

# SELL

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

## WHIRLPOOL SE CHYSTÁ KOUPIV VĚTŠINOVÝ PODÍL V INDESIT COMPANY

CO PŘIPRAVOVANÁ  
AKVIZICE PŘINESE?

+ VYJÁDŘENÍ  
K SITUACI OD  
GENERÁLNÍCH  
ŘEDITELŮ ČESKÝCH  
POBOČEK OBOU  
FIREM

ZÁŘÍ OPĚT VE ZNAMENÍ  
VELETRHU IFA. CO NA NĚM  
BUDE K VIDĚNÍ? A PROČ  
BYSTE NA NĚJ MĚLI VYRAZIT?

ELECTROLUX VSTOUPÍ DO SEGMENTU  
SMART SPOTŘEBIČŮ PŘÍŠTÍ ROK

HAIER REDUKUJE POČET ZAMĚSTNANCŮ  
O 26 000. PŘEHNALI ČÍŇANÉ SVŮJ  
GLOBÁLNÍ ROZMACH?

### SKUPINA VÝROBKŮ:

VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKY – 60 CM  
SODOVKOVAČE A ODŠŤAVŇOVAČE  
MRAZNIČKY



### REPORTÁŽ

KÁVOVÉ CENTRUM SLAVNOSTNĚ  
OTEVŘENO. NA VELKOU PARTY  
PŘIŠLY STOVKY LIDÍ

**MYČKY HOTPOINT**  
VNITŘNÍ PROSTOR VYUŽITÝ  
DO DETAILU



ČERVENEC-SRPEN  
2014



red editions



PLUS X AWARD®



**NOVINKA**

# Nová řada předem plněných praček Whirlpool z Popradu.



Předem plněné  
pračky s vyšší  
kapacitou 8 a 9 kg.

6. smysl Colours  
a Colours 15°,  
nová chromovaná dvířka



**1400**  
ot./min



Úzké pračky  
s kapacitou 7 kg.

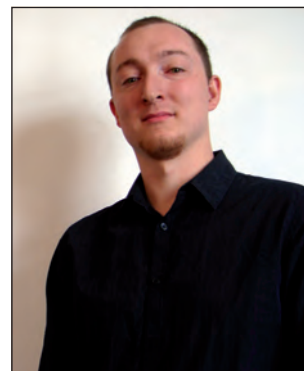
6. smysl Colours a další funkce,  
nová chromovaná dvířka

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



# VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

dostal se k Vám po hektických přípravách, zkomplikovaných dovolenými na straně redakce i partnerů časopisu, letní SELL. Výraz letní není v jeho případě ale asi úplně správný, protože odlehčené atmosféry v něm vlastně mnoho nenaleznete. Důvodem je především to, že vydáváme číslo pro měsíce červenec a srpen až v druhé polovině srpna, kdy už je většina z vás ve víru příprav na podzimní nákupní horečku. Tento SELL tak opravdu není žádným doplňkovým vydáním. Naopak je plně relevantní k podzimnímu trhu. O konec zbytků letního lenošení se pak postarala ještě společnost Whirlpool, když oznámila v polovině července akvizici svého dosavadního konkurenta Indesitu. Ihned jsme pro vás začali zjišťovat veškeré dostupné informace o chystaném obchodu a byli jsme s oběma firmami několik týdnů v intenzivním kontaktu. Výsledek našeho snažení naleznete na straně 24, kde se nám k situaci také vyjádřili oba generální ředitelé českých zastoupení Whirlpoolu a Indesitu. Letní vydání proto nese stejně jako loni, kdy jsem právě v úvodníku poprvé psal o problémech společnosti Baumatic, informace o naprosto zásadní události pro další vývoj trhu domácích spotřebičů. Nebudu proto už zdržovat a raďte se pustit do čtení.



**Lubor Jarkovský**  
šéfredaktor

# 12



# Obsah

## Červenec-srpen 2014

### 3 Editorial

### 6 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

### 8 Zprávy ze světa

**9 Whirlpool: Nová generace předem plněných praček z Popradu přichází na český trh**

**10 Velká kávová party sklidila velký ohlas. Do Kávového centra přišly stovky lidí**

### 12 Myčky Hotpoint

Vnitřní prostor využitý do detailu

### 14 Skupina výrobků

Volně stojící myčky – 60 cm

### 17 Myčky na českém trhu podle GfK

**19 RealLife® myčky Electrolux nyní se sníženou spotřebou vody o 50 %**

### 21 Myčky nádobí značky Bosch slaví 50 let

### 22 IFA 2014

Proč vyrazit letos do Berlína? Jaké novinky čekat v halách s domácími spotřebiči?

**23 Revoluční myčky Whirlpool s aktivním sušením PowerDry ve volně stojícím provedení**

**24 Whirlpool na cestě stát se majoritním akcionářem Indesitu. Formuje se aliance proti nástupu asijských značek?**

# 26





## **26 Martin Novotný, obchodní ředitel české pobočky Electrolux:**

Zlepšení na trhu pocítujeme, smart spotřebiče očekávejte příští rok

## **28 Ekonomické novinky**

Haier propouští 26 000 lidí, Vestel chce koupit licenci na značku Sharp, Arçelik vysílá spotřebiče značky Grundig na britský trh

## **29 Volně stojící myčky MORA – praktické, úsporné a spolehlivé řešení pro každou kuchyni**

## **32 Design**

Kuchyně očima studentů designu

## **33 Volně stojící myčky Candy a Hoover**

## **34 Marketing**

Vzdělávání spotřebitele jako klíčová konkurenční výhoda

## **36 Skupina výrobků extra**

Sodovkovače a odšťavňovače

## **39 DOMO jde vlastní cestou**

## **42 Sociální média**

Facebook připravuje tlačítko Koupit. Stane se z něj obří e-shop?

## **44 De'Longhi představuje konvektory Slim Style**

## **46 Zrcadlo aneb chvílka k zamyšlení**

7 hubených krav za námi. 7 tučných před námi?

## **48 Skupina výrobků extra**

Mrazničky

## **52 Skupina výrobků plus**

Volně stojící myčky – 60 cm

YDAVATEL • MAMURI HUNGARY KFT. • ZODPOVĚDNÝ YDAVATEL • JEDNATEL  
SPOLEČNOSTI MAMURI HUNGARY KFT. • ŠĚFREDAKTOR • LUBOR JARKOVSKÝ  
REDAKTORI • JAROSLAV DUFEK • LENKA DĚTÁKOVÁ • VLASTIMIL RŮŽIČKA  
JINDŘICH LAUSCHMANN • KOREKTOR • JAROSLAV TESAŘ • FOTO • ARCHIVY  
VÝROBCŮ • GRAFIKA • TAMÁS VIG • REDAKCE • VIŠŇOVÁ 12, PRAHA 4, 140 00  
TELEFON • +420 777 166 495 • EMAIL • INFO@REDEDITIONS.CZ • WEB  
WWW.REDEDITIONS.CZ • DISTRIBUCE V ČR • SEND PŘEDPLATNÉ, S.R.O.  
TISKÁRNA • PRE-PRESS & PRESS STUDIO, JAKUB KUBŮ, ČESKÁ REPUBLIKA  
ISSN • ISSN 1786-6782 // EV 16/08



32

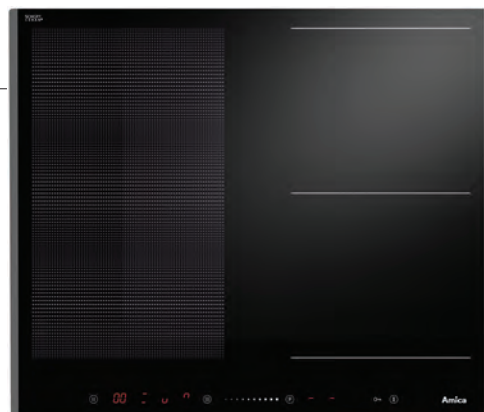


34



### Podzimní sezona bude u JURA ve znamení modelu J9.3 One Touch TFT

Přestože je portfolio kávovarů švýcarské značky bohaté, jeden model v něm přitahuje nebývalou pozornost díky čelnímu panelu z uhlíkových vláken. Svým designem se vymyká většině trhu a pro JURA je i pro tento podzim jasným „image makerem“. Přístroj z vysoce prémiové kategorie se vyznačuje jednoduchým ovládáním, které se omezuje jak u espresa, tak cappuccina a dalších druhů káv na pouhý stisk jednoho tlačítka. Nápoje uživatel vybírá na barevném TFT displeji a v nabídce se pohybuje pomocí rotačního ovladače. Nádržka na vodu pojme 2,1 l a zásobník na kávu 250 g.



### Amica chystá uvedení nové indukční desky

Zájem o varné desky indukčního typu nadále stoupá a reaguje na to také společnost Amica, která začne brzy dodávat na trhu model s kódovým označením PI6513TBD. Desku můžete připojit i na 230 V, i když doporučeno je pro lepší výkon samozřejmě 400 V. Pro přípravu pokrmů slouží dvě indukční zóny 20 cm na 20 cm s funkcí booster a jedna velká zóna 20 cm na 40 cm s funkcí MAX booster, díky níž provádí ohřev o 30 % rychleji. Z moderních funkcí nechybí udržování teploty, sensorové ovládání, časovač a automatické rozpoznání přítomnosti hrnce včetně možnosti vařit se 3 hrnci na jedné zóně. Spolehnout se může majitel také na funkci Pauza, dětskou pojistku a zbytkové ukazatele tepla. Pro více informací a objednávky kontaktujte české zastoupení společnosti Amica.

### Řada Gorenje Simplicity rozšířena o novou vestavnou mikrovlnku

V katalogu slovinského výrobce se nově objevuje přírůstek do rodiny spotřebičů Simplicity v podobě vestavné mikrovlnné trouby. Model BM 6240 SY2B s designem Gorenje Simplicity2 je multifunkčního typu a kromě 900W mikrovlnného výkonu u něho naleznete ještě 1000W gril. Jednoduchosti, vyplývající i z anglického názvu řady, se drží přítomné dotykové ovládání a LED displej. Na výběr má uživatel 8 přednastavených programů usnadňujících přípravu běžných jídel, ale použít může troubu také k rozmrazování. Netřeba se bát ani grilování masa, protože spotřebič disponuje funkcí AquaClean – stačí do ní nalít vodu a aktivovat funkci, kdy se vnitřní prostor rozežřeje na 70 °C. Vznikající pára rozpouští připálené zbytky jídla, které pak jdou jednoduše setřít hadrem nebo žínkou.



### Avizovaný top model De'Longhi Multifry míří na trh

Už v květnovém vydání jsme vás informovali o uvedení nové řady rotačních fritéz značky De'Longhi, tedy zařízení používajících ke smažení minimum tuku. V tehdejší zprávě jsme uváděli, že vlajková loď řady se nedostane na trh na jaře, nýbrž až v září. Pokud jste ještě novinku s označením FH 1394 EXTRA CHEF pro svůj obchod neobjednali, můžete nyní kontaktovat české zastoupení De'Longhi. Rotační fritéza totiž v lečném překonává stávající konkurenci – například tím, že má vyjímatelnou lopatku a lze ji používat ke statickému pečení koláčů nebo pizzy. V režimu míchání v ní zase připravíte kromě hranolů také rizota a omáčky. Celkem nabízí 5 přednastavených programů a 2 speciální programy pro funkci „pánev“ a „pečicí trouba“. O ohřev se starají 2 topná tělesa – horní s tepelným prouděním a grilovací funkcí, dolní pro rychlou přípravu a multifunkční využití. Připravit lze najednou až 1,7 kg jídla. Vybavena je digitálním kontrolním panelem, průhledným víkem a vyjímatelnou vnitřní nádobou pro snadné čištění.





## Prodejna Potten & Pannen ve Vodičkově ulici se mění na showroom Kitchen Aid

Už v průběhu července byla zahájena rekonstrukce prodejny Potten & Pannen na rozhraní Karlova náměstí a Vodičkovy ulice v Praze. Redakci o ní informoval Miloš Staněk už v květnu během představení odšťavňovače Novis Vita Juicer. Zavítali jsme proto na začátku srpna přímo na místo, abychom se podívali, jak kompletní proměna prodejny v showroom značky probíhá. V době naší návštěvy šlo ještě o skutečné staveniště, nicméně nás pan Staněk informoval, že slavnostní otevření proběhne už 3. září. V příštím vydání SELLu přineseme z akce krátkou reportáž včetně fotek nového interiéru.



## Hotpoint představuje nová barevná provedení svých vestavných spotřebičů

Úspěšná designová řada LUCE značky Hotpoint se dočká letos na podzim, podle dostupných informací už v září, dvou nových barevných provedení. Tradiční kombinaci černého skla a nerez doplní provedení Desert Sand, tedy barva pouštního písku, a Coffee, která si snad ani nežadá překlad. K dispozici budou v nových provedeních trouba FK1041LP.20 X, plynová varná deska PKQ 644D GH, indukční varná deska KIC 644 C a odsavač HLB 6.7 AT X/HA. Označení výrobků zůstávají stejná, pouze se k nim přidává na konec „(DS)“ v případě provedení Desert Sand a „(CF)“ v případě provedení Coffee.

Trouba v energetické třídě A – 20 % obsahuje 58l pečicí prostor, ve kterém lze připravovat pokrmy pomocí 16 automatických programů a 14 standardních programů. Plynová deska se zase vyznačuje úspornými hořáky Direct Flame a indukce nastavením 9 úrovní výkonu pomocí dotykového ovládání. U digestoře jsou základními specifikacemi šířka 60 cm, odtah až 644 m<sup>3</sup>/h a hlukost 67 dB (A). Pro objednávky výrobků a informaci o dostupnosti zboží kontaktujte české zastoupení společnosti Indesit.



## Electrolux radí, jak používat multifunkční parní troubu

Používání moderních či pokročilých funkcí u mnoha spotřebičů, nejen multifunkčních parních trub, není vždy samozřejmostí. Někteří spotřebitelé si sice inovacemi nabitě zařízení koupí, jenže pak jeho největší přednosti běžně nepoužívají. V Electroluxu jsou si tohoto skoro věčného problému vědomi a připravili pro své zákazníky speciální kuchařku s recepty šitými na míru českému trhu. V návodech a standardně přiložených brožurách jsou totiž většinou mezinárodní recepty, které ale bývají českým chutím i možnostem z hlediska ingrediencí poněkud vzdálené. Electrolux proto sestavil kuchařku, která poradí, jak použít multifunkční parní troubu například při pečení kachny, nebo dokonce přípravě knedlíků. Za souborem receptů, návodů a rad stojí šéfkuchař společnosti Antonín Bradáč. Kuchařku zatím naleznete v elektronické verzi na [www.pecemevpare.cz](http://www.pecemevpare.cz).

## Bosch odhalil nový model TASSIMO

Multinápojový automat na kapsle TASSIMO s označením TAS32 představujeme na obrázku v antracitovém provedení. Výrobce nicméně zdůrazňuje, že barevných variant bude k dispozici rozhodně více. Design přístroje stojí na zaoblených křivkách, kompaktnosti a jednoduchosti. Výraznějším prvkem je rozhodně hlava s chromovaným povrchem a vysokým leskem. K přípravě nápojů stačí pouhé stisknutí přední strany spotřebiče a během mžiku už může do šálku směřovat káva, čaj nebo horká čokoláda. Přehled o stavu spotřebiče ulehčují LED ukazatele.





### BEKO má v Británii novou řadu amerických chladniček

Designová americká chladnička se může stát výrazným estetickým prvkem v téměř každé kuchyni a mezi Evropany její popularita roste. BEKO patří mezi firmy s širší nabídkou této chladicí a mrazicí techniky také v Česku. Nás ale nyní zaujaly novinky, které představilo britské zastoupení značky na tamním trhu. Jedná se o tradiční americké chladničky energetické třídy A+ s množstvím pokročilých technologií včetně oddělených chladicích okruhů a dvou ventilátorů rozvádějících chlad, LED světel, beznamrazové technologie No Frost a dotykového elektronického ovládání. Nejvyšší model ASN541 disponuje i dávkovačem vody a ledu. Celkově byla ale nabídka rozšířena o 14 modelů v různých barvách a s různými specifikacemi. Najdete mezi nimi také čtveřici bez dávkovače vody a ledu.



### Chystá se Hitachi s domácími spotřebiči do Evropy?

Japonskou značku Hitachi si většina lidí pojí s videoprojektory, televizory nebo i bagry, které nejsou ani u nás ničím výjimečným. Že by firma dodávala na trh domácí spotřebiče, bude pro většinu spotřebitelů novinkou. Jelikož však skrývá domácí technika lepší marže, soustředí se na ni stále více firem, které se v Evropě doposud věnovaly převážně spotřební elektronice. Ať už jde o korejské společnosti Samsung a LG nebo japonský Sharp. Nyní se k nim přidává také Hitachi. Na český trh své spotřebiče necílí nicméně názna- kem možných změn v jejích aktivitách na našem kontinentě může být nedávný start prodeje tří chladniček ve Velké Británii. Tamní zákazníci mohou nově pořídit americkou chladničku Hitachi R-S700 s vnější úpravou černého skla a kovu nebo skla kombinovaného s tradičnější stříbrnou barvou. Kromě toho se dostávají do obchodů také dvě kombinované chladničky s výškou 186,8 cm (R-B330ERU4V) a 200,9 cm

(B360ERU4V). Spotřebiče mají invertorové motory a interiér v prémiovém provedení. Americká chladnička díky invertoru a chlazení s dvěma větráky dosahuje energetické třídy A++, která není v této kategorii ještě rozhodně standardem.



## THREAD GROUP

### Vzniká bezdrátový protokol pro komunikaci domácí techniky

Před pár týdny internetem proletěla nenápadná, leč poměrně zajímavá a důležitá zpráva, že několik společností, mezi nimiž nechybí ARM, Samsung či Nest Labs, utvořilo takzvanou Thread Group. Poslední jmenovaná je zakladatelem skupiny a současně dceřiným podnikem Googlu. Cílem celé skupiny je zavedení nové síťové specifikace, stojící na Internet Protocolu (IP), která by měla uvést v praxi očekávaný „internet věcí“ (IoT – Internet of Things). Současné technologie mají podle Thread Group své klady, ale současně také nedostat-

ky, které realizaci IoT brání. Konkrétně jmenují neschopnost pracovat s IPv6, vysokou energetickou náročnost, která bateriově napájené přístroje rychle vybíjí, a závislost na jednom zařízení, rozbočovači, při jehož poruše přestane fungovat celá síť. Thread nabízí řešení, které propojí více než 250 zařízení do komplexní sítě bez centrálního rozbočovače, navíc s minimálními nároky na energii. V této síti tak mají přístup k internetu a cloudovým službám všechna zařízení sama o sobě. Důležité je, že současné aplikační protokoly a IoT platformy mohou přes síť Thread fungovat. Podobné iniciativy už založily také Qualcomm nebo Intel.



# WHIRLPOOL: NOVÁ GENERACE PŘEDEM PLNĚNÝCH PRAČEK Z POPRADU PŘICHÁZÍ NA ČESKÝ TRH

Z výrobních linek ve slovenském Popradu míří do Česka nové modely praček Whirlpool s prémiovým designem, vysokou kapacitou, pokročilými funkcemi a úspornou energetickou třídou. Do prodeje budou uvedeny už letos v září.

Společnost Whirlpool rozšiřuje své portfolio v segmentu praní a přichází na trh s novými pračkami ze své moderní továrny na Slovensku, jejichž kvalitu potvrzuje expedice více než 8500 praček každý den. Vybrané modely předem plněných praček ve standardním či úzkém provedení charakterizují kromě inteligentních technologií v čele se 6. smyslem také prémiový design a nová elegantní chromovaná dvířka. Díky 6. smyslu jsou schopné optimalizovat spotřebu vody i energie a délku praní, aby vždy vypraly kvalitně, maximálně efektivně a maximálně úsporně. Uživatelé se tak nemusejí bát vkládat do praček s vyšší kapacitou menší množství prádla – díky 6. smyslu nedochází k žádnému plýtvání a každé praní je individuálně uzpůsobené dané dávce prádla.

## Velkokapacitní praní

Abychom ale nehovořili stále v obecné rovině, na dalších řádcích představujeme konkrétní novinky. Pozornost byste měli věnovat jak modelu AWO/C 81400 s kapacitou 8 kg, tak modelu AWO/C 91400 s kapacitou 9 kg, protože jsou řazeny do nejúspornější energetické třídy A+++, dosahují při ždímání až 1400 ot./min., vybírat unichlzeze 14 programů, nepostrádají intuitivní ovládání nebo funkci Ecomonitor, která rychle a přehledně informuje o aktuální spotřebě.

Na první pohled upoutá také moderní designové provedení, které charakterizují především masivní chromovaná dvířka, velký přehledný displej a příjemné oblé tvary s robustním ovládacím knoflíkem.

Ze zmíněných 14 programů je zajímavá především volba Colours 15 °C, přinášející možnost snížení teploty při praní ze 40 °C na 15 °C, a to při zachování stejných výsledků praní díky technologii Wave Motion. Ta přizpůsobuje pohyby bubny a rychlost otáčení každému typu tkaniny a množství náplně. Společně s lepším rozložením prádla zajišťuje i při nižší teplotě vynikající výsledek praní.

## Úzké praní

Alternativou pro menší prostory jsou úzké, takzvané slim pračky, které mají hloubku 45 cm oproti standardním 60 cm, ale i přesto nabízí vyšší kapacitu 7 kg prádla. Konkrétně je to například nový model Whirlpool AWS 71400. Se standardně širokými modely z této řady ho spojují veškeré další charakteristiky v čele s prémiovým designem a 6. smyslem



Colours, energetickou třídou A+++, 1 400 otáčkami, funkcí Ecomonitor či nabídkou programů včetně nastavení Odložený konec praní. Nadčasový design podtrhují dvířka v chromovaném provedení. Volit lze i variantu s dvířky v matně stříbrném provedení – model AWS 71200 (A+++, 1 200 otáček, 6. smysl Colours).

