

SELL

**REKORDNÍ BRAZILSKÉ
SUCHO ZVEDÁ CENU KÁVY.
ZDRAŽÍ ZRNA A NÁPOJE
V OBCHODECH?**

**KAPSLOVÝ SYSTÉM
CAFFITALY ROZTAHUJE
KŘÍDLA NAD ČESKÝM
TRHEM**

ROZHOVOR S LUIGIM
PERUCCHINIM, JEDNATELEM
ČESKÉ DISTRIBUCE ZNAČKY

**INDESIT COMPANY
PROCHÁZÍ VÝRAZNÝMI
ZMĚNAMI.**

STAVÍ DRUHOU TOVÁRNU
V TURECKU A CHCE
EXPANDOVAT NA NOVÉ TRHY

GFK TEMAX:

DOMÁCÍM SPOTŘEBIČŮM
SE LONI DAŘILO

SKUPINA VÝROBKŮ:

KÁVOVARY
SUŠIČKY PRÁDLA
VOLNĚ STOJÍCÍ SPORÁKY

**CANDY HOOVER JE
STABILNÍ SILOU
NA ČESKÉM TRHU**

INTERVIEW S VIKTOREM
FIALOU, GENERÁLNÍM
ŘEDITELEM ČESKÉHO
ZASTOUPENÍ FIRMY

**DE'LONGHI PŘEDSTAVUJE
NOVOU ŘADU KÁVOVARŮ ELETTA**




BŘEZEN
2014



red editions



The Jura logo is written in a red, cursive script font with a registered trademark symbol (®) at the end.A portrait of Roger Federer, a professional tennis player, wearing a black tuxedo and a black bow tie. He is looking slightly to the right with a subtle smile.

*„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

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

od začátku letošního roku jsem měl možnost hovořit s většinou představitelů předních firem z oblasti výroby velkých domácích spotřebičů a zaznamenal jsem u většiny z nich příklon k novému tématu, které bychom mohli obecně pojmenovat jako „smart spotřebiče“ neboli „chytré spotřebiče“. Hned několik značek rozšíří svou nabídku o pračky či chladničky s bezdrátovým připojením do domácí sítě a možností je ovládat či kontrolovat jejich stav pomocí tabletu nebo smartphonu. Už loni jsme v SELLu zaznamenali určité oslabení do té doby intenzivní komunikace energetických úspor a letošní rok tento trend jen potvrzuje. Výrobci se sice na posuny v energetických třídách budou nadále zaměřovat, nicméně nosných témat bude vícero a jedním z nich postupně i nové „smart“ funkce přicházejících spotřebičů. Rok 2014 ve znamení těchto novinek ještě úplně nebude, ačkoliv už nás nečekají pouhé koncepty či testovací vzorky na výstavách, protože některé firmy „smart spotřebiče“ do své nabídky brzy zařadí. V rozhovoru na straně 30 nám to potvrdil například generální ředitel českého zastoupení Candy Hoover pan Viktor Fiala. Mimo záznam mám tyto informace i od dalších zástupců jednotlivých firem. Hodně napoví také letošní veletrh EuroCucina, kam se redakce SELLu chystá, a přinese vám z něho už v dubnovém vydání obsáhlou reportáž. Očekávám, že v roce 2015 pak vtrhnou „smart spotřebiče“ na trh v plné síle a vznikne v nové kategorii tuhá konkurence. Otázkou samozřejmě zůstává, jak budou na novinky reagovat spotřebitelé a zda nové funkce ocení a budou je v praxi používat. Na to zatím nikdo odpověď nezná a i lečjaké průzkumy mohou být značně zavádějící. Sám jsem zvědav, co všechno první vlaštovky této velké bílé techniky nabídnou. Už za dva týdny si budu moci množství z nich osobně vyzkoušet na zmiňovaném milánském veletrhu EuroCucina a v reportáži se s vámi o své zkušenosti podělím.

Příjemné čtení přeje



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

Obsah

Březen 2014

03 Editorial

06 ELEKTROWIN vyplácí odměny za plnění požadavku směrnice EU

07 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

10 Zprávy ze světa

12 GfK TEMAX: Po letech poklesů stoupla hodnota prodejů na trhu technického zboží o 5 %

13 Kávové vábení Electrolux

14 De'Longhi Eletta se představuje

17 Skupina výrobků

Kávovary

21 Caffitaly System

Rozšířte nabídku svého obchodu o kvalitní kapslové řešení

23 Luigi Perucchini, jednatel českého zastoupení Caffitaly:

Caffitaly je výrobcem kapslí i kávovarů, reselleři mohou prodávat i naši kávu

24 JURA IMPRESSA A5

Břítický design a nepřekonatelná chuť

25 JURA IMPRESSA J9.3 One Touch TFT

To nejlepší z designu: atraktivní vzhled, z něhož je patrná vytříbenost a výjimečná kvalita

26 Cena kávových zrn stoupá. Bude letos šálek kávy dražší?

27 DOMO: Překapávaná káva výrazně převyšuje „českého turka“



28 Zrcadlo aneb chvilka zamyšlení

Nespresso na rozcestí

30 Viktor Fiala, generální ředitel Candy Hoover ČR:

Candy uvede ještě letos na trh pračku s ovládáním přes tablet nebo smartphone

32 Indesit začíná stavět v Turecku továrnu na pračky. V příštích letech chce výrazněji růst také mimo evropské trhy**34 Sušičky Hotpoint**

Zdokonalené technologie pro vyšší úsporu energie a větší ochranu prádla

36 Skupina výrobků

Sušičky prádla

41 Sušičky a pračky se sušičkou na českém trhu podle GfK**42 Ekonomické novinky**

20 % energetických štítků je chybných, Whirlpool loni zaznamenal rekordní zisk a další zprávy

43 Bosch:

Sušte prádlo moderně

45 AEG:

Sušení v rytmu efektivity a nadstandardních funkcí

46 Whirlpool představuje 6. smysl InfiniteCare a nejlepší péči o prádlo**48 Facebook koupil za 16 miliard dolarů chatovací WhatsApp. Bláznovství?****49 Candy a Hoover:**

Pračky se sušičkou nové generace

50 Skupina výrobků extra

Volně stojící sporáky

53 Amica:

Specialista na volně stojící sporáky

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



34



ELEKTROWIN vyplácí odměny za plnění požadavku směrnice EU

SMĚRNICE EVROPSKÉHO PARLAMENTU A RADY 2012/19/EU, KTERÁ VSTOUPILA V PLATNOST 15. ÚNORA, MÁ ZATÍM JEDEN SKUTEČNĚ VIDITELNÝ ÚČINEK: ZAŘÍDILY SE PODLE NÍ TISÍCE ZODPOVĚDNÝCH PRODEJČŮ ELEKTRA. MNOZÍ UŽ S MNOHALETÝM PŘEDSTIHEM. SMĚRNICE PŘITOM ZATÍM NEMÁ OPORU V ČESKÉ LEGISLATIVĚ.

Evropská unie po členských státech nově požaduje, aby všichni obchodníci elektrem s prodejní plochou větší než 400 m² zcela zdarma odebírali vysloužilé malé spotřebiče, jejichž žádný rozměr nepřesahuje 25 cm. Podmínkou už nesmí být nákup nového zboží.

K 15. únoru, kdy směrnice začala platit, měly ovšem připravené příslušné zákony jen Velká Británie, Nizozemsko a Bulharsko. Ve Francii už se čekalo jen na podpis prezidenta republiky, v Dánsku byla implementace také skoro hotova. I my budeme muset ještě počkat, než návrh z dílny Ministerstva životního prostředí projde Sněmovnou, Senátem a dočká se podpisu prezidenta.

Přesto někteří čeští prodejci plní požadavek na sběr malých spotřebičů zdarma už šestým rokem a stále jich přibývá. S kolektivním systémem ELEKTROWIN, který tento projekt v České republice v roce 2008 nastartoval, už spolupracuje přes 2000 prodejců včetně největších prodejních řetězců.

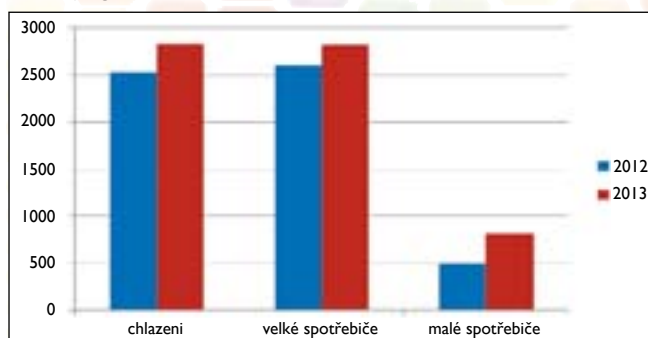
Nejprve ELEKTROWIN umísťoval do prodejen sběrné koše s výměnnými vložkami, bagy, které mají objem 0,25 m³ a vejde se do nich kolem 30 fénů, kávovarů nebo žehliček, případně 6–8 vysavačů či mikrovlnek.

„Pro potřebu řetězců necháváme postupně vyrobit kontejnery šité na míru tak, aby co nejlépe zapadaly do jejich prodejního konceptu,“ říká Táňa Pokorná, ředitelka zákaznického oddělení ELEKTROWIN, a. s. Ve společnostech Expert Elektro, Baumax, Kika nebo OKAY elektro jich spotřebitelům slouží už 175.

Prodejci, kteří se rozhodli nečekat na zákon, vnímají svůj vstřícný přístup ke spotřebitelům jako konkurenční výhodu.

Dalším dobrým důvodem, proč spolupracovat s ELEKTROWINem, je pak pro prodejce systém odměn odstupňovaných podle množství vysbíraných spotřebičů.

V loňském roce došlo k výraznému zvýšení odměn za zpětně odebrané vysloužilé spotřebiče, na což prodejci reagovali téměř okamžitě, jak ukazuje graf.



Za jednu pračku, sušičku, sporák nebo jiný velký spotřebič lze získat i 350 korun. Motivační odměny za sběr chlazení umožňují dosáhnout až na šedesátikorunový bonus za jednu lednici nebo mrazničku.

A co musí prodejce udělat pro to, aby bonus získal? Především se musí registrovat u ELEKTROWINU, sbírat vysloužilé spotřebiče a pak stačí jen objednat svoz. Plnění povinnosti vyplývající ze směrnice ostatně také nebude věčně jen dobrovolné.



Kávové centrum otevírá další showroom a má nový distribuční sklad

Po showroomech značek Nivona a JURA otevírá Kávové centrum další prostory, tentokrát věnované profesionální pákové technice. Seznámit se můžete osobně například s tradiční značkou Victoria Arduino, která má více než 100letou tradici a je všem baristům velmi dobře známá. K vyzkoušení je na místě například kávovar Theresia, jenž byl představen na posledním milánském veletrhu HOST. Přístroj používá technologii T3 pro kalibraci teplot, stejně jako kávovar Nuova Simonelli Aureila II, který je považován za hvězdu baristického světa. O exkluzivní design modelu Theresia se postaralo designové studio Dorian a Massimiliano Fuksas.

Další novinkou je únorové otevření distribučního skladu kávy, ve kterém je zastoupeno přes 20 nejvýznamnějších značek kávy na českém trhu. Kávové centrum tím zase významně rozšířilo své služby a stává se pomalu českou kávovou Mekkou. Distribuce je aktuálně zaměřena zejména na partnerské e-shopy a koncové zákazníky. „Nyní od nás denně expedujeme desítky požadavků zákazníků z Čech i Slovenska. Toto číslo jsme připraveni postupně navyšovat. Naším cílem není zaměřit se na jednu značku kávy, ale široká nabídka kávy. To nám umožní rychlejší růst. Pro letošní rok máme naplánován prodej kolem 18 tun kávy. Podle výsledků za první měsíc to rozhodně není cíl nereálný,“ řekl SELLu Martin Kulhavý, manažer Kávového centra.



Banua
café

ZÁLEŽÍ NÁM
NA KAŽDÉM ZRNKU



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



AEG uvádí na trh novou úspornou pračku se sušičkou

Pračky kombinované s funkcí sušičky nepatřily mezi nijak úsporné spotřebiče a jejich koupě bývala velkým kompromisem. Novinka s označením ŐkoKombi L99695HWD se vyznačuje inovovaným systémem sušení, které už nepotřebuje k chlazení vlhkého vzduchu čistou vodu. Spotřebič používá totiž stejně jako moderní samostatné sušičky tepelné čerpadlo, což v jeho případě přináší až 40% úsporu energie ve srovnání s energetickou třídou A. Současně klesá při jejím použití o 40 % také spotřeba vody, kterou spotřebič využívá už pouze k praní. Ve výbavě novinky naleznete inverterový motor s 10letou zárukou, program pro praní vlny s certifikátem Woolmark Gold a parní program pro osvěžení prádla. Kapacita pro praní činí 9 kg, pro sušení potom 6 kg.



Přednabité baterie JCB s nízkou hladinou samovybíjení

Dilema mezi pořízením klasických alkalických článků, připravených okamžitě k použití, nebo nabíjecích akumulátorů je už minulostí. Značka JCB dodává na český trh mimo jiné takzvané „Ready-to-use“ baterie, které přicházejí z výroby přednabitě na 70 % své kapacity a lze je ihned použít. Jde ovšem o dobíjecí akumulátory, schopné dosáhnout při správném používání až 500 nabíjecích cyklů. Výrobce uvádí, že na rozdíl od běžných baterií mají extrémně nízkou hladinu samovybíjení a i po roce skladování si udrží 80 % své kapacity. Pro svůj obchod objednávejte u společnosti SOLIGHT, která značku JCB na českém trhu zastupuje.

Jarní a letní novinky Kenwood

Nový robot a kompaktní strouhač

Řada kuchyňských robotů kMix je českým prodejčům domácích spotřebičů i zákazníkům dobře známá několik let. V nabídce značky Kenwood nalezneme jak modely v sytě červené barvě, tak s pruhy v pastelových barvách. Už v červnu dorazí na trh model KMX61G v klasické červené, ovšem s průhlednou skleněnou mísou. S tou přišel jako první loni robot White Titanium a jeho popularita inspirovala Kenwood, aby sklem obdařil i další roboty ze své bohaté nabídky. Stroj používá 500W motor (zpracuje až 1,35 kg těsta) a nepostrádá výstup pro připojení dalších nástavců. Celkem má uživatel až 9 možností použití tohoto výstupu včetně mletí, strouhání, odšťavňování či přípravy domácích těstovin. Mísa z odolného skla s odměrnou stupnicí a držadlem má objem 5 l. Zapomenout nesmíme na elektronickou regulaci otáček včetně pozvolného náběhu motoru, funkci automatického vypnutí při zdvihnutí ramene a výbavu, obsahující bubínkové struhadlo s 5 struhadly a mlýnek na maso se 3 disky a nástavci na klobásy.



Druhou zajímavou novinkou v katalogu Kenwoodu je prostorově nenáročný strouhač a sekáček, určený hlavně pro ty, kteří vaří zdravě a často připravují saláty. Přístroj s označením FDM100-BA je vhodný také k přípravě pomazánek, dětské výživy nebo domácí majonézy. Pod svým kovovým tělem skrývá

500W motor, jehož běh i rychlost otáček ovládá uživatel stiskem jednoho tlačítka. Spolu se samotným strouhačem se v balení nachází oboustranný disk na plátky, respektive strouhání, a sekáček se 4 noži (systém QuadBlade). Tento model můžete pro své obchody objednávat už v dubnu.

Hravé spotřebiče Gorenje chtějí rozzářit moderní domácnosti

Barevné spotřebiče slovenské značky obdivovali redaktoři SELLu během několika posledních ročníků veletrhu IFA v Berlíně. Aktuálně jich najdete v nabídce Gorenje už pěkné množství, a to nejen velkou „bílou“ techniku, nýbrž i malé pomocníky do kuchyně. Slovinci například uvedli na český trh exkluzivní kolekci spotřebičů, která vyniká sytou červenou barvou a propracovanou estetikou. Současně jde o úsporné spotřebiče, konkrétně A+++ pračku W7443LR a A++ sušičku D7465NR. Do domácnosti s touto dvojicí se dokonale hodí také A++ chladnička z Gorenje Retro Collection s označením RK60359OR v červené barvě a univerzální tyčový mixér HB804QR, jak jinak, v červené barvě. Mixér je dodáván se vkusným stojánkem, do něhož lze umístit i dodávané příslušenství. Ještě nesmíme zapome-



nout dodat, že zmiňované chladničky Gorenje Retro Collection jsou nabízeny v široké paletě barev a designů. K dispozici jsou modely Chic, současná klasika s čistými liniemi v barvách alux, červené a černé, dále model Vintage vyzařující okouzlující nostalgii v béžové, čokoládové a kávové. Po-

slední styl Funky reprezentují chladničky v růžové, zelené a oranžové. V kategorii praček a sušiček můžete vybírat ještě z barevných variant oranžové, bílé, šedé či černé. Kdo hledá maximální jednoduchost a přímočarost, učarují mu spotřebiče řady Gorenje Simplicity v bílé nebo černé barvě.

Verbatim představí na veletrhu Light + Building nové řady žárovek

V německém Frankfurtu se bude od 30. března do 4. dubna konat jeden z největších architektonických a technologických veletrhů na světě Light + Building. Společnost Verbatim spolu s Mitsubishi Chemical Corporation, pod níž spadá, přivezou do Frankfurtu kromě jiného i nové typy osvětlení pro domácnosti. Nejvyšší z řady žárovek Verbatim se může pochlubit vynikající hodnotou tolerance barevné odchylky, pohybující se v hodnocení pomocí metodiky MacAdamových elips na stupni 4 (také známo jako 4x Standard Deviation Colour Matching). Všechny tři řady mají vylepšený týkající se termoregulace, výběru vyzařovacího úhlu a flexibility stmívání. Dále bude prezentována široká řada integrovaných stropních LED svítidel pro běžné a zvýrazňující osvětlení, dostupná ve velkém výběru průměrů a světelných výkonů, který zákazníkům dává možnost zvolit produkt přesně podle svých individuálních potřeb. Nové žárovky využívají jednosměrné čočky s diamantovým řezem,

kteří redukuje oslnění, rušivé světlo a světelně přepálená místa. Verbatim také odhalí nejnovější, bílé světlo emitující OLED panely VELVE, vyvinuté v rámci spolupráce Pioneer Corporation a MMC. Jejich svítivá vrstva byla vytvořena vstříknutím organické látky na povrch vodivé vrstvy. Vstříkovací proces je efektivní a spolehlivá metoda pro výrobu větších a kvalitnějších panelů za nižší cenu, která umožňuje vývoj průlomových světelných aplikací. V rámci prezentace bude představena i nová generace flexibilních OLED panelů. Další zajímavá prezentace bude věnována průkopnické technologii Natural Vision VxRGB, jež je dostupná v podobě realistické svíčky (Classic B) a MR16 retrofit LED žárovky. LED žárovky True Candlelight umožňují uživatelům zažít teplo a atmosféru jako při světle skutečné svíčky. Barevná teplota 1900 K velmi přesně napodobuje plamen, což by s tradičními LED světly nebo klasickými žárovkami nebylo možné. Tyto produkty budou doplněny mimo jiné novými profesionálními světelnými řešeními včetně LED trubice T8.





