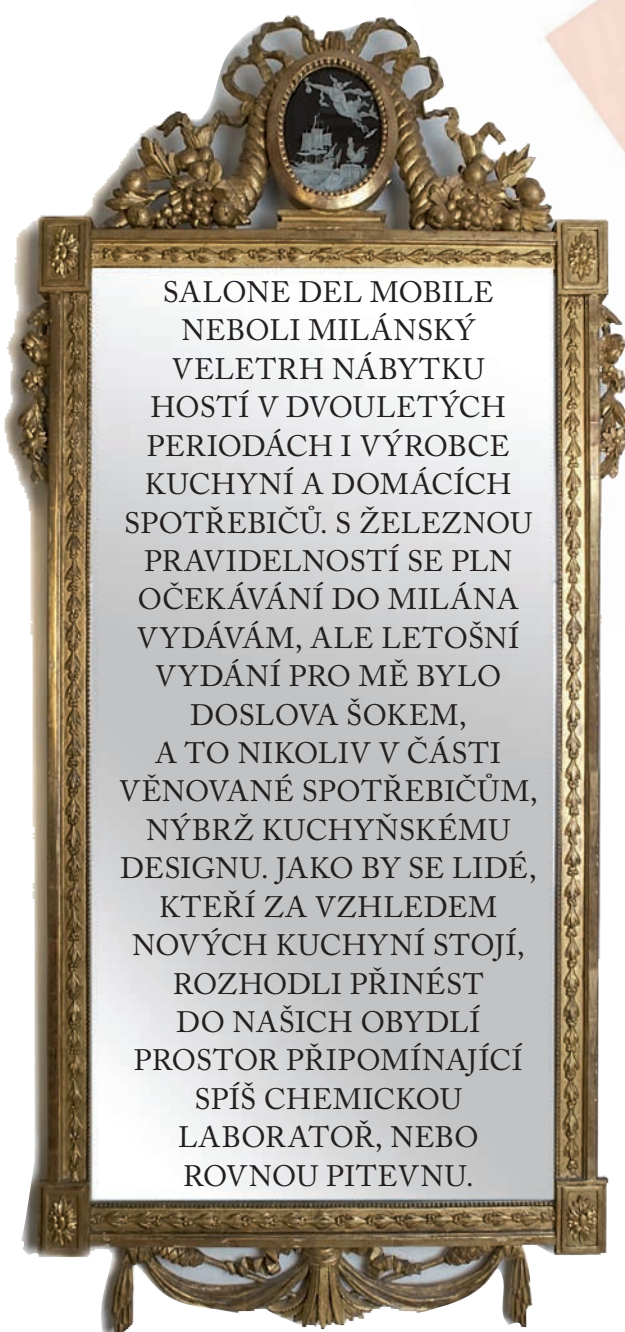


Praktičtější lednice díky funkci rychlého chlazení

Chladničky Amica se stanou opravdovou ozdobou vaší kuchyně. Tyto krásné společnice vám navíc vytrhnou trn z paty, pokud se objeví nečekaní hosté. Díky funkci rychlého chlazení totiž zchladí právě přinesené nápoje na správnou teplotu a vy si tak můžete vychutnat chvíle s přáteli.



Když v jednoduchosti už není krása



SALONE DEL MOBILE
NEBOLI MILÁNSKÝ
VELETRH NÁBYTKU
HOSTÍ V DVOULETÝCH
PERIODÁCH I VÝROBCE
KUCHYNÍ A DOMÁCÍCH
SPOTŘEBIČŮ. S ŽELEZNOU
PRAVIDELNOSTÍ SE PLN
OČEKÁVÁNÍ DO MILÁNA
VYDÁVÁM, ALE LETOŠNÍ
VYDÁNÍ PRO MĚ BYLO
DOSLOVA ŠOKEM,
A TO NIKOLIV V ČÁSTI
VĚNOVANÉ SPOTŘEBIČŮM,
NÝBRŽ KUCHYŇSKÉMU
DESIGNU. JAKO BY SE LIDÉ,
KTERÍ ZA VZHLEDEM
NOVÝCH KUCHYNÍ STOJÍ,
ROZHODLI PŘINÉST
DO NAŠICH OBYDLÍ
PROSTOR PŘIPOMÍNAJÍCÍ
SPÍŠ CHEMICKOU
LABORATOŘ, NEBO
ROVNOU PITEVNU.

Do Milána jsem vyrazil opět na pozvání společnosti Whirlpool, která na místo vezla také vybrané obchodní partnery z Česka a Slovenska. Před dvěma lety jsem absolvoval EuroCucinu v podobné sestavě, nicméně z veletrhu jsem měl tehdy úplně jiný dojem – ukázal design a trendy, jež ve mně vyvolaly nadšení, navíc šlo o prvky poměrně rychle pronikající také do českých domácností. Intenzivnější propojování obývacího pokoje s kuchyní, stírání rozdílů mezi kuchyňským a pokojovým nábytkem, velký návrat dřeva s hrubějším opracováním, vše pestré, hravé a příjemné. Nikoliv však letos.