Mezi letošní novinky v praní patří také vrchem plněné modely z popradské továrny. Blíže je představíme v příštím vydání magazínu SELL.





# Velká kávová party sklidila velký ohlas. Do Kávového centra přišly stovky lidí

V ZÁVĚRU ČERVENCE SE KONALA V PRVNÍM A JEDINÉM ČESKÉM KÁVOVÉM CENTRU, KTERÉ NABÍZÍ SHOWROOMY PŘEDNÍCH SVĚTOVÝCH ZNAČEK KÁVOVARŮ I BOHATOU NABÍDKU KÁVY, VELKOLEPÁ UDÁLOST. MAJITELÉ CENTRA USPOŘÁDALI DEN OTEVŘENÝCH DVEŘÍ SPOJENÝ S VEČERNÍ AKCÍ PRO PROFESIONÁLY Z OBORU.



Loni zahájený projekt budování Kávového centra v pražském Hloubětíně redakci magazínu SELL upoutal už ve svém zrodu a dlouhodobě na stránkách časopisu informujeme o jeho neustálém rozvoji. Dalším mezníkem v jeho krátké, leč bohaté historii byla červencová „party“, která oficiálně představila centrum veřejnosti i zástupcům jednotlivých firem. Celkově jich přišlo na 350 a během večerní „VIP“ části vznikla řada nových partnerství a byly uzavřeny nové kontrakty. Na ploše přes 380 m<sup>2</sup>, na nichž se Kávové centrum aktuálně rozprostírá, nevystavovaly pouze firmy s již vlastními vybudovanými showroomy, ale také další distributoři a zástupci světových značek, jako Bialetti, Gaggia či Handpresso. Prezentovala se zde i zdravá novinka Redespresso, nápoj

vznikající v pákových či automatických kávovarech, jehož základem nejsou kávová zrna, nýbrž čaj rooibos. Zaujaly nás také profesionální odšťavňovače Oranfresh pro kavárny, bary, restaurace a hotely – české zastoupení značky nás informovalo o chystaném vstupu Oranfresh do segmentu domácích spotřebičů. Přímo do Kávového centra, jako stálý vystavovatel, nově přibyla německá porcelánka KAHLA, zde reprezentovaná malou vzorkovnou. A v neposlední řadě jsme se seznámili s právě budovaným skladem zelené kávy s řízeným a kontrolovaným klimatem.

## Jako ve včelím úlu

Když dorazili v pozdním odpoledni na kávovou party zástupci magazínu SELL, už byl na místě nespočet lidí, živě dis-

kutujících s majiteli centra i se zástupci jednotlivých firem. Na chvíli se nám podařilo zastavit Petra Nývltu, jednoho ze zakladatelů centra, aby nám sdělil, o co měli a mají návštěvníci největší zájem. „Na prvním místě bych jmenoval naše nové pražírny Novoroaster, patřící mezi absolutní technologickou špičku v dané kategorii. Nepřehlédnutelný je i profesionální kávovar Victoria Arduino Black Eagle, jenž je k vidění vůbec poprvé v Česku právě u nás,“ v rychlosti odpověděl a rychle pokračoval za dalšími organizačními povinnostmi. Posléze nás ještě informoval, že se v instalované pražírně chtějí v Kávovém centru soustředit na špičkové kávy z konkrétních plantáží a na kávy s jasně udaným původem. V plánu proto mají na konci prázdnin uspořádat setkání s farmáři, které bude atraktivní jak pro milovníky kávy, tak pro jiné provozovatele pražírny. Na první setkání dorazí farmáři z Panamy, regionu Boquete.

Jelikož není Kávové centrum klasičtým obchodem, ale opravdovou „českou kávovou Mekkou“, nabízí kompletní kávový sortiment, zcela bezkonkurenčně komplexní. Naleznete zde vše od zeleného kávového zrnka přes domácí přístroje až po profesionální technologii. Můžete si zde nechat upražit kávu i nechat vytvořit pro svou firmu vlastní značky kávy a sáčky s unikátní směsí poté využít i pro marketingové účely. Vše korunuje netradiční způsob prodeje, kdy se mohou zákazníci objednat dopředu také na čas mimo standardní otvírací hodiny. Vlastníkem Kávového centra je společnost JABLUM Czech, s. r. o., která na kávovém trhu působí dlouhé roky a má bohaté zkušenosti s prodejem kávovarů a kávy. Pokud máte zájem s Kávovým centrem zahájit spolupráci, veškeré informace naleznete na [www.kavove-centrum.cz](http://www.kavove-centrum.cz).



# Amica

Inteligentní styl



**maxi  
space 3**



Třetí koš na příbory

**mytí 3D**



Tři sprchující ramena

**tichá práce**



Izolace **3.0**

# Myčky Hotpoint – vnitřní prostor využitý do detailu



 **Hotpoint**

VOLNĚ STOJÍCÍ I VESTAVNÉ MYČKY HOTPOINT PŘINÁŠEJÍ INOVATIVNÍ SYSTÉM VNITŘNÍHO VYBAVENÍ FLEXILOAD, KTERÝ UMOŽŇUJE OPTIMÁLNÍ VYUŽITÍ VŠECH ČÁSTÍ KOŠŮ. KAŽDÁ KONFIGURACE JE VYBAVENA 20 FLEXIBILNÍMI POHYBLIVÝMI PRVKY A VYJÍMATELNÝMI ČÁSTMI PRO SPRÁVNÉ A EFEKTIVNÍ ZATÍŽENÍ I PŘI AŽ 15 SADÁCH NÁDOBÍ. SOUČÁSTÍ VÝBAVY MYČEK HOTPOINT JE TAKÉ NA TRHU STÁLE OBLÍBENĚJŠÍ TŘETÍ POSUVNÁ ODKLÁDACÍ PLOCHA NA PŘÍBORY NEBO PLNOHODNOTNÁ TŘETÍ ZÁSUVKA. VYBRANÉ MODELY MYČEK HOTPOINT DISPONUJÍ TECHNOLOGIÍ ACTIVE OXYGEN, KTERÁ NEUTRALIZUJE NEPŘÍJEMNÝ ZÁPACH ZE ŠPINAVÉHO NÁDOBÍ, MOŽNOSTÍ ZÓNOVÉHO MYTÍ, TICHÝM MOTOREM PŘINÁŠEJÍCÍM HLUČNOST POUHÝCH 41 DB (A), TO VŠE PŘI SPOTŘEBĚ 9 LITRŮ VODY A ENERGETICKÉ TŘÍDĚ A+++.

## Flexiload – maximální flexibilita vnitřních košů

- Systém Lift-up zvedá nebo spustí horní koš o 3,5 cm pro získání většího prostoru v dolní části myčky. Horní koš má dále teleskopické lišty a kuličková ložiska pro hladší a plynulejší pohyb.
- 8 sklápěcích držáků na talíře ve spodním koši vytváří 4 samostatné zóny, které mohou být používány nezávisle, ať už umístíme talíře, hrnce, příbory nebo ostatní nádobí.
- Systém Zig Zag je určen pro bezpečné umístění hrnců

nebo pánví ve spodním koši, tak aby byly ve správné pozici vůči tryskám a zároveň nezabíraly příliš místa.

- U držáků na skleničky v horním koši je možno variabilně upravit jejich výšku pro umístění skleniček různých velikostí.



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

[www.facebook.com/hotpoint.cz.sk](https://www.facebook.com/hotpoint.cz.sk)



- Kromě klasického koše na přibory jsou některé modely vybaveny praktickým posuvným a odnímatelným prostorem umístěným na horním koši. Ten je možné využít na přibory nebo drobné nádobí (např. volně stojící myčka LFD I1MI32 OCX EU).
- Nejvyšší modely myček Hotpoint disponují třetím plnohodnotným posuvným a složitelným košem na přibory a drobné nádobí, jehož využívání uvolní místo ve spodním koši, a tím se zvýší kapacita až na 15 sad nádobí při zachování standardní šířky myčky 60 cm (např. vestavný model LTF I1S111 O EU).

### Zónové mytí, aktivní kyslík, energetická třída až A+++

Myčky Hotpoint jsou vybaveny novou technologií zónového mytí Zone Wash doplněnou o 3 hydraulická ostříkovací ramena, která umožňuje lokalizovat mytí pouze do jednoho ze dvou nebo tří košů, a soustředit tak veškerou mycí sílu pouze tam, kde je potřeba. To přináší o 30 % vyšší čistící výkon a až o 25 % nižší spotřebu vody. Ke snížení šíření bakterií a mikroorganismů a neutralizaci až 70 % nepříjemných pachů přispívá technologie Active Oxygen. Ta uvolňuje do vnitřního prostoru myčky mezi dvěma cykly aktivní tříatomové molekuly kyslíku (ozón), které zároveň dezinfikují nádobí a vnitřní stěny spotřebiče (model LFD I1MI32 OCX EU). Vysoce účinný tichý motor nové generace Flexipower společně s inteligentním Sensor systémem reguluje provozní rychlost, tlak trysek, teplotu a množství vody dle úrovně zašpinění nádobí. Myčky tak dosahují maximální účinnosti praní v energetické třídě až A+++ se spotřebou vody jen 9 litrů a s omezením hluku na pouhých 41 dB (A).



## Nové myčky Indesit eXtra umyjí nádobí všech velikostí během 1 hodiny

VELKÉ KUSY NÁDOBÍ, JAKO JSOU HRNCE, PÁNVE, PLECHY NEBO TŘEBA ROŠTY, SE VĚTŠINOU NEVEJDOU ANI DO MYČKY, ANI DO DŘEZU A K JEJICH UMÝVÁNÍ JE POTŘEBA NOTNÉ DÁVKY TRPĚLIVOSTI. NOVÉ VOLNĚ STOJÍCÍ PRAČKY INDESIT EXTRA JSOU SPECIÁLNĚ VYVINUTY PRO MYTÍ ROZMĚRNÉHO NÁDOBÍ. STAČÍ POUZE JEDNODUCHÝM POHYBEM VYJMOUT VRCHNÍ KOŠ PRO VYTVOŘENÍ VOLNÉHO PROSTORU 53 CM NA VÝŠKU A ZVOLIT PROGRAM EXTRA. DÍKY KOMBINACI NOVÉHO INVERTOVANÉHO MOTORU A INOVATIVNÍHO HYDRAULICKÉHO SYSTÉMU TRYSEK JE ZAJIŠTĚNO ÚČINNÉ MYTÍ S NÍZKOU SPOTŘEBOU ENERGIE A VODY ZA POUHÝCH 60 MINUT.



Kromě cyklu eXtra jsou myčky vybaveny dalšími 7 programy s mycími teplotami v rozmezí 40–70 °C (Auto Intenzivní, Auto Normální, Sklo, Eco, Hygienický, Oplachování, Rychlý 30 minut), možností nastavení Předmytí v cyklu Eco a Normální, odloženým startem nebo ukazatelem zbytkového času. Nejvyšší modely myček Indesit eXtra dosahují energetické třídy A++ a přinášejí 16% úsporu v porovnání s myčkami třídy A. Zároveň díky automatickému rozpoznávání znečištění spotřebují při kapacitě 14 sad nádobí pouhých 9 litrů vody. Změny se dočkalo také vnitřní vybavení myček Indesit eXtra, kromě nového hydraulického systému disponují polohovacím horním košem (zvýšení nebo snížení až o 3,5 cm) a praktickou posuvnou odkládací plochou na přibory, vařečky či naběračky umístěnou na horním koši. Jedná se např. o model DFP 58T94 CA NX EU v nerezové barvě nebo DFP 58T94 A EU v bílém provedení.

www.indesit.cz  
www.facebook.com/indesit.cz.sk



# Volně stojící myčky

Vyšší kapacita, nižší spotřeba a senzory čistoty vody

**TECHNOLOGICKÝ POSUN SMĚREM K LEPŠÍMU VYUŽITÍ ENERGIE A VODY JE U MODERNÍCH MYČEK ZNATELNÝ, ALE NEJEN TEN. NAPROSTÁ VĚTŠINA NOVÝCH MODELŮ VČETNĚ TĚCH CENOVĚ DOSTUPNĚJŠÍCH UŽ DISPONUJE SENZORY ČISTOTY VODY A STANDARDEM SE POSTUPNĚ STÁVÁ TAKÉ SAMOSTATNÁ PŘÍBOROVÁ ZÁSUVKA.**

Stejně jako u praček nebo chladniček přestává být spotřeba jediným magickým zaklínadlem na spotřebitele. Přestože je ještě vidět určitý posun ve spotřebě energie, u vody už se výrobci po dosažení 6 l nesnaží o další rekord. Ostat-



ně většina myček si drží zhruba 10l spotřebu, která je už dostatečně nízká. Rozdíl mezi 6 l a 10 l pocítí spotřebitel v peněženke naprosto minimálně a jde spíše o marketing, případně ekologický rozměr. Ekonomický nikoliv. Navíc se udaná spotřeba týká referenčního programu, který upozaduje automatické programy s variabilní spotřebou. Myčky se proto nyní vylepšují výrazněji i v jiných oblastech – přidávají se vysokotlaké trysky, parní funkce a samostatná zásuvka na příbory, úpravami interiéru se dosahuje vyšší kapacity (brzy přijdou myčky s kapacitou na 16 sad), zlepšují se mycí ramena a zdokonalují koše. Na veletrhu EuroCucina jsme pak letos na jaře viděli další chystaná zlepšení. Příští rok porazí na trh první myčky s tepelným čerpadlem, které opět výrazněji posunou spotřebu na úroveň A+++ – 20 % (Hotpoint), a dočkáme se i myčky se spodním košem, který se při vysunutí zvedne do výšky koše horního (Electrolux). Stále ještě je co zlepšovat a zdokonalovat, aby byly myčky nejen úsporné, ale současně kvalitní z hlediska výsledků mytí. A v neposlední řadě aby nabídly vysoký uživatelský komfort.

## 60 cm vs. 45 cm

Jasnou jedničkou na trhu jsou jak u volně stojících, tak vestavných myček modely s šířkou 60 cm. Méně žádanou alternativou jsou užší, 45cm modely. Když se podíváme na nabídky jednotlivých výrobců a prohlédneme si specifikace jejich myček, už jen při letmé kontrole vyjde najevo, že nejmodernější technologie a nejkročilejší funkce dostávají do vínku nejprve prodávanější 60cm modely. Užší kolegové se většinou dočkají podobné výbavy až později, nebo vůbec. Jinak řečeno 45cm myčky za těmi 60cm technologicky zaostávají. Nedosahují ani efektivity práce z hlediska spotřeby energie a vody, tudíž byste je měli zákazníkům doporučovat pouze v případech, že nelze do kuchyně standardní 60cm myčku umístit.

## Situace na trhu

Prodeje myček v České republice dlouhodobě rostou, jak z hlediska prodaných kusů, tak hodnotově. Ačkoliv letos prodeje dle informací GfK stagnují, jak firma uvádí ve vlastním rozboru trhu na straně 17, společnost Euromonitor v dlouhodobém výhledu očekává meziroční nárůst prodejů na úrovni 2 %. Logicky nyní stoupá ze strany spotřebitelů zájem o myčky úspornější, a to navzdory vyšší pořizovací ceně.

Podle dostupných informací udržuje pozici jasné jedničky v kategorii myček společnost BSH domácí spotřebiče. Prim zde hraje značka Bosch s více než 20% tržním podílem z hlediska hodnoty. Následuje švédský Electrolux a jako třetí se řadí americký Whirlpool.

## Aktuální přehled

Na následujících stránkách přinášíme výběr 16 modelů myček stejného počtu značek, a to těch s šířkou 60 cm. Výběr nebyl cenově ani jinak zúžen. Hlavním parametrem při výběru bylo uvedení na trh, abychom vás informovali o pokud možno nejnovějším nebo teprve chystaném zboží.



## AEG F88702M0P

Nový model A+++ myčky s invertorovým motorem má kapacitu na 15 sad nádobí a v jeho vnitřním prostoru naleznete kromě 2 standardních košů ještě vyjímatelnou podložku na příbory – vejde se do ní až 15 souprav příborů a disponuje i oddílem pro dlouhé kuchyňské náčiní. Horní polohovatelný koš obsahuje držáky SoftGrip a SoftSpikes s měkkým povrchem, díky němuž jsou při mytí chráněny skleničky. Jelikož je myčka typu ProClean, obsahuje přídatné ostříkovací rameno, zajišťující 5 úrovní ostříku. A přidává ještě systém ProWater s doplňkovým horním ramenem. Samozřejmostí u ní je senzor čistoty vody a systém optimalizace mytí, který používá při aktivaci programu AutoSense 45°–70°. Celkově má 8 programů a 5 mycích teplot. Spotřeba vody činí 11 l, hlučnost 42 dB (A).



## Amica ZWM 646 IE

Do produktového portfolia značky Amica byla nedávno zařazena tato myčka v energetické třídě A++ s kapacitou na 14 sad nádobí. Najdete v ní 2 koše, přičemž horní používá systém Acrobat pro výškovou nastavitelnost i při jeho naplnění. Specialitou je potom praktická police pro mytí dlouhých příborů – lze ji samozřejmě složit, pokud není potřeba. V dolním koši se zase nachází úchyt na lahve. Samotné mytí mají na starost 3 nezávislá ostříkovací ramena a sušení potom aktivní systém horkého vzduchu. Programovou výbavu tvoří 6 položek s různými mycími teplotami včetně automatického programu s teplotou mezi 45–55 °C. Spotřeba vody při standardizovaném cyklu dosahuje 11 l, hlučnost 45 dB (A).



## Bauknecht GSFK 61312 TR A++ WS

Volně stojící myčka s kapacitou na 13 sad nádobí spadá, jak už indikuje její označení, do energetické třídy A++. Při mytí používá senzor Green Intelligence, monitorující stupeň znečištění vody a na základě toho upravující průběh programu, aby byla spotřeba vody i energie co nejnižší. Další důležitou technologií je PowerClean PLUS s vysokotlakými tryskami pro odstranění připečených zbytků jídla z hrnců a pánví. Uvnitř myčky se nachází 2 koše doplněné o samostatnou příborovou zásuvku, umístěnou pod stropem. Při referenčním programu spotřebuje tento model 11 l vody. Za chodu vydává hluk 42 dB (A).



## BEKO DFN 6845 X

Letos v zimě uvedená myčka s označením energetické třídy A++ umyje najednou 13 jídelních souprav. Používá k tomu mycí programy, které jsou určeny k rychlému, intenzivnímu (BEKO Baby Protect) či ekologickému mytí. Univerzální volbou je program Auto 40–65, upravující teplotu vody a dobu mytí podle informací ze senzoru čistoty vody. K chodu slouží myčce bezkartáčový BLDC motor. Mycí prostor obsahuje 3 samostatné koše – spodní, výškově nastavitelný horní a příborovou zásuvku. Spotřeba vody dosahuje u standardního programu 10 l. Během mytí vydává myčka hluk na úrovni 44 dB (A).



## Lexikon

**Senzor čistoty vody a „auto“ programy**  
Naprostá většina současných myček má ve své technické výbavě senzor čistoty vody, podle jehož údajů je schopna určit, do jaké míry je nádobí zašpiněno. Informace potom slouží k optimalizaci mycího cyklu – myčka zvolí vhod-

nou teplotu, množství vody potřebné k umytí dané náplně i množství času. To se ovšem netýká všech programů myčky, ale pouze těch, které jsou označeny jako automatické. Běžné programy mají pevně stanovený průběh včetně spotřeby vody, teploty a své délky.



### Candy CDPM 75553 X

A++ myčka z řady MAXI PLATES nabízí nejen nadstandardní kapacitu 15 sad, ale také interiér, do něhož se vejdu velké talíře s průměrem 34,5 cm. Uzpůsoben tomu je spodní XL koš. Horní polohovatelný koš má v horní části integrován ještě poloviční koš pro mytí příborů a dalšího kuchyňského náčiní. V technickém vybavení pak nepostrádá myčka ani inteligentní senzor čistoty vody a schopnost optimalizovat mycí cyklus. Zajímavá je její programová výbava, obsahující jak univerzální program 45–75 °C, tak několik rychlých programů (24 minut, 60 minut), hygienický program či intenzivní program. Spotřeba vody u ní dosahuje 10 l na cyklus a hlučnost při tichém nočním programu 43 dB (A).



### Electrolux ESF7510ROW

Tato myčka řady RealLife s kapacitou pro 13 jídelních souprav pracuje se 6 programy a 4 mycími teplotami. Kromě standardní výbavy, jako je program eco 50 °C nebo intenzivní 70 °C, má také program AutoFlex 45–70 °C. V jeho případě myčka nejprve vyhodnotí stupeň zašpinění nádobí a podle toho nastaví teplotu a délku mytí. Vnitřní prostor si rozdělují dva koše – výškově nastavitelný horní má výklopné trny pro mytí sklenic a skládací poličky na šálky. Na příbory je určen tradiční košík, umístěný ve spodním koši. Z hlediska energetické třídy spadá tento model do kategorie A+, na jeden standardní cyklus spotřebuje 10,2 l vody. Úroveň hluku dosahuje 48 dB (A).



### Bosch SMS69N42EU

Myčka v tradiční bílé barvě patří mezi spotřebiče energetické třídy A++ s kapacitou na 13 jídelních souprav. Jedná se o model s jednou z nejnižších spotřeb vody na trhu, protože v referenčním programu Eco 50 si řekne pouze o 6 l. Pro běžné mytí je optimální volbou ovšem program Auto 45–65 °C s automaticky nastavovanou teplotou, spotřebou vody a délkou cyklu podle špinavosti nádobí. Celkem používá myčka 6 programů a některé speciální funkce, jako jsou VarioSpeed Plus (urychlení mytí), IntensiveZone (silnější tlak vody ve spodním koši pro mytí hrnců a pánví) či HygienePlus (eliminace bakterií). Z další výbavy jmenujme samočištění plochého sítka, systém košů VarioFlexPlus a samostatnou příborovou zásuvku. Hlučnost myčky je 44 dB (A).