Snídaně v mědi

V obchodech na západních trzích zaujal naše redaktory nový snídaňový set značky BEEM, který je dodáván v netradiční barvě mědi. Řada nese označení Nobilis. Samozřejmě nejde o měděné spotřebiče – jejich vnější plášť je vyroben z nerezů a barva mědi je na něj pouze nanášena. Sestavu tvoří 1,7l varná konvice s 360° rotací ve své základně, překapávač s kapacitou na 12 šálek kávy a topinkovač s extra širokými otvory a elektronicky řízeným opékáním topinek.



Designová kamna Palazzetti

Krby a kamna zažily v posledních letech svou renesanci nejen díky rostoucím cenám energií. Jsou výrazným estetickým prvkem, u kterého se během zimních večerů posadí celá rodina. V široké nabídce kamen působí velmi netradičně keramické modely

z dílny italské společnosti Palazzetti. Takzvaná kamna Lady Fire se vyznačují tichým otevíracím mechanismem, patentovaným systémem přívodu vzduchu a 81% účinností. Jejich tepelný výkon dosahuje téměř 8 kW. Nejzajímavější je ovšem jejich keramické obložení s decentními i okázalejšími vzory.

Novinky Electrolux pro americký trh

Severoamerický trh se od evropského zcela liší a do obchodů zde i z dílen tradičních evropských značek míří zcela jinak koncipované spotřebiče. Stačí se podívat například na nový sporák EI30IF40LS od společnosti Electrolux. Tento 76,2 cm široký model s indukční varnou deskou disponuje novým dotykovým ovládáním IQ-Touch. Zaujme také schopností uvést vodu k varu za pouhých 90 vteřin a profesionálním ovládáním teploty. Deska obsahuje 5 varných zón včetně jedné duální pro vaření v podlouhlém pekáči. Trouba zase používá nový systém Rapid Pre-heat pro zhruba o 25 % rychlejší ohřev pečicího prostoru a systém samočištění Fresh Clean.

Druhou zajímavou novinkou je samostatná indukční varná deska EW36IC60LS s šířkou 91,44 cm. Taktéž nabízí uvedení vody k varu za 90 vteřin. Senzorické ovládání tvoří pětice kroužků, kdy každý ovládá jednu varnou zónu, a ke zvýše-

ní či snížení výkonu stačí v každém zatočit prstem. Jednotlivé varné zóny jsou adaptivní a přizpůsobí se velikosti nádobí.

Posledním představeným výrobkem je vestavná myčka o šířce 61 cm, vybavená stejně jako sporák dotykovým ovládáním IQ-Touch. Na designově čisté čelní straně se nachází pouze LED displej, zobrazující zbývající čas do konce programu. K mytí slouží 5 programů včetně rychlého cyklu, plně automatického nebo intenzivního. V případě rychlého programu myčka umyje i usuší nádobí za pouhých 30 minut. Vnitřní prostor rozdělí dva koše a horní zásuvka na příbory a šálky. Celkově se do myčky vejde více než 180 předmětů (Američané neměří kapacitu na sady nádobí). Vybírat lze mezi modelem EIDW6305GB v černém provedení a modelem EIDW6305GS v nerez.





 **Hotpoint**

Naše myšlenky pro váš domov.

Sušičky Hotpoint Aqualtis

úsporná třída A++
a technologie šetrné k prádlu



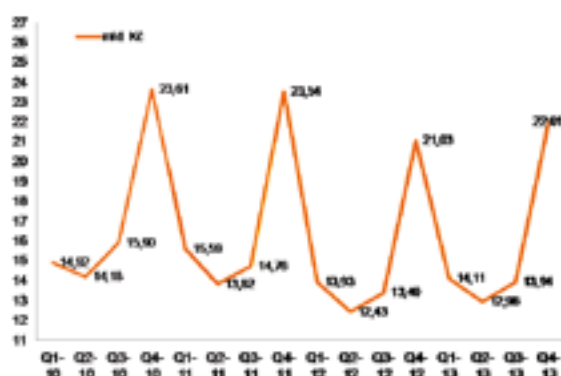
Technologie tepelného čerpadla a Soft Motion motor - maximální úspora energie a šetrnost k prádlu

Technologie tepelného čerpadla využívá termo-dynamický systém namísto nákladného ohřívání, zabraňuje ztrátě tepla a dosahuje úspory až 45 % ve srovnání se sušičkami třídy A. Nový Soft Motion motor navíc variabilně mění rychlost a snižuje mechanické pohyby bubny. Díky tomu zůstane prádlo bez opotřebení a žmolků a zachová si své barvy. Nové modely sušiček Hotpoint Aqualtis s technologií tepelného čerpadla, Soft Motion motorem v energetické třídě až A++ přináší efektivní a kvalitní sušení i při nízké spotřebě energie.

GfK TEMAX: PO LETECH POKLESŮ STOUPLA HODNOTA PRODEJŮ NA TRHU TECHNICKÉHO ZBOŽÍ O 5 %

SPOLEČNOST GfK ZASLALA V POLOVINĚ ÚNORA NAŠÍ REDAKCI VÝSLEDKY INDEXU SLEDOVÁNOSTI TECHNICKÉHO ZBOŽÍ NA ČESKÉM TRHU, TAKZVANÝ GfK TEMAX. Z TISKOVÉ ZPRÁVY I PŘILOŽENÝCH GRAFŮ VYPLÝVÁ, ŽE ROK 2013 NEBYL PŘI CELKOVÉM POHLEDU NA TECHNICKÉ ZBOŽÍ NIJAK ŠPATNÝ. VÝRAZNĚ SE NEDAŘILO POUZE FOTOTECHNICE A SPOTŘEBNÍ ELEKTRONICE. A TO JAK BĚHEM CELÝCH 12 MĚSÍCŮ, TAK I V POSLEDNÍM ČTVRTLETÍ, KTERÉ ZPRÁVA PODROBNĚ ROZEBÍRÁ. PRODEJE V HODNOTOVÉM VYJÁDRĚNÍ STOUPALY U VELKÝCH A PŘEDEVŠÍM POTOM MALÝCH DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ.

	Q1 2013	Q2 2013	Q3 2013	Q4 2013	Q4 13 Q4 12	Q1-4 2013	Q1-4 13 Q1-4 12
	mil. Kč	mil. Kč	mil. Kč	mil. Kč	%	mil. Kč	%
Spotřební elektronika (SE)	2.448	1.971	2.052	4.063	5,3%	10.541	-13,6%
Foto (FB)	469	505	521	711	-12,1%	2.206	-5,5%
Velké domácí spotřebiče (MDF)	2.869	3.011	3.436	3.911	6,7%	13.226	3,4%
Malé domácí spotřebiče (MDP)	1.136	963	1.024	2.299	9,7%	5.432	3,7%
Informační technologie (IT)	4.496	3.733	4.125	6.966	-10,2%	19.220	-1,1%
Telekomunikace (TC)	2.235	2.302	2.414	3.701	5,3%	10.652	-11,6%
Komunikace a výpočetní technika (CE)	375	341	348	455	2,2%	1.519	-2,0%
GfK BEMAX® Česká Republika	14.110	12.965	13.928	22.008	4,7%	63.021	3,1%



Velké domácí spotřebiče v černých číslech

Trh s bílou technikou nezažívá žádný strmý růst a prodeje vzhledem k současné situaci netrhají rekordy. Na druhou stranu neodpovídá v některých firmách přetrvávající „krizová nálada“ realitě, protože nárůst prodeje v hodnotovém vyjádření činil 3,4 % při srovnání let 2013 a 2012. Jen v samotném posledním kvartále pokračoval trh v růstu na úrovni 6,7 %. Nemalý vliv na nárůst hodnoty měly intervence České národní banky. GfK uvádí, že došlo ke zvýšení hodnoty prodeje zejména volně stojících spotřebičů, ačkoliv se trh vyvíjel pozitivně napříč všemi produktovými skupinami. Největší meziroční nárůsty zaznamenaly hlavně objemově menší kategorie, jako mrazáky a sušičky.

Malé spotřebiče zvýšily tempo růstu

Tato kategorie domácích spotřebičů patří k dlouhodobě růstovým. V hodnotě trh narostl v posledním čtvrtletí loňského roku o 9,3 % a celkově ve srovnání let 2012 a 2013 o 5,7 %. GfK ve zprávě zmiňuje, že rostly zejména kuchyňské roboty a kávy. Ani jedno není pro redakci SELLu velkým překvapením, protože stoupající zájem o kvalitní pomocníky pro vaření jde ruku v ruce se současnými trendy návratu k domácímu vaření.

Kávy jsou na tom velmi podobně díky zvyšující se kultuře pití tohoto nápoje v Česku už několik let. GfK ve zprávě také zmiňuje, že v kategorii malých domácích spotřebičů se v posledním čtvrtletí roku 2013 nedařilo domácím pekárnám, fritovacím a parním hrncům, u nichž klesaly prodeje jak v kusech, tak v hodnotě. V případě domácích pekáren doplácí tato skupina na to, že zažila jednorázový a celkem krátkodobý nástup, po němž se trh výrazně nasýtil a od té doby už nejvíce o pekárny takový zájem. U fritovacích hrnců vidíme příčiny ve změnách stravovacích zvyků a větším důrazu na zdravé vaření. To symbolizují mimo jiné parní hrnce, které jsou však jednoúčelovým zařízením a dle našeho názoru dnes spotřebitel hledá univerzálnější řešení, například v podobě vestavné trouby s funkcí vaření v páře apod.

Spotřební elektronika nadále klesá, zásah ČNB propad zmírní

Na trh spotřební elektroniky měla změna kurzu koruny také významný vliv a zmírnila, byť nezastavila jeho pokračující propad. Oproti stejnému období loňského roku klesal trh z hlediska hodnoty „pouze“ o 5 %, přičemž celoroční pokles dosáhl téměř 11 %. Naše redakce už dlouhodobě zastává názor, že jde převážně o důsledek nesmyslného snižování cen,

do kterého se pustili přední výrobci televizorů v reakci na nástup hospodářské recese v roce 2008. Dramatický vývoj na poli cen a marží vedl například k tomu, že nizozemský Philips chtěl prodat svou divizi „audio/video“ (k tomu nedošlo, protože jeho partner, japonský Funai, z obchodu vycouval) a nakonec ji převedl na dceřinou firmu s výrazně nižšími náklady na provoz. Podobný krok chystá v miliardových ztrátách topící se někdejší vládce trhu s televizory Sony. Mnozí zástupci výrobců domácích spotřebičů naší redakci už několikrát potvrdili, že stav trhu se spotřební elektronikou pro ně byl dostatečným ponaučením, aby se do extrémního a ve výsledku destruktivního snižování cen nepouštěli.

Zbylé kategorie

Poslední kvartál také odhalil zvyšující se nezáměr o kompaktní digitální fotoaparáty bez výměnných objektivů, které vytlačují z trhu chytré telefony s poměrně kvalitním focením. Trh kvůli nim klesl v hodnotě o 12 % a ještě většímu tempu poklesu zabránil pouze pozitivní vývoj v kategorii zrcadlovek a kompaktních s výměnnými objektivy.

Oblast informačních technologií pokračuje v trendu růstu a kancelářská technika zažila po delším období poklesů tržeb růst na úrovni 2,2 %. Spokojeni mohou být také výrobci a prodejci mobilních telefonů, jejichž trh rostl o více než 5 %.

Kávové vábení Electrolux

Začít den bez šálku kávy je pro mnohé z nás nepředstavitelné. Intenzivní aroma čerstvě pražené a pomleté kávy jitrí smysly, stejně jako samotný nápoj, který vzniká různými způsoby. Někdo preferuje silné espresso, jiný dá přednost pořádnému rannímu hrnku s překapávanou kávou. Ať už vaši zákazníci hledají přístroj pro jakýkoliv druh kávy, Electrolux má pro ně bohatou nabídku.

Aroma na prvním místě! Automatický překapávací kávovar s kávomlýnkem EKAM300

Odborníci na kávu i baristé se jednomyslně shodují, že to správné aroma nabídne pouze káva připravená z čerstvě pomletých zrn. Z mleté kávy unikají esenciální oleje v řádu desítek minut a po pár dnech už nemá směs v otevřeném sáčku ty správné vlastnosti pro přípravu kávy. A to neplatí pouze pro espresso, ale také překapávanou kávu. Electrolux proto přichází na trh s kávovarem, který spojuje dříve oddělené světy. Kombinuje v sobě tradiční překapávač, produkující velké množství kávy, s mlýnkem, jenž má na starost pomletí zrn. Do jeho zásobníku se jich vejde až 250 g a hrubost jejich mletí lze upravit v 9 stupních. Nechybí multifunkční displej s hodinami, časovačem a ukazateli nastavených hodnot. Uživatel si může také vybrat ze 3 nastavení intenzity kávy a aroma. Do skleněné konvice se vejde až 10 šálků kávy.



Silná a intenzivní chuť pravého espressa Pákový kávovar Easypresso EEA111

Italská káva připravovaná pod stálým tlakem se už v Česku prosadila před pár lety a z kaváren a restaurací proniká nyní stále více také do domácností. Nejjednodušším a cenově dostupným řešením je pořízení pákového modelu. Stačí jen nasypat čerstvě pomletou kávu do páky, nasadit a během chvilky už je v šálku lahodný nápoj. Model kávovaru Electrolux EEA111 s funkcí programování množství vody, plochou pro předehřívání šálků a především stálým tlakem 15 barů je tou správnou volbou. Výbava obsahuje také parní trysku pro šlehání mléka, vyjímatelný zásobník na vodu o objemu 1,25 l a odnímatelnou odkapávací misku. Přístroj se automaticky vypíná po 30 minutách nečinnosti, aby šetřil energii. Dodáván je v kombinaci plastu a nerez.

www.electrolux.cz



Thinking of you
Electrolux

ELETTA

Milujete lahodné cappuccino s krémovou a hustou mléčnou pěnou? Dopřejte si dokonalý požitek v pohodlí Vašeho domova a předved'te svým známým domácí kavárnu!

Toužíte po výjimečném designu a zároveň maximální funkčnosti, která Vám zajistí dokonalý požitek z čerstvě připravené kávy jako z kavárny u Vás doma?

Nový plnoautomatický kávovar od De'Longhi z řady Eletta spojuje **luxusní design a špičkovou technologii přípravy espresso, cappuccina, latte macchiata** a dalších nápojů. Stiskněte jedno tlačítko a proměňte se v elegantního baristu!



Nejmodernější technologie

Plnoautomatický kávovar Eletta Cappuccino TOP Vám připraví díky nejpokročilejší technologii vestavěného mlýnku na kávová zrnka to nejčerstvější espresso plné aroma při splnění všech parametrů pravého italského espresso. Srdcem tohoto procesu je spařovací jednotka, která umožňuje spaření kávy pod dostatečným tlakem a zároveň zajišťuje perfektní teplotu. Navíc je tato jednotka vyjímatelná, takže její údržba je maximálně pohodlná.

Nový patentovaný LatteCrema System

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

Zabudovaný mlýnek na kávová zrnka

Díky zabudovanému mlýnku na zrnkovou kávu s 13 stupni hrubosti mletí Vám Eletta nabízí mimořádně širokou možnost volby. Přizpůsobte stupeň mletí typu zrněk jako





opravdoví baristé. Nádobka na kávová zrnka má speciální víko, které napomáhá uchování vůně kávových zrněk. Kromě nastavení mlýnku si můžete přizpůsobit i sílu aroma. Jedním stiskem kovového tlačítka citlivého na dotek přímo na displeji si nastavíte extra silné aroma pro espresso, nebo velmi jemné pro lahodné mléčné cappuccino.

Dvě espressa jedním dotekem?

Už není důvod čekat. S Elettou si připravíte dvě espressa najednou pomocí jednoho spařovacího cyklu při zachování dokonalého aroma a zároveň krémově husté pěny. Kromě toho si můžete nastavit i další velikosti kávy, jako je ristretto, lungo nebo například long coffee pro milovníky opravdu velkého šálku kávy.

Nahřívací plocha na šálky pro dokonalou teplotu

Aktivní nahřívací plocha na šálky zaručí správnou teplotu šálků tak, abyste si svůj nápoj vychutnali při správné teplotě



za každých okolností. Kdykoli si tak budete přát, můžete si jednoduše zapnout nahřívací plochu nebo jen využít prostor k odkládání šálků.

Snadná automatická údržba

Technologie údržby je jednou z hlavních předností všech kávovarů od společnosti De'Longhi. Proto je i údržba maximálně automatizována. Kávovar se sám automaticky pravidelně pročistí tak, aby jeho vnitřní části byly vždy čisté a připravené servírovat dokonalou kávu při každém použití. Zároveň je nově zabudováno čištění i v nádobce na mléko, což znamená, že nyní pouze otočíte knoflík pro nastavení velikosti mléčné pěny do polohy „CLEAN“ a systém se automaticky pročistí. Vy tak pak jednoduše můžete vložit celou nádobku s mlékem do lednice pro další použití.



ELETTA



LatteCrema SYSTEM 



LatteCrema System pro dokonalou mléčnou pěnu

Italští technologičtí inženýři vyvinutím nového LatteCrema Systemu zdokonalili přípravu mléčných kávových nápojů a posunuli tak plnoautomatické kávovary De'Longhi daleko před její konkurenci. Dva hydraulické okruhy pro přípravu kávy a našlehaného mléka umožňují rychlejší přípravu a vysoce kvalitní výsledky. Nový

systém mísení horké páry, vzduchu a mléka umožňuje vytvořit v mléčné pěně miniaturní mikrobublinky, které činí pěnu krémově hustou a zároveň vláčnou. Čím menší bublinky, tím je pěna kvalitnější a lahodnější. Díky elektronické kontrole teploty je zaručena vždy správná teplota mléčné pěny mezi 60 a 65°C tak, abyste si pokaždé vychutnali dokonalý šálek.

Milk Menu

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



Krása je v jednoduchosti

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

www.delonghi.cz

De'Longhi
Better Everyday

Nůžky se rozevírají i ve světě kávy

VE SVÉM KOMENTÁŘI K TRHU S KÁVOVARY UVÁDÍ ZDENĚK BÁRTA Z GFK NÍŽE NA STRÁNCE, ŽE TRH KÁVOVARŮ SICE ROSTE, ALE VÝRAZNĚ SE ZVÝŠIL PRODEJ LEVNĚJŠÍCH MODELŮ A SOUČASNĚ SE MÍRNĚ ZVÝŠILA HODNOTA TRHU S DRAHÝMI AUTOMATY. KÁVOVARY TAK Z POHLEDU NAŠÍ REDAKCE JEN REFLEKTUJÍ ZVĚTŠUJÍCÍ SE ROZDÍLY MEZI BĚŽNÝMI A NADPRŮMĚRNÝMI PŘÍJMY V ČESKU. SOUČASNĚ TRH VÝRAZNĚ OVLIVŇUJE SNIŽOVÁNÍ CEN KAPSLOVÝCH MODELŮ, U KTERÝCH SE JEDNOTLIVÍ SOUPEŘI SNAŽÍ ZLÁKAT SPOTŘEBITELE KE KOUPI AKČNÍMI NABÍDKAMI NA SVŮJ „HARDWARE“. NESLEDUJÍ NIC JINÉHO NEŽ ZÍSKÁNÍ CO NEJVĚTŠÍHO MNOŽSTVÍ UŽIVATELŮ SVÉHO SYSTÉMU – TI UŽ POSLÉZE NEMAJÍ PRAKTICKY JINOU MOŽNOST NEŽ KUPOVAT ORIGINÁLNÍ KAPSLE.



