

SELL

**EXLUZIVNÍ INTERVIEW
S DANIELEM KOWALOU
O BUDOUCNOSTI ZNAČEK
BRANDT A DE DIETRICH**

**BSH CHYSTÁ VELKÉ INVESTICE
DO SVÉHO ROZVOJE, POSÍLÍ
MIMO TRADIČNÍ TRHY,
DÁ STOVKY MILIÓŇŮ EUR
DO VÝVOJE TECHNOLOGIÍ**

**FAST DAY 2014
JARNÍ VYDÁNÍ DEALERSKÉHO
DNE OPĚT V JIHLAVĚ**

**UKRAJINSKÁ
KRIZE MÁ DOPAD
NA VÝROBCE
DOMÁCÍCH
SPOTŘEBIČŮ**

**SKUPINA
VÝROBKŮ
GRILY
TYČOVÉ A STOLNÍ MIXÉRY
SBS CHLADNIČKY**

**SAMSUNG CHCE BÝT
SVĚTOVÝM LÍDREM I V DOMÁCÍCH
SPOTŘEBIČÍCH. POHLED NA
AMBICIÓZNÍ PLÁN A JEHO ROZBOR**



**ŠŤAVNATÁ NOVINKA OD 
– KERAMICKÝ KONTAKTNÍ GRIL!**

KVĚTEN
2014



red editions



PLUS X AWARD®

Amica

Inteligentní styl



3 efektivní
tichá
šetrná

**maxi
space 3**



Třetí koš na příbory

mytí 3D



Tři sprchující ramena

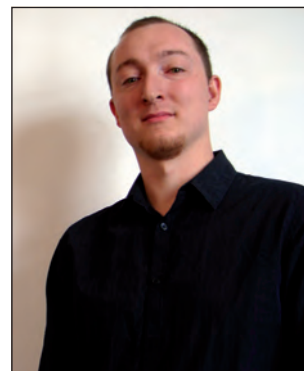
tichá práce



Izolace 3.0

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

projekt magazínu SELL má za sebou hektické jaro, které se neslo ve znamení vydání čtyř informacemi nabitých čísel, tří tematických speciálů v deníku E15 a účasti na mnoha dealerských akcích včetně milánského veletrhu EuroCucina. A proč ta rekapitulace? Letos v květnu je to totiž přesně šest let od chvíle, kdy jsem převzal v Česku projekt magazínu SELL a začal spolu s dalšími kolegy pracovat na tom, aby z nepochopené ideje B2B magazínu vznikl skutečný komunikační kanál, který budou prodejci i výrobci reálně používat. Když se tedy vrátím k letošnímu jaru a našemu bohatému mediálnímu příspěvku do světa domácích spotřebičů, vidím při srovnání s květnem 2008 propastný rozdíl mezi tím, kde jsme začínali a kam jsme doposud došli. Zásluhy má na tom nejenom celá redakce, ale především naši partneři, kteří SELL podporují a umožňují mu posouvat se dál. Pokud máte někde v šuplíku nebo skříni některé z vydání z roku 2008 a srovnáte si je po obsahové stránce s tím aktuálním, zcela upřímně přiznávám, že dnes držíte v rukou docela jiný časopis. Čerpáme z dat GfK, Euromonitoru, neustále přicházejících informací od samotných výrobců či zastoupení, výběry produktů do přehledů probíhají u většiny značek na základě konzultací s produktovými manažery a zařazujeme primárně výrobky nové či v lepším případě teprve chystané. To vše dohromady je informační koktejl, který nemá v tom našem malém českém rybníčku obdoby, alespoň tedy při pohledu na média zabývající se domácími spotřebiči. Současné číslo ještě těch šest let, která máme za sebou, nijak nereflektuje, protože aktuální výročí je spíše moje osobní. V roce 2008 jsem touto dobou teprve chystal své první vydání SELLu, jež pak vyšlo v polovině léta. Určitou rekapitulaci a podrobnější ohlédnutí i vizi do budoucna přineseme v čísle příštím.



Lubor Jarkovský
šéfredaktor



Obsah

2014 Květen

3 Editorial

6 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

9 Průzkum: polovina Čechů používá denně víc než deset spotřebičů

11 Braun je zpět na prodejnách!

13 Dyson sází na víc než jen na HEPA filtr

14 Šťavnatá novinka od De'Longhi Keramický kontaktní gril!

16 Skupina výrobků Grily

20 Jarní Fast Day 2014 Setkání předních značek opět u Jihlavy

22 Skupina výrobků Tyčové a stolní mixéry

25 Mixéry Electrolux Profesionální kvalita v domácím provedení

27 Dealerský den DOMO – představení novinek 2014 2. část

29 – Kuchyňské roboty a mixéry na českém trhu podle GfK

30 Tržby BSH byly loni rekordní, firma hodlá investovat stovky milionů eur do své budoucnosti

32 Daniel Kowala, obchodní ředitel Elmax Store: Stabilizace dodávek spotřebičů Brandt a De Dietrich je pro nového vlastníka prioritou

34 Ekonomické novinky

První čtvrtletí většinu výrobců překvapilo, na některé doléhají geopolitické problémy na Ukrajině

36 Facebook Audience Network:

Mobilní reklamní síť Facebooku oficiálně spuštěna

38 Skupina výrobků

Side by side chladničky

41 Úspory a inovativní technologie

Chlazení Electrolux roku 2014

43 HOTPOINT uvádí nové americké chladničky**44 Dobré světlo vytváří dobré vztahy**

Rozhovor s designérem Hynkem Medřickým

46 Zrcadlo aneb chvilka k zamyšlení

Samsung světovým číslem 1 domácích spotřebičů? Firma pevně kráčí za svým cílem

48 Janos Miss, provozní manažer Expert Hungary:

Způsoby obchodu

50 Skupina výrobků plus

Týčové mixéry

52 Skupina výrobků plus

Side by side chladničky

VYDAVATEL • MAMURI HUNGARY KFT. • **ZODPOVĚDNÝ VYDAVATEL** • JEDNATEL SPOLEČNOSTI MAMURI HUNGARY KFT. • **ŠÉFREDAKTOR** • 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



Italské De'Longhi představilo nové rotační fritézy, překonávají konkurenci

Na jarním dealerském dnu Fast Day v Jihlavě měla redakce SELLu možnost seznámit se s novinkou od společnosti De'Longhi – rotačními fritézami Multifry, které používají ke smažení minimum tuku. Firma na český trh nepřichází s takovým produktem rozhodně jako první, ale jak nám na místě ukázala Šárka Kohoutková z managementu českého zastoupení, je řešení od De'Longhi v něčem unikátní. I z toho důvodu věnujeme výrobkům větší prostor v novinkové sekci a nezařazujeme je do obrazové mozaiky z Fast Day, kterou najdete na straně 20.

Nejvyšší model řady Multifry s označením FH 1394 EXTRA CHEF bude na trhu dostupný od září a dokáže připravovat 1 kg hranolků s pouhými 14 ml oleje. Jelikož má však na rozdíl od konkurenčních zařízení vyjíma-

telnou lopatku, půjde „fritézu“ používat také pro statické pečení koláčů, pizzy a jiných jídel. Kromě toho bude možné v režimu míchání připravovat rizota či omáčky. Celkem nabídneme 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. Připravovat lze najednou až 1,7 kg jídla. Vybaven bude digitálním kontrolním panelem, průhledným víkem a vyjímatelnou vnitřní nádobou pro snadné čištění.

Nižší modely FH 1363 EXTRA, FH 1163 CLASSIC a FH 1130 YOUNG jsou k objednání už nyní. Na rozdíl od



chystaného top modelu nemají digitální displej a programovou výbavu. Model s přídomkem EXTRA je také na 1,7 kg jídla, zbylé dva na 1,5 kg. Všechny disponují odnímatelným časovačem.

Červen bude ve znamení nových robotických pomocníků iRobot



Lídr v oblasti vývoje domácí i profesionální robotické techniky představil na evropském trhu nové modely domácích robotů řad Roomba a Scooba. Na český trh budou novinky Roomba série 800 a vytírač Scooba 450 uvedeny letos v červnu.

Přírůstek do rodiny vysavačů Roomba vypadá na první pohled podobě jako úspěšná série 700, protože po designové stránce mnoho změn nezaznamenal. Naprostá většina se totiž týká jeho nitra a výbavy, což ve výsledku znamená výrazně vyšší sílu sání a schopnost sbírat více nečistot. Do příchodu robotů řady 800 platilo, že jediným způsobem, jak zesílit účinek nejen robotických vysavačů, bylo



použití elektrických kartáčů. Ty se ale rychle zanášejí a jejich štětiny třepí, a tak robot vyžaduje častou údržbu. Díky novému systému AeroForce u modelu 800 je tomu konec – používá totiž bezúdržbové kartáče se speciálními vodicími drážkami, které značně zesilují sací výkon. Účinnost sání je díky tomu až o 50 % vyšší. Celý systém dvou proti sobě rotujících gumových kartáčů AeroForce si můžete prohlédnout na obrázku. Nový model Roomba 800 tak lze označit za téměř bezúdržbový, protože téměř všechny vlasy, nitě a další nečistoty, které se na klasické kartáče navíjely, končí nyní v zásobníku na nečistoty. Když

k tomu připočítáme použití nového typu sběrného koše s výrazně vyšší kapacitou (o 60 %), XLife baterie s dvojnásobnou životností a již prověřené technologie iRobot, jako Dirt Detect 2. generace, máme před sebou skutečně mimořádný robotický vysavač.

Druhou významnou novinkou je potom vytírač Scooba 450, jenž využívá poznatků z vývoje průmyslových čističů. Stojí na 3fázovém uklízacím procesu, kdy nejprve vysaje drobné nečistoty, následně nanese čisticí roztok a nakonec vysaje špinavou vodu. Kartáče Scooby 450 se otáčejí rychlostí 600 ot./min., díky čemuž odstraní dokonce odolné skvrny.

Úspěšná řada bezdrátových vysavačů Electrolux ErgoRapido přivítala nové modely

Letos uplynulo 10 let od chvíle, kdy Electrolux představil první bezdrátové řešení pro vysávání v domácnosti. Prodeje bateriově napájených tyčových vysavačů od té doby výrazně stouply a tento trend se zatím nezastavil. Nová generace vysavačů ErgoRapido nyní přichází s širší nabídkou modelů s lithiovou baterií, která umožňuje vyšší výkon a delší dobu vysávání. Jednotlivé modely zaujmou na první pohled atraktivním designem převážně v metalických barvách a s ergonomickými prvky pro pohodové vysávání. Díky samostatně stojící parkovací poloze je mohou uživatelé v domácnosti postavit kamkoli, aby je měli stále při ruce. Novinky oproti starší generaci mají nově navržené motory, u vybraných modelů až o 20 % vyšší sací výkon, až o 10 % delší čas vysávání a o 50 % větší vnitřní filtr.

Nejzajímavější jsou z technického a funkčního hlediska modely 2 v 1 ErgoRapido s výměnnou 18V baterií, rotačním kartáčem a patentovaným systémem Brush Roll Clean, který pouhým sešlápnutím pedálu zbaví zcela bez námahy rotační kartáč všech navinutých vlasů a nití. Integrované LED diody v podlahové hubici usnadňují přehled o výskytu nečistot na podlaze. Nádoba pojme 0,5 l špíny a v dobíjecím stojanu se nachází další příslušenství v podobě kartáče nebo štěrbinové hubice. Dobíjení trvá 4 hodiny. Na výběr jsou modely ZB3013 a ZB3012 ve wolframovém odstínu, ZB3011 v hnědé barvě a ZB3010 v kovově modré. Stejně vlastnosti a vybavení také nabízejí modely ZB3005 (metalická) a ZB3004 (bílá). Jediným rozdílem je použití NiMH baterie s napětím 14,4 V. Základní model ZB3002 v šedé barvě pak přichází s 2 stupni výkonu, rotačním kartáčem, cyklonovou jednotkou a 12V NiMH akumulátorem.



Banua
café

ZÁLEŽÍ NÁM
NA KAŽDÉM ZRNKU



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

WWW.BANUA.CZ

Tři žhavé novinky ETA a představení nového generálního ředitele



Česká značka uspořádala v polovině května v Praze tiskovou konferenci, na které ukázala novinářům trojici novinek pro letošní jaro. Presentace a popisu produktů se ujal její produktový školitel Jiří Balog ve spolupráci s novým generálním ředitelem ETA, a. s., Petrem Resem, jenž se také na akci oficiálně představil. Petr Res působí v oboru více než 20 let a do nového působíště přichází ze společnosti HP Tronic Zlín, která značku ETA vlastní. Kromě pozice generálního ředitele zastává také funkci předsedy představenstva společnosti. Doposud pracoval v HP Tronicu jako obchodní a marketingový ředitel.

Z produktů byly na prezentaci odhaleny nová pečenka, navazující na více než 50 let starý a tradiční výrobek z dílny ETA, dále digitální žehlička a nový systém na výrobu sycených limonád Bublimo, jež uvádí firma na trh ve spolupráci se společností Kofo-la. Největšímu hráči na trhu, německému řešení SodaStream, tak vzniká nemalá konkurence.

Pečenka na chatu i dovolenou

Tradiční koncepce této alternativy běžné trouby v podobě přenosného pečicího systému je většinou Čechů dodnes dobře známá. Pečenka byla v 60. letech minulého století opravdovým hitem a ETA chce nyní navázat na tehdejší úspěch s modernějším

zařízením, jež v sobě nese jak tradici, tak moderní designový přístup. Zařízení používá elektricky napájené pečicí víko s průzorem a nepřilnavou nádobu praktického čtvercového tvaru. ETA uvádí, že ve srovnání s běžnou troubou pracuje výrazně efektivněji a uspoří až 80 % energie. Lze v ní péct, zapékat i vařit, pouze smažení není možné, a tak může Pečenka opět pronikat na chaty a chalupy, do karavanů, případně do menších bytů.



Inteligentní žehlička

Druhou výraznou novinkou je vlajková loď v napařovacích žehličkách ETA, která je jednou z mála digitálně řízených žehliček na trhu s dvoukomorovým parním systémem. Nese označení ETA Digi Viento. Nastavení režimu (typu tkaniny) provádí uživatel na OLED displeji – jakmile žehlička dosáhne optimální teploty, akusticky na to uživatele upozorní. A to i v případě čekání na její pokles při přenastavení například režimu „Len“ na „Hedvábí“. Žehlicí plocha je z eloxovaného hliníku, vyznačujícího se vynikající tepelnou vodivostí a současně odolností. Nechybějí bezpečnostní prvky, samočištění a odstraňování vodního kamene.

Domácí limonádovnik

Výčet nových produktů uzavírá přicházející systém Bublimo, jenž vznikl

kl společným úsilím společností ETA a Kofo-la. První jmenovaná dodává přístroje a bombičky, druhá potom sirupy pro přípravu limonád – vsází přitom na osvědčené značky jako Citrocola, Jupí či Top Topic. Na rozdíl od největší konkurence ETA přichází s univerzálními „zdravými“ bombičkami, navíc se speciální vnitřní úpravou, která zabraňuje kontaktu plynu s hliníkem, a s odvokovači s ochrannými dvířky. Soutěž na trhu domácích limonádovníků se proto letos jednoznačně přiostrí. Potenciál trhu je stále obrovský.



Průzkum: polovina Čechů používá denně víc než deset spotřebičů

DESET A VÍCE ELEKTROSPOTŘEBIČŮ POUŽÍVÁ KAŽDÝ DEN DOMA I PŘI PRÁCI 53,1 % OBYVATEL ČESKÉ REPUBLIKY. VYPLYNULO TO Z PRŮZKUMU KOLEKTIVNÍHO SYSTÉMU ELEKTROWIN. ZATÍMCO PRAČKU OBVYKLE POUŠTÍME, AŽ KDYŽ SE ZAPLNÍ KOŠ NA ŠPINAVÉ PRÁDLO, MOBILNÍ TELEFON MNOZÍ Z NÁS NEVYPÍNAJÍ ANI V NOCI A TAKÉ LEDNICE BĚŽÍ NONSTOP, ANIŽ SI TO UVĚDOMUJEME. POUHÝCH 7,1 % ÚČASTNÍKŮ PRŮZKUMU UVEDLO, ŽE DENNĚ POUŽÍVÁ MÉNĚ NEŽ PĚT SPOTŘEBIČŮ, ZBYTEK – 39,8 % – SE VEŠEL DO ROZPĚTÍ MEZI 5–10 SPOTŘEBIČI.



Nakupujeme navzdory recesi

Ani hospodářská recese, ze které se česká ekonomika teprve pomalu probouzí, nezastavila nákupy nového elektra. Letos už si pořídilo novou žehličku, rychlovarnou konvici nebo jiný malý spotřebič 44,1 % dotázaných, velké spotřebiče, jako jsou pračky, lednice nebo sporáky, už od začátku roku 2014 nakoupilo 16,4 % Čechů. Během loňského roku nakupovalo malé elektro 45,4 % spotřebitelů, velké si pořídilo 37,3 %. Průzkum také naznačil, že při nákupu není vždy rozhodujícím kritériem jen nejnižší cena. Tu sice zohledňuje 65,6 % zákazníků, 77,1 % ale pozorně sleduje také parametry výrobku. Jen pro 36,1 % dotázaných je důležitá značka, 24,7 % klade zvýšený důraz na design.

Proč měníme staré za nové

Nejčastějším důvodem pro pořízení nového spotřebiče je výměna starého a nefunkčního za nový. To motivuje 51,8 % zákazníků.

Jednou z příčin mohou být energetické nároky starších spotřebičů. Například u lednic je dnes nejběžnější označení A++. U praček se ale lze setkat i s označením A+++ (–50 %), což znamená o polovinu nižší spotřebu než A+++.

Roli ale hraje i technologický pokrok přinášející neustále další novinky a umožňující stále většímu okruhu spotřebitelů pořídit si výrobky, které byly donedávna považovány za luxusní nebo přinejmenším postradatelné. 11,5 % dotázaných zdůvodnilo nákup tím, že určitý spotřebič dosud neměli.

Recyklaci bereme jako samozřejmost

Naprostou samozřejmostí už se pro většinu z nás také stalo předávat staré spotřebiče, které dosloužily nebo přestaly vyhovovat soudobým nárokům, k ekologické recyklaci. K této odpovědi se přiklonilo 69,6 % dotázaných. „Odůvodňuji to tak, že chtějí chránit životní prostředí,“ oceňuje Roman Tvrzník, generální ředitel kolektivního systému pro sběr a recyklaci spotřebičů ELEKTROWIN.

„Lidé také už většinou přesně vědí, kde ve svém okolí mohou vysloužilé elektro k recyklaci zdarma odevzdat,“ dodává Tvrzník. Nejbližší sběrná místa zná podle průzkumu 81,1 % z nás. Většina lidí tedy po nich nemusí složitě pátrat. Ve sběrných dvorech měst a obcí odevzdává elektro 58,8 % z nich, pro 27,4 % je výhodnější předávání prodejcům. ELEKTROWIN už rozmístil na 175 místech speciální sběrné nádoby, kam mohou zákazníci starý spotřebič zdarma odložit, i když zároveň nenakoupí nový. Jiný způsob, například mobilní svoz organizovaný obcí, volí 13,7 % Čechů.



Nové myčky PowerDry jednou z priorit společnosti Whirlpool

Společnost Whirlpool uvedla na český trh loni na podzim novou generaci svých myček se 6. smyslem a intenzivním mytím PowerClean, navíc se zbrusu novou funkcí aktivního sušení PowerDry. Výsledkem je standardní mycí program v délce pouze 1 hodiny včetně sušící části. Po představení dvou vestavných modelů loni na pod-

zim odhalilo české zastoupení firmy ještě dva volně stojící letos na jaře. V minulém čísle SELLu jim firma věnovala 4stránkový vkládaný leták, kde všechny jejich funkce a specifikace popsala. Není divu, pro marketingové oddělení firmy jsou tyto myčky jednou z priorit pro letošní rok. Ohlas z trhu, který vnímá i naše redakce, je skutečně značný a Whirlpool má našlápnuto k posílení své pozice v tomto segmentu. Zda

se mu to podaří, ukážou až výsledky za jednotlivá čtvrtletí a celý rok 2014. Pokud se k vám minulé vydání našeho časopisu nedostalo, můžete si ho včetně informací o nových myčkách Whirlpool prohlédnout v digitální podobě na našem webu www.redections.cz. K dispozici je časopis jak v PDF, tak ve FlippingBooku, digitální publikaci, kterou lze nově bez problémů zobrazit také na chytrých telefonech a tabletech všeho druhu.



