

SELL

BUILT-IN
SPECIAL

HORKÉ NOVINKY Z MILÁNA

REPORTÁŽ Z VELETRHU
EUROCUCINA

ROMAN VANĚK TVÁŘÍ ZNAČKY BEKO

EXKLUZIVNÍ ROZHOVOR
SE SLAVNÝM
GASTRONOMICKÝM GURU

BSH HAUSMESSE LETOS V SASAZU

REPORTÁŽ
Z DEALERSKÉHO
DNE ZNAČEK BOSCH,
SIEMENS A ZELMER

JSOU MEDIÁLNÍ AGENTURY DNES UŽ PŘEŽITKEM?

NEJNOVĚJŠÍ INFORMACE O BUDOUCNOSTI FAGORU A JEHO PŘIDRUŽENÝCH ZNAČEK

SKUPINA VÝROBKŮ:

VESTAVNÉ MYČKY
VESTAVNÉ CHLADNIČKY
S MRAŽÁKEM DOLE
ODSAVAČE PAR

PRO WHIRLPOOL JSOU PRIORITOU VESTAVNÉ SPOTŘEBIČE

ROZHOVOR S RADKEM
NOVOTNÝM, GENERÁLNÍM
ŘEDITELEM WHIRLPOOL
PRO ČR A SR

AEG A ELECTROLUX PŘEDSTAVUJÍ VESTAVNÉ MYČKY PRO ROK 2014

DUBEN
2014



red editions



PLUS X AWARD®

The Siemens logo is displayed in a white box at the top left of the advertisement. The background of the entire advertisement is a photograph of a modern interior with a large window overlooking a blue sea. In the foreground, a white Siemens iQ 800 washing machine and dryer are positioned side-by-side on a light-colored tiled floor. To the right, a wooden chair is partially visible, and a small indoor pool with paper boats floating in it is situated near the window. The overall atmosphere is bright and airy, emphasizing a high-quality, modern lifestyle.

SIEMENS

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.



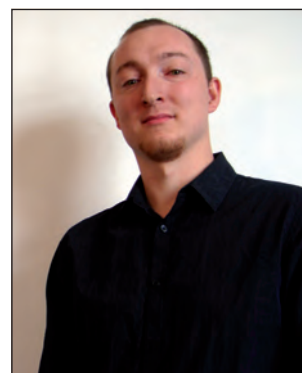
*Spotřeba energie pračky v kWh za rok na základě 220 standardních pracích cyklů s programy bavlna 60 °C a 40 °C s celou a poloviční náplní a spotřeba v režimech s nízkou spotřebou energie. Skutečná spotřeba energie bude záviset na tom, jak je spotřebič používán. **Spotřeba energie sušičky v kWh za rok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

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

držíte v rukou nové vydání jediného českého magazínu pro výrobce a prodejce domácích spotřebičů, zatímco já ve chvíli, kdy píšu tyto řádky, ještě řeším poslední podklady těsně před tiskem. Přemýšlím, čemu věnovat tentokrát ten nevelký prostor úvodníku, protože za poslední měsíc se toho událo poměrně dost. Zavítal jsem na pozvání společnosti Whirlpool na milánský veletrh EuroCucina, nechyběl jsem ani na jarním Hausmesse společnosti BSH, kde jsem se seznámil s novým generálním ředitelem této firmy panem Perem Funchem, vyšly nám dva tematické speciály v deníku E15 (25. března speciál zaměřený na myčky a 14. dubna na žehličky) a nyní už zahajujeme přípravy speciálu na téma chlazení, který vyjde v E15 v pondělí 12. května. Nic z toho ve mně ale nezanechalo takovou stopu jako tisková konference společnosti Samsung z 25. března, na níž se představovaly nové pračky a chladničky. Často mi lidé z oboru říkají, že jsme jako magazín proti asijským značkám zaujatí, i když se s většinou následně shodneme, že nekoncepční počínání těchto firem v kategorii domácích spotřebičů je prostým faktem. S nadějí jsem proto šel v březnu do luxusní restaurace Bastion na pražském Albertově a rezonovalo ve mně nadějně očekávání, že Samsung konečně uchopí domácí spotřebiče pevně do rukou a přijde s jasným strategickým plánem, jak se na trhu prosadit. Byl jsem však bláhovým snílkem, když jsem navzdory dosavadním mnohaletým zkušenostem uvěřil, že by se něco mohlo změnit. Zástupci firmy sice uspořádali tiskovou konferenci, představili na ní nové zajímavé výrobky, ale při osobním rozhovoru po skončení prezentace mě informovali, že nechystají v kategorii bílé techniky žádné významné marketingové aktivity. Prodej veškerého zboží od výroby přes B2B komunikaci, vztahy s partnery, marketing až po finální koupi ze strany spotřebitele tvoří jedna spleť rovnice. Pokud v Samsungu některé její členy zcela ignorují a nezařadí je do výpočtu, jen těžko se doberou výsledku, tedy zásadnějších prodejních úspěchů napříč všemi základními skupinami domácích spotřebičů. Jedna kategorie výrobků vykukující na viditelné pozici v grafech monitoringových firem je dle mého názoru nedůstojná globálního lídra trhu mobilních telefonů. Nejsem ani já, ani zbytek redakce proti asijským firmám nijak zaujatý, pouze nejsme schopni pochopit systém jejich fungování, jejich počínání na trhu domácích spotřebičů a jejich komunikaci, která je ve srovnání s tradičními značkami o několik úrovní horší. Naopak budeme jen rádi, pokud přijdou se strategickým plánem rozvoje pro několik příštích let, budou se ho držet a nebudou s křivkami svých prodejů kopírovat jízdu divoké horské dráhy.

Příjemné čtení přeje



Lubor Jarkovský
šéfredaktor



Obsah

Duben 2014

03 Editorial

06 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

8 Trouby a digestoře dostanou nové energetické štítky

9 Dealerský den DOMO odhalil jarní novinky

10 Reportáž

EuroCucina/FTK 2014

Nové spotřebiče a kuchyňské trendy se odhalily v Miláně

16 Vestavné mytí nádobí 2014

Produktové novinky značek AEG a Electrolux

18 Skupina výrobků

Vestavné myčky nádobí – 60 cm

23 Vestavby na českém trhu podle GfK

24 Radek Novotný, generální ředitel Whirlpool CR a SR:

Whirlpool se soustředí na vestavbu, tento rok bude ve znamení nových myček

26 Spotřebiče Hotpoint pro moderní kuchyně v retro stylu

28 Design

Labyrintem designových chutí

30 Roman Vaněk:

BEKO mně učarovalo svými
úspěchy na českém trhu

32 Revoluce v mixování

Kenwood Blend-X Pro

34 Ekonomické novinky

Značky Brandt a De Dietrich
zachráněny, španělský Fagor
rozprodává majetek

36 Reportáž

BSH Hausmesse přivítalo obchodníky
letos v klubu SaSaZu

**38 Moderní vestavné spotřebiče
Amica****40 Skupina výrobků extra**

Vestavné chladničky s mrazákem dole

**43 Vestavné spotřebiče gorenje
kuchyni sluší****45 Unikátní myčky na 16 sad
a nová generace chlazení****46 Zrcadlo aneb chvílka zamyšlení**

O pálení peněz a jiných radostech
marketingové komunikace

**48 Buzzword: Co je to nativní
reklama? A proč neskupovat
prostor pro statické bannery?****50 Skupina výrobků extra
Odsavače par****53 Zlepšete komfort svého bydlení
s odsavači par Siemens**

Produktové novinky značky NARDI

S bohatou nabídkou vestavných spotřebičů NARDI se naše redakce blíže seznámila při návštěvě veletrhu EuroCucina, kde měla značka velkou expozici. Do obrazové reportáže ale nebylo možné zařadit všechny podrobnosti, a tak jsme se rozhodli věnovat dvěma novým produktům ještě prostor v novinkové sekci. Konkrétně nás zaujaly dva produkty, které už jsou dostupné na českém trhu. Prvním z nich je vestavná trouba FEX 97S77 XN4



v moderním čistém nerezovém designu. Celkem nabízí 8 funkcí pro pečení včetně horkého vzduchu v kombinaci se spodním a horním ohřevem. Její pečicí prostor má objem 58 l, vnitřní povrch je ze snadno čistitelného smaltu a ovládání řeší výrobce elektronicky. Ovladače typu PUSH PUSH jsou zamačkávací, a to v každé poloze. Zanechání otisků

prstů zabraňuje speciální povrchová úprava trouby a popálení zase trojitě sklo dvířek. Jako volitelné příslušenství nabízí NARDI k dokoupení teleskopické výsuvy.

Druhá nová trouba má rustikální design, ale její vnější provedení je také z nerez. Na rozdíl od předchozího

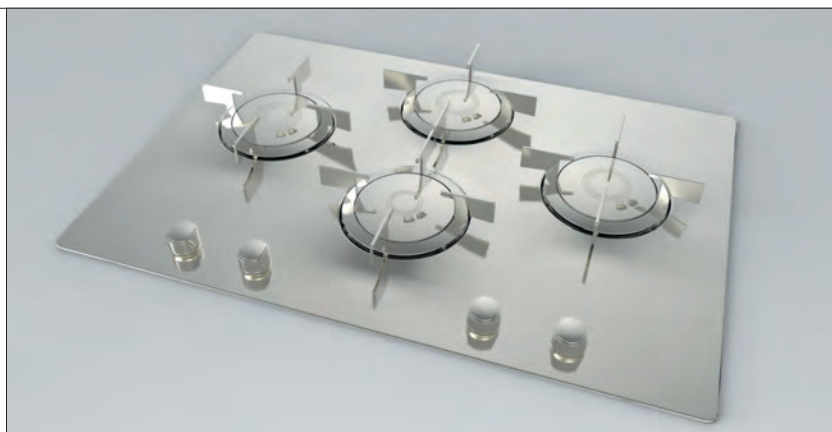


modelu nabízí 6 funkcí a analogový programátor s hodinami, jinak se ale příliš neliší. Objem, povrch pečicího prostoru i trojitě sklo jsou stejné. Obě novinky objednávejte pro svá kuchyňská studia a obchody u českého zastoupení NARDI, jímž je CS COMPANY, s. r. o.



Candy představuje nové prémiové trouby a varné desky

A nejen to. Italská firma uvádí na trh novou řadu trub Elite s prémiovým designem a provedením, u kterých se změnila madla dvířek na decentnější zaoblená, formát displeje i ovladače. Novinky také nabídnou zlepšené proudění vzduchu, lepší výkon při pečení ve více rovinách a variabilní otáčení větráku při aktivaci patentované funkce Soft Cook (zlepšení nadýchanosti např. pečiva). Ve výbavě pak nechybí ani dvířka s poma-



lým dovíráním, čištění vnitřního prostoru pomocí systému AquaActive (parní čištění), katalytických desek nebo pyrolýzy v závislosti na zvoleném modelu. Candy pak nadále drží prvenství ve velikosti svých trub, protože má v nabídce modely také s objemem 78 l, které zatím žádný konkurent nevyrábí.

Druhou významně inovovanou kategorií jsou u Candy varné desky, u kterých nás na EuroCucině zaujaly taktéž modely Elite s přímým hořením a zapuštěnými hořáky. Prémiový vzhled dokládají obrázky a netřeba je nějak dlouze komentovat.



Redespresso – čaj, nebo káva?

Vyjádřeno kulatně, jde o čaj, který hraje podle pravidel kávy. Vyrábí se z nejkvalitnějšího ručně sbíraného čaje rooibos, který se dále upravuje patentovaným postupem speciálního pražení. Díky tomu má vyšší obsah antioxidantů než čaj z rooibosu, přičemž je výsledný produkt samozřejmě zcela bez kofeinu. To nejzajímavější je, že z něho připravíte espresso, tedy přesněji „red espresso“. Počátkem dubna se o tom přesvědčili návštěvníci prezentačních dní Redespresso v Kávovém centru v Praze. Zájemci si mohli vyzkoušet připravit a ochutnat tento nápoj ve všech myslitelných podobách – na pákových kávovarech, frenchpressu, v automatických kávovarech či nově také v džezvě. Zastoupení Redespressa v Kávovém centru je tak dalším rozšířením této české kávové Mekky.



Kávové centrum v Praze se dále rozšiřuje

V BŘEZNU ZAVÍTALA REDAKCE SELLU POPRVÉ OD PODZIMU DO KÁVOVÉHO CENTRA V PRAZE 9, KTERÉ POVAŽUJEME ZA JEDEN Z NEJZAJÍMAVĚJŠÍCH PROJEKTŮ V OBLASTI PRODEJE KÁVY A KÁVOVARŮ ZA POSLEDNÍCH NĚKOLIK LET. OSOBNĚ JSME SI MOHLI KONEČNĚ PROHLÉDNOUT SHOWROOM ZNAČKY JURA, KTERÝ OD NAŠÍ POSLEDNÍ NÁVŠTĚVY V CENTRU PŘIBYL K JIŽ DELŠÍ DOBU OTEVŘENÝM PROSTORÁM ZNAČKY NIVONA. DALŠÍ NOVINKOU PAK BYLA ROZŠÍŘENÁ EXPOZICE PROFESIONÁLNÍCH KÁVOVARŮ, NA KTERÝCH SI MOHOU NÁVŠTĚVNÍCI VYZKOUŠET PŘÍPRAVU PRAVÉHO ESPRESA. PERLOU NABÍDKY JSOU KÁVOVARY NUOVA SIMONELLI AURELIA II, KTERÉ SE POUŽÍVAJÍ I NA MISTROVSTVÍCH SVĚTA BARISTŮ. DŮSTOJNÝMI POMOCNÍKY JSOU PAK VYSOCE KVALITNÍ MLÝNKY SIMONELLI MYTHOS ONE S TECHNOLOGIÍ CLIMAPRO, ZAJIŠTŮJÍCÍ OPTIMÁLNÍ TEPLITU PŘI MLETÍ KÁVY.

Kávové centrum už tak není pouze místem pro nákup automatu na espresso, nýbrž i místem, kde najdou odpovídající techniku majitelé kaváren, barů a gastronomických provozů. Zájemcům nabízí nejen možnost výběru a nákupu správné technologie pro přípravu kávy, ale také zázemí trvalého školicího centra. Další novinkou je otevření expozice alternativních příprav kávy. Jen těžko byste hledali způsob přípravy kávy, který si nemůžete v Kávovém centru vyzkoušet. Z nabídky „kávové laboratoře“ nás nejvíce zaujal Vacuum pot, který nabízí zážitek nejen chuťový, ale také vizuální. K přípravě zde používají kávu upraženou s ohledem na zvolený způsob přípravy nápoje.

Kávové centrum si během prvních měsíců od otevření zvykli navštěvovat milovníci kvalitní kávy. Zejména díky velmi široké nabídce související s kávou ve všech jejích podobách. Manažer Kávového centra Martin Kulhavý nám k tomu řekl: „Těší nás, že se Kávové centrum stále více stává místem, které rádi navštěvují nejen koncoví zákazníci, ale také provozovatelé pražírén, obchodníci a majitelé prodejen, kteří zde čerpají inspiraci pro svoji nabídku. Zejména proto, že zde získají možnost velmi výhodné partnerské velkoobchodní spolupráce pro každý nabízený produkt.“

V Kávovém centru připravují další rozšíření, které na sebe prý nenechá dlouho čekat. A bude to prý dokonce premiéra v Česku. Více informací vám přineseme v některém z příštích čísel SELL. Pokud vás projekt Kávového centra zajímá, můžete se více dozvědět na www.kavove-centrum.cz.



Trouby a digestoře dostanou nové energetické štítky

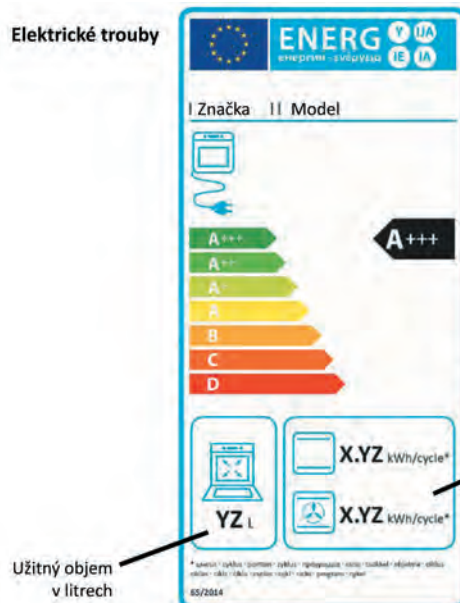
UŽ 20. ÚNORA VEŠLA V PLATNOST NOVÁ DIREKTIVA EVROPSKÉ KOMISE, KTERÁ UKLÁDÁ VÝROBCŮM POVINNOST OZNAČOVAT TROUBY A ODSAVAČE PAR NOVĚ VZNIKLÝMI ENERGETICKÝMI ŠTÍTKY. NĚKTERÍ UŽ TUTO NOVINKU STIHLI ZOHLEDNIT PŘI PŘÍPRAVĚ SVÉ EXPOZICE NA VELETRHU EUROCUINA V MILÁNĚ A INFORMOVALI U NĚKTERÝCH MODELŮ, DO KTERÉ ENERGETICKÉ TŘÍDY BUDOU SPADAT.

Regulace číslo No 65/2014 se týká všech elektrických i plynových trub, včetně těch, které jsou součástí sporáků, a všech odsavačů par. Netýká se naopak trub s funkcí mikrovln a trub menších rozměrů (méně než 250 mm hloubka a 120 mm výška) ani parních trub, u nichž je pára hlavním zdrojem ohřevu. Výjimka je ještě více, ale nejsou už tak podstatné. Většina běžných trub a digestořů zkrátka pod novou regulaci spadá a výrobci budou muset na situaci reagovat, protože štítky začnou platit už 1. ledna příštího roku. Níže na stránce uvádíme nové štítky včetně popisu jednotlivých kategorií. V době uzávěrky nebyly ještě dostupné v plné tiskové kvalitě, tak omluvte jejich určitou neostrost.

V kategorii trub se bude energetická třída určovat od D po A+++. Štítky budou dvou typů – jeden bude pro elektrické trouby, druhý pro ty plynové.

U digestořů se bude energetická třída určovat od G do A, ale v následujících letech dojde k posunům. Od roku 2016 bude stupnice od F po A+, od roku 2018 od E po A++ a od roku 2020 od D po A+++.

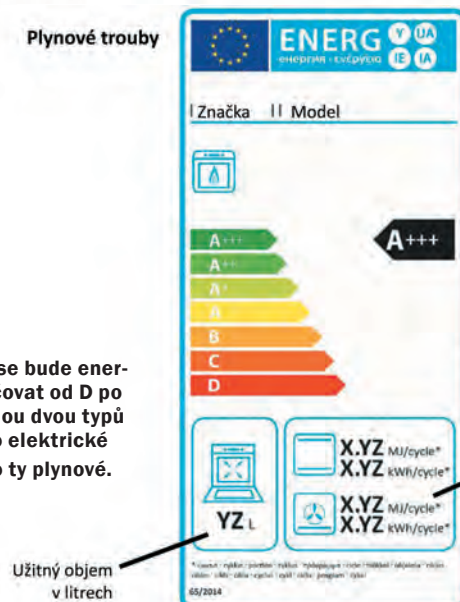
Elektrické trouby



Spotřeba energie na jeden pečicí cyklus při použití horního a spodního ohřevu, případně horkého vzduchu

Užitný objem v litrech

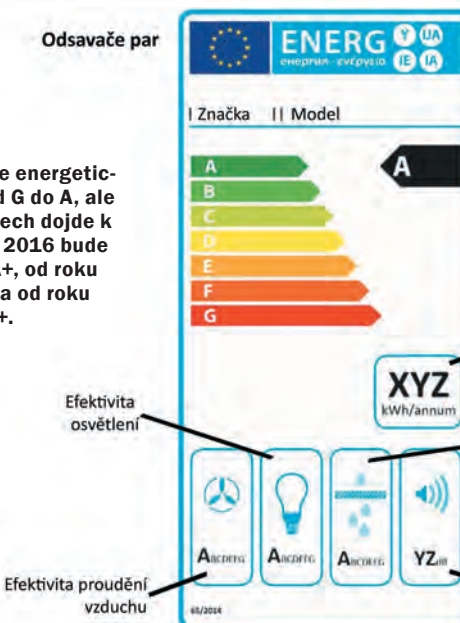
Plynové trouby



Spotřeba energie (plynu) v MJ a kWh na jeden pečicí cyklus při použití horního a spodního ohřevu, případně horkého vzduchu

Užitný objem v litrech

Odsavače par



Spotřeba energie za rok v kWh

Efektivita filtrace mastnoty

Efektivita osvětlení

Efektivita proudění vzduchu

Hlučnost v dB

Dealerský den DOMO odhalil jarní novinky

V PRVNÍM DUBNOVÉM TÝDNU PROBĚHLO NA PARDUBICKÉM ZIMNÍM STADIONU ŠKOLENÍ ZÁKAZNÍKŮ FIRMY DOMO, KTEŘÍ MĚLI MOŽNOST SI OSAHAT A VYZKOUŠET NEJNOVĚJŠÍ VÝROBKY. VZHLEDEM K TOMU, ŽE LÉTO UŽ ZA CHVILKU ZAKLEPE NA DVEŘE, BYLY NEJAKTUÁLNĚJŠÍMI NOVINKAMI VENTILAČNÍ A KLIMATIZAČNÍ JEDNOTKY.