Trh s kávovary je dlouhodobě nejenom v Česku velmi sledovaný a zajímavý, protože je vysoce konkurenční a většína přítomných značek na něm o zákazníky aktivně bojuje. Za téměř šest let, co vychází SELL, jsme byli svědky jednak velkých úspěchů – jmenovitě bezprecedentního ovládnutí trhu s automatickými kávovary ze strany italského De'Longhi, razantního nástupu švýcarské značky JURA v loňském roce či velkého úspěchu švýcarského Nespressa na poli seriózní kapslové kávy, byť poslední dobou usilovně budovaná image této značky na českém trhu mizí, jak rozebírá šéfredaktor SELLu v naší názorové rubrice na straně 28.

Na druhou stranu jsme v časopise zaznamenali také nějaké to házení flint do žita – to například když německá centrála společnosti Melitta nechtěla do českého trhu investovat a pouštět se do souboje s De'Longhi. Distribuce kávovarů této tradiční německé a na tamním trhu velmi silné značky měla původně úplně skončit, ale nakonec ji vzala pod svá křídla společnost K+B. Melitta na českém trhu je, kávovary jsou v prodeji, ale to je také všechno, co k tomu lze říct, protože značka nemá téměř žádnou marketingovou podporu.

Kapitolu samu pro sebe potom tvoří počínání nizozemského Philipsu, který nejprve přejmenoval zakoupenou značku Saeco na Philips Saeco, ale po nějakých dvou letech zjistil, že to nebyl rozumný krok, a následně ji změnil zpátky na Saeco. Na internetu naleznete kávovary pod jednou či druhou značkou,

protože při tak svižném rebrandingu nestíhají prodejci reagovat a aktualizovat své databáze. Obzvlášť když nejde o kompletní změnu názvu.

Celkově velmi silným hráčem je na českém trhu také Groupe SEB se značkou Krups, ačkoliv je nutné poznamenat, že na jeho celkovou pozici mají výrazný vliv prodejce kávovarů pro systémy NESCAFÉ DOLCE GUSTO a Nespresso. Růžky začíná také pomalu vystrkovat německá Nivona, která se nyní velkolepě prezentuje v prvním českém Kávovém centru v Praze – má zde vlastní showroom.

Kapslový dýchánek

Porcovaná káva v patentovaných kapslích nabývá na popularitě, navzdory faktu, že je výrazně dražší než běžná zrnková Arabica. Nízká pořizovací cena kávovarů láká stále více zájemců. Jasnou jedničkou na trhu zůstává NESCAFÉ DOLCE GUSTO, které v redakci řadíme do kategorie „nápojových kapslí“. Tu nej kvalitnější kávu nabízejí systémy odlišně koncipované – jednoduše řečeno zaměřené čistě na kávu. Některé sice nabízejí také čaj nebo horkou čokoládu, ale jde u nich opravdu o okrajovou záležitost. Sem patří Nespresso, Cremesso či nově se výrazně angažující Caffitaly. Druhé dva zmíněné systémy pracují s volnou distribucí kapslí, tudíž kávu mohou prodávat také partneři. Právě to jim pomáhá v rychlejším rozšiřování, protože reselleři mají šanci vydělat nejen na kávovarech, ale především na prodeji samotné kávy.



GfK Czech

Přístroje na přípravu kávy na českém trhu podle GfK

Poptávka po tomto sortimentu nadále roste. Za loňský rok se ve sledovaných distribučních kanálech zvýšily prodeje přístrojů na přípravu kávy o 15 %, zatímco obdobné srovnání před rokem skončilo se 6% přírůstkem. V průběhu minulého roku však došlo na úrovni celé komodity k zásadnímu obratu ve vývoji průměrné ceny. Ta – z původně rostoucího trendu – významně klesla, což se odrazilo ve větší disproporcii u vývoje objemu a hodnoty prodeje. Meziroční nárůst tržeb tak dosáhl za loňský rok pouze 3,5 %, ačkoliv ještě před rokem se blížil k 9 %.

Téměř 15 % celkového objemu zaujímala vloni plně automatická espressa. Spotřebitelé za ně zaplatili v průměru 13 800 korun, tedy asi o 100 korun více než před rokem. Plnoautomaty tak obsáhly přes polovinu loňského obratu, cenově však nedokázaly kompenzovat pokles cen u ostatních, byť levnějších přístrojů. Byla to zejména espressa s uzavřeným systémem, u nichž značně klesla průměrná cena, a nízkotlaké kapslové kávovary. Objemový podíl espres s uzavřeným systémem se v uplynulém roce přiblížil k 50 %, kupující do nich průměrně investovali necelé 2 tisíce korun, tedy o 600 korun méně než v roce 2012.

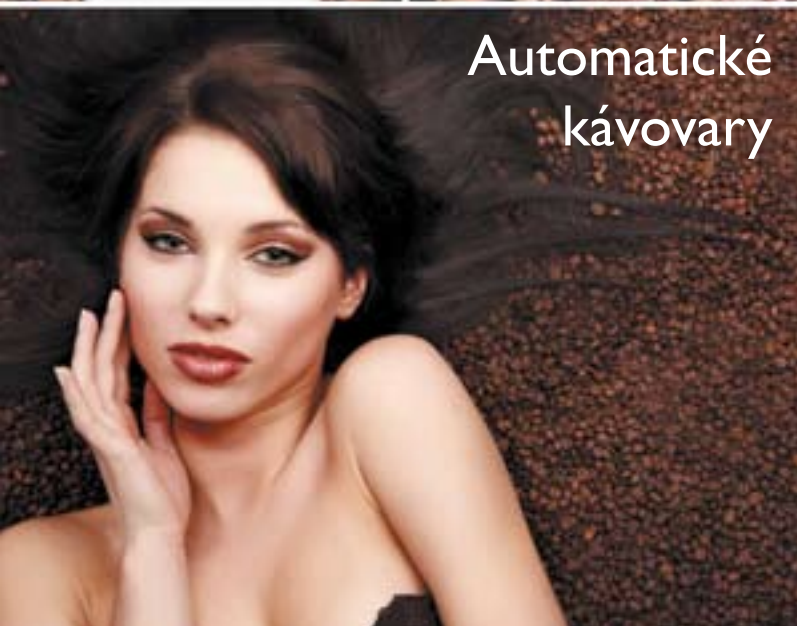
Zdroj:

Zdeněk Bárta
Consumer Choices
Director CZ&SK,
GfK Czech





Automatické kávovary



De'Longhi Eletta Cappuccino Top ECAM 45.760.W

Vlajkovou loď nově představené řady odhaluje De'Longhi ve vlastním článku na straně 14. Přesto jsme ji ještě zařadili do přehledu, protože jde o skutečně zajímavý přístroj, kombinující vytříbený a originální design s nejnovější technologickou výbavou a plně automatickým provozem. Navíc s koncovou cenou výrazně pod 30 000 Kč, kterou jsme při prvním seznámení s kávovarem na loňském veletrhu IFA rozhodně nečekali. Přístroj používá nový LatteCrema System pro ještě kompaktnější a kvalitnější mléčnou pěnu, nepostrádá automatické režimy čištění, ani pestrou paletu na stisk tlačítka připravovaných káv. De'Longhi přidává dokonce funkci Long Coffee pro přípravu velké ranní kávy. Zaujme kovovým ovládacím panelem s dotykovými plochami.

Pannarello

Často je tak nazývána parní tryska, kterou jsou vybaveny automaty bez funkce přípravy cappuccina jedním stiskem, pákové kávovary a některé kapslové modely. Slouží primárně k manuálnímu našlehání mléka, ale může být současně i výpustí horké vody.



De'Longhi Eletta Plus ECAM 45.326.S

Z řady Eletta vstupuje na český trh také levnější řešení v zajímavé kombinaci černé a nerez. V případě této varianty chybí funkce automatické přípravy mléčné pěny – přítomna je nicméně parní tryska pro manuální šlehání. Do zásobníku na kávu se vejde až 400 g zrněk, která pomele integrovaný mlýnek s nastavením 13 stupňů mletí. To platí samozřejmě i pro předchozí popisovaný top model. Nové přístroje mají české menu, v němž uživatel nalezne také volby pro nastavení kávy – upravit lze sílu aroma, objem nápoje i teplotu vody. Kávovary pracují při stabilním tlaku 15 barů. Nové modely řady Eletta budou uvedeny na český trh v průběhu dubna.



Gaggia Brera

Tento jednoduchý a kompaktní automat ve stříbrném provedení má zabudovaný keramický mlýnek s 5 stupni hrubosti mletí, zásobník na 250 g zrnkové kávy a 1,2l zásobník na vodu. Najdete u něho LCD displej usnadňující ovládání a práci s kávovarem. Před přípravou kávy lze upravit dávku zrn pomletí a ovlivnit tak výslednou chuť a aroma nápoje. Volit lze mezi 7 až 10,5 g. Přístroj, který dokáže připravit 2 šálky espressa najednou, má také parní a horkovodní trysku pannarello. Tlak čerpadla činí 15 barů.



JURA GIGA 5

Vlajková loď švýcarského výrobce automatických kávovarů je nejdražším plnoautomaticem v kategorii modelů určených pro použití v domácnosti. Nejnáročnější zákazníci potěší využitím profesionálních technologií, které byly dříve k vidění pouze u kávovarů pro restaurace, hotely a kavárny. Používá totiž dva mlýnky, dva systémy ohřevu a dvě 15barová čerpadla, díky kterým dokáže připravit nejen dvě espressa, ale také dvě cappuccina a jakékoliv jiné kávové speciality najednou. Na LCD displeji, ovládaném rotačním ovladačem, je na výběr 19 druhů káv – všechny lze přeprogramovat podle vlastních preferencí. Nádržka na vodu má objem 2,6 l.

Lexikon

Cappuccino na stisk tlačítka

Tuto funkci nabízejí výhradně plnoautomatické kávovary – většinu trhu tvoří přístroje na zrnkovou kávu, ale existují také kapslová řešení. Systémy jednotlivých výrobců se liší. Společně mají jedno – stiskem jednoho tlačítka připraví kávovar jak mléčnou pěnu, tak espresso bez jakéhokoliv dalšího zásahu uživatele.

JURA ENA Micro 9 One Touch

Na opačném konci spektra plnoautomatů JURA stojí tento populární a cenově dostupný model, který je v prodeji nejen ve stříbrné barvě, ale také v hnědé. Přístroj se dokonce umístil na prvním místě v dlouhodobém testu 14 kávovarů německé spotřebitelské organizace Stiftung Warentest. I přes své malé rozměry a kompaktnost jde o zařízení schopné připravovat cappuccino či caffè latte na stisk jednoho tlačítka. Používá nově vyvinutou spařovací jednotku, optimalizovanou pro přípravu jednoho šálku kávy. Jeho nádobka pojme 1,1 l vody, zásobník na kávu 125 g zrněk. Čerpadlo má 15 barů.



Krups Espresseria Automatic Super Cappuccino EA844230

Plnoautomatický kávovar se systémem nasávání mléka a jeho proměny v mléčnou pěnu, která vytéká ze speciální trysky, je novinkou na českém trhu. Ovládání tvoří barevný dotykový TFT displej, na kterém stačí vybrat typ kávy pouhým stisknutím. Sílu i objem nápojů lze nastavit dle uživatelských preferencí. Kávovar nicméně automaticky nastavuje množství umleté kávy v závislosti na typu zvoleného nápoje. Jeho nádržka má objem 1,7 l a zásobník na zrnkovou kávu kapacitu 250 g. Čerpadlo používá standardní tlak 15 barů.



Nivona CafeRomantica 777

Česká distribuce prezentuje tuto žhavou novinku v portfoliu německé značky jako jeden z mála cenově dostupných kávovarů v celokovovém provedení s nerezovou čelní stranou. Jde o plnoautomat dodávaný s nádobkou na mléko a systémem Spumatore pro tvorbu mléčné pěny. Cappuccino či caffè latte proto vykouzlí jedním stiskem tlačítka. Výrobce nezapomíná na individuální preference a přidává osobní programovací funkci „My Coffee“. Individuální volbu intenzity aroma lze provádět v 5 krocích, a to i pro 2 šálky. Mlýnek má tento model z nerezové oceli. Do nádržky se vejde 2 l vody, do zásobníku 250 g zrnkové kávy.



Saeco GranBaristo HD8966/01

Novinku z druhé poloviny loňského roku jsme měli možnost vidět osobně na loňském Fast Day. Kávovar s nabídkou 16 různých kávových specialit se vyznačuje proměnlivým nastavením tlaku podle zvoleného nápoje. Může tak pod nižším stabilním tlakem připravovat například velkou ranní kávu. Zajímavý je také systém výměnných zásobníků na zrna – uživatel tak může vyzkoušet a porovnat různé druhy kávy. A jednotliví členové domácnosti (až 6) si mohou také nastavit vlastní profily pro přizpůsobení jednotlivých nastavení nápojů. Zásobník na kávová zrna jich pojme 270 g, nádržka na vodu má objem 1,7 l.



Espresso s jedním „S“

Káva se nevyhýbá ani jazykovým zajímavostem. Čtenáři SELLu se nás při osobních setkáních a hovorech o kávě už mnohokrát ptali, proč píšeme slovo „espresso“ pouze s jedním „S“. Důvod je jednoduchý, čeština variantu se dvěma „S“ nezná a její uvádění není pravopisně správné. Důvodem rozšíření slova v cizí formě je jeho používání v marketingu už od začátku devadesátých let.

Crema

Tenká vrstva mikropěny na hladině espresa nebo ristretta. Barvou připomíná lískové oříšky a silná je mezi 1 až 2 mm. Pokud má pěna výrazně tmavou barvu, byl pro přípravu kávy použit příliš vysoký tlak.





Pákové kávovary



De'Longhi Scultura EC3 351.W

Loni představená řada Scultura, skládající se z pákového kávovaru, topinkovače a varné konvice, používá sochařské prvky ve svém designu, což odráží i její název. Kávovar v perleťové bílé barvě s chromovým pláštěm je vybaven dvojitým filtrem pro bohatou cremu a parní tryskou pro šlehání mléka. K přípravě kávy slouží buď mletá káva, nebo porcovaná káva (E.S.E. pody). Na těle se nachází 2 termostaty pro kontrolu teploty vody a páry. Svrchní plocha slouží k nahřívání šáleků. Přístroj disponuje ECO funkcí pro změnu automatického vypnutí. Tlak dosahuje 15 barů.



Electrolux EEA255

Výrazně červený kávovar s programovatelným množstvím vody na šálek, ohřevem termoblokem a tlakem 15 barů je nástupce modelu EEA250. Jeho zásobník na vodu má objem 1,5 l, přičemž lze přístroj využít i k přípravě čaje, protože má výpusť horké vody. Parní výstup pak slouží ke šlehání mléka. Odkapávací misku lze vyjmout a umýt.



Graef ES 90

Stříbrné hliníkové tělo tohoto masivního pákového kávovaru podtrhuje jeho zacílení na náročnější zákazníky. Dokládá to také přítomnost dvojitého termobloku a dvou nezávislých čerpadel – jednoho s tlakem 16 barů pro přípravu espresa a druhého pro výdej páry s tlakem 6 barů. Držák filtru je vyroben z nerezů

a je velmi odolný. Česká distribuce také zdůrazňuje přítomnost přesně kalibrovaného tlakoměru. Vyjímatelná nádržka na vodu má objem 3 l. Kávovar nabízí čisticí programy včetně dekalifikace pro čištění trysky k napěňování mléka.



Guzzanti GZ 60

Pákový kávovar v tradičním italském designu má celohliníkové tělo, v němž se nachází elektromagnetické čerpadlo s tlakem 15 barů, vyráběné v Itálii. Součástí kávovaru je parní tryska pro napěňování mléka. Výrobce dodává i speciální konvičku na mléko. Nechybí odkládací plocha na šálky a vyjímatelná odkapávací vanička spolu s mřížkou pro snadné čištění. Zásobník na vodu má objem 1 l.

Arabica

Nazývá se tak káva pocházející z kávovníku arabského, která slouží pro přípravu espresa. Samozřejmě se pak tento druh dělí na další odrůdy a chuť výsledného nápoje ovlivňují místo pěstování, způsob zpracování, délka pražení atd. Největším producentem Arabiky je Brazílie.

Robusta

Je obecně vnímána jako méně kvalitní ve srovnání s Arabikou. Vyznačuje se hořčejší chutí a větším množstvím kofeinu. Běžně se používá k výrobě instantních kávových směsí. Určité odrůdy mohou být používány ve směsích s Arabikou s cílem dosáhnout specifické a neotřelé chuti.

Caffitaly System

Rozšiřte nabídku svého obchodu o kvalitní kapslové řešení

CHCETE NABÍDNOUT SVÝM ZÁKAZNÍKŮM SYSTÉM PRO DOMÁCÍ PŘÍPRAVU TĚ NEJKVALITNĚJŠÍ KÁVY, JEDNODUCHÝ, ČISTÝ A MAXIMÁLNĚ HYGIENICKÝ? PRÁVĚ VÁS URČITĚ ZAUJME NABÍDKA SPOLEČNOSTI FAKTUS, KTERÁ NA ČESKÉM TRHU ZASTUPUJE ITALSKOU ZNAČKU CAFFITALY. PRODÁVEJTE NEJEN KÁVOVARY, ALE TAKÉ SAMOTNÉ KAPSLE, KTERÉ PŘIMĚJÍ NAKUPJÍCÍ K NÁVRATU DO VAŠEHO OBCHODU.

Kvalita kávy

Caffitaly je jedinou firmou na českém trhu, která vyrábí jak kávovary, tak dodává kapsle. A nejen to, sama kávu kupuje, praží, mele a vkládá do kapslí. Má tedy kompletní kontrolu nad kvalitou celého procesu až po výsledný nápoj v šálku.

Snadná obsluha

Všechny modely kávovarů jsou navrženy tak, aby uspokojily i toho nejnáročnějšího zákazníka. Vyznačují se intuitivním ovládním a rychlou přípravou nápoje.

I na kapsli záleží

Kapsle s kávou obsahují kvalitní kávu, která není rozpustná jako

u některých konkurenčních systémů. Káva při přípravě nevzniká v samotném kávovaru, ale přímo v kapsli, která obsahuje 2 mikrofiltry, přes něž káva protéká. Voda pod vysokým tlakem vniká do otvoru horního filtru, prochází skrze kávu a vychází přes spodní filtr otvorem z kapsle ven. Tento způsob přípravy garantuje maximální kvalitu připravené kávy.