BSH se přidá do klubu výrobci „smart spotřebičů“, nabídne otevřený systém

Na tiskové konferenci v Turecku představila společnost BSH nový systém HomeConnect, který je tvořen

webovou stránkou, mobilní aplikací a samotnými spotřebiči. Konkrétní výrobky a fungující řešení budou prezentovány na letošním veletrhu IFA, který se koná mezi 5. a 10. zářím v Berlíně. Řešení BSH by mělo být unikátní v tom, že bude použitelné napříč trhem a dalšími značkami. Důvod je jednoduchý, podle zjištění BSH má

90 % spotřebitelů doma spotřebiče vícero značek. HomeConnect je tak koncipován jako otevřená platforma pro další rozvoj. Ještě letos bude k dispozici aplikace pro iOS (iPhone) a na začátku roku 2015 i pro Android. Uživatel bude pomocí ní ovládat, nastavovat a sledovat chod svých spotřebičů na dálku.

Braun je zpět na prodejnách!

Značka Braun v dubnu prezentovala na vybraných prodejnách v České a Slovenské republice nejnovější modely žehliček z řady **TexStyle 5** a **TexStyle 7**, které představila na podzim loňského roku.

Prezentace byly zaměřeny na předvedení komplexnosti napařovacích žehliček Braun. Důraz je kladen na prvotřídní německé technologie, především na patentované žehlicí plochy, jejich odolnost a kluznost.

Promotérky demonstrovaly odolnost safírové žehlicí plochy tím, že nechali zákazníky po ploše jezdit drátěnkou, aby se přesvědčili, že žehlicí plocha nebude poškrábaná ani při přejetí přes knoflíky či zipy. Co také zákazníci velmi zaujalo, bylo snadné čištění žehličky.

Díky funkci tzv. samočištění se pouze očístí odvápnovací ventil a pomocí parního rázu se žehlička vyčistí od vodního kamene. Dalším silným prodejním argumentem bylo

plochu žehlicího prkna. Zákazníci, stejně jako promotérky, ocenili také velkou průhlednou nádržku na vodu, dlouhý kabel a možnost vertikálního napařování.

Lidé si mohli žehlení sami vyzkoušet a velice pozitivně hodnotili celkovou manipulaci se žehličkou, která díky perfektnímu vyvážení a skluzu snadno klouže po všech druzích látek. Braun vyzval zákazníky, aby si přinesli oděv, se kterým si nevědí rady.

Promotérky ho před jejich zraky vyžehly a přidaly odborné rady ohledně žehlení obecně. Co zákazníci hodnotili velice kladně a pro většinu z nich to bylo novinkou, byly textilní protektory určené k ochraně choulostivých látek a proti lesklým skvr-

né oděvy bez potřeby žehlit tzv. přes hadřík nebo bez obracení oděvů naruby.



Akce byla ze strany zákazníků vnímána velmi pozitivně a mnoho z nich se po prezentaci rozhodlo některý z modelů zakoupit na místě, zatímco další se po pečlivém rozmyšlení pro žehličku vrátili další den.

Zástupci značky Braun se rozhodli prezentace opakovat také v květnu a v současné době uvažují také o rozšíření prezentačních míst.



automatické vypnutí žehličky po 30 sekundách, které promotérky předváděly položením žehličky plochou dolů na odkládací

nám. Promotérky přímo v akci ukázaly, jak s textilními protektory jednoduše žehlit choulostivé, syntetické materiály nebo čer-



BRAUN

www.braunhousehold.cz

Potten & Pannen zařazuje do své nabídky poprvé odšťavňovač, není jen tak ledajaký

Síť prodejen Potten & Pannen nabízí svým zákazníkům výhradně prémiové značkové výrobky do kuchyně, výrobky nejen mimořádné kvality, ale i zajímavého designu a jedinečné funkčnosti. Firma však funguje také jako dovozce a distributor, který nabízímnoho produktů dalším prodejcům. Jedním takovým produktem bude i Vita Juicer od švýcarské společnosti Novis.

Jak naši redakci prozradil při prezentaci novinky Antonio Casarin, Area Sales Manager společnosti Novis, unikátní odšťavňovač je výsledkem několikaletého vývoje a investice v řádu milionů eur. A v čem je tak výjimečný, že se ho rozhodla na český trh dodávat společnost Potten & Pannen – Staněk, kterou až doteď žádný odšťavňovač o svých kvalitách nepřesvědčil? Hlavní předností Vita Juiceru je

kombinace kompaktního válcového tvaru, díky němuž nebude na kuchyňské lince překážet, a 4 funkcí pro přípravu čerstvých šťáv a koktejlů. Pan Casarin ho dokonce označil za nejkompaktnější odšťavňovač ve své třídě. Přístroj v celokovovém těle používá k odšťavňování patentovanou funkci Vitatec, kombinující klasický elektrický lis na citrusy spolu s odstředivkou. Šťáva z částí dužiny padá z citrusovače dolů do odstředivky, která ji zbaví ještě další šťávy. Díky tomu získáte z jednoho pomeranče či jiného citrusu více džusu. Kombinace dvou 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 bude prodáván v osmi trendy barvách, ne náhodou ladících s výrobky značky Kitchen Aid. Na český trh se dostane v červenci letošního roku.



Značka Caffitaly míří do Kávového centra. Bude mít vlastní showroom

Italský výrobce Caffita System S.p.A, dodavatel kávového systému Caffitaly, má od roku 2013 své oficiální zastoupení také v České republice (firma Faktus, s. r. o.). V březnovém vydání SELLu jsme vám celý systém a značku představili v rozhovoru s Luigim Perucchinim, majitelem společnosti Faktus. Že nemluvil o rozvoji značky jen tak do větru a činí konkrétní kroky pro její růst, dokládá také nově uzavřená dohoda mezi společnostmi Faktus a prvním českým Kávovým centrem, o jehož pokračujícím rozšiřování vás informujeme už od ložského podzimu. Od června 2014 se tak Caffitaly stane jeho součástí. Zákazníci Kávového centra si budou moci vyzkoušet jednoduchost přípravy kávy a ochutnat všechny kávové speciality Caffitaly. Caffita System S.p.A. je totiž jedinou společností, která vyrábí kapsle a současně kávovary, na něž se vztahují mezinárodní patenty, a využívá nejmodernější technologická řešení, aby mohla nabízet milovníkům kávy tradiční italské espresso. Kávovary Caffitaly umí připravit nejen kávu, ale i horkou čokoládu. Novinkou je vynikající hořká čokoláda s výrazným kávovým aroma, kterou bude možné v novém showroomu Kávového centra také ochutnat.

Dyson sází na víc než jen na HEPA filtr

TAK JAKO V JINÝCH OBLASTECH DOCHÁZÍ I V MARKETINGU A V TECHNOLOGIÍCH VYSÁVÁNÍ A VYSAVAČŮ OBČAS K ZAVÁDĚJÍCÍMU ZJEDNODUŠOVÁNÍ. JEDNÍM Z TAKOVÝCH TYPICKÝCH PŘÍKLADŮ JE VYDÁVÁNÍ VYSOKÉHO PŘÍKONU MOTORU VYSAVAČE ZA VÝHODU A PODSOUVÁNÍ ZÁKAZNÍKOVI MYŠLENKY, ŽE ČÍM VYŠŠÍ PŘÍKON, TÍM LEPŠÍ VYSAVAČ. JINÝM PŘÍKLADEM JE ARGUMENTACE HEPA FILTR = VYSAVAČ PRO ALERGIKY. SPÍŠE NEŽ O POUHÉM HEPA FILTRU VE VYSAVAČI BYCHOM MĚLI HOVOŘIT O HEPA FILTRACI A O ÚROVNI FILTRACE CELÉHO VYSAVAČE.

Informace na štítku, že vysavač je vybaven HEPA filtrem, ještě nemusí být zárukou vhodnosti tohoto vysavače pro domácnost s alergikem. Vedle samotného HEPA filtru je nesmírně důležité, aby byla dokonale utěsněna celá vzduchová cesta, kterou nasávaný vzduch vysavačem prochází, aby nemohlo docházet k úniku alergenů bokem, mimo instalovaný HEPA filtr. Zároveň musí být toto utěsnění dostatečně odolné a trvanlivé, aby postupem času nedocházelo k jeho opotřebování, a vysavač tak neztrácel své filtrační vlastnosti. Dalším důvodem, proč raději hovořit o celkové účinnosti filtrace než pouze o HEPA filtru, je, že jako zákazníci nevíme, zda použitý HEPA filtr je skutečně dostatečně dimenzovaný, jakou má životnost apod.

Priorita společnosti Dyson

Dyson se dlouhodobě věnuje vývoji vysavačů a souvisejících technologií vhodných pro alergiky. Ve svém vývojovém centru v Anglii disponuje vlastní mikrobiologickou laboratoří a týmem mikrobiologů, kteří studují alergen, nacházející se v domácnostech, a pomáhají při vývoji i testování všech nových zařízení. Kritérií, na která se při vývoji Dyson zaměřuje, je více. Vedle dokonalého utěsnění, které již je v textu zmíněno, je to i způsob, jak samotné alergen separovat z nasátého vzduchu. Nejnovější cyklo-nová technologie Dyson Cinetic je již natolik účinná, že alergen, respektive částice od velikosti 0,5 mikrometru, jako jsou bakterie, pyl, spory plísní nebo roztoci, tento systém zachycuje a separuje, takže vzduch vycházející z vysavače je čistější než vzduch, který běžně dýcháme.

Dalším bodem, na který se vývojáři Dysonu zaměřili, je i četnost a způsob vyprazdňování vysavače. Vysáté alergen a nečistoty by měly domácnost

opustit co nejdříve, aby bakterie a plísně neměly možnost se množit, a zvyšovat tak riziko úniku zpět do prostoru. Vysavače Dyson nepoužívají žádné sáčky a nic nebrání tomu vysypat vysáté nečistoty ihned po dokončení úklidu. I tak zdánlivě nepodstatnému úkonu, jako je vysypání nečistot, věnovali v Dysonu náležitou pozornost a odpadní zásobník navrhli tak, aby vysypávání bylo maximálně jednoduché a možný kontakt s alergenem byl minimalizován na nejnížší možnou míru.

Stejně péči, jaká je věnována vývoji samotných vysavačů, se dostalo i designu příslušenství a sacích hubic. Kromě celé řady specializovaných podlahových hubic pro koberce, plovoucí podlahy, hubice pod nábytek a podobně nabízí Dyson i hubice, které ocení zejména alergici. Široká hubice na matraci – zjednodušuje a urychluje úklid místa, ve kterém trávíme v průměru 8 hodin denně a jehož čistota je často kritická. Alergeny v domácnosti nejsou jen na podlaze, ale všude. Na nábytku, na žaluziích na stínidlech světel a lamp a obvykle se jich z těchto míst těžko zbavuje. Proto Dyson nabízí kartáč s jemnými vlákny na prach určený právě pro tato místa. Bez povšimnutí nezůstaly ani škvíry a kouty, s jejichž úklidem pomáhá dlouhá pružná šterbinová hubice s kartáčkem. Všechny tyto specializované hubice lze zakoupit samostatně nebo dohromady v antialergické sadě.

Vhodnost vysavačů Dyson pro alergiky potvrzují i renomované a celosvětově uznávané asociace – švýcarská a britská asociace alergiků – Allergie Suisse a British Allergy Foundation. Předtím, než obě sdružení udělila vysavačům Dyson své certifikáty, byly důkladně otestovány, se zřetelem na potřeby a požadavky alergiků, včetně jejich dlouhodobé životnosti a schopnosti zachovat si své vlastnosti po celou jejich životnost.



Dyson DC52
s nejnovější technologií
Dyson Cinetic™



Dyson má vlastní mikrobiologickou laboratoř



Vysypávání bez kontaktu s alergenem
pouhým stiskem tlačítka

Šťavnatá novinka od De'Longhi - keramický kontaktní gril!

Novinka italské společnosti De'Longhi keramický kontaktní gril CGH 902 C Vám přináší zcela nový požitek z grilování!

Díky keramické vrstvě na plotýnkách kontaktního grilu se již nemusíte bát, že plotýnku snadno poškodíte. Nejen, že je keramická vrstva extrémně odolná proti poškrábání, ale zároveň mnohem lépe a rovnoměrněji distribuuje teplotu po jejím povrchu.



Kontaktní nebo barbecue?

Metoda kontaktního grilování s keramickými plotýnkami je skvělá pro grilování steaků, hamburgerů, sendvičů, kuřecího masa, rybi zeleniny. Zároveň tato novinka od De'Longhi umožňuje i grilování v pozici „barbecue“, která zvětší grilovací plochu



dvojnásobně. Keramická vrstva chrání plotýnky před poškozením při vaření a zároveň umožňuje lepší distribuci tepla po grilovacích plotýnkách. Vy si tak můžete užít snadné grilování na zahradě či Vašem balkóně díky kompaktním rozměrům.



Odnímatelné plotýnky

Gril je vybaven dvěma sadami plotýnek pro grilování různých pokrmů,

které můžete libovolně kombinovat. Žebrovaná plotýnka pro přípravu šřavnatých steaků a hamburgerů a plochá pro přípravu zeleniny, ryb nebo i vajíček pro dokonalou snídani! Navíc tyto plotýnky můžete po použití jednoduše vyjmout a vložit do myčky – čištění grilu nebylo nikdy jednodušší.

Zdravá příprava potravin

Díky speciálním drážkám v grilovací ploše dochází ke snadnému odvodu přebytečného tuku, který se průběžně odvádí do nádoby. Pokrmy se tak negrilují na přepáleném tuku a grilování je tak zdravější.

Zároveň díky pogumovaným držadlům můžete urychlit grilování stlačením a zachovat tak maximální šřav-



natost masa nebo například připravit Vaše oblíbené panini a sendviče.



Better Everyday

www.delonghi.cz



Barbecue po česku

NABÍDKA GRILŮ NA ČESKÉM TRHU SE TŘÍŠTÍ MEZI MNOŽSTVÍ TECHNOLOGIÍ OHŘEVU A KONCEPCÍ, V NICHŽ NAPŘÍKLAD NECHYBĚJÍ ANI GRILY S FUNKCÍ UDÍRNÝ. DO SFÉRY DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ VLASTNĚ SPADAJÍ JEN ELEKTRICKÉ GRILY, JIMŽ VĚNUJEME V PŘEHLEDU NEJVĚTŠÍ PROSTOR. ZAŘADILI JSME VŠAK TAKÉ 4 MODELŮ NA UHLÍ, PROTOŽE JDE O NEJPOPULÁRNĚJŠÍ ŘEŠENÍ. CENOVĚ VÝŠE POSAZENÉ PLYNOVÉ MODELŮ TENTOKRÁT VYNECHÁVÁME, PROTOŽE JEJICH PRODEJ SE TÝKÁ PRIMÁRNĚ HOBBY MARKETŮ A PRODEJCŮ ZAHRADNÍ TECHNIKY, NA KTERÉ SELL ZAMĚŘENÝ NENÍ.

Pokud se budeme dívat pouze na trh s elektrickými grily, tvoří většinu nabídky produkty od standardních značek. Specialisté na grilování vyrábějí hlavně grily na uhlí a plyn, přičemž elektriku někteří z nich také pokrývají, ale spíše okraje. Jmenovitě je to například značka Weber, jejíž novinku v kategorii elektrických grilů jsme také do přehledu zařadili. Většinu nabídky tvoří spíše levnější modely kolem 3 000 Kč. Tyto grily musíme rozdělit na klasické stolní s plotýnkou, stolní kontaktní a případně elektrické ve stojanu. Podkategorií elektrických grilů jsou potom takzvané racletty, zpravidla dvoupátrové se separátními lopatičkami, na kterých si každý opéká své maso či zeleninu.

CELOROČNÍ GRILOVAČKA

Elektrické grily jsou až na výjimky ve stojanu snadno přenosné a lze je bezpečně používat jak na balkónech, tak přímo v domácnosti. Díky tomu jsou použitel-

né po celý rok bez ohledu na počasí a nabízejí poměrně zdravou přípravu masa s minimem přidaného tuku. Většina nabídky je opatřena plotýnkami s nepřilnavým povrchem, dražší modely plotýnkami s keramickou vrstvou. K letnímu grilování provoněnému spalujícím se dřevěným uhlím má „elektrické opékání masa“ daleko, takže tato zařízení vnímáme spíše jako doplněk, který uživatelé použijí ve studenějších měsících a za špatného počasí.

Nejlevnější a nejjednodušší grily nenabízejí regulaci svého výkonu a žhnout takříkajíc naplno, což není ideální při přípravě celé řady pokrmů. Například silnější steak začne na povrchu už pomalu černat, zatímco uvnitř je ještě zcela syrový. Při používání elektrického grilu neplatí úplně stejná pravidla jako při grilování na uhlí, kdy je naopak žádoucí rozpálit gril pro přípravu steaků na maximum. Zákazníkům byste tedy měli v každém případě doporučit dražší model s regulací výkonu. Inteligentně by také měl být řešen odvod tuku a šťávy. Za univerzálnější považujeme grily kontaktní, které se dají použít zaklopené k přípravě zapečených baget panini či rychlejšímu propečení masa a odklopené k běžnému grilování. Není od věci, pokud se dá gril rozevřít v úhlu 180°, aby rázem vznikly 2 grilovací plochy. Nejlepší zařízení mají potom výměnné plotýnky (hladké a žebrované), což přijde vhod také při čištění a údržbě.

NEZAMĚNITELNÉ UHLÍ

U klasických grilů na dřevěné uhlí je trh trochu deformován velkými prodejci nejlevnějších grilů, které se dají lidově nazvat jako „hypermarketové“. Stojí většinou do 1000 Kč a solidním stavu vydrží zhruba jednu intenzivnější grilovací sezónu. Uživatelé za ně během pár let sice zaplatí jako za kvalitní gril, který vydrží 15 let, ale nízké číslo na cenovce bývá rozhodující. Tyto výrobky samozřejmě v našem přehledu nenačnete. Zařazujeme pouze grily vysoké kvality, většinou poklopové koncepce, za níž stojí firma Weber a světa ji postupně okopíroval. Použití poklopu má celou řadu výhod – jedna se zaměřuje na hoření odkapávajícího omastku a také vytvoří uvnitř grilu prostředí jako v pečící troubě.





CATLER GR 8012

Masivní gril značky Catler lze používat v kontaktním i rozevřeném módu. Jeho spodní grilovací plocha je plochá a horní žebrovaná. Součástí ovládání je nejen nastavení teploty v mezi 180 a 220 °C, ale i minutka a ovládání sklonu spodní desky pro odvádění přebytečného tuku do odkapávací misky. Dosažení požadované teploty indikuje dioda. Příkonu grilu je 2200 W.

DE'LONGHI CGH 902

Jelikož prezentuje společnost De'Longhi své právě uváděné novinky v kategorii grilů v samostatném článku, zařadili jsme do přehledu model již prodáváný. Na rozdíl od nových modelů nemá plotýnky s keramickou vrstvou, ale s klasickým nepřilnavým povrchem. Lze ho také používat ve dvou pozicích – kontaktní (uzavřený) a barbecue (rozevřený). Otočené ovladače slouží pro nastavení výkonu a režimu grilu (nastavení teploty od 80 do 230 °C) Samozřejmostí je odvod přebytečného tuku. Tento model je dodáván se sadou 2 plotýnek – žebrovaných a hladkých. Příkon zařízení dosahuje 1500 W.



DOMO DO 9051 G

Kontaktní 2000W gril belgické značky DOMO je vyroben z broušené nerezové oceli a vybaven pevně integrovanými žebrovanými plotýnkami s nepřilnavou úpravou. Kromě kontaktního grilování lze také použít barbecue režim, kdy se gril rozloží na plochu v úhlu 180°. Grilování je možné při teplotě mezi 90 a 230 °C. Díky přítomnosti topného tělesa přímo v desce uvádí výrobce až o 50 % rychlejší přípravu masa. Pro pohodlnější ovládání a kontrolu může uživatel využít také funkci minutky.

GORENJE KR1800WPRO

V nabídce malých spotřebičů slovinské značky nechybí ani kontaktní grily. Redakci SELLu zaujal tento model s nastavení 4 teplot grilování (konkrétní hodnoty výrobce neuvádí). Přístroj s příkonem 1800 W má grilovací plochy s hliníky s nepřilnavým (teflonovým) povrchem. Připravovat pokrmy v něm lze ve 2 režimech – kontaktním (uzavřený) a barbecue (rozevřený). Rukojet grilu se hodí i pro jeho přenášení. V pravé noze grilu se nacházejí diody indikující teplotu a zapnutí grilu.