DOMO přichází na trh hned s několika novinkami v této produktové kategorii – konkrétně dvěma modely ochlazovačů vzduchu DO151A a DO152A, dvěma modely klimatizací DO262A a DO324A a dvěma modely podlahových ventilátorů DO8134 a DO8135.

Ochlazovače vzduchu DO151A a DO152A

Princip práce obou ochlazovačů vzduchu spočívá v nasátí studené vody (možné dodat i led) do filtrační jednotky, přes kterou je nasáván vzduch, čímž se nasýtí vodními párami, a energie z chladné vody je použita pro osvěžení vzduchu v místnosti. Takový přístroj nedosahuje sice účinnosti klimatizace, ale dokáže krátkodobě zpříjemnit klima v místnosti a navíc pracuje velmi úsporně, model 151A má příkon pouze 100 W a model 152A jen 110 W. Vyšší model DO152A je pak vybaven výkonnější ventilací a ionizací vzduchu.

Klimatizační jednotky DO262A a DO324A

Nové klimatizační jednotky o výkonu 8 000 BTU, respektive 12 000 BTU, mají zdokonalený měděný výměník pro přenos tepla, velmi nízkou hladinu hlukosti 65 dB a novinku u DO262A v podobě recyklace zachycené vody – není potřeba ji vylévat a navíc dochází ke zvlhčování suchého letního vzduchu v místnosti.

Ventilátory DO8134 a DO8135

Tyto podlahové ventilátory rozšiřují stávající nabídku o „meziprůměry“ 35 a 45 cm. Opatřeny jsou novou povrchovou úpravou v matné sametově černé barvě. Podlahové ventilátory si všeobecně získávají u spotřebitelů stále větší oblibu z důvodu jejich enormní tichosti provozu, možnosti umístění na zem za nábytkem a v neposlední řadě hlavně nasáváním nejchladnějšího vzduchu od podlahy, což zvyšuje jejich účinnost. Příkon je dán velikostí vrtule od 50 W při průměru 30 cm až 100 W při průměru 45 cm.

Obchodní politika firmy DOMO se vyznačuje velmi rychlou reakcí na vývoj a světové trendy v kategorii malých domácích spotřebičů – ročně uvede na trh až 30 nových produktů a obmění 20–25 % svého portfolia. Další novinky vám představíme v příštím čísle.



EuroCucina/FTK 2014

Nové spotřebiče a kuchyňské trendy se odhalily v Miláně

JEDEN Z NEJVÝZNAMNĚJŠÍCH KUCHYŇSKÝCH VELETRHŮ V EVROPĚ SI LETOS NENECHALA UJÍT REDAKCE ČESKÉHO ANI MAĎARSKÉHO SELLU. ZÁSTUPCE ČESKÉHO VYDÁNÍ PŘIJAL POZVÁNÍ OD SPOLEČNOSTI WHIRLPOOL, KTERÁ DVOUDENNÍ VÝLET DO ITALSKÉHO MILÁNA ZORGANIZOVALA. NA MÍSTĚ JSME SAMOZŘEJMĚ ZHLÉDLI NOVINKY NEJEN TOHOTO AMERICKÉHO VÝROBCE A PŘINÁŠÍME VÁM ŠESTISTRÁNKOVOU REPORTÁŽ Z NÁVŠTĚVY JAK VELETRHU EUROCUCCINA, TAK PŘEDVŠÍM PŘIDRUŽENÉHO FTK (TECHNOLOGY FOR THE KITCHEN), KDE PREZENTUJÍ SVÉ NOVINKY PRÁVĚ VÝROBCI DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ.



I přes svůj nesporný význam je EuroCucina pouze jednou z několika akcí, které se napříč Evropou konají. Z hlediska domácích spotřebičů i našeho regionu je určitě významnější berlínský veletrh IFA, kde představují své zboží také výrobci malých domácích spotřebičů. EuroCucina cílí primárně na výrobce kuchyní a spotřebiče jsou zde spíše takovým doplňkem. Na druhou stranu je výstavní plocha natolik velká, že i samotná hala, v níž vystavovaly přední značky z oblasti

velké bílé techniky, si vyžádala pár hodin k podrobnému prozkoumání. Nutno ještě podotknout, že výrobci nepředstavili nic vyloženě revolučního, z čeho by nám spadla čelist překvapením. Pokud bychom měli shrnout dojmy z akce do pár slov, určitě bychom řekli, že začíná být kladen větší důraz na méně tradiční barevná provedení a sladěnost spotřebičů s barvou kuchyně (nikoliv ovšem extravagantní barvy, nýbrž varianty prodejně masového zákazníka), začínají

se objevovat první smart spotřebiče a do třetice všeho dobrého kladou výrobci důraz na zjednodušení ovládání svých výrobků. Například Whirlpool, jehož čeští zástupci nás po expozici své značky provedli a věnovali nám množství času, odhalil výrobky, s nimiž se setkáte na českém trhu v závěru tohoto roku nebo v roce 2015. Na následujících stránkách přinášíme obrazovou reportáž nejzajímavějších spotřebičů a kuchyní, které jsme na veletrhu spatřili.



Novou řadu spotřebičů 6. smysl Live uvede Whirlpool na český trh v roce 2015. Tvořena je pračkou, sušičkou, myčkou, troubou, varnou deskou a chladničkou s mrazákem dole. Všechny přístroje se připojují do domácí sítě a lze je ovládat přes tablet nebo smartphone pomocí jedné společné aplikace. Chybět nebudou upozornění při celé řadě činností – například pokud bude potřeba podlít připravovaný pokrm v troubě, odečítání času do dosažení varu vody u varné desky a další.



Whirlpool ukázal také nové cenově dostupné trouby s velmi jednoduchým ovládáním pomocí centrálně umístěného ovladače a podsvícených ikon. Nechybí funkce 6. smyslu pro rychlou přípravu přednastavených pokrmů. Trouby nás překvapily „soft close“ dvířky, která byla až doteď doménou dražších modelů.



O uvedení velkých domácích spotřebičů KitchenAid se hovoří už dlouho. Na tuto problematiku jsme narazili také v rozhovoru s generálním ředitelem českého a slovenského zastoupení Whirlpool panem Radkem Novotným (str. 24). Na výstavě centrála firmy ukázala novou řadu spotřebičů KitchenAid včetně modelů s menší funkční výbavou a současně nižší cenou, než je u této značky běžné. Svítá tak naděje, že by mohly příští rok zamířit také do Česka.



Vestavné chladničky Whirlpool nás potěšily drobnými, leč podstatnými vylepšeními interiéru. Například lahve bude možné pokládat na skleněné police díky novým držákům hrdel. Díky této inovaci zmizí samostatný držák na lahve, na který nebylo možné pokládat běžné jídlo. Druhou novinkou je systém Stop Frost – nejedná se o žádný No Frost, pouze vylepšený interiéru bez výparníkových roštů a s kovovou deskou, která se připevní pod strop mrazáku, aby zachytila většinu námrazy. Stačí ji pak jen vyjmout a opláchnout. Tradiční odmrazování vnitřního prostoru v podstatě odpadá.



Nové varné desky KitchenAid dosahují výkonu až 6 kW a současně mají ještě přesnější ovládání pro tu nejjemnější korekci ohřevu.



Premiový vzhled spotřebičů KitchenAid podtrhuje také velký důraz na detail. Například u nových chladniček naleznete bohaté příslušenství s dřevěnými prvky. Doplnuje ho ještě variabilní dřevěná police s vyjímatelnými částmi.



▲ V minulém vydání SELLu hovořil pan Viktor Fiala, generální ředitel českého zastoupení Candy Hoover, o chystaných smart spotřebičích, jež bude firma nazývat Simply|Fi. Na EuroCucině byla k vidění například tato trouba, která už nové síťové funkce nabízí. Ke komunikaci s ní opět poslouží patřičný software a tablet nebo chytrý telefon.

V prezentaci společnosti Electrolux lákal návštěvníky také spotřebič v podobě speciální vitríny, určené k celoročnímu pěstování bylinek. Pro nadšence do domácího vaření určitě zajímavé rozšíření kuchyňského vybavení.



▲ Velký zájem v zóně Electrolux byl také o nové myčky s jednoduchou a současně velmi vítanou inovací v podobě dolního koše, který se při vysunutí zvedne do výšky koše horního. Plnění i vyprazdňování myčky je rázem pohodlnější. Při naplnění stačí jen koš jemně stlačit, aby se následně elegantně zhoupl přímo do nitra myčky.



▲ U společnosti BEKO nás zaujala nová varná deska s dotykovým ovládáním a varnými zónami, které na ni promítá digestoř nad ní. Ve vypnutém stavu má tak deska dokonale čistý design a jediným výraznějším prvkem je název značky v její přední části.

▲ O novinkách značky Faber nejsou od českého zastoupení novináři prakticky informováni, ale v Miláně byla reprezentace firmy k médiím velmi vstřícná. Představeny nám byly digestoře připravené pro nově chystané energetické štítky. Na místě byla také speciální místnost pro vyzkoušení už známé technologie Silk Active, která snižuje hlučnost odsavačů vytvářením vln, které částečně eliminují vlny původního zvuku ventilátoru.



▲ Nouze nebyla na letošním ročníku ani o kuriozity. Zde například plynová varná deska Smeg s hořáky tvořenými barevnými ptáčky.



▲ U většiny výrobců jsme zaznamenali snahu o naprostý minimalismus a jednoduchost. Výrazný byl tento trend také u italské značky NARDI, kde jsme viděli například zúženou 45cm troubu nebo desku „plyn na nerez“ s velmi čistým designem a ostrými hranami.





Bosch nepřivezl na výstavu žádné velké novinky, protože většinu produktů představuje na domácí půdě na veletrhu IFA. V plejádě vestavných spotřebičů vyčnívala tato 90 cm široká trouba s displejem na levé straně a ovládáním na pravé straně.



A nejen bílá proniká do vestaveb. V expozici Indesit Company jsme si všimli nových spotřebičů v barvě mědi. U myček navíc došlo k výrazné technologické inovaci v podobě použití tepelného čerpadla při sušení. Myčky díky tomu dosahují energetické třídy A+++ - 20 %.



„Ťuk, ťuk. Kdo je tam?“ aneb myčka Siemens, jejíž dvířka se elektronicky otevírají lehkým zatlačením dovnitř.



I Bosch se nechal strhnout současnými trendy v podobě pronikání bílé do oblasti vestavných spotřebičů. Na obrázku nový model vestavné mikrovlnné trouby s nerezovým madlem a dvěma LED displeji. Opět si všimněte minimalistického designu a jednoduchého ovládání.



V reportáži nemůžeme vynechat ani nejnovější přírůstek do řady čtyřdveřových chladniček Hotpoint Quadrio, model E4DG AAA X MTZ, jenž se právě chystá na český trh. Novinka v energetické třídě A++ a s technologií No Frost disponuje nulovou zónou, chladicí částí s objemem 292 l a mrazničkou s objemem 87 l.



Franke je další značkou, která by za komunikaci na českém trhu zasloužila nedostatečnou. Už před časem rozšířila také na českém trhu svou nabídku o domácí spotřebiče, ale prohlédnout si naživo jejich větší koncentraci jsme měli možnost právě až v Miláně. Franke se ničím nevymyká a sleduje současné trendy – na obrázku plynová deska na bílém skle s opět minimalistickým designem a praktickou koncepcí hořáků v jedné řadě.



KUCHYNĚ NA EUROCUCINA

VYSTAVOVATELŮ KUCHYNÍ PŘIJELO NA VELETRH VÍCE NEŽ 150 A VYTVOŘIT REPORTÁŽ O JEJICH EXPOZICÍCH BY SI ŽÁDALO CELÝ ČASOPIS. VYBRALI JSME PRO VÁS NĚKOLIK KUCHYNÍ, KTERÉ SYMBOLIZUJÍ AKTUÁLNÍ TRENDY PRO LETOŠNÍ A PŘEDEVŠÍM PŘÍŠTÍ ROK.



Renesance dřeva aneb tradiční materiál opět na výsluní. Na tyto kuchyně se specializuje společnost Nature Design, jejíž varnou zónu s „dřevěným designem“ pracovní desky jsme na místě vyfotili.



Jednoduchost a čistota byly k vidění ve většině vystavených kuchyní německé značky Nobilia včetně návratu dřevěných vzorů. Kuchyně se také drží méně výrazných a křiklavých barev.



Zaoblené tvary byly k vidění na více místech. Zde kuchyně Ar-Tre s varnou deskou kopírující tvar kuchyňské linky.





Nechyběla ale ani určitá pompéznost, například zde kuchyně značky Fiamberti.



Snaha skrýt veškeré spotřebiče a další vybavení kuchyně byla letos ještě výraznější než v minulých letech. Výrobci skrývají varné desky pod výklopná dvířka nebo celé varné zóny pod posuvné desky, které tvoří současně kuchyňský bar, jako zde na fotce v expozici Mobalpa.



Propojení kuchyně s obývacím pokojem je v posledních letech hitem, který se postupně stal takřka standardem při stavbě nových bytů. Mobalpa chce však propojit kuchyni i obývací pokoj také na úrovni nábytku, který má sladěný design a barvy. Jde dokonce tak daleko, že kuchyňský bar vhodný pro snídani a přípravou zónu otevírá čelem k televizoru.

Proti současnému hlavnímu proudu čistoty a jednoduchosti jdou značky, které cílí na nejvyšší vrstvy především z východoevropských a asijských zemí. Z našeho pohledu nevkusná okázalost kuchyní a spotřebičů Officine Gullo si své zákazníky nachází.

Vestavné mytí nádobí 2014

Produktové novinky značek AEG a Electrolux

Jarní měsíce se nesou každoročně ve znamení prezentací nových produktů a letošní rok není výjimkou. Zajímavé novinky mají přichystány AEG i Electrolux. Jelikož se aktuální vydání SELLu zaměřuje na vestavné spotřebiče, konkrétně vestavné myčky a chladničky, představujeme vám nově uváděné výrobky z obou těchto kategorií.



Myčky AEG ProClean až na 15 sad nádobí

Ve skupině vestavných myček rozšíří letos portfolio značky AEG hned několik modelů, a to jak těch s předním panelem, tak těch plně integrovaných. Jedná se o druhou generaci úspěšné produktové řady ProClean. Už při letmém pohledu do specifikací zaujme nadstandardní XXL kapacita na 15 sad nádobí a výjimečná zásuvka na příbory, kterou lze i s obsahem vložit do šuplíku v kuchyňské lince. Uživatelé díky tomu odpadají nutné vyjímání a třídění příborů po umytí, místo toho vezme celou zásuvku a vše je vyřešeno během pár vteřin. V myčkách zůstává osvědčený systém ostřikovacích ramen Flexi Spray, díky kterým probíhá mytí v 5 úrovních a voda se dostane do každého koutu. U těchto myček zlepšuje kvalitu mytí ještě třetí rameno nad příborovou zásuvkou. Novinkou jsou potom trny SoftSpikes a držáky SoftGrip zabráňující rozbití či poškození sklenic. A hlučnost myček? Pouhých 39 dB, s funkcí ExtraSilent dokonce 37 dB, což odpovídá zhruba šustění listů ve větru. Většina modelů ProClean druhé generace spadá do energetické třídy A+++. Vlajkovou lodí řady se stala myčka F99705IMOP s 9 programy včetně automatiky, která určí spotřebu vody, délku mytí a teplotu mezi 45 až 70 °C podle špinavosti nádobí. Vynikajících energetických parametrů bylo dosaženo využitím kombinace automatického otevírání dveří při sušení v polovině procesu, invertorového motoru a výkonného oběhového čerpadla. Automatické otevírání dveří neboli funkce AutoDoor pootevře uprostřed fáze sušení dveře myčky, aby pára mohla uniknout, a pak je opět vrátí zpět, ale nezavře je úplně.



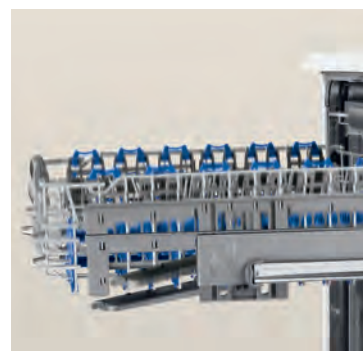
Myčky Electrolux RealLife CHRONO s hodinovým programem

Času není nikdy nazbyt, a proto značka Electrolux přichází s novou generací myček RealLife CHRONO s mnoha časově úspornými programy, které dokonale umyjí až 15 sad nádobí v rekordně krátkém čase.

CHRONO je další generací myček nádobí z řady RealLife® značky Electrolux, která se rozhodla vybojovat závod s časem. Extrakrátké programy QuickPlus 30' a 1 hodina umyjí veškeré nádobí rychle a s perfektním výsledkem. Díky kvalitnímu oběhovému čerpadlu s invertorovým motorem byly zvýšeny otáčky čerpadla, a tím i tlak vody, přičemž teplota vody u jednotlivých programů je jen o pár stupňů vyšší (kromě programu Intensiv 70). Výsledkem této inovace je tak mnohem rychlejší a účinnější mytí. Mycí programy testoval i Německý LGA Institut a jeho výsledky potvrdily, že modely této řady přinášejí nejen časovou úsporu, ale i účinné mytí.

Zmiňovaný program QuickPlus 30' používá vodu o teplotě 60 °C a trvá pouhých 30 minut. Přináší dokonalé výsledky při vysoké efektivitě využití vody i energie a hodí se pro každodenní mytí. Program 1 hodina myje nádobí při teplotě 58 °C, přičemž samotná mycí fáze trvá plných 40 minut. První opláchnutí vyčistí filtry, aby se zabránilo opětovnému rozvíření případných nečistot z předchozího cyklu. Poslední oplach trvá jen 15 minut při teplotě 68 °C, která zaručuje dobrý výsledek sušení. Tento program byl testován v LGA podle postupu StiWa (krátký cyklus při plném zatížení) s velmi dobrými výsledky, včetně známky „velmi dobrá“, která byla udělena spotřebě energie, vody a času. Časovou úsporu nabízí i program ECO, který byl zkrácen o polovinu, z původních 181 minut tedy na 90 minut.

Myčky RealLife se také vyznačují zvětšeným vnitřním prostorem, kdy bez zásuvky na příbory pojmu 13 sad nádobí a se zásuvkou na příbory dokonce 15 sad. Samozřejmostí je funkce AutoFlex, která automaticky spočítá, kolik vody a energie myčka pro danou náplň potřebuje, dále satelitní rameno, pracující na základě dvojí rotace (větší rozptyl vody), a nízká hluknost.





Trh s myčkami nadále poroste

VELMI PODROBNĚ JSME TRH MYČEK NÁDOBÍ ROZEBRALI V NAŠEM TEMATICKÉM SPECIÁLU, KTERÝ VYŠEL JAKO SOUČÁST EKONOMICKÉHO DENÍKU E15 V ÚTERÝ 25. BŘEZNA. POKUD VÁM VYDÁNÍ NEDORAZILO, MŮŽETE SI SPECIÁL, OBSAHUJÍCÍ PODROBNÝ ROZBOR TRHU, PŘEČÍST TAKÉ NA WWW.E15.CZ V SEKCI OSTATNÍ TEMATICKÉ PŘÍLOHY. NA NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH SHRNEME FAKTA Z TRHU, PODÍVÁME SE BLÍŽE NA POSLEDNÍ INOVACE MYČEK A NABÍDNEME PRŮŘEZ TRHEM VESTAVNÝCH 60CM MODELŮ. VĚTŠINA VÝROBKŮ V PŘEHLEDU JSOU NEDÁVNO UVEDENÉ ČI TEPRVE CHYSTANÉ MODELÝ.

Z monitoringu trhu společnostmi Euromonitor International i GfK vyplývá, že trh s myčkami v loňském roce rostl hodnotově i v prodaných kusech. Prodeje jednorázové a krátkodobé, leč významně podpořily v závěru roku intervence České národní banky. Společnost GfK informovala, že se v listopadu zvýšil obrát s myčkami o 15 %. Data Euromonitoru se týkají pouze meziročních srovnání, ale celkový růst trhu dokládají také. Výhled pro příští roky nevypadá



podle této společnosti také špatně, protože je očekáván další růst prodeje v kusech i hodnoty trhu. Žádným velkým překvapením určitě není, že mají lidé největší zájem o myčky standardní 60cm šířky a po těch zúžených, 45 cm širokých poptávka naopak klesala.

Lídři trhu

Euromonitor poskytuje naší redakci podrobnější data včetně seznamu nejvýznamnějších firem a značek v jednotlivých produktových kategoriích. Nicméně dodávané tabulky nejsou natolik podrobné, abychom z nich zjistili pozice v rámci subkategorií, jako jsou volně stojící myčky a vestavné. Celkově je lídrem trhu myček společnost BSH domácí spotřebiče, následovaná společnostmi Electrolux a Whirlpool.