### Hoover DDY 189 T

Od značky Hoover, patřící do skupiny Candy Hoover, redakce do přehledu vybrala model v energetické třídě A+++ s kapacitou 15 jídelních souprav. Mycí prostor obsahuje 3 koše typu Evo-space 3 – dolní XXL koš, horní XL koš a horní poloviční koš pro příbory či šálky. Na výběr má uživatel 12 programů, v jejichž výčtu je několik automatických programů (1 s variabilní teplotou, 3 s pevně stanovenou), dále rychlé či hygienické programy. Výrobce zdůrazňuje v prezentaci výrobku noční program s hlučností pouhých 42 dB (A). Standardní hlučnost myčky činí 45 dB (A). Spotřeba vody je 10 l.

## Udávaná spotřeba

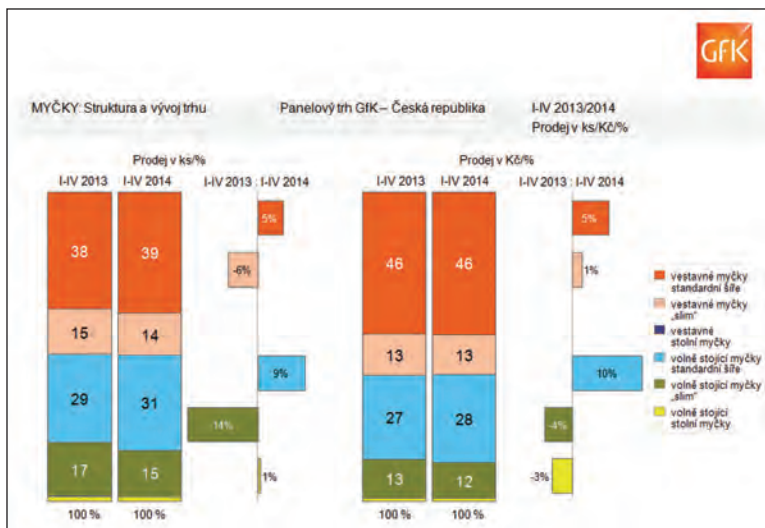
Spotřeba u myček se udává primárně v ročním formátu, kdy výrobce na energetickém štítku indikuje odhadovanou roční spotřebu vody v litrech a spotřebu energie v kilowatthodinách. Výpočet vychází z předpokládaných 280 mycích cyklů za rok, přičemž vždy jde o použití referenčního programu Eco 50, jímž musejí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

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



# MYČKY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

**TRH MYČEK STAGNUJE. ZA PRVNÍ TŘETINU LETOŠNÍHO ROKU<sup>1</sup> VZROSTLA VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH<sup>2</sup> POPTÁVKA MEZIROČNĚ O 1 %. DÍKY ZMĚNÁM VE STRUKTUŘE PRODÁVANÉHO SORTIMENTU (NÁRŮST PODÍLU 60CM MYČEK S VYŠŠÍ ENERGETICKOU ÚSPORNOSTÍ) VŠAK TRŽBY VYKÁZALY 4,5% PŘÍRŮSTEK.**



Na celkovém obratu devíti sledovaných skupin bílého zboží<sup>3</sup> se myčky v první třetině letošního roku podílely 12 % podobně jako ve stejném období před rokem. Hodnota prodeje sektoru velkých domácích elektrospotřebičů se meziročně zvýšila téměř o 6 %, přitom nejvýrazněji rostly sušičky. Příznivý vývoj obratu sektoru vytvořily především meziroční výsledky za první tři měsíce letošního roku, dubnové srovnání se u většiny skupin dostalo do červených čísel.

## Pokles zájmu o myčky „slim“

Také tržby za myčky rostly v prvním čtvrtletí 2014, ale v dubnu klesly meziročně o 2 %. V tomto období se nedařilo vestavnému provedení, zatímco volně stojící myčky zůstaly u hodnotových přírůstků v každém z prvních čtyř měsíců letošního roku. V dubnu se do ztrát dostal jak sortiment standardní 60cm šíře – i když pouze o necelé procento, tak i užší, 45cm myčky. Právě poptávka po myčkách „slim“ byla letos v období od ledna do dubna v každém měsíci nižší než před rokem, což se promítlo i do vývoje tržeb.

## Těžiště prodeje myčky 60cm šíře

Z deseti myček prodaných na českém trhu bylo v první třetině letošního roku sedm standardní šíře. Poptávka po těchto modelech vzrostla u vestavného provedení o 5 %, volně stojících spotřebičů se prodalo meziročně téměř o desetinu více. Průměrná cena<sup>4</sup> se u myček standardní šíře meziročně téměř nezměnila. Prodej užších myček se naopak snížil,

a to jak u vestaveb (o 6 %), tak i volně stojících (o 14 %). Z užších myček se však dařilo prodávat ve větší míře relativně dražší část sortimentu – v ceně zhruba od 7 tisíc korun. Přesto v první třetině letošního roku kupující investovali do užších myček v průměru o 2 tisíce korun méně než do myček standardní šíře.

## Energetická úspornost

Obměna sortimentu myček podpořená požadavky evropské legislativy na minimální energetickou úspornost se projevila značným poklesem podílu energetické třídy A ve prospěch úspornějších tříd. V první třetině letošního roku tvořily prodeje myček energetické třídy A pouze 18 % celkového objemu, ve stejném období před rokem dosáhly dvojnásobného podílu. Letos v dubnu klesl objemový podíl tohoto sortimentu myček na 16 %, zatímco prodej modelů A+ představoval 46 % poptávky a A++ více než třetinu – přitom na celkovém obratu myček se oba tyto úspornější segmenty podílely každý zhruba 40 %. Podíl nejúspornější kategorie A+++ obsáhl již 6 % dubnových tržeb.

Také spotřeba vody na mycí cyklus je důležitým kritériem pro výběr spotřebiče. Přes polovinu poptávky pokryly v první třetině letošního roku modely se spotřebou do 10 litrů (včetně), jejichž objemový podíl meziročně vzrostl o sedm procentních bodů. Myčky se spotřebou vody od 10,1 do 12 litrů (včetně) tvořily čtvrtinu celkového objemu prodeje a jejich podíl se rovněž meziročně zvýšil.

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

GfK Czech, oddělení Consumer Choices, kontinuálně monitoruje trh se zbožím dlouhodobé spotřeby v České republice a na Slovensku metodou panelového výzkumu. Jeho základem jsou pravidelně zjišťované údaje o prodejích 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)).



### Hotpoint LFD 11M132 OCX EU

Nadstandardně vybavená myčka italského výrobce používá systém Active Oxygen k eliminaci zápachu, jenž vzniká v každé myčce. Molekuly ozonu jsou vypouštěny vždy mezi 2 mycími cykly a zabraňují množení bakterií. Z dalších specifikací jmenujme energetickou třídu A+++,

kapacitu na 14 sad nádobí, tichý MLAC motor a senzorový systém znečištění vody. Informace ze senzoru využívají programy Auto Rychlý, Auto Intenzivní a Auto Normální. Myčka ještě disponuje další programovou výbavou včetně samočištění, nočního programu či 30minutového programu. Na nádobí jsou určeny 2 koše, přičemž horní je jednak výškově nastavitelný, jednak obsahuje posuvnou odkládací plochu na příbory. Spotřeba vody činí 9 l, hlučnost 42 dB (A).



### Indesit DFP 58T94 CA NX EU

Stříbrná myčka pro mytí 14 sad nádobí je vybavena jednoduchým ovládním a LED displejem. V jejím nitru se nachází tichý BLAC motor, systém košů včetně nastavitelného horního s posuvnou odkládací plochou na příbory. Z hlediska spotřeby se řadí tento

model do energetické třídy A++ a při referenčním programu spotřebuje 9 l vody. Jelikož používá senzor čistoty vody, nabízí automatické programy, konkrétně Auto Intenzivní a Auto Normální. Paletu doplňují ještě další programy, například Rychlý 30 min, Hygienický, Eco či Sklo. Specialitou je potom program eXtra určený pro mytí velkých hrnců při kompletním vyjmutí horního koše. Hlučnost 44 dB (A).



### LG D1484CF

Myčka korejského výrobce se vyznačuje použitím motoru Direct Drive, na který je poskytována 10letá záruka, a technologií TrueSteam, využívající páru k odstranění připečeného jídla, ale i otisku rtěnky například ze skleniček. Systém 2 košů a samostatné pří-

borové zásuvky pojme až 14 sad nádobí, které umyje buď automatickým, silným parním, jemným parním či duálním programem, k dispozici jsou pak i Eco program, rychlé mytí bez sušení (29 minut) a rychlé mytí se sušením (59 minut). Zvolit lze i množství doplňkových funkcí, jako trojitě sprchování či extra horké mytí. Myčka spadá do energetické třídy A+++ a její hlučnost činí 41 dB (A). Spotřeba vody dosahuje 9 l.



### MORA SM630W

Z produktové nabídky české značky, patříci slovinské společnosti Gorenje, do přehledu zařazujeme cenově dostupnou myčku s kapacitou na 12 sad nádobí. Se svou spotřebou energie se řadí do energetické třídy A+ a pracuje se 2 ošťikovacími

rameny, 6 programy a 4 teplotami vody. Koše nabízí 2, přičemž horní je výškově nastavitelný, ve spodním lze upravovat držáky talířů. Za chodu vydává myčka hluk na úrovni 52 dB (A) a spotřebuje 12 l vody.

## Parní čištění

Z praček, sušiček i trub proniká pára také do myček, kde slouží jednak k jemnému mytí skla a jednak k lepšímu odstranění především zaschlého jídla a skvrn. Přístup k použití páry se u jednotlivých výrobců liší, a tak může někde sloužit pouze k mytí skla a jinde pouze jako doplněk u intenzivního mycího programu.

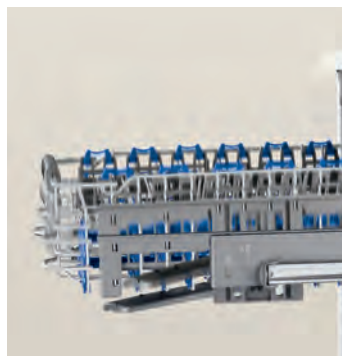
## Aktivní sušení

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



# RealLife® myčky Electrolux nyní se sníženou spotřebou vody o 50 %

*Není to tak dávno, co Electrolux výrazně upravil interiér svých myček a uvedl na trh řadu RealLife®. Zvětšil se vnitřní prostor, přibyla samostatná příborová zásuvka a satelitní oštrikovací ramena FlexiSpray. Vývoj ale pokračuje a letošní modely přicházejí s dalšími vylepšeními včetně výrazně nižší spotřeby vody.*



Jako dodavatel spotřebičů a technologií pro téměř 50 % evropských restaurací oceněných michelinskou hvězdou má švédský Electrolux jedinečné zkušenosti s potřebami těch nejnáročnějších kuchyní na světě. Při vývoji nových výrobků pro domácnosti proto využívá svou unikátní pozici v profesionální sféře, což dává vzniknout skutečně mimořádným domácím spotřebičům. Výjimkou nejsou samozřejmě ani myčky nádobí, u kterých proti sobě stojí dva zásadní faktory – požadavek na maximální kvalitu mytí a požadavek na minimální spotřebu vody a energie. Umýt dobře nádobí při spotřebě 30 l na cyklus není taková věda, stejně jako ho umýt špatně při spotřebě pouhého 1 l. Vždy jde o kompromis mezi těmito dvěma požadavky, přičemž moderní technologie a inovace umožňují dále snižovat hranici spotřeby při zachování kvalitního mytí.

Electrolux tak přichází s novou generací myček RealLife® WaterSafe, schopných snížit spotřebu o téměř

50 %. Firma provedla srovnání spotřeby svých nových modelů se všemi myčkami prodávanými v Evropě v roce 2013. Výsledkem byla úspora 1800 l vody (myčka na 13 sad) a 2100 l (myčka na 15 sad). Nejde zde ani tak o ekonomický, jako především o ekologický rozměr, protože do roku 2025 bude dle odhadů žít v regionech s nedostatkem vody 1,8 miliardy lidí. Snahou Electroluxu je nadále zvyšovat úspornost spotřebičů a šetřit vodní zdroje.

## RealLife® WaterSafe

Jak už bylo zmíněno v předchozím textu, myčky této řady spotřebují jen zhruba polovinu vody ve srovnání s běžnými modely na trhu. Dosahují toho uchováním čisté vody z posledního oplachu v interní 3,5 l nádržce a jejím použitím v předmycí fázi během dalšího cyklu. Nádobí je vždy po 6 mytích

nádobí vyprázdněna a vypláchnuta čistou vodou. Kdo chce mít jistotu nejvyšší hygieny, může aktivovat funkci HygienePlus, která zneškodní 99,99 % bakterií v této nádržce. Nadále samozřejmě platí, že jsou myčky typu XXL se zvětšeným vnitřním prostorem, používají satelitní ramena, samostatné příborové zásuvky, měkké trny Soft Spikes pro bezpečné mytí skla, měkké úchyty Soft Grip na stopky sklenic a vyznačují se kapacitou až na 15 sad nádobí. Chybět pak nemůže inteligentní senzor čistoty vody, který získává informace o zašpinění nádobí při prvním oplachu a na jejich základě pak optimalizuje mycí cyklus.

Nový typ myček bude uveden na trh letos na podzim jak ve volně stojící variantě, tak vestavné (s panelem i plně integrované). Jednotlivé modely nabídnou kapacitu na 13, případně 15 sad nádobí.



### Siemens SN26V896EU

Myčka z dílny německé společnosti BSH se vyznačuje velmi nízkou spotřebou energie i vody – řadí se do energetické třídy A+++ – 10 % a při standardním programu Eco 50 °C odebere pouze 7 l vody.

Jedná se o myčku vybavenou moderními technologiemi včetně senzorů čistoty vody, a tak disponuje několika automatickými programy s variabilní teplotou vody. Dále potom funkcí varioSpeedPlus pro zrychlení mytí či funkcí intensiveZone pro mytí hrnců ve spodním koši s vyšším tlakem vody. Vysoké energetické efektivity dosahuje také díky patentovanému systému sušení Zeolith. Při mytí vydává hluk na úrovni 44 dB (A).



### Whirlpool ADP 9070 IX

Letošní novinka s technologií sušení PowerDry, díky které myčka umyje a usuší nádobí za pouhou hodinu, spadá do energetické třídy A+++.

Do mycího prostoru se 2 koši a samostatnou příborovou zásuvkou se vejde 13 jídelních souprav. Z dalších vlastností jmenujme technologii 6. smysl PowerClean, která jednak zajišťuje optimalizaci mycího cyklu a současně pomocí vysokotlakých trysek v dolním koši zvládne umýt i připečené jídlo. V programové výbavě také padne do oka program Steam, využívající páru k odstranění skvrn a nečistot. Spotřeba vody je u tohoto modelu 10 l, hlučnost 44 dB (A), v nočním programu 39 dB (A).



### Philco PDA 15103 X

Nerezová myčka s kapacitou 15 sad nádobí se řadí do energetické třídy A+++ a používá systém 2 klasických košů doplněných o separátní příborovou zásuvku. Mýt lze nádobí pomocí jednoho z 10 programů, mezi kterými je také trojice automatických.

K dispozici má uživatel Auto 30°C–50°C, Auto 50°C–60°C a Auto 60°C–70°C. Myčka je tedy vybavena senzorem čistoty vody, podle něhož optimalizuje jmenované programy. Dále jsou na výběr také rychlé programy, denní mytí a další. Při použití standardizovaného programu Eco 50 udává výrobce spotřebu vody 9 l. Hlučnost myčky je 39 dB (A).



### Zanussi ZDF14011XA

Přehled uzavírá cenově dostupná myčka Zanussi v energetické třídě A+ s kapacitou na 13 sad nádobí. Díky senzoru čistoty vody v případě volby automatického programu (45–70 °C) zjistí systém stupeň zašpinění nádobí a upraví podle toho parametry mytí.

Z dalších programů stojí za pozornost intenzivní s teplotou 70 °C a rychlý 30minutový s teplotou 60 °C. Uvnitř myčky se nachází 2 koše, horní je vybaven políčkami na šálky. V referenčním programu Eko 50 činí spotřeba vody 11 l. Výrobce také udává hluk vydávaný za chodu spotřebiče, maximálně dosahuje 48 dB.

## Hlučnost

Mnozí lidé si myslí, že mezi myčkou s hlučností 37 dB a 42 dB není z hlediska vydávaného hluku zásadní rozdíl. Opak je ale pravda. Stupnice měření hluku totiž roste logaritmicky, což v řeči čísel znamená, že nárůst hluč-

nosti o pouhé 3 dB vnímá člověk jako hluk dvojnásobný. Mezi staršími myčkami s hlučností kolem 50 dB a nyníějšími pohybujícími se na hranici 40 dB i pod ní je tedy propastný rozdíl.



# Myčky nádobí značky Bosch slaví 50 let



## Technologickým pokrokem až k energeticky nejúspornějším myčkám nádobí na světě

Již 50 let uplynulo od chvíle, kdy byla světu představena první myčka nádobí značky Bosch určená k sériové výrobě. Premiéru měly tyto kuchyňské pomocnice již 20. února 1964, kdy byl model s označením SA12 představen na Mezinárodním veletrhu domácích spotřebičů a železářského zboží v Kolíně nad Rýnem. Značka Bosch od té doby ustavičně pracovala na vývoji technologií a dnes nabízí energeticky nejúspornější myčky na světě. Spotřebu elektrické energie při mytí nádobí v myčce se díky unikátním technologiím podařilo za 50 let snížit o 75 %, spotřebu vody dokonce o 87 %.

# 1964 2014



**Za 50 let vývoje myček nádobí Bosch se podařilo snížit spotřebu energie o 75 %, spotřebu vody až o 87 %.**

### Začátek v 50. letech

Až do 50. let 20. století nešly v evropských domácnostech myčky nádobí téměř vůbec na odbyt. Teprve s růstem blahobytu se stále častěji objevovalo přání vlastnit spotřebič, který by sám umyl talíře, sklenice, mísy a přístroje, a ušetřil tak hospodyňkám jejich čas a práci. Když byla na trh uvedena první myčka Bosch, stala se součástí malé revoluce v kuchyních po celém světě. Mytí nádobí již nebylo prací, kterou bylo nutné vykonávat ručně. Stačilo už jen stisknout tlačítko.

### Co se týče dokonalosti, držíme se toho, co funguje

Princip automatického mytí zůstal až dodnes téměř beze změny – pro perfektní výsledek mytí je stále rozhodující nejlepší možné spolupůsobení tlaku vody, teploty, času a mycího prostředku. To vše zvládají myčky nádobí Bosch na výbornou a již půlstoletí díky tomu přinášejí vynikající výsledky mytí nádobí a svým extra úsporným provozem zároveň pomáhají šetřit jak životní prostředí, tak naše peněženky.

### Pokrok v číslech

Ještě před pěti desetiletími spotřeboval model SA12 v tzv. silném mycím programu 45 litrů vody a na jedno mytí bylo kromě toho potřeba 2,70 kilowatthodiny elektřiny. Technologickým pokrokem se značka Bosch tyto hodnoty podařilo výrazně snížit, a současný držitel světového rekordu v energetické úspornosti, myčka Bosch ActiveWater Eco², tak potřebuje na jedno mytí jen 7 litrů vody a 0,67 kilowatthodiny elektřiny. To z detailnějšího pohledu znamená, že ročně myčka nádobí spotřebuje 1960 litrů vody a 194 kilowatthodiny elektřiny, čímž je o 10 % energeticky účinnější než nejlepší třída spotřeby energie A+++.

### Úsporně díky technologii Zeolith®

Za dnešní nízkou spotřebu energie vděčí myčky nádobí Bosch především jednomu vynálezu této značky: světově jedinečné technologii sušení Zeolith®. Zeolith® je přírodní minerál, který pohlcuje vlhkost a přeměňuje ji v tepelnou energii, kterou ze sebe poté opět vydává. V myčce nádobí s technologií Zeolith® tento nerost nejdříve vstřebává vlhkost ze vzduchu, čímž nastartuje fázi sušení nádobí, a zároveň se zahřeje, což k procesu energeticky nenáročného sušení dále přispívá. Zeolith® vydrží po celou dobu životnosti přístroje a regeneruje se po mytí samostatně a bez údržby.

### Moderní spotřebiče pro každou domácnost

Za dlouhých 50 let prošly myčky nádobí Bosch obrovským technologickým vývojem. V současnosti se jedná o nejúspornější spotřebiče na trhu, které se kromě nízké spotřeby energie a vody mohou chlubit také nízkou hlučností, variabilním vnitřním prostorem pro ukládání nejrůznějšího nádobí, senzorovými technologiemi, širokým výběrem standardních i speciálních mycích programů a dalšími přídavnými funkcemi, které umožňují přizpůsobit mycí cyklus množství nádobí a míře jeho zašpinění. Nejen v oblasti vývoje technologií, ale také na poli designu ušly myčky nádobí Bosch velké kusy cesty, o čemž svědčí mnoho získaných designových ocenění. Již půlstoletí nabízejí myčky nádobí Bosch řešení pro zářivě čisté nádobí a dnes a denně díky tomu získávají přízeň spotřebitelů na celém světě.