Spolehlivý partner

Kávovary jsou dodávány na český trh přímo od výrobce, kterým je sama společnost Caffitaly. Jedná se o certifikovaného výrobce a prodejce, působícího na světovém trhu již několik let.

Široká nabídka káv, ale i čokoláda nebo čaj

Mají vaši zákazníci vytríbené chutě? Chtějí zkusit více druhů káv? Caffitaly jim to umožňuje díky široké nabídce kapslí. Vybírat mohou z:

Prezioso – 100% Arabica

Intenso – směs Robusty a Arabiky

Corposo – směs Arabiky a Robusty

Cremoso – 100% Arabica

Delicato – káva bez kofeinu,

ze směsi Arabiky a Robusty

Morbido – směs Arabiky a Robusty

Originale – 100% Arabica

Armonioso – směs Arabiky a Robusty

Ginseng – kávový nápoj se ženšenem

Éciok – hořká čokoláda

Tea al Limone – čaj s citronem



NOVINKA
K dostání pouze u spol.
FAKTUS!



www.faktus.cz

Caffitaly
system



Kapslové kávovary



Cremesso Uno

Švýcarská značka se projevila na českém trhu po převzetí své distribuce společností Potten & Pannen jako velmi aktivní. V obchodním centru Nový Smíchov byl dokonce otevřen její značkový obchod. Její portfolio kávovarů zůstává stejné a žádná novinka se v posledním roce neobjevila. Nejpopulárnějším modelem je cenově dostupný přístroj Uno kompaktních rozměrů a minimalistického designu. Kávovar pracuje při tlaku 19 barů, jeho nádržka na vodu má objem 1 l a připravovat v něm lze čisté espresso. Pro přípravu cappuccina prodává Cremesso speciální napěňovač mléka.



NESCAFÉ DOLCE GUSTO Mini Me (Krups KP 1205)

Loňská novinka, kterou výrobce podrobně představil v posledním vydání SELLu z roku 2013, je už dle názvu kávovarem velmi malých rozměrů. Přístroj slouží k přípravě horkých i studených nápojů a používá čerpadlo s tlakem 15 barů. Vyznačuje se rychlým nahřátím, nádržkou na vodu s objemem 0,8 l a funkcí automatického vypnutí po 5 minutách nečinnosti. K chodu používá kapsle téže značky. Kávovar vyrábí pro Nestlé společnost Groupe SEB, konkrétně je kávovar značky Krups.



Caffitaly S06HS

Novinka v nabídce české distribuce Caffitaly je dostupná v mnoha barevných provedeních – konkrétně bílé, stříbrné, černé, červené a zelené. Kávovar s jednoduchým ovládním pro kapsle téže značky má kromě výpusti kávy také parní trysku pro šlehání mléka. Tryska může sloužit i k výdeji horké vody pro přípravu sáčkového čaje. Přímo na těle kávovaru se nacházejí 3 tlačítka odpovídající 3 velikostem nápoje. Odpadní prostor pojme až 20 použitých kapslí a nádržka 1,2 l vody.



Nespresso De'Longhi Essenza EN 97 Sand

Jednoduchý kávovar pro systém Nespresso se po zapnutí nahřeje za 25 vteřin. K přípravě kávy slouží tlačítka s přednastavenými nápoji – espresso (40 ml) a lungo (110 ml). Kapsle po použití spadne do integrované nádobky. Kávovar patří mezi úsporné modely, protože spotřebuje až o 40 % méně energie než přístroje v energetické třídě A. K úspoře přispívá také funkce automatického vypnutí po 9 minutách nečinnosti.

Alternativní kapsle

Nazývají se tak „neoriginální“ kapsle pro jinak uzavřené systémy. Výrobci těchto kávovarů a současně dodavatelé originálních kapslí je nevidí příliš rádi, protože je připravují o zisk. V Česku se tento problém týká v podstatě pouze značky Nespresso, která je dostatečně velká a prodává velké množství kávovarů, tudíž se vyplatí alternativy do obchodů dodávat.

Kapslová recyklace

S rozšiřováním jednotlivých systémů začaly vyvstávat otázky týkající se ekologické likvidace nebo recyklace prázdných kávových kapslí. V této oblasti se začala loni velmi aktivně angažovat značka Nespresso a představila vlastní program pro sběr a recyklaci použitých kapslí.

Luigi Perucchini: Caffitaly je výrobcem kapslí i kávovarů, reselleři mohou prodávat i naši kávu

Z HLEDISKA OBJEMU PRODEJŮ JSOU KAPSLOVÉ SYSTÉMY JEŠTĚ STÁLE NA POČÁTKU SVÉ CESTY, AČKOLIV KONKURENČNÍ BOJ V TÉTO PODKATEGORII KÁVOVÉHO BYZNYSU ZUŘÍ VELKÝ. NA ČESKÉM TRHU ZAČÍNÁ ROZŠIŘOVAT SVOU DISTRIBUČNÍ SÍŤ DALŠÍ ZNAČKA, KTERÁ OTEVÍRÁ DVEŘE DO KAPSLOVÝCH PRODEJŮ TAKÉ SVÝM PARTNERŮM. SYSTÉM CAFFITALY NÁM PŘEDSTAVIL LUIGI PERUCCHINI, MAJITEL SPOLEČNOSTI FAKTUS, KTERÁ ITALSKOU ZNAČKU NA ČESKÉM TRHU ZASTUPUJE.



ceny a podmínky a podpořit prodej promoakcemi a reklamními kampaněmi. Dle posledního průzkumu představuje prodej kapslové kávy v Česku pouze 6 % z celkového prodeje káv. Počítáme se znaleckým vkusem českého spotřebitele.

Největší hráč na trhu se seriózní kapslovou kávou sází na exkluzivní distribuci a klubový systém. Pro obchodníky to není samozřejmě moc výhodné, protože nemohou prodávat k daným kávovarům kávu, na čemž celý tento byznys stojí. Jaký model distribuce kávovarů a především kávových kapslí máte vy?

Naše prodejní strategie je směřovaná na dva segmenty – velko- a maloobchod. Zákazníci mají možnost, kromě nákupu prostřednictvím internetového obchodu, koupit naše kapsle už v 25 obchodních centrech společnosti K+B Expert po celé republice. Počítáme, že během roku 2014 počet prodejních míst zdvojnásobíme.

Můžeme určitě říci, že není kapslová káva jako kapslová káva. Jaký systém kapslí používáte? Obsahují opravdu kvalitní mletou kávu a vytéká posléze do šálku pravé espresso?

Zajímavá a důležitá otázka. Unikátní systémem kapslí Caffitaly, obsahující čerstvě

namletou a ihned hermeticky uzavřenou kávu, zachovává chuť, aroma a požitek v každé kapsli i po roce a půl. Toto oceňují především zákazníci, kteří nemají na její přípravu dostatek času a chtějí stále čerstvou a dobrou kávu.

Pro výběr dobré kávy jsou velmi důležité následující parametry – každá kapsle by měla obsahovat čistou kávu bez aromatických látek, barviv či dochucovadel. A samozřejmě by měla obsahovat výhradně kvalitní kávu, přičemž gramáž kávy v každé kapsli musí být minimálně 8 g. Záleží také na způsobu pražení a mletí kávy. Neméně důležitý je potom typ kapslí. Naše kapsle Caffitaly obsahují dvojitý filtrační systém, což je certifikovaná technologie, která ve spojení s kávovary Caffitaly umožňuje získat sametově krémovou kávu s jedinečnou chutí.

Kdo je dodavatelem kávových kapslí a kdo kávovarů?

Caffitaly system SpA je jediná firma mezi známými hráči na trhu, která vyrábí a dodává kávovary, kupuje, praží, mele a „kapsluje“ svou vybranou jakostní kávu. Náš unikátní kapslový systém využívají světové značky, jako jsou Tchibo, Dallmayr, Julius Meinl, Twinings a Ricola. A právě tyto firmy nechávají zapouzdřit svou kávu, čaje a další nápoje v našem výrobním závodě a používají naše kávovary.

Kolik druhů kapslí nabízíte? A jaká je jejich koncová cena?

V současné době nabízíme 11 druhů kapslí, balení o 10 kapslích stojí v obchodě 99 Kč. Myslím, že to je velmi konkurenční cena vzhledem ke kvalitě a výspělosti našeho kapslového systému.

Značka Caffitaly není na českém trhu úplnou novinkou, ale doposud nebyla příliš aktivní. Nedávno převzala její distribuci vaše firma. Na čem stavíte její prezentaci? Jak ji chcete v tvrdé konkurenci kapslové kávy ve zdejších podmínkách prosadit?

To je pravda, značka Caffitaly není úplnou novinkou, ale doposud byly naše výrobky prodávány jenom sporadicky a mezi jinými značkami kávovarů. My chceme pracovat systematicky, informovat veřejnost o kvalitě kávy a kávovarů značky Caffitaly, nabízet výhodné



IMPRESSA A5 One Touch

Břítký design a nepřekonatelná chuť

Kompaktní, štíhlý, prostý, neokázalý – design malého kávovaru IMPRESSA A5 od společnosti JURA hovoří za vše. Ovládání jedním tlačítkem a vysoce výkonný kuželový mlýnek jsou zárukou dokonalého požitku z kávy výtečné chuti a plného aroma. Tyto charakteristické, výrazné prvky designu a precizní řemeslné zpracování za použití špičkových materiálů tvoří základ nové produktové řady JURA a přispívají k její vysoké kvalitě.

Vzhled a charakter

IMPRESSA A5 vděčí za svůj charakteristický vzhled výrazným hranám, bočním panelům z masivní platiny nebo elegantní červené barvy, chromovaným ventilačním otvorům a přednímu a hornímu dílu barvy Piano Black. Břítký design a vysoce kvalitní materiály budou ozdobou každé kuchyně. Při šířce pouhých 24 cm a výšce 32 cm je tento model podstatně menší než jeho předchůdci v řadě IMPRESSA, takže představuje prostorově velmi úsporné řešení.

Ryzí chuť

At' už připravujete pouze jeden šálek kávy, nebo rovnou dva, IMPRESSA A5 je vždy zárukou vynikajícího chuťového zážitku. Při mletí, které se spouští jediným stiskem tlačítka, si kávová zrna zachovávají veškerou lahodnou chuť a příprava espresa či kávy probíhá za optimálních podmínek. V šálku pak nápoj doplní bohatá a přitom jemná pěna. Díky inovační funkci One-Touch lze jedním stiskem tlačítka připravit také cappuccino a latte macchiato – tech-

nologie jemné pěny pak každý nápoj doladí korunkou z jemné, nadýchané mléčné pěny.

Čisté potěšení

Součástí duální výpusti, jejíž výšku lze flexibilně nastavovat v rozmezí od 55 do 138 milimetrů, je moderní technologie jemné pěny. Ta vytváří nadýchanou, lehounkou mléčnou pěnu výjimečné konzistence pro dokonalé cappuccino nebo latte macchiato. Demontáž a čištění mechanismu jsou hračkou. Dvě samostatné trubice na kávu a mléko zajišťují dokonalé výsledky a hygienu.

Mlýnek Aroma+ nyní dvakrát rychlejší optimalizací úhlu řezu uvnitř mlecích kuželů se inženýrům JURA podařilo výrazně zvýšit účinnost mletí. Výsledkem je pestrá paleta dokonalých přírodních aroma a doba mletí je zkrácena na polovinu. Optimalizovaná konzistence namletí a jemné, ale přitom rychlé mletí navíc dává milovníkům kávy jistotu, že budou mít dokonalý požitek z kávy při kratší době přípravy a menší hlučnosti.

To nejlepší z designu: atraktivní vzhled, z něhož je patrná vytříbenost a výjimečná kvalita

jura®

Pomocí rotačního ovladače si na TFT displeji zvolíte požadovanou kávovou specialitu a pak už jen stačí stisknout tlačítko a vychutnávat si kávu. Natolik intuitivní je ovládání automatického kávovaru IMPRESSA J9.3 One Touch TFT od společnosti JURA.



Vizuálně atraktivní

Řemeslně zpracovaný přední panel z uhlíkových vláken, z něhož vyzařuje špičková kvalita, účelnost a vizionářská, inovační koncepce, okamžitě upoutá pozornost. Jako pevný a současně lehký materiál, který je nepostradatelný v odvětví leteckého inženýrství a používá se v automobilovém průmyslu a ve výrobě špičkového sportovního vybavení, propůjčuje uhlíkové vlákno kávovaru nejen moderní vzhled. Stylový, univerzální design tohoto elegantního automatického kávovaru značky JURA dotváří kryt s jemnou povrchovou úpravou a decentními chromovými prvky.

Čisté potěšení

Mlýnek Aroma+, který o polovinu zkracuje dobu mletí a současně zachovává báječné aroma kávových zrn, vám dává jistotu, že si kdykoli můžete vychutnat šálek výtečné kávy. Díky technologii jemné pěny a plynulému výškovému nastavení vypustí cappuccina a kávy lze speciální druhy kávy s mlékem doladit korunkou z jemné, nadýchané pěny.

Maximálně snadné použití

Stačí jeden stisk tlačítka – bez nutnosti manipulace s šálkem – a můžete si vychutnávat celou řadu kávových specialit, od latte macchiata až po ristretto.

Jednoduchým otočením a stisknutím rotačního ovladače si na přehledném 3,5" TFT displeji můžete zvolit nastavení přesně podle vlastního vkusu.

IMPRESSA J9.3 One Touch TFT je k dispozici rovněž s platinovou, zářivě stříbrnou a chromovou povrchovou úpravou.

Tyto a další kávovary značky JURA si můžete osobně prohlédnout 24. dubna 2014 v Hotel Clarion Praha. Prezentace novinek pro domácnosti se bude konat od 13:00.

IMPRESSA J9.3 One Touch TFT

SWISS MADE



Cena kávových zrn stoupá. Bude letos šálek kávy dražší?

HLED NA ZAČÁTKU ROKU DORAZILA K UŠÍM MILOVNÍKŮ KÁVY NEPŘÍJEMNÁ ZPRÁVA. BRAZÍLII POSTIHLO SUCHO, KTERÉ JEN NA PŘELOMU LEDNA A ÚNORA ZPŮSOBILLO BĚHEM JEDINÉHO TÝDNE NÁRŮST CEN KÁVY O PĚTINU, A DO KONCE ÚNORA PAK VZROSTLA O CELÝCH 50 %. NENÍ DIVU, BRAZÍLIE JE NEJVĚTŠÍ SVĚTOVÝ PRODUCENT KÁVY, POKRÝVAJÍCÍ TŘETINU POPTÁVKY. LZE OČEKÁVAT NÁRŮST CEN NA ČESKÉM TRHU?

Trh s kávou prochází v posledních letech výraznými změnami, protože roste popularita automatických a kapslových kávovarů. Tyto přístroje většinou připravují nápoj z kvalitní Arabiky namísto Robusty, která slouží primárně pro výrobu instantních (rozpuštěných) směsí. Nehledě na to, že především ve vyspělých zemích podporují pití kvalitní kávy řetězce jako Starbucks či Costa Coffee, v nichž se Robusta k přípravě nápojů prakticky nepoužívá. Poptávka po Arabice roste každým rokem a jakýkoliv zásah přírodních živlů do produkce může významně ovlivnit ceny, obzvláště když k němu dojde v Brazílii.

Panika nákupčích a rekordní sucho

Už jen fakt, že v Brazílii málo přšelo a byl zaznamenán teplotně rekordní leden, vyvolal natolik silnou reakci u nákupčích, že ceny vystřelily vzhůru. Pokračující sucho během února pak způsobilo celkový nárůst ceny o 50 % ve srovnání s čtyřletým minimem z loňského listopadu.

Rychlého zdražení se ale podle dostupných informací bát ještě netřeba, protože cena kávy v posledních třech letech postupně klesla téměř o čtvrtinu, až pod náklady samotných pěstitelů. Přitom v cenách koncovým zákazníkům se tento fakt neprojevil. Maloobchod proto s největší pravděpodobností na změny na trzích zatím reagovat nebude a nevyužije situace k udržení svých dosavadních marží. Nárůst cen na velkoobchodní úrovni uvítají samotní farmáři, jimž naopak vývoj cen na trhu poslední tři roky vůbec nepřál.

Pokud by však pokračoval nepříznivý vývoj a velkoobchodní ceny nadále rostly, zdražení v kavárnách a obchodech by v následujících měsících přišlo. Otázkou je, jak by reagovaly například české kavárenské řetězce, které mají ve srovnání se Západem ceny posazené už od počátku svého působení na tuzemském trhu velmi vysoko. Manévrovací prostor mají dle názoru naší redakce stále poměrně velký.



Překapávaná káva výrazně převyšuje „českého turka“

PŘÍSTROJE NA PŘEKAPÁVANOU KÁVU JSOU TYPICKÝM PŘÍKLADEM ROZDÍLNOSTI ČESKÉ A ZAHRANIČNÍ PŘÍPRAVY KÁVY. ZATÍMCO „ČESKÝ TUREK“, PŘIPRAVENÝ POMOCÍ HORKÉ VODY A MLETÉ KÁVY, ZANECHÁVÁ MEZI ZUBY NEPŘÍJEMNÉ ZBYTKY KÁVOVÝCH ZRN, PŘEKAPÁVANÁ KÁVA JE DÍKY FILTRACI A KRATŠÍ DOBĚ SPAŘENÍ MNOHEM JEMNĚJŠÍ A SNAD I ZDRAVĚJŠÍ. PŘEKAPÁVAČE JSOU MNOHDY VYUŽÍVANÉ TAKÉ JAKO „ČAJOVARY“ SE STEJNOU VÝHODOU V PODOBĚ FILTRACE A ČASOVĚ OMEZENÉ DOBY LOUHOVÁNÍ. ZVLÁŠTĚ MODELY S ČASOVAČEM DOVEDOU PŘIPRAVIT RANNÍ KÁVU NEBO ČAJ PŘESNĚ VE CHVÍLI, KDY VSTÁVÁTE.



Dělení překapávačů:

1. Základní přístroje – mají pouze vypínač, pevný filtr na kávu a topnou plotýnku, která udržuje kávu teplou
2. Překapávače s termonádobou – jsou určeny pro uchovávání teplé kávy mimo překapávač
3. Překapávače s časovačem – nejvyužívanější typ překapávačů, umožňující nastavit zapnutí s odkladem až 24 hodin
4. Překapávače s vlastním mlýnkem – namelou si potřebnou dávku kávových zrn a ihned spaří

Firma DOMO-elektro disponuje v současnosti nejširší nabídkou překapávačů na českém trhu napříč všemi typy. Díky tomu je schopna uspokojit požadavky jak nenáročných zákazníků, kteří hledí při koupi hlavně na pořizovací cenu, tak těch, kdo očekávají vyšší uživatelský komfort.

Představení výrobků

Základní překapávač DO433K má skleněnou konvici s 1,5l objemem a příkon topného tělesa 800 W. V této kategorii lze najít ještě další dva modely DO418K a DO419K s větším objemem konvice 1,8 l a stejným příkonem. Vhodné jsou pro méně náročné zákazníky.

