

# SELL

JEDINÝ ČESKÝ B2B MAGAZÍN O TRHU S DOMÁCÍMI SPOTŘEBIČI – 6 LET NA TRHU

VÝROBCI DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ  
OPĚT NA DESIGNBLOKU

FACEBOOK PŘEDSTAVIL PROJEKT ATLAS.  
CHCE ZMĚNIT SVĚT ONLINE REKLAMY

BOSCH GROUP SE STANE JEDINÝM  
VLASTNÍKEM BSH

POTVRZENO, VESTEL ZÍSKAL LICENCI NA ZNAČKU  
SHARP V EVROPĚ



EXKLUZIVNÍ ROZHOVOR  
S PETREM EIBLEM  
NOVÝM OBCHODNÍM  
MANAŽEREM  
JURA PRO ČR

ITALSKÁ ZNAČKA BIALETTI MÁ  
OFICIÁLNÍ ZASTOUPENÍ PRO ČR A SR  
INTERVIEW S ROMANEM MARKEM  
ZE SPOLEČNOSTI  
ESPRESSO PROFESSIONAL

SKUPINA VÝROBKŮ:  
KÁVOVARY  
MIKROVLNNÉ TROUBY  
SNÍDAŇOVÉ SETY

NA ČESKÝ TRH MÍŘÍ REDESPRESSO  
PŘEDSTAVENÍ KÁVOVÉ ALTERNATIVY  
Z ČAJE ROOIBOS. INTERVIEW S JANOU VAŇKOVOU  
Z ČESKÉHO ZASTOUPENÍ ZNAČKY

OCENĚNÝ, UŽIVATELSKY PŘÍJEMNÝ  
DESIGN A JEDINEČNÉ KÁVOVÉ SPECIALITY  
JURA IMPRESSA A9 ONE TOUCH – SLIDE & TOUCH

ŘÍJEN  
2014



rec editions



PLUS X AWARD®

# I topení může být krásné!

Značka DOMO uvádí na trh 2 nové modely keramických topení pro ohřev bytových nebo kancelářských prostor. Velmi efektivní keramické vytápění je v tomto případě podpořeno estetickou dokonalostí.

## Technické parametry:

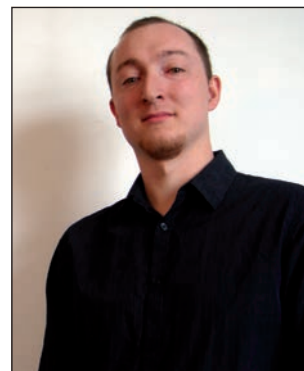
- Oscilace 75°
- 2 stupně výkonu – 1300W / 2000W
- Možno použít jako ventilační přístroj
- Plynulá regulace teploty
- Ochrana proti přehřátí
- Velmi tichý provoz
- Zvýšená ochrana proti vodě IP21



# VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

začala nám kávová sezona, která se poměrně pevně pojí s předvánočním trhem a příchodem sychravých podzimních dnů. Přestože některé značky v oblasti automatů na espresso hodily víceméně flintu do žita a vzdaly se jakýchkoliv snah být důstojnou konkurencí společnosti De'Longhi, jsou naštěstí na trhu stále ti, kdo se nevzdávají a o zákazníka bojovat chtějí. Překotnější vývoj však přesto vnímám hlavně v poměrně specifickém kapslovém segmentu, kde se po stránce komunikace a marketingu angažuje aktivně více hráčů. Snad díky tomu získá tento trh větší dynamiku, protože dlouhou dobu působil celkem staticky. Náznakem určitých změn pro mě je to, kdo má zájem prostřednictvím SELLu komunikovat své vize, strategie a produktové portfolio do trhu. Když zalistuji v rok dva starých číslech zaměřených na kávovary, vidím jen stabilní dlouholeté partnery a firmy s jasnou vizí, co na trhu podnikat. To se nyní změnilo a firem, které mají zájem se na trhu hlasitěji prezentovat, přibylo, což bylo vidět také v nedávném speciálu Káva a kávovary, vydaném 20. října v deníku E15. Samozřejmě si nemyslím, že by lídři trhu automatů či kapslových systémů měli o své pozice výhledově přijít, ale vnímám, že jejich konkurenti pracují v současnosti mnohem systematictěji a promyšleněji, aby měli na trhu své pevné místo. A to mě těší, jelikož výsledkem může být jen zlepšení služeb pro zákazníky a celkově zdravější konkurenční prostředí. Snad nastolený trend vydrží i nadále.

Příjemné čtení přeje



**Lubor Jarkovský**  
šéfredaktor

12



22



# Obsah

## Říjen 2014

### 3 Editorial

### 6 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

### 7 Samsung Food ShowCase

– přehledná chladnička pro každou domácnost

### 8 Servis pro Candy Hoover zajišťuje od letošního léta BMK servis

### 10 Domácí spotřebiče na Designbloku '14

### 11 Dva noví pomocníci do domácnosti od Dysonu

### 12 Petr Eibl, Sales Manager Retail CZ značky JURA:

Upravujeme distribuční systém a v únoru uvedeme dvě novinky na trh

### 14 JURA představuje kávovar IMPRESSA A9 One Touch – Slide & Touch

### 15 Skupina výrobků

Kávovary – plnoautomatické, automatické a kapslové

### 17 Potvrzeno. Vše pro dokonalý šálek kávy se ukrývá uvnitř kávovarů Saeco

### 19 Caffitaly System

Nové kávovary i kapsle pro podzimní sezonu

### 21 Společnost Nespresso otevřela v Praze svůj druhý butik

### 22 Roman Marek, jednatel společnosti Espresso Professional:

Bialetti je ikonou tradiční přípravy kávy

### 24 Bialetti

Legenda moka konviček oficiálně na českém trhu

### 25 Pokračující brazilské sucho nadále zvyšuje cenu kávy. Dosáhla dvouletého maxima

**26 LatteCrema System**

Revoluční systém pro mléčnou pěnu od De'Longhi

**29 Designblok s tématem dětství****30 Jana Vaňková, jednatelka společnosti VV-services:**

REDESPRESSO není pouhou alternativou kávy, jde o nový druh nápoje

**31 REDESPRESSO**

Kávová alternativa z Jižní Afriky pro váš obchod

**32 Nová tvář značky Sharp v Evropě**

Japonské kořeny, turecký kapitál

**33 Candy představuje novou generaci sušiček a praček se sušičkou****34 Ekonomické novinky**

Bosch kupuje podíl Siemensu ve společném podniku, Electrolux s akvizicemi nekončí

**35 Volně stojící mikrovlnné trouby HOTPOINT**

Poprvé na českém a slovenském trhu

**36 Design, který má kliku****38 Skupina výrobků extra**

Mikrovlnné trouby

**41 Whirlpool JetChef Premium**

Nová generace multifunkčních trub přichází

**44 Mikrovlnné trouby na českém trhu podle GfK****45 Kuchyňská výbava od A po Z od značky Electrolux****46 Zrcadlo aneb chvílka k zamyšlení**

Způsobí obří akvizice ztrátu produktové diverzity?

**48 Facebook představil reklamní síť Atlas. Chce změnit digitální reklamu****49 Estetické ráno s prémiovými spotřebiči Electrolux Expressionist Collection****50 Skupina výrobků extra**

Snídaňové sety

**53 Šedá rána jsou minulostí**

Nové topinkovače DOMO v originálních kabátech





**Banua**  
café

ZÁLEŽÍ NÁM  
NA KAŽDÉM ZRNKU



ČERSTVĚ PRAŽENÁ  
KÁVA **BANUA** VÁM PŘINÁŠÍ  
ZCELA NOVÝ KONCEPT PRODEJE KÁVY VE VAŠEM  
OBCHODĚ. VYŽÁDEJTE SI INFORMACE U NAŠICH  
ZÁSTUPCŮ.

[WWW.BANUA.CZ](http://WWW.BANUA.CZ)

NOVINKY



### **Coffee Club** Exkluzivní káva jen z té nejlepší úrody

Káva je jako víno, ne každý rok získají farmáři stejně kvalitní zrna a ne každý rok končí jejich usilovná práce tím nejlepším espresem. Společnost Jablum proto přichází na trh s novou značkou kávy Coffee Club. Jedná se o unikátní a exkluzivní koncept nestálé nabídky pouze té nejlepší úrody, kterou na plantážích po celém světě zástupci firmy pečlivě vyberou. Dokonce do České republiky přijíždějí samotní farmáři, s nimiž při odborných degustacích ta nejlepší zrnka vybírají. Tento způsob zaručuje, že se k zákazníkům každou sezonu dostane od Coffee Clubu pouze ta nejkvalitnější káva. Pokud na trhu dojde a následující sklizeň neodpovídá vysokým kvalitativním standardům značky, nahradí ji jiná, opět pečlivě vybraná, káva mimořádných vlastností. Vy si můžete být každopádně jisti, že s Coffee Clubem budete vždy pít jen kávu nejvyšší jakosti. Potvrzuje to i barista Michal Nováček, držitel titulu Mistr kávy 2012 a vítěz mezinárodní soutěže Barista Open 2012, který pro vás kávy Coffee Club vybírá a degustuje. Společně s kmenovou pražírnou Coffee Club zaručuje vždy čerstvou kávu. Více informací najdete na webu [coffeeclub.cz](http://coffeeclub.cz).



# SAMSUNG FOOD SHOWCASE PŘEHLEDNÁ CHLADNIČKA PRO KAŽDOU DOMÁCNOST



MODERNÍ DOMÁCNOST VYŽADUJE MODERNÍ ŘEŠENÍ. SAMSUNG VYCHÁZÍ VSTŘÍC NÁROČNÝM ZÁKAZNÍKŮM A PŘEDSTAVUJE CHYTRÉ ŘEŠENÍ PRO SKLADOVÁNÍ POTRAVIN – KOMBINOVANOU CHLADNIČKU SAMSUNG FOOD SHOWCASE.

Ocelový povrch, ledově modrý displej a čisté linie vytvoří dokonalou harmonii s moderní kuchyní. Food ShowCase je mimořádně výkonná a přitom energeticky úsporná. Nabízí dostatek prostoru v mrazáku (čistý objem 176 l) i v chladničce (čistý objem 394 l), a tak je ideálním řešením i pro velkou rodinu. Její rozměry – šířka 721 mm, výška 1774 mm a hloubka 610 mm – jsou naopak vzhledem k poskytovanému objemu zcela běžné, a tak se chladnička pohodlně vejde do každé kuchyně.

Její největší předností je přehlednost. Inovativní design chytře dělí potraviny podle doby skladování – vitrinová část ShowCase pro okamžitý přístup k často používaným potravinám a vnitřní část InnerCase pro potraviny vyžadující delší dobu skladování.

## Přehledná jako žádná jiná

Vitrina je rozdělena do tří základních zón, které umožňují ukládat různé druhy potravin podle potřeb každé rodiny:

- Zóna pro vaření (horní část) – část určená například pro skladování sýrů a omáček.
- Rodinná zóna (prostřední část) – část pro uložení svačiny, nápojů a podobně.
- Dětská zóna (spodní část) – přihrádka na jídlo pro malé děti a další.

## Praktičnost na prvním místě

Ve dveřích jsou 4 praktické přihrádky, uvnitř pak 3 police a speciální police na víno. Přihrádka na jídlo pro děti je umístěna ve spodní části ShowCase vitríny, a tak děti mají k čerstvému jídlu snadný přístup. Nižší přihrádky lze navíc snadno vyjmout a umístit přímo na stůl.

## Špičkové chlazení

Vnitřní část chladničky **InnerCase** je navržena k uskladnění potravin, jako jsou ovoce, zelenina, maso a další. Inovativní systém All Around Cooling odděluje proudění vzduchu zvláště pro chladničku a mrazák. Navíc vnější dveře chladničky jsou vybaveny tzv. Metal cooling kovovým plátem, který akumuluje chlad a po opětovném zavření chladničky napomáhá k rychlejšímu dosažení potřebné teploty.

Vzduch proudí několika vývody, takže efektivně chladí každou poličku. Výsledkem je déle čerstvé ovoce i zelenina. Současně mrazák eliminuje negativní efekt velmi nízkých teplot na potraviny (tzv. „spálení mrazem“) a tím udržuje vysokou kvalitu zmraženého jídla.



## Chladí inteligentně a je mimořádně tichá

Pohon chladničky Samsung Food ShowCase zajišťuje digitální invertorový kompresor, který zdokonaluje využití energie a chladicí schopnosti. Automaticky volí mezi **sedmi rychlostmi otáček** v závislosti na chladicích požadavcích. Ať už na základě častého otevírání dveří, vložení horkého jídla do chladničky, či změny venkovní teploty, tento kompresor reaguje okamžitě. Zajišťuje chladný vzduch, nebo naopak zpomalí, aby zabránil zbytečné spotřebě energie. Výsledkem této inteligentní technologie je **nadprůměrně úsporný provoz**, a to včetně technologie NoFrost, která je ze své povahy energeticky náročnější; **nižší hlučnost** – pouze 39 dBA – a dlouhá životnost. Navíc s **10letou zárukou** na digitální invertorový kompresor.

Více se o chladničkách Food ShowCase dozvíte na [www.samsung.cz](http://www.samsung.cz).

**SAMSUNG**

# Servis pro Candy Hoover zajišťuje od letošního léta BMK servis



**DLOUHÉ MĚSÍCE PŘIPRAVOVANÝ PŘECHOD KE SPOLEČNOSTI BMK SERVIS REALIZOVALO V PRŮBĚHU LÉTA ČESKÉ ZASTOUPENÍ SPOLEČNOSTI CANDY HOOVER. NOVĚ VYŘIZUJE VEŠKEROU SERVISNÍ AGENDU A ZÁRUČNÍ OPRAVY JMENOVANÁ FIRMA, VEDENÁ PANEM MILOSLAVEM KLATOVCEM.**

Celou strukturu servisu značek Candy a Hoover převzala společnost BMK servis k 1. červenci 2014. Důvodem ke změně byl cíl společnosti Candy Hoover snížit počet servisních partnerů a zkvalitnit servis v celé České republice. Menší počet techniků, kteří provádějí opravy a kontroly spotřebičů těchto značek pravidelně a nikoliv pouze nárazově, zlepšení v této oblasti rozhodně přinesl. S výrobky pracují výhradně lidé s bohatou praxí a velkými zkušenostmi.

BMK servis zajišťuje opravy veškerých spotřebičů obou značek dodaných na tuzemský trh českým zastoupením, a to nejen velké bílé techniky, ale také vysavačů Hoover. BMK servis rozšířil kvůli novému klientovi také svůj vozový park. Přibyly v něm tři nové vozy určené výhradně k zajišťování výjezdů k zákazníkům se spotřebiči Candy a Hoover. V případě, že chtějí spotřebitelé uplatnit prodlouženou záruku na 5 let, musejí předložit certifikát o registraci takového spotřebiče. Při prodeji zboží byste je měli na tento fakt upozornit, jinak na spotřebič platí standardní dvouletá záruka.

Nový partner Candy Hoover současně vytvořil speciální kontaktní centrum, na které se mohou zákazníci obracet s dotazy po telefonu nebo e-mailu. Opravy lze také sjednat online přímo na webu [www.bmkservis.cz](http://www.bmkservis.cz).

„BMK servis přejímá servisní služby u značek Candy a Hoover s cílem navýšení jejich kvality a současně zvýšení komfortu pro zákazníky. Věřím, že se nám to daří a společnost Candy Hoover je s prvními měsíci naší spolupráce spokojena,“ komentoval další růst firmy pro SELL její majitel a současně vedoucí servisu pan Miloslav Klatovec. A ještě dodal: „Kromě servisu fungujeme také jako prodejce veškerého originálního příslušenství pro vysavače Hoover a kvalitních čisticích přípravků Hoover Chemical. Zakoupit je lze na všech našich pobočkách v České republice.“

Infolinka pro servis výrobků  
Candy a Hoover: 841 111 125  
E-mail: [candy-hoover@bmkservis.cz](mailto:candy-hoover@bmkservis.cz)  
[www.bmkservis.cz](http://www.bmkservis.cz)

**CANDY**



GENERATION FUTURE

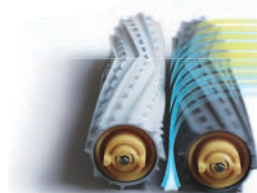






## Vysavač iRobot® vás zbaví starostí s úklidem

Nová řada robotických vysavačů iRobot® Roomba® série 800 je vybavena vyspělým úklidovým systémem AeroForce™. Běžné kartáče nahradil výkonný bezúdržbový systém, který zajišťuje vysokou efektivitu úklidu. Díky tomu strávíte méně času uklízením a zůstane vám více času na život.



**AeroForce™**  
odstraní až o  
**50% více**  
nečistot\*

**iRobot®**  
[www.irobot.cz](http://www.irobot.cz)

# Domácí spotřebiče na Designbloku '14

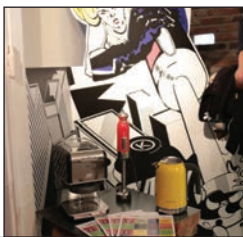
SVÁTEK DESIGNU S EXPOZICEMI ROZMÍSTĚNÝMI V RŮZNÝCH ZAJÍMAVÝCH OBJEKTECH V PRAZE, A OPĚT JINÝCH NEŽ V ROCE PŘEDCHÁZEJÍCÍM, PŘITAHUJE NEJEN VÝROBCE NÁBYTKU ČI BYTOVÝCH DOPLŇKŮ, ALE CELOU ŘADU DALŠÍCH FIREM, V JEJICHŽ PODNIKÁNÍ HRAJE VZHLED VÝROBKU VÝZNAMNOU ROLI. PATŘÍ MEZI NĚ SAMOZŘEJMĚ TAKÉ VÝROBCI DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ, KTERÍ SOUSTŘEDILI SVÉ PREZENTACE DO SECESNÍHO GRANDHOTELU EVROPA.



Doposud nerekonstruovaný hotel, jenž býval za první republiky jednou z pražských ubytovacích perel, na návštěvníky působil zvláštním způsobem. Vnitřní prostory nejsou ve vyloženě zuboženém stavu, nicméně je z nich patrné, že hotel již dlouhá desetiletí strádá a žádnými opravami neprošel. Na jednu stranu museli všichni obdivovat secesní prostory s původním vybavením, na druhou nešlo nevnímat zub času, který byl od stěn přes dveře pokojů až po koberce znát na každém kroku. Zvláštní atmosféra měla rozhodně své kouzlo. Obecně o Designbloku ale píše v tomto čísle Vlastimil Růžička na straně 29, a tak už přejděme k hlavnímu tématu – výrobcům domácích spotřebičů. V Grandhotelu se jich sešlo několik – De'Longhi i se značkou Kenwood, Electrolux, Gorenje, LG a Samsung. Každá z expozic byla pojata originálně a vycházela z designových základů samotné značky.

## De'Longhi a Kenwood

Na místě nám prezentaci obou značek představil generální ředitel českého zastoupení Andrea Natale se svým týmem. U De'Longhi poutal pozornost záhon květin z šálků na kávu, na který ještě projekční technika promítala měnící se barvy, aby surrealistický dojem z jinak běloskvoucí místnosti umocnila. U Kenwoodu se zase prezentovala nová řada malých spotřebičů kMix v popartových barvách, doplněná o takto laděné kulisy.



## LG

Lídr českého trhu předem plněných praček vsadil logicky právě na tuto produktovou kategorii. Vstup do místnosti tvořila vlastně velká dvířka pračky, za kterými se nacházela černá místnost s černou a bílou pračkou, doplněnými ještě o velký OLED televizor. Prezentovány byly nejnovější modely praček LG s odvážným designem, který firma používá od letošního roku pro svou dražší prací techniku.



## Electrolux

U švédského výrobce si tradičně mohli návštěvníci prohlédnout vítězné návrhy ze soutěže Electrolux Design Lab. Vítězným se stal letos koncept automatizované úklidové techniky nazvaný MAB.



## Gorenje

V místnosti se spotřebiči Gorenje si návštěvníci mohli prohlédnout například modely designové řady Ora-ito či moderní vestavné trouby s pokročilými funkcemi a velmi jednoduchým ovládním.

## Samsung

Expozice společnosti Samsung byla věnována poměrně širokému spektru výrobků včetně mobilních telefonů a televizorů. Z domácích spotřebičů byla k vidění smart pračka WW9000 s barevným LCD displejem a chladnička Food Showcase, již firma čtenářům SELLu prezentuje v tomto čísle ve vlastním článku na straně 7.