**BOSCH**  
Stvořeno pro život

# IFA 2014

## Proč vyrazit letos do Berlína? Jaké novinky čekat v halách s domácími spotřebiči?

VELETRH IFA SE V ROCE 2008 ROZŠÍŘIL O KATEGORII DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ A OD TÉ DOBY KONTINUÁLNĚ ROSTE Z HLEDISKA POČTU NÁVŠTĚVNÍKŮ, VYSTAVOVATELŮ I UZAVŘENÝCH KONTRAKTŮ. JEHO VÝZNAM TAK PRO VÝROBCE A PRODEJCE DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ V ČESKU VYSKOČIL Z NULY NA ÚPLNÝ VRCHOL BĚHEM POUHÝCH PÁR LET. VYNECHAT BERLÍNSKÝ VELETRH BY V SOUČASNOSTI UŽ BYLO VELKOU CHYBOU. POŘADATELE SE LETOS CHLUBÍ, ŽE PŘIBYLI DALŠÍ VYSTAVOVATELE Z ŘAD VÝROBCŮ DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ – NEJVÝZNAMNĚJŠÍ NOVINKOU JE ÚČAST SPOLEČNOSTI WHIRLPOOL, JEŽ BUDE NA MÍSTĚ PREZENTOVAT VÝROBKY NĚMECKÉ ZNAČKY BAUKNECHT.

Během posledních let jsme v magazínu často kritizovali vlažnou účast českých reprezentací na veletrhu IFA, ačkoliv byly jejich značky na místě přítomny. Jako by si nebyli čeští manažeři schopní zvyknout na to, že IFA už není pouze ve znamení televizorů, mobilních telefonů a počítačů. Dotazy v press sekcích na přítomnost kohokoliv zodpovědného za Česko či region střední Evropy skončily většinou neúspěchem. To se však v posledním roce až dvou výrazně změnilo a věříme, že letos bude situace zase o něco lepší. IFA je jednoznačně nejdůležitějším a největším veletrhem v oblasti domácích spotřebičů, řekněme, v regionu střední Evropy a dokazuje to i svým letošním zvětšením výstavních ploch. Už na jaře proběhlo na výstavišti Messe Berlin slavnostní otevření nového kongresového centra CityCube Berlin s halami o velikosti 12 000 m<sup>2</sup>.



Příznačné je, že celý prostor obsadí společnost Samsung a její obrovská expozice, v níž nebudou chybět samozřejmě ani domácí spotřebiče. Poprvé tak nebude mít korejský výrobce oddělenou část spotřební elektroniky a domácí techniky.

### Kompletní čtyřka

Po dlouhých letech jednání se také podařilo zajistit účast společnosti Whirlpool, která se na IFA od uvedení kategorie domácích spotřebičů zatím ani jednou neprezentovala. Zástupci IFA zdůrazňují, že díky změně stanoviska firmy budou vůbec poprvé na veletrhu všichni čtyři hlavní výrobci z kategorie MDA – BSH, Electrolux, Miele a Whirlpool (optikou německého trhu).

### Produktové novinky

Už nyní je jisté, že v halách domácích spotřebičů budou dominovat takzvaná „smart“ řešení. Chytřejší spotřebiče na sebe zajisté strhnou největší pozornost, protože svou otevřenou platformu odhalí společnost BSH, jejíž expozice Bosch a Siemens patří každoročně k největším. Přidají se ale i další. Také jsme v redakci zvědaví, zda

bude Whirlpool ukazovat na místě pouze výrobky Bauknecht, nebo minimálně v omezeně přístupné části pro partnery a novináře ukáže některé novinky Whirlpool pro rok 2015. Především jsme zvědaví na chystané top modely praček a sušiček ve zcela novém designu a doufám, že je uvidíme naživo.

V malých spotřebičích se největší koncentrace návštěvníků soustředí zajisté u kávovarů a kuchyňských pomocníků. Těšíme se hlavně na designové šperky společnosti De'Longhi v rámci jejich tří značek – Braun, De'Longhi a Kenwood.

IFA bude letos pro trh domácích spotřebičů ještě důležitější událostí než kdykoliv v minulosti. Redakce SELLU se jí samozřejmě zúčastní také a rozsáhlá reportáž vyjde v příštím čísle a stručnější verze ještě v chystaném speciálu „Pračky a sušičky“, jež připravujeme pro deník E15 k vydání na 15. září.

Lubor Jarkovský

 **IFA**  
CONSUMER ELECTRONICS UNLIMITED  
BERLIN, 5 – 10 SEP 2014





## REVOLUČNÍ MYČKY WHIRLPOOL S AKTIVNÍM SUŠENÍM POWERDRY™ VE VOLNĚ STOJÍCÍM PŘEVEDENÍ

Jednou z největších letošních novinek v nabídce společnosti Whirlpool jsou myčky s funkcí PowerDry, tedy volně stojící modely, které doplnily už loni v závěru roku představenou nabídku vestavných variant. Vyznačují se především svou schopností dokonale umýt a usušit veškeré vložené nádobí za pouhou hodinu. Zároveň jsou řazeny do extra úsporné energetické třídy A+++.



Stěžují si vaši zákazníci, že jejich současná myčka nemyje dostatečně dobře? Vadí jim, že na nádobí často zůstávají kapky vody? Řešením jsou nové myčky Whirlpool s aktivním sušením PowerDry. Whirlpool se snaží zdůraznit, že důležité v celém procesu práce myčky není pouze mytí, nýbrž i sušení, které bývá často opomíjeno. Jelikož systém PowerDry používá dva vzdušné proudy a kondenzační větrák, je veškerá vlhkost z vnitřního prostoru po dokončení mytí odváděna pryč a výsledkem je dokonale suchý povrch veškerého nádobí včetně plastového.

### 6. smysl PowerClean

U nových myček se setkáte také s inovativní funkcí 6. smysl PowerClean™, díky které dokáže myčka přizpůsobit množství vody, teplotu i čas mytí tomu, jak moc je nádobí špinavé, přičemž se nezalekne ani té nejhroší špíny. Důležité je také zmínit vysokotlaké trysky v zadní části myčky – určené jsou k mytí pánví, pekáčů a hrnců, ze kterých odstraní i připečené jídlo. Nádobí se umísťuje směrem ke stěně myčky

s mírným náklonem, a tak tento systém šetří vnitřní prostor, do něhož se vejde například více talířů. Najednou je možné umýt až 13 sad nádobí při vynikající energetické účinnosti. Efektivnost a praktičnost nových myček podtrhuje třetí přihrádka pro 10 sad příborů či stavebnicové koše se sklopnými přepážkami, které dovolují vytvořit tolik místa, kolik momentálně potřebujete i pro velké kusy nádobí, jako jsou pečicí plechy, pánve či hrnce.

### V bílé i v nerez

Volně stojící modely myček s funkcí PowerDry najdete v nabídce společnosti Whirlpool dva – v nerezovém ADP 9070 IX a bílém provedení ADP 9070 WH. Oba kromě technologií popsaných v předcházejícím textu nabízejí také parní program Steam, který pomůže s odstraněním zaschlých zbytků jídla. Během mycího cyklu se uvnitř myčky vytvoří účinná pára, která zároveň eliminuje nežádoucí bakterie. Samozřejmostí je samočisticí filtr, nastavitelný horní koš, teleskopické výsuvy, Flexi Space koše a nízká hlučnost, dosahující při volbě nočního programu pouhých 39 dB (A).



# Whirlpool na cestě stát se majoritním akcionářem Indesitu. Formuje se aliance proti nástupu asijských značek?

AMERICKÝ WHIRLPOOL PLÁNUJE NÁKUP 60,4 % AKCIÍ ITALSKÉHO INDESITU. JAKO BLESK Z ČISTÉHO NEBE SE OBJEVILA ZPRÁVA V POLOVINĚ ČERVENCE NA ČESKÝCH A ZAHRANIČNÍCH ZPRAVODAJSKÝCH SERVERECH. CO TENTO KROK PŘINESE? BUDOU SE ZNAČKY INDESITU ZAČLEŇOVAT DO RODINY WHIRLPOOL? NEBO BUDOU FUNGOVAT NADÁLE SAMOSTATNĚ? JAKÉ JSOU DŮVODY CELÉHO OBCHODU?

Náznaky, a dokonce i drby šířící se byznys sférou domácích spotřebičů o tom, že Indesit hledá strategického partnera pro svůj další rozvoj, zaznamenala redakce SELLu už v průběhu první poloviny tohoto roku. Dostala se nám do rukou dokonce analýza společnosti Euromonitor, která hovořila o námluvách Indesitu ze strany švédského Electroluxu. Prý také proběhla jednání s čínským gigantem Haier či Chaghong Electric. Nakonec však poměrně nečekaně oznámil koupi akcií Indesitu americký Whirlpool, o němž celou dobu nepadlo prakticky ani slovo. Událost byla náhlá, bez předchozích úniků jakýchkoliv informací, nicméně při zpětném pohledu zapadá do dlouhodobého rámce a v mnoha ohledech dává rozhodnutí obou stran pro spojení sil smysl.

## Naplnění staré vize

Při zkoumání pozadí celého obchodu jsme narazili na zajímavou informaci o Vittoriovi Merlonim, bývalém prezidentovi skupiny Indesit Company, který už před více než deseti lety hovořil o spojení sil s americkým Whirlpoolem, které mělo proběhnout prostřednictvím výměny akcií obou firem. Jeho synové, kteří v následujících letech převzali po otci otěže, začali vyhodnocovat situaci z globálního hlediska a postupně vlastně vizi svého otce naplnili. Není od věci ještě zmínit historickou analogii se současnou akvizicí – už zakladatel skupiny Aristide Merloni, coby majitel společnosti Ariston, koupil tehdy větší Indesit. Jeho nástupce, zmiňovaný Vittorio, poté firmu přejmenoval na Indesit, jež vyhodnotil jako nosnou značku.

## Zásnuby z rozumu

Indesit je dlouhodobě silným evropským výrobcem a pozici jedničky si drží kromě domácí Itálie také ve Velké Británii a v Rusku. Obecně lze říci, že se jeho výrobky prodávají velmi dobře v celé východní Evropě a mezi silné hráče patří ve většině zemí napříč starým kontinentem. Skvělých výsledků dosahuje i v Turecku, kde investuje nemalé peníze do prodejní infrastruktury a výrobních závodů.

Naproti tomu americký Whirlpool se z pozice největšího světového výrobce domácích spotřebičů v Evropě a jejích státech prosazuje postupně. Není žádným tajemstvím, že je firma napříč všemi světovými regiony v růstovém režimu a velmi se jí daří – pouze v Evropě sužované po dlouhé roky hospodářskými problémy různých zemí jde byznys pomaleji.

Spojení sil je pro obě firmy výhodné, protože Whirlpool může díky Indesitu ještě výrazněji posílit právě na evropských trzích, zatímco Indesit ve zbytku světa, kam do této chvíle nepronikl. Ostatně vedoucí představitelé Indesitu už delší dobu hovoři-

li o snaze vstoupit na nové trhy mimo Evropu a dohoda se společností Whirlpool je důležitým a logickým krokem k tomuto cíli.

## Výrobní symbióza

Spojení obou firem vnímáme v redakci také jako snahu zefektivnit výrobu, protože až na některé výjimky v kategorii vestaveb se továrny obou firem poměrně dobře doplňují. Indesit bude moci obměnit svou nabídku mikrovlnných trub, vrchem plněných praček, mrazáků a amerických chladniček, které má Whirlpool všechny na vysoké úrovni, a potenciálně tak mohou pro Indesit vznikat v jeho výrobních závodech.

Naproti tomu Indesit může globálnímu lídrovi nabídnout své malé spotřebiče, které mimochodem brzy zamíří také na český trh, a dále například odsavače, jejichž vlastní výrobu otevřel loni v Polsku. Obě firmy tím dosáhnou zefektivnění výroby a vzájemně si pomohou k optimalizaci nabídky.







Záhy po ohlášení obchodu se rychle začali ozývat odboráři, kteří se bojí dopadu celé věci na výrobu. Nejde určitě o přehnanou reakci, protože v kategorii vestavných spotřebičů se italské závody obou firem svými produkcemi překrývají. Zatím je každopádně předčasné hovořit o zavírání linek, protože z právního hlediska je proces na samém počátku a konkrétní budoucí strategie ještě nebyla ohlášena.

## Euroamerická unie

Dalším důvodem ke spojenectví firem Indesit a Whirlpool může být stále patrnější snaha asijských hráčů, jako jsou LG, Samsung a nově také Sharp, pronikat na evropský trh s bílým zbožím. Asijsci zatím nejsou příliš silní celkově, ale v některých produktových kategoriích se jim daří a rychle rostou. Společně mohou Indesit se silnou evropskou a Whirlpool se silnou americkou základnou čelit jejich invazi účinněji a lépe ochránit své tržní podíly nejen ve svých domácích regionech.

## Změní se struktura firem?

Po ohlášení akvizice se ihned vyrojily otázky, zda se bude začleňovat Indesit do struktur Whirlpool a co máme v nejbližší době očekávat. Plány na změny zatím nevyznívají nijak radikálně, aktuální není ani hlasitě diskutované kompletní

slučování. Popravdě řečeno by to nebylo ani smysluplné. Spojení obou firem je proto zatím potřeba vnímat jako výrobní symbiózu a vzájemnou podporu na trzích, kde ten druhý není tak silný. Jednotlivá zastoupení včetně evropských centrál obou firem nebudou dle našich informací slučovány a obě společnosti budou na trhu nadále vystupovat jako samostatné subjekty.

## Akvizice v řeči čísel

Whirlpool vstupuje do Indesitu za částku 758 milionů eur, které zaplatí ze svých rezerv a částečně také pomocí úvěru. Získává 60,4 % akcií – konkrétně 42,7 % od společnosti Fineldo, 13,2 % od určitých členů Merloniho rodiny a 4,4 % přímo od Claudie Merloni. Získané akcie potom reprezentují 66,8 % hlasovacího podílu.

## Generální ředitelé odpovídají

LZE OČEKÁVAT ZMĚNY VE STRUKTUŘE ČESKÉHO ZASTOUPENÍ?  
CO PODLE VÁS AKVIZICE PŘINESE DO BUDOUCNA?



### Jan Šach

generální ředitel  
Indesit Company Česká  
a Slovenská republika

Ve struktuře českého a slovenského zastoupení Indesit Company žádné změny neočekáváme, dá se předpokládat, že k případným změnám dojde na centrální úrovni, a to zejména v oblasti výroby a produktového vývoje. Další předpokládá-

nou a velmi pozitivní změnou by mělo být uvedení značek na trzích, kde je dosud přítomna pouze jedna z nich.

A co akvizice dle mého přinese? Především posílení značek obou společností a vznik globální skupiny číslo jedna, která bude společnými silami mnohem lépe konkurovat asijským značkám. V průběhu roku 2016 bychom mohli očekávat také první obohacení nabídky produktů. Osobně jsem velmi rád, že si Indesit Company vybrala právě Whirlpool. Nejen že je z obecného hlediska Indesitu kulturně a obchodně velmi blízký, např. i vzhledem k tomu, že jeho centrála sídlí také v Itálii, ale já sám jsem v české pobočce společnosti Whirlpool i na centrální úrovni strávil část svého pracovního života a mám zde mnoho přátel.



### Radek Novotný

generální ředitel  
Whirlpool Česká a Slovenská  
republika

Osobně tuto novinku, která jen potvrzuje plány na růst a rozvoj společnosti celým trhem, velmi vítám – dokazuje, že politiku společnosti Whirlpool Corporation charakterizují především dlouhodobá a koncepční rozhodnutí a také

to, že je pro ni Evropa vysoce strategickou oblastí. Směrem k zákazníkům, ale také prodejčům bude jasným a zásadním benefitem především propojení výroby a produktového portfolia s důrazem na širokou nabídku a kvalitu produktů. V kombinaci s vysokým povědomím o obou značkách a jejich pozitivním vnímáním bude pozice skupiny na trhu zásadní.

V otázce strukturálních změn je opravdu velmi brzy na to hodnotit to, jaké změny nastanou na lokálních trzích, nicméně logický předpoklad směřuje spíše k přehodnocení struktury v rámci centrálních, vývojových a výrobních jednotek směrem k co nejefektivnějšímu spojení Whirlpool a Indesit.

# Martin Novotný:

## Zlepšení na trhu pocítujeme, smart spotřebiče očekávejte příští rok

SPOLEČNOST ELECTROLUX JE JEDNÍM Z NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH VÝROBCŮ DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ NA SVĚTĚ A VÝSADNÍ POZICI MÁ TAKÉ V ČESKU. JEŠTĚ PŘED ZAČÁTKEM LETOŠNÍHO VELETRHU IFA, KDE BUDE FIRMA PREZENTOVAT NĚKTERÉ SVÉ NOVINKY VČETNĚ NOVÝCH MYČEK AEG A ELECTROLUX, JSME VYZPOVÍDALI OBCHODNÍHO ŘEDITELE ČESKÉHO ZASTOUPENÍ FIRMY MARTINA NOVOTNÉHO.



Thinking of you  
**Electrolux**

**Ekonomické deníky i magazíny poslední měsíce pravidelně vysílají do světa pozitivní zprávy, týkající se vývoje českého hospodářství. Pocítíte už černá čísla české ekonomiky? Nebo minimálně pozitivnější nálady u svých obchodních partnerů, případně koncových zákazníků?**

I my zaznamenáváme pokračující vyšší poptávku prezentovanou GfK za posledních 12 měsíců a lepší náladu našich obchodních partnerů, kteří si v poslední době na prázdné obchody nestěžují. Možná je to částečně dané i tím, že nás jako výrobce v posledním roce až dvou zákazníci hodnotí velmi pozitivně.

**A jak hledíte po poměrně depresivních letech, vyplněných kontinuálním tokem negativních zpráv, na letošní podzim, popřípadě i příští rok? Můžeme čekat ještě výraznější oživení trhu, než o jakém informuje poslední dobou GfK?**

Je otázkou, zda se dá dlouhodobě správně predikovat pozitivní vývoj, který jsme zaznamenali letos v prvním pololetí.

Nicméně já osobně jsem optimistou a věřím, že se v nejbližší době propad opakovat nebude. Jistě k tomu přispívá i to, že média už nevysílají do éteru negativní zprávy o ekonomice u nás i ve světě, jak tomu ještě nedávno bylo.

**Vyhnout se nemohu ani otázce týkající se Ukrajiny. Továrnu na pračky a chladničky máte v městě Ivano-Frankivsk, což je síce na západě země, ale neovlivnila přesto současná nestabilita země vaši výrobu?**

Ne, nemáme tam jediný problém. Ani informace z centrály nenaznačují, že by se měla situace jakkoliv změnit. Výroba i dodávky běží podle plánu.

**Letošní jaro bylo u Electroluxu bohaté na nové výrobky. V rámci MDA na trh dorazila nová generace myček, nové vysoce úsporné pračky, velmi zajímavá pračkosušička a konečně i očekávané Sous Vide. Máte ale ještě nějaké trumfy pro podzimní měsíce? Jaké novinky můžeme čekat?**

Uvedeme nové řady myček AEG ProClean WaterSave a Electrolux Real-

Life WaterSave se spotřebou vody 7,5 l během jednoho cyklu a úsporou téměř 50 % na jednu sadu nádobí při srovnání s modely prodávanými v Evropě v loňském roce. Toto se týká typů na 15 sad, u spotřebičů na 13 sad bude spotřeba vody pouze 6,5 l (pozn. redakce: více informací o nových myčkách naleznete na straně 19).

V kategorii praní se chystáme uvést nové úzké předem plněné pračky Electrolux na 7 kg prádla a vrchem plněnou pračku AEG na 7 kg prádla. A těšit se můžete také na nové sušičky AEG a Electrolux s novým Delicate Care System, který zjednodušeně řečeno díky teplotě 55 °C, nebo 38 °C v případě hedvábí, umožňuje usušit jakýkoliv druh prádla s výrazně menším pomačkáním. Sušit v nich bude možné také nejjemnější prádlo, které nemá na štítku doporučení pro sušení v sušičce. Zmínit ještě musím nový EcoFlow Systém pouze s jedním dvouvrstvým filtrem.

**Většina velkých značek letos představuje nastupující generaci „smart**



**spotřebičů“. Německý koncern BSH dokonce přichází s otevřenou platformou a snahou přinést na trh jeden fungující standard napříč trhem, značkami a výrobci. Jak se ke „smart spotřebičům“ staví Electrolux?**

Díky rychlému přechodu od vize k realitě je stále více výrobků možno ovládat přes internet. Větší počet firem vyvíjí řešení vedoucí k propojení různých typů zařízení – aut, lednic, televizorů a dalších. Předpokladem pro tento vývoj bylo rozšíření „chytrých“ telefonů v době rozmachu wi-fi a mobilních širokopásmových připojení. Tento trend určil, jak současný Electrolux komunikuje se svými zákazníky.

Přestože se při vývoji intenzivně zaměříme na plnění potřeb a přání zákazníků, není propojení našich produktů cíl sám o sobě. Místo toho jsme si položili otázku, jak může být tato technologie použita ke zlepšení zkušeností spotřebitelů; jak to může být využito k řešení neuspokojených potřeb. Při pohledu na potenciální výhody sledujeme možnosti připojení ve čtyřech hlavních oblastech: servis a údržba, kontrola, personalizace a funkce spotřebiče. První dvě z nich lze nejjednodušeji a nejrychleji realizovat s jasnou přidanou hodnotou pro spotřebitele, ale z hlediska Electrolux vnímáme jako nejzajímavější příležitost plynoucí z připojení to, že zlepšuje reálné výsledky, třeba v asistovaném vaření. Například když si můžete stáhnout nejen recept svého oblíbeného kuchaře, ale také nastavení, které se má použít v troubě. Zatím nemohu jmenovat konkrétní produkt, každopádně jde o reálnou ukázkou.

**Jak budete tedy tyto myšlenky konkrétně rozvíjet?**

Zásadní je internetové připojení. Musí být bezproblémové a pohodlné, postavené na otevřených, standardizovaných platformách, které zajistí, aby spotřebitelé mohli přidat zařízení do své sítě co nejjednodušeji. Určitě se na vývoji budeme podílet, ale řešení pro inteligentní domy není naším produktem. Každopádně pracujeme na těchto spotřebičích pro všechny naše hlavní kategorie. V oblasti úklidu, vaření, praní a sušení a filtrace vzduchu představíme novinky tohoto typu v příštím roce.