Nárůst kapacity, rychlejší mytí a pokles spotřeby

Pokud bychom měli shrnout směřování myček z funkčního a technologického hlediska, stačil by nám k tomu předchozí mezititulek. Jedním z nejvýraznějších trendů je snaha výrobců zvětšovat kapacitu myček různými způsoby. Některým se podařilo zvětšit celkově vnitřní prostor a koše, většina začíná vyměňovat příborový košík za separátní příborovou zásuvku a někteří udělali obojí. Kapacita 60cm modelů tak dosáhla dokonce už hodnoty 16 sad – tyto myčky se chystá uvést letos Candy. Jinak je v současnosti maximem 15 sad a běžnější jsou myčky na 13 a 14 sad.

Se změnami interiéru přicházejí také přídatná ostříkova ramena. Co výrobce, to jiné řešení. Whirlpool sází na systém PowerClean s vysokotlakými tryskami v zadní části myčky pod spodním košem. Určeny jsou primárně k mytí pekáčů a pánví. Candy zase přichází se sekundárním ostříkovacím systémem ve spodní části myčky, Electrolux má třetí ostříkované rameno nad příborovou zásuvkou.

Letošní modely myček by tak měly dosáhnout kvalitnějšího mytí nebo stejně kvalitního mytí, ovšem v kratším čase. Výjimkou dnes nejsou plnohodnotné mycí programy s aktivním sušením, které trvají zhruba hodinu.

Hovořit zde o inteligentních senzorech a automatických programech nemá příliš smysl. Už bychom jen opakovali informace z článků z posledních let. Zmínit musíme jen další pokles spotřeby energie a vody ve smyslu, že se nabídka nejúspěšnějších modelů v třídě A+++ nebo se spotřebou vody 6–7 l zase zvětšila. Na trh také brzy zamíří modely překračující hranici energetické třídy A++, například Hotpoint začne do svých myček dávat tepelné čerpadlo a dosáhne díky efektivnějšímu sušení energetické třídy A+++ – 20 %. Novinky odhalila firma na veletrhu EuroCucina v Miláně.

U vestavných modelů plně integrovaného typu se rozšiřuje funkce promítání zbývajících času programu na podlahu kuchyně. Díky tomu není potřeba myčku otevírat a přerušovat program, pokud je uživatel zvědavý, jak dlouho bude spotřebič ještě pracovat.

V příštím roce potom očekáváme příchod takzvaných smart spotřebičů, mezi kterými nebudou chybět ani myčky. Naživo jsme si takový model prohlédli na veletrhu EuroCucina, kde ho prezentovala společnost Whirlpool. K ovládání myčky a jejímu nastavení na dálku poslouží tablet nebo chytrý telefon.

Informace o tržní situaci poskytla redakci společnost Euromonitor International

AEG F99705VI1P

Žhavá novinka je plně integrovaným modelem s kapacitou na 15 sad nádobí a reprezentuje nejnovější generaci myček AEG ProClean. Řadí se do nejpřísnější energetické třídy A+++ a současně patří k nejtišším na trhu se standardní hlučností 39 dB a při použití extra tichého programu pouhých 37 dB. Ostřik nádobí probíhá v 5 úrovních pomocí 3 ramen, kdy jedno přídatné se nachází pod stropem, tedy nad příborovou zásuvkou. Zásuvku lze z myčky vyjmout za účelem mytí většího nádobí v horním koši, který je mimo jiné vybaven měkkými SoftGrip držáky na skleničky. Spotřeba vody činí 11 l, přičemž nižších hodnot lze dosáhnout použitím automatického programu, který sám zvolí teplotu, spotřebu vody a délku mycího cyklu. Nechybí funkce TimeBeam pro indikaci zbývajících času na podlaze.



Amica ZIM 629 E

Nová plně integrovaná myčka v portfoliu polské značky Amica je modelem s energetickou třídou A+++ a spotřebou 10 l vody na jeden standardní mycí cyklus. Lze do ní vložit až 14 sad nádobí, které myjí 3 nezávislé ostřikovací ramena včetně horního fixního. Nabízí 8 programů včetně automatického, který používá informace z Aqua senzoru, čidla detekujícího znečištění vody. Vnitřní prostor je rozdělen mezi 3 koše. O sušení nádobí se stará systém Hot Air, který se vyznačuje větší efektivitou. Hlučnost myčky činí 45 dB.



Bauknecht GSXP 81312 TR A++

Plně integrovaná myčka energetické třídy A++, jak odhaluje její samotné označení, používá k mytí technologii Power Clean, skládající se z 24 rotačních trysek umístěných v zadní části u spodního koše. Díky nim je myčka schopna umýt i velmi připálené hrnce. Výrobce zdůrazňuje, že se spotřeba vody ani energie při tomto programu nemění. Uvnitř myčky naleznete kromě 2 standardních košů ještě příborovou zásuvku ProComfort. Celkově lze najednou mýt až 13 sad nádobí při spotřebě pouhých 7 l a hlučnosti 42 dB. Součástí technologické výbavy myčky je systém Green Intelligence pro optimalizaci délky cyklu a spotřeby vody i energie.



BEKO DIN 6830 FX30

Myčka turecké značky BEKO se vyznačuje energetickou třídou A+++ a spotřebou 10 l vody na jeden standardizovaný mycí cyklus. Vložit do ní lze 13 sad nádobí. Pro svůj chod používá bezkartáčový BLDC motor a uvnitř skrývá horní koš se systémem Acrobat (změna výšky, i když je koš plný) a spodní koš s držákem na dětské lahve. Z programové nabídky stojí za pozornost hygienický program BEKO BabyProtect, Quick & Clean s trváním 58 minut a Auto program, který upraví mycí cyklus dle informací z inteligentních senzorů. Při mytí vydává hluk 46 dB.



Lexikon

Příborové zásuvky a košíky

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

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



Bosch SMV69U80EU

Plně integrovaná myčka s energetickou třídou A+++ – 10 % je určena k mytí až 13 sad nádobí a její osvětlený vnitřní prostor obsahuje 2 standardní koše doplněné o zásuvku na příbory. Myčka patří mezi nejúspěšnější na trhu, protože odebírá na jeden standardní mycí cyklus 7 l vody. V automatických programech sama volí teplotu, délku mycího cyklu a spotřebu vody podle potřeby (zašpinění, velikost náplně). Mezi další přednosti patří hydraulický systém ActiveWater a systém sušení Zeolith. Myčka umožňuje výrazné zrychlení mycího cyklu volbou funkce VarioSpeedPlus. Za chodu vydává hluk 44 dB.



Candy CDIM 5756

Myčka s nadstandardní kapacitou 15 jídelních souprav je schopna mýt velké talíře o průměru 34,5 cm a vejdou se do ní také větší pekáče či hrnce. Model v energetické třídě A+++ se spotřebou 10 l vody přizpůsobuje automatické programy špinavosti nádobí díky technologii Smart Sensor System. Celkově u ní naleznete 12 mycích programů a možnost uložit si jeden oblíbený do paměti pro jeho rychlé spuštění. Uvnitř se nacházejí 3 koše a 2 oštrikovací ramena. K mytí se používá impulsní systém. Součástí myčky je také trojitý samočisticí filtr. Při mytí vydává tento model hluk na úrovni 43 dB.



Gorenje GV 64325 XV

Další plně integrovanou myčkou v našem produktovém přehledu je zástupce slovinské značky Gorenje, který se vyznačuje energetickou třídou A+++ a spotřebou vody pouze 8,5 l na standardizovaný mycí cyklus. Myčka má kapacitu na 13 sad nádobí a používá tradiční košík na příbory, který se umísťuje v případě potřeby do dolního koše. Ze zajímavých funkcí je potřeba zmínit automatické otevírání dvířek (TotalDry), výškovou nastavitelnost koše bez nutnosti jeho výsuvu (MultiClack), rotující nástavec spodního oštrikovacího ramene (OrbitalSpray) a nakonec nástavec pro dlouhé příbory, určený do horního koše. Úroveň hluku při mytí nepřesahuje 44 dB.



Electrolux ESI7620RAX

Vestavná myčka s předním panelem je další novinkou, která se brzy dostane na trh. Jedná se o myčku z řady RealLife se zvětšeným vnitřním prostorem, kapacitou na 13 sad nádobí a schopností zkrátit díky funkci Time Manager dobu trvání programu o polovinu, a to i v jeho průběhu. Samozřejmostí je integrace inteligentních senzorů, nazývaných u Electroluxu AutoFlex. V programové nabídce je celkem na výběr 6 položek a 5 mycích teplot. Horní koš obsahuje takzvané Soft Spikes, tedy měkké držáky a trny pro skleničky. Myčka se spotřebou 10,2 l a energetickou třídou A++ dosahuje za chodu hlučnosti 44 dB.

Reálná spotřeba vody

Většina myček je dnes vybavena senzory čistoty vody, podle kterých pak systém vyhodnotí, jak moc je nádobí špinavé. Na základě toho upraví délku mytí, spotřebu vody a v důsledku také energie. Spotřeba vody je tak při volbě těchto programů značně variabilní a většina výrobců ji neudává. Pohybuje se zhruba mezi 7 až 17 l. Spotřeba vody v technických specifikacích se vždy týká

standardizovaného mycího programu Eco 50, kterým musejí být vybaveny všechny myčky prodávané v EU. Tento program se pak používá k jejich vzájemnému porovnávání. Nejde nicméně o úplně přesná srovnání, protože daný model nemusí excelovat v programu Eco 50, ale může nabízet vysoce efektivní využití energie a vody právě v automatických programech.

Nové myčky INDESIT

eXtra

umyjí nádobí **všech velikostí**
během 1 hodiny



Mycí cyklus **eXtra** je speciálně vytvořen pro mytí rozměrného nádobí jako jsou velké hrnce, pánve, plechy nebo rošty. Stačí pouze vyjmout vrchní koš pro vytvoření volného prostoru 53 cm na výšku a zvolit program **eXtra**. Díky kombinaci nového invertorového motoru a inovativního hydraulického systému trysek je zajištěno účinné mytí s nízkou spotřebou energie a vody za pouhých 60 minut.

9 litrů a A++

Nejvyšší modely myček INDESIT EXTRA dosahují energetické třídy A++ a přinášejí 16% úsporu v porovnání s myčkami třídy A. Zároveň při kapacitě 14 sad nádobí spotřebují pouhých 9 litrů vody.

Lift-Up systém

Díky novému systému polohování horního koše (zvýšení nebo snížení až o 3,5 cm) získáte více prostoru pro vaše nádobí.

Funkce Předmytí

Funkce Předmytí u mycích cyklů Eco a Normalní odstraní zaschlé jídlo bez nutnosti ručního oplachování.

Třetí odkládací prostor

Myčky jsou vybaveny posuvnou odkládací plochou na přístroje umístěnou na horním koši.



Hotpoint LTF 11H132 O EU

Tato plně vestavná myčka na 14 sad nádobí nabízí unikátní funkci Active Oxygene, kdy je mezi dvěma mycími cykly vypouštěn do jejího prostoru aktivní kyslík (ozon) eliminující bakterie a mikroorganismy. Redukuje se tak i zápach, který z běžných myček často vychází. Z dalších vlastností jmenujme tichý BLAC motor (hlučnost myčky

nepřesahuje 42 dB), energetickou třídu A+++ a spotřebu vody 9 l na standardní mycí cyklus. Nechybí pestrá nabídka programů včetně 3 automatických (Auto Rychlý, Auto Intenzivní a Auto Normální) i programu pro čištění samotné myčky. Mytí příborů řeší Hotpoint integrací posunové odkládací plochy do horního koše.



Indesit DIFP 28T9 A EU

Plně integrovaná myčka energetické třídy A++ se spotřebou 9 l na jeden standardní mycí cyklus používá takzvaný Sensor System pro rozpoznání znečištění vody a úpravu mytí. Celkem tvoří programovou výbavu 6 položek včetně programů jako Auto Intenzivní, Auto Normální,

Poloviční náplň či Rychlý 40 min. Mycí teplota se pohybuje mezi 40 až 70 °C a koše myčky pojmu až 14 sad nádobí. V dolním koši naleznete sklopitelné držáky talířů a Zig-Zag držáky hrnců a pánví. Výrobce pak udává hlučnost na úrovni 42 dB.



Siemens SN56V597EU

V této myčce s předním panelem lze mýt 13 sad nádobí při spotřebě pouhých 7 l na standardní mycí cyklus. Navíc je myčka ještě o 10 % úspornější, než vyžaduje energetická třída A+++. Vysokou efektivitu mytí a využití energie i vody zajišťuje aquaSensor, upravující cyklus podle zašpinění vody a množství

vloženého nádobí. Ke svému fungování používá tato myčka také vespělý a tichý motor iQDrive a hydraulický systém speedMatic. K sušení slouží systém Zeolith, zvyšující efektivitu celého procesu a snižující spotřebu energie. Siemens také sází na přídatné funkce intensiveZone (o 20 % vyšší tlak vody v dolním koši), varioSpeedPlus (urychlení programu až o 66 %) a hygienePlus (odstraní až 99 % bakterií). Hlučnost myčky dosahuje 44 dB.



Whirlpool ADG 2020 IX

Vestavná myčka s předním panelem patří mezi nové modely Whirlpool s aktivním sušením PowerDry. Díky této funkci jsou takto vybavené myčky schopné umýt a usušit nádobí za pouhou hodinu, přičemž jde o plnohodnotný mycí program. Současně spadá myčka mezi výrobky s 6. smyslem

PowerClean, tudíž kontroluje znečištění vody, a je vybavena vysokotlakými tryskami v zadní části dolního koše. Ty jsou určeny k mytí pekáčů, pánví a připálených hrnců. Z dalších specifikací stojí za pozornost energetická třída A+++, spotřeba vody 10 l a kapacita na 13 sad nádobí. Uvnitř myčky se nacházejí 2 koše a separátní příborová zásuvka. Kromě jemného mytí pomocí páry se vyznačuje ještě tichým nočním programem s hlučností 39 dB. Standardně je hlučnost myčky 44 dB.

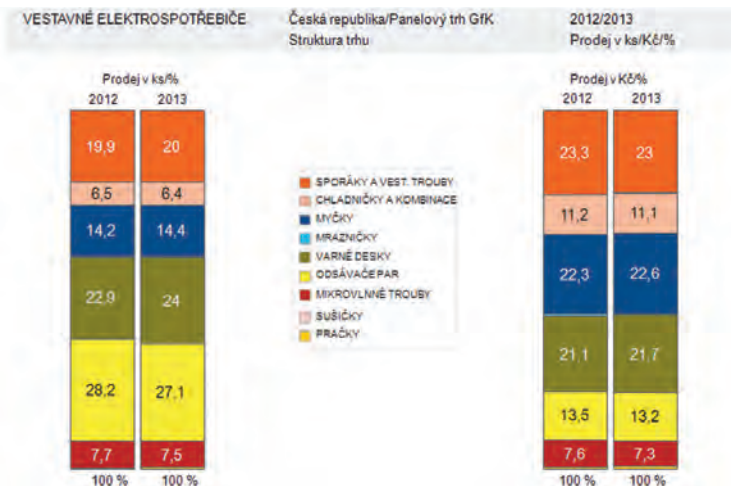
Hlučnost

Většina spotřebitelů při výběru myčky její hlučnost podceňuje a domnívá se, že rozdíl mezi 39 dB a 43 dB je na-prosto minimální. Při prodeji byste jim měli vysvětlit, že stupnice měření hluku roste logaritmicky, což znamená, že nárůst hlučnosti o pouhé 3 dB vnímá člověk jako hluk dvojnásobný. Snaha předních výrobců snižovat hlučnost,

kteří aktuálně dosáhla už hranice 37 dB u nočních programů, je tak pochopitelná. Nejtichší myčky totiž při práci nejsou téměř slyšet, zatímco průměrně hlučné modely mohou uživatele rušit, obzvláště v případě spojeného obývacího pokoje s kuchyní, jak je dnes moderní.

VESTAVBY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

POPTÁVKA PO VESTAVNÝCH SPOTŘEBIČÍCH MÍRNĚ ROSTE. ZA LOŇSKÝ ROK¹ SE JICH VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH² PRODALO TĚMĚŘ O 4 % VÍCE NEŽ PŘED ROKEM. Z CELKOVÉHO OBJEMU PRODEJE DEVÍTI SLEDOVANÝCH SKUPIN BÍLÉHO ZBOŽÍ³ TVOŘILY V MINULÉM ROCE VESTAVBY 30 %.



Tržby za vestavby vzrostly meziročně stejným tempem jako prodej v kusech, průměrná cena v tomto období stagnovala. Poptávka po volně stojících spotřebičích se podobně jako u vestavb blížila 4 %, obrat se však zvýšil dvojnásobným tempem. Spotřebitelé byli ochotni za volně stojící provedení v meziročním srovnání zaplatit více, a to díky zájmu o energeticky úsporné a technicky lépe vybavené modely.

Nepříznivý vývoj vestaveb na konci roku

Zájem o volně stojící bílé zboží rostl především ve druhé polovině minulého roku, v meziročním srovnání od srpna minimálně o 5 % v každém z měsíců. V listopadu povzbudila zákazníci k nakupování intervence ČNB, což se promítlo do 16% nárůstu poptávky po volně stojícím provedení. Naopak vestavby se v objemu i v hodnotě dostaly v posledních třech měsících roku 2013 mírně do záporných čísel.

Struktura trhu vestaveb

Na celkovém obratu sledovaných vestaveb se také vloni podílely z největší míry vestavné trouby, vestavné myčky a varné desky – každá ze skupin zhruba 22 až 23 %. S odstupem následovaly odsavače par, které obsáhly 13% obratu sledovaných skupin vestaveb, v závěsu pak vestavné chlazení s 11% podílem. Přitom nejčastěji prodávanou výrobovou skupinou byly vloni odsavače par a vestavné varné desky, dohromady tvořily zhruba polovinu z loňských objemových prodejů vestaveb.

Vývoj cen

Za vestavby zaplatili v loňském roce kupující průměrně 7 300 korun⁴, přitom relativně vyšší částku investovali do vestavného chlazení a myček. Celková průměrná cena u vestaveb zůstala meziročně na stejné výši, na úrovni skupin se měnila obvykle jen velmi mírně. Za vestavné trouby a také vestavné varné desky zaplatili kupující meziročně o 2 % méně, naopak mírný nárůst průměrné ceny o 1,5 až 2,5 % zaznamenaly odsavače par a vestavné chlazení. Meziročně stejnou částku investovali spotřebitelé do myček.

Vestavné myčky

Poptávka po vestavných myčkách vzrostla za uplynulý rok o 5 %, z celkového objemu prodeje myček tak vestavby tvořily 52 %. Větším tempem rostly prodeje vestavných myček standardní šíře, na rozdíl od provedení „slim“ (šíře 45 cm), které se v obratu dostalo meziročně dokonce do červených čísel. Z vestavných myček v šíři 60 cm se vloni prodalo přes 40 % výrobků v ceně do 10 tisíc korun, přičemž v porovnání s dražšími sortimentem se touto levnějšími segmenty dařilo v meziročním srovnání méně. Naopak u „slim“ provedení narostl meziročně nejvyšším tempem nejlevnější segment v ceně do 7 tisíc 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 Direktora CZ&SK (zdenek.barta@gfk.com).

¹ Není-li v textu uvedeno jinak, pak 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), kuchyňská studia a prodejny nábytku.

³ Sledované skupiny: pračky, sušičky, sporáky a vestavné trouby, varné desky, odsavače par, myčky nádob, chladničky a kombinace, mrazničky a mikrovlnné trouby.

⁴ Vážena počtem prodaných kusů, zaokrouhlena na stovky korun.

Radek Novotný:

Whirlpool se soustředí na vestavbu, tento rok bude ve znamení nových myček

INTERVIEW S GENERÁLNÍM ŘEDITELM ČESKÉHO A SLOVENSKÉHO ZASTOUPENÍ SPOLEČNOSTI WHIRLPOOL JSME UŽ VYDALI V DENÍKU E15 V NAŠEM SPECIÁLU Z 25. BŘEZNA. PRO MAGAZÍN SELL ALE VZNIKLA ROZŠÍŘENÁ VERZE ROZHOVORU, KTEROU PROFESIONÁLOVÉ Z OBORU ZAJISTÍ OCENÍ. NA NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH SE DOZVĚDÍ NAPŘÍKLAD O MOŽNÉM UVEDENÍ VELKÝCH SPOTŘEBIČŮ KITCHENAID NA ČESKÝ TRH NEBO KOMPLETNÍ OBMĚNĚ NABÍDKY WHIRLPOOL V ROCE 2015.

Podle výsledků monitoringové společnosti GfK na tom není trh s velkými spotřebiči až tak špatně a hodnotově dokonce roste. Jde ovšem o obecné číslo za celou kategorii a nemusí reflektovat realitu jednotlivých firem. Jak se daří v současných ekonomických a tržních podmínkách na českém trhu společnosti Whirlpool?