## Dva noví pomocníci do domácnosti od Dysonu

SPOLEČNOST DYSON UVÁDÍ NA TRH DVA NOVÉ RUČNÍ VYSAVAČE DC34 A DC43H ANIMAL PRO. VYZNAČUJÍ SE DVOJNÁSOBNÝM SACÍM VÝKONEM VE SROVNÁNÍ S KONKURENČNÍMI RUČNÍMI VYSAVAČI A VYUŽITÍM PATENTOVANÉ CYKLONOVÉ TECHNOLOGIE, KTERÁ ÚČINNĚ SEPARUJE PRACH A NEČISTOTY Z PROUDU NASÁVANÉHO VZDUCHU. NIKOLIV NEVÝZNAMNÁ JE I SKUTEČNOST, ŽE SACÍ VÝKON VYSAVAČE JE TRVALÝ A ČASEM NEKLESÁ, A TO ANI VLIVEM UCPÁVÁNÍ SÁČKU NEBO FILTRU, ANI VLIVEM SLÁBNOUCÍ BATERIE.



Vysoký sací výkon oběma modelům propůjčuje unikátní digitální motor Dyson V2, do jehož vývoje Dyson investoval spoustu prostředků i času a který žádný jiný výrobce nemá k dispozici. Rychlost otáček digitálního motoru Dyson je 110 000 za minutu, což je 3× více než u běžných motorů. Díky tak vysokým otáčkám motoru je možné dosáhnout vysokého sacího výkonu

i s relativně malou turbínou. Další výhodou digitálního motoru Dyson jsou jeho neuvěřitelně malé rozměry a nízká hmotnost. A třetí předností je jeho vysoká účinnost, mnohem vyšší než u běžných motorů. Ta v důsledku znamená, že pro napájení je možné použít baterii rozumné hmotnosti a rozměrů. Když se vše sečte, máme tu malý vysoce výkonný a účinný motor, k němu malou turbínu pro pohon vzduchu a rozumně velkou baterii s dostatečnou kapacitou. Vše dohromady tvoří jedinečný výkonný a vyladěný ruční vysavač, jenž dobře padne do ruky, a snadno se s ním manipuluje.

### Efektivní separace nečistot

Nedílnou součástí vysavačů Dyson je jejich cyklonová technologie. Ta zajišťuje účinnou separaci prachu a nečistot z proudu procházejícího vzduchu, aniž by vysavač spoléhal na nějaký filtr, který by bylo nutné složitě čistit. Jediný filtr, který je ve vysavači použit,

má ochrannou funkci a slouží pouze k dočištění vzduchu. Filtr je doživotní, není nutné jej měnit a i jeho údržba je jednoduchá.

### Snadná obsluha

Ještě jednodušší je samotné vysypávání nečistot z vysavače. Na sběrné nádobě stačí stisknout tlačítko a odklopí se její dno, kterým všechny nečistoty lehce a hlavně hygienicky vysypete do odpadkového koše nebo popelnice.

### Specialista na zvířecí chlupy

Jak už z názvu vysavače DC43H Animal Pro vyplývá, je určen zejména pro majitele chlupatých domácích miláčků, ať již jsou to psi, kočky nebo jiná zvířata. Vysavač používá elektrický rotační kartáč, který je ideální na odstraňování zvířecích chlupů z potahů a čalounění. Druhá novinka DC34 se od DC43H Animal Pro liší menší výbavou. DC34 nemá v dodávce elektrický rotační kartáč a je osazen méně výkonnou baterií. Konstruktivním provedením i sacím výkonem jsou si však rovnocenné.

Oba nové vysavače jsou vysoce univerzální a kterýkoliv z nich poslouží stejně dobře doma, v autě, na chatě, v karavanu nebo na člunu. Svůj účel mohou také dobře plnit u nejednoho řemeslníka, ať již v dílně, nebo přímo v terénu. Po sobě je potřeba uklidit vždy a ne všude je k dispozici elektrická zásuvka.

## Petr Eibl: Upravujeme distribuční systém a v únoru uvedeme dvě novinky na trh

JEDNÍM Z MÁLA ČISTOKREVNÝCH SPECIALISTŮ NA AUTOMATICKÉ KÁVOVARY NA ČESKÉM TRHU JE ŠVÝCARSKÁ ZNAČKA JURA. INFORMACE O AKTUÁLNÍ SITUACI VE FIRMĚ, JEJÍCH PLÁNECH A NOVINKÁCH NÁM POSKYTL PETR EIBL, NOVÝ SALES MANAGER RETAIL CZ, S NÍMŽ JSME SE SEŠLI V PRAŽSKÉ POBOČCE FIRMY.



### Jste nová posila ve společnosti JURA Czech. Z jaké branže přicházíte a jaké jsou vaše plány se značkou JURA?

Do společnosti JURA jsem přišel v průběhu tohoto roku. Dříve jsem pracoval u značek zaměřených na spotřební elektroniku, tudíž mám výborné znalosti o českém retailovém trhu.

Co se týče plánů, náš cíl je jasný. Stát se pro zákazníky jasnou volbou při nákupu prémiového plnoautomatického kávovaru. Chceme být se zákazníkem v kontaktu, abychom mu mohli nejen vysvětlit, ale i ukázat jednoduchost a jedinečné funkce, které prémiové kávovary JURA nabízí. Výsledkem by měl být zákazník, který si spojí značku JURA s intuitivně jednoduchým ovládním



a lahodnou kávou, kdy už její příprava se stává zážitkem.

### Spotřební elektronika a kávový segment. Jde to dohromady?

Dohromady to určitě jde. Vždy je potřeba získat od zákazníka co nejvíce informací, abychom mohli uspokojit jeho přání a potřeby. Musíme si ale uvědomit, že samotná příprava a pití kávy je už dnes pro mnoho lidí srdeční záležitostí.

A právě to se mi na společnosti JURA líbí. Nejen že nabízí lehce ovladatelné přístroje s širokým spektrem funkcí, ale zároveň klade důraz i na celkový zážitek z přípravy kávy.

### Je všeobecně známo, že trhu s automaty vládne na českém trhu s obrovským

### náskokem jedna značka a konkurentům nedává příliš prostoru. Jaká je vaše strategie pro český trh?

Vysoká konkurence dnes vládne v každém odvětví a zákazník je ten, který z tohoto konkurenčního prostředí může získat nejvíce. Snažíme se jít cestou vysoké kvality a přímé komunikace se zákazníky. Vysvětlit jim, v čem jsou naše stroje jedinečné a proč by se měli rozhodnout právě pro prémiové stroje JURA. Konkurence jsme si tedy dobře vědomi, ale nebojíme se jí čelit. Věříme, že kvalitou našich produktů se nám podaří oslovit zákazníky, kteří hledají něco výjimečného.

### Jak se zákazníci chcete komunikovat?

Společnost JURA komunikuje se zákaz-

níky různými způsoby. Největší důraz klademe na to, aby si zákazníci mohli jedinečnost našich prémiových kávovarů JURA vyzkoušet a tím měli možnost celý náš koncept nejen pochopit, ale umět ho i předat dál. Kvalitní prezentací na prodejních se snažíme oslovit koncové zákazníky, jak už se nám osvědčilo v ostatních zemích. Na základě této naší zkušenosti používáme k prezentaci koncovým zákazníkům na prodejních POS materiály a prostřednictvím předváděcích akcí jim nabízíme možnost vyzkoušet si, jak úžasné by bylo mít stroj JURA ve své domácnosti.

### Které modely kávovarů se vám na českém trhu nejlépe prodávají?

V současné době pozorujeme nárůst prodeje takzvaných velkých strojů. Zákazník upřednostňuje stroje s možností přípravy 2 plnohodnotných šálek kávy najednou a s pohodlným ovládáním přes TFT displej. Další velmi oblíbenou kategorií jsou stroje, které nabízejí možnost si jedním stiskem tlačítka připravit lahodné mléčné nápoje, jako cappuccino nebo latte macchiato. Zároveň zákazníci považují kávovary JURA za designový doplněk své domácnosti.

### Jak vnímají čeští zákazníci značku JURA?

Čeští zákazníci vnímají společnost JURA jako prémiovou švýcarskou značku.

Vnímají nás jako lídra v inovacích



a ve vývoji na poli plnoautomatických kávových přístrojů. Je to pro ně spojení produktů nejvyšší kvality s jedinečným designem.

### Hlavní sezona pro prodej kávovarů teprve začala. Přesto zkuste zhodnotit alespoň dosavadní výsledky za rok 2014. A s čím chcete vstoupit do roku 2015?

Společnost JURA čelila určitým změnám v průběhu roku 2014, a to nejen v rámci společnosti, ale bylo a stále je potřeba se přizpůsobovat i změnám, které se dějí na českém trhu. Neradi bychom proto předčasně hodnotili výsledky celého roku 2014, i vzhledem k tomu, že máme klíčovou sezónu teprve před sebou. Pokud ale vše dopadne podle plánu, měl by být tento rok pro společnost JURA na českém trhu velmi úspěšný.

Do roku 2015 vstoupíme s pozměněným distribučním systémem, a stejně jako tomu bylo i v tomto roce, kvalitní prodejní servis pro nás zůstává důležitější než kvantita. Nedílnou součástí našeho prodejního servisu je i kvalitní after sales, kterému věnujeme stále větší pozornost.

### Vloni jste otevřeli v Praze JURA Professional Competence Center, ale v plánu bylo také otevření showroomu pro běžné spotřebitele. Byl projekt odsunut?

JURA Professional Competence Center (PCC) bylo otevřeno v Kabešově ulici na Praze 9, abychom byli schopni poskytnout kompletní služby na jednom místě. Chceme tak být našim zákazníkům co nejbližší. Projekt, který zmiňujete, tedy showroom JURA store, rozhodně odsunut nebyl. Naše aktivity přizpůsobujeme potřebám a požadavkům trhu, proto mimo jiné vzniklo i PCC.

V minulém týdnu jsme ale otevřeli vlajkovou prodejnu JURA store v Bratislavě. Jedná se o celosvětový prodejní koncept, který se maximálně soustředí na koncového zákazníka. Tento projekt by nám měl ukázat, jak trh na takovýto unikátní koncept reaguje. Nevylučujeme tedy možnost tento koncept přenést i do České republiky.



### Na veletrhu IFA jste prezentovali dva nové kávovary, které budou v brzké době dostupné také v Česku. Do jakého cenového segmentu spadají? Můžete je krátce představit?

Model A9 má v naší modelové řadě několik „nej“. Jedná se o nejmenší one-touch stroj v naší nabídce, to znamená, že jedním stiskem tlačítka připraví všechny kávové i mléčné speciality, ale zároveň je to i nejkompaktnější stroj s TFT dotykovým displejem. S tímto kávovarem si můžete přes dotykový displej navolit jak malé espresso, tak i lahodné latte macchiato.

Druhý představený kávovar, model F9, bude novinkou v řadě „velkých automatů“. Hlavní předností je TFT displej, kde si můžete pomocí unikátního rotačního ovladače navolit požadovaný nápoj. Každý uživatel tohoto modelu má jedinečnou příležitost si následně svůj vybraný nápoj originálně pojmenovat. Tento přístroj ale zároveň připraví nové kávové speciality, jako je flat white nebo latte macchiato doppio. Cena těchto novinek se bude pohybovat v cenové hladině 30 000 až 40 000 Kč.

### A kdy budou uvedeny na český trh?

Oba dva modely JURA F9 a JURA A9 budou uvedeny na trh začátkem roku 2015.



## Oceněný, uživatelsky příjemný design a jedinečné kávové speciality IMPRESSA A9 One Touch – Slide & Touch

KOMPAKTNÍ, ŠTÍHLÝ, PŘÍMOČARÝ A NYNÍ TAKÉ S DOTYKOVOU TECHNOLOGIÍ, TO JE KOMPAKTNÍ KÁVOVAR IMPRESSA A9 OD SPOLEČNOSTI JURA. NEJNOVĚJŠÍ VÝROBEK ZNAČKY JURA DOKONCE ZAUJAL POROTU SOUTĚŽE PLUS X AWARD, KTERÁ UDĚLUJE JEDNO Z NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH OCENĚNÍ ZA INOVACI V OBLASTI TECHNOLOGIE, SPORTU A ŽIVOTNÍHO STYLU. ELEGANTNÍ KÁVOVAR IMPRESSA A9 OBDRŽEL NEJVYŠŠÍ ZNÁMKY VE ČTYŘECH KATEGORIÍCH: „VYSOKÁ KVALITA“, „DESIGN“, „PRAKTIČNOST“ A „FUNKČNOST“.

Prostřednictvím sofistikovaného designu, mimořádně snadné ovladatelnosti a inovačních technologií nabízí přístroj milovníkům kávy maximální potěšení. Nově vyvinutý přehledný dotykový displej zajišťuje intuitivní ovládání. Užijte si dokonalý šálek své oblíbené speciality, kterou připravíte během okamžiku díky vysoce výkonnému kónickému mlýnku a technologii jemné pěny. Stačí jeden lehký dotyk. Tento elegantní automatický kávovar také dokáže připravit dvě zcela nové kávové speciality: latte macchiato doppio a cappuccino doppio.

### Přehledný dotykový displej

Nejrychlejší způsob, jak připravit lahodný šálek kávy, je prostřednictvím barevného displeje s dotykovou technologií. Na úvodní obrazovce si můžete uložit čtyři oblíbené speciality a následně lehkým dotykem spustit jejich přípravu. Pokud si chcete dát raději některou z osmi ostatních kávových specialit, jednoduše projděte nabídku nápojů a potvrďte svůj výběr rychlým dotykem. Jednoduchý způsob ovládání se vztahuje i na údržbu, kde opět stačí jediný dotyk ke spuštění integrovaných programů proplachování, čištění a odvápnování, které se starají o hygienu s certifikací TÜV.

### Čisté aroma: dvě jedinečné kávové speciality

Ať už IMPRESSA A9 připravuje jeden šálek kávy, nebo dva šálky současně, zárukou u všech 12 kávových specialit je

vynikající chuťový zážitek. Stačí jeden lehký dotyk a přístroj pomele kávová zrna, která si zachovávají veškerou svoji delikátní chuť a vůni. Příprava espresa či kávy probíhá za ideálních podmínek a nápoj v šálku doplní korunka z bohaté a zároveň jemné pěny. Nové latte macchiato doppio a cappuccino doppio lákají svou neodolatelnou přitažlivostí a díky technologii jemné pěny jsou korunovány delikátní mléčnou pěnou, která je lehká jako dech.

### Působivý design

IMPRESSA A9 vděčí za svůj výrazný vzhled nápadným, čistým liniím, bočním panelům v platinovém stylu, chromovaným ventilačním otvorům a přednímu a hornímu dílu v černé barvě Piano Black. Integrované osvětlení šálku přispívá ke stylové prezentaci specialit a ke skutečnosti, že IMPRESSA A9 je tématem hovorů v každé kuchyni. Při šířce pouhých 24 cm a výšce 32 je to jeden z nejmenších kávovarů IMPRESSA, který zabírá velmi malý prostor.

### Autentický prožitek

Duální výpusť, jejíž výšku lze plynule nastavovat v rozmezí od 55 do 138 mm, je vybavena nejmodernější technologií jemné pěny. Vytváří nadýchanou, lehounkou mléčnou pěnu s výjimečnou konzistencí pro dokonalé cappuccino nebo latte macchiato. Demontáž a čištění výpusť jsou hračkou. Dvě samostatné trubice na kávu a mléko zajišťují vynikající výsledky a hygienu.

## České kávové unikum – lídr trhu nedostižitelný, konkurence se do velkého boje nepouští

**TRH S KÁVOVARY V ČESKU NADÁLE KUSOVĚ ROSTE, I KDYŽ HODNOTOVĚ NENÍ VÝVOJ UŽ TAK SLIBNÝ. DŮVODEM JE CENOVÁ VÁLKA, JÍŽ SE SNAŽÍ NĚKTEŘÍ MĚNĚ ÚSPĚŠNÍ VÝROBCI BOJOVAT S LÍDREM HLAVNÍCH KATEGORIÍ AUTOMATICKÝCH STROJŮ, PROTOŽE SE JIM TO BĚŽNÝMI POSTUPY DLOUHODOBĚ NEDAŘÍ.**

Už několik posledních let v SELLu dokola píšeme, že královnou kategorie plnoautomatických kávovarů, které jsou z hlediska marží nejslibnějším segmentem, je značka De'Longhi. Její tržní podíl se pohybuje už několik let nad 70 % a zbytek trhu se tísni na zbývajících 30 % a leckdy i menším prostoru. Některé firmy, jež v minulosti viděly rostoucí čísla prodeje automatů a plnoautomatických v Česku (během několika let se zvýšily na čtyřnásobek), zavěřily možnost urvat něco z tohoto chutného koláče. Se svou nabídkou kávovarů přišla do Česka kolem roku 2010 například německá Melitta a měla velké plány, které však vzaly za své, když němečtí manažeři zjistili, že by museli do trhu a rozšiřování povědomí o značce investovat nikoliv statisíce korun, ale miliony. Značku si pak pod svá křídla vzal K+B Expert, jenž s ní nijak nepracoval, pouze držel výrobky na prodejnách a čekal, zda se něco prodá. Evidentně tato strategie nefungovala, protože nyní už v nabídce Expert Elektro kromě zbytků příslušenství žádné produkty Melitta nenaleznete. Ořukávání trhu s kávovary také prováděla společnost BSH s kvalitními stroji značky Siemens, nicméně se rozhodla do nákladného konkurenčního boje nepouštět.

### Snižování cen

Firmy, které v Česku s automaty zůstaly, mají v oněch zbývajících zhruba 30 % trhu větší manévrovací prostor, protože jich je jen několik. Jak ale bojovat se značkou De'Longhi, která je vidět všude a používá v sezoně k propagaci svých výrobků i televizní kampaň? Když nepřináší marketingové aktivity jejich konkurentů kýžený efekt a prodeje adekvátně nerostou, sáhne mnozí nejen ve světě kávovarů k nebezpečnému nástroji – agresivní cenové politice. Vyprávět by o tom mohli výrobci televizorů, kterým se podařilo trh s běžnými LCD modely prakticky zničit, a v neoficiálních rozhovorech to jejich zástupci se svěšenou hlavou přiznávají. U kávovarů snad tak extrémní vývoj nehrozí, ale náznaky nebezpečí tu jsou, protože jsou některé značky ochotné v určitých kategoriích posouvat cenové hranice do končin dříve zapovězených.



Samozřejmě jsou na trhu i firmy s pevným zahraničním zájmem, pro které není český trh vlastně až tak zásadní. Díky jejich investicím a pevné lokální strategii začínají být vidět a zákazník je vnímá jako další důležité hráče v oboru. Nelze každopádně očekávat, že se na trhu s automaty a plnoautomatickými něčím v dohledné době, a dle našeho názoru ani z dlouhodobého hlediska, změní. De'Longhi se totiž na trhu chová stejně jako v době, kdy se značka teprve etablovala, nepolevuje v marketingu, jak by učinila většina firem pod dojmem „jsme jasné číslo jedna, teď už nemáme vyhadzování peněz za reklamu a prezentace zapotřebí“. Pozornost naší redakce proto směřuje na zbytek trhu a boj o pozici české dvojky, jíž se postupně stala značka Saeco. O další posílení, či přinejmenším udržení této příčky musí ovšem nadále bojovat a pracovat s dlouhodobými marketingovými nástroji. A zde by se měli poučit i další, protože často využívají „rychloobrátkový“ marketing v podobě akčních letáků s doslova mžikovými efektem na prodeje. Značce jako takové jím nijak nepomohou, protože u těchto letáků není podstatných ani tak těch pár písmem na těle kávovaru, jako spíš velké číslice proklaté nízké cenovky. U dražších kávovarů však o značku, její image a vnímání jejího designového stylu či kvality poprodejního servisu ze strany zákazníků jde ještě víc než u jiných produktových kategorií domácích spotřebičů.

Na následujících stránkách přinášíme přehled automatických a plnoautomatických kávovarů doplněný ještě o kávovary kapslové. U většiny značek zařazujeme co nejnovější, popřípadě nejzajímavější výrobky.



## Automatické & plnoautomatické kávovary



### De'Longhi Autentica ETAM 29.660.SB

Žhavou novinkou na českém trhu, která má být uvedena do prodeje v průběhu listopadu, je řada Autentica. Do přehledu zařazujeme její vlajkovou loď v plnoautomatickém provedení s LatteCrema Systemem pro přípravu mléčných kávových specialit na stisk tlačítka. Novinkou, jíž se zatím nemůže pochlubit žádný jiný kávovar De'Longhi, je funkce Doppio+ pro výdej dvojitého espresa připraveného ze 14 g plus 1 g kávy. Novinka se vyznačuje dotykovým ovládním, přehledným displejem a šířkou pouhých 19,5 cm.