PHILIPS**AVANCE COLLECTION HD6360/20**

Tento barbecue gril zaujme netradičním prvkem v podobě nádržky na bylinky, koření či víno, která se nachází v zadní části grilovací desky. Po zavření grilu skleněným poklopem se uvnitř vytváří provoněná atmosféra, která ovlivňuje i vůni masa. Do nádržky lze vložit také menší dřívko pro dosažení kouřové chuti nebo vodu, která v podobě páry učiní maso křehčím. Jinak jde o klasický elektrický gril s nepřilnavým povrchem, nastavitelným termostatem a odvodem přebytečného tuku. Příkon zařízení činí 2000 W.

**STEBA
VG 350**

Německá značka Steba není na českém trhu příliš vidět, ale dodává kvalitní výrobky včetně takových specialit, jakými jsou vejcovary, rýžovary či zavařovací hrnce. Z grilů má v nabídce převážně elektrické modely stojanového typu a rečlettové grily. Do přehledu jsme zařadili gril litinovou grilovací plochou a možností použití se stojanem i bez něho. Dodáván je s poklopem s teplotní kontrolkou. Lze u něho dosáhnout maximální teploty 250 °C, ale výkon může uživatel plynule regulovat. Součástí grilu je nádoba na odtékající tuk a šťávu.

WEBER**Q 1400 STAND**

Poměrně nedávno pronikl do světa elektrických grilů také americký Weber, který uvedl na trh letos novinku v podobě elektrického grilu integrovaného do praktického stojanu s odkládacími plochami. Tento model primárně cílí na majitele bytů, kteří chtějí grilovat bez ohledu na počasí na balkóně. Nehrozí ani obtěžování sousedů kouřem apod. Gril se skládá z litinového roštu s porcelánovým smaltováním, vyjímatelné nádoby na odkapávající tuk, topné spirály s příkonem 2200 W a regulátoru teploty s plynulým nastavením.

**ZELMER****GE 1000**

Stolní gril s nepřilnavou grilovací plochou a skleněným víkem, zabraňujícím prskání šťávy na stůl, má příkon 1650 W. Nechybí regulátor výkonu a odkapávací miska. Část grilovací plochy tvoří rošt pro přípravu masa. Hladká plocha pak poslouží pro grilování zeleniny.





CADAC NEOWAY

Tento cenově dostupnější kotlový gril s poklopem je vybaven roštem s průměrem 57 cm. Poklop a kotel jsou vyrobeny z 0,9 mm silného plechu. Vhodný je jak pro přímé, tak nepřímé grilování stejně jako všechny grily tohoto typu. Ve spodní části naleznete nerezovou nádobu na popel a pod ní odkládací plochy z termoplastu. Gril není kruhový, ale tříhranný.

NAPOLEON CHARCOAL KETTLE NK22CK-L

Kanadská značka Napoleon se v kategorii grilů na českém trhu ještě stále etabluje. V nabídce má hlavně grily plynové, ale model na dřevěné uhlí se najde také. Například tento gril s grilovací plochou o průměru 57 cm, větracími otvory pro přesnou regulaci teploty, ukazatelem teploty ve víku a odnímatelným velkokapacitním sběračem popelu.



Grily na dřevěné uhlí



WEBER MASTER-TOUCH GBS

Tento kotlový gril světoznámé značky Weber se vyznačuje možností rozšíření o celou řadu příslušenství. Ráhem na něm můžete připravovat například pizzu nebo zeleninovou směs. V základu je dodáván s grilovacím roštem o průměru 57 cm. V poklopu se nachází teploměr, přičemž teplotu reguluje uživatel pomocí bezpečného One-Touch systému. Ten slouží také pro jednoduché čištění grilu od popelu. Poklop a kotel grilu jsou porcelánem smaltované a výrobce na ně poskytuje 10letou záruku.

KASPER VIGGO II

Do super prémiové kategorie spadá tento zahradní gril s robustním pláštěm z kartáčovaného nerez. Na rozdíl od předchozí generace má zvětšený grilovací rošt, nový ukládací prostor a všesměrový podvozok s brzdami. Profilový grilovací rošt zamezuje úniku omastku přímo do topeniště a jeho vznícení, a tak není nutné rošt zakrývat poklopem. Součástí je také systém řízení přívodu vzduchu a konstrukce pro optimální rozvod tepla.



Jarní Fast Day 2014

Setkání předních značek opět u Jihlavy

DO HOTELU TŘI VĚŽIČKY SE OPĚT SJELY PŘEDNÍ FIRMY Z OBORU VÝROBY DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ. NA AKCI NEMOHL SAMOZŘEJMĚ CHYBĚT ANI MAGAZÍN SELL, KTERÝ OBDRŽEL POZVÁNKU OD NĚKOLIKA PARTNERŮ. PŘINÁŠÍME KRÁTKOU OBRAZOVOU REPORTÁŽ Z AKCE, KDE JSME OBJEVILI NĚKTERÉ ZAJÍMAVÉ PRODUKTOVÉ NOVINKY.



Na Fast jsme potkali zástupce polské značky Amica, kteří nám představili své široké portfolio volně stojících sporáků. Pro Amicu jsou právě sporáky jednou z nejdůležitějších kategorií. Firma nyní uvádí na trh novinky s šířkou 50 a 60 cm včetně modelů s indukční varnou deskou.

Společnost Candy Hoover přivezla do Jihlavy několik produktů, nás nejvíce zaujal model vrchem plněné pračky EVOGT 14064 D3. Určena je k praní až 6 kg prádla při maximální rychlosti odstředování 1400 ot./min. Součástí je obousměrný elektronický programátor. Z programů jmenujme rychlé praní na 14, 30 a 44 minut či Mix & Wash pro praní bílého a barevného dohromady. Dvířka pračky jsou typu Gentle Touch, tudíž se pozvolna otevírají.



U Electroluxu jsme si všimli několika nových výrobků. Nechyběly například nové vysavače Ergo Rapido v zajímavých barvách a několika cenových kategoriích. Podrobněji se jimi zabýváme v novinkové sekci. Prostor v reportáži proto věnujeme novým malým spotřebičům z kategorie snídaňových setů. Všimněte si například elegantního nerezového topinkovače nebo varné konvice s možností různého nastavení teploty vody.





Specialitou společnosti BSH, již nenabízí žádná jiná firma na trhu, jsou sušičky se samočisticím, tedy bezúdržbovým kondenzátorem. Na Fast Day přivezli zástupci BSH model Bosch WTW86564BY určený k sušení 7 kg prádla. Sušička s tepelným čerpadlem spadá do energetické třídy A++.



U společnosti Gorenje byly k vidění vestavné trouby i sporáky, ale také malé spotřebiče včetně sušičky potravin či food procesoru. Na obrázku vidíte vestavnou troubu B075SY2B z designové řady Simplicity. Vzhledem k vnějšímu provedení v černém skle se nedala v daných podmínkách vyfotit bez odrazu okolí. Vyznačuje se elektronickým ovládáním, inteligentním paměťovým systémem AdaptBake a třídou A – 20 %.



Vynechat jsme nemohli ani venkovní stanovou část, kde měla tradičně velký prostor společnost De'Longhi. Prezentovala celou řadu nových produktů – některé z nich byly natolik zajímavé, že jim věnujeme širší prostor v novinkové sekci. Do oka nám každopádně padl tento mixér kombinovaný se šlehačem, dodávaný ke všemu s bohatým příslušenstvím.

Whirlpool dovezl na výstavu rozličné spotřebiče včetně nových myček s hodinovým programem mytí a sušení. Jelikož byly podrobně představeny v minulém vydání, zařazujeme raději fotku A+++ vrchem plněné pračky z řady ZEN. Tento model se vyznačuje mimo jiné velmi tichým chodem, Whirlpool dokonce tvrdí, že je nejtišší na trhu.



Indesit přivezl do Jihlavy několik zajímavých spotřebičů v čele s novou pračko-sušičkou řady INNEX, která vypere a usuší prádlo na jeden stisk tlačítka.



Značka BEKO měla na Fast Day nebývale velký prostor, kde prezentovala jak volně stojící, tak vestavné spotřebiče. U vestaveb postavila celý varný koutek, kde předváděl své umění také Roman Vaněk. Ze spotřebičů si v pozadí všimněte trouby OIM 25901 X s barevným LCD displejem a trouby OIM 24600 W v bílém barevném provedení.



Mixéry – větší důraz na kvalitu, design a příslušenství

NABÍDKA TECHNIKY NA MIXOVÁNÍ, ŠLEHÁNÍ, SEKÁNÍ, ZKRÁTKA ZPRACOVÁVÁNÍ SUROVIN PRO PŘÍPRAVU JÍDLA JE VELMI POČETNÁ A PŘEDEVŠÍM PESTRÁ. V TOMTO ČLÁNKU PŘINÁŠÍME PRŮLET TRHEM TYČOVÝCH A STOLNÍCH MIXÉRŮ, U KTERÝCH NEDOCHÁZÍ K ŽÁDNÝM REVOLUČNÍM TECHNOLOGICKÝM ZMĚNÁM, ALE PŘESTO JE JISTÝ VÝVOJ KATEGORIE VIDITELNÝ.

Jakási renesance domácího vaření, přípravy jídla z čerstvých surovin a odklon od instantních, práškových či konzervovaných surovin se šíří českou kotlinou. Spolu s ní se poji stoupající zájem o kuchyňské roboty a food procesory, nabízející až desítky funkcí. Ne každý je ale zase tak zapálený a častý kuchař, aby investoval 10 a více tisíc do robotu s paletou příslušenství. Levnější alternativou pro základní operace v kuchyni může být mixér. Tyčový model dodávaný se sekáčkem, šlehacími metlami či dokonce krouhacími kotouči může takový food procesor celkem obstojně zastoupit. Samotný přístroj s ponornou mixovací nohou je pak dokonce vhodným doplňkem k robotu. Stolní mixér zase člověk ocení při přípravě zdravých koktejlů, smoothies či ledových tříšť.

TYČOVÉ MIXÉRY

Ještě před pár lety tvořily většinu nabídky tyčové neboli ponorné mixéry s pevnou, tedy neodnímatelnou nohou a vybavenější modely disponovaly sekáčkem. Dnes už tvoří dle našeho pročtení většiny katalogů předních značek většinu trhu mixéry, u kterých je mixování pomocí ponorné nohy pouze jednou z několika funkcí. Výrobci mají povětšinou v nabídce jak samostatný cenově nejdostupnější model, tak varianty s dalším příslušenstvím, které činí mixér všestrannějším a užitečnějším. Základem jsou šlehací metly a sekáček. Někteří však dodávají

také alternativní mixovací nohu speciálně určenou pro použití v hrnci s horkou polévkou nebo nohu pro rychlou výrobu bramborové kaše. Výjimkou nemusejí být ani kotouče do univerzálnější verze sekáčku, tedy spíše takového malého food procesoru. K pohonu vždy slouží základ tyčového mixéru s motorem. Některé firmy potom také nabízejí bezdrátové modely s baterií pro komfortnější použití v celém prostoru kuchyně, aniž by byl člověk omezen délkou přívodního kabelu. U značek pracujících na své image a stavějících na určitých tradicích, díky svému dlouholetému působení na trhu, vnímáme snahu nabídnout zákazníkům víc než pouhý tyčový mixér. Nijak výjimečné není použití ušlechtlejších materiálů, obzvláště v případě mixovací nohy, ani celkově větší designová propracovanost včetně možnosti ovládání a nastavení jednou rukou. Na trhu jsou v této kategorii dominantní tradiční značky a rozložení sil lze považovat za stabilní.

STOLNÍ MIXÉRY

Na rozdíl od tyčových mixérů vybavených množstvím příslušenství nejsou stolní mixéry dodávány zpravidla s dodatečným příslušenstvím, které by jim přidalo další funkce. Motor mají podobně výkonný, ale koncepce s nádobou a spodním pohonem nožů umožňuje pohodlnější ovládání bez nutnosti držet přístroj v ruce, jak je tomu u tyčových mixérů. Tato zařízení jsou u mnoha výrobců spíše doplňkovým zbožím a prim hrají právě univerzálnější tyčové modely, případně plnohodnotné roboty nebo food procesory. Jsou ale značky, které pokračují ve vývoji této techniky – například britský Kenwood, jenž představil v minulém vydání SEL-Lu svůj nový model s mnoha inovacemi pro dosažení co nejlepších výsledků. Přístroj naleznete i v tomto přehledu.

NOVINKA – OSOBNÍ MIXÉR S PŘENOSNOU NÁDOBOU

Už loni se objevily první vlašťovky nového typu mixéru, který se vyznačuje malými rozměry a poměrně malým výkonem. Neslouží ovšem k drcení ledu či přípravě polévek. Primárně je určen k přípravě zdravých koktejlů a jeho mixovací nádoba je současně nádobou pro přenášení – nápoj si bleskurychle připravíte, sundáte nádobu, zašroubujete a můžete popíjet po cestě. Jelikož není těchto výrobků na trhu dostatek pro samostatný produktový přehled, zařadili jsme je mezi výběr stolních mixérů, jejichž novou podkategorií vlastně jsou.



BOSCH MSM88190

Nejvybavenější vysoce výkonný ponorný mixér s 800W motorem a velkým množstvím příslušenství zastane v základu i plnohodnotný food procesor. Tichý přístroj stojí především na vysoce kvalitní noze z nerezové oceli s 4křídlovou čepelí QuattroBladePro. Mixovací noha je samozřejmě odnímatelná. Tělo má pak protiskluzové provedení SoftTouch a velká ovládací tlačítka. Doplnuje ho flexibilní spirálový kabel. Součástí tohoto setu je potom i metla pro šlehání, mixovací nádoba s měrkou a víkem, minisekáček a mixovací nádoba s nástavci pro sekání, krájení, strouhání, drcení a hnětení.

BRAUN MULTIQUICK 9 MQ 940CC

Jedním ze dvou zástupců bezdrátových mixérů v přehledu je model Braun s kovovou nohou a dobíjecím stojánkem. Má ergonomickou a protiskluznou rukojeť s jednoduchým ovládáním v horní části svého těla. Součástí balení je 1,25l stolní mixér se sekáčkem, který je schopný drtit i led, a mixovací nádoba. Nohu můžete snadno odejmout. Veškeré součásti kromě těla s motorem lze mýt v myčce na nádobí.



ELECTROLUX ESTM5400

Jelikož prezentuje společnost Electrolux své ponorné mixéry včetně modelů s profesionálními prvky v samostatném článku, zařazujeme do přehledu nejnižší prodáváný model řady Ergomix. Na rozdíl od dražších bratříčků je dodáván jen se základním příslušenstvím, a stává se tak cenově nejdostupnějším řešením této značky. Uživatelé nabízí motor s příkonem 600 W, 2 nože v kovové noze, šlehací metlu a mixovací nádobu. Výkon lze plynule regulovat či použít tlačítko Turbo pro okamžitý maximální chod. Rozstříku zabráňuje jak koncepcí nohy, tak pozvolný start.

ETA SPESSO 301590000

Další set tyčového mixéru a příslušenství, které rozšiřuje jeho funkčnost, pochází z katalogu české značky ETA. Jedná se o zařízení s příkonem 700 W, plynulou regulací otáček a kovovým provedením s plastovými prvky. Odnímatelnou nohu lze nahradit dodávaným šlehacím nástavcem, 0,8l mixovací nádobou a 1,25l sekáčkem. Výrobce uvádí, že není tento sekáček určen k drcení ledu. Uživatel nemusí přístroj uklízet do šuplíku, ale může ho mít díky dodávanému držáku na zed' neustále po ruce.



DOMO

DO 9021 M

Tyčový mixér značky DOMO se vyznačuje nadstandardním 800W příkonem a zajímavým provedením s LED indikací svého běhu. Na jeho těle naleznete otočný volič rychlosti, tlačítko chodu a tlačítko Turbo pro okamžitý maximální výkon. Kovovou mixovací nohu s pevným nožem lze odejmout a nahradit ji nohou s 5 výměnnými noži různého druhu, případně šlehací metlou. Výčet příslušenství uzavírá mixovací nádoba.



GORENJE

HB 804 QR

Kovový nerezový mixér s prvky v červené barvě a především červeným stojánkem pro uskladnění veškerého příslušenství pochází z dílny slovinského výrobce. Celokovovou mixovací nohu doplňuje šlehací nástavec, mixovací nádoba a sekáček. Ovládání 800W motoru řeší Gorenje klasickými tlačítky a otočným voličem. Pro maximální výkon a rychlé použití stačí stisknout separátní tlačítko Turbo.

KENWOOD

TRIBLADE HB724

Jeden z nejvybavenějších tyčových mixérů na trhu používá systém Triblade, tvořený 3 noži zasazenými do nohy pod různými úhly. Při mixování tak zaujmají 3 různé úrovně a spolu s výstupky ve tvaru žeber zajistí optimální tok mixovaných surovin. Mezi další důležité vlastnosti patří ergonomický design s povrchem SuperGrip, jednoduché ovládání a 700W motor. Příslušenství tvoří kromě zmiňované kovové nohy šlehací metla, noha na rychlou výrobu bramborové kaše, noha pro mixování v hrnci, mixovací nádoba a minisekáček.



KITCHENAID

ARTISAN KHB3581

Vysoce prémiová americká značka nabízí na českém trhu kromě legendárních kuchyňských robotů také tyčové mixéry včetně bezdrátového mixéru napájeného 12V Li-Ion baterií. Pohání ho výkonný motor s 5 rychlostmi, které jsou zobrazovány na LED indikátoru. Balení obsahuje samotný mixér, 3 výměnné nerezové nástavce s odnímatelným krytem na ochranu nádobí, 2 nerezové mixovací nohy o délce 20 a 33 cm, 0,6l sekáček, šlehací metlu a mixovací nádobu s objemem 1 l. Příslušenství a mixér kromě mixovací nádoby je možné uložit do dodávaného kufříku. Pro dobíjení mixéru slouží nabíječka v podobě stojánku.



Profesionální kvalita v domácím provedení

Electrolux nedodává na trh pouze domácí spotřebiče, ale má také divizi profesionální techniky pro gastronomické provozy. Kromě konvektomatů, varných desek či trub v její nabídce naleznete také profi kuchyňské roboty a mixéry. Dlouhé roky prověřované a pilované technologie nyní firma využívá také při vývoji a výrobě domácích spotřebičů. Výrobky jsou to natolik kvalitní a spolehlivé, že je dokonce používají některé menší restaurace.



Týčové mixéry

Malé a snadno ovladatelné, ideální při každodenní přípravě jídla. Takové jsou týčové mixéry Electrolux, při jejichž vývoji čerpali inženýři právě z profesionálního segmentu. Díky vysokému výkonu s nimi můžete umíxovat chutnou polévku přímo v hrnci. A to prakticky bez námahy, protože mixér stačí díky dlouhé noze postavit doprostřed hrnce, přidržet a zapnout.

Zajímavý a cenově velmi dostupný je model Ergomix ESTM5600, dodávaný jak s nerezovou nohou vycházející z konceptu Ultramix Pro, tak se šlehací metlou, mixovací nádobou a sekací nádobou s dvojitým nožem. Mixér se pohodlně drží a jednoduše ovládá, přičemž výkon lze regulovat plynule. Rozstříkání surovin zabraňuje pomalý „Soft Start“. Příkon motoru dosahuje 600 W.

Nejnáročnější zákazníci by měli sáhnout po některém z modelů řady Ultramix Pro, které se svým provedením blíží profesionálním přístrojům. Vlajková loď ESTM6600 s příkonem 700 W se vyznačuje 25cm nerezovou nohou se 3 ergonomicky tvarovanými noži. V příslušenství dále obsahuje hlavici se 2 šlehacími metlami, mixovací nádobu, sekací nádobu s dvojitým

nožem, který si poradí také s ledovými kostkami, a nerezové strouhací, krájecí a krouhací kotouče. Samozřejmostí je pak funkce Soft Start. K dispozici je také levnější varianta EST6400 bez strouhacích, krájecích a krouhacích kotoučů.