Podařilo se nám navzdory podmínkám, které jste zmínil, narůst o 1 %. Nezní to jako mnoho, ale jde vzhledem k situaci na trhu o číslo značící úspěch. V kategorii vestavných spotřebičů, na něž se poslední roky hodně zaměřujeme, jsme dokonce vyrostli o 2 %. Vestavby považujeme za důležité také proto, že zájem o ně roste a zákazník je ochoten investovat do lepšího a kvalitnějšího vybavení. Aktuálně jsme ve vestavbách jedničkou na trhu a chceme jí nadále zůstat. Přiznávám, že v některých produktových kategoriích je naopak situace horší, nicméně se nám podařilo tyto segmenty vyvážit posílením jinde a růst si udržet i celkově.

Není žádným tajemstvím, že v kategorii vrchem plněných praček byl vaším velkým konkurentem španělský Fagor, který loni de facto zkrachoval. Pocítíte jste už reálně jeho odchod z trhu?

Samozřejmě jsme pád společnosti Fagor pocítili a částečně jsme i díky nastalé situaci zvýšili v segmentu vrchem plněných praček náš tržní podíl. V této oblasti máme opravdu velmi kvalitní a stále se vyvíjející produktovou základnu. V podstatě je trh s těmito spotřebiči rozdělen mezi dva hráče, nás a společnost Electrolux, přičemž v prodaných kusech jsme číslem jedna my. Fagor byl silný hlavně v nižším cenovém segmentu, a tak naše prodejní nárůsty ovlivnil jeho pád pouze zde. My chceme posilovat v celém spektru „vrchovet“, a budeme proto letos uvádět

nové modely ve všech cenových kategoriích, které spojuje vysoká kvalita a vlnkovou loď jsou modely technologií ZEN. Zároveň uvedeme

na trh nové vrchem plněné modely s kapacitou 7 kg v energetické třídě A+++. Když se teď dívám do svých poznámek na loňský růst v prodaných kusech o 1,6 %, tak nevypadá nijak zásadně,

ale je potřeba si uvědomit, že Whirlpool má ve vrchem plněných pračkách dlouhodobě silnou pozici, a i menší nárůst je tedy velkým úspěchem.

Od počátku ekonomické krize začal být vyvíjen ještě výraznější tlak na cenu a je pravda, že došlo u většiny produktových kategorií ke snížení průměrné ceny. Nicméně cenová válka, jakou předvedli výrobci spotřební elektroniky, a snížení marží na neúnosné minimum se nekonal. Lze považovat výrobce domácích spotřebičů za opatrnější, rozumnější, či obojí?



Whirlpool
SENSING THE DIFFERENCE

Částečně asi obojí. Jsme rozhodně konzervativnější odvětví, což má na celý segment v této problematice pozitivní vliv. V rámci krachu různých prodejců jsme nezaznamenali problémy u těch, kdo se soustředí na prodej bílé techniky. Sice už není toto podnikání stejně ziskové jako před nějakými šesti lety, ale pořád je to poměrně stabilní trh.

Jaké má Whirlpool stanoveny cíle pro letošní rok na českém trhu? A které produktové skupiny budou pro vás letos nejdůležitější? Dochází k nějakým změnám v prioritách?

Na českém trhu využíváme silné pozice společnosti Whirlpool na globální úrovni. K úspěchu firmy a rekordnímu obratu nicméně přispívala Evropa loni méně. Aktuálně jsou velmi silné hlavně trhy v Severní a Jižní Americe, zatímco v Evropě jsou obecně prodeje domácích spotřebičů slabší. Nechceme ale na základě jednoho či dvou let měnit strategii, tudíž je pro nás prioritní si udržet pozici značky číslo jedna a více se zaměřit na posílení v perspektivních produktových skupinách, kde rozhodně máme co nabídnout. Jak už jsem zmínil, prioritní pro nás jsou stále vestavné spotřebiče a ve volně stojícím segmentu tradičně vrchem plněné pračky a nově v tomto roce také myčky. V roce 2015 pak můžete očekávat kompletně nové produktové řady včetně nové platformy v kategorii praní a chlazení.

Ptám se na to v rozhovoru zástupců společnosti Whirlpool v podstatě každý rok. Co český trh a velké domácí spotřebiče KitchenAid?

Pokud jde o malé spotřebiče KitchenAid, považujeme současný systém distribuce za ideální. Potten & Pannen je distributorem a sítí obchodů, která tyto prémiové produkty umí prodávat. Velké spotřebiče KitchenAid prezentuje v některých showroomech, ale momentálně není na tyto výrobky podle našeho názoru trh připraven. Nicméně v Miláně na veletrhu EuroCucina byla představena nová generace spotřebičů v cenově dostupnější kategorii. Pokud budou ceny pro český trh přijatelné, mohli bychom tyto výrobky zařadit do naší nabídky v roce 2015.

Jak jste sám řekl, evropský trh nepatří nyní mezi nejsilnější. Přesto, nebo možná právě proto mají snahu na starý kontinent expandovat asijské značky, i když zatím se to daří jen některým, a to pouze v určitých produktových kategoriích. Tradiční evropské výrobci se zase snaží oslovit zákazníky v Asii a na rozvojových trzích. Očekáváte do budoucna ještě větší globalizaci trhu s domácími spotřebiči, kdy bude na většině trhů působit větší množství značek?

Osobně očekávám určitý nástup asijských značek a zvýšení jejich prevalence v kategorii bílé techniky. Do budoucna může jejich nástup ovlivnit strategii celé „velké trojky“ a mohou způsobit problémy méně etablovaným značkám. Každopádně počet značek na trzích se podle mě významně nezvýší, snad jen v Asii, kde je dostatečný prostor pro růst západních firem, ale evropský trh něco takového už neumožňuje. Je pravděpodobné, že se krátkodobě počet hráčů zvýší, aby byl později kompenzován odchodem některých z nich. Když se podíváme na stav Evropské unie a ekonomiky jednotlivých států, je mišlím zřejmé, že překotný vývoj očekávat nelze.

Poslední roky vývoje domácích spotřebičů byly ve znamení snižování spotřeby energie a vody. Na co se zaměří výrobci v příštích letech? Lze očekávat nástup „smart spotřebičů“?

Energetické třídy jsou samozřejmě pořád zajímavé, ačkoliv Whirlpool se dlouhodobě zaměřuje na kvalitu a inovace celkově. V tom budeme pokračovat nadále. Do toho brzy přijdou nové technologie včetně těch „smart“ a budeme se v marketingu věnovat také jim. V roce 2015 od nás lze čekat kompletně nové produktové řady, které s takovými funkcemi přijdou, přičemž některé ze spotřebičů včetně těch ovládaných chytrými telefony byly k vidění už letos na milánském veletrhu EuroCucina. Přestože budeme v této nové kategorii aktiv-

ní, musíme hledět na běžné spotřebitele a nezahltit je za každou cenu funkcemi, které nebudou umět ovládat nebo je v praxi nebudou používat. Jistá překombinovanost nemusí být nakonec tím správným směřováním a my chceme vše vyzkoušet, otestovat a zajistit. Nikdo z nás si nepřeje, aby v extrémním příkladu z dovolené omylem vypnul chladničku pomocí mobilního telefonu, kterému nezamkne displej a vloží si ho do kapsy.

Jaké produktové novinky si přichystal Whirlpool pro letošní jaro? A v čem jsou jeho přicházející spotřebiče inovativní a jedinečné?

Největší novinkou letošního jara jsou nové myčky s programem Wash & Dry. Konkrétně jde o speciální program, který za pouhou hodinu umyje nádobí i ho usuší. Musím upozornit, že Wash & Dry není žádným rychlým nebo zkráceným programem, protože nabízí nejvyšší kvalitu mytí a používá systém aktivního sušení PowerDry, díky němuž nezůstávají na nádobí žádné kapky vody nebo stopy po nich.

Jak už jsem zmiňoval, budeme letos také představovat nové pračky s vrchním plněním, které jsou opět o kategorii výš. V oblasti vestavných spotřebičů se zase můžete těšit na nové modely varných desek – indukční nebo plynové se skleněným povrchem – či na nový design vestavných trub s patentovaným povrchem iXelium.





Spotřebiče Hotpoint pro moderní kuchyně v retro stylu

KDO NEHOLDUJE MODERNÍMU DESIGNU KUCHYNÍ A DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ, KTERÝM DOMINUJÍ VYSOKÝ LESK, NEREZOVÁ OCEL, SKLO A JEDNODUCHÉ HLADKÉ LINIE, MŮŽE SI SVOU DOMÁCNOST ZAŘÍDIT V RETRO NEBO RUSTIKÁLNÍM STYLU. VÝROBCI SE INSPIRÚJÍ V PRVNÍ POLOVINĚ MINULÉHO STOLETÍ A PRÁVĚ NÁVRAT DO TÉTO DOBY JE PATRNÝ NEJEN V BYTOVÉM DESIGNU, ALE TAKÉ V ARCHITEKTUŘE, MÓDĚ NEBO TŘEBA HUDBĚ. ZNAČKA HOTPOINT PŘINÁŠÍ VESTAVNÉ DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE V RETROSTYLU V NĚKOLIKA NETRADIČNÍCH BAREVNÝCH ODTÍNECH, NAVÍC S MOŽNOSTÍ SLADĚNÍ S DŘEZY A BATERIEMI. SPOTŘEBIČE TAK KAŽDÉ KUCHYNI DODAJÍ ORIGINALITU, OSOBITOST, ELEGANCI A I PŘES TO, ŽE VYPADAJÍ JAKO Z DOB MLÁDÍ NAŠICH BABIČEK, JSOU VYBAVENY MODERNÍMI TECHNOLOGIEMI A FUNKCEMI NA MÍRU SOUČASNÝM POŽADAVKŮM.

Multifunkční trouby Hotpoint Traditional

Rustikální trouby Hotpoint jsou vyráběny v několika barevných provedeních – starobílá, antracit, avena (béžová), starý kámen, bronzová, měděná a nerez. Hodí se tak do každé retrokuchyně, ať je v barvě přírodního dřeva, bílé nebo třeba s patinou. Kromě barvy dotváří typický retrostyl speciálně tvarovaná dvířka trouby, patinované madlo, knoflíkové ovládání a analogová minutka uprostřed. I přes retrostyl splňují požadavky moderního spotřebiče. Trouby disponují 7 standardními pečicími programy: Tradiční, Mul-

tifunkční 3 v 1, Gril, Gratinování, Pizza, Moučníky a Fast Cooking. Na analogové minutce je možné nastavit začátek a konec pečení. Dvířka jsou vybavena trojitým sklem se systémem ochlazování pro větší bezpečnost. Vybrané modely jsou vybaveny praktickými teleskopickými výsuvy, které vodí a podpírají plech nebo mřížku při vytahování z trouby, a usnadňují tak manipulaci a kontrolu pečení. Navíc je možné je mýt v myčce. Trouby řady Hotpoint Traditional dosahují energetické třídy A a mají standardní 60cm rozměr zabudování při objemu 58 litrů.

Plynové varné desky a digestoře sladěné s troubami

Varná deska je jedním z centrálních a zároveň nejpoužívanějších prvků kuchyně, proto je důležité, aby správně zapadla do stylu kuchyně a dalších domácích spotřebičů. Hotpoint nabízí plynové varné desky v estetickém provedení kombinovatelném s dříve zmíněnými troubami v barvách starobílé, antracit, avena, starý kámen a nerez. Vybírat je možné ze dvou rozměrů se čtyřmi nebo pěti plynovými hořáky (šířka 60 nebo 75 cm, rozměr pro zabudování do pracovní desky je v obou případech 55,5 × 47,5 cm) a z provedení se smaltovanými nebo litinovými podpěrami hrnců. Každý model je vybaven jedním hořákem s trojitou korunkou, která umí využít na maximum svůj výkon rovnoměrnou distribucí tepla pod hrncem a snížením doby vaření. Retro knoflíkové ovládání s automatickým zapalováním je umístěné vpředu. Samozřejmostí u všech plynových varných desek Hotpoint je bezpečnostní pojistka plynu.

Pro rustikální kuchyně doporučují designéři značky Hotpoint zvolit komínový odsavač par s pyramidovým tvarem. Hotpoint jej nabízí v barvě starobílé, antracit a nerez, v šířce 60 nebo 90 cm a ve verzi pro odtah i recirkulaci. Mechanickým tlačítkovým ovládáním na přední straně je možné nastavit 3 stupně výkonu, digestoř je vybavena dvěma tukovými hliníkovými filtry omyvatelnými v myčce a uhlíkovým filtrem pro případ recirkulace.

Dřezy a baterie Hotpoint pro dokonalý retrovzhled

Do portfolia značky Hotpoint patří kromě vestavných a volně stojících domácích spotřebičů také kompozitové a nerezové dřezy a vodovodní baterie vyrobené z vysoce kvalitních materiálů odolných proti extrémním teplotám, korozi, usazování nečistot a poškrábání. Co však uživatelé nejvíce ocení, je jejich dokonalé estetické sladění s varnými deskami Hotpoint, a to až do takových detailů, jako je na milimetr stejný boční rozměr. Kromě nerezového provedení s jednou vaničkou a odkapávačem jsou k dispozici kompozitové dřezy v barvě avena, antracit, bílá a starobílá, ve stejných barvách také vodovodní baterie s výsuvnou sprchou.

Když retro, tak sporák

Přesto, že volně stojící sporáky v oblíbenosti prohrávají se samostatnými vestavnými varnými deskami a troubami, pro kuchyni v retro stylu jsou velmi vhodné. Multifunkční kombinovaný sporák Hotpoint CX65S72 (A) IT/HA disponuje elektrickou multifunkční troubou s možností volby 8 programů (Fast Cooking, Gratinování, Gril, Multifunkční 3 v 1, Moučníky, Pizza, Tradiční a Rozmrazování) a 4 plynovými varnými zónami. Varná deska je nerezová, trouba v tmavé antracitové barvě. K praktickému uložení plechů slouží zásuvka pod troubou, spotřebitelé jistě ocení také zabudovaný skleněný poklop varné desky.

www.hotpoint.cz

www.facebook.com/hotpoint.cz.sk



Labyrintem designových chutí

V DESIGNU JE DOVOLENO TÉMĚŘ VŠE. TAKOVÝMTO AVANTGARDNÍM HESLEM VÁS UVÍTÁ TÉMĚŘ KAŽDÁ VÝSTAVA MODERNÍHO DESIGNU. STOPROCENTNÍ TO ALE NENÍ. ZVLÁŠTĚ PAK V PŘÍPADĚ KUCHYNÍ.



Stále platí to, že v jednoduchosti je síla. Jako příklad se uvádí slupka banánu či „obyčejné“ vejce. Příroda nabízí celou řadu krásných příkladů a svoboda současných žánrů má svá logická omezení. Najít spojnicu mezi člověkem, přírodou a moderními trendy v informatice a kybernetice se snaží také designéři kuchyní. Stravování v novém tisíciletí dostává nové dimenze.

Savarin by se divil

Vyhlášený gurmán Jean Anthelme Brillat-Savarin oslovoval kuchaře zásadně „mistře“ a francouzskou gastronomii spojoval s vědou, uměním a řemeslem. Kuchyně přirovnával k ateliérům a laboratořím slasti. „Kvalitní gastronomie vytváří ušlechtilé vztahy a obohacuje smysly, které jsou vyšší formou osvojování světa,“ říkal tento slavný požitkář, právník a politik. „Abychom mohli inovovat, musíme stavět na kvalitních základech,“ dodával jakožto přesvědčený konzervativce. „Nebráním pokroku, bráním jen chuťové buňky Francouzů,“ vysvětloval všem, kteří pochybovali. To, nakolik byl se svými teoriemi úspěšný, ponechme stranou, nicméně francouzská kuchyně patří dodnes k těm nejlepším, stejně jako design, který odráží lásku a respekt k vaření. Platí to nejen pro tradiční venkovské kuchyně, ale i pro ty „městské“ high-tech.

Pokrok nezastaví

Současní designéři kuchyní mají na čem stavět. Čerpají ze znalostí profesionálních kuchařů i ze zkušeností běžných uživatelů. Z dávné historie to bývá apel na „teplé srdce domova“ s otevřeným ohništěm, vracejí se kachlová kamna i nejrůznější pece. A vedle toho vznikají speciální prostory, které mají blíže k moderním laboratořím. Patrný je zde i určitý kompromis či hledání harmonie mezi starým a novým. Vše záleží na vkusu majitele a lokalitě, kterou obývá. K venkovu patří častěji keramické obklady, retrostyl a nejrůznější dekorace, u městských bytů preferujeme spíše minimalismus, čisté linie a moderní zařízení. V barvách obkladů vítězí nejrůznější odstíny šedé, žluté, oranžové, modré či zelené barvy, které si dobře rozumějí s většinou druhů nábytku, stylového prostírání i nádobí. Širokou nabídku nabízejí i moderně pojaté kuchyně, které jsou v barvách zpravidla umírněnější (nejčastěji černá a bílá). Zajímavé řešení nabídla například designérka Zaha Hadid. Pracuje s novými materiály (Corian), uplatňuje vyspělé kuchyňské náčiní a nástroje splňující ergonomické ukazatele. Přirozenou součástí designu domácích spotřebičů je integrace multimédií a světla do celé sestavy – v tomto případě věvodí televize ve zdviženém křídle pravé

části kuchyňské linky. Lze sledovat programy o vaření nebo televizi využívat jako bezpečnostní zařízení. Můžete se dívat, kdo k vám přichází na návštěvu, či kontrolovat dítě v jeho pokoji. Lze například ovlivnit i to, jaký pokrm se bude ze zásob v lednici připravovat, televize připraví postup v podstatě na zakázku. To samé platí i o internetu. Tady si budete moci vybírat z nabídky video on demand, tedy pořadů na přání. Pro náročnost zkusíte třeba pečení krocanu, spustíte





designérka Zaha Hadid



program a pokračujete v souladu s tím, co předvádí kuchař. I taková by mohla být budoucnost vaření...

Další z designérů zvaný Ora-Īto (Gorenje) popisuje kuchyně budoucnosti jako „hejno moderních spotřebičů ve zvláštním individuálním prostředí, které si zákazník sám dotváří“. Vše musí být jednoduché, bez hran, všechny úhly zaoblené. Návrhy vlastně nevypadají ani jako kuchyně, podle Ora-Īto totiž pominul důvod, aby vaření a stolování zůstávalo na jednom místě. Funkce jsou roztroušeny všude po bytě. Kuchyňské spotřebiče jsou „kočovnými“ výrobky,

které je možné snadno přemísťovat uvnitř i mimo prostor bydlení. Spotřebiče jsou propojeny s uživatelem prostřednictvím internetu, takže je možné začít vařit, ještě než se vrátíte domů. Všechno lze řídit dálkovým ovládáním, na terminálu počítače, mobilním telefonem. Zjednoho místa lze vařit i provádět kontrolu teploty či stavu světel v domě, dálkově nastavovat světelné scenerie, zapínat hudbu, kontrolovat uzavření oken a tak dále a tak dále. Elektronika v bytě je nenápadná, pečlivě uschována ve stěnách, ve stropě či v nábytku. Nikde žádné zámky, kliky, dovnitř se do-



stanou pouze vybraní jedinci (zpravidla členové rodiny) po otisku ruky na vstupní biometrické identifikační zařízení. Každý narušitel či nezvaný návštěvník je okamžitě detekován a jeho případný vzkaz je ihned zaslán na mobilní telefon majitele objektu. Vše lze nahrát i na kameru, zaznamenat vzkaz či dodatečně vpustit „narušitele“ příkazem majitele.

Chybí už jen molekulární strava

A změnil se moderními technologiemi také naše uvažování o každodenní stravě? Český designér Jan Čtvrtník říká, že částečně ano, ale molekulární stravu pro náš běžný život zcela vylučuje. Podle jeho slov jsme na prahu tzv. Internetu věcí, což je trend v oblasti kontroly a komunikace předmětů běžného využití mezi sebou nebo s člověkem, a to zejména prostřednictvím již zmíněných technologií bezdrátového přenosu dat a internetu. „Máme už systémy, které umožňují propojení, a zbývá jen vytvořit dostatek periférií,“ podotýká a zároveň připomíná, že vizí budoucnosti je vzájemná komunikace zařízení pro vytváření synergického efektu, který ctí v první řadě hodnoty zvyšování kvality našeho života. „Přirozeně se ale bude všechno otáčet kolem extrémně konzervativního zákazníka. Vše bude děláno tak, aby mu to dovolilo vařit jako od babičky s perfektním a stálým výsledkem s menšími nároky na čas a s potřebou zkusit a ladit proces do finálního a jediného správného výsledku,“ dodává český designér. Molekulární stravu budeme podle jeho slov jíst pouze tehdy, pokud se něco pokazí. To znamená, pokud budeme mít málo přírodních zdrojů a budeme muset stravu vyrábět průmyslově. Jinak si nedokáže představit, že by se člověk dobrovolně vzdal požitku z chutí a vůní lahodných pokrmů. Radost z přípravy jídla a zvyky spojené se stolováním budou i nadále osou každé rodiny a budou odrážet kulturu dané společnosti. „Molekulární strava může být zajímavý doplněk, může být nutností na meziplanetárních misích, ale asi nebude nikdy standardem pro kvalitní život,“ podotýká Jan Čtvrtník.