Výrobky budou, stejně jako náš budoucí vývoj „chytrých“ spotřebičů, v souladu se strategií Electroluxu zajistit domácnostem profesionální výsledky a pomoci



lidem připravit si skvěle chutnající pokrmy a zvládat péči o domácnost s nižší námahou a menším dopadem na životní prostředí.

**Na milánském veletrhu EuroCucina nás zaujala myčka s inovativně řešeným spodním košem, jenž se pouze nevysouvá, ale i zdvihá do výšky koše horního. Při vkládání a vykládání nádobí se tak minimalizuje nutnost se ohýbat. Kdy můžeme čekat myčky s touto novinkou v Česku?**

Tento koncept má název Comfort Lift a začít vyrábět by se měl v druhé polovině příštího roku. Vychází z toho, že většina myček je umístěna pod pracovní deskou kuchyňské linky. Hlavním cílem je poskytnout uživateli co nejpohodlnější řešení – jednoduše žádné ohýbání a bolest zad při užívání myčky nádobí.

**Když se podíváme na letos uvedené novinky, co byste u nich ve stručnosti zdůraznil jako nejdůležitější vlastnosti? Proč by měl prodejce doporučit právě myčku jedné z vašich značek?**

Myčky mají až o 10 litrů větší XXL prostor na 15 nebo 13 sad nádobí, satelitní mycí rameno s funkcí dvojího otáčení, dokonalejší distribucí vody a lepším výsledkem mytí, stropní rameno, a nikoliv jen sprchu, odnímatelný podnos na příbory a v neposlední řadě měkké hroty, udržující křehké sklo ve stabilní poloze, a gumové úchytky na přidržení stopky skleniček.

**Kde probíhá primárně výroba myček AEG, Electrolux a Zanussi, které jsou prodávány na českém trhu?**

Myčky prodávané na českém trhu se vyrábějí v Itálii a Polsku. Volně stojící i vestavné vyšší modely AEG a Electrolux jsou z italského Solara, přičemž z celého portfolia je to zhruba jeho polovina. Produkty AEG a Electrolux nižší třídy a všechny modely Zanussi pocházejí ze Zaruwa v Polsku. Kvalitou výroby, stejně jako hotových výrobků, se nijak neliší a uživatel nepozná rozdíl. Poměr kusů je téměř totožný.



### Spekulace - Vestel má prý zájem o značku Sharp

Internetovými zpravodajskými servery se začala v polovině července šířit zpráva, že se rozbíhají jednání mezi japonským Sharpem a tchajwanskými a tureckými firmami o licencích k výrobě jeho produktů. V případě výroby a prodeje LCD televizorů má zájem společnost TPV Technology, která už spojila před časem síly s nizozemskou společností Philips a vytvořila s ní joint venture TP Vision. Letos v květnu pak definitivně TPV převzala zbývajících 30 % akcií a TP Vision se stala kompletně její dceřinou společností. TPV má prý nyní zájem také o značku Sharp a možnost vyrábět a prodávat její televizory na evropském trhu. Jednání se také mají týkat továrny firmy Sharp, již má v Polsku, a produkuje v ní právě televizory.

O divizi domácích spotřebičů má podle dostupných zpráv zase zájem turecká skupina Vestel, která by v případě dohody mohla vyrábět a dodávat v Evropě na trh spotřebiče Sharp. Zdůrazňujeme, že je vše zatím jednou velkou spekulací. V České republice se začala firma projevovat opět aktivněji letos na jaře také v segmentu domácích spotřebičů, když zorganizovala v Praze tiskovou konferenci a začala být na trhu více vidět. Případná dohoda se společností Vestel by mohla pomoci Sharpu k výraznému růstu na evropském kontinentu.

### Grundig se po letech vrací na britský trh

Německá značka, která se po svém krachu a následném zařazení do rodiny Arçelik stáhla z mnoha trhů, se do svých dřívějších působišť opět vrací. Jedním z nich je také Velká Británie, kde tamější pobočka BEKO přichází na trh nikoliv s televizory, rádiovými přijímači a jinou spotřební elektronikou, na niž byli od Grundigu spotřebitelé zvyklí, nýbrž s domácími spotřebiči. Prezentovány jsou jako výrobky vyššího středního a vyššího segmentu, přičemž konkrétně budou prodávány chladničky, myčky, pračky a sušičky. Celá nová řada volně stojících spotřebičů, oceněná 6 cenami Red

Dot Design, bude prozatím v prodeji pouze v řetězci Currys (v prodejnách i on-line).



### Chladničky Whirlpool budou jako první používat nový typ izolace

Společnost Whirlpool začíná jako vůbec první používat při výrobě svých chladniček polyuretanové izolace s HFO (hydrofluoroolefin) nadouvadlem, které nahrazuje nyní běžně používané HFC (hydrofluorouhlovodík). Konkrétně Whirlpool při výrobě využívá tuhé pěny Elastocool od společnosti BASF a nadouvadlo Solstice od Honeywellu (HFO), které má ext-

ra nízký potenciál globálního oteplování (GWP) na hodnotě 1, zatímco hodnota HFC se pohybuje mezi 700 a 1000. Nový izolační systém se vyznačuje ještě dalšími výhodami včetně větší výdrže a stálosti. Především však zvyšuje energetickou účinnost spotřebiče o 2 až 3 % a zjednodušuje proces výroby.



### De Dietrich UK v Británii končí

Někdejší britská pobočka francouzské společnosti FagorBrandt ohlásila úpadek. Firma sama v tiskové zprávě uvádí, že od loňského podzimu čelila nejisté budoucnosti, poté co se dostala do problémů nejprve

španělská centrála Fagor a záhy její mateřská společnost FagorBrandt. Vedení De Dietrich UK doufalo po jarním prodeji poměrně zdravé francouzské větve alžírskému Cevitalu, že bude jejich společnost součástí akvizice. Cevital se nicméně rozhodl britskou pobočku vynechat a upřednostnil distribuci prémiových spotřebičů De Dietrich pomocí obchodních partnerství ve většině zemí. Spotřebiče De Dietrich mají na britském trhu budoucnost zajištěnu, protože distribuci velice rychle převezme nový partner, jenž ovšem ještě nebyl ohlášen.



# Volně stojící myčky MORA

## – praktické, úsporné a spolehlivé řešení pro každou kuchyni

VÝHODY VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKY NÁDOBÍ OCENÍ KAŽDÝ, KDO SE NĚKDY STĚHOVAL NEBO ČAS OD ČASU RÁD MĚNÍ USPOŘÁDÁNÍ KUCHYNĚ. TRADIČNÍ ČESKÁ ZNAČKA MORA MÁ VE SVÉM BOHATÉM PORTFOLIU SPOTŘEBIČŮ VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKU SM630W ŠIROKOU 60 CM, KTEROU MŮŽETE FLEXIBILNĚ UMÍSTIT, KAM PRÁVĚ POTŘEBUJETE, A JEDNODUŠE ZPROVOZNIĆ. DÍKY MODERNÍMU DESIGNU NAVÍC KRÁSNĚ VYPADÁ, TAKŽE SE STANE PRAKTICKOU, FUNKČNÍ OZDOBOU KUCHYNĚ.



Volně stojící myčka SM630W s vanou z nerezové oceli do domácnosti přináší prověřenou kvalitu, vysokou funkčnost a šetrnou energetickou třídu A+. To vše za příznivou cenu. Zvládne bezchybně umýt a usušit 12 sad nádobí. Horní ze dvou košů je nastavitelný, takže ani větší hrnce už nemusíte namáhavě drhnout ve dřezu. K dispozici je 6 programů mytí včetně rychlého intenzivního mytí, úsporného ECO programu nebo jen namáčení či oplachování a sušení. Stačí si zvolit ten nejvhodnější program, podle toho, jak rychle, jaké množství a jak moc znečištěné nádobí právě potřebujete umýt. Teploty mytí se pohybují v rozsahu 40, 50, 62 a 65 °C. Důmyslný systém Aqua Stop hlídá jakýkoliv únik vody v průběhu mytí. V případě poruchy zastaví další napouštění vody a postará se o odčerpání vody z myčky. Nechybí přehledný informační displej s ukazatelem zvoleného programu a světelným indikátorem konce mytí. Vítaným uživatelským bonusem je samočisticí filtr.

Objevte svět MORA, svět unikátní spolehlivosti, kvality a komfortu. [www.mora.cz](http://www.mora.cz). MORA. Svět kuchyňských spotřebičů.



**MORA**

SVĚT KUCHYŇSKÝCH SPOTŘEBIČŮ



### LG rostou zisky, prodeje spotřebičů ale druhý kvartál po sobě klesly

Korejská společnost LG oznámila své finanční výsledky za druhé čtvrtletí letošního roku a pyšní se 165% nárůstem zisku ve srovnání s druhým čtvrtletím roku předcházejícího. Stojí za tím prý silnější prodeje v kategorii televizorů a mobilních telefonů. Redakci SELLu nicméně zajímají především domácí spotřebiče, kde se LG už druhý kvartál po sobě tolik nedaří. V domácí Koreji sice rostla divize domácích spotřebičů o 9 %, ale příjmy klesly o 5 % hlavně kvůli pohybům kurzů měn. Už v tiskové zprávě týkající se výsledků za první čtvrtletí roku 2014 Korejci informovali, že očekávají zlepšení hlavně v druhé polovině roku. A stejnou informaci přikládají také k současné zprávě. Pomoci zvýšit prodeje a ziskovost v segmentu MDA by jim měly nové modely praček a chladniček spolu s další redukcí nákladů. Redaktoři SELLu proto napjatě vyhlížejí berlínský veletrh IFA, kde bude LG bezesporu některé novinky prezentovat.

### Whirlpool hlásí v Severní Americe rekordní zisk

Největší světový výrobce domácích spotřebičů se veze posledních pár let na vítězné vlně a každé vydání jeho finančních výsledků ohlašuje nějaké rekordy. Nyní se zpráva týká jeho domácího amerického trhu, kde

dosáhla firma ve druhém čtvrtletí provozního zisku 285 milionů dolarů (10,6 % hodnoty příjmů), což je o 23 milionů dolarů více než ve stejném období loni. Celosvětově prodala korporace ve druhém čtvrtletí spotřebiče v hodnotě 4,7 miliardy dolarů, a zopakovala tak výsledek z loňského roku.

### Zlepšování prodeje v Evropě a Severní Americe pokračuje, informuje Electrolux

Švédská společnost, reprezentovaná na českém trhu značkami AEG, Electrolux a Zanussi, oznámila, že ve druhém čtvrtletí prodala ve světě domácí spotřebiče za zhruba 3,8 miliardy dolarů, což je o zhruba 200 milionů méně než v loňském druhém čtvrtletí. Nicméně firma oznámila, že zaznamenala zlepšení v případě provozního zisku v kategorii MDA, a to jak v Evropě, tak v Americe. Zlepšení se týká také divize profesionálního vybavení. Celkově tak provozní zisk stoupl ve druhém kvartálu o 13 %. Šéf Electroluxu Keith McLoughlin k výsledkům poznamenal, že za nimi stojí jak pokračující redukce nákladů, tak lepší mix produktů například v segmentu vestavných spotřebičů. V Severní Americe byl růst očekáván, zatímco oslabený trh v Jižní Americe vykázal další pokles.



### 26 000 výpovědí za dva roky, Haier zefektivňuje svoje fungování

Čínský výrobce spotřební elektroniky i domácích spotřebičů měl ještě na začátku roku 2013 zhruba 86 000 zaměstnanců. Na konci letošního roku by jich mělo být už jen nějakých 60 000, přičemž většina z 26 000 výpovědí už proběhala. Číňan tvrdí, že jde o důsledek 35% zvýšení produktivity jejich zaměstnanců. Pozorovatelé čínského průmyslu ale těmto tvrzením, připomínajícím tak trochu zprávy z Československého filmového týdeníku o rekordně překonaných

# Haier

pětiletkách, nevěří. Důvodem je pokles tržního podílu a s ním spjatých prodejů praček, chladniček, klimatizací a televizorů. Haier býval v některých zdrojích uváděn během posledního roku jako největší výrobce domácích spotřebičů na světě, což by znamenalo, že překonal americký Whirlpool. Situace se i z hlediska obsahu zpravodajství vrátila letos do normálu a jako největší výrobce je opět uváděn v předních médiích Whirlpool. Na českém trhu zůstává Haier neaktivní.



# PROFESSIONAL

## Profesionální péče o vaši myčku nádobí



Již od  
99 Kč

U vybraných  
prodejců elektra



**Odstraňovač vodního kamene – čistí, odmašťuje, desinfikuje**

**Sůl do myček v tabletách – pro úspornější dávkování**

**DeoDish – provoní interiér myčky**

**Prášek do myček – intenzivní čištění 5 v 1**

**CalBlock – magnetický odstraňovač vodního kamene**



Sypký odstraňovač vodního kamene pro myčky odstraňuje usazený vodní kámen z topných článků a vnitřních částí, navíc hygienicky čistí a desinfikuje. Doporučujeme použít jednou za měsíc v programu při 60 stupních bez nádobí.

Regenerační sůl do myček změkčuje vodu a zabraňuje usazování vodního kamene na nádobí i uvnitř myčky. Tablety umožňují snadnější dávkování než v případě prášku, obsahují 100% čistou sůl a rozpouští se beze zbytku.

Deodorant s vůní citrónu nebo pomeranče neutralizuje zápach uvnitř myčky. Praktický lžícový tvar se snadno umísťuje do koše na příbory, vydrží až 60 mytí (cca 2 měsíce) a nezanechává vůni na nádobí.

Účinný mycí prášek intenzivně čistí, odstraňuje mastnotu a ponechává povrch perfektně čistý beze šmouh. Během každého mytí uvolňuje aktivní kyslík pro zajištění maximální hygieny, vyvážené složení přispívá ke změkčení vody.

Díky magnetickému poli zabraňuje usazování vápenatého vodního kamene na topných člancích a snižuje možnost poškození spotřebiče používáním tvrdé vody. CalBlock je nainstalován trvale, výměna se doporučuje po 5 letech.

Všechny produkty řady Professional jsou navrženy, vyrobeny a testovány společností Indesit Company, která garantuje jejich profesionální výkon, účinnost a šetrnost k životnímu prostředí.

Doporučuje

Hotpoint

INDESIT

indesit.cz  
hotpoint.cz

# Kuchyňe očima studentů designu

PROFESOR JAN FIŠER PŘEDSTAVUJE NĚKOLIK NÁZORŮ NA TVAROVÉ ŘEŠENÍ KUCHYŇSKÉ LINKY ZPRACOVANÉ STUDENTY ATELIÉRU DESIGNU V ÚSTÍ NAD LABEM (FUD UJEP) A V PRAZE (UPD ČVUT). ZÁKLADEM JE UŽITÍ MATERIÁLU HI-MACS LG A CORIAN DUPONT, UMĚLÉHO KAMENE, KTERÝ JE SVÝMI VLASTNOSTMI PŘÍMO IDEÁLNÍ PRO KUCHYŇSKÉ LINKY.



„V rámci dispozičního řešení bytu a mobiliářového vybavení je kuchyň specifickým prostorem, jakousi dílnou, či přímo ateliérem na přípravu jídla,“ říká na úvod Jan Fišer, seznamuje s nezbytnými zásadami pro tvorbu návrhu kuchyňské linky a přitom ukazuje práci svých studentů. Často mají úkol ztížený tím, že orientace a umístění kuchyňské linky v dispozici bytu jsou limitovány rozvodem stoupaček a elektroinstalací, množností denního světla a také vazbou na ostatní obytné místnosti. Přesto se musejí držet daných zásad a navrhnout pokud možno originální a vysoce kreativní řešení.

V první řadě je třeba počítat s tím, že kuchyň je pracovištěm a místem pobytu pro relativně dlouhou dobu, kterou úprava jídla vyžaduje, a proto je nezbytné vytvořit prostor pro ideální plynulost pracovních úkonů s maximálním respektováním všech ergonomických zákonitostí. Vzhledem k převážnému podílu činnosti vestoje musíme dbát na správnou pozici těla, přizpůsobení výšek pracovních ploch, optimální dosahovou vzdálenost úložných pro-

storů pro nejčastěji užívané předměty a nezbytné optimální osvětlení pracovní plochy. Pro vlastní pracovní procesy je v neposlední řadě nutné oddělit zdroje tepla a chladu a poskytnout dostatečnou manipulační plochu mezi dřezem a varnou deskou.

„Tyto zásady jsou všeobecně respektovány u výrobců unifikovaných linek, včetně designu vestavěných spotřebičů. Na designérovi pak záleží, jak optimálně jednotlivé prvky sestaví, případně respektuje i specifické požadavky uživatele – pro leváky, praváky, případně vozíčkáře,“ upřesňuje Jan Fišer.

V rámci prostorového uspořádání bytu řeší většina studentů optimální orientaci kuchyni na sever či severovýchod s možností venkovního výhledu přímo od pracovní desky. Takové podmínky ovšem nejsou vždy řešitelné, avšak minimální základní plocha pro kuchyňský kout ve všech případech splňuje 5 až 6 metrů čtverečních s tím, že je často koncipována v přímé vazbě na jídelní stůl nebo odkládací plochu barové desky.

Podstatnou úlohou designéra při návrhu kuchyně je také dobrý výběr materiálu (který byl v tomto případě daný). Barevnost a osvětlení jsou nejčastěji volitelné ve vztahu k prostředí a spolu s požadavky na tzv. pobytovou pohodu. Materiály pracovních ploch vždy splňují parametry na přísnou hygienu a velmi dobrou odolnost.



Prof. ak. arch. Jan Fišer,  
Ústav průmyslového designu ČVUT  
Praha (ÚPD ČVUT)



# Volně stojící myčky Candy a Hoover

Extra velké talíře • 15 sad nádobí • Turbo sušení

**MYTÍ NÁDOBÍ VE DŘEZU SE POSTUPNĚ STÁVÁ V ČESKÝCH DOMÁCNOSTECH MINULOSTÍ. JEŠTĚ PŘED PÁR LETY BYLA MYČKA URČITÝM NADSTANDEDEM, ALE DNES JE PŘI REKONSTRUKCI ČI KOUPI ZCELA NOVÉ KUCHYNĚ VNÍMÁNA JAKO SAMOZŘEJMOST HNED VEDLE VARNÉ ČI CHLADICÍ TECHNIKY. ZNAČKY CANDY A HOOVER NABÍZEJÍ ŠIROKOU NABÍDKU VESTAVNÝCH I VOLNĚ STOJÍCÍCH MYČEK. NA NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH SI PŘEDSTAVÍME TY NEJZAJÍMAVĚJŠÍ VOLNĚ STOJÍCÍ MODELY.**

Pohodlné, rychlé a kvalitní mytí nádobí zajišťuje u moderních myček nádobí nespočet inovativních technologií, funkcí i konstrukčních prvků. Požadavky zákazníků se pak také týkají hlučnosti spotřebiče a vnitřního uspořádání. Společnost Candy Hoover reflektuje potřeby trhu a jednotlivých spotřebitelů při vývoji své veškeré domácí techniky. Její nabídka volně stojících myček se proto pyšní kapacitou na až 15 sad nádobí, širokou paletou programů včetně těch rychlých či extra úsporných a schopností umýt talíře až o průměru 34,5 cm.

## Hoover DDY 189 T

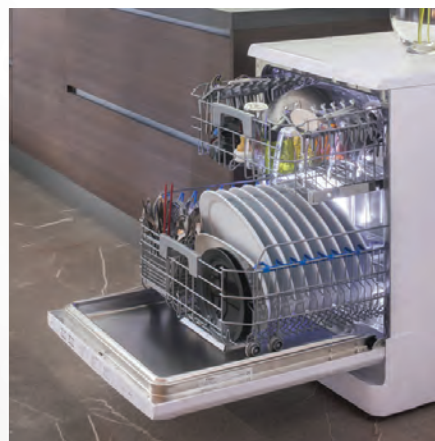
První představená myčka pochází od značky Hoover z řady Dynamic. Vyznačuje se nejvyšší energetickou třídou A+++ a použitím Smart Sensor systému, který detekuje míru zašpinění nádobí a podle toho upravuje mycí cyklus. S kapacitou 15 jídelních souprav je vhodná pro větší domácnosti, kde její členové zajisté ocení rozdělení vnitřního prostoru mezi 3 koše typu Evospace 3. Pod stropem myčky se nachází zúžený koš, umožňující používat ve standardním horním koši držáky na skleničky. Do zúženého koše se vejdu jak příbory, tak menší šálky a další nádobí. Spodní koš obsahuje ještě vyjímatelný košík na příbory, a uživatel má

tak možnost větší variability využití veškerého prostoru košů.

Myčka používá impulsní mytí a aktivní TURBO sušení, dále pak trojitý samočisticí nerezový mikrofiltr a bezpečnostní prvky, jako Waterblock a Aquastop. V programové výbavě se nachází 12 položek včetně Nočního programu při 55 °C a hlučnosti pouhých 42 dB (A). Vhod přijde také 29minutový či 59minutový program. A zapomenout nesmíme ani na intenzivní či hygienické mytí (75 °C) a trojici automatických univerzálních programů, používajících teploty 60, 70 a 75 °C. Model DDY 189 T spotřebuje 10 l na standardní mycí cyklus a ročně se počítá se spotřebou 2800 l.

## Candy CDPM 75553

Ze stále značky Candy byl do článku vybrán tento model v energetické třídě A++ s kapacitou na 15 sad nádobí. Jelikož nese myčka označení MAXI PLATES, lze do ní vkládat i v úvodu zmiňované pizza talíře s průměrem 34,5 cm. Stejně jako u modelu Hoover používá systém 3 košů Evospace 3 a 12 mycích programů, mezi nimiž se nachází rychlé, hygienické a ekologické mycí cykly. Opět zaujme noční program s teplotou 55 °C a v tomto případě hlučností 43 dB (A), případně



univerzální program s variabilní teplotou mezi 45–75°C. Poslední jmenovaný využívá informaci ze Smart Sensor systému a nastaví cyklus podle stupně zašpinění nádobí. Spotřeba vody činí 10 l.