Stolní mixéry

K přípravě koktejlů, polévek či ledové tříště nesmí chybět v domácnosti kvalitní stolní mixér s dostatečně velkou a odolnou nádobou. V této kategorii uvádí Electrolux na trh nyní novinku v podobě modelu ESB2300 se skleněnou 1,5l nádobou, kterou lze mýt v myčce nádobí. Přístroj s motorem o příkonu 450 W používá 4 vyjímatelné nerezové nože a pro lepší stabilitu má na spodní straně gumové nožičky. Vybírat u něho lze z 3 rychlostí chodu. Dodáván je v barvě oceli.

O stupínek výše pak stojí model ESB3400 s patentovaným systémem nízké hlučnosti, 1,4l skleněnou nádobou a vyjímatelnými noži. Trojhranná koncepce nádoby pomáhá vytvářet vířivý efekt, díky němuž se všechny suroviny dostávají k rotujícím nožům. Na výběr máte 4 stupně rychlosti včetně pulzního režimu. Součástí balení je ještě minisekáček.



HIT SEZONY

Fitness mixér

Electrolux ESB2400

Jedna nádoba, maximální uživatelský komfort

Hutné ovocné nebo zeleninové koktejly, známé jako smoothie, bleskurychle připravíte v kompaktním mixéru PerfektMix ESB2400 značky Electrolux. Už žádné zbytečné zašpiněné nádoby, suroviny rozmixujete a koktejl si ve stejné nádobě odnesete s sebou. Nádoba o objemu 0,6 l má ergonomický tvar a slouží zároveň jako lahev na pití, kterou jednoduše z mixéru odšroubujete a dáte do tašky. Nádoby je možné dokoupit a každý člen rodiny si může pro sebe namíchat vlastní koktejl.

Fitness mixér Electrolux PerfektMix ESB2400 v černém provedení má příkon 300 W, pulzní spínač a 6 nožů z nerezové oceli. Lahev s integrovaným uzavíratelným pítkem je vyrobena z BPA-free Tritan plastu, a je tedy zdravotně nezávadná a maximálně bezpečná. Velmi silný plast zaručuje vyšší odolnost proti nárazům a lahev je možné umývat v myčce nádobí.



CONCEPT SM-3350

Hned prvním výrobkem v kategorii osobních mixérů pro rychlou přípravu koktejlů a jejich přenášení v mixovací nádobě je výrobek značky Concept. Pohání ho 180W motor, který je schopný zajistit i drcení ledu. Příslušenství obsahuje 2 mixovací nádoby s objemem 500 ml, aby mohlo mixér použít pro výrobu zdravého ranního koktejlů více členů domácnosti. Další nádoby je možné dokoupit.



DOMO D0434BL

Jednou z prvních značek, které osobní nebo smoothie mixér, jak bývá tento výrobek nazýván, představily, byla firma DOMO. Představené zařízení je v červené barvě, ale koupit ho lze také v oranžové a zelené. Základna obsahuje motor s příkonem 300 W, který roztáčí nože v nádobě z nezávadného plastu značky Tritan. Nádoby jsou dodávány celkem 2, jedna má objem 0,3 l a druhá 0,6 l. Další lze pak dokoupit zvlášť.

ELECTROLUX ESB4400

V separátním článku společnosti Electrolux švédská firma kromě tyčových mixérů představuje také stolní modely a novinku v podobě osobního fitness mixéru ESB 2400 s přenosnými mixovacími nádobkami. Do přehledu proto zařazuje klasický stolní mixér ESB4400 s 600W motorem a patentovaným systémem Sound Reduction pro snížení hladiny hluku. Vybaven je trojhrannou skleněnou nádobou, která vytváří lepší vířivý efekt a napomáhá zpracování všech surovin.



ETA ERGO 701190000

Jednoduchý a kompaktní stolní mixér tvoří základna s 550W motorem a 1,5l skleněná nádoba. Ovládání je řešeno pomocí otočného spínače s nastavením 5 rychlostí, případně tlačítkem Pulse pro maximální otáčky pro drcení ledu. Chybět nemohou protiskluzové nožičky.



Dealerský den DOMO

– představení novinek 2014

V MINULÉM ČÍSLE JSME PŘEDSTAVILI VÝBĚR NOVINEK Z OBLASTI VENTILACE A CHLAZENÍ TÉTO BELGICKÉ ZNAČKY, DNES BUDEME POKRAČOVAT DALŠÍMI NOVINKAMI, KTERÉ JSOU JIŽ V NABÍDCE NEBO SE OBJEVÍ V KRÁTKÉ DOBĚ.

Mixéry

V jarních novinkách najdeme 2 stolní mixéry – jeden v prémiové řadě a jeden v ekonomické řadě Smart. Špičkový stolní mixér DO443BL je netradičně osazen 6 nerezovými noži, které zrychlí a hlavně zefektivní práci. Zesílený nůž vyžaduje i zesílený motor, a proto byl tento přístroj vybaven motorem s příkonem 700 W. Skleněná nádoba o objemu 1,5 l pak vhodně doplňuje a podtrhuje tento kvalitní spotřebič.

Pro ty, kteří hledají úspornější variantu, připravila značka DOMO mixér řady Smart DO441BL. Mixér má 500W motor, plastovou 1,5l nádobu z materiálu ABS, který se vyznačuje vysokou tepelnou, mechanickou a chemickou odolností, a proto je tento mixér určený i k drcení ledu.

Topinkovače

V topinkovačích bylo představeno hned několik výjimečných novinek a jeden model ekonomické řady Smart. Topinkovače DO951T a DO971T jsou představitelé klasického typu, ale vynikají přesnými sofistikovanými ovládacími prvky, moderním neotřelým vzhledem, centrováním krajíců a výkonným topným tělesem s příkonem 1000 W nebo 1600 W. Topinkovač Smart DO941T jen doplňuje nabídku o ekonomickou, leč vzhledově velmi povedenou nerezovo-černou verzi o výkonu 850 W.

Jako top výrobek lze bez nadsázky označit čtvrtou novinku DOMO, a to skleněný topinkovač DO444T. Vysoký příkon tělesa 1100 W, opláštění škrábaným nerezem a výsuvné skleněné stěny staví tento přístroj na samý vrchol nabídky na českém trhu. Nadstandardní funkce pečení baget jen podtrhuje jeho výjimečnost.

Kuchyňské váhy

Také nabídka kuchyňských vah byla rozšířena o jeden zajímavý model ve 4 pastelových barvách (DO9105W až DO9108W). Rozměrná skleněná plocha je osazena velkým, dobře čitelným displejem s rozměry 129 × 25 mm. Váhu lze v kuchyni umístit ve 3 polohách – zavěšenou na zdi, postavenou jako obrázek nebo standardně položenou.

Maximální váživost 10 kg s přesností 1 g nemá na trhu konkurenci a navíc je vybavena několika dalšími unikátními funkcemi:

1. Minutka
2. Teploměr
3. Kalendář
4. Hodiny
5. Vlhkoměr

V jednom přístroji tak může spotřebitel využít 6 funkcí za více než přijatelnou cenu!



GORENJE B500W

Bílý stolní mixér patří mezi výrobky tradiční koncepce. O jeho chod se stará motor s příkonem 410 W, pro nějž lze nastavit 2 výkonové stupně. Alternativou je použití funkce Pulse pro nejvyšší výkon po dobu držení voliče v dané pozici. Transparentní plastová nádoba má objem 1,5 l. Stabilitu mixéru zajišťují gumové nožičky.



KENWOOD BLEND-X PRO BLM800WH

Mixér vyšší třídy s unikátními víceúrovňovými čepelemi MultiZone a nebývale výkonným 1400W motorem představila značka Kenwood podrobně v minulém vydání SELLu na straně 32. Ve stručnosti se jedná o zařízení s 6 přednastavenými programy a elektronicky kontrolovanou variabilní rychlostí. Pro použití stačí jen stisknout tlačítko Koktejly, Jemné sekání, Drcení ledu, Polévky, Hrubé sekání a Opláchnutí. Nože ve 3 vrstvách a inteligentní motor se už postarají o dokonalé zpracování vložených surovin. Skleněný džbán má objem 1,6 l. Novinka je k objednání pro vaše obchody od letošního dubna.

PHILIPS DAILY COLLECTION HR2105/00

Z portfolia nizozemského výrobce jsme zvolili březnovou novinku v podobě cenově dostupného mixéru s hvězdicovitým nožem ProBlend4. Chod přístroje zajišťuje motor s příkonem 400 W, jehož výkon se reguluje otočným ovladačem. Philips nezapomíná ani na pulzní chod. Nádoba s objemem 1,5 l je vyrobena z kvalitního skla.



ZELMER 32Z012

Výběr stolních mixérů i celý přehled uzavírá výrobek značky Zelmer, která už spadá pod koncern BSH. Mixér s 600W motorem je vhodný k přípravě koktejlů, polévek, dětské stravy i drcení ledu. Zpracování surovin probíhá v 1,5l skleněné nádobě a možné je volit z 2 rychlostí chodu. Základna stojí na gumových protiskluzových nožičkách.

KUCHYŇSKÉ ROBOTY A MIXÉRY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

ZÁJEM O TENTO SORTIMENT ROSTE. ZA LOŇSKÝ ROK¹ SE VE SLEDOVANÝCH ODBYTOVÝCH CESTÁCH² ZVÝŠILY TRŽBY ZA KUCHYŇSKÉ ROBOTY A MIXÉRY³ TÉMĚŘ O 20 %, PŘIČEMŽ NÁRŮST POKRAČOVAL I V PRVNÍCH DVOU MĚSÍCÍCH LETOŠNÍHO ROKU.

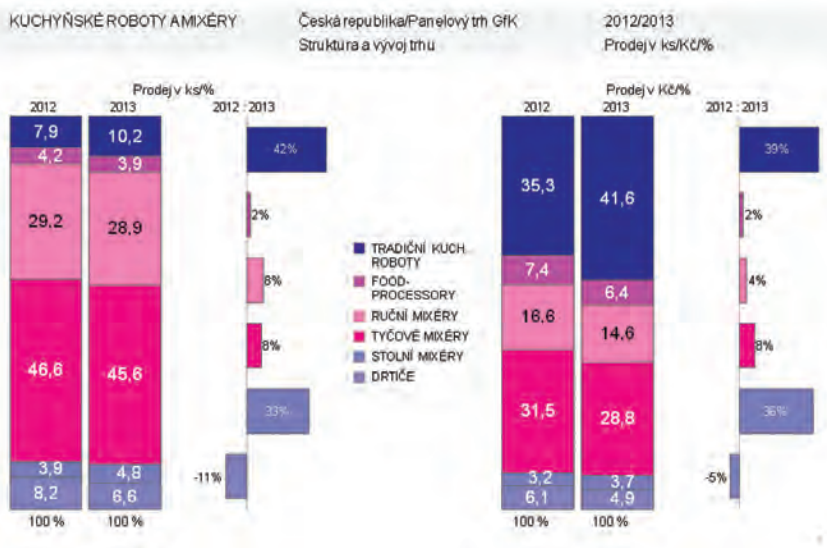
Větší část sledovaného sortimentu drobných domácích elektrospotřebičů zaznamenala v minulém roce přírůstek v obratu, nárůst u kuchyňských robotů a mixérů patřil k těm nejvýraznějším. Podíl této skupiny na celkové hodnotě prodeje sektoru drobných domácích elektrospotřebičů narostl v minulém roce na 17 %, v prosinci představoval už 21 %. Úspěšný byl pro rostoucí poptávku po kuchyňských robotech a mixérech poslední kvartál roku, zejména říjen a listopad, tržby však meziročně rostly dvouciferným tempem i v prvním čtvrtletí 2013.

Tahounem trhu tradiční kuchyňské roboty

Sledované typy kuchyňských strojů, tj. tradiční kuchyňské roboty, ruční i tyčové mixéry, food procesory a stolní mixéry, meziročně vzrostly v objemu i obratu, jedinou výjimkou byly drtiče. Největšího nárůstu dosáhly tradiční kuchyňské roboty, a to zhruba 40 % v kusech i v korunách. Do celkového obratu komodity se vloni promítly ze 42 %, přitom průměrně⁴ za ně spotřebitelé zaplatili 5500 korun⁵. Nejpočetněji prodávanou skupinou zůstaly i v minulém roce tyčové mixéry, které se na celkové poptávce podílely ze 46 %, se 30 % podílem následovaly ruční mixéry. Zájem o oba tyto segmenty meziročně vzrostl stejným tempem – téměř o desetinu.

Cenové rozvrstvení trhu

Tradiční kuchyňské roboty představují nejdražší část sortimentu skupiny, i když meziročně se prodávaly za cenu o 100 korun nižší. Pokles průměrné ceny zaznamenaly také ruční mixéry, v průměru o 4 %. Dvě třetiny poptávky po kuchyňských robotech a mixérech tvořily



v minulém roce výrobky, které se prodávaly za cenu v průměru do tisíce korun. Tato část trhu se v celkových tržbách projevila 30 %. Průměrná investice do sledovaných kuchyňských strojů představovala v minulém roce částku 1300 korun.

Tyčové vs. ruční mixéry

V uplynulém roce převýšily prodeje tyčových mixérů objem ručních mixérů 1,6krát, převýšení v hodnotě už dosáhlo dvojnásobku. Nejvýrazněji vzrostla meziročně poptávka po tyčových mixérech v ceně 800 až 1000 korun, modely s cenou nižší než 800 korun přitom tvořily přes polovinu prodejů. Naopak prodeje ručních mixérů v ceně 800 až 1000 korun meziročně klesaly, rostoucím segmentem byl levnější sortiment za 400 až 800 korun.

Tradiční kuchyňské roboty vs. food procesory

Meziroční srovnání objemu i hodnoty prodeje skončilo v každém z loňských měsíců u tradičních kuchyňských robotů v kladných číslech. Pokles však vykazala průměrná cena, a to od loňského září až do prosince, v průběhu roku přitom neklesla pod 5100 korun. V největší míře rostl zájem kupujících o přístroje za cenu do 4 tisíc korun a následně pak také o ty dražší za cenu vyšší než 8 tisíc korun.

Food procesorům se relativně nejlépe dařilo v meziročním srovnání ve čtvrtém čtvrtletí, zejména v listopadu, kdy se jich prodalo téměř o polovinu více než před rokem. Zhruba 60 % loňského objemu představovaly přístroje v ceně do 2 tisíc korun, výrazný nárůst zaznamenaly food procesory ceny 1500 až 2000 korun.

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, případně kontaktujte Zdeňka Bártu, Consumer Choices Directora CZ&SK (zdenek.barta@gfk.com).

¹ Meziroční srovnání znamená období I–XII 2013 vs. I–XII 2012.

² Elektroprodejny, nesespecializované prodejny (hypermarkety, Cash & Carry, obchodní domy, nesespecializované čistě internetové prodejny a IT prodejny).

³ Kuchyňské roboty a mixéry zahrnují tradiční kuchyňské roboty, food procesory, tyčové a ruční mixéry, dále stolní mixéry a drtiče (choppers). U food procesorů vystupuje nástavec svisle v uzavřené pracovní nádobě, zatímco u tradičních kuchyňských robotů je spouštěn z vodorovného ramene zpravidla do otevřené pracovní nádoby. Tradiční kuchyňské roboty bývají navíc již ve standardní výbavě doplněny širším příslušenstvím s možností dokoupení dalšího.

⁴ Vážena počtem prodaných kusů.

⁵ Zaokrouhlena na stovky korun.

Tržby BSH byly loni rekordní, firma hodlá investovat stovky milionů eur do své budoucnosti

KDYŽ V SELLU PÍŠEME, ŽE NĚKTERÝM HRÁČŮM Z KATEGORIE DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ CHYBÍ VIZE A PEVNÁ STRATEGIE PRO ROZVOJ V PŘÍŠTÍCH LETECH, ROZHODNĚ NENÍ ŘEČ O SPOLEČNOSTI BSH BOSCH UND SIEMENS HAUSGERÄTE, KTERÁ STOJÍ NA OPAČNÉM KONCI TOHOTO POMYSLNÉHO SPEKTRA FIREM. JEJÍ TRŽBY LONI POPRVÉ PŘEKROČILY 10 MILIARD EUR A FIRMA MÁ PEVNÝ FINANČNÍ ZÁKLAD PRO SVŮJ DALŠÍ RŮST – CHCE VÝRAZNĚ POSÍLIT NA GLOBÁLNÍ ÚROVNI I V JEDNOTLIVÝCH REGIONECH, KTERÉ MAJÍ VELKÝ EKONOMICKÝ POTENCIÁL.

Německý koncern BSH upevnil loni svou pozici světové trojky mezi výrobci domácích spotřebičů a meziročním nárůstem příjmů o více než 7 %. Spokojenost, za níž stojí především dvouciferný růst na čínském trhu a v USA spolu s posílením vedoucího postavení v Evropě, se začne brzy promítat do aktivit firmy jak v regionálním kontextu, tak globálním. Zástupci české pobočky SELLu během dealerského dne BSH Hausmesse sdělili, že vznikla v německé centrále prorůstová strategie na příštích několik let, během nichž chce BSH viditelně zlepšit své postavení na světovém trhu. V redakci si to překládáme jako snahu posunout se z aktuální trojky na lepší pozici, což si samozřejmě vyžádá nemalé investice. Ne že by snad doteď firma usínala na vavřínech – vždyť jenom loni dala na výzkum a vývoj více než 3 % svých 10miliardových tržeb a zvýšila počet svých zaměstnanců na zhruba 50 000.

Generální ředitel BSH dr. Karsten Ottenberg k výsledkům uvedl: „S konsolidovanými tržbami přes 10 miliard eur jsme dosáhli významného milníku v historii společnosti a nyní jsme připraveni na další skvělé vyhlídky, na budoucí mezinárodní růst. Máme za sebou mimořádně úspěšný rok a hodláme v tomto úspěchu pokračovat. Chceme dále posílit postavení na světovém trhu a ziskovým růstem trh dále překonat.“

Americko-čínská pohádka

V nástupu ekonomické krize, která dopadla především na rozvinuté země, byly Spojené státy považovány za takové zlobivé dítě světové ekonomiky. Vždyť právě hypoteční krize v USA



odstartovala šíření nákazy do celého světa a americká ekonomika v důsledku toho začala pokulhávat. V roce 2008 činil její propad (HDP) sice pouhých –0,3 %, ale v roce 2009 už to bylo –3,1 %. O rok později se zase vrátila k růstu, zatímco Evropa zápasila s problémy kvůli jižním státům Unie, Irsku a některým dalším. To, že evropský trh s domácími spotřebiči v důsledku nejistoty a neochoty lidí napříč starým kontinentem utrácet, značně pokulhává, píšeme často. Naproti tomu Severní Amerika v čele s USA vykazuje jak celkový růst ekonomiky, tak růst trhu domácích spotřebičů. Tamní významní hráči, jako Whirlpool, GE či Electrolux,

Dr. Karsten Ottenberg, generální ředitel BSH Bosch und Siemens Hausgeräte



BSH je jedničkou českého trhu v kategorii myček nádobí. Montují se například i v německém Dillingenu.



BSH investuje do vývoje nových produktů nemalé prostředky. Jedním z výsledků je technologické centrum pro kategorii praní a sušení v Berlíně. Vývojová centra má však také mimo Německo, poměrně nově také v Číně, Polsku či Turecku.



Fotka z výrobního závodu v německém Bretteunu. Vznikají zde trouby či odsavače par.

vydávají každé čtvrtletí tiskové zprávy, informující, jak na americkém trhu rostou a investují. Není překvapivé, že právě Severní Amerika je nyní v hledáčku BSH jako jeden z trhů, na který se firma soustředí.

Prioritou zůstává samozřejmě také Čína, jejíž tempo růstu sice zpomaluje, nicméně jde o obrovský trh, na kterém přetrvává obrovský hlad po všem evropském a americkém. Značky Bosch a Siemens jsou zde schopné oslovit miliony zákazníků a v BSH jsou si toho vědomi. Zájem o evropské značky se netýká pouze Číňanů, tudíž bude BSH investovat do svého působení v celém asijsko-pacifickém regionu.

Evropa a okolí

V západní Evropě má BSH výsadní postavení a její výrobky patří mezi nejžádanější napříč všemi produktovými kategoriemi. Odlišná situace je ve

východní Evropě, kde hledala firma klíč k odemčení svého potenciálu několik posledních let. Zdá se, že ho našla v polském výrobci Zelmer, kterého koupila a integrovala do svých struktur. Zelmer je velmi oblíbenou a úspěšnou značkou právě v Rusku a dalších východoevropských zemích a BSH se s jeho pomocí bude snažit zajistit významný růst také pro své značky Bosch a Siemens.