Pro příležitost, kdy je nutno připravit kávu co nejrychleji, slouží model DO432W, protože je vybaven topným tělesem s příkonem 1100 W a dokáže udělat 1,5 l kávy za pouhých 8 minut od zapnutí. Nedočkavci či notoričtí opozdilci, kterým se ráno nechce přilít z postele, jeho rychlost určitě ocení.

Další z modelů s označením DO420K je vybaven nerezovou termonádobou, čímž je možné udržet překapanou kávu teplou při podávání například na zahradě či terase. Nebo při servírování snídaně do postele, kdy se termokonvice s horkou kávou stane hvězdou tohoto romantického gesta.

Neprodávanější a také nejpraktičtější z nabídky DOMO jsou překapávače s časovačem. Ty poskytují mnohem větší komfort díky tomu, že je lze nastavit až na 24 hodin dopředu.

Designově velmi povedený model DO413KT je určen svou velikostí pro více osob, má nerezový přední ovládací panel s tlačítky pro nastavení aktuálního času a programu. Skleněná konvice má objem 1,8 l a džbánovitý tvar pro lepší stabilitu. Velmi praktickým prvkem je odnímatelná nádoba na vodu, kterou lze z překapávače vyjmout a naplnit například nad dřezem. Funkčně podobným modelem je kávovar DO417KT s objemem 1,5 l a zúženým provedením.

Pomyslně na špičce nabídky překapávačů stojí model KZM1 s vestavěným keramickým mlýnkem. Tento překapávač umí nejen spařit kávu nebo čaj ve správnou dobu, ale umí si zrnkovou kávu i namlít těsně před použitím. Vychází z osvědčeného modelu DO413KT, který konstruktéři vylepšili spojením samotného překapávače s keramickým mlýnkem do jednoho přístroje. V tomto modelu pak lze nastavit nejen běžné funkce, ale také množství namleté kávy, a tím i sílu nápoje. Není žádným tajemstvím, že právě čerstvě namletá káva poskytuje to nejlepší aroma, tudíž byste měli model KZM1 doporučit náročnějším zákazníkům, kteří si rádi dopřejí pořádně velký hrnek kávy a současně lpí na čerstvosti mleté kávy.

Nespresso na rozcestí



NESPR

KAPSLOVÉ KÁVĚ VLÁDNE V ČESKU ZNAČKA NESCAFÉ DOLCE GUSTO, PATŘÍCÍ SPOLEČNOSTI NESTLÉ, ALE V TAK TROCHU SEPAROVANÉ PODSKUPINĚ SERIÓZNÍCH KÁVOVÝCH KAPSLÍ PRO NÁROČNÉ JE NA ČESKÉM TRHU NEJVÝZNAMNĚJŠÍM HRÁČEM DALŠÍ ZNAČKA TOHOTO ŠVÝCARSKÉHO POTRAVINÁŘSKÉHO OBRA – NESPRESSO. DLOUHOU DOBU BYLA NEJEN U NÁS PREZENTOVÁNA JAKO PRÉMIOVÁ A EXKLUZIVNÍ ZÁLEŽITOST, AŽ V POSLEDNÍCH DVOU LETECH ZAČALA MĚNIT SVOU IMAGE A TVÁŘÍ SE ČÍM DÁL VÍC JAKO MASOVÝ PRODUKT. DOKLÁDAJÍ TO MIMO JINÉ KÁVOVARY U A PIXIE S REKORDNĚ NÍZKO POSAZENÝMI CENAMI. V KONTRASTU S TÍM FIRMA LPÍ NA KLUBOVÉM SYSTÉMU DISTRIBUCE KÁVY A JEJÍ POČÍNÁNÍ ZAČÍNÁ VYPADAT, ŽE SI NENÍ JISTA, ZDA KRÁČET K VELKÝM PRODEJNÍM ČÍSLŮM, NEBO K EXKLUZIVITĚ A NÁROČNÝM ZÁKAZNÍKŮM.

Není pochyb o tom, že navzdory jasnému prvenství NESCAFÉ DOLCE GUSTO na českém trhu je právě Nespresso oním pionýrem, který jako první vložil čerstvě pomletou kávu do kapsle, aby tím významně ovlivnil domácí přípravu tohoto zbožňovaného nápoje. Na globální úrovni hodnota značky nadále roste, stejně jako její prodeje. Jedním z nejdůležitějších pro ni zůstává domácí švýcarský trh, což možná mnohé překvapí, protože je menší než celá řada velkých světových měst.

Poměrně nedávno zasáhlo na domácí půdě do stabilně rostoucích prodejů Nespressa uvedení kompatibilních kávových kapslí společnosti Migros. Jelikož je Migros sítí supermarketů, pocítilo dítě společnosti Nestlé vstup této novinky na trh velmi výrazně. Světová média tehdy dokonce psala, že se růst prodejů Nespressa snížil na pouhých 8 %, což bylo vůbec nejnižší číslo v historii značky. Ještě předtím prodával Migros kapsle ve své síti diskontů Denner, což mu však v té době soud dočasně zakázal.

Nekonečné soudní pře s producenty levnějších alternativ ovšem nikam moc nevedou a spíše se vyvíjejí v neprospěch Nestlé. Například v květnu loňského roku nerozhodl švýcarský soud ve sporu Nespressa se sítí Denner jednoznačně ve prospěch prvního jmenovaného. Přesněji řečeno, sice uznal, že má Nestlé právo hájit své kapsle, ale na druhou stranu nehrozí, že by si mohli spotřebitelé oba produkty splést. Denner tedy může dodávat na trh své kapsle dál. Nespresso se také v minulosti soudilo s vlastním enfant terrible – abych byl přesný, svým bývalým generálním ředitelem Jeanem-Paulém Gaillardem, který odstartoval s vlastní firmou Ethical Coffee Company výrobu kompatibilních kapslí.

Rozšiřování alternativ a parazitování na populárním systému na dalších trzích proto způsobuje firmě citelné ztráty, přičemž největší hrozbou jsou kapsle, které se dostávají do velkých řetězců. Firma může argumentovat, jak chce, že její káva je lepší a kvalitnější, že má jedinečné aroma, je tvořena unikátními směsmi, protože při konečném rozhodování bude hrát u lidí, kteří si koupí kávovar z řady U nebo Pixie, dle mého názoru větší roli cena kapsle

a také její široká dostupnost v běžných obchodech. Nemusím snad dlouze rozebírat, že při srovnání se zrnkovou arabikou průměrné kvality je kapslová káva celkem drahá a že Nespresso patří mezi nejdražší. Snaha spotřebitelů najít pro levné pořízení kávovar levné kapsle není proto vůbec překvapivá, stejně jako snaha podnikavých jedinců jim takový produkt nabídnout. Částečně jde o důsledek snahy proniknout se značkou do nižších cenových pater rozšířením portfolia kávovarů o levné modely, cenově srovnatelné s nabídkou NESCAFÉ DOLCE GUSTO – tedy oslovit spotřebitele, kterým jde u kávovaru a posléze i kávy primárně o cenu. Nespresso nicméně k roli košatého stromu obrostlého (polo)parazitickým jmelím směřovalo tak jako tak, protože to je zkrátka cena za velký růst. Méně rozšířená konkurence nemá nikdo důvod lézt do zelí a dodávat na trh levné kapsle pro její kávovary. K jmelí přirovnávám producenty alternativ proto, že nejsou typickými parazity, stejně jako jmelí, které díky fotosyntéze nějaké živiny stromu vrací – v tomto případě mohou alternativní kapsle přispět k většímu prodeji kávovarů pro systém Nespresso. O něco takového Nestlé ale vůbec nejde, jak vysvětlím v následujícím odstavci.

Protichůdné proudy

V rozporu se snahou oslovit v tuzemsku značkou masu, kdy se kávovary prodávají nejen v jediném českém obchodu Nespresso v Pařížské, nýbrž také v síti partnerů, je systém distribuce kapslí. Nespresso stojí odjakživa na klubovém prodeji, kdy mohou kávu nakupovat přes internet registrovaní členové (popřípadě po telefonu). Alternativou je návštěva originálního obchodu Nespresso. Jiná cesta ke kávě nevede, protože partneři značky, kteří prodávají její kávovary, nemohou sami kapsle nabízet.

Jde svým způsobem o úžasný koncept, protože celý byznys s kapslovou kávou nestojí na prodeji kávovarů, ale samozřejmě až následném prodeji kapslí. Osobně zastávám názor, že všichni hráči v této oblasti své kávovary dotují, ačkoliv to také všichni včetně Nespressa popírají. Nespresso tedy k tomu hlavnímu své partnery nepustí a používá je pouze k masové distribuci přístrojů a lapání dušiček. Firmě to bez jakýchkoliv pochyb zajišťuje větší ziskovost z prodeje kapslí. Mimoto vyvolává v zákaznících klubový prodej pocit jisté výjimečnosti – vše, co není běžně prodejné, musí být přece „něčím víc“, že?

Klubový prodej kávy měl svou logiku v kombinaci s původní image značky, jenže ve strategii co nejširšího zacílení už je spíš brzda. Pokud bych bydlel v menším městě, rád bych měl možnost si pro kávu „skočit“ do nejbližšího supermarketu, jak je tomu v případě NESCAFÉ DOLCE GUSTO a jiných. Se sblížením těchto dvou marketingově zcela oddělených sesterských značek mělo přijít uvolnění distribuce kávy. Samozřejmě vím, že něco takového není možné, protože Nespresso stojí na klubovém systému celosvětově a česká pobočka si nemůže v tomto směru dělat, co chce. Dovolím si proto tvrdit, že změna image značky není ku prospěchu jejího dalšího rozvoje, jelikož skutečně masovému rozšíření klubová distribuce kapslí vlastně brání. Pokud mi dojde káva, určitě nechci čekat den, než mi dorazí internetová objednávka. Jsem zhýčkaný městský spotřebitel a chci mít možnost si kávu koupit hned, pokud možno v deseti-minutové dojezdové vzdálenosti od domu.

Nejde mi také příliš do hlavy, jaký má nová strategie smysl, protože jednu masovou, navíc veleúspěšnou, kapslovou značku už Nestlé ve svém portfoliu má a postupně stírání rozdílů mezi ní a Nespressem je úplně nesmyslné.

A tak se dostávám zpět na začátek k samotnému nadpisu článku. Nespresso stojí na rozcestí a dumá, kterou z cest zvolit. Setrvání na místě nebo snaha jít po obou cestách budou značku poškozovat a mazat poslední zbytky image, kterou dlouhé roky vybudovala. Jejím zatím stále relativně malým konkurentům umožňuje rozdvojená osobnost snazší růst, byť to nemají ani tak lehké. Prodejce elektra mohou každopádně nalákat na možnost rozšíření nabídky obchodu nejen o kávovary, ale také kávové kapsle, čímž se stávají do budoucna zajímavějším partnerem.

Český trh a Nespresso

Do České republiky vstoupila značka Nespresso na konci roku 2005 a pod vedením dnes už bývalého generálního ředitele Josefa Voltra svízně rostla. Dařilo se jí to mimo jiné díky zvolené strategii, v jejímž rámci byl kávový systém jako celek (kávovary i káva) prezentován jako vysoce kvalitní, dá se říci prémiový. Na něco takového majetní Češi slyší prakticky v jakékoliv oblasti. Mimořádnost značky podtrhoval také značkový obchod a kavárna na té nejlepší pražské adrese, v Pařížské ulici.

Už více než rok probíhající proměna Nespressa ve „značku pro všechny“ smazala z její tváře usilovně budovanou image. Dlouhou dobu jsem nechtěl něčemu takovému věřit, jenže jednotlivé prezentace levných kávovarů, vždy o notný kus posouvajících dosavadní cenovou hranici směrem dolů, mě postupně přesvědčily, že Nespresso opravdu nabírá nový kurz. Definitivním potvrzením byla pak proměna luxusní kavárny a obchodu v Pařížské, kam mohl člověk zajít na šálek dobré kávy a vynikající dezert, ve výdejní místo kapslí a kávovarů. Teď trochu přeháním, protože interiér zůstal téměř stejný, nicméně zrušením kavárny a vytvořením druhého pultu pro prodej kapslí ztratil celý prostor onen šmrnc, jenž značku Nespresso dříve obklopoval při všech marketingových aktivitách.



Lubor Jarkovský

Viktor Fiala: Candy uvede ještě letos na trh pračku s ovládáním přes tablet nebo smartphone

SPOLEČNOST CANDY HOOVER MÁ PRO LETOŠEK VELKÉ PLÁNY A CHYSTÁ UVEDENÍ MNOHA NOVÝCH PRODUKTOVÝCH ŘAD I JEDNOTLIVÝCH VÝROBKŮ. NÁS ALE MIMO TO ZAJÍMALA SITUACE V SAMOTNÉ FIRMĚ A POHLED NA TRH JEJÍMA OČIMA. VYZPOVÍDALI JSME PROTO VIKTORA FIALU, GENERÁLNÍHO ŘEDITELE ČESKÉHO ZASTOUPENÍ FIRMY, KTERÝ SE S NÁMI PODĚLIL TAKÉ O SVÉ HODNOCENÍ LOŇSKÉHO ROKU.

Značka Candy je stálíci na českém trhu a není třeba ji dlouze představovat. Jak se daří českému zastoupení v současných nelehkých tržních podmínkách?

Značka Candy působí na českém trhu již od devadesátých let, ale vlastní zastoupení je relativně mladé a existuje teprve od roku 2001. Za dobu svého působení si dokázala značka Candy vybudovat významnou pozici a dosáhnout výsledků, které odpovídají významu značky i v mezinárodním měřítku.

V současné době, která samozřejmě není nijak jednoduchá, klademe velký důraz na inovace a technologickou vyspělost výrobků, což jsou pro nás základní atributy pro to, aby značka mohla být na trhu dlouhodobě úspěšná. Snažíme se uvádět a uvádíme na trh výrobky s vyšší přidanou hodnotou, se kterou se naši zákazníci dokáží identifikovat a kterou dokáží ocenit.

Jako příklad mohu uvést novou řadu praček GrandO'Vita se zabudovanou wi-fi, kterou budeme uvádět letos na trh a ve které jako jedni z prvních reálně nabídneme možnost dálkového ovládání pračky přes tablet nebo chytrý telefon.

Je skutečností, že s prodejními výsledky za uplynulý rok nejsme spokojeni: rok 2013 jsme ukončili přibližně 5 % pod naším plánem. Nicméně vzhledem k připravovaným projektům a novinkám věříme, že rok 2014 bude opět rokem růstovým.

Loni se na trhu uvolnilo

pádem dvou výrobců poměrně dost místa. Pociťili jste už uvolnění pozic? Například v kategorii vrchem plněných praček, kde byl Fagor významnou silou.

Jistě se s touto změnou uvolnilo na trhu určité místo, ale je třeba říct, že se uvolnilo na trhu, který je z pohledu dodavatelů velmi těsný, přesycený a z hlediska kon-

kurenčního prostředí velmi vyhraněný. V takové situaci není možné aplikovat zjednodušené modely a rovnice. Z našeho pohledu se jedná spíše o selektivní proces ve vybraných produkto- vých kategoriích, které nás zajímají a na které se zaměřujeme. Uvedu konkrétní příklad, určité segmenty vestavných spotřebičů Baumatic byly cenově postaveny velmi podobně, jako jsou vestavné spotřebiče Candy, což umožnilo snáze získat a získávat části prodeje ve vybraných segmentech. Oproti tomu příklad vrchem plněných praček, který zmiňujete, pro nás neznamenal žádný významný zisk ani výhodu, a to z důvodu, že se jedná a jednalo především o cenově nejnižší segment, ve kterém se značka Candy dlouhodobě neprofiluje.

Poměrně rychlý konec dvou značek vyvolal na českém trhu domácích spotřebičů velké pozdvižení a jednotliví prodejci jsou nyní mnohem ostražitější. Pocho- pitelně nechtějí, aby na nich zůstala u další firmy povinnost záručních oprav, které jim nikdo neproplatí.

V souvislosti s tím se trhem začaly šířit divoké spekulace, kdo by mohl padnout jako třetí v pořadí. Myslíte, že k něčemu takovému může letos dojít?

Jedná se o značně spekulativní otázku, na kterou se obávám, že v současné době jen málokdo, či snad nikdo není schopen poskytnout relevantní odpověď. Na jednu



stranu i my jsme zaregistrovali určitou nespokojenost obchodníků s řešením záručních oprav v případech, které sám uvádíte, a z toho vyplývající případné obavy do budoucna. Na druhou stranu je třeba si uvědomit, v jakém prostoru se nyní všichni pohybujeme. Myslím tím především to, že se pohybujeme ve velmi dynamickém, až turbulentním prostředí, kde je vše podřízeno maximalizaci výkonů a snižování odpovídajících nákladů, přičemž s jednotlivými produkty a dopady procesu globalizace se potkáváme prakticky dennodenně. Osobně předpokládám, že v takovém prostředí nelze očekávat nic jiného než další pokračování a prohlubování procesu profílce trhu, který zdaleka není ještě ukončen, zvyšování koncentrace kapitálu, a to samozřejmě jak na straně průmyslu, tak na straně retailu. Pokud se týká značek Candy a Hoover, připravujeme naopak rozšiřování našeho

produktového portfolia a uvedení několika nových a významných novinek na trh během tohoto roku.

V minulém vydání jsme hovořili s Miroslavem Veselým z BSH na téma zásahu České národní banky do kurzu měny, přičemž on uvedl, že firma pocítila krátkodobé oživení trhu. Jaký máte na tuto operaci ČNB názor vy? Pomohla trhu?

Ano, i my jsme samozřejmě se zásahem ČNB do změny kurzu české koruny pocítili pozitivní efekt v určitém oživení trhu, ale je třeba říci, že se opravdu jednalo o relativně krátkodobý efekt na přelomu roku 2013 a 2014. Primárním cílem intervence ČNB byla a je především podpora proexportní politiky, naše pozice jako dovozců je na druhé straně a samozřejmě se projevila v úpravách, v tomto případě růstu cen na letošní rok. Růst cen je citelnější u nás dovozců, kteří nakupují v eurech, zatímco v amerických dolarech byl nárůst mírnější. Ve střednědobé perspektivě předpokládáme, že trh toto zdražení bez významnějších výkyvů absorbuje.

Candy Hoover Group se sídlem v Itálii je tradiční evropskou značkou, která má na starém kontinentě také práva na značku Hoover. Kde všude se nacházejí vaše výrobní závody?

Společnost je majitelem značek Candy a Hoover, ale i dalších značek, jako jsou Rosieres, Zerowatt, Iberna, Helkama, Jinling, Vyatka a nově i Baumatic ve Velké Británii. Výrobní závody společnosti jsou rozmístěny v Itálii, v České republice, Francii, Španělsku, Turecku, Rusku a samozřejmě v Číně.

Není žádným tajemstvím, že Evropa celkově není v oblasti prodeje domácích spotřebičů v současnosti tím nejlepším odbytištěm. Nespoupracujete s některým z asijských výrobců s cílem proniknout na dynamičtější trhy dál na východ?

Společnost Candy Hoover Group neboli CHG úspěšně partnersky spolupracuje již několik let s firmou Homa, se kterou společně financují „R&D“ a spolupracují na vývoji nových platforem chladniček. CHG je současně pro firmu Homa jedním z největších odběratelů.