Vlastimil Růžička

Roman Vaněk:

BEKO mně učarovalo svými úspěchy na českém trhu

TURECKÁ ZNAČKA Z RODINY SKUPINY ARÇELIK MÁ NA ČESKÉM TRHU VLASTNÍ ZASTOUPENÍ OD ROKU 2005. PATŘÍ MEZI DRAVÉ FIRMY A PODAŘILO SE JÍ ZÍSKAT V POMĚRNĚ KRÁTKÉ DOBĚ NEZANEDBATELNÝ TRŽNÍ PODÍL. LONI NAVÁZALA ÚZKOU SPOLUPRÁCI S GASTRONOMICKÝM GURU ROMANEM VAŇKEM, S NÍMŽ JSME POHOVOŘILI NEJEN O JEHO VZTAHU K BEKO, ALE TAKÉ O JEHO NOVÉM PROJEKTU, KTERÝ NAHRADIL POPULÁRNÍ PEKLO NA TALÍŘI.

Když se řekne Roman Vaněk, většina lidí si vás představí, jak stojíte v kuchyni a připravujete nějakou gastronomickou finesu. Co vás do gastronomického světa vlastně přivedlo?

Určitě nestojím v kuchyni, kde připravuji gastronomickou finesu. Jsem úplně normální člověk, který pouze neošidí svůj pupík. Mojí výhodou vlastně jen je, že se dostanu k lepším surovinám než běžný člověk. Ale v supermarketu samozřejmě nakupujeme také. Není pravda, že se u nás nedá v žádném případě nakoupit.

Do gastronomického světa mě přivedl vlastně asi osud. Kulinařina šla celý život vedle mě, jen jsme se nedrželi za ruce. Pak přišlo pár osudových náhod. Asi před 14 lety jsem se dostal na geniální kurzy Jirky Štífta do Alcronu, kde byl tehdy šéfkuchařem. Tam jsem poprvé viděl profesionální kuchyni, jaký je vůbec rozdíl mezi profesionální a domácí kuchyní. Tenkrát ještě

nebyli žádní blogeri a nevědělo se, co je gastrosexuál. Já jsem byl jen nadšený amatér. Dodnes tvrdím, že jeden nadšený amatér je více než deset znuřených profesionálů. Je však třeba se neustále učit,

zdokonalovat se, přistupovat k vaření s pokorou, selským rozumem a nechat hrát jednotlivé suroviny jejich vlastní písničku. Na to člověk musí přijít časem. Měl jsem jen štěstí, že mne česká kuchařská elita začala tolerovat. Nechali mě jako amatéra s nimi vařit, připravovat, učit se. Později jsem chtěl, aby po mně něco zůstávalo, že je potřeba dělat něco pro lidi. Tři roky jsem létal po světě a zjišťoval, jak se dělá správná škola vaření. V lednu 2008 jsme potom otevřeli první kurz vaření v Pražském kulinářském institutu.

Na internetu máte vlastní pořad, Peklo na talíři, který na sebe strhává pozornost hlasitou kritikou kvality vybraných potravin. Co vás vedlo k tomu přenést své aktivity do on-line světa?

Peklo na talíři vzniklo vlastně náhodou. Přišli dva kluci ze Streamu a chtěli udělat internetový pořad a krátké filmy o jídle. Já jsem chtěl



ukazovat lidem humornou formou, co v jídle nevidí a co se kolem nás běžně děje. Vůbec jsem netušil, že si tento pořad vybuduje takovou slávu mezi lidmi. Ale od začátku jsem říkal, že to budu dělat jen do doby, dokud mě to bude bavit, nebo tak dlouho, dokud budu mít nápady. V poslední době už jsem ale viděl, že bychom se opakovali a nebylo to ono. Přemluvil jsem tedy pár lidí, že uděláme nový pořad. A ten se

BEKO

jmenuje Jídlo s.r.o. Je to pořad, který nebude tak na krev, jako bylo Peklo na talíři, a doufám, že ubude spousta krvelačných sociopatů, kteří měli rádi jen krev, pot, sperma a slzy. Tenhle pořad by měl lidi naučit věci, které nevědí. Ukazují, jak se věci dělají krok za krokem, ale takovým „pekláckým“ způsobem a lidem nelžu. Například ukazují, jak se dělá šunka v malém a velkém množství, proč je levnější a dražší, začínám už ale u samotné porážky prasete.

Loni jste se stal tvář turecké značky BEKO. Proč právě BEKO?

Já samozřejmě dostávám různé nabídky. Bylo mi nejprve vlastně jedno, kdo je výrobce. Hned ze začátku mě na Beku uhranuly tři věci. První bylo, když jsem měl možnost se podívat na čísla prodeje spotřebičů v České republice, která tady dokázal udělat Roman Kantor se svým týmem lidí za tak krátkou dobu, co na českém trhu BEKO působí, a také normální přátelská, otevřená atmosféra a týmový duch, který v Beku vládne. Zadruhé, že mi dovolili dělat s jejich produkty, absolutně co jsem chtěl. A já jsem rozhodně vyzkoušel spoustu věcí a trouba všechno vydržela. Třetím důvodem pro kladné rozhodnutí stát se tvář Beka bylo, když jsem viděl čísla prodeje v Británii, kde je BEKO číslem jedna. Británie je v současné době jednou z nejgastronomičtějších zemí světa, tak jsem se rozhodl to vzít. Líbí se mi, že BEKO dává šanci mladým lidem vyzkoušet kvalitní produkty za rozumnou cenu. Tvrdím, že kvalita je úzus, ale servis je to, co dělá značku dobrou značkou. BEKO dnes nabízí servis vlastních techniků a zákaznickou linku, kde se o vás postarají 7 dní v týdnu. To je pro mne fajn standard.

Používáte spotřebiče v Pražském kulinářském institutu? Jaké s nimi máte zkušenosti? A v čem vás překvapily?

Ano, používáme. Máme u nás v Pražské kuchli (Pražský kulinářský institut, pozn. redakce) čtyřdveřovou lednici s multizónou, kde si můžete sám zvolit, zda budete využívat chladni-



ku, mrazničku, nebo nulovou zónu. Tato lednice má i výrobek ledu, který samozřejmě využíváme při našich kurzech. Máme ještě chytrou multifunkční troubu s USB, kde mě velmi překvapilo, že jsme v ní udělali téměř stejnou a dobrou pizzu jako v našem profesionálním konvektomatu a trvalo to jen o chvilku déle. Další věcí, která se mi na spotřebičích BEKO líbí, je, že dovolují lidem si hrát. Mám na mysli právě třeba

troubu, kterou máme na zkoušení u nás. Do trouby si můžete nahrát svoje vlastní recepty a ve vypnutém stavu rámeček trouby funguje jako fotorámeček a vy si do něho můžete nahrát své vlastní fotky.

Ještě bych měl jeden odlehčený dotaz na závěr. Pivo, nebo víno?

Určitě víno. Ale dát si hladinku nebo pivo od Adama Matušky, to samozřejmě potřebuju. Ale jinak jsem rozhodně vinař.

REVOLUCE V MIXOVÁNÍ

BLEND-X PRO

Specialista na výrobky určené k přípravě jídla, tradiční britská značka Kenwood, uvádí v těchto dnech na trh stolní mixér Blend-X Pro, který přináší revoluci do segmentu stolních mixérů.



Díky dlouholeté historii ve vývoji technologických inovací v segmentu spotřebičů určených pro přípravu jídla, zapojil Kenwood všechny své zkušenosti z této oblasti k vytvoření nového stolního mixéru, který umožní spotřebiteli dosahovat pokaždé perfektních výsledků. Kenwood tak reaguje na stále rostoucí trend přípravy domácího jídla s použitím čerstvých surovin. Navíc právě segment stolních mixérů je v globálním měřítku jedničkou v počtu prodaných kusů i v hodnotě před kategorií tyčových mixérů a kuchyňských robotů. Celosvětově je kategorie stolních mixérů rostoucí a to zejména v cenovém segmentu nad 200 Eur. Zde se tedy otevírá nová příležitost pro inovativní mixér Blend-X Pro od značky Kenwood.

Mixér Blend-X Pro s označením BLM800WH je nejvýkonnějším a nejinteligentnějším mixérem, který kdy Kenwood vytvořil. Disponuje unikátním systémem víceúrovňových nožů, novým 1400W motorem, elektronicky kontrolovanou variabilní rychlostí a 6 přednastavenými programy. Skleněný ThermoResist džbán o objemu 1,6 l má inovativní tvar, který napomáhá ještě lepšímu rozmixování surovin.



Horní nože:

Zoubkované nože ideálně zasáhnou mixované suroviny v pohybu a vrchol čepele napomáhá pohybu mixovaných složek.

Spodní nože:

Dokonale všechny složky rozmixují, nasekají a promíchají odspodu.



Technologie víceúrovňových nožů

Nože jsou umístěny ve třech vrstvách, takže zjednodušeně řečeno se více nožů dostává do kontaktu s více surovinami. Každý z nožů má svůj vlastní účel a dohromady spolu s výkonným motorem a tvarem džbánu zajistí po každé perfektní výsledky.

Přednastavené programy

Pouhým stiskem tlačítka lze připravit koktejly, polévky, nadrtit led, sekat najemno či nahrubo a navíc opláchnout džbán díky 6 přednastaveným programům. Každý z programů má svůj unikátní vzorec kombinující čas, výkon a počet otáček. Po automatickém ukončení programu zůstávají pokaždé precizní výsledky.

Výkonný 1400W motor

Nový motor vyvinutý speciálně pro tento mixér je mnohem větší než ostatní motory konkurenčních značek s o 30 % větším točivým momentem. Motor disponuje ochranou proti přetížení.

Skleněný ThermoResist džbán

Mixér Blend-X Pro disponuje patentovaným ThermoResist skleněným džbánem o objemu 1,6 l, který umožní mixování horkých i ledových surovin bez poškození materiálu džbánu. Džbán má 4 žebra, která zlepšují cirkulaci ingrediencí v mixéru a zajišťují tak lepší výsledky. Dostupný od dubna 2014.

www.kenwoodworld.cz

BLEND-X PRO



koktejly



polévky



jemné sekání



hrubé sekání



drcení ledu



opláchnutí

KENWOOD

CREATE MORE





Whirlpool investuje do americké výroby

Evropa pokulhává, Severní Amerika hlásí růst. Už během posledních 12 měsíců se objevovaly zprávy o růstu amerického trhu s domácími spotřebiči a tamní silní hráči, jako Whirlpool a Electrolux, se každé čtvrtletí chlubili pěknými čísly. Nejen tyto firmy pak v Americe investují nemalé peníze, protože se místní spotřebitelé naladili na pozitivnější vlnu a opět začali utrácet. Whirlpool proto investuje 40 milionů dolarů do své továrny na malé domácí spotřebiče v Greenville v Ohiu, aby zdvojnásobil její velikost. Výrobní závod, který zahájil činnost už v roce 1942, produkuje malé spotřebiče značky KitchenAid včetně ikonických kuchyňských robotů a jejich příslušenství. Aktuálně továrna zaměstnává 1000 lidí a vyrábí 16 000 výrobků ročně. Do roku 2018 by mělo přibýt 400 nových pracovních míst. Důvodem investice není pouze zlepšování americké ekonomiky, ale celosvětový růst značky KitchenAid, která letos slaví 95. výročí od svého založení.

Brandt a De Dietrich zachráněny za pět minut dvanáct, španělské továrny Fagor mají být rozprodány

Půlroční čekání na to, v jakých rukách a s jakým výhledem do budoucnosti skončí značky Brandt a De Dietrich, je zdá se u konce. Španělská justice totiž dala na poslední chvíli zelenou alžírské skupině Cevital, která tak může konečně převzít francouzské výrobní závody spolu s 1200 zaměstnanci z původních 1800. Soudní tribunál nakonec povolil sloučení značek spadajících pod FagorBrandt (Brandt, Vedette, Sauter a De Dietrich) za dohodnutých 25 milionů eur mezi Cevitalem a španělskou skupinou Fagor. Na stole byl už delší dobu plán na převzetí, který navrhl alžírský konglomerát, ale celé tři měsíce ho blokovala dohoda nákupu těchto značek jinou částí španělské skupiny Fagor. Baskický obchodní soud zablokoval sloučení 15. března s požadavkem na 35 milionů eur, jenže Cevital a francouzský správce se proti tomuto rozhodnutí odvolali. Soud nakonec odvolání vyhověl a potvrdil sloučení značek. Rozhodnutí přitom padlo jen pár hodin před zásadním slyšením plánovaným ve Francii, kde se tamní soud zabýval nabídkou Cevitalu.

Francie poskytovala FagorBrandt státní podporu do března, přičemž v polovině měsíce už musely čtyři továrny výrobu zastavit, protože nepla-



tily dodavatelům. Nakonec nás těsně před uzávěrkou informovalo české zastoupení značek Brandt a De Dietrich v podobě společnosti Elmax Store a.s., že Cevital uspěl a vznikla nová společnost BRANDT FRANCE. Cevital hodlá zachovat továrny ve Vandomu, Orléansu a ústředí spolu se servisem v Cergy. Jenom ve Francii chce alžírská skupina investovat 100 milionů eur.

Ve Španělsku se mezitím řeší postupný rozprodej tamních závodů. Prodávát se bude na etapy a hlavním cílem bude snaha dosáhnout s případnými investory obnovení činnosti v těchto továrnách. První skupinu budou tvořit výroby varné techniky doplněné o produkci náhradních dílů pro chladničky, pračky a myčky. Druhou skupinu linky na produkci chladicí techniky a myček nádobí. Stejně rychlé obnovení výroby jako ve Francii však nelze očekávat, ani to, že na trh budou mířit výrobky pod značkou Fagor, která je, jak se zdá, opravdu mrtvá.

Funai počítá ztráty po nepovedeném obchodu s Philipsem

Japonský výrobce spotřební elektroniky revidoval své výsledky za fiskální rok směrem dolů, jakožto důsledek finančních ztrát způsobených zrušenou dohodou ze strany Philipsu na převzetí jeho divize spotřební elektroniky. Obě firmy se nyní vzájemně obviňují ze zmaření obchodu a podaly na sebe žaloby, které by měly ukázat, kdo je vlastně viníkem. Zatímco Nizozemci tvrdí, že museli proces přesunu divize pod nového vlastníka v říjnu 2013 zrušit, protože nebyly z jeho stany podniknuty patřičné kroky, Japonci zase tvrdí, že Philips nebyl schopen oddělit divizi ze svých struktur v přijatelném časovém rámci.



The Jura logo is written in a stylized, red, cursive font.

*„Latte macchiato,
prosím. Čerstvě namleté,
nikoliv z kapsle.“*



SWISS  MADE

Kultura pití kávy pro lidi, kteří mají styl: nový kávovar IMPRESSA J9.3 One Touch TFT Carbon má úspěch i u tak náročných znalců kávy, jako je Roger Federer. Oceňují především intuitivní způsob použití kávovaru, který je vybaven TFT displejem a rotačním ovladačem a také výpustí cappuccina s plně nastavitelnou výškou a s revoluční technologií Fine Foam pro zpěňování mléka. S kávovarem IMPRESSA J9.3 je každý šálek kávy splněným snem: od výtečného silného ristretta až po lahodné latte macchiato, stačí jeden stisk tlačítka, bez nutnosti manipulace s šálkem. JURA – If you love coffee.

www.cz.jura.com

BSH Hausmesse přivítalo obchodníky letos v klubu SaSaZu

Oficiální představení nového generálního ředitele • Prioritou velmi tiché myčky a chladničky • Snaha posílit v kuchyňských robotech • Zelmer integrován do skupiny

LETOŠNÍ DEALERSKÝ DEN SPOLEČNOSTI BSH DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE SE VRÁTIL Z MLADÉ BOLESLAVI DO PRAHY A KONAL SE CELKEM NETRADIČNĚ V POPULÁRNÍM HOLEŠOVICKÉM KLUBU. PREZENTACE NOVINEK TENTOKRÁT NEZŮSTALA POUZE NA MARKETINGOVÉM ŘEDITELI FIRMY MIROSLAVU VESELÉM, ALE STATEČNĚ MU SEKUNDOVAL MODERÁTOR LIBOR BOUČEK.



Jedna z nejpodstatnějších novinek letošního jara z hlediska BSH se netýká žádného výrobku, nýbrž změny ve vedení společnosti po 17 letech. Dosaďadního šéfa českého zastoupení, jenž na této pozici působil od jeho založení v roce 1997, nahradil Per Funch, zkušený manažer původem z Dánska. Nový ředitel se na Hausmesse osobně představil na pódiu, pochválil českou metropoli pro její krásy a informoval v odlehčeném rozhovoru, že ke svým schopnostem hovořit dánsky, německy, anglicky, švédsky a norský přidá do příštího roku ještě češtinu.

Pak už ale následovala prezentace promítaná na obrovské projekční ploše, jejíž pojetí bylo na české poměry skoro až pompézní. Vše navíc uvedla efektní světelná a taneční show. Obchodníci i novináři pak měli možnost sledovat videa, obrázky i hlavní přednosti výrobků najednou na jedné ploše za zády moderátora.

Vestavné spotřebiče Uživatelský komfort a důraz na detail

Prezentace nových spotřebičů byla průřezem zajímavých novinek značek Bosch a Siemens. Větší prostor byl věnován novým troubám Siemens s funkcí cookControl. Tyto trouby mají přednastaveno až 70 receptů, kdy stačí jen zadat typ pokrmu, jeho hmotnost a případně další parametry (např. stupeň propečení u masa) a trouba už vše udělá za vás. Nechyběly ani modely s parními funkcemi včetně kombinovaného pečení s přídatkem páry.

V části věnované varným deskám stojí za pozornost indukční model Bosch PIT645F17E s takzvanou CombiZónou – 2 varné plochy lze spojit do jedné velké zóny a ovládat je jako celek. Užitečným detailem u této desky je pak funkce PowerMove pro rychlé dosažení varu na jedné zóně s možností násled-



ného přesunutí hrnce na druhou zónu, kde se automaticky aktivuje nejnižší výkon pro udržování teploty. Uživatel tak nemusí na desce nic nastavovat a v rychlosti jen změnit polohu hrnce. Jednoduché, rychlé, pohodlné. Zmínit ještě musíme ovládání DirectSelect s nastavením výkonu jedním Źuknutím na číslo na stupnici a funkci ReStart pro obnovení činnosti s předchozími nastaveními, což přijde vhod v případě přetečení obsahu jednoho z hrnců a potřeby desku otřít.

Technologická vyspělost a nízká hluchnost

Chlazení, mytí, praní a sušení

V kategorii chlazení věnovali zástupci firmy velký prostor nové chladničce Siemens iQ 300 s modelovým označením KG39NXI42. Novinka v energetické třídě A+++ s roční spotřebou pouhých 179 kWh je skutečnou vlnkovou lodí nabídky chlazení s mrazákem dole. Najdete v ní zásobník coolBox pro uchovávání masa a jiných čerstvých potravin, v němž je udržována o 2 až 3 °C nižší teplota, než je ve zbytku chladicího prostoru. Na ovoce a zeleninu je pak určen crisperBox s manuálním nastavením vlhkosti. Samozřejmě je typu noFrost, a tak se zákazníci nemusejí zabývat jejím odmrazováním. Prostor dostaly také modely s vitaFresh zónou neboli pravou nulovou zónou, která zajistí až 3× delší čerstvost potravin, a model KG39EAI46 s hluchností pouhých 34 dB.

Téma hluchnosti se objevilo také při prezentaci nových myček, vydávajících za chodu hluk na úrovni 39 dB. BSH jako lídr českého trhu v této produktové kategorii kromě snižování spotřeby vody a energie dokázal, že je stále co zlepšovat a prostor pro inovace je nadále velký.

V praní a sušení jsme měli možnost vidět na místě pračku Siemens iQ800 EcoStar (WM14Y7W3), která byla před-

stavena už na loňském veletrhu IFA, a hovořil o ní Miroslav Veselý také v rozhovoru, vydaném v prvním letošním SELLu. Výjimečná je tato pračka díky své o 50 % nižší spotřebě energie, než jaká odpovídá energetické třídě A+++. Do páru k ní patří potom sušička WT48Y7W1, spadající do energetické třídy A+++. Výjimečná je na trhu díky samočisticímu bezúdržbovému kondenzátoru.

Malé spotřebiče

Návrat robotů a začlenění Zelmeru

Není žádným tajemstvím, že Bosch v poslední době ztratil určitý tržní podíl v oblasti kuchyňských robotů, především ve prospěch české značky ETA, která do svého portfolia zařadila roboty čínské výroby a slaví s nimi prodejní úspěch. Bosch chce opět v této produktové skupině posílit a pomoci mu k tomu má nový top model MaxiMUM s nejsilnějším motorem na trhu – jeho příkon dosahuje 1600 W. Přístroj se vyznačuje bohatým dodávaným a především volitelným příslušenstvím. Celkem u něho najdete více než 120 funkcí. Používá planetární systém míchání a disponuje senzorem Smart

Dough pro udržení konstantní rychlosti míchání i u těch nejužších těst.

Jak v prezentaci, tak přímo v expozici výrobků BSH dostala prostor také polská značka Zelmer, kterou německá centrála začleňuje do svých struktur. Integrované procesy by měly být během letošního roku dokončeny, a proto se už Zelmer prezentoval také na českém Hausmesse.