### De'Longhi Eletta ECAM 45.760.W

Loni na český trh uvedená řada kávovarů Eletta tvoří jakýsi můstek mezi rozměrnými luxusními automaty a kompaktními modely. Dodávána je v prezentovaném bílém provedení s LatteCrema Systemem. Se stejnou výbavou je na výběr ještě černá barevná varianta. V kombinaci stříbrné a černé je pak dostupný automat s parní tryskou pro manuální šlehání mléka. U kávovaru zaujme dotykový panel s dvouřádkovým displejem, z funkcí potom Long Coffee pro přípravu velké kávy speciálním pulzním režimem, který výrazně omezuje extrakci tříslovin a kofeinu do nápoje.



### Saeco Intelia Evo HD8753/94

Letos v září uvedla společnost Philips, vlastníci značky Saeco, na český trh tento plnoautomatický kávovar, který používá k přípravě mléčné pěny inovativní karafu na mléko se 2 komorami. Systém podle výrobce zamezuje rozstříkávání mléka a vytváří hustou dlouhotrvající pěnu. Dále pak zdůrazňuje použití keramického mlýnku a jednoduché ovládání s velkými tlačítky doplněnými o displej. Stejně jako u všech dalších kávovarů v přehledu nechybějí automatické čisticí cykly a režimy pro odvápnění.



### Saeco Moltio HD8768/29

Druhým kávovarem značky Saeco v přehledu je model z řady Moltio, který spadá do kategorie plnoautomatických. Místo konvičky na mléko ale používá systém s přímým nasáváním mléka z krabice nebo lahve a jeho proměnou v pěnu v cyklonové komoře. Další zajímavostí jsou u něho vyjímatelné zásobníky na kávu a možnost střídat různé druhy zrn. Uložit si lze i vlastní nastavení pro jednotlivé nápoje či nastavit intenzitu aroma.



## Kávovary na českém trhu podle GfK

Poptávka po kávovarech zůstala za první polovinu letošního roku meziročně u 15% přírůstku, podobně jako před rokem. Srovnání tržeb však ve sledovaných distribučních kanálech ukázalo na nárůst pouze v řádu desetin procent. Meziroční pokles průměrné ceny představoval na úrovni celé skupiny 13%.

Tempo pololetního přírůstku objemu zůstalo za poslední tři roky na 15 až 16%, zatímco hodnota prodeje vykázala jednoznačně klesající trend. Meziroční srovnání prvního půlroku 2012 se stejným obdobím předchozího roku skončilo s přírůstkem obrátu ve výši 22%, o rok

později se už tempo růstu snížilo na 8%, přičemž letošní výsledek ukazuje na navýšení pouze o 0,2%, tedy na stagnaci. Tento vývoj souvisí do značné míry s poklesem průměrné ceny u kapslových kávovarů a plnoautomatických, které společně pokrývaly téměř 80% obrátu skupiny.

Mírný pokles poptávky zaznamenala za první polovinu letošního roku páková espressa – na rozdíl od ostatních segmentů skupiny včetně kapslových kávovarů. Ty tvořily více než polovinu objemu skupiny, přitom v hodnotě dosáhl jejich podíl 25%. Plně automatická espressa nadále vytvářela přes polovinu celkového obrátu, jejich průměrná cena se však meziročně snížila o 1 500 korun. Přírůstek v hodnotě tak u tohoto segmentu dosáhl 2%, zatímco objemové prodeje rostly dvojnásobně.

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



## POTVRZENO. VŠE PRO DOKONALÝ ŠÁLEK KÁVY SE UKRÝVÁ UVNITŘ KÁVOVARŮ SAECO

PŮVODEM ITALSKÁ SPOLEČNOST SAECO MÁ VE VÝROBĚ KÁVOVARŮ DLOUHOLETOU TRADICI, JEJÍ POČÁTEK JE DATOVÁN DO ROKU 1976. PÁR LET PO ZALOŽENÍ, KONKRÉTNĚ V ROCE 1985, NASTÁVÁ ZLOMOVÝ OKAMŽIK. SPOLEČNOST TOTIŽ UVÁDÍ NA TRH SVĚTOVĚ PRVNÍ PLNOAUTOMATICKÝ KÁVOVAR PRO DOMÁCNOST. NA TENTO VÝZNAMNÝ KROK PAK NAVAZUJÍ MNOHÉ DALŠÍ.



Fakt, že kávovary Saeco i v současnosti přinášejí nejvyšší standard v přípravě kávy, mimo jiné potvrdili a ocenili prestižním certifikátem i italská experti na kávu, stejně jako časopis dTEST. Ten v závěru loňského roku otestoval 28 modelů, mezi nimi kávovary automatické, pákové i takzvané kapslové. Kávovary Saeco obsadily 1. a 2. příčku v kategorii plnoautomatických kávovarů.

### Novodobá revoluce v přípravě kávy

Kávovary Saeco jsou dílem skutečných milovníků kávy, a jak je známo, jestliže máte něco rádi, vkládáte do toho své srdce i duši. Proto Saeco neustále pracuje na vývoji nových technologií, které zákazníkům přinesou bohatší a individualnější způsoby přípravy kávy v domácím prostředí. Po více než 28 letech usilovné práce dosahuje Saeco dalšího pomyslného vrcholu a představuje Saeco Gran Baristo s šířkou pouhých 20,5 cm. Tato absolutní špička mezi kávovary nabízí řadu patentovaných technologií. Jeho součástí je například výkonný ohříváč vody s technologií Thermo-speed, který se postará o přípravu dokonalé kávy doslova ve zlomku vteřiny, nebo systém Varipresso umožňující přípravu kávy pod různým tlakem. Ovládání kávovaru je jednoduché a intuitivní. Přístroje dominuje multifunkční O-LED displej, kde si jen stačí zvolit jeden z 18 volitelných nápojů. Zároveň zde můžete nastavit každý detail lahodného nápoje podle svých preferencí. Do paměti přístroje je možné zadat až šest unikátních profi-

lů. Snadné použití doplňuje snadná údržba – spařovací jednotka odnímatelná jedním prstem, automatické čisticí cykly a možnost mýt některé části přístroje v myčce.

### Jedinečné technologie

Kávovary Saeco v sobě jako jedině na našem trhu ukrývají patentovaný 100% keramický mlýnek, který se nikdy nepřehřívá, má dlouhou životnost, zcela tichý chod a umožňuje různou jemnost mletí. Součástí vybraných produktových řad, včetně těch nejnovějších Gran Baristo, Moltio a Minuto, je také jedinečná dvoukomorová mléčná karafa, díky které je mléčná pěna hustší a jemnější. Opomenout bychom neměli ani jednoduchou údržbu, stejně jako u řady Moltio vyměnitelný zásobník kávových zrn.

### Saeco vede dialog se spotřebiteli

V květnu letošního roku byl odstartován nový komunikační koncept „Chvilka pro dokonalý šálek kávy“, v rámci kterého se Saeco kromě představení jednotlivých unikátních technologií zaměřilo také na vzdělávání veřejnosti a vzestup české kávové kultury. Pro podporu celého projektu se rozhodlo také několik ambasadorů, z nichž určitě stojí za to zmínit Daniela Kolského, zakladatele pražské Coffee embassy, spisovatele Jaroslava Balvína nebo designéry Adama Turečka a Kristinu Ambrožovou, tvořící pod značkou AAKK Forever.



### JURA IMPRESSA J9 TFT Carbon

Aktuálním a již nějakou dobu prodávaným kávovarem značky JURA je tento luxusní model s karbonovou čelní stranou, barevným TFT displejem, rotačním ovladačem a techno-

logií Fine Foam pro přípravu jemné mléčné mikropěny. JURA také zdůrazňuje možnost individuálního nastavení síly kávy, množství vody a teploty pro každý nápoj samostatně. Stejně jako chystaná novinka F9 používá mlýnek Aroma+. Zmíňme ještě nulovou spotřebu energie v pohotovostním režimu.



### Gaggia Unica

Z nabídky italské značky Gaggia jsme vybrali do přehledu cenově dostupný automat kompaktních rozměrů. Přístroj v černém provedení se stříbrnou čelní stranou používá jednoduché ovládání doplněné o displej. Svrchní

strana může sloužit jako odkladní plocha pro šálky a jejich nahřívání. Parní tryska pannarello je otočná v úhlu 180° a slouží k rychlé přípravě mléčné pěny. Lze ji také použít pro výdej horké vody například na čaj. Kávovar nabízí paměť pro uložení preferované velikosti nápoje. Mlýnek je keramický s nastavením 5 stupňů hrubosti mletí.



### JURA F9

Tuto chystanou novinku si zástupci magazínu SELL mohli prohlédnout osobně na veletrhu IFA. České zastoupení JURA nás informovalo, že bude přístroj uveden na tuzemský trh v únoru 2015. Do přehledu ho už zařazu-

jeme, abyste se s ním jako profesionálové z oboru seznámili a věděli, co po Novém roce od značky JURA očekávat. Jedná se o plnoautomatický stroj s barevným TFT displejem a otočným ovladačem, kterým uživatel na displeji rotuje v nabídce 14 druhů káv. Už tradiční je u značky JURA použití rychlého mlýnku Aroma+. Za velmi zajímavou lze považovat možnost nastavení intenzity aroma v 8 stupních.



### Krups Barista EA900030

Přehled uzavírá plnoautomatický kávovar značky Krups, která je v Česku vidět hlavně ve spojení s kapslovým systémem Nescafé Dolce Gusto. Tento stroj používá 2stupňovou technologii pění mléka, která mléko nejprve zahřívá a teprve pak šlehá. Ovládání řeší

Krups pomocí dotykového displeje, na kterém lze volit i rozličné čisticí programy. Samozřejmě nechybějí ty automatické pro běžnou údržbu kávovaru.

## Lexikon

### Mlýnky – kov, nebo keramika?

Automatické kávovary jsou vybaveny mlýnky, aby čerstvě pomlely zrna, a espresso tak mělo tu správnou chuť a aroma. Není snad potřeba zdůrazňovat, že z mleté kávy unikají éterické oleje velmi rychle a z týden otevřeného sáčku mleté

směsi už dobrou kávu nikdo nevykouzlí. Velká debata ale také často probíhá, zda vybrat kávovar s kovovými, nebo keramickými mlecími kameny. V SELLu se kloníme spíše k těm keramickým, které se tolik nezahřívají a nehrozí u nich přepálení kávy už při mletí.

# Caffitaly System

## Nové kávovary i kapsle pro podzimní sezonu

ITALSKÁ ZNAČKA USILOVNĚ PRACUJE NA ROZŠÍŘOVÁNÍ SVÉ DISTRIBUTIVNÍ SÍTĚ V ČESKÉ REPUBLICE A NADÁLE HLEDÁ NOVÉ PARTNERY. JEJÍ POKRAČUJÍCÍ RŮST DOKLÁDÁ MIMO JINÉ LETOS NAVÁZANÁ SPOLUPRÁCE S KÁVOVÝM CENTREM V PRAZE. PRO LETOŠNÍ PŘEDVÁNOČNÍ SEZONU SI PŘICHYSTALA NAVÍC NĚKOLIK PRODUKTOVÝCH NOVINEK, A TO NEJEN Z KATEGORIE DOMÁCÍCH KÁVOVARŮ.



### Kompaktní hra barev Caffitaly Venus S08

Žhavou novinkou v nabídce je nový model kávovaru s šířkou pouhých 16,2 cm a barevnou kombinací bílé s oranžovou, fialovou nebo černou. Na jeho čelní straně se nachází inovativní otočný ovladač, sloužící k výběru velikosti kávy a aktivaci jejího výdeje, která se provádí stisknutím dovnitř. Uživatelé tak nabízejí maximální jednoduchost při obsluze, ale i údržbě. Samozřejmě v něm lze použít veškeré kapsle Caffitaly od kávy přes čaje až po horkou čokoládu.



### Do menšího hotelu nebo větší kanceláře Caffitaly Easy

Druhý nový kávovar v nabídce už spadá do kategorie profesionálních strojů, určených do komerční sféry. Model Easy, určený k postavení na stůl nebo barový pult, vzhledem ke svému zacílení zajisté zaujme neobvykle kompaktními rozměry. Používat v něm lze jak kapsle Caffitaly, tak instantní práškové směsi (dva zásobníky), což ho činí velmi univerzálním. Konkrétně může sloužit k výdeji až 6 druhů nápojů pouhým stiskem tlačítka, takže během hotelové snídani výrazně zkrátí čekání hostů na kvalitní espresso či jinou kávu, čaj nebo čokoládu.

### Revoluce v kategorii „vending“ strojů Caffitaly Atlante 700

Výrazně větší rozměry než model Easy má tento přístroj vhodný do veřejných prostor či velkých kancelářských budov. Na první pohled vypadá Atlante 700 jako další typický nápojový automat, ale zdání klame, protože jde vskutku o revoluční zařízení, vůbec první svého druhu. Umožňuje totiž kombinaci až tří zdrojů pro přípravu nápojů – kapslí Caffitaly, zrnkové kávy a instantních směsí. Vnitřní uspořádání je variabilní a Atlante 700 je nabízen v různých variantách, tudíž se velikosti některých zásobníků mohou lišit. Obecně platí, že má kapacitu na výdej 700 šálků nápojů a zákazníkům je schopen nabídnout to nejkvalitnější espresso z kapsle či zrnkové kávy, stejně jako cenově dostupnější instantní nápoje.



### Nabídka kapslí pro Caffitaly System

- Prezioso – 100% arabica
- Intenso – směs robusty a arabiky
- Corposo – směs arabiky a robusty
- Cremoso – 100% arabica
- Delicato – káva bez kofeinu, ze směsi arabiky a robusty
- Morbido – směs arabiky a robusty
- Originale – 100% arabica
- Armonioso – směs arabiky a robusty
- Ginseng – kávový nápoj se ženšenem
- Éciok – hořká čokoláda
- Tea al Limone – čaj s citronem

#### + NOVINKA

100% arabica

Delizioso

Nechte se zlákat lahodnou a jemnou chutí nové kávy, jejíž směs se připravuje pouze ze 100% arabiky.





## Kávovary na kapsle



### Bialetti Mokissima Trio

Zajímavou novinkou na českém trhu, na jejímž rozšíření pracuje nový distributor značky Bialetti pro ČR a SR, společnost Espresso Professional, je tento kávovar v designu klasické moka konvičky. Unikátní je výrobek v tom, že dokáže připravovat kávu jak z hermeticky uzavřených kapslí

Bialetti, tak z kávových podů či mleté kávy. Jde tak o univerzální stroj. Podobně je koncipovaný také model Mokona, vybavený navíc ještě parní tryskou pro šlehání mléka. Tlak čerpadla dosahuje 20 barů.



### Bosch Tassimo SUNY TAS 3203

Dalším nově uvedeným výrobkem je tento kávovar pro kapslový systém Tassimo. K vidění byl už na veletrhu IFA a v Česku ho lokální zastoupení BSH začalo prodávat už během září. Na první pohled zaujme velmi jednoduchým kompaktním designem a zaoblenými tvary. Po stránce designu je ještě unikátní absencí jakýchkoliv tlačítek – k aktivaci výdeje nápoje stačí jen lehce zatlačit na přední stranu přístroje. Zde prezentovaný výrobek v červené barvě ještě doplňují modely TAS 3202 v černé a TAS 3205 v modré barvě. Tlak čerpadla je 3,3 baru.



### Caffitaly System Venus S08

Od značky Caffitaly je letošní novinkou řada Venus se zástupci v kombinaci bílé barvy s fialovou, oranžovou nebo černou. Jednoduché a velmi kompaktní stroje používají k ovládní otočný volič – nejprve vyberete otočením velikost kávy (espresso, lungo nebo cafe americano) a následně aktivujete výdej nápoje jeho stisknutím dovnitř. Čerpadlo kávovaru pracuje s tlakem 15 barů.



### Nespresso Lattissima Pro (EN 750 MB)

Výběr kapslových systémů uzavírá letošní novinka, kterou pro značku Nespresso vyrábí italská společnost De'Longhi. Kávovar proto neslouží pouze k přípravě espressa, nýbrž i mléčných káv, a to stiskem jednoho tlačítka. Ovládní je umístěné na vrchní straně stroje, která je spolu s čelní stranou z kartáčovaného hliníku. K přípravě kávy se používá tlak 19 barů.

## Vodní filtry

Chuť kávy nezáleží pouze na zvolených zrnech, ale také na čistotě kávovaru, jeho pravidelné údržbě a v neposlední řadě na vodě. Tvrdá voda není rozhodně vhodná, a to i z důvodu, že vodní kámen může kávovar poškodit. Zákazníci by tak měli pravidelně provádět odvápnění stroje. Většina výrobců ale umožňuje do nádržky na vodu připojit ještě

vodní filtr, který chrání kávovar a současně může zlepšit chuť kávy. Filtr je však potřeba pravidelně, zpravidla v intervalu 3 měsíců, měnit, protože pak už přestane být účinný. Zákazník by měl být na tento fakt upozorněn s informací, že se mu zvýšené náklady na výměnu filtrů v dlouhodobém horizontu vyplatí.

# Společnost Nespresso otevřela v Praze svůj druhý butik

SPOLEČNOST NESPRESSO V ČESKU ROZVÍJÍ „KÁVOVOU KULTURU“ JIŽ OD ROKU 2006, KDY OTEVŘELA PRVNÍ VLAJKOVÝ OBCHOD – NESPRESSO BOUTIQUE V PRAZE V PAŘÍŽSKÉ ULICI. SPOLEČNOST EXPANDUJE A PRO MILOVNÍKY KÁVY OTEVŘELA JIŽ DRUHOU KAMENNOU PRODEJNU. VÝSTAVNÍ SÍŇ KÁVY A NOVÝ PRODEJNÍ KONCEPT „BOUTIQUE IN MALL“ BYL PŘEDSTAVEN V POLOVINĚ ZÁŘÍ V CENTRU ČERNÝ MOST.



## Souznění prémiové kávy a luxusního nákupního centra

V emotivním prostoru s nevtíravou elegancí společnost Nespresso vytvořila prostředí butiku, které umožňuje milovníkům kávy objevovat nová potěšení smyslů. Butik s personalizovanými službami o rozloze 150 m<sup>2</sup> v moderním Centru Černý Most (CČM) nabízí návštěvníkům vlastní cestu světem Nespresso, tak aby plně vyhovovala jejich zvyklostem a potřebám.

„Náš Nespresso Boutique v Pařížské ulici se těší velké oblibě. Komunita členů našeho Clubu se každým dnem rozrůstá, proto jsme se rozhodli nabídnout milovníkům kávy další prostor, kde budeme moci uspokojit i ty nejnáročnější potřeby našich zákazníků,“ vysvětluje Juraj Juhász, generální ředitel společnosti Nespresso, a dodává: „Zároveň se butik Nespresso v CČM stane dalším kontaktním místem, kde mohou milovníci kávy objevovat nová potěšení smyslů. Osobní a individuální přístup ke každému zákazníkovi je samozřejmostí.“

## Komplexní nabídka služeb

„Boutique in Mall“ je nejen prodejním místem, ale také výstavním prostorem kompletního sortimentu káv, kávovarů a příslušenství. Klíčovou součástí je tasting zóna zhotovená podle nejnovějšího konceptu „Iconiq lamp shade“. V tomto elegantním prostoru jsou k dispozici kávoví specialisté, kteří pomohou zákazníkům objevovat nové druhy káv, jejich chuť

a aroma. Zákazníci jistě ocení žádanou službu – Pick-up zónu, kde po předchozí objednávce budou nachystány kapsle či jiné produkty z portfolia Nespresso, a zákazník si je pouze vyzvedne bez čekání. Stejně tak ocení Recycling zónu, která je určena ke zpětnému odběru použitých kapslí. Celý koncept butiku vychází z moderních, čistých a svěžích linií, podtrhujících výjimečnost prostoru.

„Nespresso Boutique in Mall“, jehož výstavba trvala 2,5 měsíce, byl navržen v souladu s požadavky na účelnost a moderní, čistý design. Výrazným dekorativním prvkem celého prostoru je stěna tematicky vytvořená z barevných kávových kapslí. Na dekorování prodejní stěny bylo použito 168 tisíc kapslí. Designový světelný cylindr v ochutnávkové zóně je ikonickým prvkem celého konceptu.

Koncept butiku pochází původem z Francie. Od počátku bylo jeho hlavním cílem pozvednout zážitek ze šálku kávy na zcela novou úroveň. Díky společnosti Nespresso mohou nyní milovníci kávy objevovat stále nové možnosti a sdílet své dojmy napříč kontinenty. Mezinárodní síť butiků Nespresso se každým rokem rozšiřuje, v současné době funguje 378 butiků ve 237 světových metropolích v celkem 54 zemích.