Když jsem vstoupil do první expozice značky Rossana, ještě jsem si říkal, že jde o nějaký výstřelek. Mohutné kamenné desky tvořící dokonce dřezovou část, černé skříňky i stěny a černo-zlaté vodovodní baterie. Okázalost, ovšem dýchající chladem, takovým tím, kdy vidíte drahou naleštěnou kuchyň, ale víte, že v ní nikdy nikdo bábovku péct nebude. A už vůbec to není místo, kde byste chtěli popíjet ranní kávu a číst si noviny. Inu, vydal jsem se o dům dál a vstoupil do expozice značky ELAM, kde jsem, jak se později ukázalo, objevil jednu z mála kuchyní s dřevěnými prvky. Jenže co naplat, když kuchyňskou linku tvořil podivný soliterní pult z umělého kamene, který mě v myšlenkách přenesl zpět do dětství. Vzpomínka to byla příjemná, na návštěvu u mého dědečka v laboratoři na VŠCHT. Sem designéři asi nemířili. Sterilní laboratorní stůl doma fakt nechci, i kdyby na něm děda předváděl sebeefektivnější pokusy. Rychlý přesun ke kuchyním Dada a třetí šok – definitivně jsem se utvrdil v tom, že letošní EuroCucina nemá s tou minu-

lou vůbec nic společného a že designéři museli zešílet. Opět soliterní pult, umělý kámen, přílišná strohost, chlad, nuda. U rakouských Steininger Designers mě při příchodu pobavilo heslo pod jejich logem: „Maybe no kitchen at all“ (Možná to vůbec není kuchyň). Ano, pánové, máte pravdu, zatím jsem tady moc skutečných kuchyní neviděl. Rakouským sousedům bych však trochu křivdil, protože v jejich případe mě alespoň zaujal modulární design pracovních pultů. Jenže, opět tmavý nebo černý kámen, vše studené a bez života.

A tak jsem šel zase o pár metrů dál. Zahlédl jsem expozici španělského výrobce Porcelanosa. Temperamentní Pyrenejský poloostrov, říkám si, to bude konečně něco živoučkého a příjemného. Chyba lávky! Tady už jsem vstoupil do kuchyně Spalovače mrtvol, jak glosoval později při prohlížení mých fotek někdo z naší výpravy. Vše bílé až na šedý pracovní pult, naprosto čisté linie, maximální strohost. Opravdu by zde šlo natáčet nějaký dramatický film, například o útoku biologických zbraní a hlavní hrdinka, v podobě modelkovsky krásné doktorky, by v této „kuchyni“ zachraňovala svět.

Bída pokračovala dál, ani italský Snaidero Design nijak nevybočil z EuroCucinu pohlcujících trendů příliš dokonalé čistoty a jednoduchosti. Německý LEICHT přivezl zase částečně bílý a částečně černý ostrůvek s varnou deskou a podivně umístěným dřezem. U této expozice jsem se alespoň na chvíli zastavil. Doma bych to mít nechtěl, ale vyhraněný kontrast černé a bílé byl přinejmenším zajímavý.

Pokračoval jsem dál halou a víceméně se všude opakovalo to samé a začalo mi vše splývat v jednu šedou šmouhu. Když zjednodušíte design výrobků na pouhé úsečky a výrobek zůstane na úrovni prvotních náčrtů ve skicáku, těžko se odlišíte od konkurence. Vyrobit celokovový soliterní pult a vytvarovat do něj dřez, jako italský Arrital..., no přímočařejší už být prostě nemůžete...

Jsem člověk, který se řídí heslem „V jednoduchosti je krása“, ale nic se nesmí přehánět. Ve většině prezentovaných kuchyní na veletrhu mi chyběl autorský otisk, určitá výjimečnost, která by mému mozku umožnila si kuchyň spojit s danou firmou, jejím stylem a filozofií. Letos byl styl víceméně shodný napříč výstavou a po autorském otisku aby člověk pátral. Na EuroCucinu 2016 tak budu vzpomínat spíš kvůli některým zajímavým domácím spotřebičům, možnosti nahlédnout do tajné místnosti Whirlpool, kde jsem spatřil prototypy novinek chystaných na rok 2017, a samozřejmě z osobního hlediska, protože tak skvělý oběd jako ve střešní restauraci Obicà vedle milánské katedrály jsem dlouho neměl. Až tam někdy zavítáte, určitě si dejte mozzarellový degustační talíř. Nebudete litovat.



Lubor Jarkovský

V příštím čísle SELL:

Následující měsíc se budeme v časopise věnovat už tématu chlazení. V kategorii malých spotřebičů zaměříme svou pozornost na tyčové a stolní mixéry. Těšit se samozřejmě můžete na zajímavé rozhovory a aktuální informace o dění na trhu.





BOSCH

Stvořeno pro život

Čerstvost, kterou si zamilujete

VitaFresh

Nový systém **VitaFresh** v NoFrost chladničkách Bosch uchová vaše potraviny plné vitamínů a až 3× déle čerstvé.

Více na www.bosch-home.cz



FAGOR 

VE VAŠICH SLUŽBÁCH



NOVINKA



Všestranný pomocník

Nový kuchyňský robot se systémem planetárního míchání FAGOR RT-1255MA bude sloužit ve Vašich službách! Je krásný, nerezový s robustním celokovovým tělem a objemnou 4 litrovou nádobou.

Co všechno umí?

Umí míchat, šlehat, hnětat a mnohem více. S pomocí doplňkového příslušenství připraví mletou kávu, vykouzlí domácí těstoviny či namele maso.