Velmi podobná situace je i u firmy Midea, která se specializuje na výrobu myček.

Konečně, je třeba zmínit Jinling, který představuje jednu z posledních akvizic CHG v Číně.

Jedná se zejména o továrnu na výrobu praček, která v současnosti prochází

významnou expanzí na rozšíření výrobních kapacit (cca 2 mil. kusů praček ročně), i samotnou značku Jinling, která je tradiční čínskou značkou praček, zejména v oblasti jižní Číny.

Aktuálně se věnujeme v čísle tématu sušiček. Co můžete v oblasti péče o prádlo nabídnout a proč by měli obchodníci svým zákazníkům doporučit právě vaše řešení?

Naše pračky a sušičky stojí stejně jako další spotřebiče na inovativních funkcích a významně přidané hodnotě pro uživatele. Kategorie sušiček představuje velmi zajímavý, rostoucí a současně profitabilní segment trhu, stejně tak jako kategorie pračko-sušiček, které v uplynulém roce zaznamenala téměř 30% nárůst.

Nové modely sušiček jsme představili již v posledním kvartálu loňského roku, ale pro tento rok máme připravenou novou řadu GrandO'Vita, která naváže na zcela novou modelovou řadu v kategorii praček se stejným názvem.

Nová řada praček bude pochopitelně v nejúspornějších energetických třídách a bude vybavena spolehlivými a tichými invertorovými motory včetně dotykových displejů, což je v dnešní době neodmyslitelnou součástí našeho života. Jak jsem zmínil již v úvodu, nejvyšší modely této řady nabídnou ovládání přes bezdrátovou síť. Této nové síti, která může propojit celou domácnost, říkáme Simply-fi.

Inovativní a technická řešení, které značka Candy uvádí či bude v blízké budoucnosti uvádět na trh, jsou důkazem toho, že společnost CHG sleduje nejnovější trendy v oboru a snaží se je ukázat a přinést svým zákazníkům a spotřebitelům. Jako společnost jsme pevně přesvědčení o tom, že inovace a rozvoj nových technologií jsou základem pro úspěšnou budoucnost.

A ještě nesmíme zapomenout na značku Hoover. Alfou a omegou jsou pro ni samozřejmě vysavače, ale víme, že působí také v oblasti velkých domácích spotřebičů.

Pro značku Hoover jsou samozřejmě

vysavače a úklidová technika velmi důležité, nicméně i v oblasti bílé techniky nabízí značka Hoover skvělá řešení. Například díky velmi širokému sortimentu pračko-sušiček Hoover uvede na trh novinku s kapacitou 11+7 kg, ale kromě toho také model v hloubce slim, což na našem trhu představuje unikátní řešení.

Dále chystáme i významnou obměnu vestavných spotřebičů Hoover. Mně osobně se velmi líbí například nová celolitínová plynová deska s LED podsvícením.

V oblasti vysavačů a úklidové techniky připravujeme uvedení na trh množství novinek. Aktuálně například zcela nový čistič koberců, který díky své progresivní konstrukci nabízí skvělé výsledky čištění a již brzy se s ním setkáte v obchodech. Za pozornost budou stát také nové tyčové vysavače s lithiovou baterií a samozřejmě nesmíme zapomenout na nové modely vysavačů v druhé polovině roku, splňující nové evropské normy, které vstoupí v platnost v září 2014.

A jaké novinky chystáte teď na jaro?

V oblasti volně stojících spotřebičů bych rád zmínil nové vrchem plněné pračky v třídě A+++ , novou řadu chladniček Krio Vital s nerezovými madly a nerezovými lištami na skleněných policích. Dále je to nová řada sporáků s šířkou 50 a 60 cm z naší továrny v Turecku. Velmi zajímavě se jeví nová poloprofesionální řada sporáků s šířkou 90 cm s až dvěma troubami. Ty budou k dispozici jak se sklokeramickými, tak plynovými deskami.

Opomenout nesmím ani na vestavné trouby, kde dojde k navýšení jejich objemu a posunu do kategorie A – 20 %. Na výběr budou modely od 69 l až po 78 l včetně speciální funkce čištění nazvané AquaActive. Doplnovat je budou indukční desky s duálními zónami pro vaření ve velkých podlouhlých nádobách.

V oblasti vysavačů bych rád zmínil alespoň jednu zajímavost - novou řadu robotických vysavačů vybavenou opět technologií wi-fi.





Indesit začíná stavět v Turecku továrnu na pračky. V příštích letech chce výrazněji růst také mimo evropské trhy

INDESIT COMPANY JE DRUHÝM NEJVĚTŠÍM VÝROBCEM DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ V EVROPĚ A FIRMĚ SE DLOUHODOBĚ DAŘÍ ZŮSTAT V ČERNÝCH ČÍSLECH NAVZDORY CELOEVROPSKÉMU POKLESU POPTÁVKY PO DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČÍCH, KTERÁ TÍŽÍ PRAKTICKY VŠECHNY FIRMY PŮSOBÍCÍ NA STARÉM KONTINENTĚ. INDESIT PROTO S OHLEDEM NA DALŠÍ RŮST A POZITIVNÍ ROZVOJ FIRMY POTŘEBUJE PRONIKAT NA NOVÉ TRHY. STRATEGII EXPANZE POTVRZUJE TAKÉ KONCEM ÚNORA OHLÁŠENÁ STAVBA NOVÉ TOVÁRNY V TURECKU, DO NÍŽ INVESTUJE ITALSKÁ FIRMA 35 MILIONŮ EUR.

Když se podíváme blíže na finanční výsledky Indesit Company, v množství ekonomických ukazatelů, obrátů a příjmů narazíme v závěru na ty nejzásadnější cifry. V loňském roce dosáhla firma i přes citelný pokles poptávky v Evropě zisku (EBIT) 84 milionů eur a rok předtím 113 milionů. V Evropě má velmi silnou pozici a daří se jí hlavně ve Velké Británii a východní Evropě.

Loňský rok nebyl v kategorii velkých spotřebičů v Česku nijak špatný, ale z celoevropského měřítká už situace tak slavná nebyla, jak je uvedeno v předchozím textu. I tento trend měl vliv na krach španělského Fagoru, jehož nákladná španělská výroba nebyla schopná konkurovat levnější produkci ve východní části

kontinentu nebo v Turecku. O snížení poptávky a negativním vývoji v Evropě informovaly v průběhu roku také další společnosti, jako Whirlpool či Electrolux, kterým se v rámci rozvíjených oblastí dařilo například v Severní Americe. Není divu, že všechny firmy na situaci v Evropě reagují – ať už jde o krátkodobá řešení v podobě rozpočtových škrtů, nebo dlouhodobější strategické změny, které si zpočátku žádají naopak významné investice a firmám se vrátí v případě správného odhadu vývoje v horizontu několika let.

Strategická rozhodnutí

Indesit Company už pracuje na své prorůstové strategii mnoho let – ostatně právě kvůli zajištění své bu-

doucnosti v roce 2001 koupila 50 % původní britské firmy produkující spotřebiče Hotpoint a v roce 2008 získala značku kompletně. Další investicí byla koupě prémiové francouzské značky Scholtès, díky níž zařadila do svého portfolia také produkty pro náročné spotřebitele. Další nákupy v Evropě už ovšem z pohledu našeho časopisu nemají smysl, protože má firma nyní značku Indesit coby základ pro mladé rodiny, Hotpoint pro náročnější zákazníky a Scholtès pro ty, kteří touží po výjimečných výrobcích. Logickým krokem je tak expanze na další trhy, k níž by měla bezpochyby přispět také nově budovaná továrna na pračky. Ve výsledku lze očekávat, že Indesit Company viditelně posílí nejen na tamním po dlouhé



roky růstovém trhu. A zapomínat nesmíme na všeobecný požadavek zefektivňování výroby, tedy produkci v zemích s výrazně nižšími náklady, kterým se neřídí pouze Indesit. Na druhou stranu si musí každá seriózní firma zajistit udržení kvality výroby, což například při zadávání zakázek čínským výrobním závodům je téměř nemožné. Indesit proto touto cestou nejde a volí raději investici do vlastní továrny v blízkém Turecku.

Po chladničkách pračky

V turecké Manise, kde se stavba nové továrny chystá a kde byl 26. února slavnostně položen základní kámen, už Indesit jeden výrobní závod má. V roce 1994 zde Italové koupili továrnu na chladničky, u níž díky investicím během posledních 20 let navýšili výrobní kapacitu ze

100 tisíc na 1,5 milionu kusů. Vzhledem k obrovskému ekonomickému růstu Turecka během posledních 10 let a jeho strategické pozici na mapě světa se proto rozhodli vybudovat druhou továrnu právě zde. Nový závod bude postaven hned vedle původní výroby chladicí techniky na ploše 32 000 m² a zaměstná zhruba 750 lidí. Indesit počítá s produkcí 1,4 milionu praček ročně, z nichž 80 % bude určeno pro export a 20 % zůstane na tureckém trhu.

Velké plány

Indesit Company nevnímá Turecko pouze jako producenta zboží, nýbrž také jako důležité odbytiště. Jenom v posledních dvou letech bylo v Turecku otevřeno 325 nových obchodů značky Hotpoint a do dvou let by jich mělo být v celé zemi minimálně

800. K dosažení tohoto cíle bude jenom na marketing vyčleněno 65 milionů eur.

Priority pro rok 2014

Když se vrátíme k širšímu pohledu na Indesit Company, rýsují se pro letošní rok ještě další strategické priority. Jednou z nich je investice do domácí italské výroby dražších a vestavných spotřebičů, dále uvedení malých domácích spotřebičů na další evropské trhy a představení zásadních produktových novinek, které nemusejí být všechny dostupné na českém trhu. Očekáváno je každopádně uvedení praček a chladniček s ovládáním Dialogic, které umožní nastavení, ovládání a kontrolu stavu spotřebiče přes chytrý telefon nebo tablet.

Lubor Jarkovský





Sušičky Hotpoint – zdokonalené technologie pro vyšší úsporu energie a větší ochranu prádla

TECHNOLOGIE TEPELNÉHO ČERPADLA PRO DOSAŽENÍ ENERGETICKÉ TŘÍDY AŽ A++, NOVÝ SOFT MOTION MOTOR PRO PROFESIONÁLNÍ PÉČI O PRÁDLO BEZ NAMÁHÁNÍ VLÁKEN A VYBLEDNUTÍ BAREV, SPECIÁLNÍ CYKLY IRON ZONE PRO JEDNODUŠŠÍ ŽEHLENÍ, PATENTOVANÝ ANTIALERGENNÍ SYSTÉM NEBO MOŽNOST NASTAVENÍ AŽ 85 KOMBINACÍ SUŠENÍ, ZE KTERÝCH SI VYBERE KAŽDÝ PŘESNĚ DLE SVÝCH POŽADAVKŮ. TO JSOU NOVÉ SUŠIČKY HOTPOINT DESIGNOVÝCH ŘAD AQUALIS A FUTURA.



HOTPOINT AQUALIS

Nové modely sušiček Hotpoint Aqualtis dosahují energetické třídy až A++ díky technologii tepelného čerpadla, která využívá termodynamický systém namísto nákladného ohřívání. Díky němu je možné zajistit velmi nízké a konstantní teploty sušení v průběhu celého cyklu, a vyhnout se tak závěrečné ochlazovací fázi. Dokonalého výsledku sušení dosáhnete již v rozmezí teplot 15–45 °C, přičemž prádlo si zachovává své vlastnosti a barvu po delší dobu a energetická úspora je až 45 % ve srovnání se sušičkami třídy A.

Opotřebovávání a žmolkovatění prádla zabraňuje nový Soft Motion motor. Ten variabilně mění rychlost a snižuje mechanické pohyby bubny. Doplněn je o inovativní design unašečů prádla v bubnu. Jejich zvlněný povrch vytváří vzduchové kapsy, které jemněji posouvají prádlo bez zadržování, a ochraňují tak původní barvy a tkaniny. Změn se dočkala také nádržka na vodu, která je větší, není ji tedy nutné vyčistit tak často. Navíc disponuje kromě klasického velkého otvoru také malým, který umožňuje vodu přelít například do napařovací žehličky.



S kapacitou až 9 kg umožňují sušičky Hotpoint Aqualtis vybrat až 7 automatických úrovní sušení s různou hladinou zbytkové vlhkosti pro nejlepší péči o vaše prádlo a na míru tomu, co s prádlem následně uděláte („Vlhké“, „K žehlení“, „Ramínko“, „Prádelník“ a „Extra suché“). Standardní nabídka programů je rozšířena o speciální program pro rychlé provzdušnění prádla, program pro sušení peřin nebo program pro jemnou péči o dětské prádlo, cyklus pro péči o plyšové hračky nebo Heat & Enjoy, který zahřeje například ručníky na teplotu 37 °C a tu udržuje až 4 hodiny nebo dokud cyklus není vypnut. Novinkou je možnost zvolit si program péče před sušením a po něm. Ten v případě odloženého startu nebo po ukončení sušení, než je náplň vyndána, otáčí pozvolna bubnem, aby se prádlo v sušičce nemačkalo (touto nabídkou programů disponují také sušičky řady Futura).

HOTPOINT FUTURA

Díky inteligentní funkci Smart Dry Program Manager jsou vybrané modely sušiček Hotpoint Futura schopny vysušit všechny druhy vláken v 85 různých kombinacích, a to díky 16 automatickým programům, až 9 přídavným možnostem a 7 úrovním sušení. Elektronické řídicí zařízení a čidla jsou umístěny uvnitř bubnu, zde detekují teplotu a vlhkost a udržují je ve správném poměru podle příslušného nastavení. Tak má každá tkanina zaručenu maximální ochranu.

Novinkou je sada tří cyklů Iron Zone pro snadné žehlení. Prvním z nich je „Péče před žehlením“, který pomocí přesně cílených pohybů bubnu zmírní pomačkání látky. Program „Méně zamotané prádlo“ využívá nepravidelného zpětného chodu bubnu a zabraňuje zaplétání prádla. Poslední v řadě je revoluční cyklus „Připravené k žehlení“, který má zažádáno o udělení patentu. Díky němu můžete sušit bavlnu i syntetiku najednou, aniž byste se obávali poškození oblečení. Inteligentní sušička vás totiž upozorní zvukovou signalizací na vysušení syntetiky, kterou můžete ze sušičky vyndat, a následně dosušit i bavlnu. Vybrané modely sušiček Hotpoint Futura jsou vybaveny patentovaným antialergenním systémem, certifikovaným Britskou nadací pro výzkum alergií (British Allergy Foundation). Ten udržením vysoké teploty 70 °C a nízké vlhkosti umožňuje odstranit z prádla nejčastější alergeny, jako pyly, roztoče, plísňe a zvířecí srst.





Nástup sušiček pokračuje

OBJEMOVĚ NEJSOU SUŠIČKY PRÁDLA VE SROVNÁNÍ S PRAČKAMI ČI CHLADNIČKAMI TAK VÝZNAMNOU PRODUKTOVOU SKUPINOU, ALE V POSLEDNÍM ROCE O NĚ ZAČAL STRMĚ STOUPAT ZÁJEM A PROCENTUÁLNĚ TRH NAROSTL O DESÍTKY PROCENT, JAK INFORMUJE GFK NA STRANĚ 41. DŮVODEM JE ROZŠÍŘENÍ TECHNOLOGIE TEPELNÉHO ČERPADLA A S NÍM OPRAVDU VÝRAZNÝ POKLES SPOTŘEBY ENERGIE. MÍSTO ENERGETICKÝCH TŘÍD B SE ZAČALY OBJEVOVAT NEJPRVE PŘÍSTROJE V TŘÍDĚ A, POZDĚJI PAK A+, A++, NEBO DOKONCE A+++. SPOTŘEBITELÉ NA TECHNOLOGICKÝ POKROK V TOMTO PŘÍPADĚ JEDNOZNAČNĚ SLYŠÍ. I PROTO NENALEZNETE V NAŠEM PŘEHLEDU ANI JEDEN MODEL BEZ TEPELNÉHO ČERPADLA.

Najít na českém trhu značku, která má v nabídce sušičky prádla a ještě nezařadila modely s tepelným čerpadlem, se nám už při letošní přípravě produktového přehledu nepodařilo. Přestože se ještě stále prodávají klasické kondenzační sušičky v třídě B, trhu dominují modely s tepelným čerpadlem a mnohonásobně nižší spotřebou. Spotřebitelé evidentně příliš neřeší fakt, že pořizovací cena sušičky bez tepelného čerpadla je poloviční, i nižší a investice do úsporného modelu se jim většinou nevyplatí. Během života spotřebiče totiž „nusoří“ dostatečné množství energie, aby se jim rozdíl v pořizovací ceně vyrovnal – to by museli sušit prádlo snad pro všechny sousedy v okolí. Buď takové výpočty mnoho lidí před koupí nedělá, nebo zkrátka nechtějí domů energetického otesánka, který bude mnohem víc zatěžovat životní prostředí. Většinu zákazníků zaujme u sušiček dnes už běžné označení A+ či A++, které nebyli ještě před dvěma třemi lety zvyklí vídat. Spolu s chytrým postaveným marketingem a prezentací výrobku není těžké zájemce přesvědčit, aby model s tepelným čerpadlem pořídil.

Proč doporučit sušičku

Spotřebič určený k sušení prádla ještě není v Česku vnímán jako jeden ze základních kamenů výbavy domácnosti. Sem nesporně patří chladnička, pračka a varné řešení, ať už volně stojící nebo vestavné. Postupně se mezi tyto spotřebiče zařazuje také myčka nádobí, i když skálopevně v základu ještě nestojí. Sušička už potom vůbec ne. Laik ji často vnímá jako zbytečnost, která jen spotřebovává energii a dělá to, o co se postará zapnuté topení nebo slunce. Jenže to je příliš zjednodušený a zkreslený pohled na sušičku.

Když pomíneme nejběžnější argumentaci pro její nákup – tedy méně práce s nošením prádla a jeho věšením, případně ušetřený čas – narazíme na ještě pádnější důvody pro její koupi. Prvním je zbavení prádla prachu a zbytků prášku. Už při prvním použití bude zákazník překvapen, kolik nečistot, především tedy prachu, v jeho prádle zůstává. Díky moderním programům osvěžení prádla proudem vzduchu lze také zbavit prachu a nečistot svetry, deky a různé přehozy, aniž by je bylo potřeba klepat na balkoně nebo z okna, přidejme ještě, že poměrně neefektivně.

Dalším podstatným argumentem pro koupi sušičky je do určité míry vyhlazení prádla po praní. Jinými slovy není většinu prádla potřeba žehlit, až na košile do obleku a jiné formální oblečení. Spotřebovaná energie při žehlení plně náplně sušičky zhruba odpovídá spotřebě jednoho sušičího cyklu. Pokud tedy uživatel prádlo žehlí, argument v podobě zvýšení účtu za elektřinu při pořízení sušičky je v podstatě neplatný.

Moderní sušičky také prádlo výrazně nenamáhají a nepoškozují. Pouze je nutné číst pečlivě cedulky a nedávat do sušičky na nejvyšší teplotu prádlo, které v ní být nemá.