Nespresso Boutique v Pařížské ulici i nadále zůstává dominantní prodejnou a hlavním komunikačním kanálem se členy Nespresso Clubu.

# Roman Marek: Bialetti je ikonou tradiční přípravy kávy

KDYŽ SE ŘEKNE „BIALETTI“, MOŽNÁ BUDOU NĚKTERÍ ČEŠI MARNĚ PÁTRAT VE SVÉ MYSLI, ALE JAKMILE SPATŘÍ JEHO LEGENDÁRNÍ MOKA KONVIČKU, IHNED POCHOPI, ŽE JE ŘEČ O SVĚTĚ KÁVY. KONVIČKA JE NATOLIK SLAVNÁ, ŽE JI MAJÍ ZAŘAZENU V INVENTÁŘI MNOHÁ SVĚTOVÁ MUZEA VČETNĚ METROPOLITNÍHO MUZEA V NEW YORKU. O ZNAČCE BIALETTI A O DALŠÍCH AKTIVITÁCH SVÉ FIRMY S NÁMI HOVOŘIL ROMAN MAREK, JEDNATEL SPOLEČNOSTI ESPRESSO PROFESSIONAL.



**Na českém trhu působí vaše firma už několik let. Alespoň v „profi“ segmentu. Do domácího jste začali pronikat až později. Můžete historii a aktivity společnosti krátce představit?**

Firma byla založena v roce 2009 a svou činnost zahájila jako prodejce a servis profesionálních kávovarů značek Saeco a Gaggia. Růst a perspektivní výhled nám dovolil v roce 2011 otevření showroomu v Praze a o dva roky později showroomu v Brně. Mezitím jsme ještě v závěru roku 2011 rozšířili spolupráci s novým majitelem značky Saeco, společností Philips, a začali jsme prodávat také domácí kávovary Saeco. Důležitým okamžikem v naší zatím relativně krátké historii

**ESPRESSO  
PROFESSIONAL**  
PROFESSIONAL COFFEE SOLUTIONS

bylo, když jsme získali oficiální zastoupení značky Gaggia v segmentu domácích kávovarů. Letos jsme také navázali kontakt s italskou centrálou značky Bialetti, která je celosvětově proslavená svými ikonickými konvičkami pro přípravu moka kávy. V květnu jsme se potom stali oficiálním zastoupením Bialetti pro ČR a SR. Důležité pro naše partnery i potenciální partnery je okamžitá skladová dostupnost zboží a dva showroomy s desítkami zapojených a plně funkčních kávovarů. A samozřejmě také moderní servis včetně nabídky instalace a pravidelné údržby kávovarů. Naší hlavní aktivitou zůstává každopádně prodej profesionálních strojů včetně kategorie „vending“.

**V průběhu září jste přestěhovali servisní středisko z pražských Nuslí do Modřan. Jaké služby v něm nabízíte? A jak je servis vybaven?**

Ano, máte pravdu, servis se skutečně stěhoval do nových prostor, které jsou pro naši kontinuálně rostoucí firmu vhodnější. Velkou výhodou je pak to, že se servis nachází hned vedle našeho showroomu a kanceláře. Zákazník ocení kromě toho mnohem příjemnější přijímací prostor a komplexní služby včetně prodeje doplňkového zboží pro kávovary.

**Na českém trhu tedy zastupujete v kategorii domácích kávovarů značky Gaggia a Bialetti. Jak jste se k zastoupení první jmenované dostali? Nemí žádným tajemstvím, že na českém trhu působí dlouhou dobu, ale v rukou**



**předchozích reprezentací nebyla příliš vidět.**

V minulosti zastupovala značku Gaggia slovenská firma, která však ukončila činnost. Majoritně vlastní značku nizozemský Philips, ale na českém trhu ji lokální pobočka Philips nereprezentuje, takže se po odchodu původního slovenského distributora z trhu takřkajíc „uvolnila“. Jelikož jsme celou dobu prodávali profesionální kávovary Saeco i Gaggia, bylo pro nás přirozené vstoupit s italskou centrálou druhé jmenované značky do jednání, abychom nabídli zákazníkům kompletní produktové portfolio.

**Jaké kávovary má značka Gaggia ve svém portfoliu a na jakého zákazníka cílí?**

Určeny jsou především lidem preferujícím tradiční přípravu espresa, protože základ nabídky tvoří pákové modely. Nejprodávanější je kávovar Gaggia Classic, který je sice poněkud dražší než obyčejná domácí páková řešení, ale najdete u něho mimo jiné stejnou páku jako u profesionálního stroje. Samozřejmě máme v nabídce také dražší automatické modely nebo cenově dostupnější pákové.

**Letos jste získali do distribuce také značku slavných moka konviček Bialetti. Cesty jejich výrobků na český trh se zdají být ještě nepřehlednější než**

**v případě Gaggia. Vaše firma je tedy jediným oficiálním zastoupením Bialetti pro ČR a SR?**

Situace nebyla až do letoška pro obchodníky moc přehledná, protože mají kávovary Bialetti v nabídce individuální dovozci, kteří je nakupují v sousedních zemích. Dost mě na úplném počátku jednání o zastoupení překvapilo, když jsem zjistil, že značku u nás vlastně nikdo oficiálně nezastupuje. Po setkání v Itálii se vydali manažeři Bialetti také do Česka, a když si ověřili naše zázemí, přijali nás jako vhodného partnera pro reprezentaci.

**Co je to vlastně moka káva, kterou si v konvičce uživatel připraví?**

Jde o jeden z nejstarších způsobů přípravy kávy, který je například v Itálii tak populární, že najdete konvičku Bialetti v každé tamní domácnosti. A ne pouze jednu, protože jsou v prodeji různé velikosti pro různé množství porcí kávy. Celý systém funguje tak, že do spodní nádoby nalejete vodu po ventilek, nasadíte trychtýřek s kovovým filtrem, do kterého se dá mletá káva. Zašroubováním se káva upěchuje a konvička se následně postaví na plotnu, kde se začne voda zahřívat. Vzrůstající tlak na úrovni 1 baru žene vodu vzhůru přes naplněný filtr, aby hotová káva následně vytékala do horní části konvičky. Voda nedosahuje 100 °C, takže kávu nespálí. Jedná se o výrazně chutnější a kvalitnější nápoj, než jakým je český „turek“.

**Bialetti už dnes nenabízí jen obyčejné moka konvičky na klasickou plotnu nebo plynovou varnou desku. Jaké další druhy konviček lze koupit?**

Kromě tradičního osmihranu prodáváme ještě varianty pro indukční desky či s vlastním napájením. Za zmínku stojí také náš french press. Konvičky jsou dostupné v mnoha barevných provedeních a velikostech.

**V nabídce jsme si všimli ještě kapslového kávovaru Bialetti. Jaký typ kapslí používá? A lze v něm použít i jinou než kapslovou kávu?**

Dodáváme dva druhy těchto kávovarů. Jeden používá uzavřený kapslový systém Bialetti a druhý otevřený systém jak pro kapsle, tak POD kávu (porcovaná, použitelná i do běžných pákových kávovarů) či mletou kávu. Kapsle Bialetti jsou dostupné u našich prodejních partnerů.

**Jaké jsou vaše aktuální obchodní plány a cíle s výrobky Gaggia a Bialetti?**

Určitě chceme rozšířit prodejní síť a začít spolupracovat s dalšími partnery včetně větších řetězců. Nadále budeme pracovat na rozšiřování povědomí o značce, protože Bialetti je v podstatě ikonou mezi moka konvičkami. Se stejným úsilím se budeme samozřejmě věnovat také značce Gaggia. A že nejde jen o prázdná slova, dokládá například aktuální pořízení dvou nových aut pro obchodníky a dvou pro servisní techniky. Zákazníkům tak jdeme ještě víc vstříc a rádi je uvítáme v showroomech v Praze a Brně.





# LEGENDA MOKA KONVIČEK OFICIÁLNĚ NA ČESKÉM TRHU

MOKA KONVIČKY DODÁVAJÍ DNES NA TRH RŮZNÉ ZNAČKY, ALE ORIGINAL S UNIKÁTNÍM PATENTOVANÝM DESIGNEM JE POUZE JEDEN – JE JÍM KONVIČKA MOKA EXPRESS ITALSKÉ ZNAČKY BIALETTI. SLOUŽÍ K JEDNODUCHÉ A RYCHLÉ PŘÍPRAVĚ KÁVY, KTERÉ SE TAKÉ ŘÍKÁ „MOKA“. V NABÍDCE MÁ FIRMA KROMĚ TĚMĚŘ NEZMĚNĚNÉ HLINÍKOVÉ KLASIKY JEŠTĚ MODERNĚJŠÍ VARIANTY, POUŽITELNÉ NAPŘÍKLAD NA INDUKČNÍCH VARNÝCH DESKÁCH.



Příprava moka kávy pomocí konvičky, která se postaví na plotnu, a vznikajícího tlaku, jenž vyžene vodu přes filtr s kávou, se na trhu poprvé objevila v roce 1933. Za vynálezem stojí Alfonso Bialetti, jehož firma vyrábí konvičky a další výrobky úspěšně dodnes. Samotný způsob přípravy nebyl ani tehdy technologickou revolucí, protože ho lidé používali už od nepaměti, ale Bialetti navrhl a zkonstruoval konvičku Moka Express, jak ji dnes známe, včetně několika unikátních technických a designových prvků. Dnes je dostupný v různých velikostech, barevných provedeních i modernějších variantách, která všechna dováží společnost Espresso Professional, od letošního května jediný oficiální dodavatel výrobků Bialetti na český trh.

## Nejen Moka Express

Produktové portfolio značky Bialetti je dnes mnohem širší než na počátku její cesty v roce 1933. Nabízí například konvičky s vlastním napájením či modely vhodné na indukční desky. Dále pak French Press model nebo jedinečný Mukka Express pro rychlou přípravu cappuccina. Na výběr jsou také konvičky v nerezové nebo kapslové kávovary pro kapsle Bialetti. Ovšem pozor, vybrané modely jsou typu 3 v 1, a tak do nich můžete použít také mletou kávu či populární porcovanou v takzvaných podech.

Pro objednávky výrobků značky Bialetti kontaktujte přímo české zastoupení značky, společnost Espresso Professional. Bezpochyby velmi zajímavým způsobem rozšíří nabídku vašeho obchodu a budete moci svým zákazníkům nabídnout cenově dostupné a kvalitní výrobky pro domácí přípravu té nejlepší kávy.





## Pokračující brazilské sucho nadále zvyšuje cenu kávy. Dosáhla dvouletého maxima

UŽ NA JAŘE LETOŠNÍHO ROKU JSME SE V BŘEZNOVÉM VYDÁNÍ, VĚNOVANÉM TÉMATU KÁVOVARŮ, ZAMĚŘILI NA ROSTOUCÍ CENY KÁVY, PŘEDEVŠÍM KVALITNĚJŠÍ ARABIKY, POUŽÍVANÉ PRO PŘÍPRAVU ESPRESA. UBĚHLO NĚKOLIK MĚSÍCŮ A NA SITUACI SE PRAKTICKY NIC NEZMĚNILA, PROTOŽE SUCHÉ A NADPRŮMĚRNĚ TEPLÉ POČASÍ V BRAZÍLI TRVÁ NADÁLE.



Letošní sklizeň kávy byla nejmenší za poslední tři roky a ani vyhlídky pro rok příští nejsou vůbec dobré, protože největšího světového producenta kávy nadále sužuje sucho. Každoroční říjnové deště měly zavlažit plantáže a přivést kávovníky do květu, jenže občasné bouřky nestačí a soustavný delší déšť se nedostavuje. Předpovědi navíc indikují menší množství srážek také v blízké budoucnosti, a tak je už nyní ohrožena úroda na příští rok. Nervozita producentů, obchodníků i koncových prodejců roste a zvyšuje tlak na cenu, v jehož důsledku také velkoobchodní ceny kávy stoupají. Na začátku října překonaly hranici 2,2 dolaru za libru a nejčernější scénáře počítají, že příští rok budou atakovat hranici 3 dolarů za libru. Na trhu se to neprojeví ihned, ale takový skok v cenách už většina prodejců bude muset reflektovat.

### Horko a sucho může kávovníkům uškodit

Současné suché počasí v Jižní Americe není hrozbou pouze krátkodobou. Někteří odborníci se obávají, že ve spojení s letošním suchem ze začátku roku může nevratně poškodit samotné kávovníky. V takovém případě by byl trh s kávou zasažen dlouhodoběji, což by mělo opět vliv na vývoj cen.

### Úroda je slabá, světová poptávka ale roste

Se stále větším rozšiřováním domácích kávovarů na zrnkovou kávu, ale i kapslových systémů, používajících převážně arabiku, samozřejmě úměrně roste

poptávka po kávě. Svůj vliv na to má také narůstající počet poboček velkých kavárenských řetězců. Jenom v Česku se zvýšil za poslední čtyři roky zájem o automatické kávovary o 30 % a ruku v ruce s tím rostou prodeje kvalitní zrnkové arabiky. Prodejci kávy tak hlásí meziroční nárůsty prodeje až v desítkách procent. Dalším důsledkem „kávévého růstu“ jsou nově vznikající pražírny, které nakupují zelenou kávu a zpracovávají ji až v Česku. Díky tomu jsou schopné nabídnout svým zákazníkům maximální čerstvost. Do celkového schématu vývoje trhu pak zapadá loňský vznik Kávového centra v Praze, kde zákazníci najdou jak pestrou nabídku profesionálních i domácích kávovarů, tak samotné kávy. Pokud však bude cena zrn nadále raketově růst, vzhdy od loňska stoupla o 100 %, negativním dopadům z toho vyplývajícím se český trh nepochybně nevyhne.



## Budoucí ceny kávy

Cena zrnkové arabiky s termínem dodání 12/2014 (centy \$ za libru)



Zdroj: Investing.com

# REVOLUČNÍ SYSTÉM PRO MLÉČNOU PĚNU OD DE'LONGHI!

**LatteCrema**   
SYSTEM

## Vychutnejte si dokonalý mix potěšení

Od husté a krémové po hedvábně hladkou mléčnou pěnu pro Vaše cappuccino  
a všechny kávové mléčné nápoje.



dokonalá hustota



dokonalá krémovost



dokonalá teplota



do poslední kapky!



## Nový patentovaný LatteCrema System

Pro italskou rodinnou značku De'Longhi jsou luxusní plnoautomatické kávovary a jejich neustálý vývoj hlavním zájmem. Proto se snaží o zdokonalování technologií tak, aby byla neustále naprostou jedničkou. Nový patentovaný LatteCrema System je proto nejdokonalejší technologií přípravy lahodné, husté a krémové mléčné pěny pro kávové mléčné nápoje jako je cappuccino, caffè latte, latte macchiato, flat white nebo třeba jen sametově našlehané horké mléko. Díky vylepšenému systému, který mísí páru, vzduch a mléko, obsahuje našlehaná pěna mikrobublinky, které jsou „zodpovědné“ za

lahodný požitek z krémové a husté mléčné pěny až do poslední kapky.

## LatteCrema System pro dokonalou mléčnou pěnu

Italští technolozi inženýři vyvinutím nového LatteCrema Systemu zdokonalili přípravu mléčných kávových nápojů a posunuli tak plnoautomatické kávovary De'Longhi daleko před její konkurenci. Dva hydraulické okruhy pro přípravu kávy a našlehaného mléka umožňují rychlejší přípravu a vysoce kvalitní výsledky. Nový systém mísení horké páry, vzduchu a mléka umožňuje vytvořit v mléčné pěně miniaturní



mikrobublinky, které činí pěnu krémově hustou a zároveň vláčnou. Čím menší bublinky, tím je pěna kvalitnější a lahodnější. Díky elektronické kontrole teploty je zaručena vždy správná teplota mléčné pěny mezi 60 a 65 °C tak, abyste si pokaždé vychutnali dokonalý šálek.

## Milk Menu

Novinkou je i speciální tlačítko přímo na displeji s názvem Milk Menu, ve kterém si nyní můžete vybrat mezi více mléčnými nápoji. Kromě klasického cappuccina, caffelatte, latte macchiato, které máte přímo na displeji, si můžete připravit díky Milk Menu i flat white nebo espresso macchiato! Pokud milujete kakao nebo jen našlehané horké mléko, můžete si zde



nastavit ideální velikost tak, aby odpovídala Vašemu oblíbenému šálku.

## Snadná automatická údržba

Technologie údržby je jednou z hlavních předností všech kávovarů od společnosti De'Longhi. Proto je i údržba maximálně automatizována. Kávovar se sám automaticky pravidelně pročisťuje tak, aby jeho vnitřní části byly vždy čisté a připravené servírovat dokonalou kávu při každém použití. Zároveň je nově zabudováno čištění i v nádobce na mléko, což znamená, že nyní



pouze otočíte knoflík pro nastavení velikosti mléčné pěny do polohy „CLEAN“ a systém se automaticky pročistí. Vy tak pak jednoduše můžete vložit celou nádobku s mlékem do lednice pro další použití.

## Krása je v jednoduchosti

V novém plnoautomatickém kávovaru Eletta se snoubí luxusní design s nejpokročilejšími technologiemi pro uspokojení těch nejnáročnějších milovníků kávy tak, aby splnila Vaše přání v pohodlí Vašeho domova. Dopřejte si lahodné potěšení s De'Longhi.



Better Everyday

[www.delonghi.cz](http://www.delonghi.cz)

# Designblok s tématem dětství

Dětství znamená hravost, zvědavost, fantazii a také čistotu. Letošní Designblok měl být právě takový. Tedy pokud jste ho vy sami takový mít chtěli.

ODEVZDAT SE SNĚNÍ, KTERÉ NÁS PŘENESE DO SVĚTA AKTIVNÍ IMAGINACE, JE TOTIŽ DOPŘÁNO POUZE NĚKTERÝM. TI PRAKTICKY ZALOŽENÍ VYZNAVAČI DESIGNU S TÍM MOHLI MÍT TROCHU PROBLÉM. LETOŠNÍ JIŽ ŠESTNÁCTÝ ROČNÍK DESIGNBLOKU, KTERÝ SE KONAL OD 6. DO 12. ŘÍJNA V NĚKOLIKA REPREZENTATIVNÍCH PROSTORÁCH V PRAZE, MĚL OVŠEM TAK VELKÝ AKČNÍ RÁDIUS, ŽE SI PŘÍŠEL NA SVÉ V PODSTATĚ KAŽDÝ NÁVŠTĚVNÍK.

## Dosud nejširší výběr

Kurátoři Jana Zielinski a Jiří Macek pozvali více než stovku interpretů, zahraničních hvězd, jako například Ineke Hans, Gijs Bakker, Ferruccio Laviani nebo Tjep. Přijeli i designéři z Polska, Rakouska, Německa, Slovenska, Švédska, Norska, Španělska a z dalších zemí. Bylo možné zhlédnout více než 250 instalací, výstav a módních přehlídek. Pokud vás zajímaly novinky interiérového designu (nábytek, svítidla a interiérové doplňky), vydali jste se do Superstudia Evropa v bývalém Šroubkově Grand hotelu na Václavském náměstí. Velkým lákadlem zde byl italský architekt Ferruccio Laviani. Slavnostně otevřel poštu, kterou navrhl pro legendární šampaňský dům Veuve Clicquot. Do dnešních dnů tady totiž uchovávají korespondenci Madame Clicquot, kde se můžeme například dozvědět, že do Čech se dostalo první šampaňské značky Veuve Clicquot již v druhé polovině 18. století. „V březnu 1777 bylo panu Bertoni v Praze doručeno 20 láhví šampaňského. Další dodávky do Čech následují na jaře téhož roku. V roce 1803 společnost poprvé dodává

šampaňské do Opavy, Brna a Olomouce a o rok později i do Plzně. Bílé a růžové šampaňské odebírají místní obchodníci s vínem i několik významných šlechticů,“ píše se v listech.

## Pro každého něco

Dalším a atraktivním místem pro návštěvníky Designbloku bylo Superstudio HRA v bývalé základní škole v ulici Mikulandské. Na dvoře přivítala návštěvníky stromová instalace v koruně lípy, kterou pro společnost Vitra navrhl známý avantgardní designér Maxim Velčovský. Uvnitř se pak odehrávala hlavní mezinárodní výstava letošního Designbloku. Pro setkání s designéry, případně i na přímé nákupy od nich, bylo připraveno Openstudio v domě U Minuty na Staroměstském náměstí, který stojí přímo vedle orloje. Pro projekty na pomezí umění a designu byl již podruhé v historii Designbloku otevřen Art House v Collaredo-Mansfeldském paláci u Karlova mostu. V něm se objevila kromě jiných i holandská hvězda Ineke Hans, představující proslulou muchomůrkovou kolekci skla. Hlavní divadelní sál obsadil neméně slavný Frank Tjep-



Foto: Designblok

kema se svým studiem Tjep, aby uvedl premiéru své kolekce s názvem Doba bronzová. Nechyběla samozřejmě ani móda Fashion Stage v kostele svatého Šimona a Judy.