## Candy CDPM 65720

Cenově dostupnější myčka uzavírá výběr novinek značek Candy a Hoover. Její kapacita je také 15 sad a disponuje také 12 programy, ale v mycím prostoru nabízí na rozdíl od dražší varianty pouze 2 koše Evospace. Z hlediska funkcí a dalších specifikací včetně spotřeby vody (10 l) se jinak neliší.



[www.candy-hoover.cz](http://www.candy-hoover.cz)

[www.facebook.com/  
CandyCeskaRepublika](https://www.facebook.com/CandyCeskaRepublika)

**CANDY**



# Vzdělávání spotřebitele jako klíčová konkurenční výhoda

VZDĚLÁVÁNÍ SPOTŘEBITELE JE V DOBĚ TECHNOLOGICKÝCH INOVACÍ KLÍČOVOU KONKURENČNÍ VÝHODOU. STEJNĚ TAK UTVÁŘENÍ SILNÉ BÁZE LOAJÁLNÍCH AMBASADORŮ ZNAČEK, KTERĚ BY SE MĚLI REKRUTOVAT NEJEN Z B2C PŘÍJEMCŮ SDĚLENÍ, TEDY KONCOVÝCH KONZUMENTŮ, SPRÁVNÉ INFORMACE BY MĚLY BÝT VŠTĚPOVÁNY TAKÉ OBCHODNÍM PARTNERŮM NA ÚROVNI B2B, ZEJMÉNA POKUD JDE O VZTAH VÝROBCE A DISTRIBUTORA.



Díky technologickým vymoženostem nabízejí dnešní výrobky bezpočet funkcí, které mnohdy koncový uživatel nemá možnost pochopit, anebo jednoduše nechce, protože ho nutí uvažovat jinak, měnit zjeté zvyky a narušují jeho pohodlí, byť mu paradoxně více komfortu samy skýtají. Zde je třeba položit si otázku, zda spotřebitelé takové funkce potřebují a chtějí využívat. Z obchodního hlediska tu nastává jakýsi rozkol, neboť inovace a technologický vývoj něco stojí, což se přirozeně promítá do ceny výrobku, a ten je pak oproti „jednodušším“ produktům značně znevýhodněn, jelikož zákazníci stále více preferují nedosažitelnou kombinaci kvalitního a cenově dostupného zboží.

Druhý úhel pohledu přinášejí technologie nástupnické, které přetvářejí funkční vlastnosti produktu a jejichž

přesné vysvětlení umožní spotřebitelům nahlížet na danou problematiku správně. Zářným příkladem takové inovace mohou být Evropskou unií nařízené energetické štítky na vysavače. Doposud se distributoři a spotřebitelé při výběru vysavače orientovali hlavně podle výkonu. Vysoká hodnota byla zárukou účinnosti. Jak se postupem času ukazuje, není to zcela přesné vyjádření. Navíc díky tomu, že od 1. 9. 2014 budou moci výrobci vyrábět vysavače pouze s hodnotou výkonu maximálně 1600 W, se otevírá v neodborných kruzích zcela logická diskuse, zda budou takové spotřebiče účinné. Tajemství se skrývá v technologii.

Případ energetických štítků na vysavače je velmi specifický. Bourá totiž určité mýty, které výrobci vštěpovali po dlouhá léta spotřebitelům. Nešlo o záměrné

klamání. Technologie, díky níž je možné regulérně vysát tvrdou podlahu i koberec při výkonu dokonce pouhých 600 W, se teprve rodila. Úřední šiml a obratná lobby pomohly inovativní přístup výrobců už jen kodifikovat. Spotřebitel ale i tak nabude dojmu, že byl doposud klamán, nebo že je klamán nyní. Bourání klišé s sebou vždy přináší určité ztráty, ať už tržního podílu, image, nebo náklonnosti partnerů z pohledu distributivní spravedlnosti, časem se však vnímání tématu narovná a vznikne prostor pro inovaci a její plné pochopení.

Jak ukazuje výzkumný projekt Rozhodovací proces a nákupní chování zákazníka, který v roce 2014 realizoval OMG Research v segmentu domácích spotřebičů, hlavními informačními zdroji pro nákup jsou články a recenze na internetu (51 %), spotřebitelské testy (49 %),



## Informační zdroje pro nákup

Otázka: Pokuste si vzpomenout, jaké informace Vás ovlivnily při výběru značky nebo Vám daly nějaký tip v procesu vybírání značky.



Rozhodovací proces a nákupní chování zákazníka, OMG Research, 2014

webové stránky značky (37 %) a rodina a přátelé (31 %). Reklama na internetu (14 %), v novinách nebo časopise (11 %) a reklama v televizi (9 %) nejsou považovány za důležité. Připočteme-li k této statistice výsledky průzkumu Nielsen, který říká, že nejméně 85 % spotřebitelů věří doporučení někoho jiného, tedy nikoli výrobce, nýbrž jinému spotřebiteli se zkušeností se značkou a produktem, vyjde nám jednoduchá rovnice, kde vzdělaný spotřebitel vybavený dostatkem relevantních informací podpořených reálnou zkušeností někoho jiného či svou vlastní rovná se prodaný výrobek.

Konkurenční boj značek neustále sílí a koncový spotřebitel je dnes vzdělanější než kdykoli předtím, navíc má v rukou nástroje, které mu umožňují porovnávat jednotlivé nabídky v reálném čase. Vzhledem k tomu, že ve zmiňovaném průzkumu rozhodovacího procesu jako hlavní kritérium nákupu uvedla drtivá většina respondentů cenu, zdá se, že boj o zákazníka vyhraje víceméně ten nejlevnější produkt nebo služba. Druhým a třetím kritériem jsou však funkce či výkon a dobré recenze na internetu, tedy jinými slovy správně poskytnutá informace o funkčnosti produktu, jeho výhodách a také potvrzení nezávislým advokátem značky, což požadavek na nízkou cenu poněkud oslabuje.

Archaický přístup, kdy výrobci a distributoři věřili ve svůj vlastní úsudek a snažili se do trhu natlačit co možná nejširší produktovou nabídku od low-end až po high-end řady jedné produktové kategorie jedné značky, je snad již přežitkem, ačkoli některé pozůstatky této koncepce jsou stále ve hře. Naštěstí si i velké nadnárodní korporace (a jejich distribuční sítě) začaly pomalu uvědomovat roli zákazníka, který odhazuje kostým slepé konzumní ovce a stává se partnerem a zcela zásadním článkem jak prodejního, tak i výrobního cyklu. Díky tomu budou postupně produktová portfolia zeštíhlovat a nabídka technologických vychytávek bude rovněž uvážlivější s ohledem na upotřebitelnost. Takovou prognózu alespoň předkládají přední marketingové mozky světa, s nimiž se názorově ztotožňuji.

Edukovaný spotřebitel přináší ještě jednu výhodu – předává informace dál, a zvyšuje tak zásah potenciálních zájem-

ců o produkt. Vzdělávání zákazníka přináší synergický efekt v podobě systematického zvyšování povědomí o značce a výrobcích. Značka, která se nestydí – a hlavně nebojí – se spotřebitelem vést otevřený dialog, argumentovat svoje kroky, akceptovat chybná rozhodnutí, vysvětlovat smysluplnost svých produktů, zvyšuje svůj kredit a důvěryhodnost, podněcuje loajalitu a polidštuje technokraticky orientované produktové portfolio. Domácí spotřebiče nebudou nikdy – až na světlé trendové výjimky – vykazovat atributy typické pro lovemarks, jaké známe z FMCG, módního nebo automobilového průmyslu. Oproti těmto segmentům však nabízejí nespornou výhodu, a to učinit každodenní život spotřebitele o něco snazším.



**Tomáš Barčík**  
nezávislý poradce pro segment domácích spotřebičů





## Nejen letní osvěžení Sodovkovače a odšťavňovače

**RENASANCE DOMÁCÍCH VÝROBNÍKŮ SODOVKY A JEJICH RAKETOVĚ ROSTOUCÍ POPULARITA ŽENE NA TRH DALŠÍ ZNAČKY. LETOS PŘEDSTAVILA SVÉ ŘEŠENÍ ČESKÁ ZNAČKA ETA VE SPOLUPRÁCI SE SPOLEČNOSTÍ KOFOLA. ZÁJEM ROSTE TAKÉ O KLASICKÉ ODŠŤAVŇOVAČE, JEJICHŽ TRH JE STABILNĚJŠÍ A VÍCE KONKURENČNÍ.**

Pokles prodeje balené vody, sycených nápojů i džusů z koncentráту je výsledkem současných trendů, kdy si stále větší množství zákazníků žádá čerstvost, čistě přírodní obsah a lepší chuť. Odráží se to jak na prodeji sodovkovačů, tak odšťavňovačů, kterým věnujeme následující strany.

### Sodovkovače

#### Domácí limonáda za pár korun

Německá značka SodaStream rozpoutala před pár lety revoluci v oblasti konzumace nápojů v domácnosti. Podařilo se jí přijít na trh s přístrojem, který v zásadě nebyl nijak revoluční ani inovativní, šlo o obyčejný sodovkovač, který se z hlediska funkčnosti v ničem nelišil od notoricky známého „sifonu“, který se hojně používal v českých domácnostech především před rokem 1989. Po nástupu zahraničních sycených limonád a balených vod prakticky vymizel, ale nakonec ho k nám i do celého světa vrátil SodaStream chytrou kombinací sodovkovače s velkou bombičkou, která vystačí na desítky litrů sycené vody, a pestrou paletou sirupů, umožňujících doma rychle připravovat sycené limonády. Dobře postavený marketing spustil lavinu po celém světě a SodaStream se stal fenoménem. Netrvalo dlouho a v segmentu přibýly další značky – na českém trhu je to především britský LIMO BAR a od letošního jara české Bublino, za nímž stojí ETA (přístroje) a Kofola (sirupy). Není žádným tajemstvím, že celý byznys se sodovkovači tkví především

v prodeji sirupů, a tak se jednotlivé firmy předhánějí, která má ve své nabídce přírodnější a chutnější základ pro stále oblíbenější bublinkové limonády. Zákazníkům samozřejmě nic nebrání použít při výrobě nápoje svůj vlastní domácí sirup nebo komerční sirup, určený pro běžné smíchání s vodou. Tyto sirupy jsou samozřejmě výrazně levnější, na druhou stranu jich není na trhu tak bohatá nabídka. Z originálních sirupů k sodovkovačům můžete totiž doma připravovat i kolu, zázvorovou limonádu nebo tonik.

Na českém trhu jasně a neotřesitelně dominuje značka SodaStream. Přibývající konkurence nicméně s jejím mohutným tržním podílem postupně zahýbe. Neočekáváme samozřejmě žádné změny na pozici lídra trhu, růst konkurentů SodaStreamu je každopádně prakticky jistý. Otázkou pochopitelně zůstává, jak silně se bude vedoucí značka nástupu konkurentů bránit.

### Odšťavňovače Nezaměnitelná chuť „fresh džusů“

Odšťavňovače nejsou žádnou novinkou ani nezažívají obrovský boom, jako sodovkovače, přesto o ně stoupá zájem nemalým způsobem. Dnes už si je snad každý vědom chuťového i nutričního rozdílu mezi krabicovým džusem z koncentrátu a čerstvou šťávou ze zralého ovoce. Poptávka po „fresh džusu“ tak stoupá jak v restauracích, barech a kavárnách, tak v supermarketech, kde můžete najít chlazené džusy z ovoce a zeleniny lisovaných za studena.

U odšťavňovačů samozřejmě dominují cenově dostupné odstředivky, nicméně kvalitnější a lepší šťávu připraví šnekové lis, v jejichž případě se do šťávy nedostává tolik vzduchu a nedochází v ní k tak rychlé oxidaci. Pořizovací cena těchto strojů je dvoj- až trojnásobně vyšší.



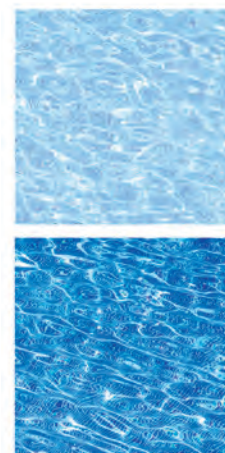


## ETA BUBLIMO 063890010

Loni na podzim převzala společnost ETA značku SodaFresh a proměnila ji spolu s firmou Kofola na značku Bublimo, která byla letos na jaře uvedena na trh. ETA tak do svého portfolia získala řešení pro výrobu domácí sodovky spolu s bohatou nabídkou sirupů, jež dodává právě Kofola. Sodovkovač Bublimo používá bombičku s ošetřenými vnitřními stěnami proti uvolňování hliníku, kterou ETA nazývá „zdravá bombička“. Vyrobit z ní lze až 85 l sodovky. Mezi nabízenými sirupy pro přípravu syce- né limonády najdete výrobky jako Top Topic, Citrocola či Jupí.

## LIMO BAR SMART TURBO

Výrobek sody od britské značky zaujme použitím 1,5l lahve a schopností vyrobit až 135 l limonády z jedné CO2 bombičky. České zastoupení vyzdvihuje u tohoto modelu především technologii FSS, zajišťující výrobu kvalitní sody při použití menšího množství CO2. Využívá také technologie regulace bublinek BBT. LIMO BAR navíc uvádí kompatibilitu s bombičkami některých konkurentů.



## LIMO BAR FIZZINI

Kdo si chce vyrábět osvěžující sodovku nebo syce- nou limonádu také mimo domov, například na chatě či během pikniku, může ho zaujmout model Fizzini od značky LIMO BAR. K výrobě sody používá 8g bombičky, určené k jednorázovému nasycení obsahu lahve. V balení naleznete 2 lahve – jednu s objemem 1 l pro výrobu perlivé vody a druhou s objemem 2 l pro výrobu mírně perlivé vody.

## SODASTREAM SOURCE BLACK METAL

Designový model lídra českého trhu sodovkovačů je vyroben z nerez, v tomto případě v černé barvě, ale dostupná je také modrá, červená nebo bílá varianta. Se stejným vzhledem a ve stejných barvách je k dispozici ještě levnější verze z plastu. Stupeň sycení indikují na čelní straně přístroje LED diody. Dodáván je s 1l lahví a bombičkou pro výrobu 60–80 l sody. V balení se ještě nachází sada 9 příchutí sirupů v malých lahvičkách, určených vždy pro výrobu 1 l nápoje.



## BOSCH MES3500

Odšťavňovač s příkonem 700 W je klasickou odstředivkou s nerezovým mikrofiltrem a nerezovo-plastovým tělem. Využití ho lze k odšťavňování ovoce i zeleniny ve 2 rychlostních režimech. Nechybí bezpečnostní prvky, jako sepnutí pouze při správném složení, a možnost mýt veškeré součásti kromě základny s motorem v myčce. Nádoba na šťávu je vybavena oddělovačem pěny.



## BRAUN J 700

Vlajková loď odšťavňovačů německé značky má plášť z nerezové oceli a motor s vysokým příkonem 1000 W (regulace výkonu ve 2 stupních). Mezi další vlastnosti patří inovativní systém proti odkapávání aktivovaný tlačítkem, velmi rychlé odšťavňování (1 sklenice za 15 vteřin), 75mm plnicí otvor a velmi jemné nerezové sítko. Jeho příslušenství tvoří 1,25l nádoba na šťávu s oddělovačem pěny, 2l nádoba na dužiny a čistící kartáček. Jednotlivé části kromě základny je možné mýt v myčce.

## DOMO DO 9008

Novinkou na českém trhu je šnekový lis na ovoce a zeleninu značky DOMO s technologií korejské společnosti Hurom. Výhodou šnekových odšťavňovačů je tichý provoz při pouhých 70 ot./min. a schopnost odšťavňovat také bylinky, luštěniny, či dokonce ořechy. Výrobce udává o 50 % větší množství šťávy z ovoce a zeleniny než při použití odstředivého odšťavňovače – za výsledkem stojí jak šnekový systém, tak sekundární stlačení odpadu, ze kterého přístroj ještě získá další šťávu.



## ELECTROLUX ESF2000

Odstředivkový odšťavňovač s příkonem 800 W používá systém dvojité filtrace, a je tak schopen z ovoce získat více šťávy. Plnicí hrdlo je dostatečně velké, aby jím prošla celá jablka a jiné druhy ovoce. Výkon odstředování se reguluje pomocí otočného voliče, přičemž jsou k dispozici 2 rychlosti. Stabilitu odšťavňovači zajišťuje čtveřice přísavných nožiček. Všechny oddělitelné části jsou vhodné pro mytí v myčce.



### Odšťavňovače a lisy na citrusy na českém trhu podle GfK

Zájem o odšťavňovače a lisy na citrusy roste. Za první třetinu letošního roku se jich v součtu prodalo ve sledovaných obchodních cestách téměř o 30 % více než před rokem. V průměru investovali kupující do tohoto sortimentu 2 tisíce korun. V meziročním srovnání se jednalo o nárůst průměrné investice zhruba o 100 korun díky změnám ve struktuře prodáváného sortimentu.

Přes tři čtvrtiny poptávky pokryly v prvních čtyřech měsících 2014 odšťavňovače, přičemž jejich podíl na celkovém objemu i hodnotě meziročně vzrostl právě na úkor levnějších lisů na citrusy. Ty se obvykle prodávají v relativně větší míře v zimním období, například loni v prosinci tvořily třetinu celkové poptávky. Hodnota prodeje odšťavňovačů a lisů na citrusy meziročně vzrostla o třetinu. Tržby za tuto skupinu jsou na českém trhu řádově srovnatelné s obratem za fritézy či zastříhovače vlasů.

Zdroj:

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



# DOMO jde vlastní cestou

**ORIGINÁLNÍ NÁPADY A NIKDY NEKONČÍCÍ HLEDÁNÍ NĚČEHO NOVÉHO JSOU BELGICKÉ ZNAČCE DOMO VLASTNÍ. A PROTOŽE SE JE NEBOJÍ TAKÉ REALIZOVAT, JE VŽDY O KROK NAPŘED PŘED SVÝMI KONKURENTY.**

## Kvalitní domácí džusy

Jedním z příkladů a zároveň novinkou letošního léta je šnekový odšťavňovač DO9061J vlastní konstrukce. Z původního a všeobecně známého modelu zůstala pouze ověřená motorová část s převodovkou o příkonu 250 W s konstantním chodem na výstupu, konkrétně 70 ot./min. Tento náhonový komplet je zasazen do nerezového pláště, vyznačujícího se vysokou stabilitou a luxusním vzhledem. Hmotnost motorové jednotky činí 7 kg, což je výsledek použití kvalitního motoru a kovové převodovky. Právě tyto veličiny jsou základním znakem při posuzování kvality jednotlivých druhů šnekových odšťavňovačů.

Zcela originálně je pak řešena lisovací komora, kde bylo nahrazeno kuželové lisovací sítko válcovým. To přináší hlavní výhodu při jeho čištění, kdy jej lze vyjmout a šnek zůstává na místě. Těsnění šneku se tak zbytečně nepotřebává. Další změna byla provedena v hustotě lisovacího sítka – dole zůstaly malé otvory, nicméně horní jsou zvětšeny. Tím získal odšťavňovač jistou univerzálnost, a navíc se do moštu dostává více žádané dužiny.

## Od šťávy ke zmrzlině

Zpracování měkkého ovoce ve šnekovém odšťavňovači poskytuje základní surovinu pro výrobu domácí zmrzliny. Tu lze udělat buď ve zmrzlinovačích s vlastním chlazením, nebo předchlazených v mrazničce. Právě jeden z těchto jednodušších modelů s označením DO23091 byl zařazen do červencového Dtestu. Hodnocen byl spolu se 7 podobnými modely dalších značek jako celkově druhý, ovšem s označením „výhodný nákup“. Nádoba obsahuje v dvojité stěně speciální tekutinu schopnou absorbovat chlad a ten pak předat zmrzlině. Hlavními požadavky na kvalitu takového přístroje jsou dostatečná akumulace chladu a perfektní vyšlehání suroviny.

## Chladivé koktejly

Také v dalším novém spotřebiči DOMO, skleněném mixéru DO443BL, může být použita šťáva z lisování ve šnekovém odšťavňovači. Horké letní dny přímo vybízí k výrobě koktejlů, ale ne každý mixér si dobře poradí s rozdrčením ledu. Firma DOMO vyvinula tedy nový model skleněného mixéru speciálně pro toto použití – se 6břitým nožem a silnějším, 700W motorem. Mixér má 2 rychlosti, pulsní tlačítko a velmi lehce si poradí s nadrcením ledových kostek. Silná 1,5l skleněná nádoba je dostatečně odolná pro drčení ledu i teplotně pro mixování polévek a omáček.

## A co zásoby na zimu?

Posledním z takzvaných „letních produktů“ DOMO, kde lze zpracovat suroviny z odšťavňovače, je zavařovací hrnec. Tento známý výrobek doznal letos několik změn, z nichž nejmarkantnější reprezentuje model DO323W v nerezovém provedení. Nerez je oproti smaltu méně náchylný na „otlučení“ a vyhovuje všem hygienickým požadavkům. Zda zvolit typ s výpustným kohoutem, či bez něj, je otázkou používání. Všeobecně však lze říci, že pokud nechtějí vaši zákazníci používat hrnec jako výdejník teplých nápojů, je výhodnější bezkohoutový model.





## ETA FRESHER 003290000

Dalším odstředivkovým odšťavňovačem je model české značky s nabídkou 5 rychlostí a motorem o příkonu 800 W. Maximálně u něho lze dosáhnout 10 000 ot./min. Zmínit si zasluží ještě systém zpětné vazby, kdy motor automaticky reguluje své otáčky podle momentálního zatížení. Nádoba na šťávu s oddělovačem pěny má objem 0,7 l, nádoba na odpad potom 2 l.