Čištění

Efektivita sušičky se výrazně mění s tím, jak se zanáší její filtry prachem. Hlavní filtr, vyjímatelný po otevření dvířek bubnu, zachytí většinu prachu. Část ho ale proniká ještě k filtru před kondenzátorem. Pokud uživatel tento filtr pravidelně nečistí, nejlépe po každém sušení, spadne brzy sušička reálnou spotřebou do energetické třídy B nebo horší. Například společnost BSH proto představila před časem patentovaný systém samočisticího kondenzátoru, který udržuje efektivitu sušičky na nejvyšší úrovni bez nutnosti manuálního zásahu.

AEG T97689IH

Nově představená sušička německé značky AEG se vyznačuje velmi úsporným provozem, který dokládá zařazení do energetické třídy A+++.

Sušit v ní lze až 8 kg prádla najednou, přičemž o otáčení bubnu se stará tichý a spolehlivý invertorový motor. Sušička je řazena mezi modely ProTex Plus s certifikátem Woolmark Gold, který zajišťuje spolu s jemným XXL bubnem a inteligentním systémem OptiSense nejšetrnější péči o prádlo. OptiSense upravuje chod programu podle vlhkosti a velikosti náplně, aby se prádlo nesusilo zbytečně dlouho. V bubnu naleznete osvětlení vnitřního prostoru. Na čelní straně sušičky je přehledné ovládání s dotykovým LCD displejem. Za chodu vydává sušička hluk 62 dB.



Bauknecht TRKA-HP 7751

Na český trh nedávno uvedená sušička s tepelným čerpadlem usuší až 7 kg prádla a pracuje v úsporné energetické třídě A++.

Vyznačuje se technologií Green Intelligence se senzorem, který zjišťuje množství prádla a jeho vlhkost, a podle toho přizpůsobuje délku celého programu. Funkce EcoMonitor zase uživatele informuje o očekávané spotřebě energie s ohledem na naplnění bubnu a volbu programu. Sušička je vybavena LED displejem a elektronickým ovládáním se 14 programy. Při sušení vydává hluk až 71 dB.



BEKO DPU 7380 X

Další 7kg sušičkou v přehledu je novinka BEKO s programem BabyProtect a automatickým senzorem sušení FlexySense. V praxi to znamená, že stačí před spuštěním programu nastavit požadovaný stupeň vysušení prádla a optimální teplotu, aby sušička činnost ukončila, jakmile je dosaženo zvolené úrovně. Ve výběru funkcí nechybí kromě 16 programů také automatický systém proti pomačkání. Spotřebitelé jistě uvítají rychlé programy – například Denní sušení 4 kg prádla za 60 minut nebo rychlý program Xpress 35, který usuší 8 košil (2 kg prádla) za 35 minut. Hlučnost sušičky činí 66 dB.



Bosch WTY88780EU

Vyspělá 8kg sušička s ActiveAir Technology neboli tepelným čerpadlem je vybavena pokročilým systémem SelfCleaning Condenser, který se stará o automatické čištění kondenzátoru. U této sušičky tedy není potřeba kondenzátor čistit manuálně a nedochází u ní k poklesu efektivity. Spotřebič spadá do energetické třídy A++. Při výběru programu nechybí možnost volby mezi rychlým a ekonomickým sušením, označovaná jako funkce VarioPerfect. Tuto funkci umožňuje asynchronní kompresor s proměnlivou rychlostí otáček. Vše doplňuje technologie AutoDry, upravující program sušení podle zjištěné vlhkosti prádla. Jakmile je dosaženo požadovaného stupně vysušení, cyklus je automaticky ukončen. Za běhu dosahuje hlučnost tohoto modelu 63 dB.



Lexikon

Energetické třídy

U sušiček prádla byly v Evropské unii schváleny nové štítky, které museli začít výrobci používat nejpozději k 29. květnu 2013. Nově přibýly třídy A+, A++ a A+++ a nadále zůstávají třídy A, B, C a D. Jelikož se ale technologie tepelného čerpadla objevila už mnohem dříve a výrobci byli nuceni komunikovat výraznou úsporu v energetické spotřebě

v marketingových materiálech, uváděli původně třídu A+ jako A – 30 %, A++ jako A – 50 % a A+++ jako A – 60 %, kdy se procentuálně vyjadřovalo, o kolik úspornější je daný model ve srovnání s třídou A. V současnosti se ještě doplnkově procentuální vyjádření používá, i když většina už vede komunikaci pouze pomocí oficiálně schválených tříd.



Electrolux EDH3897SDW

Z katalogu švédské značky jsme do přehledu vybrali model v energetické třídě A++ s kapacitou na 9 kg prádla. Nabízí jednoduché a přehledné elektronické ovládání s displejem, certifikaci Woolmark Gold a funkci MyFavourites s možností uložení oblíbených a často používaných nastavení. O její chod se stará tichý invertorový motor, na který poskytuje výrobce záruku 10 let. Méně tradiční funkcí jsou parní programy, určené k odstranění pomačkání nebo pachů z oděvů. V technologické výbavě nechybí senzor vlhkosti prádla, který sušení zastaví, jakmile je dosaženo zvolené úrovně zbytkové vlhkosti. Sušička vydává za chodu hluk na úrovni 65 dB.



Gorenje D9866E

V závěru loňského roku představená sušička v nejúspornější energetické třídě A+++ má kapacitu na 9 kg prádla a používá k sušení technologii tepelného čerpadla. Používá elektronické ovládání doplněné o LCD displej. Z nastavení a programů stojí za zmínku senzorové sušení s možností 2 stupňů vlhkosti v případě syntetiky, 4 u bavlny a 1 u jemného prádla. Nechybí ovšem ani časový způsob sušení. Sušička používá také technologii Ion-Tech (vyhlazení vláken ionizátorem vzduchu) a systém TwinAir (dvousměrné proudění vzduchu). Najdete u ní i SteamTech neboli sušení s přídavkem páry. Její hlučnost dosahuje hodnoty 66 dB.



Candy EVOH 9813 NA2

Sušička řady Grand'O Evo s tepelným čerpadlem a v energetické třídě A++ je určena k sušení až 8 kg prádla. Podobně jako další konkurence disponuje senzorem vlhkosti, jež Candy nazývá Sensor Drying System. Díky němu pracuje sušička efektivně a nesusí prádlo déle, než je nutné. Specialitou Candy je potom nádoba EasyCase na vodu, umístěná přímo ve dvířkách sušičky – je snáze vyjímatelná a podle výrobce se s ní lépe manipuluje. Z dalších specifikací zaujmou dvířka s průměrem 40 cm, integrovaný displej a velký počet programů (19). Hlučnost činí 68 dB.

těná přímo ve dvířkách sušičky – je snáze vyjímatelná a podle výrobce se s ní lépe manipuluje. Z dalších specifikací zaujmou dvířka s průměrem 40 cm, integrovaný displej a velký počet programů (19). Hlučnost činí 68 dB.



Hotpoint AQC9 6F7 TM1 (EU)

Novinka v produktovém portfoliu značky Hotpoint patří do řady Aqualtis a je designově sladěná s pračkami téže produktové linie. Dvířka a otevíranou část tvoří stříbrná čelní strana i s ovládacími prvky a displejem. Do jejího bubnu se vejde až 9 kg prádla, které je schopná sušit senzorově i časově. V případě senzorového sušení má uživatel na výběr

7 úrovní, přičemž k sušení je použita technologie tepelného čerpadla. Díky němu nese spotřebič označení energetické třídy A++. V programové nabídce se kromě standardních položek nachází také program pro sušení ložního prádla a ručníků, program pro přikrývky a deky, program k osvěžení prádla a program k ohřátí ručníků. Hlučnost za chodu činí 70 dB.

Tepelné čerpadlo

Princip fungování odpovídá systému, který používají chladničky nebo mrazáky. Laicky řečeno je u sušiček pouze opačný. Vlhký vzduch z bubnu míří ke kondenzátoru, ve kterém je chladivo s teplotou varu nižší, než je teplota přicházejícího vzduchu. Zde dochází k přenosu tepla na chladivo, čímž dochází k odpařování chladiva. Díky tomu

to ochlazování kondenzuje vlhkost z přiváděného vzduchu a je odváděna až do zásobníku na vodu. Páry chladiva jsou neustále nasávány kompresorem a stlačovány, čímž dochází k jejich ohřátí. Tímto teplem se následně ohřívá suchý vzduch, nasávaný ventilátorem do bubnu. Kapalnému chladivu se snižuje teplota a je odváděno zpět do kondenzátoru, kde opět ochlazuje přiváděný vlhký vzduch.



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 ovládní 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.



Philco PDC 840 E

V nabídce původně americké značky Philco, kterou v kategorii domácích spotřebičů vlastní Electrolux a v Česku distribuuje její výrobky společnost FAST, jsme našli tuto sušičku na 8 kg prádla. Vybavená je tepelným čerpadlem, které jí zajišťuje zařazení do energetické třídy A+. Český distributor zdůrazňuje provedení ovládacího panelu v českém jazyce, velký LCD displej a LED osvětlení bubny pro lepší přehled o prádle. Sušička také používá invertorový motor. Na výběr má uživatel senzorické i časové sušení. Během sušení vydává spotřebič hluk na úrovni 66 dB.



Siemens WT48Y780EU

Druhou značku německého koncernu BSH zastupuje v přehledu model z řady iQ800 s patentovanou technologií SelfCleaning Condenser – stejně jako zástupce značky Bosch je vybavena samočisticím kondenzátorem, tudíž u ní nedochází k poklesu efektivity provozu jako u běžných sušiček, pokud je uživatel pravidelně nečistí. Sušička je také vybavena tepelným čerpadlem, asynchronním motorem s proměnlivou rychlostí otáček, elektronickým ovládním s TFT displejem, LED osvětlením bubny a senzorickým sušením autoDry. Hlučnost u tohoto modelu dosahuje pouze 63 dB.



Indesit IDCE 845 A ECO

Cenově velmi dostupnou sušičkou s tepelným čerpadlem, která patří na českém trhu už delší dobu k hojně prodávaným, je tento model z dílny italského Indesitu. Uživatelé nabízí kapacitu na 7,5 kg prádla, které suší buď automaticky dle zbytkové vlhkosti (senzorové sušení), nebo klasicky časově. Díky tepelnému čerpadlu se řadí do energetické třídy A. V rámci 16 přednastavených programů je schopna sušit také choulostivou vlnu nebo jen osvěžit prádlo proudem vzduchu. Nastavit u ní můžete poloviční teplotu, odložený start i funkci „Snadné žehlení“. Za chodu vydává hluk na úrovni 69 dB.



Whirlpool AHIC 792

Americký výrobce domácích spotřebičů Whirlpool uvedl na český trh aktuálně tři nové modely sušiček s tepelným čerpadlem. Dva nejvyšší modely blíže prezentuje v samostatném článku na straně 46. My jsme proto vybrali do přehledu model třetí, který usuší najednou až 7 kg prádla. Najdete u něho technologii 6. smysl InfiniteCare, která sama nastaví teplotu a po celou dobu upravuje proces sušení na základě informací z inteligentních senzorů. Sušička pracuje v energetické třídě A++ a dokonce informuje o předpokládané spotřebě (funkce EcoMonitor). Mimo jiné používá diagonální proudění vzduchu a osvětlení bubny. Hlučnost za chodu dosahuje 69 dB.

Samočisticí kondenzátor

Takzvaný SelfCleaning Condenser je patentovanou technologií BSH, se kterou se setkáte u sušiček značek Bosch a Siemens. Funguje na principu automatického proplachu kondenzátoru po každém sušení. Díky tomu zůstává

kondenzátor čistý a uživatel z něho nemusí manuálně odstraňovat prach. Nadále ale musí čistit základní filtr, který zachycuje většinu prachu a nečistot hned na výstupu vzduchu z bubny sušičky.

SUŠIČKY A PRAČKY SE SUŠIČKOU NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

TRH SUŠIČEK NADÁLE DYNAMICKY ROSTE. ZA UPLYNULÝ ROK¹ SE VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH² ZVÝŠILA POPTÁVKA PO TOMTO SORTIMENTU MEZIROČNĚ O 40 %. ZÁJEM KUPUJÍCÍCH O ENERGETICKY ÚSPORNÉ MODELY POSTUPNĚ NARŮSTAL – TĚMĚŘ KAŽDÁ TŘETÍ SUŠIČKA SE V PROSINCI MINULÉHO ROKU PRODALA VE TŘÍDĚ A++.

Z devíti sledovaných skupin bílého zboží³ právě sušičky vykázaly nejvyšší meziroční přírůstek tržeb, konkrétně o 44 %. Do celkového obrátu sektoru velkých domácích elektrospotřebičů se tato skupina promítla s meziročně rostoucím podílem ve výši 5 %. Obdobného obrátu dosáhly například mikrovlnné trouby, pětinasobně vyššího pračky.

Nárůst tržeb sektoru bílého zboží představoval necelých 7 % a u většiny skupin – vyjma právě sušiček a také mrazáků – nepřekročil 10% hranici.

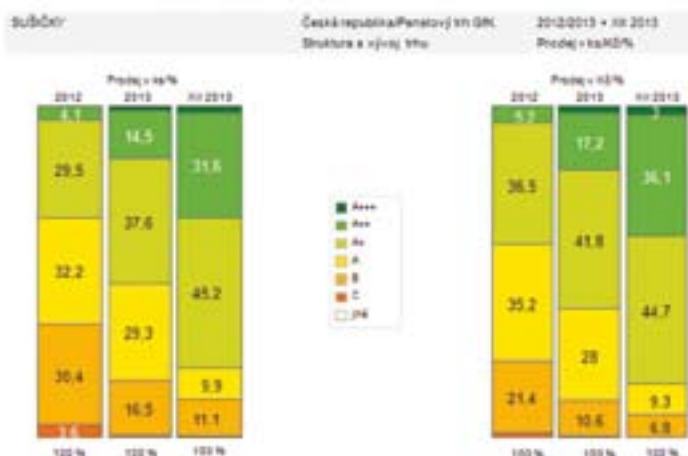
Vývoj a struktura trhu

Nárůst prodejů sušiček vystoupal za uplynulý rok v souhrnu až k 40 %, přitom v každém z loňských měsíců dosáhl objem vyšší hodnoty než v předchozím roce. Vůbec nejvyšší poptávku po sušičkách zaznamenalo oddělení Consumer Choices, GfK Czech, v listopadu 2013 v souvislosti s intervencí ČNB a následným oslabením koruny. Tato opatření motivovala řadu spotřebitelů k nákupu (nejen) bílého zboží.

Přes 80 % loňské poptávky tvořily sušičky s tepelným čerpadlem, v prosinci se jejich podíl zvýšil až k 90 %. V průměru investovali kupující do výrobku s tepelným čerpadlem 17 300 korun⁴, tedy o 900 korun méně než před rokem.

Energetická úspornost

Kromě tepelného čerpadla vybírali kupující častěji sušičku na větší náplň prádla. Segment výrobků na 8 kg prádla meziročně zdvojnásobil podíl zhruba na třetinu. Sortiment na



9kg či větší náplň zaujímal v objemu 4 %, meziročně rovněž vykázal mírný nárůst podílu. Těžiště prodejů však v minulém roce vytvářely nadále výrobky na 7 kg prádla, kterých se prodalo 60 % z celkového objemu.

Zásadním kritériem kromě ceny spotřebiče je i nákladnost jeho provozu, kupující proto směřovali k energeticky úsporným modelům – významný nárůst podílu byl patrný u energetické třídy A++. Ta se na celkových prodejích podílela v minulém roce 15 %, přitom v prosinci již představovala téměř třetinu poptávky po sušičkách navzdory průměrnému výdaji v tomto měsíci ve výši 19 tisíc korun. Výrobky o třídu níž, tedy kategorie A+, patřily vloni k nejprodávanějším, obsáhly téměř 40 % objemu trhu.

Pračky se sušičkou

Část spotřebitelů, která má zájem o sušení prádla v sušičce, však zvolí z hlediska prostorového, případně i finančního, úspornější kombinovanou variantu – pračku se sušičkou.

Na celkových prodejích praček se sortiment se sušičkou podílel v loňském roce 2 %. Zájem kupujících o pračky se sušičkou však v meziročním srovnání vzrostl o více než čtvrtinu, v hodnotě dokonce přesáhl 40 %. Průměrná cena za poslední rok vzrostla o 1 600 korun na částku 14 900 korun. Právě dražšímu sortimentu, konkrétně v ceně od 19 tisíc korun, se podařilo dosáhnout nejvýraznějšího meziročního přírůstku v objemu i hodnotě. Naopak ve ztrátách zůstal cenový segment do 10 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 Directora 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 (IT prodejny), kuchyňská studia a prodejny nábytku.

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

⁴ Vážena počtem prodaných kusů, zaokrouhlena na stovky korun.



Britská EST: 20 % energetických štítků je chybných

Nezisková organizace Energy Saving Trust, jejíž fungování zajišťuje britská vláda, informovala koncem února o tom, že mnoho spotřebičů nedosahuje takové efektivity, jakou indikují jejich energetické štítky. Nezávislé ověřování hodnot je přitom dost problematické a sami majitelé spotřebičů nemají prakticky možnost pravdivost údajů přezkontrolovat. Za podpory Evropské komise proto proběhl průzkum, jenž odhalil, že každý pátý spotřebič nesplňuje dané standardy efektivity. EST odhaduje, že 10 % výrobků potom vyloženě způsobuje energetické ztráty, a to napříč celou Evropou. Nejde jen o spotřebiče, ale také televizory či počítače. Organizace proto přichází s tříletým programem, který bude tvořit 300 inspekcí v kamených obchodech a 300 inspekcí ve skladech on-line obchodů. Celkově by mělo být zkontrolováno 25 000 výrobků, zda se údaje na štítku shodují se skutečností.

Whirlpool dosáhl loni rekordního provozního zisku

Když dosáhl v roce 2012 americký výrobce provozního zisku 869 milionů dolarů, málokdo očekával, že toto číslo v následujících 12 měsících výrazně překoná. Velmi pozitivní vývoj ekonomiky v Severní Americe a významné nárůsty prodeje v Latinské Americe ovšem dovedly loni firmu k provoznímu zisku 1,2 miliardy dolarů. Za výsledky také stojí upevnění cen a marží výrobků a interní procesy zefektiv-

ňování chodu celé společnosti. Whirlpool zdůrazňuje, že velmi pozitivního výsledku bylo dosaženo navzdory vyšším cenám materiálů, pohybům měnových kurzů a zvýšeným investicím do marketingu. Celkově dosáhl největší výrobce domácích spotřebičů na světě v roce 2013 prodejů v hodnotě 18,8 miliardy dolarů – o 4 % více než v roce 2012.