## Hravost a fantazie

Je nesporné, že téma hravost a fantazie je pro přehlídku designu dobrý záměr. Pracuje s ní většina umělců. Zároveň však v většině případů kopírují moderní dobu i s jejími zmatky a dávají svým dílům i určitý nádech dadaismu. Většina konvencí již dávno vzala za své, ale takřkajíc čistá dětská spontánnost jako by se úplně vytratila. Osvobození věcí i lidí z jejich obvyklých vztahů a pout se nekoná. Moderní design je naprosto předvídatelný a ve své podstatě i nudný. Vlastní dětství si sice stále neseme v sobě jako podvědomou součást své osobnosti, ale zároveň nám již od narození povážlivě atrofuje. V návalu přemíry vjemů nemáme čas na opravdu důležité a zcela základní věci. A přitom stačí málo. Vrátit se k první a stále fungující poučce o designu: Méně znamená vždy více...

Vlastimil Růžička



# Jana Vaňková: REDESPRESSO není pouhou alternativou kávy, jde o nový druh nápoje



**REDESPRESSO je novinkou v českých obchodech, která se úzce pojí se světem kávy, ale sama kávou není. A to i přesto, že k její přípravě potřebuje člověk kávovar. Můžete přiblížit, co vlastně REDESPRESSO je?**

Jednoduše řečeno jde o speciálně upravený rooibos z čajovníkovce kapského vhodný pro přípravu v kávovaru. Na rozdíl od čajového rooibosu se ručně sklízí a speciálně seká na 5 velikostí částic v různém poměru, aby skrz něj v kávovaru voda bez velkého efektu pouze neprotekla nebo aby se naopak kávovar neucpal. Proto nelze k přípravě nápoje použít obyčejný rooibos z obchodu s čaji. Jde o skutečně unikátní směs z rostliny, která roste pouze na jednom místě na světě v Jihoafrické republice a kterou se nepodařilo zatím nikde jinde pěstovat.

**Proč by měl člověk REDESPRESSO pít? Z vašich prezentací vyplývá, že jde o zdraví prospěšný nápoj. Jaký je jeho přínos pro organismus?**

S kávovým světem má REDESPRESSO společnou přípravu, ale pak už se cesty obou nápojů rozdělují. Zatímco káva obsahuje kofein a má člověka povzbudit a zbavit například ospalosti, REDESPRESSO naopak uklidňuje a pročištuje organismus. Je to úplně jiný typ

NA ČESKÉM TRHU SE STÁLE AKTIVNĚJI ANGAŽUJE JIHOAFRICKÁ ZNAČKA REDESPRESSO, KTERÁ DODÁVÁ SPECIÁLNĚ UPRAVENÝ ČAJ ROOIBOS PRO POUŽITÍ V BĚŽNÝCH KÁVOVARECH. VÝSLEDKEM V ŠÁLKU JE NAPROSTO UNIKÁTNÍ NÁPOJ, VHODNÝ I PRO PŘÍPRAVU ROZLIČNÝCH ZDRAVÝCH KOKTEJLŮ. O NOVINCE S NÁMI HOVOŘILA JANA VAŇKOVÁ, JEDNATELKA OFICIÁLNÍHO ČESKÉHO ZASTOUPENÍ ZNAČKY.

nápoje. Přestože mám kávu ráda a piju ji hodně, během dne si často udělám REDESPRESSO a ráda ho piju například ve studené formě s čerstvým džusem. Navíc káva má dominantní chuť, a pokud ji používám jako ingredienci do dalších nápojů a jídel, hovoříme vždy o kávové příchuti. V případě REDESPRESSO se chuťové s dalšími surovinami snoubí, takže škála použití je mnohem širší.

A z hlediska zdraví jde opravdu o velmi přínosný nápoj, protože obsahuje 60 % antioxidantů, zatímco čaj z rooibosu pouze 5 %. A ještě uvedu jiný příklad, REDESPRESSO má pětikrát více antioxidantů než zelený čaj. Slouží proto k detoxikaci a pročištění těla. Asi vás už pak nepřekvapí, že ho používají například sportovci coby iontový nápoj. Z dalších efektů jmenujme snížení hladiny cholesterolu a cukru v krvi a zlepšení zažívání. Nemá žádný vliv na spánek a může ho pít celá rodina, takže rodiče si mohou například po obědě udělat běžné cappuccino a dětem cappuccino z REDESPRESSO.

**Jaký typ kávovarů lze k přípravě vašeho produktu použít?**

Připravovat ho lze ve všech běžných kávovarech, v nichž lze použít mletou kávu. Nejvhodnější jsou kávovary french press či moka press, ale použít lze i pákové kávovary či překapávače. Máme zkušenosti také s přípravou v automatických kávovarech, i když ji úplně nedoporučujeme, protože je automat nutné častěji a důkladněji čistit. Navíc musí jít o model s násypkou pro mletou kávu.

**Jaké máte ambice? Chcete být primárně dodavatelem pro segment HORECA? Nebo chcete proniknout také do sítě prodejen potravin či elektra, kde se prodávají kávovary?**

V první fázi jsme se zaměřovali pouze na

segment HORECA, protože jsme potřebovali REDESPRESSO dostat do míst, kde ho lidé mohou ochutnat a seznámit se s ním. Nyní přecházíme s distribucí do druhé fáze, kdy balenou směs začínáme dodávat do běžných obchodů. Chceme ho také nabídnout prodejcům kávovarů a domácích spotřebičů jako zajímavý doplňkový sortiment pro jejich obchod.

**Co jste schopni prodejcům elektra nabídnout z hlediska podpory prodeje?**

Samozřejmě rozličné POS materiály a do budoucna budeme mít také stojany s LCD obrazovkami a videosmyčkou, která nápoj a jeho přednosti vysvětlí. Už nyní ale můžeme zorganizovat v prodejné prezentace vedené proškoleným personálem. Na Vánoce pak chystáme dárkové balíčky s kávovary typu french press a moka press.

**Doslechli jsme se také, že se chystáte už v lednu uvést na trh REDESPRESSO v kapslích. S jakým systémem budou kompatibilní? A budou dostupné také široce používané „pody“? Tedy sáčky, které lze vložit do běžných pákových kávovarů?**

Ano, kapsle kompatibilní s kávovary systému Nespresso uvedeme do prodeje v lednu. A stejně tak porcovanou kávu v takzvaných „podech“, již chceme

dodávat hlavně do kaváren, pro které bude příprava nápoje jednodušší a rychlejší. Kromě

toho začneme do Česka dovážet prášek, který vzniká při výrobě, ale do směsi pro REDESPRESSO se nedává. Vhodný je například k dochucování koktejlů, zmrzlín či cukrářských výrobků. Ostatně už teď námi oslovení cukráři testují, k čemu všemu by šel použít. A uvažujeme také o prodeji jednorázových sáčků se směsí, jakožto denní dávky zdraví pro každého. Jinak je REDESPRESSO už nyní v prodeji v různých velkých baleních.





## REDESPRESSO

### Kávová alternativa z Jižní Afriky pro váš obchod

**SPOTŘEBA ZRNKOVÉ KÁVY NA ČESKÉM TRHU STOUPÁ, STEJNĚ JAKO TĚ PORCOVANÉ, A NAOPAK VÝRAZNĚ KLESÁ U INSTANTNÍCH SMĚSÍ. ČEŠI CHTĚJÍ PÍT KVALITNÍ HORKÉ NÁPOJE A UŽ SE NESPOKOJÍ JEN TAK S NĚČÍM. ZAJÍMAVÝM ZPESTŘENÍM PRO MAJITELE KÁVOVARU VŠAK MŮŽE BÝT I ALTERNATIVA V PODOBĚ SPECIÁLNĚ UPRAVENÉHO ČAJE ROOIBOS, Z NĚHOŽ SE PŘIPRAVUJE ANTIOXIDANTY NABITÉ „ESPRESSO“.**

Čajovníkovec kapský byl dlouhou dobu populární jen v Jižní Africe, kde se z něho připravuje horký nápoj pouhým louhováním jeho listů. Postupně si získal velkou popularitu ve většině světa a dnes se s ním běžně setkáváme v nabídkách výrobců čajů. Zajímavé přitom je, že roste jen ve vysoké nadmořské výšce v Západním Kapsku a veškeré snahy pěstovat ho jinde doposud selhaly. REDESPRESSO z něho však vytvořil při hledání kávové alternativy Carl Pretorius, jenž zjistil, že lze z rooibosu při nasekání na různou hrubost a smíchání těchto listů v určitém poměru získat směs, z níž pak běžný kávovar vykouzlí zcela nový druh nápoje. Speciálně nasekané listy nyní dodávané na trh pod značkou REDESPRESSO dají vzniknout doslova antioxidantové bombě. Vždyť v pákovém nebo automatickém kávovaru připravený nápoj obsahuje 60 % antioxidantů, zatímco běžný čaj ze stejné rostliny pouze 5 %. Pretorius také brzy přišel na to, že může REDESPRESSO sloužit nejen jako základ pro zdravé cappuccino nebo latte, ale také pro míchané nápoje či iontové nápoje pro sportovce. Mohou ho pít dokonce těhotné ženy a děti, a tak je kávovou alternativou, již si může ráno, po obědě či dokonce po večeri vychutnat celá rodina. Jelikož neobsahuje kofein, nemá samozřejmě vliv na spánek.

Na českém trhu zastupuje značku REDESPRESSO a dodává její výrobky společnost VV-Services. Prodejčům kávovarů a kávy nabízí možnost rozšířit portfolio prodejny o zajímavou novinku, která v jejich nabídce zákazníky zaujme. REDESPRESSO by nemělo být vnímáno jako konkurence kávy, ale spíše obohacení jejího universa. Navíc činí samotný kávovar spotřebičem, jež rázem může používat celá rodina včetně dětí a těch, kdo kávu ze zdravotních důvodů pít nemohou. Nebo jim prostě jen nechutná. V případě zájmu o spolupráci kontaktujte české zastoupení značky.



# Nová tvář značky Sharp v Evropě – japonské kořeny, turecký kapitál

- **Restrukturalizace společnosti pokračuje**
- **Vestel získal licenci na značku v Evropě**
- **Výroba televizorů v Polsku bude nejspíš přesunuta na Slovensko**

JAPONSKÝM FIRMÁM SE KVŮLI AGRESIVNÍMU NÁSTUPU KOREJSKÉ KONKURENCE V OBLASTI SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKY A TELEKOMUNIKACÍ PŘÍLIŠ NEDAŘÍ. VLIV NA MILIARDOVÉ ZTRÁTY V DOLARECH U SPOLEČNOSTÍ SONY, PANASONIC ČI PRÁVĚ SHARP MĚLA TAKÉ HOSPODÁŘSKÁ RECESE A ANI JEDNA Z FIREM SE S NOVÝMI PODMÍNKAMI NA TRHU NEDOKÁŽE PŘÍLIŠ SROVNAT. NEMALÝ VLIV NA VÝSLEDKY MÁ TAKÉ DRAHÁ JAPONSKÁ VÝROBA ČI KURZ JENU. SPOLEČNOST SHARP NA FUNDAMENTÁLNÍCH ZMĚNÁCH VE SVÉ STRUKTUŘE I ZPŮSOBU PODNIKÁNÍ PRACUJE UŽ DELŠÍ DOBU. NYNÍ SE VÝVOJ OPĚT NOTNĚ POSUNUL, KDYŽ SE V PRŮBĚHU ZÁŘÍ POTVRDILY LETNÍ SPEKULACE, ŽE SE SHARPEM O POUŽITÍ ZNAČKY NA EVROPSKÉM TRHU JEDNÁ TURECKÝ VESTEL.



Sharp se aktuálně zaměřuje především na snižování nákladů a rušení neziskových provozů, které je často velmi bolestivé, nicméně nezbytně nutné. Firma proto například jedná se společnostmi UMC, která má výrobní závody na Slovensku, že jí propůjčí svou značku. Japonci také chtějí zrušit výrobu televizorů v Polsku, respektive ji přesunout právě do již existujícího závodu UMC na Slovensku. Dle dostupných informací si vyžádá pokračující restrukturalizace firmy jednorázové náklady ve výši 6,4 miliardy jenů, což je zhruba 1,3 miliardy korun. Sharp bude moci v Evropě zrušit 300 pracovních míst.

## Spotřebiče začne vyrábět Vestel

Z pohledu našeho časopisu je pak nejdůležitější vlna jednání, která proběhla mezi zástupci Sharpu a tureckou společ-

ností Vestel. V závěru září pak Japonci oznámili, že dosáhli s Turky dohody, tudíž na evropský trh začnou proudit v nepříliš vzdálené budoucnosti domácí spotřebiče značky Sharp z tureckých výrobních linek. Nyní samozřejmě vyvstává otázka, zda půjde nadále o prémiovou techniku nejvyšší kvality, jakou ještě původní evropská reprezentace firmy představila čtenářům SELLu v jeho letním vydání. Nebo jestli se Vestel vydá jinou cestou, řekněme, masovějšího cenově dostupného zboží a bude se snažit těžit z dosavadní image japonské značky. Jelikož nemá Vestel v Česku zastoupení ani zde nejsou jeho spotřebiče v oficiální distribuci, jsme také v redakci zvědaví, jak se bude vyvíjet další prezenze značky Sharp na českém trhu v kategorii domácích spotřebičů, kde začala být firma paradoxně poměrně aktivní těsně předtím, než došlo k těmto zásadním změnám.





# Candy představuje novou generaci sušiček a praček se sušičkou

SUŠIČKY PRÁDLA ZAČÍNÁJÍ BÝT V ČESKÝCH DOMÁCNOSTECH STÁLE ČASTĚJI PŘIJÍMÁNY JAKO BĚŽNÝ A SOUČASNĚ UŽITEČNÝ DOPLNĚK K PRAČCE, KTERÝ PŘINESE DALŠÍ ZVÝŠENÍ UŽIVATELSKÉHO KOMFORTU. KDYŽ ALE NA SUŠIČKU NENÍ MÍSTO, HLÁSÍ SE O SLOVO MODERNÍ A ÚSPORNÉ KOMBINOVANÉ SPOTŘEBIČE. ZNAČKA CANDY PŘEDSTAVUJE NOVINKY V OBOU TĚCHTO KATEGORIÍCH.



V minulém vydání magazínu SELL jsme vám představili novou řadu praček Grand'O Vita, jejíž některé modely jsou dokonce vybaveny moderní funkcí Simply-Fi. Ta umožňuje nejen ovládat, ale také kompletně nastavovat a kontrolovat spotřebič na dálku pomocí tabletu nebo chytrého telefonu, a to včetně podrobných výpisů spotřeby energie či servisní diagnostiky. K novým pračkám nyní přibývají sušičky a pračky se sušičkou.

## Sušička par excellence

Designově sladěný s novými pračkami Grand'O Vita je například model sušičky s označením GVH 9913 NA 2 s kapacitou na 9 kg prádla, energetickou třídou A++ a technologií tepelného čerpadla. Vybaven je přehledným 3D displejem a unikátním řešením kondenzační nádoby přímo ve dveřích sušičky, odkud se snáze vyjímá (systém Easy Case). Programová nabídka obsahuje rovných 19 položek včetně programu pro snadné žehlení, rychloprogramu s trváním pouhých 40 minut či programu pro osvěžení oblečení. Samozřejmě nechybějí ani standardní programy pro sušení vlny, džínů či jemného prádla. Sušička disponuje také senzorem vlhkosti (Sensor Drying System), kontrolujícím zbytkovou vlhkost v prádle a podle zjištěných údajů upravuje délku sušicího cyklu.



## Pračky se sušičkou

V této kategorii se při výběru zboží zaměřte například na model GVW 596 LWC pro praní až 9 kg a sušení až 6 kg prádla. Najednou lze prát a sušit bez přerušení 6 kg prádla. Spotřebič celkově spadá do energetické třídy A, ale čistě v kategorii praní se řadí do třídy A+++.

Tento spotřebič ovládáte LCD dotykovým displejem. Z dalších funkcí jmenujme KG Detektor a Mix Power Systém+ (MPS+), kdy při 20 °C pere stejně účinně jako běžná pračka při 40 °C. Při odstředování může dosáhnout až 1500 ot./min. a samozřejmě má tento model dvířka v luxusním chromovaném provedení.

Unikátním modelem je také pračka se sušičkou ve slim provedení s hloubkou pouhých 42 cm v energetické třídě B, ovšem při samotném praní v třídě A++. Jedná se o jedinou pračku kombinovanou se sušičkou v takto kompaktních rozměrech na trhu. Prát v ní může uživatel až 6 kg prádla a sušit až 4 kg, přičemž automatický program pro praní a sušení bez přerušení lze aktivovat při náplni maximálně 4 kg. V nabídce programů naleznete rychlopraní na 14, 30 nebo 44 minut, program EcoMix 20 °C pro praní bílého a barevného prádla dohromady či Baby Program pro praní dětského prádla. Všimněte si také programu Rapid W&D – vyprání a usušení prádla za pouhých 59 minut.

Druhou slim novinkou je model GVW45 385 TWC s hloubkou 45 cm, řadí se do energetické třídy B (v kategorii praní patří do třídy A++). Opět se jedná o jedinou pračku kombinovanou se sušičkou v tomto rozměru na trhu. Její kapacita pro praní je 8 kg a pro sušení 5 kg (toto množství prádla lze prát a sušit bez přerušení). Z technologií používá novinka Mix Power Systém+, který dokonale smíchá detergent s vodou a teprve poté vzniklou emulzi vstříkne přímo do bubny. Programová výbava také obsahuje rychloprogramy a 59minutové praní a sušení.

U žádného ze spotřebičů Grand'O Vita pak nechybějí přehledné displeje, v některých případech dokonce dotykové, funkce odloženého startu či dodatečné máchání nebo program proti pomačkání prádla.



### Electrolux chystá prý další nákupy, s GE Appliances strategické akvizice neskončí

Prezident společnosti Electrolux Keith McLoughlin podle informací šířících se internetovými zpravodajskými portály naznačil společnosti Bloomberg, že akvizice GE Appliances v hodnotě 3,3 miliardy dolarů není poslední. Evidentně tak chce firmu ještě dále posílit proti svému hlavnímu konkurentovi, americké společnosti Whirlpool. Obě společnosti se nyní přetahují o pozici největšího světového výrobce domácích spotřebičů a prozatím není ani úplně jasné, kdo jím vlastně je. McLoughlin už dlouhodobě vnímá akvizice jako vhodnou investici do budoucnosti a základem jeho současné strategie je jasný cíl – posílit v domácí Evropě a ekonomicky velmi silné Severní Americe při zvýšení podílu prodeje v rozvojových zemích na alespoň 50 % z celkového odbytu během následujících 5 let. Letos v červnu to bylo „pouze“ 36 %.

### Bosch kupuje podíl Siemensu ve společném podniku

Zvěsti, že společný podnik BSH Bosch und Siemens Hausgeräte, který zformovaly firmy Bosch a Siemens v roce 1967, dozná značných změn, se definitivně potvrdily. Strojírenský gigant Siemens sféru výroby domácích spotřebičů opouští a prodává svých 50 % ve společném podniku společnosti Bosch Group. Ta se tak stane jediným vlastníkem celého kolosu za 3 miliardy eur, přičemž každá z firem obdrží od BSH ještě 250 milionů eur před dokončením celé transakce. Samozřejmě celý obchod musí nejprve schválit antimonopolní úřady, ale žádné problémy nejsou předpokládány a celá operace by měla být dokončena během první poloviny příštího roku. Zajímavé přitom je, že se BSH následně stane dceřinou společnos-



tí samotné Bosch Group. Spotřebiče značky Siemens ovšem z trhu nezmqí, protože BSH bude moci tuto značku nadále používat.

A proč se vlastně Siemens rozhodl podíl v BSH prodat? Podle slov svých představitelů se chce soustředit na svůj hlavní byznys, kterým je strojírenství. Například se chystá koupit americkou společnost Dresser-Rand, vyrábějící turbíny, kompresory a celou řadu hydraulických zařízení, za 6,4 miliardy dolarů. Ale vraťme se ještě k BSH, které dosáhlo v roce 2013 příjmů na úrovni 10,5 miliardy eur, protože její představitelé zdůraznili, že nadále platí v letošním roce ohlášený strategický plán s cílem dosáhnout do roku 2025 dvojnásobných příjmů. Nyní se očekává ještě bližší spolupráce Bosch Group a BSH například v oblasti vývoje „internetu věcí“.