Nijak překvapivé není potom oznámení firmy, že se chce kromě předchozích zmiňovaných zemí zaměřit ještě na Turecko a Blízký východ. Není sama, nalistujte na stranu 32 v březnovém vydání, kde jsme se věnovali nové strategii Indesitu, v níž je klíčovou zemí

právě Turecko. S dynamicky rostoucí ekonomikou, vládními pobídkami pro zahraniční investory a 75milionovou populací je pro výrobce domácích spotřebičů v okolí Evropy doslova zemí zaslíbenou – a to jak z hlediska výroby, tak následných prodejších.

Bude zajímavé sledovat, jak se BSH popere s rostoucím významem asijských značek, zejména Samsungu, jehož neskrývané snaze stát se rychle lídrem světového trhu s domácími spotřebiči se věnujeme v názorové rubrice na straně 46. Nikdo z velkých výrobců rozhodně nezůstává pozadu a souboj západní tradice a asijské dravosti je na spadnutí.

Lubor Jarkovský

Daniel Kowala: Stabilizace dodávek spotřebičů Brandt a De Dietrich je pro nového vlastníka prioritou

PÁD ŠPANĚLSKÉHO FAGORU ZPŮSOBIL MINIMÁLNĚ V EVROPĚ ZNAČNÉ ZEMĚTŘESENÍ NA TRHU DOMÁČÍCH SPOTŘEBIČŮ, KTERÝ DO TÉ DOBY NĚKOLIK LET ŽÁDNÉ VÝZNAMNÉ KRACHY NEPOZNAMENALY. VZNIKLÁ SITUACE OVLIVNILA ZÁSADNĚ TAKÉ FRANCOUZSKÉ ZNAČKY BRANDT A DE DIETRICH, KTERÉ MÁ V ČESKU V DISTRIBUCI SPOLEČNOST ELMAX STORE. O BUDOUCNOSTI OBOU ZNAČEK JSME SI POPOVÍDALI S JEJÍM OBCHODNÍM ŘEDITELEM DANIELEM KOWALOU.

Od loňského podzimu je tématem číslo jedna v oblasti domácích spotřebičů pád španělského Fagoru. Otazníky také visely nad francouzskými značkami Brandt a De Dietrich, které má v distribuci vaše společnost. Jak se situace vyvinula v posledních týdnech?

Po vyřešení právních otázek a vlastnictví značek se pro francouzskou část (bývalá společnost FagorBrandt, pozn. redakce) podařilo získat investora, kterým je alžírská skupina CEVITAL. Jde o koncern s obratem 3,47 miliardy USD za rok 2013. Tímto vznikla nová společnost BRANDT FRANCE stoprocentně vlastněná koncernem CEVITAL. Tento nový vlastník má zájem zachovat a dále rozvíjet značky Brandt a De Dietrich na francouzském domácím trhu a také na exportních trzích, mimo jiné i v Česku a na Slovensku. Akvizici také provedl s účelem rozšířit svou nabídku a aktivity na trzích v severní Africe, na Středním východě a v pacifické Asii, například v Singapuru a Hongkongu.

CEVITAL hodlá zachovat většinu výroby i kanceláře francouzské centrály původního FagorBrandt. Čeho se ale chystá zbavit v rámci zefektivnění provozu nově vzniklé firmy BRANDT FRANCE?

Výběr části společnosti FagorBrandt, kterou CEVITAL koupil, představuje zdravé jádro této společnosti, které funguje a generuje zisk. Neefektivní části do své akvizice nezahrnul. Proto další redukci neočekávám a naopak jsou zde plány masivních investic do vývojového a designového centra ve Francii.



Jaké další změny nový vlastník chystá? Budou se týkat produktového portfolia, marketingu či jiných oblastí?

V současné době je hlavním úkolem nově vzniklé společnosti BRANDT FRANCE stabilizovat situaci na jednotlivých trzích a obnovení dodávek produktů, po kterých je aktuálně poptávka. Mezitím jsou nastartovány práce na tvorbě nového produktového portfolia pro rok 2015. Marketingově i obchodně můžeme očekávat větší orientaci na export, než tomu bylo doposud, což také prospěje sortimentu pro český trh. Cílem je vytvořit ze značek Brandt a De Dietrich technologicky a designově výjimečnou záležitost, která bude vyvolávat u zákazníků respekt a emoce.

A jak se příchod nového vlastníka promítne směrem k České republice, respektive k vám jako lokálnímu zastoupení značek Brandt a De Dietrich?

Je zde velký zájem o prodej a podporu trhu v České republice. Především vidíme společně s BRANDT FRANCE obrovský potenciál pro růst značky De Dietrich v segmentu prémiových spotřebičů. Zákazníci reagují na tuto značku velmi pozitivně a jsme pro ně svěží alternativou oproti německé konkurenci. Proto pracujeme již nyní na marketingovém konceptu, který osloví koncové zákazníky i distribuci a ukáže jim, jak chutná pravá francouzská kuchyně.

Není žádným tajemstvím, že vývoj v posledních měsících způsobil určité problémy ve výrobě a dodávkách zboží na trh. Kdy očekáváte úplnou stabilizaci situace?

Pokud mám být upřímný, tak jestli se ptáte na „úplnou stabilizaci“, tak na podzim, když budu konkrétnější, tak v říjnu. Jedná se hlavně o specifické modely pro český trh, jako je například trouba Brandt FP1030X a další. Nicméně hlavní portfolio výrobků budeme schopni dodávat již od června. Ve značce De Dietrich bude vývoj rychlejší, protože zde se soustředí veškeré síly a zdroje BRANDT FRANCE.

Máte bližší informace k dění ve Španělsku? Máme na mysli v samotném Fagoru. Je reálné, aby značka přežila? Nebo definitivně končí?

V této chvíli vím, že probíhají intenzivní jednání s investory týkající se prodeje některých výrobních závodů Fagor ve Španělsku. Jaký bude další vývoj, si netroufám odhadnout, nicméně Fagor se k situaci postavil čelem a vyřizuje zákaznické reklamace prostřednictvím gestora.

Jaké vidíte hlavní důvody vzniklých problémů? Vždyť ještě loni v září na veletrhu IFA oznamovali zástupci Fagoru joint venture s čínskou společností Haier, měsíc nato bylo všechno jinak.

Jako hlavní důvod vidím přílišnou orientaci skupiny Fagor na domácí trhy, tedy na Španělsko a Francii. Krize zasáhla Pyrenejský poloostrov opravdu citelně, nezaměstnanost zde dosahuje nějakých 26 %. Ačkoliv probíhaly restrukturalizační změny vedoucí k zefektivnění skupiny, propad domácího trhu byl rychlejší. Bohužel nikdo ani v nejčernějším scénáři neočekával propad španělského trhu o 70 %. Situace se navíc stále nelepší.

Vraťme se zpátky do České republiky. Pro Elmax Store jsou Brandt a De Dietrich stěžejní, ale v distribuci má firma ještě další značky. Které to jsou? A o jaké výrobky se jedná?

Pro nás je důležitá hlavně německá značka Blomberg, pocházející z koncernu Arçelik. V portfolio značky Blomberg jsou prémiové pračky, sušičky, chlazení a atraktivní nabídka vestaveb. Například prodej vestavných myček Blomberg vykazuje velmi pozitivní trend. Musím říct, že jsou svou kvalitou, úsporou vody i energie a vnitřním uspořádáním



opravdu výjimečné. V loňském roce jste mohli vidět spotřebiče Blomberg v pořadu Herbář v České televizi a letos hodláme tuto úspěšnou marketingovou podporu v tomto pořadu ještě rozšířit. Pracujeme také na intenzivní internetové komunikaci se zákazníkem. Distribuujeme také spotřebiče pod tradiční českou značkou Romo. Letos jsme výrazně rozšířili nabídku chlazení a nově jsme do sortimentu zařadili také atraktivní kombinované a sklokeramické sporáky. V neposlední řadě máme také zajímavou nabídku prémiových vestavných a volně stojících vinoték a archivačních skříní od francouzské značky Avintage.

Máte pro zákazníky připraveny nějaké významné produktové novinky?

V současné době uvádíme na český trh řadu 50 cm širokých sporáků ROMO, které jsou výjimečné svým poměrem ceny a vybavy. Vynikají obrovským vnitřním rozměrem trouby až 66 l, 10 programy včetně horkovzduchu, teleskopickými výsuvy a spoustou vychytávek, jako jsou například snadno rozebíratelná skla dveří. V nabídce máme také plynové sporáky se skleněnou varnou plochou desky, které na českém trhu chybí, a to jak v bílém, tak v nerezovém provedení. Novinkou pod značkou ROMO bude také uvedení úsporného a cenově dostupného chlazení v energetické třídě A+++.



První čtvrtletí většinu výrobců překvapilo, na některé doléhají geopolitické problémy na Ukrajině

VĚTŠINA VÝROBCŮ, JEJICHŽ FINANČNÍ VÝSLEDKY JSME OBDRŽELI V RÁMCI TRADIČNÍCH E-MAILOVÝCH NEWSLETTERŮ Z JEJICH CENTRÁL, MŮŽE BÝT S PRVNÍMI TŘEMI MĚSÍCI ROKU 2014 SPOKOJENA. NAPŘÍKLAD AMERICKÝ WHIRLPOOL SE POCHLUBIL REKORDNÍM PROVOZNÍM ZISKEM. FIRMÁM SE SILNOU POZICÍ VE VÝCHODOEVROPSKÝCH ZEMÍCH DĚLAJÍ VRÁSKY TAMNÍ NEPOKOJE – DOKONCE SE PROMÍTLY I DO JEJICH FINANČNÍCH VÝSLEDKŮ.

Arçelik

Turecký výrobce, kterému patří například značky BEKO, Blomberg či Grundig, ohlásil příjmy v hodnotě 1346 milionů dolarů, což je více než 15% nárůst ve srovnání s prvním kvartálem roku 2013. Čistě v kategorii domácích spotřebičů stoupla hodnota prodeje o 16,2 % a firmě se dařilo i v dalších segmentech. Očekávan je během roku 2014 další nárůst tržního podílu v klíčových regionech. Na domácí půdě v Turecku předpokládá Arçelik růst prodeje v kusech na úrovni 1 až 2 %. Na mezinárodní půdě potom o více než 8 %.

Electrolux

Švédský výrobce si také nemůže na první kvartál roku 2014 stěžovat, protože mu mírně stouply prodeje a bylo dosaženo lepšího výsledku než loni. Celkově prodal spotřebiče v hodnotě 3919 milionů dolarů a rostl ve všech segmentech svého podnikání. V USA se vlivem špatného počasí v lednu a únoru příliš neprodávalo, ale během března Electrolux vše dohnal a dosáhl stejných výsledků jako loni. Firma také ohlásila, že zavírá svou továrnu na varnou techniku v L'Assomption v Kanadě a přesouvá ji do zbrusu nového závodu v americkém Memphisu.

Už několik kvartálů v řadě nehlásil Electrolux ve svých hospodářských výsledcích pozitivní zprávy ve vztahu k evropskému trhu. Nyní dochází

konečně ke změně a divize velkých spotřebičů dosáhla v západní Evropě 2 % a ve východní dokonce 4 %. Výrazné zlepšení bylo zaznamenáno především na německém trhu a překvapivě také v Itálii, Španělsku a Portugalsku. I v Polsku, severovýchodních zemích a zemích Beneluxu došlo krůtkým prodejem, zatímco Velká Británie a Švýcarsko vykázaly negativní trend. V Evropě se také zvýšily prodeje malých spotřebičů Electrolux, a to především vysavačů včetně těch bateriových a prémiových řad dalších malých pomocníků do domácnosti.

Indesit

Italské Indesit Company se dlouhodobě daří a její šéf Marco Milani očekává pokračování růstu prodeje díky zlepšování prodeje hlavně v západní Evropě. Stejně jako Electrolux jmenoval Milani i svou domácí Itálii. Celkově by měl tak podle jeho očekávání dopadnout letošní rok lépe než ten loňský. V prvním kvartálu totiž Indesit zaznamenal nárůst dodávek spotřebičů na západoevropské trhy o 2,3 % a na východoevropské o 1 %. Do výsledků z východní Evropy ovšem zasáhla ukrajinská krize – podepsala se na prodejích jak na samotné Ukrajině, tak například v Rusku. Může za to hlavně propad hodnoty ruského rublu a ukrajinské hřivny. Milani proto oznámil, že na posilování eura vůči dalším měnám už Indesit reagoval a podnikl adekvátní kroky.



LG

Korejský gigant dosáhl v prvním kvartálu 1,2% růstu svých příjmů a může se pochlubit i čistým ziskem 86,62 milionu dolarů. Když se podíváme čistě na divizi domácích spotřebičů, zde došlo k 4% poklesu hodnoty prodeje při srovnání prvního čtvrtletí let 2014 a 2013. Růst na úrovni 9 % na domácím trhu nedokázal kompenzovat propad v dalších regionech. Přesto tisková zpráva informuje o provozním zisku 102,15 milionu dolarů – dosaženo ho bylo snížením nákladů v celé řadě oblastí. LG nyní uvádí na řadu trhů nové modely chladniček a praček, které by měly v dalších měsících zajistit návrat k růstu.

Whirlpool

Americký Whirlpool oznámil na jaře dosažení rekordního zisku v loňském roce a nyní už hlásí rekordní zisk za první kvartál. Prodál totiž spotřebiče v hodnotě 4,4 miliardy dolarů a dosáhl zhruba 6% růstu. Provozní zisk (GAAP) činil 281 milionů dolarů.

V Severní Americe stoupla hodnota prodeje o 4 %, a vykázala tak pokračování růstu z předchozích období. Za celý rok 2014 očekává Whirlpool v Americe navýšení dodávek zboží o 5 až 7 %. Evropa, Střední východ a Afrika zaznamenaly růst také o 4 %, a Latinská Amerika dokonce o 11 %.





Nová generace myček Whirlpool.

Dokonale **čisté** a **suché**
nádobí za **1 hodinu.**



Aktivní sušení
PowerDry.

Konec kapkám i na plastovém
nádobí.



Volně stojící
i vestavné modely.

Energetická třída A+++.



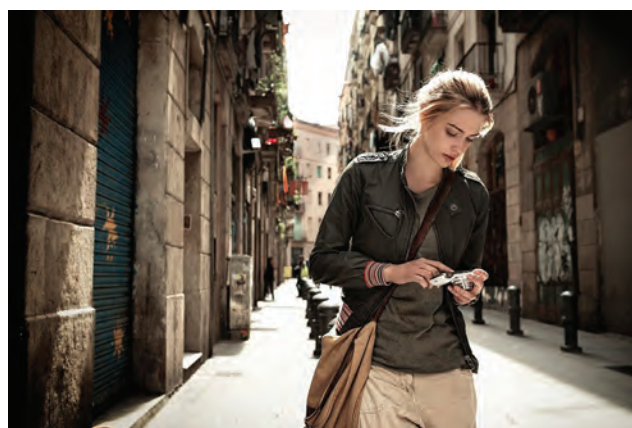
Speciální trysky
PowerClean™.

Záruka odstranění silných nečistot
bez předmytí.

www.whirlpool.cz

Facebook Audience Network: Mobilní reklamní síť Facebooku oficiálně spuštěna

LETOS 30. DUBNA POŘÁDAL FACEBOOK SVOU UŽ PÁTOU KONFERENCI F8, JIŽ TRADIČNĚ VĚNOVANOU VYHLÁŠENÍ NOVINEK Z JEHO DÍLNY. MARK ZUCKERBERG A JEHO LIDÉ TOHO BĚHEM NĚKOLIKA HODIN PŘEDSTAVILI OPRAVDU HODNĚ, TÍM NEJDŮLEŽITĚJŠÍM OZNÁMENÍM ALE BYLA NOVÁ MOBILNÍ REKLAMNÍ SÍŤ FACEBOOK AUDIENCE NETWORK. PROČ JI FACEBOOK SPUSTÍ, CO S NÍ ZAMÝŠLÍ A JAK BUDE NOVINKA FUNGOVAT?



Když se řekne sociální síť, vybaví si většina lidí Facebook. Za deset let existence se této firmě podařilo vybudovat si nebývale silnou pozici a stát se marketingovým nástrojem, lákat miliardu a čtvrt aktivních uživatelů a to všechno přetavit v pohádkové miliardové příjmy.

Sociální síť přitom má nejen obrovskou uživatelskou základnu, ale také o této základně ví dost na to, aby umožňovala na ni velmi detailně cílit reklamou. Společnost sice na této reklamě vydělává miliardy dolarů ročně, ale s nepodstatnými výjimkami výhradně na své vlastní doméně facebook.com a ve svých vlastních mobilních aplikacích.

Facebook přitom má skvělou pozici na to, aby se svými informacemi pomohl zacílit i uživatele mimo své vlastní služby. Většina uživatelů se z největší sociální sítě vůbec neodhlašuje, což mimo jiné umožňuje fungování sociálních pluginů (například tlačítko Like nebo plugin pro facebookové komentáře u článků). Není žádný důvod, aby na stejném principu Facebook necítil na uživatele mimo své vlastní služby také reklamu. Mimo jiné by to pro něj znamenalo obrovský potenciál tvorby dalších příjmů, na které nyní nedosáhne.

To všechno je samozřejmě jasné i samotné společnosti, a tak není divu, že už od roku 2012 tímto směrem dělá

první experimentální krůčky. Od počátku roku 2014 pak už zcela otevřeně testuje projekt, u něhož se nijak netají tím, že do fungující mobilní reklamní sítě chybí jen nějaký ten krůček.

Dostaveníčko na západním pobřeží

Ve středu 30. dubna přípravy vyvrcholily a Facebook novou mobilní reklamní síť představil na své developerské konferenci f8 v San Francisku. Program konference sice obnášel další zajímavosti, z větší části ale šlo o novinky významné pouze pro developery aplikací, z menší části i pro uživatele. Z pohledu marketingu co do důležitosti vyčnívalo právě představení nové reklamní sítě pojmenované Facebook Audience Network.

Nová síť bude nabízet všechny existující možnosti cílení reklamy na Facebooku, včetně pokročilých nástrojů typu Custom Audiences. I veškeré měření výkonnosti a statistik efektivity reklam bude stejné jako to, které marketéři na Facebooku znají z nynějška.

Oproti některým dřívějším zprávám, které mluvily o aplikacích a mobilním webu, Facebook síť představil jako určenou čistě pro mobilní aplikace. To spolu s dalším oznámením Facebooku, novinkou zvanou AppLinks, s jejíž pomocí chce Facebook propojit

aplikace mezi sebou, obdobně jako je nyní pomocí odkazů propojen klasický web, může znamenat, že Facebook s mobilním webem už vůbec nepočítá a všechno sází pouze na aplikace.

Pokud jde o reklamní formáty, bude Facebook nabízet celkem tři. Klasický IAB banner, IAB interstitial a nativní reklamy přizpůsobené na míru každé aplikaci. Všechny reklamy nicméně budou mít takové parametry, aby jim marketéři, kteří již na Facebooku inzerují, nemuseli věnovat zvláštní pozornost. Věvšechných reklamních formátech totiž půjde použít stejné obrázky, jaké patří i do reklam na Facebooku. A aby to bylo skutečně jednoduché, inzerovat přes reklamní síť Audience Network půjde ze všech reklamních rozhraní, z nichž nyní lze inzerovat na Facebooku.

Facebook novinku hodlá nadále testovat a postupně rozšiřovat počet partnerů, kteří jsou do ní zapojeni. Pro všechny ostatní ji slibuje spustit během několika měsíců. Pro marketéry se tím otevře zcela nový prostor, jak s velmi přesnými možnostmi cílení oslovit mobilní uživatele. To je skvělá zpráva, o to důležitější, že možnosti cílení uživatelů na mobilech zatím stále mají závažné nedostatky. Dokáže je Facebook napravit? To nám všem brzy ukáže.

Jindřich Lauschmann



NOVÉ LEDNÍČKY CANDY KRIÓ VITAL EVO



www.candy-hoover.cz
www.facebook.com/candyceskarepublika



Anti-age Treatment

 HUMIDITY CONTROL	 SILENT	 BEST ENERGY PERFORMANCE	 25kg
--	---	--	---



Prémiové chlazení amerického typu

NENÍ MNOHO DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ, KTERÉ BY BYLY OBJEKTEM TOUHY, NA ROZDÍL OD MOBILNÍCH TELEFONŮ NEBO LUXUSNÍ HI-FI TECHNIKY. AMERICKÁ CHLADNIČKA VŠAK DO TÉTO VYBRANÉ SKUPINY SPADÁ. I KDYŽ NEJDE Z HLEDISKA OBJEMU PRODEJŮ O NIJAK ZÁSADNÍ SKUPINU, MÁ NA TRHU PEVNÉ MÍSTO.