## GORENJE JC1000W

Z katalogu slovinské firmy jsme do přehledu zařadili model v bílé barvě s motorem, který má příkon 1000 W. Odšťavňovač se také vyznačuje XXL otvorem pro dávkování, nastavitelnou rychlostí ve 2 stupních a jednoduchým čištěním (příslušenství vhodné do myčky). Dodávaná nádoba na šťávu má objem 1 l a nádoba na odpad 2 l.

## KENWOOD EXCEL PRO JE880

Stálice nabídky britské značky Kenwood se objevuje v našich přehledech odšťavňovačů již několik let, ale jde stále o aktuální model. Přístroj s kovovým tělem používá nadstandardně výkonný motor s příkonem 2000 W. Z nerez je dokonce i nádoba na odpad, která má objem 3 l. Džbán na šťávu má objem 1,5 l. Samozřejmostí jsou systém proti odkapávání a protiskluzové nožičky.



## NOVIS VITA JUICER

Novinka v prémiové kategorii, kterou na český trh dodává firma Potten & Pannen – Staněk, se vyznačuje vysoce kvalitním celokovovým tělem a 4 funkcemi pro přípravu čerstvých šťáv a koktejlů. K odšťavňování používá patentovanou funkci Vitatec, kombinující klasický lis na citrusy spolu s odstředivkou. Kombinace 2 technologií také přináší optimální konzistenci šťávy, která má o 20 % více živin. Vita Juicer není ovšem určen pouze pro zpracování citrusových plodů. Lze v něm připravovat šťávu z dalších druhů ovoce a zeleniny, dále také vyrábět domácí zdravé koktejly smoothies. Přístroj si vystačí s motorem o příkonu 240 W.



## Výrobek sody LIMO BAR EDGE návrat ke kořenům



Značka LIMO BAR reaguje na požadavky spotřebitelů a uvede na český trh výrobek sody inspirovaný samotnou přírodou. LIMO BAR EDGE staví na čistých liniích a dbá především na snadnou obsluhu. Výroba domácí limonády tak nebyla nikdy komfortnější, rychlejší a jednodušší.

Výrobek sody LIMO BAR EDGE vznikl ve spolupráci s držitelem několika cen Red Dot Design Award, designérem Petrem Novagou. Na tuzemský trh se tak dostává produkt s výraznou českou stopou, navržený zároveň v souladu s posledními světovými trendy a hlavně vysokou mírou uživatelské přívětivosti. Ostatně na tom posledním si značka LIMO BAR i studio Novague zakládají.

Perlivá voda ve třech rychlých krocích. Cílem bylo vytvořit výrobek moderní, oprostěný od zbytečností a složitostí, které obtěžují zákazníky. LIMO BAR EDGE tak umožňuje vyrobit osvěžující perlivou vodu či vynikající domácí limonádu v pouhých 3 rychlých krocích a pomocí několika málo pohybů. Díky bajonetovému systému Click&Fix zákazník upevní odolnou litrovou láhev do výrobku doslova v mžiku.

Pomocí stisku originálního tlačítka sycení LIMO BAR dojde v několika sekundách k nasycení vody přesně podle chuti zákazníka. Zmáčknutím dekompresního tlačítka s jemným chodem uvolní zákazník tlak v láhvi a ihned může servírovat osvěžující perlivou vodu. Pokud si chce pochutnat na výborné domácí limonádě, stačí přidat do hotové perlivé vody některý z oblíbených sirupů LIMO BAR.

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

## iRobot: Čistá podlaha bez námahy každý den

Společnost iRobot představila evropským zákazníkům výsledek mnohaletého vývoje a masivních investic do inovačních procesů. K novému modelu robotického vysavače Roomba 800 a zcela přepracovaného robotického vytírače Scooba 450 řekl Colin Angle, CEO a zakladatel společnosti iRobot:

*„Štětinové kartáče se používaly stovky let. Roomba série 800 však přináší nový kartáčový systém AeroForce. Vyvinuli jsme úplně nový způsob čištění vašich podlah. Technologie AeroForce opět narušuje zažitě vzorce v oblasti uklízení podlah.“*



**NOVÝ iRobot Roomba 870**  
robotický vysavač  
**15.989 Kč**



**NOVÝ iRobot Roomba 880**  
robotický vysavač  
**18.589 Kč**



**NOVÝ iRobot Scooba 450**  
robotický vytírač  
**15.989 Kč**

*„Za Scoobou 450 stojí obrovský vědecký výzkum. Abychom uklízeli lépe, musíme uklízet odlišně. Předělání naší jedinečné platformy Scooba představovalo příležitost a zároveň intenzivní výzvu pro naše inženýry. Chopili se této výzvy a vyvinuli dalšího pomocníka, který také mění zažité vzorce v oblasti uklízení.“*

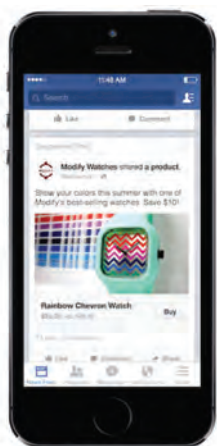
Colin Angle  
CEO a zakladatel společnosti iRobot



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

# Facebook připravuje tlačítko Koupit. Stane se z něj obří e-shop?

NEJVĚTŠÍ SOCIÁLNÍ SÍŤ SVĚTA NA KONCI ČERVENCE OZNÁMILA, ŽE TESTUJE NOVÝ MARKETINGOVÝ NÁSTROJ – TLAČÍTKO „BUY“ NEBOLI „KOUPIŤ“. NOVINKA BY PROVOZOVATELŮM FIREMNÍCH A DALŠÍCH STRÁNEK MĚLA UMOŽNIT PŘÍMÝ PRODEJ, A TO PŘES REKLAMU I OBYČEJNÉ PŘÍSPĚVKY. V ČEM NOVÉ TLAČÍTKO FACEBOOK ZMĚNÍ A CO SI O TOM VŠEM MYSLÍ TWITTER?



Není to dlouho, co Facebook poprvé uvedl možnost přímých prodejů zboží na své platformě. Počátkem července sociální síť spustila novou podobu svých reklam na aplikaci. Přes vylepšené reklamy je teď možné prodávat virtuální zboží, například herní měnu, za kterou si v aplikaci

lze pořídit nejrůznější předměty a vylepšení. Bylo to vůbec poprvé, co Facebook otevřel možnost přímého prodeje uživatelům ve feedu příspěvků a novinek. A novinka se pravděpodobně osvědčila. Tedy soudě podle toho, že po necelých třech týdnech od jejího uvedení oznámil Facebook test tlačítka Buy. Tlačítko by na Facebooku přineslo přímý prodej i do světa klasických produktů a služeb.

## V rámci experimentu prozatím zdarma

Přímý prodej je sice v určité formě možný již několik let, je ale významně omezen. Obchodník, který na Facebooku chce

prodávat, si k tomuto účelu musí na své stránce vytvořit speciální prodejní aplikaci v oddělené záložce. Takto vytvořený e-shop pak ale běží zcela nezávisle na Facebooku, sociální síť jej pouze zobrazuje, avšak data nejsou uložena na jejích serverech a přes Facebook ani neprochází platby za prodané zboží.

Tlačítko Koupit by fungovalo zcela jinak. Není zatím sice jasná jeho finální podoba, která se dočká implementace pro celý Facebook, můžeme ale přesto vycházet alespoň z toho, jak funguje v rámci testu.

Obchodníci, kteří tlačítko Koupit mají nyní aktivní, jej mohou využívat jak v rámci reklamy, tak v rámci obyčejných organických (neplacených) příspěvků. To je rozdíl oproti zmíněnému prodeji virtuálního zboží přes reklamu na aplikaci, kde organické příspěvky nepřicházejí v úvahu.

Uživatelé k nákupu používají kreditní kartu, jejíž číslo zná jen Facebook, který ji obchodníkovi nesdělí. Platba probíhá přes sociální síť, která kupní cenu sama obchodníkovi převede, po strhnutí případné provize či pevného poplatku. V rámci experimentu je zatím pro

obchodníky vše zdarma, Facebook ale nevyklučuje, že se to může změnit.

Číslo této karty si mohou uživatelé do svého účtu uložit pro pozdější použití, uložit jej ale nemusí. Budoucí nákupy jim v druhém případě sice zaberou více času, protože budou muset číslo karty vždy zadat celé znovu, vyhnou se ale nebezpečí zneužití karty pro případy, kdy se jim někdo nepovolaný do jejich účtu nabourá.

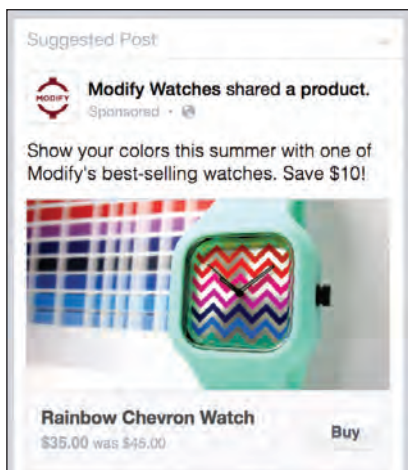
## Vhodnější pro marketing než pro velké prodeje

Pokud by došlo k plošnému spuštění, mělo by nové tlačítko pro Facebook některé zásadní dopady. Především se nabízí otázka, zda by se sociální síť změnila v jeden obří e-shop. To je sice teoreticky možné, ale není to příliš pravděpodobné. Produkty lze v příspěvcích a reklamě nabízet pouze jednotlivě (jeden produkt v libovolném počtu kusů), takže prodej ve velkém objemu by byl tímto způsobem neskutečně nepraktický. Uživatelé navíc na Facebook nechodí nakupovat, ale bavit se s přáteli a trávit volný čas, a tak o příliš vhodné místo k prodeji ani nejde. Je proto mnohem pravděpodobnější,



že tlačítko Buy budou stránky a obchodníci používat spíše jako podpůrný prodejní prostředek nebo k čistě marketingovým účelům. Začínáte prodávat v e-shopu nový produkt, od kterého si do budoucna hodně slibujete? Nabídnout ho za zajímavou zaváděcí cenu cílové skupině na Facebooku může být lepší reklama než jen obrázkový banner, kterým se na produkt budete snažit upoutat.

Druhou výhodou jsou vyšší konverze, zajištěné tím, že většina uživatelů má číslo své platební karty na Facebooku uloženo. Právě zadávání platebního prostředku je jedním z rizikových momentů, kdy si vůbec nejméně zákazníků provedení nákupu rozmyslí a svoje nákupní košíky opouští. Pokud je vše rychlé a jednoduché natolik, že stačí jen několik kliknutí, poměr těch, kdo odpadnou, se výrazně snižuje.



## Facebook se chce profilovat jako prodejní nástroj

Přínosy jsou zřejmé i pro Facebook. Tak především, sociální síť byla vždy považována spíše za nástroj pro branding, zvyšování povědomí o produktech, službách a jejich poskytovatelích než za pomocníka při snaze o přímé zvýšení prodejů. Až v posledních letech existují jisté náznaky, že možná ne úplně právem.

Facebooku se před lety podařilo tyto pochybnosti částečně rozptýlit spoluprací s firmou Datalogix, která sbírá informace o zákaznících. Byla tak schopná prokázat, že reklama na sociální síti má vliv nejen na online prodeje, ale dokonce i na prodeje v kamenných obchodech.

Doposud ale brandingový přístup k jejím marketingovým produktům mezi mnoha firmami a marketéry přetrvává. Důvodem je i to, že ačkoliv Facebook na prodeje vliv má, je velmi těžké jej prokázat a zcela nemožné jej přesně vyčíslit.



Tento jeho význam je proto například oproti vyhledávání, které prodeji obvykle bezprostředně předchází, velmi často podceňován.

Tlačítko Koupit by mohlo situaci změnit. Pokud by přímo přes Facebook bylo možné produkty prodávat, jakkoliv omezeně, sociální síť by se tím mezi praktické nástroje pro podporu prodeje zařadila.



## Zájem má i Twitter

Facebook by tím navíc mohl podpořit své příjmy. Jak již bylo řečeno, prozatím je v rámci experimentu využití tlačítka Koupit zdarma, bez poplatků a bez provizí. Není přesto příliš pravděpodobné, že tato situace přetrvá také po jeho plošném zavedení. Mnohem pravděpodobnější je, že Facebook poplatek či provizi zavede.

Bude samozřejmě na mnohem nižší úrovni než 30 procent, které sociální síť vybírá z prodeje virtuálního zboží. To ani jinak být nemůže, marže u klasických produktů jsou mnohem nižší než u virtuálního zboží, jehož „tvorba“, jakmile je jednou naprogramovaná, už nestojí nic.

I kdyby ale Facebook z každého prodeje vybíral provizi ve výši jen několik procent, znamenalo by to vzhledem k počtu uživatelů sociální sítě jistě nejméně desítky milionů dolarů ročně.

Facebook není jediná sociální síť, která chce svým uživatelům umožnit, aby přes ni mohli prodávat zboží či služby. Stejným směrem směřuje i konkurenční Twitter. Ten nedávno oznámil akvizici společnosti CardSpring, zabývající se platební infrastrukturou. Nijak se také netají tím, že na prodávání zboží a služeb přes Twitter se v současnosti pilně pracuje.

Náznaky pak uzavírá nedávný incident, kdy prodejní aplikace Fancy omylem publikovala tweety obsahující tlačítko Buy Now. Vzhledem k tomu, že cena za produkty jako boty či termostaty byla v milionech dolarů a tlačítko při kliknutí nic nedělalo, je jisté, že nešlo o úmysl. Na druhou stranu je takřka nemožné, že by společnost bez spolupráce Twitteru tlačítko Buy dokázala do tweetů implementovat. Jde tedy o jasný důkaz, že je Twitter v rámci vývoje přímého prodeje již také poměrně daleko.

Vše tak nasvědčuje tomu, že nadchází doba, kdy se sociální média výrazně změní. Nepůjde již jen o nástroje pro předávání informací, povídání s přáteli, pro marketéry usilující o zvýšení povědomí vhodnou reklamou a zapojením do konverzací ostatních. Půjde o nástroje, které se budou přímo podílet na prodejích a tvorbě zisku společností, které je budou využívat k marketingovým účelům.

Jindřich Lauschmann

# SLIM STYLE

Hi-Fi technology

## slim style

Italská společnost De'Longhi přináší na trh zcela novou řadu výjimečně tenkých konvektorů HCX 9120E, HCX 3220FTS a HCX 3120FS, které poskytují nejvyšší komfort a zároveň splňují nejnáročnější estetické požadavky díky elegantnímu italskému designu.



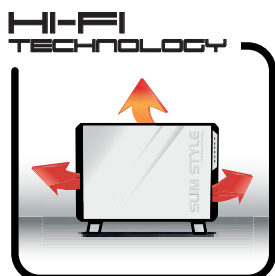




## ultra tenký profil

Nové De'Longhi konvektory s ultra tenkým profilem 7,5 cm nabízí maximální výkon 2000 W kombinující funkčnost a design s dokonalými výsledky. Konvektor může být nastaven na tři různé stupně výkonu, a to na 2000 W, 1200 W a 800 W. Model HCX 9120E navíc disponuje speciální funkcí ECO pro optimalizování energetické spotřeby a automatické udržení ideální teploty, kterou zajišťuje zabudovaný pokojový termostat. Každá z funkcí je velmi jednoduše a intuitivně nastavitelná díky modernímu LED displeji.

Novinkou je také speciální HI-FI technologie, která umožňuje šíření tepla do více směrů. Díky estetické větrací mřížce je tato efektivní distribuce teplého vzduchu zajištěna bez narušení elegantního designu. Přístroje můžete také připevnit ke stěně díky speciální sadě, která je zahrnuta v balení. Váš interiér tak získá funkční a zároveň vysoce elegantní doplněk.



Systém dvojitého ventilátoru znásobuje rychlost šíření teplého vzduchu v místnosti a umožňuje tak rychle a efektivně nastavit ideální komfort.

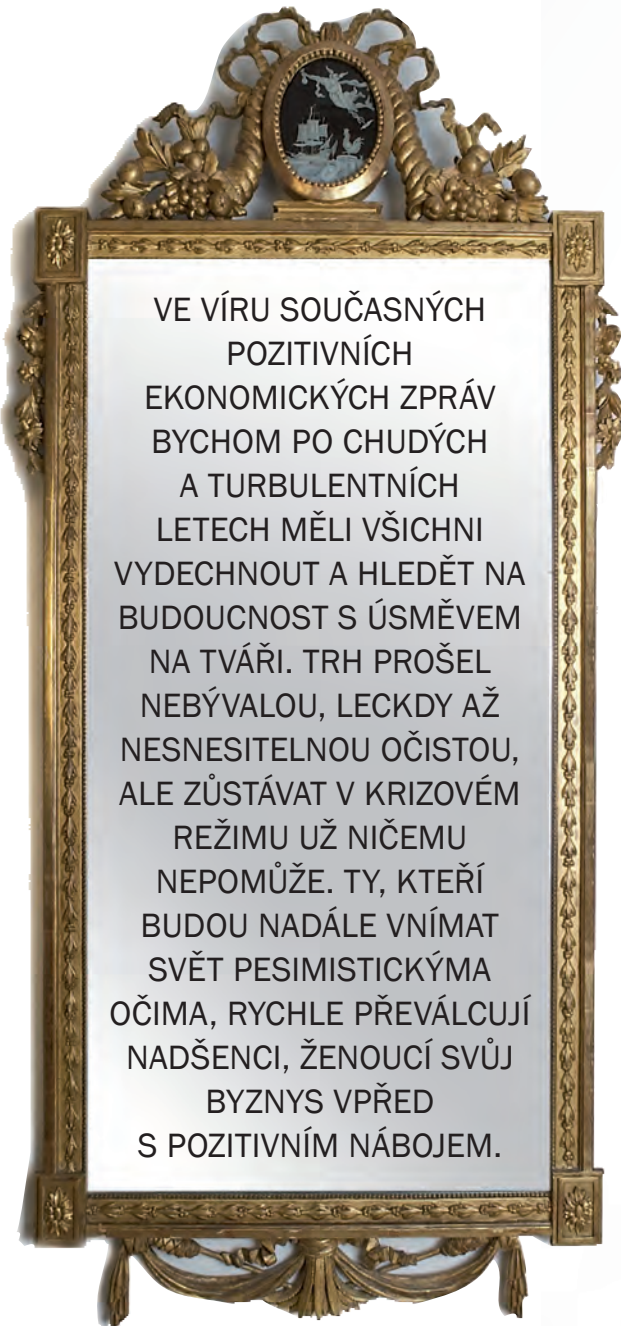


Exkluzivní ECO funkce u modelu HCX 9120E umožňuje optimalizovat energetickou spotřebu při zachování správného stupně pohodlí.



Díky ultra tenkému profilu 7,5 cm a elegantnímu designu se hodí do každého interiéru.

# 7 hubených krav za námi. 7 tučných před námi?



VE VÍRU SOUČASNÝCH  
POZITIVNÍCH  
EKONOMICKÝCH ZPRÁV  
BYCHOM PO CHUDÝCH  
A TURBULENTNÍCH  
LETECH MĚLI VŠICHNI  
VYDECHNOUT A HLEDĚT NA  
BUDOUCNOST S ÚSMĚVEM  
NA TVÁŘI. TRH PROŠEL  
NEBÝVALOU, LECKDY AŽ  
NESNESITELNOU OČISTOU,  
ALE ZŮSTÁVAT V KRIZOVÉM  
REŽIMU UŽ NIČEMU  
NEPOMŮŽE. TY, KTEŘÍ  
BUDOU NADÁLE VNÍMAT  
SVĚT PESIMISTICKÝMA  
OČIMA, RYCHLE PŘEVÁLCUJÍ  
NADŠENCI, ŽENOUCÍ SVŮJ  
BYZNYS VPŘED  
S POZITIVNÍM NÁBOJEM.

Když jsem začínal působit ve světě médií ještě dva roky před svou maturitou, tedy někdy před dvanácti lety, vstupoval jsem do úplně jiného světa, než jaký vytvořila v posledních letech hospodářská recese. Náctiletý nadšený redaktor tehdy teprve vznikajícího portálu Technet.cz byl zván na tiskové konference, z nichž čišela tehdejší ekonomická stabilita a kontinuální růst trhu. Servírovalo se sushi, obří steaky, chodilo se do nejlepších pražských hotelů a restaurací, firmy ze světa spotřební elektroniky pořádaly nespočet press tripů, samostatných tiskovek se dočkaly i jednotlivé produkty. Zkrátka rozpočty firem byly nadité a tučňoučké jako tvářičky řezníka Krkovičky z notoricky známého večerníčku. Ano, leckdy to bylo až nesmyslné, to například když společnost Philips, tuším, že v roce 2003, uspořádala pro novináře ze střední a východní Evropy setkání v Praze nazvané „Pre-CeBIT“ a odhalovala na něm, co záhy odhalí v Německu. Mnohonásobně více také firmy investovaly do reklamy a nebály se ani televize. Například spot Sony s barevnými míčky poskakujícími ulicemi San Franciska patří dnes mezi legendy. Byla to doba, během níž se výrobci, prodejci, vydavatelé i novináři opájeli hojností. O to drsnější byl následující pád z nebeských výšin.

## Rok zlomu

Psal se rok 2007, americká hypoteční krize začala spouštět své mechanismy a v následujícím roce vtáhla do problémů většinu vyspělého světa, přičemž nejvíce to odnesla Evropa, kde se některé státy ocitly doslova nad propastí. Dopady krize byly podle mnoha odborníků umocněny mediální pozorností, která se situaci dostávala. Masa spotřebitelů se zalekla a přestala utrácet, což ve výsledku problémy vyspělých ekonomik ještě prohloubilo.