### Evropská komise povolila společnosti Whirlpool akvizici Indesit Company

Proces spojení dvou významných hráčů na evropském trhu postupuje kupředu. V polovině října totiž dala akvizici zelenou Evropská komise, což je ale pouze jeden z mnoha dílků mohutné skládanky, jejíž sestavení zabere ještě dlouhé měsíce. Česká zastoupení obou firem nás v září znovu informovala, že nemáme na



českém trhu žádné strukturální změny očekávat. Obě firmy tak budou nadále působit jako samostatné

subjekty a případné změny nejsou v dohledné budoucnosti vůbec na pořadu dne.



## Volně stojící mikrovlnné trouby HOTPOINT – poprvé na českém a slovenském trhu

PRÉMIOVÁ ZNAČKA HOTPOINT ROZŠIŘUJE SVÉ PORTFOLIO A POPRVÉ V ČESKU A NA SLOVENSKU UVÁDÍ VOLNĚ STOJÍCÍ MIKROVLNNÉ TROUBY. MIKROVLNKY JSOU V JEDNOTNÉM DESIGNU V BARVĚ NEREZ NEBO ČERNÁ, S KAPACITOU 20, 23 A 28 LITRŮ. NABÍZENÉ MODELY SE KROMĚ OBJEMU ODLIŠUJÍ TAKÉ NABÍDKOU PROGRAMŮ A PŘÍSLUŠENSTVÍ – OD MIKROVLNNÉHO OHŘEVU A GRILU PO HORKÝ VZDUCH, OD MŘÍŽKY NA GRIL PO CRISP TALÍŘ A PARNÍ NÁDOBU PRO VAŘENÍ V PÁŘE.

Nejvyšší nabízený model MWA 2824 B v černém provedení (nebo MWA 2824 X v nerez barvě) spojuje výhody mikrovlnné a klasické multifunkční trouby. S kapacitou 28 litrů a otočným talířem o průměru 31,5 cm disponuje kromě mikrovln také grilem, funkcí Crisp pro zapékání za krátký čas, horkým vzduchem a možností vaření v páře. V jednom spotřebiči je tak možné ohřát jídlo, grilovat maso, uvařit zeleninu nebo třeba upéct koláč. Pomocí designového otočného programátoru a elektronických tlačítek nastavíte pět úrovní výkonu nebo jeden z deseti automatických programů (Pizza, Maso, Brambory, Těstoviny, Zelenina, Ryby, Nápoje/Káva, Popcorn, Koláč, Kuře). Funkce Rozmrazování umožňuje nastavit délku podle času nebo váhy zmrazených potravin. Digitální displej ukáže nejen nastavený program, ale také zbývající čas a použitou teplotu. S troubou je dodávána plná sada příslušenství, která obsahuje mřížku na gril, crisp talíř a parní nádobu s nerezovou miskou a poklicí. Díky tomu mikrovlny ohřejí jen vodu v plastové nádobě vespod a jídla jsou ohřívána pouze párou.

Další modely MWA 2022 B (MWA 2022 X) a MWA 2322 B (MWA 2322 X) s kapacitou 20 litrů, resp. 23 litrů, jsou vybaveny 8 automatickými programy vaření a programem grilování (včetně praktické mřížky). V druhém zmiňovaném také využijete program zapékání Crisp se speciálním talířem.



Design volně stojících mikrovlnných trub Hotpoint vychází ze vzhledu vestavných multifunkčních trub Hotpoint řady Luce. Kromě využití skla v kombinaci černé nebo nerez barvy je shodným detailem také atypický otočný programátor. Proto je možné mikrovlnnou troubu designově sladit s vestavnou variantou a nenarušit vzhled kuchyně prvkem, který naruší její jednotnost.

## Design, který má kliku

Svůj design mají i zdánlivě obyčejné věci. Kliku je podle slov designérů miniaturní architektura, která otevírá velký prostor, kam by měla být harmonicky začleněna.

TAKŘKA DENNĚ JI BEREME DO RUKY A VLASTNĚ O NÍ VŮBEC NIC NEVÍME. PRO DESIGNÉRA JE VŠAK VELKOU VÝZVOU. VÝZVOU K ŘEŠENÍ ERGONOMIE, VZHLEDU, MATERIÁLU A KONSTRUKČNÍCH DETAILŮ VÝROBY. DVEŘNÍ KOVÁNÍ ÚZCE SOUVISÍ S INTERIÉROVÝM DESIGNEM I DESIGNEM DVEŘÍ A SAMOTNÁ KLIKA MUSÍ BÝT ZÁROVEŇ ZCELA PRAKTICKÝ „STROJ“ – PÁKA, POMOCÍ NÍŽ OTEVÍRÁME DVEŘE NEJRŮZNĚJŠÍCH TVARŮ A VELIKOSTÍ. KLIKA MŮŽE BÝT DOKONCE I SOCHOU, KTERÁ JE VYSTAVENÁ NA DVEŘÍCH DOMU.

### Design s přesahem

„Tvar kliky je daný a poměrně dobře propracovaný. Důležitý je kontext,“ říká světově proslulý holandský designér a architekt Tord Boontje, jehož interiérové dveřní kování z broušené nerezové oceli z kolekce FOLD získalo prestižní ocenění Red Dot Design Award 2013. „Každý interiér si zaslouží osobitý přístup a vzhled, který vás každý den



Designér a architekt **Tord Boontje** (1968) je původem z Nizozemska. Vystudoval Design Academy Eindhoven a získal magisterský titul z Royal College of Art v Londýně. V Londýně vlastní též studio a je zároveň profesorem a vedoucím produktového designu na univerzitě Royal College of Art. Pracoval například pro značky Moroso, Philips, Target či Hewlett-Packard, jeho design je také součástí sbírky MoMa (Muzeum moderního umění) v New Yorku. Pro společnost Formani navrhl kolekci FOLD – kování dveří a oken z broušené nerezové oceli. Za nový design a impozantní technické zpracování obdržel prestižní cenu Red Dot Design Award. Kontakt: [tordboontje.com](http://tordboontje.com)



okouzlí,“ pokračuje designér a představuje celé portfolio produktů okenních a dveřních kování, madel a koupelového vybavení a názorně demonstruje využívání kombinací různých typů materiálů, nových technologií zcela inovativním způsobem. Skládací rozsah kliky dveří se liší od tradičních modelů tím, že zasazuje klasické prvky dveřních kování do jednoho celku. Kliku tak působí snovým dojmem, jako by na dveřích plula. Celý interiér je sladěn s ostatními prvky předváděcí místnosti, v kolekci FOLD

se nachází také nábytkové a okenní kování. S využitím všech prvků z nové kolekce bychom měli dostat přesvědčivý moderní interiérový design pro větší typy bytů a domů.

### O důležitosti ergonomie

V ergonomické terminologii patří dveřní kliku mezi takzvané ovladače a pracuje se s ní jako s částí stroje či mechanismu, jež člověku slouží k řízení. Rukojeť by měla být navržena tak, aby nepůsobila uživateli žádnou bolest a námahu, při uchopení musí být materiálově příjemná. Povrchová úprava je velmi důležitá nejenom z estetického hlediska, ale i z hlediska zdravotního. Správně navržená ergonomicky tvarovaná rukojeť nepřenáší žádné napětí na naše ruce. Designér musí dodržet opticky a funkčně základní rozměry, navrhnout správnou délku a nechat dostatečný prostor pro ruku při uchopení kliky.

Vlastimil Růžička

Foto: Formani

# LUCE

# Hotpoint

Naše myšlenky pro váš domov.



## Podzim v nových barvách Desert Sand a Coffee

Designová řada LUCE vestavných spotřebičů Hotpoint přináší dvě nová barevná provedení – světlá písková Desert Sand a tmavá kávová Coffee. V přírodních barvách sladíte dohromady multifunkční troubu vybavenou 30 programy, varnou desku s úspornými plynovými hořáky Direct Flame, indukční desku s 9 úroňmi výkonu a dotykovým ovládáním a komínový odsavač par vhodný pro odťah i recirkulaci v šířce 60 nebo 90 cm.



HLB 9.8 LT (DS) X/HA



HLB 9.8 LT (CF) X/HA



HLB 6.7 AT (CF) X/HA



HLB 6.7 AT (DS) X/HA



FK 1041LP.20 X/HA (DS)



KIC 644 C (DS)



KIC 644 C (CF)



PKQ 644D GH (CF)/HA



PKQ 644D GH (DS)/HA



FK 1041LP.20 X/HA (CF)



## Trh mikrovlnných trub pod taktovkou značky Whirlpool

**AMERICKÁ ZNAČKA JE NEJEN V ČESKU PREFEROVANOU VOLBOU PŘI VÝBĚRU MIKROVLNNÉ TROUBY. FAKT, KTERÝ ASI NIKOHO PŘÍLIŠ NEPŘEKVAPÍ VZHLEDEM K TOMU, ŽE MÁ V TÉTO KATEGORII DLOUHODOBĚ NEJBOHATŠÍ NABÍDKU, NEAKTIVNĚJŠÍ KOMUNIKACI A NEJVĚTŠÍ TECHNOLOGICKÉ POSUNY, URČUJÍCÍ CELKOVÉ SMĚŘOVÁNÍ KATEGORIE. NEZNAMENÁ TO OVŠEM, ŽE BY NABÍDKA DALŠÍCH ZNAČEK NEBYLA ZAJÍMAVÁ A KONKURENCESCHOPNÁ.**

Už krátce po změně režimu a příchodu značky Whirlpool na český trh se firmě podařilo zaujmout zdejší zákazníky svou nabídkou spotřebičů, což u kategorie mikrovlnných trub platí dvojnásob. V druhé polovině devadesátých let s nástupem trub s funkcí Crisp, která vůbec poprvé přinesla zapékání pomocí kombinace grilu a mikrovln, rozpalujících speciální kovový talíř, svou pozici lídra trhu jen potvrdila. A brzy nato byly ještě uvedeny trouby vybavené horkovzdušnou funkcí. Mikrovlnka se tak rázem stala multifunkčním zařízením, schopným v mnoha případech zcela nahradit tradiční troubu. Společností Whirlpool udávané technologické a funkční trendy ostatní firmy do značné míry pouze následovaly a nic se na tom nezměnilo ani v letech následujících, kdy začal lídr trhu implementovat do svých modelů inteligentní senzory, vylepšený systém distribuce mikrovln či vaření v páře. Velký úspěch sklídila po svém příchodu řada JetChef, jejíž pokročilé funkce úspěšně propagoval ve své době velmi populární televizní pořad Jste to, co jíte.

Zatímco Whirlpool je schopen prodávat trouby s cenou okolo 10 000 Kč, ostatní značky se drží spíše levnější produkce prodávané většinou hodně pod hranicí 5 000 Kč. I to vypovídá o síle značky a tom, čeho se podařilo společnosti

Whirlpool dosáhnout. A dokládají to také čísla z trhu, protože je americký výrobce dlouhodobě jasnou jedničkou. Největší tržní podíl má samozřejmě v kategoriích vybavenějších trub s grilem či ještě pokročilejšími kombinacemi funkcí. Při celkovém pohledu na data je také zřetelné, že většinu mikrovlnek na trhu prodávají „neznačkoví“ producenti té nejlevnější sorty trub, ačkoliv jejich význam na úkor značkové a kvalitní techniky během posledního roku mírně klesl.

### PŘÍCHOD ZMĚN?

Přestože je pozice společnosti Whirlpool na trhu mikrovlnných trub prozatím neohrožitelná, jisté změny v aktivitách některých hráčů pociťujeme. Jednou je zařazení volně stojících modelů do nabídky značky Hotpoint, spadající pod Indesit Company. Už v člancích o probíhající akvizici Indesitu ze strany společnosti Whirlpool jsme psali, že právě Indesit začne výhledově odebírat mikrovlnné trouby z výrobních závodů společnosti Whirlpool a lze očekávat určité posílení jeho značek v této produktové skupině.

Dále vnímáme aktivnější projevy asijských výrobců, s nimiž naše redakce během letošního roku zahájila bližší spolupráci včetně výměny důležitých informací o situaci na trhu. Korejský Samsung má aktuálně až překvapivě širokou nabídku mikrovlnek a LG zase nyní uvádí na trh velmi zajímavou novinku s plnou funkční výbavou včetně vaření v páře. Bližší informace o tomto modelu naleznete v produktovém přehledu.

### VÝVOJ NA TRHU

Na straně 44 se nachází podrobný rozbor trhu mikrovlnek od společnosti GfK. Informace o převládajících prodejích těch nejlevnějších trub v něm asi nikoho nepřekvapí, ale poměrně zajímavá je informace o celkem výrazném poklesu trhu vestavných mikrovlnných trub. GfK neuvádí, co za ním stojí, ale půjde nesporně o důsledek mnoha trendů – slabší roky ve stavebnictví, úspornější chování spotřebitelů a narůstající zájem o zdravé vaření, kde nemají mikrovlny tu nejlepší pověst. Ne že by snad vestavné mikrovlnné trouby nenabízely pokročilé funkce včetně zdravého parního vaření, ale cena takových modelů je většinou dvoj- až trojnásobná. Pokud už člověk pořizuje parní troubu a investuje do ní 30 až 40 tisíc korun, spíše zvolí model standardní velikosti bez funkce mikrovln. Vestavné mikrovlnky mají spíše menší vnitřní objemy do 40 l a spadají do kategorie kompaktních spotřebičů.



## AEG MCC2581E-M

Trouba s nerezovým šasi a minimalistickým ovládáním, které tvoří jen 4 tlačítka a méně nápadný otočný volič, má vnitřní objem 25 l a nabízí jak funkci mikrovlnného ohřevu, tak grilu a horkého vzduchu včetně jejich kombinací. Výkon mikrovln dosahuje až 900 W a je regulovatelný v 5 úrovních, gril má výkon 1200 W. V nabídce programů naleznete automatické rozmrazovací režimy podle váhy jídla. A podle váhy jídla můžete také pokrmy vařit či péct. AEG zdůrazňuje ještě nerezové provedení vnitřního prostoru trouby.

## BAUKNECHT MW 79 IN

Plně vybavená mikrovlnka německé značky, spadající do rodiny Whirlpool, používá kompletní sestavu funkcí – mikrovlny, Crisp, horký vzduch, vaření v páře a rozmrazování. K vaření v páře, tedy funkci Steam, je potřeba použít speciální dodávané nádoby. U horkého vzduchu zase výrobce informuje o systému Rapid pro rovnoměrné rozptýlování tepla pomocí 4 vzduchových proudů na zadní stěně trouby. Pro vaření a pečení lze využít množství automatických programů. Vnitřní objem trouby činí 31 l. Výkon mikrovln dosahuje až 1000 W, grilu 1200 W.



## CANDY CMC 30D CVB

Mikrovlnná trouba s reflexním sklem a černým šasi nabízí svému majiteli 30l vnitřní prostor vybavený otočným talířem. Využit lze jak mikrovlnný ohřev s maximálním výkonem 900 W, tak 1100W gril či horký vzduch s výkonem 2500 W. V nabídce funkcí se nachází 8 automatických receptů a funkce rozmrazování dle váhy či dle času. Vnitřek trouby je vyroben z nerez.

## DE'LONGHI MW 505 CV

Stálící nabídka italské značky je tato cenově dostupná trouba ve stříbrno-černém barevném provedení. Její vnitřní objem je 21 l a k ohřevu používá mikrovlny o výkonu až 800 W, regulovatelném v 5 úrovních. Přestože jde o levnější troubu, najdete u ní i 950W gril a sadu pro zdravé vaření v páře. Dotykové ovládání doplňuje na čelní straně LED displej.



## DOMO D02015G

Barevná řada mikrovlnných trub retroedice značky DOMO obsahuje varianty jak v prezentované křiklavé zelené, tak světle modré, oranžové a fialové. Všechny mají vnitřní objem 20 l a poskytují mikrovlny s výkonem až 800 W. K dispozici je 5 úrovní nastavení. Ohřev doplňuje ještě gril s výkonem 1000 W. Z funkcí pak jmenujme 8 automatických programů vaření a rozmrazování podle váhy nebo času.



## GORENJE GMO25ORAITO

Z dílny designéra Ora-ĭto pochází kompletní řada spotřebičů, do níž patří také tato trouba. K vidění byly některé modely například na letošním Designbloku, jak se můžete dočíst na straně 10. Trouba s elektronickým ovládáním, 25l vnitřním prostorem a výrazným nerezovým madlem dvířek zaujme integrací spodního infratělesa, doplněného ještě o 1000W gril. Výkon mikrovln lze regulovat v 5 úrovních (max. 900 W). V menu se nachází 6 přednastavených programů.

## MORA MT 321 S

Od české značky jsme do přehledu vybrali jednoduchou a cenově dostupnou troubu s 20l vnitřním prostorem. Jedná se o model určený pouze k ohřevu jídel, protože nemá gril ani žádné další pokročilé funkce. Maximální mikrovlnný výkon činí 700 W a na výběr je 5 úrovní nastavení. Nechybí možnost rychlého ohřevu a rozmrazování. MORA také upozorňuje na přítomnost dětské pojistky.



## HOPOINT MWHA 2824 B

Úplnou novinkou na českém trhu jsou volně stojící mikrovlnné trouby značky Hotpoint, jejichž uvedení se firma věnuje ve vlastním článku na straně 35. Redakce do přehledu vybrala plně vybavený model v černé barvě. Jeho vnitřní objem je 28 l a maximální mikrovlnný výkon dosahuje 900 W. Kromě něho můžete použít také horký vzduch, gril a různé kombinace těchto funkcí s mikrovlnami včetně režimu „Mikrovlny + Gril + Horký vzduch“. Trouba je dodávána s Crisp talířem a příslušenstvím pro vaření v páře. Trouba je dostupná také v nerez.





# WHIRLPOOL JETCHEF PREMIUM

## NOVÁ GENERACE MULTIFUNKČNÍCH TRUB PŘICHÁZÍ

Společnost Whirlpool už v devadesátých letech světu ukázala, že mikrovlnná trouba nemusí být jen ohřívačem hotových jídel, ale komplexním řešením pro ohřívání, vaření, rozmrazování a pečení. Její legendární funkce Crisp například zcela změnila domácí přípravu pizzy a zkrátila celý proces na polovinu. Trouby však prošly v dalších letech překotným vývojem, jehož dosavadní výsledky odrážejí nové modely řady JetChef Premium s funkcí 6. smysl, horký vzduch či vaření v páře.

V menších domácnostech může trouba JetChef Premium kompletně nahradit klasickou troubu, přičemž díky multifunkčnosti vlastně tvoří výrobek typu „vše v jednom“. Ne u všech kategorií výrobků je takové řešení žádoucí a plně funkční, ale u trub Whirlpool si můžete být i díky mnohaletým zkušenostem inženýrů společnosti a milionům spokojených zákazníků po celém světě jisti, že vaši zákazníci dostanou produkt, který zcela splní a snad i překoná jejich očekávání. Blíže se nyní podíváme na vlnkovou loď nabídky, model Whirlpool JT 479 IX (stříbrná verze) nebo JT 479 BL (černé provedení) s plnou funkční výbavou a prémiovým dílenským zpracováním.

### Vaření, pečení, ohřev, pára i rozmrazování

Novinka s vnitřním objemem 33 l používá speciální technologii 6. smysl, která kontinuálně snímá připravované jídlo a podle něho upravuje čas a další parametry vaření s cílem dosáhnout dokonalých výsledků. Základem zůstává samozřejmě 3D mikrovlnný ohřev s rovnoměrnou distribucí mikrovln a vysokým výkonem až 1000 W. Spojením mikrovln a horního grilu se speciálním kovovým talířem, který se mikrovlnami rozpálí, vzniká legendární funkce Crisp, již trouba samozřejmě také disponuje. S pomocí rozpálení talíře se pokrm peče i zespodu – díky tomu je pizza už během zhruba 10 minut dokonale propečená a křupavá. Gril s výkonem 1200 W lze samozřejmě aktivovat i zvlášť.

Pro klasické pečení je k dispozici horký vzduch, nicméně ho lze kombinovat také s funkcí mikrovln, a výrazně tak zkrátit čas přípravy v porovnání s tradiční troubou. Anebo můžete spojit horký vzduch s grilem.