Letošní „chladicí sezonu“ zahájil magazín SELL už v minulém vydání zaměřeném na vestavby, v němž redaktoři obecně rozebrali trh s chladicí technikou a přinesli přehled vestavných chladniček s mrazákem dole. V pondělí 12. května pak vyšel v deníku E15 čtrnáctistránkový speciál na téma „Chlazení“, který dodala vydavatelství Mladá fronta na klíč redakce SELLu. Vznik speciálu opět umožnily přední firmy z oboru výroby a distribuce domácích spotřebičů. Obsáhlost rubriky a množství informací, které předáváme prostřednictvím E15 také běžným spotřebitelům, nemá na české mediální scéně obdoby, a proto na jarní vydání navážou na podzim další.

V rámci SELLu jsme se rozhodli letos vstoupit do kategorie volně stojících chlazení z vrchu, tedy od amerických neboli side by side chladniček. V příštím vydání pak přineseme přehled klasických kombinací s mrazákem dole a podíváme se také na rostoucí trh 70cm modelů.

Americká klasika

Alternativní název „side by side“, tedy doslovně přeloženo „bok po boku“, indikuje, že je více než 90 cm široký spotřebič rozdělen vertikálně na chladicí a mrazicí část. Mrazák se nachází na pravé straně a chladnička na levé. Jde o klasickou koncepci americké chladničky, kterou znají v novém světě už desítky let. Obměna modelů vzhledem k menším prodejnám na českém trhu neprobíhá zas tak často a množství značek má aktuálně na trhu zástupce, jež představily na jaře roku 2012. Neznamená to ovšem, že by šlo o zastaralé typy. Povětšinou jsou v energetické třídě A+, a některé dokonce A++, což je v kategorii SBS chlazení zatím nejvyšší dosažená třída. Na A+++ si budeme muset ještě počkat. Mezi běžnou funkční výbavu patří technologie No Frost, filtrace vzduchu a elektronická regulace teploty.

Inovativní koncepce

Jelikož má tradiční „amerika“ své nevýhody v podobě často užšího mrazicího prostoru, ve kterém ještě zabírá dost místa nápojový automat pro výdej vody a ledu, přišli už před lety někteří výrobci s modifikacemi. Populární je čtyřdveřová koncepce s horizontálním rozdělením spotřebiče mezi chladicí a mrazicí část. Horní polovina s nadstandardně širokými policemi slouží ke skladování čerstvých potravin, překrývají ji dvoukřídlá dvířka. Dolní část je pak věnována mrazáku – má dvě zcela oddělené části se standardně širokými šuplíky. Jedna z částí může mít i variabilně nastavitelnou teplotu, aby ji bylo možné používat jako mrazák nebo jako chladničku. Trochu odlišné jsou řešené takzvané „french door“ modely. Chladicí část mají skrytou stejně jako ty čtyřdveřové za dvoukřídlými dvířky. Mrazák ale už tvoří 2 zcela separátně otevíratelné šuplíky. V každém případě není ani u těchto, ani u čtyřdveřových modelů takovým standardem integrace nápojového automatu pro výdej chlazené vody, ledu a ledové tříště, který u běžných amerických chladniček zabírá poměrně dost prostoru v mrazicí části. U čtyřdveřových modelů se s ním setkat samozřejmě lze (BEKO), ale někteří výrobci ho neintegrují, aby zvětšili prostor pro uložení potravin. Určitou alternativou jsou automatizované výrobky ledu, kdy se v chladicí části nachází nádoba na vodu (nutno manuálně doplňovat) a dole v mrazáku potom šuplík, do něhož padá vyrobený led (výrobek se nachází v prostoru mezi horní chladicí a dolní mrazicí částí). Takový systém nabízí společnost Sharp.

Do amerických chladniček už nejsou řazeny modely s šířkou okolo 70 cm, ačkoliv některé se jim velmi blíží. Například Hotpoint Quadrio je vlastně takovou „french door“ chladničkou, byť pouze se šířkou 70 cm.

Jak vidno, tradiční rozdělení chladicí techniky už vlastně dnes tak úplně neplatí a máme na trhu více než jen modely s mrazákem nahoře, dole a klasické side by side. Snaha výrobců vyhovět individuálním požadavkům zákazníků je nutná přicházet na trh s odlišně pojatými chladničkami, které stojí mezi dvěma běžnými kategoriemi nebo upravují původní pojetí spotřebiče.

AEG S86090XVX1

Tradiční americká chladnička v energetické třídě A+ má na pravé straně 348l chladicí prostor a na levé 179l mrazák. Ve dveřích mrazáku se nachází dávkovač vody a ledu, ve dveřích chladničky zase sekundární výklopná dvířka, takzvaný domácí bar pro rychlý přístup k chlazeným nápojům, kterým navíc uniká minimum chladného vzduchu ven. Spotřebič je řízen elektronicky, využívá dotykového ovládání a nabízí nízkoteplotní zásuvku pro skladování masa a ryb. Mrazák je typu No Frost, u AEG uváděného jako Frost Free. Za rok spotřebuje tato chladnička 442 kWh. Její mrazicí kapacita činí 13 kg / 24 h a akumulační doba 4 h. Čelní strana je nerezová s ochranou proti otiskům prstů.



BEKO GNE 134630 X

Čtyřdveřová chladnička značky BEKO má svou horní část vyhrazenou pro 380l chladničku s extraširokými policemi, zásuvkami a dávkovačem vody. Prostor pro uchovávání ovoce a zeleniny prosvětluje „Aktivní modré světlo“, zajišťující pokračování procesu fotosyntézy – výsledkem je prodloužení čerstvosti těchto potravin. Mrazák má objem 155 l. Chladicí systém Active Dual Cooling s oddělenými okruhy pro chladničku a mrazák vytváří optimální teplotu a vlhkost, technologie No Frost zase zamezuje vzniku námrazy a integrovaný ionizátor neutralizuje bakterie. Součástí chladničky je také 25l nulová zóna – lze u ní ale měnit teplotu od -24 °C do +10 °C. Mrazicí kapacita spotřebiče činí 13 kg / 24 h a akumulační doba 15 h. Celkově spadá se spotřebou 355 kWh do energetické třídy A++.



Bosch KAN60A45

Přední německou značku z koncernu BSH zastupuje model energetické třídy A+ s roční spotřebou 447 kWh při celkovém užitém objemu 510 l. Chladicí část má konkrétně 346 l a bezmrazová No Frost mrazicí část 164 l. U chladničky naleznete oddělenou elektronickou regulaci teploty pro obě zóny, dávkovače vody a ledu a výklopný domácí bar pro rychlý přístup k chlazeným nápojům. V chladicí části se stará o rovnoměrnou distribuci chladného vzduchu systém MultiAirflow. Zařízení nepostrádá ani funkce jako superchlazení a supermrazení. Kapacita mražení dosahuje hodnoty 10 kg / 24 h, akumulační doba 5 h.



Blomberg KQD 1360 XA++

Tradiční německá značka s více než 120letou historií patří dnes spolu se značkou BEKO do koncernu Arçelik. Značku v Česku ale zastupuje firma Elmax Store. Při pohledu na tento model jsou sdílené vývojové laboratoře obou značek znát. Jedná se také o čtyřdveřovou chladničku s dávkovačem vody/ledu a domácím barem. Najdete u ní 385l chladicí, 155l mrazicí a 77l variabilní část. Nechybí ani nulová zóna nazývaná u Blombergu jako Super fresh přihrádka. Mezi další výbavu se řadí technologie No Frost, ionizační filtr či Modrá zóna pro ovoce a zeleninu (stejně vlastnosti jako u zástupce BEKO). Chladnička v energetické třídě A++ spotřebuje ročně 355 kWh, má mrazicí výkon 13 kg / 24 h a akumulační dobu 15 h.



Chlazení na českém trhu podle GfK

Zájem o chladničky a kombinace nadále roste. Za první dva měsíce letošního roku se jich ve sledovaných obchodních cestách prodalo o 6 % více, zatímco v loňském roce vzrostla poptávka meziročně o necelá 2 %. Podobně jako při celoročním srovnání také v úvodu letošního roku rostla průměrná cena prodávaných výrobků. Přírůstek tržeb tak za první dva letošní měsíce přesáhl desetinu, za loňský rok se přiblížil 5 %.

V minulém roce se chladničky typu „side by side“ na celkové poptávce podílely 1,5 %. Do hodnoty prodeje celé komodity se tento segment vloni promítl 4 %,

tedy dílem o půl procentního bodu menším než v roce 2012. Poptávka po tomto sortimentu meziročně klesla téměř o desetinu, zatímco například u tří- a vícedveřového chlazení zůstala na stejném objemu, ale takřka o pětinu se zvýšily tržby.

V průměru investovali kupující v minulém roce do side by side chlazení 25 900 korun, tedy zhruba o 500 korun více než před rokem. Nejvíce byli ochotni zaplatit těsně před Vánocemi, v prosinci, a to 27 600 korun. Nárůst průměrné ceny pokračoval i v úvodu letošního roku, kdy se přehoupl přes 28 tisíc korun.

Zdroj:

Zdeněk Bárta
Consumer Choices
Director CZ&SK,
GfK Czech





Electrolux EAL6142BOX

Z portfolia amerických chladniček Electrolux zařazujeme model s technologií TwinTech, kterou tvoří 2 oddělené chladicí okruhy. Systém udržuje v chladicí části optimální teplotu a vlhkost, v mrazničce potom teplotu. Mrazení je typu No Frost (Frost Free). Chladnička poskytuje objem 348 l a mrazák 179 l. Z dalších prvků je potřeba zmínit dávkovač vody a ledu, domácí bar (výklopná dvířka s přímým přístupem k nápojům), LED osvětlení vnitřního prostoru a teplotně vari-

abilní zásuvku s nastavením -3°C pro maso, -1°C pro ryby a $+3^{\circ}\text{C}$ pro ovoce a zeleninu. Celý spotřebič nese označení energetické třídy A+ a spotřebuje 442 kWh za rok. Jeho akumulační doba činí 4 h a zmrazovací kapacita 13 kg / 24 h.



Gorenje NRS 9181 CX

Side by side chladnička z dílny Gorenje spadá se svou roční spotřebou 445 kWh do energetické třídy A+. Její chladicí část na pravé straně má objem 370 l a mrazicí nalevo 179 l. Vzhledem k přítomnosti technologie Total NoFrost nevzniká uvnitř ani jedné zóny námraza. V levých dveřích se nachází dávkovač vody a ledu. Uvnitř chladicí části naleznete mimo jiné zásuvku na ovoce a zeleninu s regulovanou vlhkostí vzduchu. Ovládání řeší Gorenje samozřejmě elektronicky a kromě možnosti nastavení teploty zvlášť pro chladničku a mrazák je k dispozici ještě funkce SuperCool pro rychlé zchlazení nově vložených potravin. Zmrazovací výkon je u tohoto modelu 13 kg / 24 h a akumulační doba 4 h.



Hotpoint SXBD 922 F WD

Jednou z mála letošních novinek je tato chladnička s 347 l prostoru pro čerstvé potraviny a 198 l pro potraviny zmrazené. Zařízení patří do energetické třídy A+ a ročně odebere 445 kWh elektriny. V levých dvířkách, za kterými se skrývá mrazák, se nachází dávkovač vody a ledu. Nad něj umístil výrobce digitální displej pro pohodlné ovládání a nastavení včetně funkce Dovolená (chladicí část běží v udržovacím režimu při 15°C a zamezuje vzniku nepříjemných pachů). Mrazicí výkon činí 10 kg / 24 h a akumulační doba 7 h. Podrobnější informace o novince naleznete na straně 43 v samostatném článku společnosti Indesit.



LG GS 9366 NECZ

Zástupce korejské značky spadá mezi A++ modely s roční spotřebou energie 348 kWh a ke svému chodu používá takzvaný lineární kompresor, který vytváří přímý pohyb bez nutnosti transformace točivého pohybu. Díky tomu je chladnička tišší (41 dB) a energeticky méně náročná. Mezi další přednosti tohoto modelu patří dvojitá dvířka do chladicí části (rychlý přístup k nápojům nebo k policím), beznámrazová technologie Total No Frost, zásuvka Moist Balance Crisper, která udržuje optimální vlhkost pro uskladnění ovoce a zeleniny, a v neposlední řadě pohlcovač pachů. Nechybí nulová zóna, dávkovač vody a ledu a rovnoměrná distribuce chladného vzduchu (Multi Air Flow). Objem chladicí části je 405 l a mrazničky 209 l. Mrazicí kapacita dosahuje 12 kg / 24 h a akumulační doba 10 h.

Lexikon

Oddělené chladicí okruhy

Snad všechny dnes prodávané americké chladničky mají oddělené chladicí okruhy. Uživatel tak může nastavit zvlášť výkon chladicí části a zvlášť té mrazicí. Minimum výrobců dnes používá systém 2 kompresorů, kdy jeden se stará o chod chladničky a druhý o chod mrazničky. V přehledu zastupuje tyto výrobky model značky Liebherr.

Elektronické ovládání a inteligentní senzory

Mechanické nastavení teploty a jednoduchý termostat jsou dnes už minulostí. Americké chladničky, spadající mezi dražší spotřebiče, mají bez výjimky elektronické ovládání, které často obsahuje ještě sekundární funkce (např. prázdňinový režim, supermrazení, superchlazení). S elektronikou se také pojí přítomnost senzorů upravujících chod kompresoru na základě monitorované teploty uvnitř chladničky.

Úspory a inovativní technologie Chlazení Electrolux roku 2014

Nové modely chladniček pro letošní sezonu přicházejí na trh. Nabízejí pokročilé funkce, nadstandardní provedení a efektivní provoz. Přesvědčit zákazníky k výměně staré chladničky za novou nebylo nikdy jednodušší.

Co všechno by měla mít kvalitní chladnička? Kromě nízké spotřeby a inteligentně řešeného vnitřního prostoru samozřejmě technologii pro udržování optimální teploty i vlhkosti pro udržení dlouhé čerstvosti potravin. Nové kombinované chladničky z dílny společnosti Electrolux nabízejí vše zmiňované. Technologie TwinTech se dvěma nezávislými systémy chlazení je zárukou optimální vlhkosti. Vlhký vzduch tak proudí celým prostorem a udržuje potraviny déle čerstvé a v dobré kondici, ať už jsou uloženy kdekoli. Ano, kdekoli. Zaručené rady, kde uchovávat maso, kde zeleninu, už neplatí. Inteligentní systém FreeStore zajistí rovnoměrnou cirkulaci chladného vzduchu všude, kde je třeba. Dokonalý přehled nad obsahem chladničky pak umožňuje integrované LED osvětlení, které vydává příjemné, měkké světlo a osvětí i nejzazší kout spotřebiče.

Vybrané modely jsou ještě vybaveny technologií FrostFree, která zabráňuje vzniku námrazy v mrazničce. Kromě vyššího uživatelského komfortu zachovává efektivní chod spotřebiče, jež vznikající námraza

snižuje. Ale i modely bez FrostFree doznaly značných vylepšení – mrazicí část má koncepci „low frost“, takže se v ní tvoří minimum námrazy a odmrazování není potřeba provádět tak často.

Nové modely se představují

Z modelů nové řady určitě stojí za pozornost kombinovaná chladnička EN3453MOW v energetické třídě A++ s beznámrazovou technologií FrostFree a v bílém provedení, u které zákazníci ocení další praktické funkce, jako rychlé obnovení nastavené teploty, jakmile do chladničky uložíme nový nákup, nebo funkci rychlého zmrazení pro právě vložené mražené zboží. Mraznička je dále vybavena zásuvkami SpacePlus, které poskytují dokonalý přehled o uložených potravinách.

Dalšími modely s totožnými funkcemi a beznámrazovou technologií FrostFree jsou EN13445JW a EN3451JOX. Model EN3611OOX v energetické třídě A+++ je ještě úspornější, s hlučností pouhých 40 dB a v nerezovém provedení s úpravou proti otiskům prstů.



Chladničky se vyznačují jednoduchým a přehledným elektronickým ovládáním s displejem, zobrazujícím nastavenou teplotu.



Nízkoteplotní zásuvka Fresh Zone je určena ke skladování čerstvého masa a ryb, které v ní vydrží až 2x déle čerstvé.



Maxi Box zásuvka s posuvným rozdělovačem umožní skladovat velké množství ovoce a zeleniny.



Liebherr SBSes 7353

Tato chladnička, spadající do superprémiové kategorie, je jedním zástupcem, který používá 2 samostatné kompresory – jeden pro chladicí část a jeden pro mrazicí. V podstatě tak jde o 2 separátní spotřebiče s vlastním ovládáním. Liebherr přitom zachovává u každého z nich energetickou

efektivitu na úrovni třídy A++. Celková spotřeba energie za rok je 387 kWh. Aby to nebylo málo, chladicí okruhy naleznete u tohoto modelu dokonce 3 – jeden pro chladničku, jeden pro mrazničku a jeden pro oddělenou BioFresh zónu. Chladnička tak má 391 l, No Frost mraznička 119 l a BioFresh zóna s teplotou těsně nad 0 °C rovných 157 l. Mrazák zvládne zmrazit 16 kg / 24 h. Při výpadku proudu udrží zařízení potraviny v bezpečí 31 h.

Nulová zóna

Bývají tak nazývány i variabilní zóny, ale není to úplně přesné. Z variabilní zóny lze vytvořit nulovou zónu, ale samotná nulová zóna bez možnosti úpravy teploty vzduchu existuje také. Udrží teplotu lehce nad bodem mrazu a určena je k uchovávání čerstvého masa, ryb a ovoce a zeleniny. Ještě také záleží, zda umožňuje regulaci vlhkosti vzduchu (nižší vlhkost je vhodná pro maso, vyšší pro zeleninu). Někteří výrobci vybavují své chladničky takzvanými nízkoteplotními zásuvkami, což je levnější varianta nulové zóny bez elektronicky řízené regulace teploty.



Samsung RH57H90707F

Novinka, kterou představila společnost Samsung v Česku letos v březnu, je typu ShowCase, tudíž má dvojité dveře do chladicí části – uživatel tak může získat přístup k poličkám s nápoji a jinými potravinami, při otevření obou vrstev dveří pak může přistupovat ke standardním policím. Chladnička se dále vyznačuje 2 oddělenými chladicími okruhy, dávkovačem vody a ledu, digitálním invertorovým motorem, bezmrazovou technologií No Frost a rozvodem chladného vzduchu Multi Flow System. Chladicí část má objem 394 l, mrazicí 176 l. Roční spotřeba je 359 kWh, což řadí tento model do energetické třídy A++. Mrazicí kapacita je dle italského webu Samsungu 13 kg / 24 h.



Sharp SJ-F800SPSL

Japonský Sharp se začíná v Česku projevovat aktivněji, což dokládá i nedávná prezentace domácích spotřebičů pro resellery a novináře, a tak jsme do přehledu zařadili jeho zástupce v energetické třídě A+ (roční spotřeba 460 kWh). Čtyřdveřová chladnička s displejem netradičně umístěným mezi horní chladicí a spodní mrazicí částí má dvířka z nerez. Zařízení používá hybridní chladicí systém

a iontový systém s plazmovými clusterami pro eliminaci zápachu a bakterií. Chladnička má čistý objem 394 l a mraznička 211 l. Z funkcí dále jmenujme expresní mrazení, expresní výrobu ledu, elektronické ovládání a zásuvku s nižší teplotou okolo +3 °C. Chladnička používá bezmrazovou technologii No Frost.



Whirlpool WSF 55742 A++IX

Americká chladnička od americké značky je posledním výrobkem v tomto přehledu. Jedná se o A++ model s roční spotřebou 343 kWh a bezmrazovým systémem 6. smysl Total No Frost. Ten se kromě zamezování vzniku námrazy stará také o kontrolu teploty uvnitř chladničky a její rychlé

obnovení po otevření dveří. Z dalších vlastností jmenujme distribuční systém chladu Multi-flow, antibakteriální filtr Microban, možnost aktivace prázdninového režimu či integrovaný dávkovač vody/ledu. Spotřebič rozděluje celkový prostor o objemu 515 l mezi chladničku a mrazničku v poměru 335 l ku 180 l. Mrazicí kapacita je 12 kg / 24 h a akumulační doba 5 h.