Reakce firem byly stejně jako spotřebitelů mnohdy neadekvátní a začalo se bezhlavě škrtat úplně všude. Jeden roz-



měr krize je rozumná očista od nesmyslných výdajů, které probíhaly v letech předcházejících, druhý rozměr je však přehnané utažení opasků a snižování cen, vytvářející jakýsi začarovaný kruh, z něhož se velmi těžko uniká. A někteří z něho nakonec ani neunikli. Nejnesmyslnější škrty pak vytvářely hlavně velké korporace, kde o výdajích na českém trhu často rozhodoval kdosi ve stovky a tisíce kilometrů vzdálené centrále na základě několika excelových tabulek.

Sám si vzpomínám, jak složité bylo zahájit projekt SELLu, který jsem shodou okolností převzal v roce 2008, tedy v asi nejméně vhodné době, jakou si lze představit. Na druhou stranu mě nynější úspěch magazínu těší o to víc, protože se nám podařilo zadaných cílů dosáhnout navzdory všem „krizovým“ překážkám.

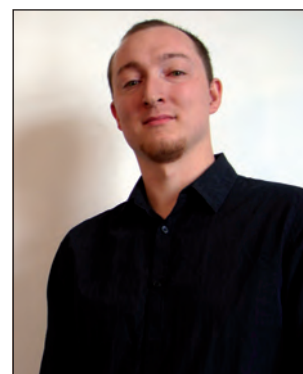
### Vůně růstu

Už od roku 2012 začaly ve větší míře prolétávat médií pozitivní zprávy o ekonomice Německa, Evropské unie i Česka. Reálně se ale na trhu příliš neprojevovaly a krizová péřina ležela na firmách i mnoha spotřebitelích nadále. Navíc česká ekonomika nebyla schopná návratu k slušnějšímu a kontinuálnějšímu růstu. Jak se nyní zdá, hrubý domácí produkt se ale konečně zvyšuje výraznějším tempem a v prvním kvartálu stoupl o 2,5 %. Prognózy pak očekávají letošní růst na úrovni 2,7 % a v příštím roce o 2,5 %. Přisun pozitivních zpráv zahájený už loni začíná mít vliv na tuzemský trh a lidé jsou konečně ochotni pustit korunu z kapsy. V redakci to cítíme jak na straně výrobců, tak prodejců, ze kterých nesálá ryzí negativismus nebo nepřilíš skrývaný hraný optimismus. Úsměvy na tvářích jsou častější, elán do nových projektů výrazně větší a pohledy do budoucnosti bez obav v oku. Osobně to vnímám i při jednáních s jednotlivými firmami o inzerci – a to jak do SELLu, tak do našich speciálů dodávaných do deníku E15, které jsme loni vydali čtyři, a letos už jich bude sedm. Bez dostatečné finanční podpory by vzniknout nemohly.

Doufám, ne, dovolím si říct, věřím, že nebude současný stav opět jen záchvěvem, nýbrž trendem odhalujícím náladu ve společnosti pro roky budoucí. Jsem rád, že přehnané škrcení ve většině firem končí, ale současně v nich snad ani nenastane nesmyslné rozhazování, jehož jsem byl do roku 2008 svědkem.

### Bohatší veletrhy, více nových produktů

Vřelejší a veselejší atmosféru ve firmách vnímám hlavně od letošního jara, kdy se většina mých setkání s předními zástupci výrobců nesla v duchu nadějného a natěšeného očekávání letošního roku. Přestože není situace na trhu ještě stále zcela stabilní napříč všemi produktovými skupinami a nelze hovořit o boomu prodeje, zlepšení je zkrátka patrné. Odpovídal tomu jak loňský veletrh IFA, tak letošní EuroCucina a jsem si jistý, že letošní IFA bude vysílat ještě výraznější vlny pozitivní energie. V neposlední řadě pak indikuje změnu chování firem ve vztahu k uvádění nových produktů – ne že by snad v době recese hodily flintu do žita a vývoj se zastavil, nicméně jejich marketingové aktivity se zase zvyšují.



*Lubor Jarkovský*



## Volně stojící mražení No Frost, nižší spotřeba a elektronické ovládání

**U MRAZÁKU NENÍ PŘÍLIŠ MNOHO PROSTORU V JEHO INOVOVÁNÍ, NA ROZDÍL OD CHLADNIČKY, KTERÁ MŮŽE NABÍDNOUT NULOVOU ZÓNU, REGULACI VLHKOSTI A DALŠÍ POKROČILÉ TECHNOLOGIE PRO PRODLOUŽENÍ ČERSTVOSTI POTRAVIN. NICMÉNĚ I U MRAZÁKŮ DOŠLO V POSLEDNÍCH LETECH K URČITÝM POSUNŮM – PŘIBÝLO DESIGNOVÝCH MODELŮ S NEREZOVÝMI DVEŘMI, VÝRAZNĚ SE ROZŠÍŘILA TECHNOLOGIE NO FROST A SAMOZŘEJMĚ SE SNÍŽILA SPOTŘEBA.**

Samostatný mrazák byl hitem začátku 90. let, kdy se lidé zvyklí z minulého režimu na nedostatek všeho včetně masa často zásobili větším množstvím potravin dopředu. Tradiční nákupy vepřového ze zabijačky a potřeba jeho uskladnění vytvářely nemalou poptávku po mrazničkách. A to i mezi obyvateli z měst, kteří od soukromých chovatelů prasat či ovcí maso kupovali. Postupná změna životního stylu a obrovská nabídka potravin v obchodech ovšem mrazákům nepřály a jejich prodej v důsledku toho výrazně poklesl. Přestože se nyní lidé od nákupů v hypermarketech pomalu odvracejí a stále více jich touží po kvalitních potravinách, například z farmářských trhů, nedá se očekávat velký návrat popularity těchto spotřebičů.

Rozhodně ne na úroveň začátku 90. let, protože je dnes poptávka po maximální čerstvosti a co nejlepší chuti. Proč si kupovat tuňáka nebo jinou mořskou rybu a dávat je do mrazáku, aby se maso zmražením degradovalo, když lze pořídit kterýkoliv den v týdnu vše čerstvé. Ve velkých městech určitě a mimo ně se lze k čerstvým rybám přes víkend dostat i v méně zalidněných oblastech Česka. Přesto má mrazák na trhu své místo a nadále zde existuje nemalá skupina spotřebitelů, která ho ve své domácnosti potřebuje.

### TECHNOLOGICKÝ POKROK

Nejvýraznějším krokem vpřed ve vývoji nabídky mrazáků je výrazně větší množství modelů s beznámrazovou technologií No Frost. Spotřebiteli by měl prodejce vysvětlit nejen základní výhodu v podobě automatické eliminace námrazy, ale také úspornost spotřebiče z hlediska dlouhodobého provozu. Nutnost manuálního odmrazování a opětovného vychlazení vnitřního prostoru je značně energeticky náročná, nehledě na časovou náročnost celé operace, kdy je potřeba všechny potraviny vyjmout a bezpečně je někde uskladnit do doby, než bude mrazák opět v provozu.

Stejně jako u chladniček došlo i u mrazáků napříč trhem k velkým změnám na poli spotřeby energie. V nabídkách výrobců naleznete dnes i A+++ modely, které spotřebují o desítky procent energie méně než pět a více let staré modely. Ve spojení s technologií No Frost pak jde o vysoce efektivní spotřebiče s minimálním odběrem proudu a minimálními požadavky na údržbu.

V titulku článku také zmiňujeme elektronické ovládání, které nahrazuje tradiční mechanické s nepřesným nastavením teploty. Elektronická regulace a integrovaný displej umožňují přesně nastavit teplotu na požadovaný počet stupňů pod nulou. Výrobci také přidávají doplňkové funkce, jako supermrazení, kdy spotřebič aktivuje svůj plný výkon a rychle zamrazí vložené potraviny. Jakmile toho dosáhne, funkce se sama vypne.

Dále jsme v kategorii zaznamenali použití novějších typů izolace a ztenčení stěn při zvětšení vnitřního prostoru a zachování vnějších rozměrů. Mrazáky tak prošly určitou evolucí, a ačkoliv nejde o velkolepé změny z hlediska marketingové komunikace, jsou to všechno zásadní vylepšení.





## AMICA FZ206.3

Šuplíková mraznička s výškou 125,2 cm a šířkou 54,5 cm je dodávána v tradiční bílé barvě. Zařízení s roční spotřebou 215 kWh energie řadíme do energetické třídy A+. Majiteli poskytuje úložný prostor o objemu 140 l se systémem Anti-Bacteria. Mrazicí kapacita dosahuje 10 kg / 24 h a akumulace doba 12 h. Hladina vydávaného hluku dosahuje 40 dB (A). Zařízení používá mechanické ovládání.

## AEG A72010GNX0

Tato mraznička ve stříbrném provedení s nerezovými dvířky cílí na náročnější uživatele, protože je vybavena beznárazovým systémem No Frost a elektronickým ovládním včetně LCD displeje. Vnitřní prostor o objemu 181 l se rozděluje mezi 4 poličky s plnou hloubkou a 1 s poloviční hloubkou. Jednotlivé police jsou vyjímatelné pro lepší organizaci větších potravin. Nechybí ani zásuvka MaxiBox, která je speciálně navržena pro velké potraviny. Mraznička v energetické třídě A++ spotřebuje ročně 203 kWh energie. Za 24 h zmrazí 20 kg potravin a při výpadku proudu je udrží v bezpečí po 30 h. Její výška je 154 cm, šířka 59,5 cm a hlučnost 42 dB (A).



## BEKO FN 127420

No Frost mraznička s výškou 153 cm a šířkou 60 cm zaujme už při letmém pohledu do specifikacího listu akustickou signalizací otevřených dvířek a použitím antibakteriálního těsnění. Při vnitřním objemu 214 l a roční spotřebě 282 kWh je řazena do energetické třídy A+. Její mrazicí kapacita má hodnotu 16 kg / 24 h a akumulace doba 18 h.

## BOSCH GSN33AW30

Mraznička energetické třídy A++ s roční spotřebou 225 kWh spadá do kategorie No Frost spotřebičů. Její mrazicí kapacita činí 20 kg / 24 h a akumulace doba 19 h. Ovládní a nastavení se provádí elektronicky a pro lepší přehlednost přidává výrobce digitální ukazatel teploty. Mrazicí prostor s objemem 220 l obsahuje 5 transparentních mrazicích boxů včetně jednoho typu BigBox. Součástí jsou také 2 mrazicí přihrádky s klapkou pro intenzivní mrazení. Díky koncepci VarioFreeze lze vyjmát skleněné desky mezi mrazicími boxy, pokud potřebuje uživatel uskladnit objemnější potraviny. Ve funkční výbavě se nachází ještě optický a akustický signál otevřených dveří nebo zvýšené teploty, dále funkce supermrazení. Mraznička je 176 cm vysoká a 60 cm široká. Hlučnost dosahuje 42 dB (A).



## CANDY CFUN 6172 WE

175 cm vysoká a 60 cm široká mraznička s vnitřním objemem 230 l spadá do energetické třídy A+. Za rok odebere 307 kWh elektřiny. Jelikož používá technologii No Frost, netvoří se v mrazicím prostoru, rozděleném 7 zásuvkami, námraza. Za 24 h zmrazí spotřebič 20 kg potravin. Veškerý obsah udrží v případě poruchy nebo výpadku proudu 10 h. Za chodu vydává hluk 45 dB (A).



## ELECTROLUX EC2640AOW

Tuto truhlicovou mrazničku v energetické třídě A+ prezentuje švédský Electrolux jako beznámrazový Frost Free s technologií SpacePlus. Uživatel získává více vnitřního prostoru díky úzkým stěnám s novým typem izolace, samozřejmě při zachování vnějších rozměrů. Jde o moderní mrazničku, tudíž nabízí LCD displej s ukazatelem teploty a elektronickým ovládáním. Při zvýšení vnitřní teploty zvukově a vizuálně upozorní majitele. Vnitřní prostor o objemu 230 l nepostrádá osvětlením. Za rok spotřebuje tento model 260 kWh. Hlučnost činí 47 dB (A). Akumulační doba je 49 h.

## GORENJE FN61920X

Šuplíková mraznička s nadstandardním objemem 244 l je žhavou novinkou na českém trhu. Zaujme svými dvířky z nerez, elektronickým ovládáním i beznámrazovou technologií No Frost. Mezi doplňkové funkce u ní patří FastFreeze – rychlé mrazení s automatickým vypnutím – a LED osvětlení vnitřního prostoru. Za rok spotřebuje FN61920X 237 kWh, což ji řadí do energetické třídy A++. Mrazicí kapacita v jejím případě činí 18 kg / 24 h a akumulace doba 15 h. Hlučnost potom 42 dB (A).



## HOTPOINT UPAH 1832 F

Na přelomu července a srpna se dostal na český trh tento mrazák ve stříbrné barvě s nerezovými dvířky a čistým objemem 260 l. Vnitřní prostor s LED osvětlením není nutné odmrazovat, protože zařízení používá technologii No Frost. Při roční spotřebě 247 kWh má na svém energetickém štítku označení A++. Kontrolu chodu a nastavení usnadňují přítomné LED kontrolky. Zmrazovací kapacita u tohoto modelu dosahuje 16 kg / 24 h a kumulace doba 15 h. Hlučnost spotřebiče s výškou 185,5 cm a šířkou 59,5 cm je 45 dB (A).







## INDESIT IUPSY 1722 F J

Značku Indesit zastupuje v přehledu 175 cm vysoká a 60 cm široká mraznička s elektronickým ovládáním a displejem, umístěnými na vnější straně dveří. Ve vnitřním prostoru o objemu 220 l nevzniká námraza díky technologii No Frost. Rozděluje ho 7 výsuvných zásuvek, ve kterých se za 24 h zmrazí 11 kg potravin. Výpadek proudu indikuje ukazatel, otevřená dvířka zase akustický signál. Akumulační doba je u tohoto modelu 10 h a hlučnost 42 dB (A). Za rok spotřebuje 286 kWh elektřiny a nese označení energetické třídy A+.

## LIEBHERR GT 6122

Truhlicový mrazák specialisty na chladicí a mrazicí techniku cílí na uživatele s potřebou dlouhodobě skladovat velké množství potravin. Má totiž objem 572 l. Přestože používá statické chlazení a je nutné provádět ruční odmrazování, vybavil ho výrobce systémem StopFrost, v jehož případě je vstupující vzdušná vlhkost rychle zachycena a transportována ven. Nevzniká po zavření víka ani podtlak, a tak lze truhlici ihned bez námahy otevřít. Mrazák je řazen do energetické třídy A+ a ročně spotřebuje 432 kWh. Jeho mrazicí kapacita má hodnotu 33 kg / 24 h a akumulace doba 76 h. Hlučnost nepřesahuje 38 dB (A).



## SIEMENS GS33NVW30

Mraznička z řady iQ 300 spotřebuje ročně 225 kWh elektřiny a její energetický štítek obsahuje označení A++. Ovládání řeší výrobce elektronicky a přidává praktické LED ukazatele. Zařízení typu noFrost poskytuje vnitřní objem 220 l, který rozděluje 5 transparentních boxů (jeden z nich typu bigBox). Součástí jsou i 2 mrazicí přihrádky s klapkou pro intenzivní mrazení. Vymout lze pak jednotlivé skleněné police v případě, že je potřeba uložit objemnější potraviny. Z funkcí stojí za pozornost supermrazení s automatickou deaktivací a optický i akustický signál při zvýšení teploty nebo otevřených dveřích. Z dalších specifikací jmenujme mrazicí kapacitu 20 kg / 24 h, akumulace dobu 19 h, hlučnost 42 dB (A), výšku 176 cm a šířku 60 cm.

## WHIRLPOOL WVA35643 NFW

Mraznička v nejúspěšnější energetické třídě A+++ s roční spotřebou 194 kWh používá inteligentní technologii 6. smysl No Frost. Ta jednak zabraňuje vzniku námrazy a jednak zajišťuje rovnoměrný rozvod chladného vzduchu v celém prostoru. Vnitřní uspořádání mrazáku je řešeno 5 zásuvkami a dvěma policemi s výklopnými dvířky. Celkový využitelný objem dosahuje hodnoty 342 l, mrazicí kapacita potom 32 kg / 24 h a akumulace doba 43 h. Výška spotřebiče je 187,5 cm a šířka 71 cm. Hlučnost 40 dB (A).



## VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKY - 60 CM

AEG

**FÖKOPLUSMOP**

MODEL	<b>FÖKOPLUSMOP</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	230 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9,8 L
POČET SAD NÁDOBÍ	12
HLUČNOST	46 DB

AEG

**F88702MOP**

MODEL	<b>F88702MOP</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	241 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	11 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	42 DB

AMICA

**ZWM 646**

MODEL	<b>ZWM 646</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	266 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	11 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	45 DB

BAUKNECHT

**GSFK 61312 TR  
A++ WS**

MODEL	<b>GSFK 61312 TR A++ WS</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	261 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	11 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	42 DB

BEKO

**DFN 6845 X**

MODEL	<b>DFN 6845 X</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	262 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB

BEKO

**DSFN 6632**

MODEL	<b>DSFN 6632</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	258 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	12 L
POČET SAD NÁDOBÍ	12
HLUČNOST	47 DB

BEKO

**DFN 71046 W30**

MODEL	<b>DFN 71046 W30</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	194 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++ (-10 %)
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB

BOSCH

**SMS58N88EU**

MODEL	<b>SMS58N88EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	266 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9,5 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	46 DB

BOSCH

**SMS69N42EU**

MODEL	<b>SMS69N42EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	266 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	6 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB

CANDY

**CDPM 75553 X**

MODEL	<b>CDPM 75553 X</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	270 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	43 DB

CANDY

**CDPM 75553**

MODEL	<b>CDPM 75553</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	270 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	43 DB

CANDY

**CDPM 65720**

MODEL	<b>CDPM 65720</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	299 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	45 DB

ELECTROLUX

**ESF7510ROW**

MODEL	<b>ESF7510ROW</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	295 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10,2 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	48 DB

ELECTROLUX

**ESF8810ROX**

MODEL	<b>ESF8810ROX</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	241 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	11 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	39 DB

HOOVER

**DDY 189 T**

MODEL	<b>DDY 189 T</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	232 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	45 DB



**HOTPOINT**



**LFD 11M132 OCX EU**

MODEL	<b>LFD 11M132 OCX EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	232 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	42 DB

**HOTPOINT**



**LFF 8M121 C SB EU**

MODEL	<b>LFF 8M121 C SB EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	265 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	41 DB

**HOTPOINT**



**LFF 8M121 CX EU**

MODEL	<b>LFF 8M121 CX EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	260 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	41 DB

**INDESIT**



**DFP 58T94 A EU**

MODEL	<b>DFP 58T94 A EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	260 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	44 DB

**INDESIT**



**DFP 27T94 A EU**

MODEL	<b>DFP 27T94 A EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	260 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	44 DB

**INDESIT**



**DFP 58T94 CA NX EU**

MODEL	<b>DFP 58T94 CA NX EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	260 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	44 DB

**LG**



**D1484CF**

MODEL	<b>D1484CF</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	229 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	41 DB

**MORA**



**SM 630 W**

MODEL	<b>SM 630 W</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	286 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	12 L
POČET SAD NÁDOBÍ	12
HLUČNOST	52 DB

**PHILCO**



**PDA 15103 X**

MODEL	<b>PDA 15103 X</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	227 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	9 L
POČET SAD NÁDOBÍ	15
HLUČNOST	39 DB

**SIEMENS**



**SN26N896EU**

MODEL	<b>SN26N896EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	194 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++ (-10 %)
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	7 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB

**SIEMENS**



**SN25M883EU**

MODEL	<b>SN25M883EU</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	266 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	46 DB

**WHIRLPOOL**



**ADP 8070 IX**

MODEL	<b>ADP 8070 IX</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	261 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	6 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	42 DB

**WHIRLPOOL**



**ADP 9070 IX**

MODEL	<b>ADP 9070 IX</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	233 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+++
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	10 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB

**ZANUSSI**



**ZDF12001WA**

MODEL	<b>ZDF12001WA</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	288 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	11 L
POČET SAD NÁDOBÍ	12
HLUČNOST	49 DB

**ZANUSSI**



**ZDF14011XA**

MODEL	<b>ZDF14011XA</b>
ROČNÍ SPOTŘEBA*	290 KWH
ENERGETICKÁ TŘÍDA	A+
SPOTŘEBA VODY NA JEDEN CYKLUS	11 L
POČET SAD NÁDOBÍ	12
HLUČNOST	48 DB

\* Odhadovaná roční spotřeba energie na základě 280 standardních mycích cyklů.



## V příštím čísle SELL:

Zářijové číslo bude doslova přetékát informacemi, protože v něm najdete rozsáhlou reportáž z veletrhu IFA, zaměřenou samozřejmě pouze na domácí spotřebiče. Chystáme také dva zajímavé rozhovory s čelnými představiteli společností Amica a Indesit. Z produktů bude pozornost zaměřena na vrchem plněné pračky a vysavače.





DOMO DO9061J

# Slow Juicer

Slow Juicer je novou generací odšťavňovačů zachovávajících ve šťávě více vitamínů a antioxidantů díky patentovanému systému LSTS. Vychutnejte si čerstvější, chutnější a plnohodnotnější šťávu každý den.



- Nízkotáčkový šnekový lis
- Velmi tichý a efektivní díky pomalým otáčkám
- Snadná údržba – stačí jen nalít do odšťavňovače vodu a v mžiku ho vyčistit
- Speciální nádoby na šťávu i odpad
- Chutnější šťáva s minimem odpadu při zachování všech důležitých nutričních hodnot a minerálních látek

**DOMO**<sup>®</sup>  
**ELEKTRO CZ**  
WWW.DOMO-ELEKTRO.CZ

# SLIM STYLIS

Hi-Fi technology



Better Everyday

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