Moderní vestavné spotřebiče Amica

Funkce • Design • Kvalitní výroba

Společnost Amica reprezentuje na českém trhu mimo jiné ucelená nabídka designově zajímavých vestavných spotřebičů, které reflektují současné trendy a disponují pokročilými prvky, jako barevnými LCD displeji, bohatou funkční výbavou a kvalitním provedením. Rozšiřte nabídku svého kuchyňského studia nebo elektroprodejný o kvalitní vestavbu Amica.

Značka Amica se na trhu daří, a její mateřská společnost proto neváhá investovat do dalšího rozvoje. Na přelomu letošního léta a podzimu otevře novou výrobní linku, na níž budou vznikat nové plynové a indukční varné desky. Produkce se přesouvá do domácího Polska zpět z Číny a vyrábět se bude z nových komponent vysoké kvality. Díky tomu se i v Česku zvýší flexibilita dodávek bez navýšení cen a především bude možné vyjít vstříc klientům při řešení individuálních požadavků – například pro většího partnera bude Amica schopna navrhnout a vyrábět exkluzivní model desky na míru. Firma chystá také inovace v oblasti vestavných trub a designové změny, které ale ještě nelze prozradit. Aktuálních novinek a kvalitních

produktů je přesto v současném katalogu víc než dost. Dokládá to například designové ocenění „best of the best“ trouby ZEN. Nadále také Amica poskytuje na vybrané výrobky 2 roky bezplatného servisu navíc zdarma.

Vestavné trouby

Vlajkovou lodí nabídky a pýchou vývojářů a designérů Amica je trouba Integra SMART, vybavená interaktivním dotykovým displejem, samozřejmě v plné barvě. Trouba umožňuje intuitivně nastavovat všechny funkce včetně vlastních programů, volby předpřipravených programů i takových detailů, jakými je úprava barevného motivu rozhraní. A nechybí ani USB port pro bezpečný a poho-



dlný způsob výměny dat s troubou. Jinak se samozřejmě jedná o plně vybavenou troubu vhodnou k přípravě jakýchkoliv jídel. Nejen tento designový model, ale také vyšší modely z řady Integra a Fusion nabízejí nadstandardní funkce v podobě teplotní sondy, která pomůže uživateli především s pečením masa. Sonda je napojená na inteligentní systém trouby a odesílá do něho údaje o teplotě uvnitř pokrmu. Chcete středně propečený roastbeef? Stačí nastavit, zapíchnout sondu do masa, a jakmile je hotovo, trouba sama ukončí program. Mezi další neopomenutelné funkce patří parní čištění Aqualytic, kdy se na dno trouby vylije 0,5 l vody, nastaví teplota na 90 °C a čas na 30 minut, nebo stačí jen zvolit program Clean v menu. Pak už jen setřete nečistoty hadříkem a vnitřní prostor je jako nový. Při používání ocení každý také zvětšený vnitřní prostor na 66 l, teleskopické výsuvy a systém chlazení dvířek, která nejsou nikdy horká. Na výběr jsou ve zmiňované plné výbavě modely EB 13529 E a EBI 711 73 AA (tento model navíc s funkcemi vaření v páře). Nabídka také obsahuje cenově dostupnější varianty z řady Integra a Fusion, ke kterým naleznete podrobnější informace v katalogu Amica.



Varné desky

Ke kvalitní vestavné troubě je samozřejmě potřeba také pořídit odpovídající varnou desku. Amica nabízí všechny typy od plynových po indukční. Rostoucí zájem o druhé jmenované přinesl jejich výraznější technologický rozvoj, a tak nyní disponují pokročilejšími funkcemi. Například Bridge pro vytvoření jedné velké varné plochy ze dvou zón či Pauza pro rychlé vypnutí desky při uložení veškerých nastavení do paměti – po návratu k vaření lze jedním

stisknutím senzoru pokračovat v přípravě jídla. Kdo nemá do kuchyně zavedené třífázové 400V napájení, může zvolit některou z desek řady Plug & Play, kterým stačí k chodu běžných 230 V a zapojují se jednoduchým připojením k běžné zásuvce. Milovníky výjimečného designu zase určitě upoutají minimalistické desky řady INARI s intuitivními senzory ERGO-TOUCH. Bohatá je také samozřejmě nabídka plynových desek, a to jak na sklo, nerez, tak v méně tradičních barevných variantách (slonová kost, antracit, bílá). V katalogu nepřehlédněte také 70cm model plynové desky. Nechybějí ani hi-light sklokeramické modely či cenově nejdostupnější desky s elektrickými plotýnkami.



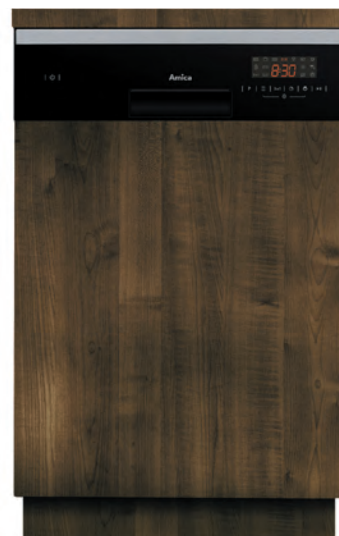
Myčky, mikrovlnky a digestoře

Amica také rozšířila nabídku svých vestavných myček o model designově sladěný s produktovou řadou Fusion. Konkrétně jde o 45cm myčku s označením ZSM 447 E v energetické třídě A++, s kapacitou na 10 sad nádobí a se spotřebou vody 8,5 l. O mytí se starají 3 nezávislá ramena a o sušení systém Hot Air. Vnitřní prostor je rozdělen mezi 3 koše včetně jednoho určeného pro mytí příborů a osvětlují ho úsporné LED žárovky.

Do designové koncepce Fusion přibyla ještě nová mikrovlnná trouba AMG 20 BF, určená pro vestavbu. Její mikrovlnný výkon je maximálně 700 W a výkon grilu 900 W. Z funkcí jmenujme váhové rozmrazování, dětskou pojistku a elektronické ovládání.

Početnou skupinu výrobků tvoří odsavače, nabízené v rozličných provedeních, tak aby si vybral každý zákazník. Obecně se digestoře Amica vyznačují nízkou hlučností, komínové modely při nízké rychlosti nepřesahují 37 dB, diodovým osvětlením a systémem Space Filter pro zvýšenou absorpci. Modely z řady Integra jsou dodávány s dálkovým ovladačem pro pohodlnější ovládání. Jejich čištění zase usnadňuje senzorické ovládání bez vystupující tlačítka, kolem kterých se často drží nečistoty. Do připravovaného nového katalogu se chystá Amica přidat nové modely odsavačů evropské výroby.

Vybrané novinky Amica včetně trub či odsavačů řady Fusion, které patří k velmi populárním a dobře se prodávají, si budete moci prohlédnout naživo na nadcházejících veletrzích domácích spotřebičů. Zástupci firmy zde rádi zodpoví všechny vaše dotazy a výrobky vám podrobně představí. Pro bližší informace kontaktujte české zastoupení Amica.





Vestavné chladničky zatím hrají druhé housle, jejich trh ale roste

I ZÁKAZNÍCI, KTERÍ KUPUJÍ NOVOU KUCHYŇ A VYBAVUJÍ JI VESTAVNÝMI SPOTŘEBIČI, ČASTO ZVOLÍ V PŘÍPADĚ CHLADNIČKY VOLNĚ STOJÍCÍ MODEL. MOHOU K TOMU MÍT RŮZNÉ DŮVODY VČETNĚ DESIGNOVÝCH, PROTOŽE SE MNOHÉ MODERNÍ CHLADNIČKY STANOU ESTETICKÝM DOPLŇKEM KUCHYŇ. VESTAVNÝCH MODELŮ SE TAK V KUSECH PRODÁ KAŽDOROČNĚ MNOHONÁSOBNĚ MÉNĚ. MEZIROČNÍ RŮST TRHU VESTAVNÝCH VARIANT VŠAK POKRAČUJE.

Na vedlejší stránce naleznete komentář Zdeňka Bártý z GfK, který vznikl na základě dat této monitoringové společnosti. Jelikož SELL od letošního roku odebírá data také od konkurenčního Euromonitor International, je vždy zajímavé si výsledky srovnat. Euromonitor v kanálech, které sleduje, zaznamenal pokles hodnoty trhu chladniček při srovnání let 2013 a 2012. A to na úrovni -1,7 %. Vestavné modely podle této firmy rostly v hodnotě prodeje o 0,1 %, zatímco volně stojící poklesly o necelých 1,9 %.

Zajímavé je také pohlédnout do rozložení sil na českém trhu, kde je podle Euromonitoru jedničkou ve vestavných chladničkách švédský Electrolux. Číslem dva je koncern BSH a trojkou americký Whirlpool. Pořadí firem samozřejmě ovlivňuje



metodika výzkumu, sledované kanály a další faktory, nicméně není asi pro nikoho velkým překvapením, že dominují členové takzvané „velké trojky“. Na trh chlazení volně stojícího se podíváme podrobně v červnovém vydání, kde budou tyto spotřebiče hlavním tématem.

ČERSTVOST POTRAVIN

Akcentování nízké spotřeby a posuny chladniček do tříd A++ a A+++ jsou nadále jedním z pilířů marketingové komunikace většiny firem. Na druhou stranu jde o téma neustále omílané a provažené, nehledě na to, že velké skoky ve spotřebě, jichž jsme byli svědky v posledních letech, už nelze letos ani v blízké budoucnosti očekávat. Výrobci se proto postupně začali zaměřovat také na další témata, která jsou pro spotřebitele důležitá, a jedním z nich je prodloužení čerstvosti, respektive kvalita uchovávání potravin.

Většina vyspělejších chladniček střední třídy už dnes obsahuje takzvanou nulovou zónu, vhodnou pro uchovávání především čerstvého masa. Samozřejmě záleží na tom, zda se jedná o zónu s elektronicky regulovanou teplotou, nebo jen zásuvku, v níž je díky uzavřené koncepci a aktivně vháněnému chladnému vzduchu o něco nižší teplota než ve zbytku chladicího prostoru. Není snad potřeba dlouze vysvětlovat, že první variantou jsou vybaveny dražší chladničky. Dále se také rozšiřují zásuvky s regulovanou vlhkostí pro uchovávání ovoce a zeleniny, které suchý chladný vzduch v běžných chladničkách zbavuje vlhkosti, což vede k jejich rychlejšímu „vadnutí“ a ztrátě „svěžího vzhledu“. Prostor nových modelů tak často bývá rozdělen mezi běžnou chladicí část se skleněnými policemi a tyto speciální zásuvky. Elektronická regulace teploty není stále automatickou součástí většiny chladniček, ačkoliv do nich proniká čím dál častěji. Opět jde pouze o dražší modely.

Když se ještě vrátíme k energetickým třídám, u vestavných modelů jsou běžnější označení A+ či A++, zatímco u volně stojících je množství prodáváných A+++ chladniček nepoměrně vyšší.

Informace o tržní situaci poskytla redakci společnost Euromonitor International



AEG SCS81800C0

Novinka v portfoliu německé značky AEG je chladničkou třídy A++ s čistou kapacitou chladicího prostoru 192 l a mrazicího 75 l. Chladicí část je osvětlena pomocí úsporných LED žárovek. Obě zóny se nastavují pomocí elektronického ovládání, které je oddělené pro chladicí a mrazicí část spotřebiče. Uvnitř 176,9 cm vysoké chladničky naleznete 4 skleněné police, 2 oddělené zásuvky na ovoce a zeleninu spolu s takzvanou FreshZone, kde je udržována o 15 % nižší teplota než ve zbytku chladničky. Zásuvka FreshZone je tak určena pro skladování čerstvého masa a ryb. Mraznička je statická typu low frost, takže se v ní usazuje menší množství námrazy. Roční spotřeba celého zařízení činí 230 kWh a mrazicí kapacita 12 kg / 24 h. Hlučnost nepřesahuje 35 dB.

AMICA BK 313.3 FA

Vestavná chladnička polského výrobce je se spotřebou 281 kWh řazena do energetické třídy A+. Jedná se ale o 177,6 cm vysoký No Frost model, který není nutné manuálně odmrazovat, což ve výsledku přináší významnou úsporu energie, času i námahy. Její termostat se ovládá mechanicky. Uvnitř chladicí části s čistým objemem 190 l se nachází 5 polic, 1 držák na lahve a 2 zásuvky na ovoce a zeleninu. Ve dveřích nechybějí vyjímatelné přihrádky a celý vnitřní prostor má antibakteriální úpravu. Mrazák o objemu 56 l obsahuje 3 šuplíky. Hlučnost činí maximálně 41 dB.



BAUKNECHT KGIE 3193 A++

Množství pokročilých technologií a moderních funkcí skrývá tento nadstandardně vysoký (193 cm) model ze stáje Bauknecht. Chladnička třídy A++ s roční spotřebou 245 kWh používá elektronickou regulaci teploty včetně technologie Green Intelligence, která monitoruje teplotu uvnitř chladničky i mrazničky a upravuje chod kompresoru, aby byla teplota v obou částech spotřebiče stabilní. O kvalitní uchovávání potravin se pak také stará funkce ProFresh, protože udržuje v chladícím prostoru ideální vlhkost. Potraviny jsou tak až 4× déle čerstvé. Díky své výšce nabízí tento model chladicí prostor s objemem rovných 237 l. Mrazák má kapacitu 73 l. Za běhu vydává chladnička hluk o hodnotě 35 dB.



BEKO CBI 7703 F

Chladnička v energetické třídě A++ s výškou 178 cm patří mezi modely se statickým chlazením. Její chladicí část má objem 189 l, z čehož 19 l připadá na integrovanou nulovou zónu. Mrazák pak nabízí objem 50 l. Mezi další vlastnosti spotřebiče patří antibakteriální těsnění, ve kterém se tak nemohou množit mikroorganismy. Chladicí část obsahuje skleněné police a plastové přihrádky ve dveřích, mrazák potom 3 šuplíky. Hladina vydávaného hluku je maximálně 38 dB.



Chlazení na českém trhu podle GfK

Poptávka po chladničkách a kombinacích meziročně vzrostla jen velmi mírně. Ve sledovaných obchodních cestách se jich prodalo o necelá 2 % více, nárůst tržeb však dosáhl 5 % výše. Zvýšený zájem o chlazení se vloni projevila zejména v poslední třetině roku, v listopadu ho podpořila intervence ČNB, a prodej tak v tomto měsíci narostl meziročně o 17 %. Nárůst tržeb generovaly energeticky úspornější modely, technická vybavenost, např. no frost, i zájem o segment tří- a vícedveřových kombinací, který v hodnotě představoval 3 % trhu.

Vestavby tvořily v uplynulém roce necelou desetinu poptávky, na celkovém obrátu se podílely 13 %. Tempo meziročního přírůstku v objemu i v hodnotě dosáhlo o 1 až 2 procentní body nižšího výsledku než u volně stojícího sortimentu, přesto zůstal objemový i hodnotový podíl vestavných chladniček a kombinací na mírně rostoucím trhu meziročně stabilní. Zákazníci zaplatili vloni za vestavné provedení 12 800 korun, do volně stojícího chlazení investovali zhruba o 4 tisíc korun méně. Na celkovém prodeji vestavného chlazení se přitom modely energetické třídy A++ a A+++ podílely 16 %, zatímco u volně stojících výrobků tyto kategorie obsáhly podstatně větší část loňských prodejů.

Zdroj:

Zdeněk Bárta
Consumer Choices
Director CZ&SK,
GfK Czech



BOSCH**KIS86AD40**

Elektronicky ovládaná vestavná chladnička v nejúspornější energetické třídě A+++ spotřebuje ročně pouze 152 kWh energie. Jedná se o technologicky vyspělý model s 2 oddělenými chladicími okruhy, funkcemi super mrazení a super chlazení a technologií VitaControl, zajišťující konstantní teplotu díky inteligentním senzorům. 177,5 cm vysoký spotřebič se dále vyznačuje koncepcí mrazáku LowFrost, která snižuje tvorbu námrazy a usnadňuje případné odmrazování. Uvnitř 188l chladničky se nachází kromě skleněných polic ještě HydroFresh zásuvka s regulací vlhkosti – určená pro skladování ovoce a zeleniny. Mraznička o objemu 74 l obsahuje 3 šuplíky včetně jednoho extra velkého (BigBox). Hlučnost činí 38 dB.

**CANDY****CKBC 3180 EE**

Tento model vestavné chladničky je žhavou novinkou, která teprve míří na český trh. Jedná se o přístroj z modelové řady Krio Vital Evo v energetické třídě A++ a s roční spotřebou 222 kWh. 177 cm vysoká chladnička nabízí 203 l objemu pro čerstvé potraviny a 60 l pro mražené potraviny. Její systém chlazení je statický s ventilátorem pro rovnoměrný rozvod chladu v celém prostoru. Uvnitř pak naleznete takzvanou BioSafe zónu s teplotou -2 °C až +3 °C, držák na lahve, zásuvku na ovoce a zeleninu a 3 výškově nastavitelné skleněné police s nerezovou lištou. Hlučnost chladničky je 42 dB.

GORENJE**NRKI 5181 LW**

Tato vestavná chladnička s mrazákem dole spadá do energetické třídy A+ a její roční spotřeba činí 307 kWh. Vyznačuje se chladicí technologií NoFrost DualAdvance, u které nejde pouze o to, že by zabránila vzniku námrazy v mrazničce, ale díky intenzivní cirkulaci vzduchu uvnitř mrazicí části nevzniká námraza ani na samotném jídle. V chladicí části o objemu 200 l se zase nachází takzvaná FreshZone zásuvka prodlužující až 2x čerstvost potravin – slouží hlavně pro uchovávání masa, ovoce a zeleniny, protože je v ní udržována o 2–3 °C nižší teplota než ve zbytku chladničky. Mraznička má objem 60 l. Nechybí elektronické ovládání SensoTech ani funkce rychlého mrazení a chlazení. Spotřebič je 177,5 cm vysoký a vydává hluk na úrovni 42 dB.

**ELECTROLUX****ENG2804AOW**

Další novinka na trhu s velmi nízkou hlučností 35 dB patří mezi A++ modely se spotřebou 230 kWh za rok. Chladicí část s objemem 192 l obsahuje mimo jiné takzvanou Fresh Zone, v níž je udržována o 15 % nižší teplota než ve zbytku prostoru. Výrobce ji doporučuje pro skladování čerstvého masa a ryb. Mrazák o objemu 75 l obsahuje 2 šuplíky. Z funkcí jmenujme ShoppingMode, kdy chladnička rychle optimalizuje chod kompresoru v případě změny teploty ve svém vnitřku, či užitečné rychlé mrazení Fast Freeze. Ovládání je řešeno elektronicky a doplněno o displej. Výškou se tento model nijak nevymaká standardu, má 176,9 cm.



Vestavné spotřebiče gorenje kuchyni sluší

DÍKY VESTAVNÝM SPOTŘEBIČŮM KUCHYŇ POTĚŠÍ OKO ESTÉTA HARMONICKÝM SOULADEM A ZÁROVEŇ POSKYTUJE MAXIMÁLNÍ KOMFORT PŘI VAŘENÍ, VŠE POTŘEBNÉ JE TOTIŽ NA DOSAH. POKROČILÉ TECHNOLOGIE NAVÍC OTEVÍRAJÍ CESTU K PRVOTŘÍDNÍM KULINÁŘSKÝM ZÁŽITKŮM.

Není divu, že při zařizování nové kuchyně nebo rekonstrukci té stávající jsou „vestavby“ stále častěji jednoznačnou volbou. Důvodů je hned několik. Vedle již zmiňovaného estetického hlediska, kdy se vestavné spotřebiče bez problémů přizpůsobí celkovému stylu kuchyně, je podstatná také prostorová úspornost, jednodušší čištění a údržba, možnost umístit troubu a varnou desku tam, kde se s nimi nejlépe pracuje. V případě produktů značky gorenje je bonusem ještě vytříbený design, který respektuje potřeby, preference a životní styl uživatelů.

Simplicity

Dokonalým příkladem je nová řada gorenje Simplicity, stvořená pro každého, kdo má rád jednoduché, přímé linie, preferuje technologicky vyspělé a úsporné spotřebiče, které ideálně ladí se vzhledem místnosti a vytvářejí její čistý obraz. Designová řada spotřebičů gorenje Simplicity je moderní, minimalistická a cenově dostupná, navíc k dispozici v černé nebo bílé barvě. Kolekce zahrnuje vestavné trouby, varné desky, pračky a sušičky. Například vestavná trouba BO 75 SY2W (bílá) a BO 75 SY2B (černá) z kolekce Simplicity nabízí inovativní funkci AdaptBake, která si zapamatuje nastavení teploty pro každý předvolený program a při dalším použití nabídne poslední nebo nejčastěji používané nastavení. Jednoduché a jasné dotykové ovládání s elektronickým programovacím časovým spínačem umožňuje nastavit dobu vaření a vybrat správnou teplotu. Povrch časového spínače je zcela hladký, takže se snadno čistí. Systém zavírání dvířek trouby GentleClose je mimořádně pohodlný, dvířka se zavírají jemně a bezhlučně bez ohledu na vynaloženou sílu. Mezi přednastavenými programy je i něco navíc, nechybí speci-

ální zavařovací program, který je vítanou alternativou k objemným zavařovacím hrncům.