Multi-flow

Marketingové názvy se u jednotlivých značek mírně liší, ale spojení „Multi-flow“ většinou obsahují. Jedná se o systém spojovaný většinou s technologií No Frost. Jeho účelem je rovnoměrný rozvod chladu a zajištění stejné teploty v celém prostoru chladničky.

Variabilní zóny

Koncepce těchto zcela oddělených zón od standardní mrazicí a chladicí části se u jednotlivých výrobců dost liší. Někteří umožňují nastavení teploty v rozmezí pár stupňů do plusových i minusových hodnot okolo bodu mrazu, jiní sázejí na zcela libovolnou regulaci mezi -24 °C a +10 °C.



HOTPOINT uvádí nové americké chladničky

ZNAČKA HOTPOINT INOVUJE SVOU NABÍDKU SIDE BY SIDE CHLADNIČEK A PŘEDSTAVUJE NOVÉ MODELY. PRODUKTY MAJÍ POZMĚNĚNÝ DESIGN, PROSTORNĚJŠÍ CHLADICÍ ČÁST, PŘIBYLO PŘEVEDENÍ V ČERNÉM SKLE A VARIANTA BEZ VÝROBNÍKU LEDU A DÁVKOVAČE VODY VE DVEŘÍCH.



Americké chladničky Hotpoint jsou se svou šířkou 90,2 cm a 515 litry celkového užitého objemu ideální do domácností velkých rodin. Díky dvoukřídlému provedení dveří je přístup do chladničky a mrazničky snazší a potraviny i v mrazicí části mohou být uloženy ve výšce očí. Vnitřní prostor je uzpůsoben efektivněji, na rozdíl od klasické kombinované chladničky jsou úložné prostory i ve dveřích mrazničky, a tak je možné skladovat mnohem více potravin. Obě části spotřebiče (chladicí i mrazicí) jsou vybaveny 3 políčkami z bezpečnostního skla a 2 zásuvkami. Výrobek ledu a ledové tříště ve vybraných modelech je umístěn ve dveřích mrazáku, automat vám dá sám vybrat, kterou z možností preferujete. Doplněn je o možnost natočit si pohodlně 24 hodin denně sklenku chlazené vody (je třeba pamatovat na nutnost přívodu vody).

Chladnička je vybavena No Frost technologií. Ta optimalizuje cirkulaci vzduchu v chladničce i mrazničce, a zabráňuje tak tvorbě ledu v obou částech. Uchovávání potravin je mno-

hem efektivnější a navíc není potřeba chladničku odmrazovat. Dále disponuje funkcemi Super Freeze a Super Cool pro rychlé zmrazení nebo zchlazení velkého množství potravin (po ukončení procesu zmrazování se teplota automaticky vrátí na původně nastavenou úroveň) a funkcí Holiday. Díky ní je možné v případě delší nepřítomnosti nebo dovolené ponechat chladničku v chodu, avšak při výrazně snížené spotřebě energie. Zatímco mrazák funguje obvyklým způsobem a uchovává zmrazené potraviny pro okamžik návratu, v prázdné lednici se nastaví pohotovostní teplota, díky níž mohou dvířka zůstat zavřená, a vnitřek chladničky tak zůstane čistý, bez plísní a nepříjemných pachů. Chladničky jsou vybaveny externím digitálním displejem pro snazší ovládání včetně samostatné regulace teploty chladničky a mrazničky. Energetická třída A+ je zárukou nízké spotřeby energie. Vyráběny jsou v barevném provedení nerez (model SXBD 922 F WD) a černé sklo (SXBD 925G F – verze bez výrobku ledu a dávkovače vody).

www.hotpoint.cz

www.facebook.com/hotpoint.cz.sk



Dobré světlo vytváří dobré vztahy

ATELIÉR ARTEMIDE NENABÍZÍ POUZE KVALITNÍ DESIGN, ALE TAKÉ INDIVIDUÁLNÍ SVĚTELNÝ PLÁN, KTERÝ DOKÁŽE SKLOUBIT BLAHODÁRNÉ DENNÍ SVĚTLO S UMĚLÝM OSVĚTLENÍM. PRO ARTEMIDE NAVRHOJÍ SVÍTIDLA TAKOVÍ VELIKÁNI JAKO ZAHA HADID, ROSS LOVEGROVE, KARIM RASHID, RICHARD SAPPER, HERZOG & DE MEURON, MICHELE DE LUCCHI, NAOTO FUKASAWA A MNOŽÍ DALŠÍ. SVĚTELNOU HARMONII V KONKRÉTNÍM INTERIÉRU PAK DOTVÁŘÍ „SVĚTLAŘ“ HYNEK MEDŘICKÝ, MAJITEL PRAŽSKÉHO ATELIÉRU.

Jaký význam má pro člověka umělé osvětlení – jak na nás vlastně působí barva světla, jeho intenzita a teplota?

Je nesporné – a vědecké studie to dokazují –, že potřebujeme takové umělé osvětlení, které bude v souladu s osvětlením denním. To znamená být v harmonii s tím, jak se mění teplota chromatičnosti, tedy barva světla. Ráno je žlutá, v poledne modrá, kolem třetí hodiny bílá a k večeru opět žlutá. Po západu slunce bychom měli podle doporučení odborníků používat ostře žlutý zdroj světla, například halogenovou žárovku, kterou lze postupně ztlumit.

Docílíme tím optimální teploty chromatičnosti ve večerních hodinách. Ovšem tam, kde se ještě stále pracuje, v kuchyni či v pracovně, je nutné použít úplně bílé světlo o vyšší teplotě chromatičnosti. To poskytuje pouze zářivka. A pokud relaxujeme či spíme, potřebujeme zase žluté světlo, které by mělo přicházet podobně jako v přírodě před západem slunce, ze strany či zdola, nikoli shora. Měli bychom mít možnost vše ovládat dálkovým ovladačem nebo mobilním telefonem, PDA či MDA a měnit teplotu chromatičnosti.

Využívají moderní svítidla a osvětlova-

cí systémy těchto poznatků?

Bezesporu. My máme k dispozici odbornou studii s názvem My White Light, která všechny světelné jevy dopodrobna vysvětluje. Lze ji najít na našich internetových stránkách. Testují se zde kromě jiného i různé druhy našich svítidel, u nichž lze pomocí speciálního dálkového ovladače měnit teplotu chromatičnosti. V místnostech si můžete přesně nastavit umělé světlo podle stavu denního osvětlení.

Na trhu se nabízí celá řada světelných zdrojů. Podle jakých kritérií bychom je měli vybírat?



Liší se nějakým způsobem osvětlování obytného a komerčního prostoru?

Liší se zásadním způsobem. V kancelářích, jednacích a zasedacích prostorách a všude tam, kde chceme docílit určitý pracovní výkon, by teplota chromatičnosti světla měla dosahovat podstatně vyšších hodnot. Je třeba intenzivní bílé světlo, protože při žlutém světle mají lidé tendenci relaxovat, neudrží pozornost ani výkonnost. Pro představu pro domácnost je optimální hodnota chromatičnosti do 3 000 kelvinů – nikoli stupňů, jak se často mylně píše. Přesné hodnoty pro jednotlivé činnosti je možné najít na našich internetových stránkách.

Čím se vyznačuje nevhodně osvětlený prostor?

Určitě to na první pohled pozná i běžný člověk, a nemusí být zrovna světlář. Já používám název žlutá tma a upozoruji ji nejčastěji v nových vilových čtvrtích. Za okny bez záclon a závěsů jsou vidět přesvětlené obývací pokoje s obřími televizními obrazovkami a vedle nich tmavé kuchyně s jednou úspornou žárovkou, kde na práci není prakticky vůbec vidět.

Jaké možnosti poskytují moderní svítidla a osvětlovací systémy? Umějí je architekti využít?

Všechny světelné zdroje, zářivky, žárovky i LED lampy se dají stmívat. LED zdroje zaznamenaly za poslední dva roky rychlý pokrok a čeká je další vývoj. Nejpoužívanějším zdrojem je dnes zářivka, u níž lze měnit teplotu chromatičnosti. Architekti vesměs, a to nejen u nás, ale i ve světě, osvětlení bytů podceňují. Zatímco projekt vytápění si každý nechá

přesně spočítat, u návrhu osvětlení se to bohužel neděje. Svítidla jsou často vybírána především podle vzhledu, a nikoli podle technických parametrů. Vznikají pak velké nerovnoměrnosti, například přesvětlené chodby s množstvím svítidel a tmavé koupelny a šatny. Problematika osvětlení interiéru se dá zvládnout pouze tehdy, pokud tady bude zpětná vazba a lidé se poučí ze zkušeností a chyb ostatních.

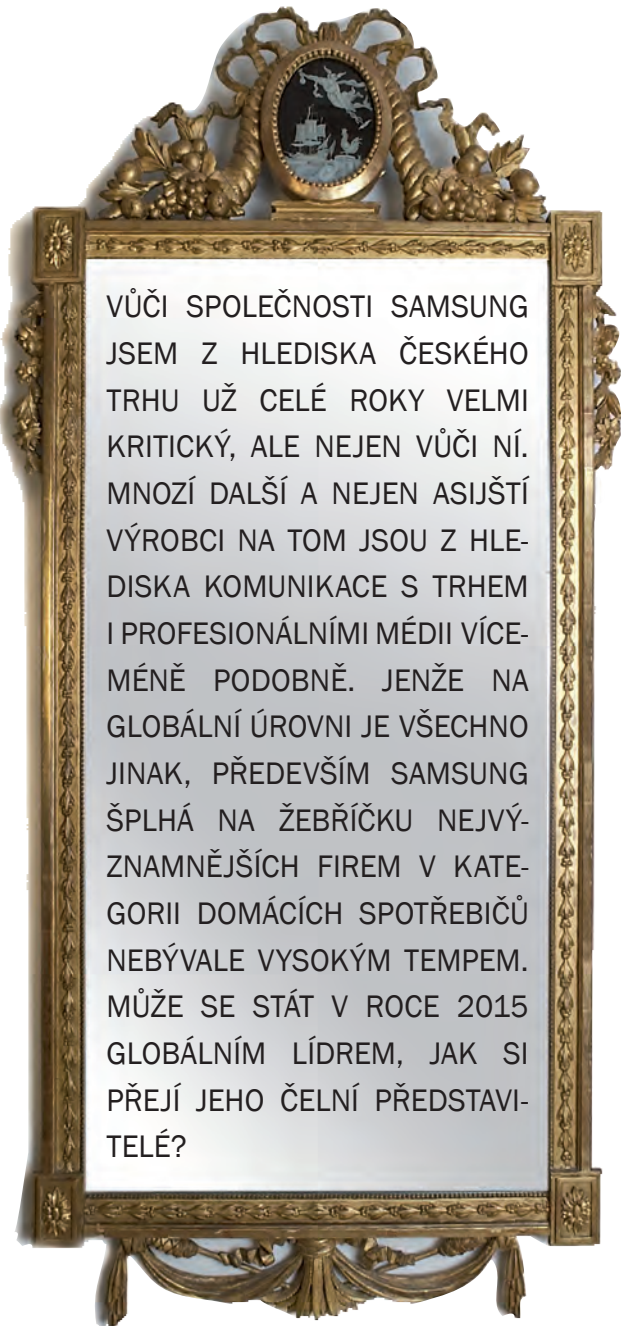
Na trhu je široká škála svítidel s nejrozumnějším designem od high-tech až po nejrozumnější výtvarné kreace. Jaký styl je blízký vám osobně?

Řekl bych, že ryze technicistní svítidla, zejména bodová světla, se do klasického bytu příliš nehodí, působí dost smutně a neosobně. Domov by měl mít dekorativní svítidla, která vytvářejí atmosféru a vyvolávají příjemné pocity. Domov dělá dobré světlo a světlo vytváří dobré vztahy. Mně osobně se líbí nový styl inspirovaný přírodou nebo vesmírem – organický futuristický design. Za všechny bych jmenoval nová svítidla, která vytvořil velšský designér Ross Lovegrove. Podobají se soustavě velkých pokovených oblázků. Ingo Maurer se zase inspiroval u rybářů a navrhl stříbrnou síť ozdobenou zářivými krystaly, které připomínají kapky vody lesknoucí se v ranním slunci. Dobrých příkladů bychom určitě našli daleko více. Ale to nemusí vyhovovat každému a nemusí se hodit pro konkrétní prostor – proto je nejlepším řešením individuální světelný plán.

Ptal se Vlastimil Růžička

Především podle toho, jakým způsobem je chceme využít a jaké prostory máme k dispozici. Do běžného bytu se v žádném případě nehodí výbojky – ty lze s úspěchem použít třeba na zahradě. Jakmile totiž výbojku zhasneme, musí vychladnout a další rozsvícení nastane až po několika minutách. Na schodišti to bývá dosti zapeklitá událost. Do relaxačních místností a nad stůl v jídelně doporučuji halogenovou žárovku; do kuchyně, koupelny, pracovny a do dětského pokoje určitě zářivku s možností regulace teploty chromatičnosti. Nabízíme lampy, u nichž je možné nastavit tři stupně teploty chromatičnosti. Hodí se především tam, kde chceme číst, pracovat a zároveň sledovat televizi.

Samsung světovým číslem 1 domácích spotřebičů? Firma pevně kráčí za svým cílem



VŮČI SPOLEČNOSTI SAMSUNG JSEM Z HLEDISKA ČESKÉHO TRHU UŽ CELÉ ROKY VELMI KRITICKÝ, ALE NEJEN VŮČI NÍ. MNOZÍ DALŠÍ A NEJEN ASIJŠTÍ VÝROBCI NA TOM JSOU Z HLEDISKA KOMUNIKACE S TRHEM I PROFESIONÁLNÍMI MÉDII VÍCE-MÉNĚ PODOBNĚ. JENŽE NA GLOBÁLNÍ ÚROVNI JE VŠECHNO JINAK, PŘEDEVŠÍM SAMSUNG ŠPLHÁ NA ŽEBŘÍČKU NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH FIREM V KATEGORII DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ NEBÝVALE VYSOKÝM TEMPEM. MŮŽE SE STÁT V ROCE 2015 GLOBÁLNÍM LÍDREM, JAK SI PŘEJÍ JEHO ČELNÍ PŘEDSTAVITELÉ?

Korejský Samsung přišel, viděl, zvítězil. Nejprve rozdrtil tradiční japonské výrobce televizorů Sony, Panasonic a jiné, kdy jim během několika let doslova vyfoukl celý trh, na kterém bylo hlavně Sony dlouhé roky jasným vládcem, a následně díky úzké spolupráci s americkým Googlem získal pozici jedničky v prodeji mobilních telefonů. Nástup chytrých mobilů, jež odstartovala společnost Apple se svým iPhone, zcela nezvládla finská Nokia, jejíž divizi mobilních telefonů nyní definitivně pohřbívá převzetí ze strany Microsoftu. Bez ohledu na rozličné patentové pře a soudní spory dokázal Samsung během posledních deseti let něco, o čem většina firem pouze sní. Teď chce svůj úspěch zopakovat také v kategorii domácích spotřebičů. Bude následovat scénář z televizního a mobilního trhu, kdy mizí mnohé zavedené značky v propadlišti dějin, nebo se přinejmenším potácejí na hraně propasti?

Americký zázrak

Tradiční značky v čele se společností Whirlpool hlásí v poslední době významný růst na americkém trhu. Ostatně Whirlpool nedávno informoval o rekordním provozním zisku na úrovni 1,2 miliardy, na kterém měly lví podíl právě prodeje v Americe, upevnění marží a zefektivnění chodu celé firmy.

Všichni včetně Whirlpoolu se nyní musejí ohlížet za sebe, protože k nim mílovými kroky běží právě Samsung, chlubit se pozicí nejrychleji rostoucí značky domácích spotřebičů v USA. Podle dostupných informací poskočil tržní podíl firmy v domácích spotřebičích v Americe z 2,3 % na 10,5 % během posledních pěti let. Jedním z důvodů je vysoká „brand awareness“ neboli povědomí o značce, za níž stojí úspěch na trhu s televizory a mobily. Samsung zatím tolik neoslovuje starší generaci spotřebitelů, důvěřujících tradičním výrobcům domácích spotřebičů, ale aktuálně dospívající generace, pro níž už je symbolem kvality a technologického pokroku, spotřebiče Samsung vnímá jinak. Lze proto očekávat, že růst značky v kategorii domácích spotřebičů bude po mnoho příštích let samovolně pokračovat už jenom z tohoto důvodu.

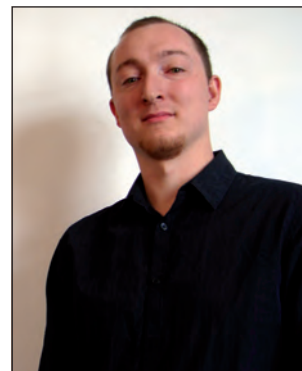
Změny na spadnutí

K získání pozice jedničky do roku 2015 nebude aktuální postup Samsungu s největší pravděpodobností stačit. Tento cíl považuji spíše za motivační než reálný. Potenciál stát se globálním lídrem firma rozhodně má a může jím být někdy v příštích deseti letech. Bude muset ale zvýšit investice do reklamy domácích spotřebičů, na kterou například v Americe věnovala v roce 2012 pouze 5 % z celkového 600milionového rozpočtu (USD). A bude muset provést ještě další změny ve své strategii – tou nejzásadnější je rozšíření nabídky o levnější spotřebiče. Doposud se Samsung profiluje jako výrobce prémiových spotřebičů, což mu přináší v Americe velké úspěchy, v zemích se slabší kupní silou, kam spadá i Česko, už je to horší, jenže i v USA má takto orientovaná firma růstové mantinely. A Samsung se jim blíží na dohled, takže mnozí analytici zdůrazňují, že stát se americkou, potažmo také globální jedničkou bez nabídky cenově dostupných spotřebičů, tvořících jádro všech trhů, nemůže. Příznávají to také američtí zástupci samotného Samsungu. Dosažení stanoveného cíle bude podle nich při současné strategii velmi obtížné. Zdůrazňují, že pokud si budou zákazníci přát vstup značky do levnějšího segmentu, bude na to firma reagovat. A já doufám, že bude, protože na rozdíl od tradičních prémiových značek nemusí na setrvání v prémiové sféře lpět.

Šance pro české zastoupení

Když se podívám na výsledky čelných monitoringových firem sledujících tuzemský trh, má Samsung solidní pozici pouze v kategorii chladniček. Viditelný je ještě v kategorii praní a sušení, kde ale s výsledky český management podle mně dostupných informací rozhodně spokojen není. V ostatních skupinách velkých domácích spotřebičů není Samsung prakticky zaznamatelný. Jde o důsledek absence jakékoliv dlouhodobější komunikační i obchodní strategie pro skupinu domácích spotřebičů, kdy firma například uvedla vestavnou techniku, ale později ji zase z trhu de facto stáhla. Po celých šest let, co vedu SELL, vlastně nevidím žádnou změnu a rétorika zástupců firmy zůstává neměnná: „Neděláme čísla, ergo nedostáváme na marketing.“ Uniknout ze začarovaného kruhu by mohlo pomoci českým manažerům globální otočení kormidla směrem do cenově dostupnějších vod a uvedení produktů v kategorii, která naopak „čísla dělá“. Ve spojení s pevně stanovenou marketingovou strategií a intenzivní komunikací těchto změn do trhu by mohl Samsung začít na českém trhu růst napříč všemi produktovými skupinami domácích spotřebičů. V takovém případě předpokládám, že by to bylo na úkor dalších firem a mohlo by to způsobit dokonce pád některých značek. Na trhu už není prakticky žádný prostor a vzestup jednoho znamená logicky ústup druhého. Vody se pak nad ním zavřou až nebývale rychle – stačí vzpomenout na Baumatic a Fagor, po kterých podle neoficiálních vyjádření některých představitelů z řad výrobců není nyní ani památka.

Pokud tedy Samsung svou globální strategii upraví, rozšíří své portfolio o levnější spotřebiče a zahájí jejich výraznější, koncepčnější a promyšlenější komunikaci, a to i v Česku, čekají nás na trhu v příštích letech nejspíš výrazné změny. Tradiční výrobci nesmějí zaspát a nechat se ukolébat svými dlouhé roky udržovanými pozicemi. Samsung již ve svém vítězeném tažení s televizory a mobilními telefony ukázal, že pocit bezpečí a dostatečně silných základů může být v mnoha případech pouhou iluzí, která se může rychle rozplynout. Západní výrobci jako Whirlpool, BSH, Electrolux, Indesit i skokani jako turecké BEKO se však na rozdíl od Sony nebo Nokie projevují velmi aktivně a nezaostávají ani technologicky, takže to Samsung se získáním titulu „světového lídra domácích spotřebičů“ nebude mít vůbec lehké. Tvrdit, že je to nereálné, bych si však určitě nedovolil.