Opomenout samozřejmě nesmíme ani funkci Steam, tedy vaření v páře, k němuž slouží speciální parní nádoba. Pak už jen stačí zvolit druh potravin a hmotnost, aby trouba následně sama určila dobu a ideální proces přípravy.

Výčet funkcí uzavírá 6. smysl Jet Defrost pro rychlé a kvalitní rozmrazování potravin všeho druhu. Uživatel opět jen zadá druh potravin a její hmotnost a spustí celý dále kompletně



automatizovaný proces. Specialitou společnosti Whirlpool je ještě funkce Bread Defrost kombinující mikrovlnné rozmrazování s talířem Crisp – výsledkem je pečivo, které chutná stejně, jako by se právě dopeklo.

V nabídce na přehledném displeji nechybí pestrá paleta 90 přednastavených receptů a automatických programů a stejně tak ani možnost uložit 10 vlastních receptů. Novinkou je možnost úpravy přednastavených receptů, u nichž lze vybrat stupeň propečení pokrmu. Trouba je dodávána v nerezovém nebo černém provedení. Na českém trhu bude dostupná v průběhu října.

## HOTPOINT MWAH 2022 X

Jelikož jsou mikrovlnné trouby Hotpoint v Česku opravdu žhavou novinkou, věnujeme v přehledu prostor ještě jednomu zástupci značky. V tomto případě se jedná o troubu s 20l vnitřním prostorem, ve kterém lze použít mikrovlny (800 W), gril či kombinaci mikrovln a grilu. V tomto případě má trouba vnější provedení z nerez, ale objednávat ji lze také v kompletně černém kabátu.



## LG MJ3281BCS

Další významnou novinkou na českém trhu je tato multifunkční mikrovlnná trouba značky LG. Hned po nahlédnutí do specifikací zaujme nadstandardním vnitřním objemem 32 l a množstvím funkcí. Kromě mikrovln (až 900 W, 5 úrovní výkonu) u ní lze používat k přípravě pokrmů horký vzduch, uhlíkový a křemíkový gril, parní vaření (s dodávaným příslušenstvím), rozmrazování. Samozřejmostí je kombinace základních typů ohřevu a pestrá nabídka automatických programů. Její ovládání řeší výrobce pomocí LCD displeje a tradičních tlačítek.

## SAMSUNG MC32F606TCT

Z nabídky společnosti Samsung do přehledu zařazujeme mikrovlnku vyšší třídy s velkým vnitřním prostorem o objemu 32 l. Vnitřek má hladký keramický povrch, který se snadno čistí, neztrácí barvu a nelze ho prakticky poškrábat. Současně má antibakteriální úpravu. Z funkcí stojí za pozornost až 900W mikrovlnný ohřev (6 úrovní výkonu) a přítomnost grilu spolu s horkým vzduchem.



## WHIRLPOOL JT 479 BL

Úplnou novinkou, již se společnost Whirlpool věnuje podrobně na straně 41, je tato trouba. Představený typ má černé provedení, nicméně dostupná je také verze v nerez. Mezi největší přednosti patří největší vnitřní objem 33 l, parní funkce Steam, zapékání Crisp, horký vzduch i speciální režim pro rozmrazování chleba Bread Defrost, jenž pečivo současně rozpeče, aby chutnalo jako čerstvé. V menu trouby naleznete 90 přednastavených receptů. V paměti je pak prostor pro 10 vlastních receptů.





**NOVINKA**  
JT 479 IX

## Jet Chef: Nová řada multifunkčních trub Whirlpool.



Bezkonkurenčně křupavé díky jedinečné technologii Crisp.



Váření v páře:  
příprava zeleniny, ryb a těstovin tím nejzdravějším způsobem.



Horkovzdušný ohřev:  
funkce s využitím ventilátoru.

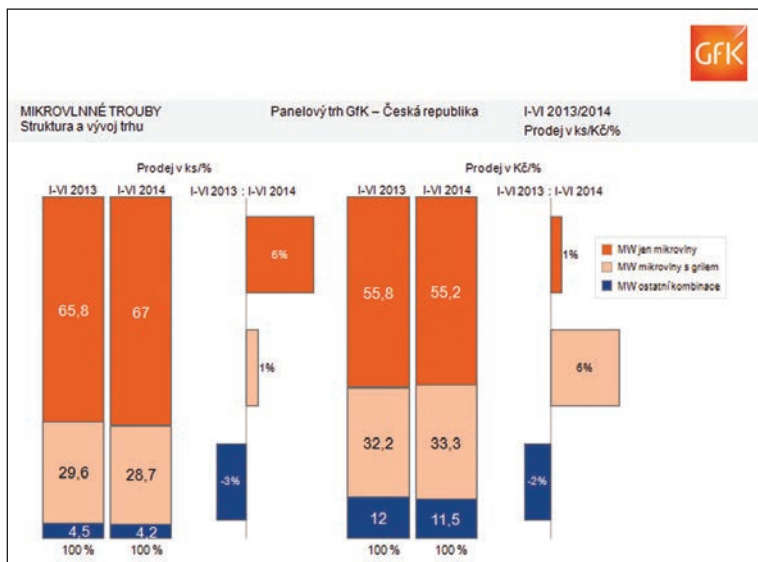


Možnost uložení vlastních receptů díky funkci Oblíbené.

## Zdravé, rychlé a chutné vaření.

# MIKROVLNNÉ TROUBY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

**POPTÁVKA PO TOMTO SORTIMENTU MÍRNĚ ROSTE. ZA PRVNÍ POLOVINU LETOŠNÍHO ROKU<sup>1</sup> SE VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH<sup>2</sup> PRODALO MIKROVLNNÝCH TRUB O 4 % VÍCE. ZÁJEM ROSTE O VOLNĚ STOJÍCÍ MODELY, ZEJMÉNA TY V ZÁKLADNÍM PROVEDENÍ, TJ. POUZE S MIKROVLNAMI.**



Prodej vestavných mikrovlnných trub meziročně klesá, konkrétně za první polovinu letošního roku se v objemu snížil o 7 %. Podíl vestavěb zaujímal v tomto období 14 % celkové poptávky, tedy o dva procentní body méně než před rokem. Volně stojící provedení se naopak prodávalo v rostoucí míře – s objemovým přírůstkem ve výši 6 %. Jedná se však o v průměru levnější segment skupiny, který se do celkových tržeb za prvních šest měsíců letošního roku promítl z necelých 60 %.

## Vývoj prodeje

Meziroční srovnání objemu prodeje mikrovlnných trub zůstalo u přírůstku v každém z prvních šesti měsíců tohoto roku s výjimkou dubna. Volně stojící výrobky zaznamenaly přírůstek i v dubnu a v průběhu uvedeného období jak v objemu, tak i v hodnotě prodeje. Obdobné srovnání u vestavěb ukázalo na časté ztráty. Z hlediska výbavy se nejvíce dařilo jednodušším modelům – pouze s mikrovlnami – kterých se v meziročním srovnání prodalo o 6 % více. S 1% objemovým přírůstkem se prodávaly přístroje s grilem, ostatní kombinace však na zájmu spotřebitelů meziročně ztratily. Výrobky s mikrovlnami přitom pokryly zhruba dvě třetiny celkové poptávky a přes polovinu tržeb.

## Struktura trhu

Modely s mechanickým ovládním – velmi levný segment mikrovlnných trub – tvořily v první polovině tohoto roku přibližně 40 % objemu trhu, v hodnotě přes 20 %. Nejběžnější vnitřní litráž mikrovlnných trub – 19 až 20 litrů – představovala téměř polovinu celkového objemu. Menší přístroje pokryly více než čtvrtinu prodeje, modely s vnitřním objemem 26 až 30 litrů

přes pětinu. Každá druhá mikrovlnka se prodala s příkonem do 700 wattů (včetně) a objemový podíl tohoto sortimentu se meziročně zvýšil o tři procentní body.

## Vývoj cen

Na úrovni celé skupiny se průměrná cena<sup>3</sup> snížila meziročně o 2 %. U volně stojících modelů i vestavěb však průměrná cena o 1 až 2 % vzrostla, celkový pokles průměrné ceny tedy generoval nárůst podílu volně stojícího sortimentu. Za ten kupující zaplatili průměrně 1 700 korun, zatímco za vestavby o 5 500 korun více.

Nárůst prodeje zaznamenaly z hlediska cen dva segmenty – do 1500 korun a 4 tisíce až 10 tisíc korun. Levný segment představoval zhruba polovinu objemu trhu, zatímco ten dražší přibližně desetinu – v hodnotě však jeho podíl nad levným převážil.

## Volně stojící s mikrovlnami/grilem

Tři z pěti prodaných mikrovlnných trub byly právě volně stojící přístroje pouze s mikrovlnami. Výrazný nárůst poptávky zaznamenaly u tohoto segmentu modely v ceně do 1 100 korun, i když v průměru se v první polovině letošního roku prodávaly za 1 400 korun.

Volně stojící výrobky s mikrovlnami i grilem pokryly 23 % celkové poptávky. Také se dařilo v levnějším segmentu – do 1 600 korun, který meziročně narostl dvouciferně v kusech i korunách. Vyšším tempem však rostly prodeje výrobků s grilem v ceně vyšší než 2 100 korun, jejichž podíl na celkovém obratu se v letošním prvním půlroce blížil k polovině.

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 panelových výzkumů. Jeho základem jsou pravidelně zjišťované údaje o prodeji konečnému spotřebiteli ze stálého reprezentativního vzorku maloobchodních prodejen. Více na [www.gfk.com/cz](http://www.gfk.com/cz), případně kontaktujte Zdeňka Bártu, Consumer Choices Directora CZ&SK ([zdenek.barta@gfk.com](mailto:zdenek.barta@gfk.com)).

<sup>1</sup> Meziroční srovnání odpovídá období I-VI 2014 vs. I-VI 2013.

<sup>2</sup> Elektroprodeje, nesespecializované prodejny (hypermarkety, Cash & Carry, obchodní domy a nesespecializované čistě internetové prodejny), kuchyňská studia a prodejny nábytku.

<sup>3</sup> Vážena počtem prodaných kusů, zaokrouhlena na stovky korun.

# Kuchyňská výbava od A po Z od značky Electrolux

*Uvařit a upéct ty nejchutnější pokrmy je nejen věcí nadání a zkušeností, ale také otázkou použití těch správných nástrojů. V oblasti domácích spotřebičů nabízí Electrolux opravdu kompletní portfolio výrobků od technologicky vyspělých vestavných modelů až po malé pomocníky, jakými jsou tyčové mixéry či kuchyňské roboty. Pokud mají vaši zákazníci dosáhnout těch nejlepších výsledků, doporučte jim komplexní řešení značky Electrolux.*



## Příprava surovin

Před samotným vařením je zpravidla potřeba si suroviny pro jednotlivé pokrmy, ať už jde o polévky, omáčky, pečivo či maso, připravit. Nepostradatelnými pomocníky, kteří se skvěle doplňují, jsou tyčový mixér UltramixPro a kuchyňský robot řady Assistent. V obou případech se jedná o spotřebiče vycházejících ze zkušeností společnosti Electrolux s vývojem a výrobou zařízení pro profesionální gastronomické provozy. U mixéru UltramixPro ESTM6600 stojí za zmínku 25cm XL noha, nůž Velouté, vytvářející v mixovací nádobě tornádo efekt pro dokonalé zpracování veškerého obsahu, a sekáček, v němž lze drtit i led.

U řady robotů Assistent na trh vstupují nové modely s označeními EKM4300 (lesklá černá), EKM4500 (námořní modř) a EKM4600 (stříbrná), které jsou vybaveny 1000W motorem, 2 nerezovými mísami (4,8 l a 2,9 l) a 3 nástavci (hnětení, míchání, šlehání). Ovládání zpříjemňuje modře podsvícený regulátor rychlosti (10 stupňů) a bílá LED dioda osvětluje vnitřní prostor mísy. K robotům lze samozřejmě dokoupit další příslušenství, například pro mletí masa či výrobu domácích těstovin.

## Vaření a pečení

Po zpracování a přípravě suroviny následuje zpravidla jejich tepelná úprava, k níž doporučujeme technologicky vyspělou multifunkční parní troubu Electrolux EOB8851AOX, která umožňuje pečení v páře, vaření v páře a i tradiční způsoby pečení. Celkem obsahuje tři parní programy pro přípravu pokrmů. Trouba v energetické třídě A – 20 % je také vybavena teplotní sondou, která zajistí dokonalou přípravu masa. Stačí jen nastavit stupeň propečení a trouba se sama vypne, když je tato



hodnota dosažena. Gastro nadšenci jistě ocení možnost péct až ve 3 úrovních najednou a rodiny s dětmi zase bezpečnostní pojistku proti náhodnému zapnutí spotřebiče. Ideálním partnerem pro kombinaci s vestavnou troubou je potom indukční varná deska Electrolux EHO6832FOG se 2 propojitelnými zónami na levé straně a dvoukruhovou velkou zónou na pravé straně. Jednoduchému dotykovému ovládání InfiSight vévodí barevný displej a pestrá paleta funkcí včetně „Stop and Go“ pro rychlé zastavení a opětovné spuštění vaření, EcoTimer pro automatické vypnutí zóny před ukončením nastaveného času, aby bylo optimálně využito zbytkové teplo, a konečně CleverHeat, což je třístupňová kontrolní funkce zbytkového tepla.

## Mytí nádobí

Po skončení vaření, ani samotném jídle už nikdo nechce trávit čas umýváním nádobí. Nehledě na to, že v ruce ho neumyje tak efektivně a úsporně jako myčka. Doporučte svým zákazníkům některý z Real-Life modelů Electrolux s XXL vnitřním prostorem, speciálním satelitním ramenem pro lepší rozptýlení vody, a automatickým programem, který nejlépe pozná míru zašpinění nádobí.

Z vestavných modelů doporučujeme například myčku ESL8320RA s invertorovým motorem (10 let záruka) a štítkem s označením energetické třídy A+++. Jelikož se do ní vejde až 15 sad nádobí a obsahuje separátní vyjímatelnou příborovou zásuvku, nezalekne se ani větších rodin, kde se během dne použije velké množství obsahu kuchyňských skříněk a šuplíků. Volně stojící alternativou je myčka s označením ESF8540ROX.



## Kde hledat inspiraci?

### V nové kuchařce Electrolux!

Pro to, aby zákazníci uměli využít všechny moderní funkce a technologie, které spotřebiče Electrolux nabízí, připravila společnost Electrolux letos novou a uživatelsky jednoduchou kuchařku plnou skvělých receptů – [www.pecemevpare.cz](http://www.pecemevpare.cz). Kuchařka se neomezuje pouze na recepty týkající se multifunkčních parních trub. Profesionální kuchař společnosti Electrolux Antonín Bradáč pro majitele kuchyňského vybavení značky Electrolux připravil množství moderních receptů na klasická i nová jídla, která patří v Čechách k nejoblíbenějším. Jak použít jednotlivé funkce a inovativní technologie, radí přímo v receptech.

# Způsobí obří akvizice ztrátu produktové diverzity?

„ŠKATULATA, HÝBEJTE SE!“  
 NA GLOBÁLNÍM TRHU JE  
 STÁLE PATRNĚJŠÍ ROSTOUCÍ  
 SÍLA MAMUTÍCH PODNIKŮ,  
 KTERÉ POHLCUJÍ MENŠÍ,  
 STŘEDNÍ I JINÉ VELKÉ  
 KONKURENTY S CÍLEM  
 NEUSTÁLE RŮST. ZDÁ SE,  
 ŽE JINÉ CESTY, JAK PŘI  
 ZMENŠUJÍCÍCH SE MARŽÍCH  
 ODEVZDÁVAT EXCELOVÉ  
 TABULKY S POŽADOVANÝMI  
 VÝSLEDKY, ANI NENÍ. MNOŽÍ  
 SE VŠAK NÁZORY, ŽE  
 Z TRHU KVŮLI TOMU PLÍŽIVĚ  
 MIZÍ PESTROST, ZA NÍŽ  
 STÁLY PŘEDEVŠÍM MENŠÍ  
 FIRMY SE SPECIFICKÝM  
 ZAMĚŘENÍM, A VELKÉ FIRMY  
 SI JEN VZÁJEMNĚ KOPÍRUJÍ  
 NÁPADY A TRENDY.

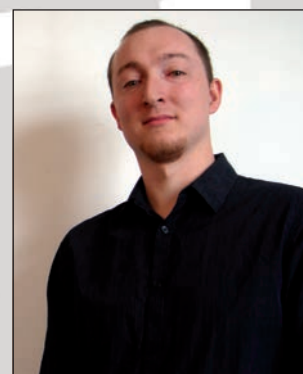
V minulém vydání SELLu jsme vydali článek „Rok 2014, rok akvizic“ (str. 28), kde jsme shrnuli letošní uragán velkých obchodů a transakcí ve sféře domácích spotřebičů. Uběhl pouhý měsíc a kromě podrobně rozebraného spojení sil společností Whirlpool a Indesit, Electrolux a GE Appliances či zmrtvýchvstání Fagoru se mezitím do klubu velkých investorů přidal také turecký Vestel, jenž koupil licenci na používání značky Sharp v segmentu domácích spotřebičů na evropském trhu (více na str. 32 v tomto vydání). K určité změně dochází také ve skupině BSH, z níž odchází strojírenský gigant Siemens, a jediným vlastníkem se stane Bosch Group, ale do toho výčtu spíše patří loňský nákup polského Zelmeru právě německým BSH. A zapomenout nesmím ani a žehlení italskou společností De'Longhi nebo na nákupy asijských výrobců, například čínské společnosti Haier. Z globálního hlediska dochází v segmentu domácích spotřebičů k překotným změnám a obecně lze vše shrnout tak, že velké firmy díky akvizicím kynou, zatímco menší subjekty mizí, většinou jsou tedy první jmenovanou skupinou pohlcovány. Teď vyvstává množství otázek, co tyto na lokálních trzích prozatím celkem neviditelné změny způsobí z dlouhodobého hlediska. Neopodstatněné určitě nejsou obavy, že z trhu zmizí diverzita a výrobky si budou čím dál tím podobnější. Jako například v mobilním segmentu, kde vzhled dotykových telefonů vychází primárně ze způsobu jejich používání, a tedy ze softwaru, kde aktuálně dominují trhu dvě v zásadě téměř shodné koncepce ovládání z dílny Applu a Googlu.

## Jako vejce vejci?

Na jednu stranu vnímám v posledních letech snahu výrobců přicházet s různými designovými řadami, jimiž se odlišují od konkurence, na druhou všichni z oboru dobře víme, že velká prodejní čísla tyto modelové řady „nedělají“. Jsou takovými „image makery“, dobře vypadajícími v reklamách a katalozích. Zákazníci na odlišnost lépe slyší u menších, specifictější zaměřených značek, které přesně cílí na určitou skupinu spotřebitelů, zatímco velkým firmám jde primárně o čísla, a tak musejí na trh uvádět vždy jako základ nabídky masový produkt. V tomto směru jsem schopen obavy některých lidí pochopit. Nicméně velké firmy nenakupují, aby zničily rozmanitost trhu, ale aby vykazaly růst, když se především na trzích ve vyspělých zemích, jmenovitě hlavně v Evropě, tolik nedaří. Koupí svých konkurentů navyšují svůj tržní podíl a k dosažení požadovaných výsledků si vystačí s menšími maržemi, protože zvyšovat ceny v současné atmosféře, kdy stále hrozí návrat recese, prostě nemohou. Menší firmy tak jsou buď pohlceny, nebo na trhu pod cenovým diktátem obrů nevydrží. Ať tak či onak, formuje se nyní několik základních výrobců, kteří budou v zásadě ovládat celý globální trh a určovat trendy. Ano, obava, že si budou spotřebiče po stránce funkcí, způsobu fungování, ale i designu podobnější a podobnější, je částečně opodstatněná. Vidět je to dle mého názoru aktuálně při nástupu „smart spotřebičů“ – jde o nastolený trend, na který musí všichni velcí hráči reagovat, nemohou si dovolit ho ignorovat, trh od nich tento typ produktu očekává a oni musejí očekávání splnit. Jenže ne všude tomu tak je a nedovolil bych si generalizovat. Navíc ne všechny „smart“ koncepce jsou stejné. Člověk musí nahlédnout dál a hlouběji než jen k funkci ovládání na dálku, již si každý chtěl představit jako první.