Classico

Dalším zaručeným tipem je designová kolekce gorenje Classico, optimálně propojující tradiční a moderní styl ve dvou barevných variantách – černé a slonové kosti. Ideální pro klasické a rustikální kuchyně. Součástí této retrořady jsou vestavné trouby a varné desky, které sdílejí několik výrazných vizuálních prvků, jako jsou ovládací retroknoflíky, plastická rukojeť, elektronický programovatelný časový spínač a hodiny s klasickým analogovým designem. K dispozici je například vestavná trouba BO73CLB nebo BO73CLI s dvířky opatřenými zdvojeným reflexním sklem, takže vnější strana je vždy chladná – nejen proto byla trouba zařazena do energetické třídy A – 20 %. Na vnitřní straně dvířek trouby nejsou žádné drážky nebo hrany, takže se snadno čistí. Inovační design vnitřku trouby s chytře umístěným topným tělesem HomeMade imituje tradiční pece na dřevo. Efektivní cirkulace horkého vzduchu pak vede k rovnoměrnému rozvádění tepla a k vynikajícím výsledkům pečení, jako za starých časů. Teleskopické vodicí lišty značně usnadňují vkládání pečicích plechů do trouby a zajišťují výborný přehled o procesu pečení.

Trouba iChef

Skutečnou ozdobou kuchyně je nová inteligentní trouba gorenje+ iChef s dotykovým displejem. Velký barevný displej nabízí celou řadu funkcí, a otevírá tak všem uživatelům cestu ke kuchařskému mistrovství – jednoduchým a aktuálním způsobem.

HOTPOINT**BCB 33 AAA E C 03**

Zástupce značky Hotpoint patří mezi vybavenější modely s ventilovanou chladicí částí a No Frost mrazničkou, navíc s technologií Active Oxygen, která pomocí aktivního kyslíku eliminuje bakterie a prodlužuje čerstvost potravin. Z dalších funkcí a výbavy je nutné zmínit elektronické ovládání, digitální displej a antibakteriální ochranu. Chybět nemůže rychlé mrazení a chlazení ani režim Dovolená. Při výšce 185,4 cm poskytuje tento model chladicí část o objemu 207 l a mrazicí o objemu 57 l. Ročně spotřebuje 239 kWh energie a patří do energetické třídy A++. Jeho hlučnost dosahuje 36 dB.

**INDESIT
IN CB 31 AA**

Chladnička z portfolia italské značky spadá do kategorie cenově dostupnějších řešení. Používá systém tradičního statického chlazení a mechanického ovládání. Patří do energetické třídy A+, přičemž ročně spotřebuje 277 kWh elektřiny. 198 l velká chladicí část obsahuje 3 skleněné police a 1 zásuvku na ovoce a zeleninu. V 57l mrazáku jsou pak 2 šuplíky a 1 vyklápěcí zásuvka. Výška celého spotřebiče je 177 cm. Hlučnost za běhu činí 39 dB.

SIEMENS**K186NAD30**

V katalogu této německé značky jsme vybrali model typu noFrost s elektronickým ovládáním a 2 oddělenými chladicími okruhy. Zařízení s výškou 177 cm, chladicím prostorem o objemu 189 l a mrazničkou o objemu 68 l uživateli nabízí technologii freshSense (udržování konstantní teploty pomocí inteligentních senzorů) a až 2× delší čerstvost ovoce a zeleniny díky zásobníku hydroFresh, v němž lze regulovat vlhkost. Chladnička spadá do energetické třídy A++ a ročně spotřebuje 223 kWh. Její hlučnost nepřesahuje hodnotu 39 dB.

**WHIRLPOOL
ART 8811/A++**

Zcela nová chladnička, kterou si redaktor magazínu SELL mohl naživo prohlédnout na veletrhu EuroCucina, se teprve chystá vstoupit na český trh. Jde o model třídy A++ s technologií 6. smysl FreshControl, kdy je vnitřní prostor neustále kontrolován a systém v něm udržuje optimální teplotu i vlhkost. Potraviny díky tomu vydrží 4× déle čerstvé. Nové modely Whirlpool také přicházejí s vylepšenou vnitřní výbavou včetně držáků na lahve a kovové desky v mrazáku pro zachytávání námrazy. Bližší informace naleznete v reportáži z Milána na straně 10. Z dalších specifikací tohoto modelu stojí za pozornost elektronické ovládání, spotřeba 235 kWh za rok, hlučnost 35 dB a antibakteriální filtr. Vnitřní objem chladicí části je 195 l, mrazáku 80 l.



Unikátní myčky na 16 sad a nová generace chlazení

NA LETOŠNÍ JARO MÁ ZNAČKA CANDY PŘICHYSTÁNO VELKÉ MNOŽSTVÍ NOVINEK NEJEN V KATEGORII VESTAVNÝCH SPOTŘEBIČŮ. V RÁMCI VESTAVBY PŘEDSTAVUJE ZBRUSU NOVÉ MODELY MYČEK, CHLADNIČEK, VARNÝCH DESEK I TRUB. MY SE NYNÍ PODÍVÁME NA MYČKY A CHLADNIČKY.



Myčka na až 16 sad nádobí

Značka Candy se může pochlubit nejpokročilejším vývojem v oblasti zvětšování kapacity myček, protože jako vůbec první představuje modely na až 16 sad nádobí. Nabídnou dostatečně velký prostor jak pro mytí velkých talířů na pizzu, tak dokonce plechů a rozměrných pekáčů. Významnou novinkou u nich také bude technologie Perfect Rapid Zone, kterou tvoří sekundární ostříkové rameno – umístěno je v levé části myčky pod dolním košem. Používat ho budou nové modely jak během rychlých programů Rapid 31' a A Class 1 h, tak při U-Wash+ programech, jako Hygienic, Universal Plus a Eco Plus. Přidáním ramena došlo k výraznému zvýšení efektivity mytí, obzvláště připečených a těžko odstranitelných zbytků jídla. Nové myčky budou na trhu dostupné od května.

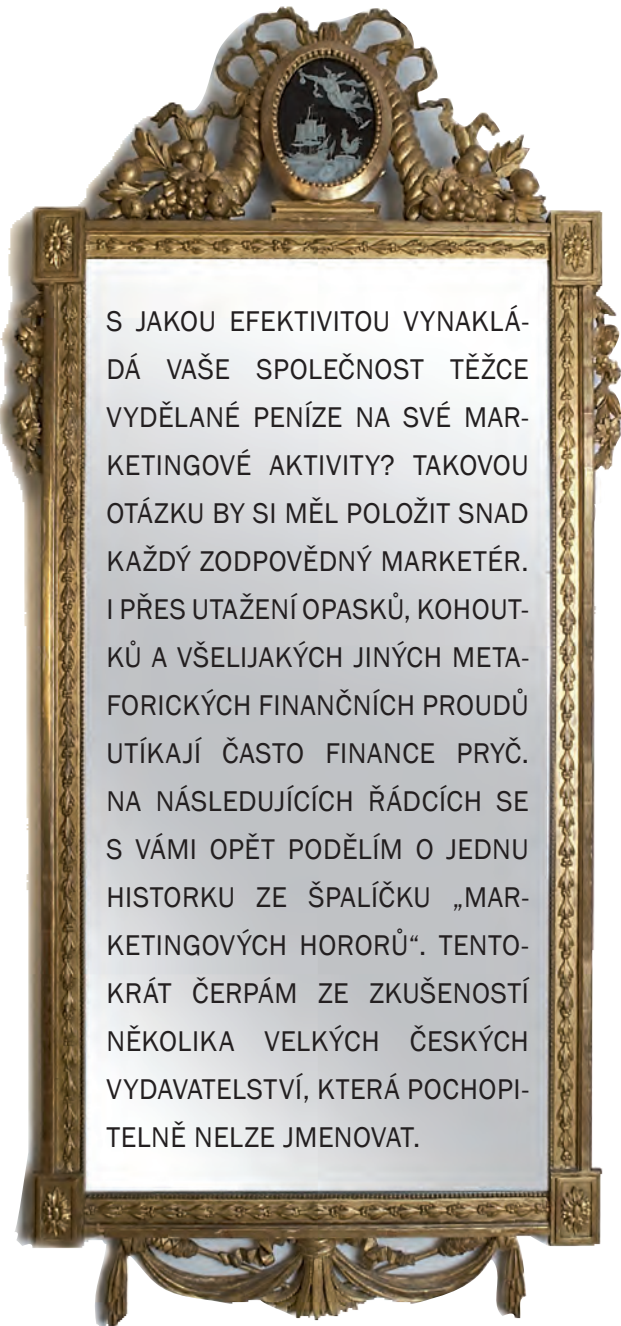
Ze stávající a nadále aktuální nabídky stojí určitě za pozornost jedna z nejprodávanějších vestavných myček Candy, nesoucí označení CDI 5756. Plně integrovaná myčka šíře 60 cm se chlubí nejúspěšnější energetickou třídou A+++, kapacitou na 15 sad nádobí a vnitřním prostorem se 3 koši. Její součástí je technologie pro přizpůsobení programu dle čistoty vody, takzvaný Smart Sensor System, 2 ostříkovací ramena, funkce turbosušení a bohatá nabídka programů včetně několika automatických.



Vestavné chladničky s větším vnitřním objemem

Na trh se chystá nová řada chladicích a mrazicích kombinací Krio Vital v šířce 54 cm s výškou 177 cm a nově také 185 cm. Novinky se vyznačují zvětšeným vnitřním prostorem, u 177 cm vysokého modelu je ve srovnání s předchozí generací o 20 l navíc a přibyla i jedna skleněná police. Zmínit je třeba také nový minimalistický design poliček a kovové prvky včetně držáku na dvě lahve vína. Chybět nemůže větrák zajišťující rovnoměrnou distribuci chladného vzduchu, LED osvětlení a u vybraných modelů také Bio Safe a Crisper zóna pro uchovávání masa, respektive ovoce a zeleniny. Kromě toho se chystá letos v červenci na trh nové side by side řešení v evropské koncepci se separátním mrazákem a separátní monoklimatickou chladničkou, které se instalují vedle sebe. Uživatelům nabídne tato kombinace s výškou 177 cm a šířkou 54 cm maximálně velký úložný prostor.

O pálení peněz a jiných radostech marketingové komunikace



S JAKOU EFEKTIVITOU VYNAKLÁDÁ VAŠE SPOLEČNOST TĚŽCE VYDĚLANÉ PENÍZE NA SVÉ MARKETINGOVÉ AKTIVITY? TAKOVOU OTÁZKU BY SI MĚL POLOŽIT SNAD KAŽDÝ ZODPOVĚDNÝ MARKETÉR. I PŘES UTAŽENÍ OPASKŮ, KOHOUTKŮ A VŠELIJAKÝCH JINÝCH METAFORICKÝCH FINANČNÍCH PROUDŮ UTÍKAJÍ ČASTO FINANCE PRYČ. NA NÁSLEDUJÍCÍCH ŘÁDCÍCH SE S VÁMI OPĚT PODĚLÍM O JEDNU HISTORKU ZE ŠPALÍČKU „MARKETINGOVÝCH HORORŮ“. TENTOKRÁT ČERPÁM ZE ZKUŠENOSTÍ NĚKOLIKA VELKÝCH ČESKÝCH VYDAVATELSTVÍ, KTERÁ POCHOPI TELNĚ NELZE JMENOVAT.

Vítejte v mediální agentuře, za patřičnou provizi vás zbavíme nutnosti probírat se nepřeborným množstvím tiskovin, televizních stanic, webů a dalších komunikačních kanálů. Vytvoříme pro vás plán efektivního využití marketingového rozpočtu, vše nakoupíme, rozdělíme a zajistíme. Zní to tak báječně, až to snad nemůže být pravda. Inu, zčásti je a zčásti není. Ta druhá část vás může stát stovky tisíc, i miliony, které zmizí bez valného efektu kdesi ve vzduchoprázdnu.

Hlad vykrmených prasátek

V českém království marketingové marnosti jsou denně odvyprávěny desítky žalostných anderseenských pohádek, které sice nekončí smrtí, ale smutnit u spalovny peněz, myslím, bohatě postačí. A není divu, že za těmito příběhy stojí převážně mediální agentury, které na rozdíl od reklamek nic kreativního nevymýšlejí a jen skupují prostor. Hlavní média většinou nakoupí často na rok dopředu, aby pak v mnoha případech reklamní agentura zjistila, že zvolené tituly vůbec nevyhovují kampani, kterou její kreativci vymysleli.

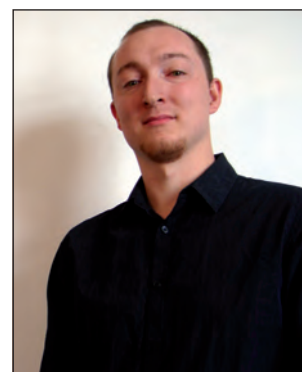
Jenže to ještě není to nejhorší. Pak se člověk při rozhovorech s kolegy z mediálního světa například dozví, že není nic výjimečného, když má taková mediálka v říjnu či v listopadu přebytečných pár stovek tisíc z klientova rozpočtu na reklamu. Jelikož musí peníze vyčerpat, aby nebyl příští rok o danou sumu chudší a především aby se sama nepřipravila o tučnou provizi, začne narychlo objednávat mediální prostor. A zde už se dostáváme k reálnému příběhu.

hu, kdy jedna nejmenovaná mediální agentura utratila více než 400 000 Kč za pár čtvrtých obálek pro imageovou inzerci, kterou nakoupila, a teď pozor, za ceníkové ceny. Každý člověk, který jenom trochu vidí do světa médií, ví, že za ceníkové ceny dnes nikdo normální prostor nekupuje a většina ceníků jsou jen seznamy s přehnaně vysokými čísly. Ostatně my v SELLu sice oficiální ceník máme, a to s rozumně nastavenými ciframi, jenže stejně rozesíláme klientům nabídky dlouhodobé komunikace, samozřejmě ušité na míru, a o ceník, jak je rok dlouhý, nezavádíme.

Ale zpět k tématu. Sám si pokládám v kontextu s tímto příběhem tři zásadní otázky. Jaká je dnes vlastně efektivita imageové inzerce v kategorii technického zboží? Nejsou mediálky vlastně už jen přežitkem? Na kolik aktivit by výše uvedená suma stačila napříč různými médii při smysluplném nákupu prostoru? Jisté je, že za tyto peníze by klient pořídil mnohonásobně více inzertní plochy včetně redakční podpory a nastartování dlouhodobé spolupráce hned s několika médii. Místo toho skončily finance v pár imageových celostranách, které už by měly dnes být jen doplňkem k mnohem širší a pestřejší formě komunikace v daném časopise či novinách. Při vyjednávání o ceně by jmenovaný obsah pořídila firma minimálně se slevou v řádu desítek procent. Mediálce přitom nejde už z podstaty věci o co nejefektivnější využití klientových peněz – na prvním místě je provize, a půjdu tak daleko, že si dovolím tvrdit, že hned na druhém rozdělení peněz mezi co nejmenší množství subjektů, protože se tím zajišťí jednodušší administrativa. Mediálka proto jde po co nejmasovějších médiích, zajímá ji pouze náklad či čtenost a příliš nerozlišuje další aspekty. Takové přesnější zacílení a specializace na velmi specifické čtenářské skupiny jsou v mediálních agenturách povětšinou neznámými pojmy.

Výsledkem je potom „vyhození“ 400 tisíc korun za pár celostran, místo toho, aby se s daným médiem utvořil na začátku roku promyšlený plán komunikace a peníze se využily efektivněji. Nehledě na to, že by z ušetřených peněz firma klidně zaplatila vlastního zaměstnance, který by se o marketingovou komunikaci včetně nákupu mediálního prostoru staral. A ještě by za svůj tým kopal a bojoval, takže by nikdy nemohl nakoupit pár stran za ceníkové ceny, jak to dělá často mediálka.

Když pak do firmy, která prostřednictvím mediálky získala zmíněné inzertní strany, přišli zástupci onoho vydavatelství s tím, že chtějí uzavřít propracovaný inzertní balíček dlouhodobé komunikace na následující rok, dozvěděli se, že na spolupráci nejsou peníze. Odkázání byli na mediální agenturu, pro kterou je koncepce dlouhodobé spolupráce, přesahující objednávkový formulář s přesně určenými formáty inzerce a jejich počtem, něčím zcela abstraktním. A tak odešli s nepořízenou. Netřeba se bát! V listopadu u vás, drazí kolegové, tato agentura zase spálí půl milionu na několika stranách vizuálního Disneylandu. Komické? Smutně komické...



Lubor Jarkovský

Buzzword: Co je to nativní reklama? A proč neskupovat prostor pro statické bannery?

UŽ JSTE TO SLOVNÍ SPOJENÍ DOST MOŽNÁ TAKÉ SLYŠELI. NATIVNÍ REKLAMA JE V DNEŠNÍM SVĚTĚ ON-LINE REKLAMY JEDNÍM Z VŮBEC NEJSKLOŇOVANĚJŠÍCH POJMŮ. TOTO SLOVNÍ SPOJENÍ SICE VZNIKLO AŽ RELATIVNĚ NEDÁVNO, V SOUVISLOSTI S DIGITÁLNÍ REKLAMOU, NATIVNÍ REKLAMA MÁ ALE ZE SVÉ PODSTATY HISTORII MNOHEM DELŠÍ. POKUD SE V MATERII NEORIENTUJETE, PŘIROZENĚ SI TEĎ KLADETE OTÁZKU: A CO ŽE TO TA NATIVNÍ REKLAMA VLASTNĚ JE?

Nativní reklama, neboli domácí, přirozená, z anglického originálu native advertising, je velmi moderní pojem, který se začal objevovat a používat až v posledních letech. Koncept, který tento výraz označuje, je ale o hodně starší, a existuje už stovky let.

Pojem nativní reklamy (pro jednoduchost se budeme nadále držet tohoto doslovného a neobratného překladu, který se v češtině již víceméně vžil) vznikl v souvislosti s vývojem ve světě on-line reklamy. Ta byla zprvu, v samých počátcích internetu, vytvářena jako bannerová a display reklama, tedy podle podobných principů jako reklama v papírových novinách a tiskovinách. Časem se ale ukázalo, že tato podoba není zcela optimální a nevyužívá plně potenciálu nového média.

A tak se objevila reklama, která se lépe přizpůsobuje on-line prostředí. Prvním reklamním formátem na webu, který lze považovat za plně nativní, byly reklamy Googlu ve vyhledávání. Tyto reklamy mají stejnou formu i kontext jako obsah, který je obklopuje (stránka výsledků vyhledávání), což je hlavním poznávacím znakem nativní reklamy. Zároveň jsou specifické, lišící se od reklamy na funkčně odlišných místech webu.

Kombinace obojího činila vyhledávací reklamy od Googlu od samého počátku mnohem efektivnějšími než běžnou display reklamou. Není proto divu, jakou továrnu na peníze z Googlu první nativní reklamy nakonec pomohly udělat.



Nativní reklama drží formu i funkci

Definice pojmu nativní reklamy, na kterém by se shodli úplně všichni, pravděpodobně neexistuje. Dokonce i Interactive Advertising Bureau, vlivná americká

organizace zastřešující on-line reklamní průmysl, připouští, že posuzování reklamy jako nativní záleží zčásti na úhlu pohledu. To ale neznamená, že nelze přijít s žádnou takovou definicí, která by nativní reklamu dokázala přiblížit ně-



komu, kdo má jen mlhavou představu, o co se jedná.

Pokud bychom se o to pokusili, pak asi nejlepší je říci, že nativní reklama je taková reklama, která drží formu i funkci ostatního obsahu, který ji obklopuje. Cílem inzerenta je podat reklamu v takovém formátu, ve kterém se stává přirozenou součástí svého okolí, neruší, a tím zvyšuje šanci, že ji publikum bude vnímat pozitivně.

Za nativní reklamu lze podle těchto slov považovat například všechny reklamní formáty Twitteru. Twitter také nabízí tři, zvýhodněné tweety, účty a trendy. Jak tweety, tak trendy jsou běžnou součástí služby a tvoří její organický obsah, a doporučení na účty, které by mohly uživatele zajímat, tyto dvě základní funkce Twitteru doplňuje. Od toho už je jen kousek, aby si inzerenti mohli (v omezené míře) zaplatit určitou pozici svého tweetu, zviditelnění účtu či vlastní „trend“.

Podobně je tomu na Facebooku, i když zde rozhodně nejsou všechny formáty nativní. Klasická display reklama, kterou Facebook stále ještě v menší míře nabízí, se jistě jako nativní reklama nekvalifikuje, protože nedrží ani formu, ani funkci ostatního obsahu na největší sociální síti. Reklamy v news feedu, se kterými v posledních dvou letech slaví Facebook ohromné úspěchy, ale formu i funkci drží a kromě povinného označení „sponzorováno“, které je od zbylého obsahu odlišuje, je není jak rozeznat od běžných příspěvků.