Lubor Jarkovský

Janos Miss

INTERNET ZPŮSOBIL VÝZNAMNÉ ZMĚNY V OBCHODU. NOVÝ KANÁL A TRENDY, KTERÉ S SEBOU PŘINESL, NEOVLIVŇUJÍ POUZE PŮVODNÍ STRUKTURY, ALE TAKÉ ZÁKLADNÍ STANDARDY. A PROCES ZMĚN STÁLE POKRAČUJE. O TRANSFORMACI JSME HOVOŘILI S PANEM JANOSEM MISSEM, PROVOZNÍM MANAŽEREM SÍTĚ EXPERT HUNGARY.

Jaký máte názor na současnou roli webu ve spojení s prodejem velkých domácích spotřebičů a spotřební elektroniky na maďarském trhu?

V nedávné době bylo typické, že se prodejci řadili buď čistě do skupiny online hráčů, nebo do skupiny tradičních prodejců s kamennými obchody. Kombinace obou způsobů nebyla obvyklá. To se však změnilo a my nyní vidíme, že všichni velcí prodejci se snaží sladit své offline a online působení. Mají s tím určité problémy – pramení z jejich původu, nicméně kurz ke zlepšení je jasně nastavený. Jsem toho názoru, že zmíněný trend způsobuje ještě větší konkurenční boj na trhu.

The ways of trade

THE INTERNET HAS CAUSED SERIOUS CHANGES IN THE TRADE. THE NEW CHANNEL AND THE TRENDS COMING WITH IT INFLUENCE NOT ONLY THE ORIGINAL STRUCTURES BUT BASIC STANDARDS AS WELL. THIS PROCESS IS STILL GOING ON. WE TALKED ABOUT THIS WITH JANOS MISS, OPERATION MANAGER OF EXPERT HUNGARY.

What is your opinion about the current role of the web regarding Hungarian MDA and CE trade?

In the recent years it was typical that the players were pure online resellers or traditional offline resellers. The combination of the two ways was not too frequent. It has changed and we can notice all big players want to har-

expert



monize their offline and online presence. They have certain problems with this – those problems come from their origins, but the direction into the improvement is clearly visible. I think the mentioned trend causes even harder competition on the market.

Do you think that it causes even lower prices?

No, absolutely not. It is important to offer attractive prices, but we can't build loyalty, if we focus only on prices. I think the most important thing in the competition is that where and how we can meet the potential customers. The purchasing is the end of the process, we have to meet them earlier and we have to accompany them to the last step.

What is the right approach to do it?

I suppose the journey of the consumers to the product can be divided to three parts. The first step we can call as a birth of needs. The consumer has no will to buy during this time, he or she doesn't need information and he or she is not looking for help. There are two motivations which help to suggest the idea of buying something. One is the possibility to make the life better with a newer product and the other one is the fear of expiration of the current product. From this point it can take from 3 to 6 months till the consumers buy something, but the reseller has to meet them at this point! Resellers actually don't have influence on them during this stage, but the brand can generate needs with innovations.

How can you meet them if they don't even want to buy anything?

It is true that those consumers are invisible for us, but not on the web. This is the most important role of the internet. The people who are just collecting information can easily visit reseller's website. We created our system in a way that we are able to help consumers with their choices. This approach allows us to become their partner, not just a tool.

What is the next stage in the decision process?

This is the stadium of questions. There is some communication between consumers and resellers. It gives us possibility to build loyalty, because a call center could give information and useful advice as well. In our model the most important message is where our nearest shop is located which is a place where they can check, touch and even try the products.

So the third stage is the shop itself?

Exactly. Our strategy is that the decisions have to be born in the shop. So we spent a lot of energy to improve our shops. We want to present the most innovative product in a perfect environment.

Why is this important? The products are in your web shop as well...

Very important difference is the approach. We don't sell just a refrigerator but fresh food and cold drinks, or not a television but a movie experience people can enjoy every day of their lives. But this is not obvious to consumers at the first sight. We have to explain this, we have to know their needs and we have to offer solutions and alternatives. We believe the actual store is the best place for this.

Myslíte, že i nižší ceny?

Ne, to určitě ne. Je důležité nabídnout atraktivní ceny, ale nemůžeme budovat loajalitu, pokud se budeme soustředit pouze na ceny. Nejpodstatnější věcí v konkurenčním boji je to, kde a jak se potkat s potenciálními zákazníky. Koupě věci je až na konci samotného procesu. Musíme se s nimi setkat dříve a dovést je až k tomu poslednímu kroku.

Jaký postup k tomuto cíli je správný?

Řekl bych, že cesta spotřebitele k výrobku se dá rozdělit do tří částí. První krok můžeme nazvat jako zrození potřeby. Spotřebitel v té chvíli nic kupovat nechce, nepotřebuje informace a nehledá žádnou pomoc. Můžeme hovořit o dvou důvodech, které napomáhají k vzniku myšlenky něco pořídit. Jednou je zlepšení a usnadnění života, druhá potom strach ze zhoršování chodu stávajícího produktu, z jeh poruchy, z procesu dosluhování. Od této chvíle to může trvat 3 až 6 měsíců, než si spotřebitel něco pořídí, ale reseller se s ním musí sekat už v tu chvíli! Prodejci ovšem nemají během této části na případného zákazníka žádný vliv. Značka tak může vytvářet potřeby pomocí inovací.

Jak se s nimi můžete setkat, když ani nechtějí nic kupovat?

Ano, spotřebitelé jsou pro nás v této fázi neviditelní. Nikoliv ale na webu, což je ta nejdůležitější role internetu. Lidé, kteří pouze sbírají informace, mohou lehce zavítat na stránku prodejce. Náš systém byl vytvořen s ohledem na to, abychom spotřebitelům pomohli s jejich volbou. Takový přístup nám umožňuje stát se pro ně partnery, a ne pouhým nástrojem.

Jaká je další fáze v tomto procesu rozhodování?

Jde o stadium otázek. Dochází ke komunikaci mezi zákazníky a prodejci. V tu chvíli máme šanci vytvořit si loajální zákazníky – například call centrum může podávat informace a důležité rady také. V našem prodejním modelu je nejdůležitější informací to, kde se nachází nejbližší obchod, kde si mohou lidé prohlédnout, osahat a dokonce vyzkoušet produkty.

Takže třetí fází je obchod samotný?

Přesně tak. Naše strategie tkví v tom, že rozhodnutí se musí zrodit v obchodě. A tak investujeme spoustu energie do jejich vylepšování. Chceme prezentovat ty nejvíce inovativní výrobky v dokonalém prostředí.

Proč je toto tak důležité? Výrobky máte přece na webu také...

Velmi důležitá je rozdílnost přístupu. Neprodáváme chladničku, ale čerstvé jídlo a chlazené nápoje a neprodáváme ani televizor, ale filmový zážitek, který si lidé mohou užívat každý den. To není spotřebitelům v první chvíli jasné. Musíme jim to vysvětlit, znát jejich potřeby a nabídnout řešení a alternativy. Věříme, že reálný kamenný obchod je pro to nejlepším místem.

TYČOVÉ MIXÉRY

BAMIX



M200 - SUPERBOX

200 W
NE (ŠLEHACÍ DISK)
ANO
NÁDOBA 1 L,
MULTIFUNKČNÍ
NŮŽ, NŮŽ NA MASO,
MÍCHACÍ DISK,
KROUHAČ, STOJAN

MODEL
PŘÍKON MOTORU
ŠLEHACÍ METLY
SEKÁČEK
DALŠÍ PŘÍSLUŠENSTVÍ

BOSCH



MSM88190

800 W
ANO
ANO
FOOD PROCESOR
S NÁSTAVCI

BOSCH



MSM7700

750 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

BOSCH



MSM6B700

350 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

BRAUN



MULTIQUICK 9 MQ 940CC

NEUVÁDÍ
(BEZDRÁTOVÝ S BATERIÍ)
NE
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

MODEL
PŘÍKON MOTORU
ŠLEHACÍ METLY
SEKÁČEK
DALŠÍ PŘÍSLUŠENSTVÍ

BRAUN



MULTIQUICK 7 MQ 785 PATISSERIE PLUS

750 W
ANO
ANO
FOOD PROCESOR
S NÁSTAVCI, MIXOVACÍ
NÁDOBA

CONCEPT



TM-4720

400 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

ELECTROLUX



ESTM5400

600 W
ANO
NE
MIXOVACÍ NÁDOBA

ELECTROLUX



ESTM6400

700 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

MODEL
PŘÍKON MOTORU
ŠLEHACÍ METLY
SEKÁČEK
DALŠÍ PŘÍSLUŠENSTVÍ

ELECTROLUX



ESTM6600

700 W
ANO
ANO
SEKÁČEK JE KOM-
BINOVANÝ S FOOD
PROCESOREM,
MIXOVACÍ NÁDOBA

ETA



SPESSO 301590000

700 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

DOMO



DO 9021 M

800 W
ANO
NE
DRUHÁ MIXOVACÍ
NOHA S VÝMĚNNÝMI
NÁSTAVCI, MIXOVACÍ
NÁDOBA

DOMO

**DO 9014 M**

600 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NÁDOBA

MODEL
PŘÍKON MOTORU
ŠLEHACÍ METLY
SEKÁČEK
DALŠÍ PŘÍSLUŠENSTVÍ

GORENJE

**HB 804 QR**

800 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NÁDOBA

KENWOOD

**TRIBLADE HB724**

700 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NOHA SOUP
XL PRO MIXOVÁNÍ
V HRNCI, MIXOVACÍ
NOHA PRO PŘÍPRAVU
BRAMBOROVÉ KAŠE,
MIXOVACÍ NÁDOBA

KENWOOD

**KMIX TRIBLADE
HB850**

700 W
NE
NE
NE

KENWOOD

**KMIX TRIBLADE
HB890**

700 W
ANO
ANO

SEKÁČEK JE
KOMBINOVANÝ
S FOOD PROCESOREM,
MIXOVACÍ NOHA SOUP
XL PRO MIXOVÁNÍ
V HRNCI, MIXOVACÍ
NÁDOBA

MODEL
PŘÍKON MOTORU
ŠLEHACÍ METLY
SEKÁČEK
DALŠÍ PŘÍSLUŠENSTVÍ

KITCHENAID

**ARTISAN KHB3581**

NEUVÁDÍ
(BEZDRÁTOVÝ S BATERIÍ)
ANO
ANO

3 VÝMĚNNÉ NEREZOVÉ
NÁSTAVCE,
2 VÝMĚNNÉ MIXOVACÍ
NOHY, MIXOVACÍ
NÁDOBA

MOULINEX

**SLIMFORCE DD8538**

700 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

PHILIPS

**DAILY COLLECTION
HR1623/00**

650 W
ANO
ANO
MIXOVACÍ NÁDOBA

ROHNSON

**R-556**

600 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NÁDOBA

MODEL
PŘÍKON MOTORU
ŠLEHACÍ METLY
SEKÁČEK
DALŠÍ PŘÍSLUŠENSTVÍ

RUSSELL
HOBBS**ILLUMINA 20220-56**

700 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NÁDOBA

SENCOR

**SHB 4366YL**

800 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NÁDOBA

ZELMER

**491.4**

700 W
ANO
ANO

MIXOVACÍ NÁDOBA

SIDE BY SIDE CHLADNIČKY

AEG

**S56090XNS1**

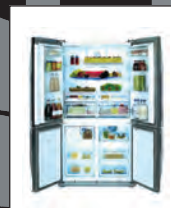
DVOUDVEŘOVÁ
A+
472 KWH
370 L
179 L
ANO
ANO

AEG

**S86090XVX1**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
464 KWH
348 L
179 L
ANO
ANO

BEKO

**GNE 114613 X**

ČTYŘDVEŘOVÁ
A++
357 KWH
385 L
155 L
ANO
NE

BEKO

**GNE 134630 X**

ČTYŘDVEŘOVÁ
A++
355 KWH
380 L
155 L
ANO
ANO

MODEL
PROVEDENÍ
ENERGETICKÁ TŘÍDA
ROČNÍ SPOTŘEBA
OBJEM CHLADNIČKY
OBJEM MRAZNIČKY
NO FROST
DÁVKOVAČ LEDU/VODY

BLOMBERG

**KQD 1360 XA++**

ČTYŘDVEŘOVÁ
A++
355 KWH
385 L
155 L
ANO
ANO

BOSCH

**KAN58A75**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
447 KWH
346 L
164 L
ANO
ANO

BOSCH

**KAN60A45**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
447 KWH
346 L
164 L
ANO
ANO

ELECTROLUX

**EAL6140WOU**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
472 KWH
370 L
179 L
ANO
ANO

MODEL
PROVEDENÍ
ENERGETICKÁ TŘÍDA
ROČNÍ SPOTŘEBA
OBJEM CHLADNIČKY
OBJEM MRAZNIČKY
NO FROST
DÁVKOVAČ LEDU/VODY

ELECTROLUX

**EAL6142BOX**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
442 KWH
348 L
179 L
ANO
ANO

ELECTROLUX

**EAL6240AOU**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
498 KWH
373 L
204 L
ANO
NE

GORENJE

**NRS 9181 CX**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
445 KWH
370 L
179 L
ANO
ANO

GORENJE

**NRS 85728 X**

DVOUDVEŘOVÁ
A+
445 KWH
345 L
192 L
ANO
NE

MODEL
PROVEDENÍ
ENERGETICKÁ TŘÍDA
ROČNÍ SPOTŘEBA
OBJEM CHLADNIČKY
OBJEM MRAZNIČKY
NO FROST
DÁVKOVAČ LEDU/VODY

HOTPOINT

**SXBD 922 F WD**

DVOUDVEŘOVÁ

A+

445 KWH

347 L

198 L

ANO

ANO

HOTPOINT

**SXBD 925G F**

DVOUDVEŘOVÁ

A+

445 KWH

346 L

204 L

ANO

NE

LG

**GS 9366 NECZ**

DVOUDVEŘOVÁ

A++

382 KWH

405 L

209 L

ANO

ANO

LG

**GSP 545 NSQZ**

DVOUDVEŘOVÁ

A++

344 KWH

358 L

180 L

ANO

ANO

MODEL
PROVEDENÍ
ENERGETICKÁ TŘÍDA
ROČNÍ SPOTŘEBA
OBJEM CHLADNIČKY
OBJEM MRAZNIČKY
NO FROST
DÁVKOVAČ LEDU/VODY

LIEBHERR

**SBSES 7253**

DVOUDVEŘOVÁ

A++/A++

381 KWH

364 L + 117 L¹

261 L

ANO

NE

LIEBHERR

**SBSES 7353**

TŘÍDVEŘOVÁ

A++/A++

387 KWH

391 L + 157 L¹

119 L

ANO

NE

MODEL
PROVEDENÍ
ENERGETICKÁ TŘÍDA
ROČNÍ SPOTŘEBA
OBJEM CHLADNIČKY
OBJEM MRAZNIČKY
NO FROST
DÁVKOVAČ LEDU/VODY

SAMSUNG

**RF24FSEDBSR**

FRENCH DOOR

A+

427 KWH

348 L + 34 L²

186 L

ANO

ANO

SAMSUNG

**RH57H9070F**

DVOUDVEŘOVÁ

A++

359 KWH

394 L

176 L

ANO

ANO

SIEMENS

**KA58NA75**

DVOUDVEŘOVÁ

A++

343 KWH

335 L

180 L

ANO

ANO

SHARP

**SJ-F800SPSL**

ČTYŘDVEŘOVÁ

A+

460 KWH

394 L

211 L

ANO

NE³

MODEL
PROVEDENÍ
ENERGETICKÁ TŘÍDA
ROČNÍ SPOTŘEBA
OBJEM CHLADNIČKY
OBJEM MRAZNIČKY
NO FROST
DÁVKOVAČ LEDU/VODY

WHIRLPOOL

**WSF7256 A+IX**

DVOUDVEŘOVÁ

A+

570 KWH

430 L

253 L

ANO

ANO

WHIRLPOOL

**WSF55742 A++IX**

DVOUDVEŘOVÁ

A++

343 KWH

335 L

180 L

ANO

ANO

¹157 L BioFresh zóna²Zásuvka s variabilní teplotou³automatický výrobek ledu v mrazáku



V příštím čísle SELL:

Na polovinu června chystáme další vydání časopisu, ve kterém najdete exkluzivní interview s novým generálním ředitelem českého zastoupení společnosti BSH, panem Perem Funchem. Přineseme vám také krátkou obrazovou reportáž z letošního veletrhu Favia, který se konal krátce po uzávěrce současného vydání v pražské Chuchli. Z produktů prolétneme trh chladniček s mrazákem dole včetně těch s šířkou 70 cm. Prostor vyhrazený pro malé spotřebiče bude věnován kuchyňským robotům a food procesorům.



Dvakrát tolik výjimečnosti. Mnohokrát méně spotřeby

Pračka s automatickým dávkováním i-Dos
a sušička se samočisticím kondenzátorem

siemens-home.cz

Dopřejte svému prádlu tu nejlepší péči. Dvakrát. Pračka a sušička řady iQ 800 od Siemens nabízí kombinaci výjimečného designu, inteligentního ovládání a především unikátních funkcí, které Vám zaručí perfektní výsledky a k tomu mimořádnou šetrnost k životnímu prostředí i k Vaší peněženke. Pračka disponuje mimo jiné systémem automatického dávkování i-Dos,

díky němuž použije vždy optimální množství pracího prostředku, a tím Vám uspoří čas a až 7 000 litrů vody ročně. Sušička s tepelným čerpadlem blueTherm spotřebuje až o 60 % méně energie, než je stanoveno pro třídu A, což z ní dělá světovou jedničku v úspoře energie. Pokud chcete vynikající výkon a maximální úsporu, tady jsou. Více na siemens-home.com/cz.



*Spotřeba energie pračky v kWh za rok na základě 220 standardních pracích cyklů s programy bavlna 60 °C a 40 °C s celou a poloviční náplní a spotřeba v režimech s nízkou spotřebou energie. Skutečná spotřeba energie bude záviset na tom, jak je spotřebič používán. **Spotřeba energie sušičky v kWh za rok na základě 160 standardních cyklů ve standardním programu s celou a poloviční náplní a spotřeba v režimech s nízkou spotřebou energie. Skutečná spotřeba energie závisí na tom, jak je spotřebič používán.

Siemens. Seznamte se s budoucností.



Hotpoint

Naše myšlenky pro váš domov.



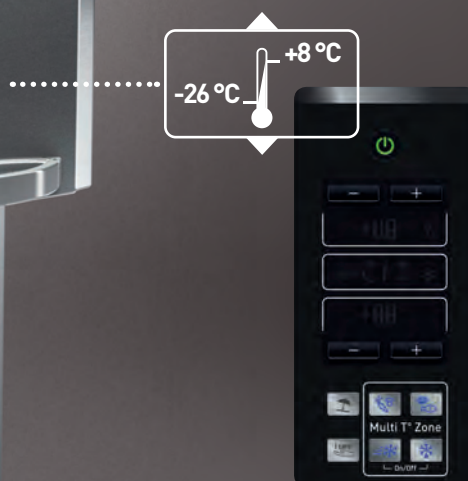
MULTI TEPLITNÍ ZÓNA

Sami si vyberte, jak využijete horní samostatnou zásuvku

Přesně na míru vašim požadavkům a se zachováním čerstvosti, původní chuti a nutričních hodnot potravin během procesu rychlého zmrazení a rozmrazování, MTZ zásuvka v nové chladničce Hotpoint Quadrio může být použita jako:

- Mrazák s funkcí Hyper Freeze pro rychlé zmrazení i teplých pokrmů (ze 70°C na -18°C)
- Chladnička s funkcí Safe Defrost pro rozmrazení při teplotě 2°C
- Chladnička pro čerstvé ovoce a zeleninu s teplotou 8°C
- Chladnička udržující teplotu 0°C ideální pro uchovávání masa a ryb
- Standardní mrazák s udržovanou teplotou -26°C nebo -18°

Zvolte si teplotu, kterou zrovna potřebujete.



Pokud je MTZ zásuvka prázdná, je možné ji ponechat vypnutou nezávisle na ostatních oddílech chladničky Hotpoint Quadrio a zabránit tím zbytečné spotřebě energie.