## Univerzální pravda neexistuje

Sám výše popsaný pesimistický pohled na budoucnost světa domácích spotřebičů úplně nesdílím, protože i přes množství akvizic působí na trhu mnohem více hráčů než například v segmentu mobilních telefonů – teď mám na mysli v softwaru, protože to, zda vyrobili telefon s Androidem v Sony, nebo v HTC, je vlastně celkem jedno. Jde prakticky o totožná zařízení. Když se například dívám na nové pračky LG, srovnám si je s novinkami Candy GrandO'Vita a podívám se na řadu Hotpoint Aqualtis, nemám pocit, že by diverzita mizela. Spíš naopak. A stejně tomu je i v dalších produktových skupinách. Jistě, trendy jsou nastoleny, většina se jimi řídí, ale dává do nich také něco vlastního a nepřináší jen pouhé kopie konkurenčního produktu. Akvizice a posilování lídrů může způsobit změny, ovšem nedovolil bych si tvrdit, že budou ze všech továren za deset let padat na chlup stejné pračky. Orwellovskou vizi budoucnosti přenechávám jiným stejně jako silnou potřebu upínat se k dávné minulosti, v níž tvořily většinu trhu rodinné podniky a pračky vydržely fungovat dvacet let. Svět se změnil, mění se a měnit bude. Nostalgické vzpomínání na doby minulé je člověku vlastní, hlavně na doby, které jsme neprožili, a máme o nich romantické představy – v současnosti kupříkladu o první republice, na niž názor masy formují hlavně černobílé romantické komedie, vysílané ve víkendových dopoledních hodinách. Současné akvizice jsou jen jednou z dalších změn, která má své světlé a stinné stránky. Nic víc, nic míň...



*Lubor Jarkovský*

# Facebook představil reklamní síť Atlas. Chce změnit digitální reklamu

COOKIES PATŘÍ MINULOSTI, REKLAMA BUDOUCNOSTI SE BUDE ŘÍDIT PROFILY Z FACEBOOKU. TAK BY SE DAL STRUČNĚ SHRNOU PŮHLED, KTERÝ SE STAL ZÁKLADEM NOVÉ REKLAMNÍ SÍŤE ATLAS. SVOU REKLAMNÍ SÍŤ FACEBOOK OFICIÁLNĚ PŘEDSTAVIL POSLEDNÍ PONDĚLÍ V ZÁŘÍ, NABÍZET S NÍ BUDE REKLAMU CÍLENOU NAPŘÍČ ELEKTRONIKOU VŠEHO DRUHU, S MOŽNOSTÍ KOMPLEXNÍHO VYHODNOCOVÁNÍ EFEKTŮ VE VZÁJEMNÉ SOUVISLOSTI.

Facebook spouští vlastní reklamní síť, ale proč vlastně? Jeho motivace není o nic menší než vyřešit největší výzvu současné online reklamy. Podle názoru sociální sítě, a abychom byli fér, také podle názorů mnoha profesionálů z oboru, spočívá největší současný problém online reklamy v roztržitosti reklamních platform, která způsobuje nemožnost sjednotit cílení a vyhodnocování reklamy napříč různými zařízeními.

Abychom této těžce stravitelné formulaci snáze porozuměli, je třeba se podívat, jak dnes vypadá průměrný uživatel internetu. Takový uživatel především využívá pro přístup k internetu mnoho odlišných přístrojů. Mohou být jen dva, někdy jich ale může být i pět a více. V praxi půjde vždy o pracovní počítač, domácí či osobní počítač, osobní chytrý telefon, a nadto u mnohých ještě i tablet či notebook a nezřídka také pracovní telefon nebo další elektroniku.

Současné možnosti sledování a cílení uživatelů pomocí cookies neumí uživatele identifikovat napříč všemi těmito zařízeními. Z hlediska systému, který vyhodnocuje a cílí reklamu, tak jde o jiného uživatele při prvním zhlédnutí reklamy na pracovním počítači, jiného uživatele při online rešerši zboží na osobním notebooku a zase jiného při závěrečném nákupu z telefonu. A to i přesto, že v praxi jde o jednoho a toho samého člověka, jehož konečné rozhodnutí nakoupit ovlivnily všechny tyto kroky (a pravděpodobně i nějaké další). Jako by to nestačilo, situaci ještě více komplikuje, že stačí na stejném zařízení internet spustit z jiného prohlížeče, a cookies uživatele nepoznají stejně, jako kdyby se přesunul na jiné zařízení.



## Éra Atlasu se blíží

Jak tento problém řešit? Atlas přichází s elegantní variantou, kterou nazývá „people-based marketing“, tedy vlastně jakýsi „marketing založený na lidech“. S pomocí uživatelských profilů z Facebooku, do kterého je většina ze 1,3 miliardy uživatelů největší sociální sítě neustále přihlášená, nabízí možnost uživatele identifikovat jako jedinou a stále stejnou osobu na mobilu, tabletu, pracovním i osobním počítači, a to ve všech prohlížečích či aplikacích, v nichž je uživatel přes svůj login z Facebooku zrovna přihlášen.

To přináší dvě velké výhody, tou první je jednodušší cílení. Přes Atlas stačí zvolit cílové publikum (to musí být zvoleno podle obecných kritérií odpovídajících cílení na Facebooku, a nikoliv na jednoho specifického uživatele) a poté rozhodnout, zda se má reklama zobrazovat jen na počítačích, nebo zda má být vidět i na tabletech a mobilech. Reklama si poté na zvolených zařízeních už uživatele sama najde, a to právě na tom, přes které právě k internetu přistupuje.

Druhou zásadní výhodou je vyhodnocování efektů reklamy. Vypomozme si

zde opět výše zmíněným příkladem trojfázového nákupu. S klasickou reklamní sítí, která pracuje na bázi cookies, by prvotní reklama i provedené vyhledávání vypadaly jako neefektivní, bez vyvolání odezvy uživatele, zatímco nákup přes mobil by nebylo možné přiřadit k žádné reklamě, a tak by vypadal jako zcela spontánní.

Reklamní síť Atlas naopak všechnu tuto aktivitu dokáže složit ze všech střípků napříč internetem do jediné skládky. Velmi přesně poté vyhodnotí, kde uživatel viděl jakou online reklamu na daný produkt a jak jej tyto reklamy postupně dovedly až k samotnému nákupu. Atlas navíc nebude fungovat jen na platformě Facebooku, ale i jinde na webu, u externích partnerů Facebooku z řad vydavatelů obsahu, a výhledově i v mobilních aplikacích.

Ujme se Atlasem nabízené řešení fragmentovaného světa online reklamy? To se teprve uvidí, protože už mnoho projektů Facebooku se v minulosti nevydařilo. Prozatím je ale jisté, že pro marketéry jde o velmi atraktivní nápad přinášející mnoho lákavých výhod.

*Jindřich Lauschmann*



# Estetické ráno s prémiovými spotřebiči

## Electrolux Expressionist Collection

Electrolux představuje novou řadu malých domácích spotřebičů nejen pro přípravu snídaně. Výrobky určené pro spotřebitele se silným estetickým cítěním byly již úspěšně uvedeny na trhy v Evropě, Severní Americe a Asii. Nevyznačují se ovšem pouze líbivým vzhledem a kvalitním dílenským zpracováním. Uživatelé u nich najdou i několik inovativních inteligentních funkcí, Auto-Start u překapávacího kávovaru, variabilní ovládání teploty u varné konvice a ukazatel pro odpočítávání u topinkovačů.

### Kolekci tvoří



Překapávací kávovary **EKF7800** a **EKF7900** s 24hodinovým časovačem pro automatické spuštění a programátorem s LCD displejem.



Chytrá rychlovarná konvice **EEWA7800** o objemu 1,7 litrů a digitálním nastavením 5 teplot (80 °C pro zelený čaj, 85 °C pro bílý čaj, 90 °C pro čaj oolong, 95 °C pro kávu a 100 °C pro černý či bylinkový čaj).



Tyčový mixér **ESTM7500S** s kompletně nerezovým šasi, dlouhou nohou a dvěma extra odolnými titanovými/nerezovými noži.



Topinkovač **EAT7800** s dvěma XL otvory a displejem, zobrazujícím přesný čas do skončení opékání. Pomocí funkce Lift and Check lze zjistit stav toustu, aniž by se přerušila jeho příprava.



Thinking of you  
**Electrolux**



# Snídaňové kolekce ve znamení hravých barev a kvalitních materiálů

Designově sladěný topinkovač, varná konev a mnohdy i kávovar pákového typu nebo překapávač, ideálně vybrané podle barvy kuchyně, to jsou požadavky nejednoho majitele nového či rekonstruovaného bytu. Samozřejmě se nadále prodávají klasické bílé plastové modely s povětšinou velmi nízkými cenami, ale my jsme se podívali na nabídku modelů cenově výše posazených, včetně velmi exkluzivních kousků.

V designových kolekcích snídaňových spotřebičů převládají samozřejmě ušlechtilější materiály v čele s kovem. Najdeme zde ovšem i modely, které nejsou po stránce vzhledu zcela všední, ale v zájmu udržení ve sférách cenové dostupnosti širšímu okruhu zákazníků mají své vnější pláště z plastu. Výrazně širší nabídka dražších modelů je jasným trendem posledních let, kdy se v této oblasti angažuje asi nejaktivněji italská značka De'Longhi, ale vidět jsou také Bosch, Electrolux či Philips. A dokonce belgická značka DOMO, která se sice pohybuje v nižších cenových hladinách, přesto následuje současné trendy. Populární jsou zejména výraznější barvy a výrobci často rozšiřují množství barevných variant, aby vyšli vstříc svým zákazníkům, toužícím po sladění barev všech spotřebičů se svou kuchyní. Přesvědčit se o tom můžete v následující obrazové mozaice vybraných snídaňových kolekcí předních značek.

## Bosch Styleline

Produktová řada dostupná v černém provedení (plast) s nerezovými prvky a alternativně v bílé. Konvice TWK8613 (černá) / TWK8611 (bílá) nabízí volby teploty ukončení ohřevu při 70 °C, 80 °C, 90 °C a bodu varu. Zajímavá je také funkce KeepWarm, udržující vodu na zvolené teplotě po dobu až 30 minut. Konvici v řadě doplňuje filtrační kávovar TKA8653 (černá) / TKA861 (bílá) s termokonvicí o kapacitě na 8 šáleků. Pro rozpékání toustů a dalšího pečiva pak slouží topinkovač TAT8613 (černá) / TAT8611 (bílá) s pozicemi pro 2 plátky, elektronickým nastavením opékacích stupňů a křemíkovým sklem pro obzvláště šetrné opékání.





## De'Longhi Scultura

Svým provedením zcela unikátní sada spotřebičů vychází designově ze sochařských prvků, což se odráží také v jejím názvu. Italská značka ji představila loni na podzim, kdy se jí dostalo velkého prostoru například na Designbloku. Scultura se skládá z varné konvice KBZ 2001, topinkovače CTZ 4003 se 4 pozicemi pro chléb s elektronicky řízeným opékáním a pákového kávovaru ECZ 351. Všechny uvedené produkty jsou v prodeji ve 4 barevných provedeních – bronzově béžové, zinkově bílé, ocelově šedé a uhlově černé.



## Electrolux Expressionist Collection

Prémiová novinka v nabídce této značky se skládá z překapávacích kávovarů EKF7800 a EKF7900 (vyšší model nabízí funkci AromaStrenght pro volbu intenzity aroma), rychlovarné konvice EEWA7800 s volbou teploty vody 80 °C, 85 °C, 90 °C, 95 °C a 100 °C a topinkovače EAT7800. Ještě ji doplňuje tyčový mixér, ale ten mezi „snídaňové“ spotřebiče neřadíme. Spotřebiče zaujmou jak pěkným designem, tak kvalitním kovovým provedením.

## Kenwood kMix Boutique

I britský specialista na kuchyňské roboty má ve své nabídce pěkné snídaňové sety, které jsou i designově sladěné s dalšími spotřebiči včetně robotů – jde v obou případech totiž o řadu kMix. Sada kMix Boutique se skládá z topinkovače TTM se 2 pozicemi, varné konvice SJM a překapávače CM.

Všechna označení pak ještě pokračují trojmístným číselným kódem, který indikuje jejich barvu. Na výběr jich je celkově 5 – Sherbet (žlutá), Berry (fialová), Papaya (oranžová), Pistachio (zelená) a Aqua (modrá). Výrobky se shodným designem a funkcemi jsou pak dostupné ještě v rámci standardní řady kMix například v červené, bílé či černé.



## KitchenAid Artisan

Luxusní americká značka pro náročné zákazníky nemá na českém trhu v prodeji pouze kuchyňské roboty a mixéry řady Artisan. Ze stejného designového konceptu vycházejí také pákový kávovar 5KPES1000, rychlovarná konvice 5KEK1522, několik topinkovačů v čele s modelem KMT2204 a dokonce vaflovač 5KWBI00. Nutno podotknout, že některé ze jmenovaných výrobků jsou na českém trhu v prodeji ve větším a jiné v menším množství barevných provedení. Základ ale tvoří tradiční červená, případně černá nebo mandlová. U všech zařízení se pak setkáte s pokročilými funkcemi – například konvice umožňuje nastavení teploty od 50 °C do 100 °C, topinkovač má zase funkci rozmrazování i odečítání času do konce opékání.

## Philips

Zbrusu nové modely z oblasti přípravy snídaně zařadila do svého portfolia společnost Philips. Kovová konvice s objemem 1,7 l a příkonem 2200 W je dostupná v barvě šampaňské (HD9324/50), šeríkově fialové (HD9322/40), karmínově červené (HD9322/31) nebo olivově zelené (HD9322/30). Pokud hledáte pokročilejší funkce s přesným nastavením teploty, musíte sáhnout po modelu HD9326/20 čistě v leštěném kovu. Ke konvicím v šampaňské a v karmínově červené nabízí Philips barevně sladěné topinkovače HD2628.



# Šedá rána jsou minulostí

## Nové topinkovače DOMO v originálních kabátech

**TREND ROZŠIŘOVÁNÍ BAREVNÝCH ELEKTROSPOTŘEBIČŮ POKRAČUJE A DOSTÁVÁ SE PRAKTICKY DO VŠECH KOUTŮ DOMÁCNOSTÍ. JIŽ DELŠÍ DOBU NA NĚJ REAGUJE TAKÉ BELGICKÁ ZNAČKA DOMO, KTERÁ MÁ VE SVÉ NABÍDCE NAPŘÍKLAD BAREVNÉ MIXÉRY. PRO LETOŠNÍ PODZIMNÍ SEZONU PŘICHÁZÍ S NEREZOVÝMI TOPINKOVAČI V NĚKOLIKA PASTELOVÝCH BARVÁCH.**

Po technické stránce je tato řada pokračováním osvědčených nerezových modelů z předchozích období, které se úspěšně prodávaly po dobu 5 let. Nyní uvádí firma na trh novou řadu čtyřplátkových topinkovačů DOMO, modernizovaných jak technologicky, tak designově.

Výkon topné soustavy 1600 W je rovnoměrně rozdělen do 5 topných těles, přičemž je každý plátek samozřejmě vycentrován pružinovým systémem, který je drží ve stejné vzdálenosti od tepelných zdrojů. Nastavitelný stupeň opečení v 10 úrovních hlídají vnitřní senzory. Samozřejmostí jsou tlačítka pro vypnutí, rozpékání pečiva a rozmrazování.

### Kvalitní provedení, líbivé barvy

Topinkovače jsou vyrobeny z nerezového materiálu s povrchovou práškovou barvou nebo v bezbarvé variantě. Modře podsvícená ovládací tlačítka s měkkým povrchem jen podtrhují luxusní provedení těchto přístrojů. Spodní část je vyrobena z černého plastu, kde jsou ze zadu zásuvky na drobečky. Tyto topinkovače se řadí mezi top výrobky ve své kategorii a určitě budou oživením nabídky na českém trhu.

### Snídaňové řešení

#### „vše v jednom“

Zcela výjimečná je další novinka DOMO, určená pro ranní start do nového dne. Již název Croque Madame navozuje pocit uvolnění a partnerské pohody. Přístroj dovede připravit 2 sendviče a 2 vajíčka najednou, a splňuje tak představu ideální kontinentální snídaně. Desky jsou odnímatelné, a jejich čištění je proto velice snadné. Příkon 1200 W je rozdělen v pečicích deskách tak, aby zajistil přípravu obou surovin ve stejném čase.

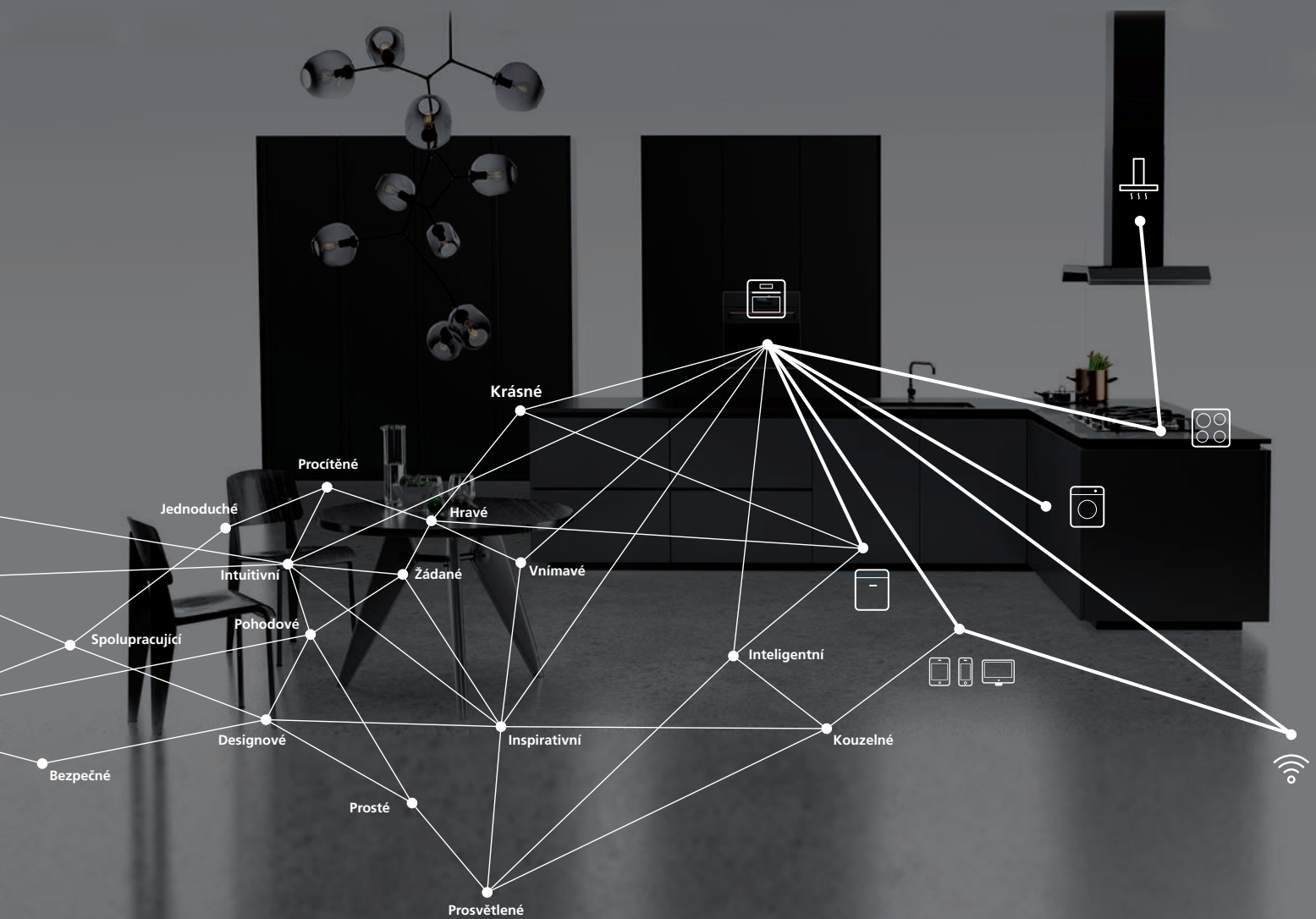




### V příštím čísle SELL:

Poslední letošní vydání magazínu SELL se zaměření na vaření a pečení. Z velkých spotřebičů se budeme věnovat výhradně vestavbám a z malých kuchyňským robotům. Těšit se také můžete na zajímavé rozhovory včetně jednoho s výrazně mezinárodním rozměrem.

# Amica



## Amica In.TOUCH

Nová řada vestavných spotřebičů 2015

# KRÁSA JE V JEDNODUCHOSTI



## ELETTA

Nová Eletta od De'Longhi

ECAM 45.760.W

snoubí luxusní design  
s nejnovějšími technologiemi.

Vychutnejte si dokonalé  
espresso, krémové cappuccino  
a další kávové nápoje  
jedním dotekem tlačítka.



Better Everyday

[www.delonghi.cz](http://www.delonghi.cz)