A takových nativních formátů lze na webu vyjmenovat mnoho. „Pre-roll“ videoreklamy TrueView, které nabízí YouTube (pre-roll = reklamy přehrávané před videem, které po několika vteřinách lze přeskočit), fotografické reklamy na Instagramu, „zvýhodněné špendlíky“ alias Promoted Pins, které nedávno uvedl Pinterest, vyhledávací reklama na

Bingu a Yahoo, sponzorované komentáře platformy Disqus, poskytující nástroj pro vkládání komentářů uživatelů k článkům, či placené seznamy (Promoted Listing) na službách jako Amazon či též již zmíněný Google.

Nativní reklama je efektivnější

Naopak starší reklamy na YouTube, které zobrazovaly textovou reklamu přes video, za nativní rozhodně považovat nelze. Nativní nejsou ani reklamy v Gmailu, které se podle kontextu zpráv zobrazují v okolí e-mailů. Protože jde o e-mailovou službu, za nativní reklamu by v Gmailu bylo možné považovat situaci, kdy by uživatelé od Googlu dostávali e-maily, za jejichž doručení by Google dostal zaplacení.

Klasickou reklamu v novinách, kterou svět zná již stovky let, naopak za nativní alespoň zčásti považovat můžeme, stejně jako reklamu v rádiích a televizi. Samozřejmě, bylo by asi možné najít výjimky, všeobecně lze ale říci, že tato reklama drží jak formu svého média (v televizi video, v rádiu hlas a hudba), tak, do jisté míry, i jeho funkci.

Nativní reklama je zpravidla specifická pro dané médium a službu, špatně přenositelná mimo. V prostředí internetu Interactive Advertising Bureau mluví o používání celkem šesti typů nativní reklamy, s tím, že nejpoužívanějšími typy jsou nativní reklama ve feedu zpráv (Facebook, Twitter, Yahoo) a vyhledávací reklama. Následují sponzorovaná doporučení, placené seznamy, reklamy s nativními prvky a nakonec zbytková kategorie reklamních formátů, které jsou pro svou službu zcela specifické a obecně naprosto nedefinovatelné.

To vše ale již není tak důležité. Z obecného pohledu je zajímavé především to, že nativní reklama skutečně funguje,

„Nativní reklama“ ve specializovaném tisku Pár slov Lubora Jarkovského

Nejen s on-line světem lze spojit tento pojem, protože i v rámci tradičních tištěných médií lze o nativní reklamě hovořit. Pokud se na pojem podíváme v širším významu, je nutné reflektovat rozvoj tisku a jeho specializaci. Nakupovat konzervativně 4. obálky lifestyleových časopisů pro inzerci domácích spotřebičů je tak z dnešního pohledu stejně zkosnatělé a neefektivní jako používat v on-line světě statické bannery, čemuž se věnuje Jindřich Lauschmann v samotném článku. Například SELL coby specializované B2B médium nestojí v oblasti placeného obsahu na imageové inzerci, nýbrž na rozhovorech a článcích, představujících podrobněji uváděné výrobky, o které se profesionálové z oboru zajímají. V našich speciálech v deníku E15 zase přinášíme obsah odpovídající celkovému pojetí tohoto média a jeho cílové skupině, kterou tvoří vyšší příjmové skupiny a vzdělanější lidé. V takovém médiu opět tvoří tradiční imageová inzerce pouze doplněk k dalšímu obsahu v podobě odborněji pojatých článků, rozhovorů, anket a tipů na nové výrobky, což více odpovídá zbytku obsahu daného média. Při plánování aktivit by tak měl marketér rozlišovat jednotlivé podskupiny jak v oblasti online, tak tištěných médií a snažit se ušít především těm specializovaným obsah na míru. Rozesílání předpřipravených vizuálů do jednotlivých časopisů už dnes velký efekt nepřinese.

a to řádově efektivněji než běžná kontextová display reklama. Demonstrovat to lze na příkladu sociální sítě Facebook. Nativní reklama v jejím news feedu vyjde inzerenta v průměru na 5,5 dolaru na tisíc zobrazení (na mobilech o trochu více, na desktopu o trochu méně). Jak si na stejné sociální síti vede display reklama, která se nachází ve sloupci po pravé straně? Jen 20 dolarových centů na tisíc zobrazení, a i přesto má horší finanční návratnost (ROI) než mnohonásobně dražší nativní reklama v news feedu.

Pro budoucnost nativní reklamy nakonec svědčí i vývoj on-line služeb. Ty se v posledních letech přiklání stále častěji k tzv. vizuálnímu webu, který je uživatelsky přívětivější a přehlednější díky upřednostnění grafických prvků před textem.

Jindřich Lauschmann



Velkým značkám konkurují specialisté, komunikace novinek u nich ale vážne

SVĚT ODSAVAČŮ PAR JE ROZDĚLEN NA DVA TÁBORY. JEDEN TVOŘÍ TRADIČNÍ VELKÉ ZNAČKY, KTERÉ DODÁVAJÍ NA TRH I DALŠÍ VESTAVNÉ SPOTŘEBIČE, DRUHOU POTOM SPECIALIZOVANÉ FIRMY. TY OVŠEM MARKETING BUĎ VŮBEC NEŘEŠÍ, NEBO LPÍ NA JEDNODUCHÉ IMAGEOVÉ INZERCÍ A KOMUNIKAČNĚ ZNAČNĚ ZASTÁVAJÍ. VYSOKÝMI PRODEJI SE TAK DLE DAT SPOLEČNOSTI EUROMONITOR CHLUBÍ PRÁVĚ VELCÍ VÝROBCI Z PRVNÍ JMENOVANÉ SKUPINY.

Na trhu digestoří vládou značky jako Electrolux, Gorenje, BSH či Whirlpool. Alespoň dle informací, které poskytla naší redakci společnost Euromonitor International, sledující mimo jiné trh s technickým zbožím v České republice. Ve výčtu značek není ani jeden specialista na odsavače, což může být také dáno zaměřením na jiné spektrum prodejců. Velké značky jsou přece jenom dostupné ve větším množství prodejních kanálů. Důvodem může být ovšem i snaha uživatelů pořídit si kuchyň v jednotném designu se všemi spotřebiči od jedné značky nebo v úvodu zmíněná komunikační laxnost specializovaných značek, za kterými zpravidla v Česku nestojí samostatné zastoupení, ale pouzí distributoři v podobě menších a středních firem. V produktovém přehledu proto jasně dominují velké značky, které naši redakci aktivně informují



o svých produktových novinkách a dodávají nám včas dostatek podkladů, abychom je mohli do uzávěrky čísla zpracovat.

INOVACE?

V kategorii odsavačů par neprobíhá tak překotný technologický pokrok jako například u myček, praček nebo chladniček. Odsavač je svým způsobem jen designovým větrákem, jenž má za úkol odvádět při vaření vzduch ven nebo ho filtrovat. I zde však došlo v posledních letech k určitým vylepšením. Největší hlad je samozřejmě po co nejtíšším chodu, což se snaží výrobci řešit vyspělejšími motory a úpravami vzduchových cest (např. aby nevznikaly uvnitř digestoře víry). Snaha implementovat do nových modelů inteligentní funkce je také zjevná, protože přibýlo loni a letos modelů s detektory par, které samy určit nejvhodnější nastavení výkonu. Uživatel má totiž většinou tendenci pustit digestoř naplno, což ovšem znamená také nejvyšší hlučnost. Odsavače se senzory se samy zapnou, když je třeba, upravují v průběhu vaření svůj výkon a následně se také samy vypnou.

Na nedávném dealerském dnu BSH bylo například zdůrazňováno u nových digestoří použití LED světel, která jsou velmi úsporná. Používá je pro své digestoře stále více značek a pomalu se stávají standardem u vyšších modelů. Uživatelé také jistě ocení u odsavačů senzorické ovládání, protože se lehce čistí, což se nedá říci o běžných tlačítkách – časem se kolem nich začne držet mastnota, která spolu s prachem ze vzduchu vytváří nevzhledný černý maz.

Na loňském veletrhu IFA a letošním veletrhu EuroCucina nás pak zaujaly odsavače zabudované v pracovní desce – vysouvají se ven na bocích varné desky nebo za ní. Jedná se o efektní řešení, které nepatří mezi nejlevnější. Jinak jsme v kategorii digestoří neznamenali žádné zásadní či revoluční novinky. Bedlivě sledujeme zavedení energetických štítků pro digestoře, k němuž dojde 1. ledna 2015. Více informací naleznete v samostatném článku na straně 8, kde je nový štítek a jeho kompletní popis otištěn.

Informace o tržní situaci poskytla redakci společnost Euromonitor International

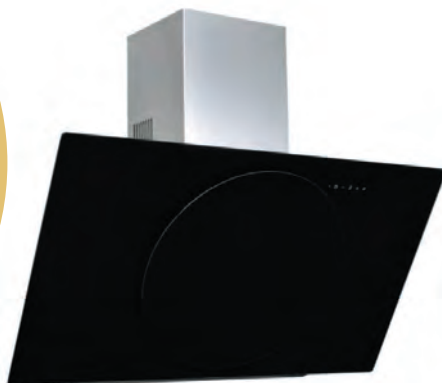


AMICA OKC 6726 I

Zkosený komínový odsavač s šířkou 60 cm je vyroben z kombinace tvrzeného černého skla a nerez. Na jeho čelní straně se nachází senzorické ovládání doplněné o displej s časovačem automatického vypnutí. Jeho součástí je také elektronický ukazatel znečištění filtrů. Tukové filtry jsou hliníkové a při instalaci pro recirkulaci používá ještě uhlíkový filtr. Maximální výkon odvodu činí 620 m³/h, přičemž lze nastavit 3 stupně výkonu. Výrobce udává hladinu hluku dosahuje 54 dB. Průměr odvodu je 120 mm. Integrovaná jsou 2 halogenová 20W světla.

ELECTROLUX EFC904750X

Nerezový komínový odsavač švédského výrobce má šířku 90 cm a je vhodný i pro instalaci nad širší sporáky nebo varné desky. Jedná se o zcela nový model, který bude v brzké době uveden na český trh. Odsávat vzduch je možné ve 3 výkonových stupních, kdy se odtaž pohybuje mezi 320 m³/h a 730 m³/h. Při nejnižším výkonu vydává digestoř hluk na úrovni 51 dB a při nejvyšším 71 dB. Ovládání tvoří klasická tlačítka na čelní straně, osvětlení 2 halogenové žárovky a filtraci mají na starost 3 hliníkové filtry. S uhlíkovým filtrem je možná také recirkulace.



EMPIRE KD 330090

Odsavač komínového typu je dalším zástupcem modelů v kombinaci černého tvrzeného skla a nerez. Široký je 60 cm při průměru odvodu 150 mm (v balení dodávána i redukce na 120 mm). Nabízí elektronické ovládání s LED displejem, na němž můžete volit mezi 5 stupni výkonu, které jsou následující: 210, 330, 450, 640 a 840 m³/h. Hlučnost odpovídající každému z uvedených odvodů je 44, 49, 53, 55 a 58 dB. Součástí odsavače jsou 2 úsporná LED světla, dálkový ovladač a kovové sendvičové filtry pro zachytávání tuku. Nechybí funkce doběhu ventilátorů a možnost recirkulace.

GORENJE DVG 9546 X

Designový odsavač populární zkosené koncepce je 90 cm široký a má svůj vnější plášť z nerez, který doplňuje pruh z černého skla na čelní straně. Zde se nachází také senzorické ovládání včetně LED displeje. Součástí odsavače jsou také 2 halogenová 20W světla. Nastavit můžete 4 stupně výkonu, kdy maximální odtaž dosahuje 630 m³/h a hlučnost 57 dB. Průměr odvodu je 150 mm. Výbava obsahuje omyvatelný tukový filtr. Samozřejmostí je možnost zapojení pro recirkulaci.



HOTPOINT HLC 6.8 AT XHA

Dalším komínovým odsavačem v přehledu je model z produktové řady Hotpoint LUCE. Vyznačuje se tak designovým sladěním s dalšími spotřebiči této řady. Při šířce 60 cm a průměru odtahu 150 mm nabízí výkon až 772 m³/h. Na dotykovém ovládání s displejem a časovačem můžete nastavit až standardní 3 stupně výkonu a takzvaný Booster pro časově omezený maximální odtah. Součástí čelní strany odsavače je také ukazatel nasycenosti tukových filtrů, které jsou vyrobeny z hliníku a jsou omyvatelné. Osvětlení varné zóny zajišťují 2 halogenová světla s příkonem 20 W. Balení obsahuje redukci odtahu na průměr 120 mm a uhlíkový filtr, potřebný pro zapojení odsavače v recirkulačním režimu.



NARDI NCA 1901 CN.F

Z katalogu italské značky redakce do přehledu vybrala zkosený komínový odsavač s čelní stranou z černého skla a nerezovým komínem. Odtah vzduchu probíhá jak perimetricky, tak v dolní části spotřebiče. V horní části odsavače se nachází dotykové ovládání se 4 stupni výkonu. Maximální výkon je 620 m³/h a hluchnost 66 dB. Integrované osvětlení halogenového typu se skládá z 2 žárovek s příkonem 20 W. Tukový duralový filtr je omyvatelný, a to i v myčce nádobí. Jako standardní příslušenství dodává výrobce 120mm redukci na 150mm odtah. Uhlíkový filtr pro recirkulaci se prodává zvlášť.

SIEMENS LF21BA552

Odsavač s nadstandardní šířkou 120 cm se řadí do kategorie ostrůvkových modelů. Patří mezi technologicky vyspělejší digestoře s technologií iQdrive a automatickou regulací svého výkonu podle informací z inteligentních senzorů. Manuálně lze potom nastavit 3 základní stupně výkonu a 2 intenzivní. Vyznačuje se také dvousměrným sáním, 10minutovým doběhem a 4 úspornými LED světly s funkcí softLight (postupné zhasínání a rozsvícení). Maximální výkon tohoto modelu je 730 m³/h při hluchnosti 53 dB (odvětrávání). Při normálním nastavení odtahu na 570 m³/h dosahuje hluchnost 48 dB (odvětrávání). Tukový filtr je možné mýt v myčce.



WHIRLPOOL

AKR 861 IX

Nerezový komínový odsavač šířky 60 cm se vyznačuje dotykovým ovládáním a technologií 6. smysl, která pomocí integrovaných senzorů měří množství par a tepla, vycházejících z varné desky. Nejenže se automaticky zapne, ale nastaví také nejvhodnější výkon a po dosažení optimální kvality vzduchu v místnosti se také sám vypne. Manuální režim provozu je nicméně možný také. Ovládání řeší Whirlpool elektronicky. Zajímavý je tento model použitím perimetrického odsávání přes štěrbinu, jímž je dosaženo o 10 % vyššího výkonu a o 7 % nižší hluchnosti ve srovnání s běžným odsavačem se stejným motorem. Výkon odsávání je u něho 252, 387, 506 a 593 m³/h při hluchnosti 50, 53, 61 a 64 dB. Hodnoty se týkají zapojení pro odvětrávání. Recirkulace je také možná.

Zlepšete komfort svého bydlení s odsavači par Siemens

PODOBA PROSTOR, VE KTERÝCH ŽIJEME, PROCHÁZÍ VELIKOU PROMĚNOU. ZATÍMCO DŘÍVE MĚLA KAŽDÁ OBYTNÁ MÍSTNOST SVOJI KONKRÉTNÍ FUNKCI, DNES JEJICH ÚČEL ČASTO SPLÝVÁ. TENTO TREND JE PATRNÝ ZEJMÉNA U KUCHYNÍ – STÁLE ČASTĚJI SE STÁVAJÍ SOUČÁSTÍ OBÝVACÍHO POKOJE, A JSOU TAK VYUŽÍVÁNY I V RÁMCI NEJRŮZNĚJŠÍCH SPOLEČENSKÝCH SETKÁNÍ. V TAKTO KONCIPOVANÝCH MULTIFUNKČNÍCH KUCHYŇSKÝCH PROSTORECH NARŮSTAJÍ POŽADAVKY NA MODERNÍ DESIGN, NÍZKOU HLUČNOST A ZÁROVEŇ VYSOCE VÝKONNÝ A EFEKTIVNÍ PROVOZ ODSAVAČŮ PAR. CELÝ TENTO VÝVOJ ODRÁŽEJÍ NOVÉ LUXUSNÍ ODSAVAČE PAR ZNAČKY SIEMENS, JEJICHŽ TICHÝ A ÚSPORNÝ CHOD A SILNÝ VÝKON ČIŠTĚNÍ VZDUCHU JE DŮLEŽITĚJŠÍ NEŽ KDY PŘEDTÍM.

Čistý vzduch díky výkonné technologii

Zárukou kvalit nových odsavačů par Siemens je výkonný bezkartáčový motor iQdrive, jehož pohon s mimořádně malým třením v sobě spojuje několik výhod – nejenže se minimalizují energetické ztráty způsobené teplem vznikajícím při tření, ale snižuje se také hladina hluku při provozu spotřebiče. Další předností je dlouhá životnost zařízení. Spolehlivost motoru odsavačů par značka Siemens garantuje a poskytuje na něj záruku 10 let. Kombinací vysoce výkonných ventilátorů, technologie inovativního motoru a neoslňujícího osvětlení na bázi technologie LED šetří nové odsavače par Siemens až 80 % energie ročně oproti běžným odsavačům par s halogenovými světly vyrobenými před pěti lety. Dvouvrstvý filtr odsavače zvyšuje účinnost spotřebiče a dokáže odstranit až 99 procent mastnoty.

Jasně pracovní prostředí

Namísto halogenových žárovek, jimiž byl osvětlován varný prostor pod odsavači par dříve, mají nové odsavače par Siemens inovativní LED světla, která kromě výrazných úspor nabízí i další výhodu. Díky předpokládané životnosti 20 let je totiž prakticky nebude třeba měnit. Dalším argumentem ve prospěch nové generace osvětlení prostoru pro vaření je skutečnost, že podle nedávného průzkumu provedeného v Německu dává 94 procent spotřebitelů v kuchyni přednost jasnému světlu, které LED osvětlení poskytuje.



Automaticky ten správný výkon

Odsavače par Siemens nabízejí inteligentní koncept ovládání, který zajišťuje výraznou podporu při jejich užívání. Díky moderní technologii senzorové automatiky dokážou odsavače par Siemens průběžně kontrolovat intenzitu páry stoupající od varné desky a odpovídajícím způsobem podle toho regulovat svůj výkon. Využívají tak jen přesně tolik energie, kolik je při vaření nezbytné. Nastavení je ale samozřejmě možné regulovat také manuálně pomocí tlačítek elektronického řízení. Zvolením intenzivního stupně lze zvýšit rychlost ventilátoru a výkon čištění vzduchu na maximum, a rychle tak reagovat na nezvykle velký objem par. To je ideální například při prudkém opékání masa, kdy se maso poprvé dotkne rozpálené pánve.

Maximální účinnost režimu cirkulace

S ohledem na rostoucí poptávku po provezech s cirkulací vzduchu v energeticky optimalizovaných domácnostech přišla značka Siemens s cirkulační technikou cleanAir-modulu. Ten představuje při provozu s cirkulací vůbec nejúčinnější typ čištění vzduchu a díky modernímu nerezovému designu se hodí ke každému odsavači par a stylu kuchyně. Jeho speciální aktivní uhlíkový filtr s vysokým obsahem aktivního uhlíku dosahuje mimořádně vysoké absorpce pachů, a vykazuje tak výsledky podobné provozu s odvětráváním.



10 let
záruka
Siemens
iQdrive

Tichý, výkonný a spolehlivý – přesně takový je inovativní bezkartáčový motor iQdrive. Jeho spolehlivost značka Siemens garantuje a poskytuje na něj záruku 10 let.

SIEMENS



V příštím čísle SELL:

Nové vydání se k vám dostane v druhé polovině května a najdete v něm přehled amerických chladniček, rozdělených nyní do několika podkategorií. Z malých spotřebičů bude věnován prostor tyčovým a stolním mixérům. Nebudou chybět ani reportáže, rozhovory, tematické články a aktuality ze světa domácích spotřebičů.



Kombinované chladničky Whirlpool.

Více místa pro
vaše déle čerstvé
potraviny.



Beznámrazový
systém
NoFrost.

Konec odmrazování.



70 cm široká
chladnička.

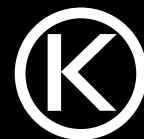
O 30% více prostoru.



Největší objem
na trhu.

Vestavná kombinovaná
chladnička s největším
objemem na trhu.

www.whirlpool.cz



BLEND-X PRO

Revoluce v mixování



koktejly



polévky



drcení ledu



jemné sekání



hrubé sekání



opláchnutí



Kenwood Blend-X Pro byl navržen s myšlenkou na vysoký výkon, všestrannost a kapacitu.

Unikátní patentovaná konfigurace nožů spolu s nově vyvinutým motorem a optimálním tvarem skleněného džbánu poskytuje nejlepší možné výsledky.

www.kenwoodworld.com



MULTIZONE
BLADE
TECHNOLOGY



Horní nože:

Zoubkované nože ideálně zasáhnou mixované suroviny v pohybu a vrchol čepule napomáhá pohybu mixovaných složek.

Spodní nože:

Dokonale všechny složky rozmixují, nasekají a promíchají odspodu.



KENWOOD

CREATE MORE