Haier buduje novou centrálu pro americké trhy

Čínský gigant chce posílit svou pozici v Americe, kde trh s domácími spotřebiči na rozdíl od Evropy výrazně roste. Vedení firmy není s dosavadními výsledky úplně spokojeno a věří, že nová centrála v městě Wayne ve státě New Jersey poskytne lepší zázemí pro zvýšení tržního podílu nejen v USA. Firma proto začíná s renovací budovy s plochou 5200 m², aby mohla nejspíše ve třetím čtvrtle-



tí letošního roku otevřít její brány a zahájit odsud řízení všech operací v Americe. V nové centrále budou kromě kanceláří také školící střediska, showroom a centrum péče o zákazníky.

iRobot hlásí 20% růst v kategorii domácích robotů

Přestože v Česku přišlo po velkém boomeru s robotickou technikou určité vystřízlivění trhu, celosvětově šly prodeje automatizovaných pomocníků prudce vzhůru. Americký iRobot oznámil, že celkově za rok 2013 dosáhl obrátu 487,4 milionu dolarů, přičemž v roce 2012 to bylo 436,2. Čistý zisk činil

částku 27,6 milionu, což je o více než 10 milionů více než v roce předešlém. Jenom v Americe potom v kategorii domácích robotů vzrostly příjmy firmy o více než 30 %. Ve zbytku světa potom 14, což celkově znamenalo 20% růst v meziročním srovnání. Firma uvedla, že překonala původně vytyčené cíle, výrazně zvýšila své investice do marketingu a vstupuje do roku 2014 jistým krokem.



Sušte prádlo moderně

MNOHO LIDÍ SE STÁLE DOMNÍVÁ, ŽE SUŠIČKA PRÁDLA SPOTŘEBOVÁVÁ OBROVSKÉ MNOŽSTVÍ ENERGIE. TO UŽ ALE DÁVNO NEPLATÍ. DÍKY TECHNOLOGII TEPELNÉHO ČERPADLA DOKÁŽOU SUŠIČKY V DNEŠNÍ DOBĚ UŠETŘIT VÍCE NEŽ POLOVINU ENER-
GIE OPROTI STARŠÍM TYPŮM KONDENZAČNÍCH SUŠIČEK. S OHLEDEM NA ZVYŠUJÍCÍ SE CENY ENERGIÍ SE TUDÍŽ INVESTICE DO ÚSPORNÉ SUŠIČKY BRZY VRÁTÍ.

Úspora především

Vzorem energetické účinnosti jsou se svou nízkou spotřebou a maximálně účinným využitím energie sušičky značky Bosch. Kondenzační princip sušičky využívá technologie tepelného čerpadla, které na jedné straně ochlazuje přicházející páry, a tím je zbavuje vlhkosti, na druhé straně ohřívá vzduch vhaněný do bubnu, který na sebe váže vlhkost z prádla. Tím je užitečně využita energie obou stran tepelného čerpadla. Kondenzace par je navíc prováděna při nižších teplotách než u kondenzační sušičky chlazené vzduchem. Snížená teplota vzduchu vhaněného do bubnu znamená šetrnější sušení.

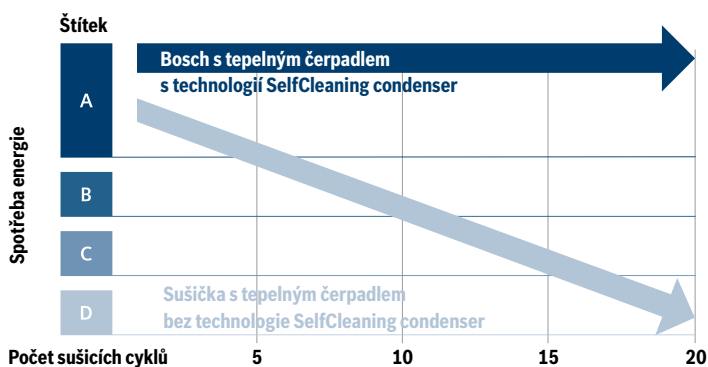
Lepší pro vaši peněženku i pro ovzduší

Kondenzační sušičky Bosch mají své výhody i v zimě. Sušení na sušáku ve vyhřáté místnosti totiž výrazně zvyšuje vlhkost – při sušení jedné várky prádla se do vzduchu vypaří až 4 litry vody, což při nedostatečném větrání může způsobit tvorbu plísní na stropě a stěnách. Také v otázce spotřeby energie mají v zimě kondenzační sušičky oproti sušení na sušáku navrch. Nezbytným větráním totiž uniká z místnosti teplo a pokles teploty je pak nutné vyrovnat dodatečným vytápěním.



Zdraví na prvním místě

Při sušení prádla jsou kromě spotřeby energie důležité i další parametry, jako zdraví a péče o prádlo. V tomto ohledu má sušička jasné přednosti – výrazně usnadňuje následné žehlení prádla a ocení ji dokonce i alergici a rodiny s malými dětmi. Obrovskou výhodou sušiček je totiž jejich schopnost zachytávat prach, chlupy a další nečistoty, které i po praní na prádle zůstávají. Na rozdíl od sušení prádla venku, kdy na něm ulpívá další prach a pyl ze vzduchu, je tak prádlo ze sušičky ještě čistší.



Energetickou účinnost a tím i úspornost si sušičky Bosch s tepelným čerpadlem zachovávají po celou dobu své životnosti díky patentovanému samočisticímu kondenzátoru SelfCleaning Condenser™.

Sušičky s elixírem mládí

Ne každá sušička zůstane ve své energetické třídě po celou dobu své životnosti. Tak jako u chladniček snižuje jejich efektivitu námraza v mrazicí části, působí podobně zanesený kondenzátor v sušičce. Pokud uživatel na jeho čištění rezignuje, už po 15 sušících cyklech se může sušička posunout z energetické třídy A nebo lepší na pomezí energetických tříd C a D. Všechny sušičky značky Bosch s tepelným čerpadlem jsou vybaveny již řadu let patentovaným samočisticím kondenzátorem SelfCleaning Condenser™, který je automaticky intenzivně, a dokonce hned několikrát během každého sušení aktivně zbavován textilního prachu a všech vláken uvolněných z prádla, tudíž si sušička neustále uchovává svou maximální účinnost a také spotřeba energie zůstává po celou dobu její životnosti mimořádně nízká.



BOSCH

Stvořeno pro život



Midea a Carrier spustily v Brazílii společnou výrobu mikrovlnných trub

Druhý největší čínský výrobce domácích spotřebičů a klimatizační techniky spojil už v roce 2011 síly s americkou společností Carrier, která se specializuje na chladicí, vytápěcí a klimatizační techniku. Společně založili takzvaný Midea Carrier Joint Venture (MCJV) a postavili v Brazílii výrobní závod, ve kterém na přelomu února a března přibyla nová výrobní linka. Na latinskoamerické trhy z ní proudí mikrovlnné trouby. Výrobní kapacita by měla dosáhnout 600 000 kusů za rok a jenom letos by zde mělo být vyrobeno půl milionu trub. Během roku 2015 by pak měla být dokončena druhá fáze projektu a dosaženo výroby až 1 milionu kusů za rok. Midea vnímá brazilský trh jako velmi důležitý a od roku 2007 na něm kontinuálně roste. Úspěchů se dočkala hlavně díky vysokým prodejům svých klimatizačních jednotek pro domácnosti, ke kterým přispělo také otevření nové továrny v roce 2012.



Obrat De'Longhi se v roce 2013 zvýšil o 6,7 %

Z finančních výsledků za loňský rok, které vydal italský výrobce domácích spotřebičů a jednička českého trhu s automatickými kávovary, vyplývá, že může být firma se svou strategií a aktivitami spokojena. Čísla sice nebyla ještě finálně schválena, ale od konečné zprávy se už lišit výrazně nebudou. Obrat De'Longhi Group na úrovni 1633 milionů eur znamenal v meziročním srovnání nárůst o 6,7 %. V posledním čtvrtletí se dokonce zvýšil o 9,9 %. Firma za to vděčí hlavně západoevropským trhům, jmenovitě primárně Německu a domácí Itálii, dále pak zemím Beneluxu, Francii a Španělsku. Region Blízkého východu, Indie a Afriky potom vykázala 53,2% růst a jeví se pro De'Longhi jako velmi perspektivní. Obrat se podařilo firmě

zvýšit také ve východní Evropě, ačkoliv prodeje v Rusku byly výrazně menší, než firma očekávala. Zajímavé je, že se velmi dařilo segmentu spotřebičů pro přípravu jídla, hlavně kuchyňským robotům značky Kenwood. Braun, jehož integrace do skupiny byla dokončena v roce 2013, také splnil očekávání, i když výsledky byly horší než v roce 2012, kdy ještě značka patřila v kategorii přípravy jídla a žehlení společnosti Procter & Gamble. De'Longhi vidí ve značce ovšem velký potenciál a očekává nárůst prodejů těchto spotřebičů v průběhu letošního roku. Segment kávovarů vykázal drobný pokles prodejů v meziročním srovnání – automaty na espresso se držely víceméně čísel z roku 2012 a modely pro systém NESCAFÉ DOLCE GUSTO vykázaly růst prodejů, zatímco prodeje kávovarů pro kapsle Nespresso byly výrazně slabší.

WAL★MART®

Ahorra Más. Vive Mejor.

Walmart plánuje expanzi do Střední Ameriky

Americký řetězec prodávající vše od základních potravin přes elektroniku, oblečení až po domácí potřeby chystá

významné investice především v Mexiku. Jenom v roce 2014 chce investovat do svého rozvoje včetně navýšení prodejních ploch a zlepšení on-line prodejů 1,1 miliardy dolarů. Více než

400 milionů dolarů spolkně výstavba nových obchodů. Walmart uvádí, že bude mít v Mexiku více než 340 000 m² prodejních ploch a očekává 5% nárůst prodejů v tomto roce.

SUŠENÍ V RYTMU EFEKTIVITY A NADSTANDARDNÍCH FUNKCÍ

NOVÁ PARNÍ SUŠIČKA ŘADY INSPIRATION RANGE
S TEPELNÝM ČERPADLEM A ENERGETICKOU TŘÍDOU A++

Electrolux EDH3897SDW

- Usuší až 9 kg prádla.
- O 50 % nižší spotřeba než u sušičky v energetické třídě A.
- Možnost sušení menšího množství prádla bez plýtvání časem a energií. Sušička se přizpůsobí délkou cyklu a svou spotřebou dané náplně.
- Parní funkce osvěží prádlo, zbaví ho pachů, vyrovná záhyby a usnadní následné žehlení. A to i u oděvů s doporučením čistit pouze za sucha.
- Jemná a šetrná péče o vlněné prádlo, doložená certifikátem Woolmark Gold.
- Funkce MyFavourites pro uložení a následné rychlé spuštění oblíbených nebo nejčastěji používaných programů a nastavení.
- Nové provedení dveří a filtrů pro snazší obsluhu.
- Vylepšené elevátory otáčejí bubnem velmi šetrným způsobem a zpětný chod prádlo načechrá, čímž zabraňuje jeho nadměrnému pomačkání a zamotání.
- Buben s vnitřním osvětlením pro lepší přehled o prádle.
- Možnost záměny strany otevírání dvířek.
- Dvojitý kondenzátor nepouští vlhkost mimo sušičku. Zásobník na vodu se automaticky vypouští a voda se tak nemusí vylévat ručně.
- Invertorový motor s desetiletou zárukou se vyznačuje tichým chodem a dlouhou životností.



www.electrolux.cz

Thinking of you
Electrolux

Whirlpool představuje 6. smysl InfiniteCare a nejlepší péči o prádlo

Nové modely sušiček Whirlpool
s tepelným čerpadlem přicházejí na trh



SUŠENÍ PRÁDLA NA ŠNŮŘE NEBO V BYTĚ NA SUŠÁKU, KTERÝ NEUSTÁLE NĚKDE PŘEKÁŽÍ A ZABÍRÁ NEMALÝ PROSTOR, MÁ NOVÉ VYZYVATELE NA SOBOJ. JSOU JIMI PŘEDSTAVOVANÉ SUŠIČKY PRÁDLA Z DÍLNY SPOLEČNOSTI WHIRLPOOL. VŠECHNY MODELY JSOU NYNÍ VYBAVENY FUNKCÍ 6. SMYSL INFINITECARE PRO TU NEJLEPŠÍ A NEJŠETRNĚJŠÍ PÉČI O VAŠE PRÁDLO, SOUČASNĚ PRACUJÍ VELMI EFEKTIVNĚ A ÚSPORNĚ DÍKY POUŽITÍ TEPELNÉHO ČERPADLA. A NESMÍME ZAPOMENOUT, ŽE ZBAVÍ UŽIVATELE NUTNOSTI VĚŠET PRÁDLO, ZE KTERÉHO ODSTRANÍ PŘI SUŠENÍ ALERGENY, JAKO PRACH, PYL ČI ZBYTKY PRÁŠKU.

Kvalita bez kompromisů v prémiovém designu Carisma

Sušička prádla byla dlouhou dobu považována za zbytečný luxus, za žrouta elektrické energie, který dělá to, co během pár hodin zvládne příroda sama – zbavit vyprané prádlo vlhkosti. Dříve tomu částečně tak bylo, jenže s příchodem nových technologií, především tepelného čerpadla, se sušičky posunuly z tříd B a C do tříd jako A+ či A++.

Jejich další technologie byly také zdokonaleny a nyní před sebou máme efektivně pracující spotřebiče, které vašim zákazníkům výrazně ušetří čas. A nejen ten, už nebudou muset nosit těžké prádlo v koši na zahradu, balkon či přes celý byt, aby ho mohli dát usušit. Nehledě na to, že při použití sušičky odpadá u většiny prádla nutnost ho následně žehlit. Není od věci upozornit na srovnatelnou spotřebu hodinového provozu žehličky a standardního programu sušičky, která používá tepelné čerpadlo. Nehrozí ani nadbytečná vlhkost v bytě, přispívající k tvorbě plísní, protože veškerou vodu z prádla zachytí sušička do integrovaného zásobníku, případně ji odvede rovnou do odpadu.

Zájem o sušičky na českém trhu z těchto důvodů dlouhodobě stoupá, což dokládají i čísla firem sledujících vývoj na trhu. Sušička by proto už neměla být opomíjena při výběru nového zboží pro váš obchod a její evoluční posun by měl být koncovým zákazníkům podrobně vysvětlen už ve chvíli, kdy vybírají novou pračku. Novinky v nabídce Whirlpool, prezentované podrobně na následujících řádkách, vás o tom jistě přesvědčí.

Šetrná péče o prádlo 6. smysl InfiniteCare

Všechny nové modely sušiček s tepelným čerpadlem, které nyní společnost Whirlpool uvádí na trh, používají tento inovativní systém péče o prádlo. Tvoří ho celá řada funkcí a technologií, zajišťujících ve výsledku tu nejlepší péči o prádlo a ten nejefektivnější chod. Stojí na automatickém nastavení teploty a úpravě procesu sušení dle zjištění integrovaných senzorů, dále unikátním způsobu proudění vzduchu pomocí tepelného čerpadla, asymetrickém otáčení bubny Wave Motion a patentovaném povrchu bubny, snižujícím kontaktní tření. Aby to nebylo málo, hladká konstrukce zdvihadel nabízí nejlepší kombinaci výkonu a péče o prádlo. Jinými slovy je zaručeno rovnoměrné vysušení prádla, a ve výsledku tedy ta nejlepší péče o tkaniny.



A že nejde jen o marketingová hesla a tvrzení, dokazuje test nezávislého švýcarského institutu EMPA Testmaterial Ltd., který vyhodnotil sušičky Whirlpool jako nejúčinnější a nejšetrnější při sušení vlněného prádla s označením Woolmark. Slouží k tomu speciální program na vlnu WOOL EXCELLENCE, sušící při nižší teplotě 45–50 °C místo standardních 60 °C. Konkrétně může mít majitel sušičky připraveny k nošení 4 svetry za pouhou hodinu. K sušení není potřeba používat žádný speciální košík na vlnu.

Novinky k objednávání

Vlajkovou lodí nabídky Whirlpool se stal pro letošní rok model AHIC 992 s kapacitou až 9 kg prádla a energetickou třídou A++. Tato třída v případě sušičky znamená až o 50 % nižší spotřebu energie, než má spotřebič ve třídě A. Při srovnání s kondenzačními sušičkami bez tepelného čerpadla je úspora ještě mnohem vyšší. Sušička také obsahuje funkci Ecomonitor, která uživatele při výběru programu informuje o energetické spotřebě. Samozřejmostí jsou dnes už průhledná dvířka, LCD displej a intuitivní ovládání. Další srovnatelně vybavenou sušičkou je model AHIC 892 s kapacitou až 8 kg prádla a model AHIC 792 na 7 kg.

Všechny tyto sušičky jsou dodávány ve stejném designovém provedení jako předem plněné pračky této modelové řady. Jejich kapacita pak odpovídá kapacitě praček určených do páru s konkrétním modelem sušičky. Sladěny jsou tedy jak designově, tak funkčně. První dva jmenované modely také získaly certifikaci TÜV Rheinland, která byla udělena na základě dlouhodobého testování.

Pro více informací a objednávky zboží kontaktujte české zastoupení společnosti Whirlpool.



www.whirlpool.cz

Whirlpool
SENSING THE DIFFERENCE

FACEBOOK KOUPILO ZA 16 MILIARD DOLARŮ CHATOVACÍ WHATSAPP. BLÁZNOVSTVÍ?

CO BYLA V ÚNORU NEJZAJÍMAVĚJŠÍ UDÁLOST VE SVĚTĚ SOCIÁLNÍCH MÉDIÍ? BEZPOCHYBY OZNÁMENÍ, ŽE FACEBOOK KUPUJE WHATSAPP, POPULÁRNÍ MOBILNÍ APLIKACI NA POSÍLÁNÍ ZPRÁV. O CO V TOMTO OBCHODU JDE A PROČ MARKU ZUCKERBERGOVI STOJÍ ZA TO ZAPLATIT ZA WHATSAPP 16 MILIARD DOLARŮ?



Byla středa 19. února 2014 a zprvu to vypadalo na další obyčejný den. Jenomže nic nemohlo být dál od pravdy. Právě na tuto středu se totiž v technologickém světě bude ještě dlouho vzpomínat. Ona se stala dnem, kdy výkonní šéfové Facebooku Mark Zuckerberg a WhatsApp Jan Koum (pokud váháte podle jména, vězte, že jde o přistěhovalce z Ukrajiny, který svou kariéru začínal jako zaměstnanec Yahoo) oznámili rekordní dohodu o akvizici.

A akvizice to je vskutku pozoruhodná. Proč se Facebook rozhodl dát 16 miliard dolarů (12 miliard ve svých akcích a 4 miliardy v hotovosti) za společnost, která sice má stovky milionů uživatelů, ale jen asi 20 milionů dolarů ročních příjmů? Sociální síť navíc přihodila závazek na celkem 3 miliardy dolarů v cenných papírech s omezenou převoditelností (tzv. restricted stock units) pro všechny zaměstnance a zakladatele WhatsApp, kteří ve společnosti vydrží alespoň 4 roky od akvizice. Tím si Facebook chce zajistit, že nepřijde o to nejdůležitější, co kupovanou firmu tvoří – lidi, kteří se na jejím růstu podíleli.

O WhatsApp stojí Facebook dokonce tolik, že byl ochoten slíbit i další peníze v případě, že převzetí WhatsApp selže. Například proto, že jej neschválí ame-

rická Federální obchodní komise, dozírající na ochranu hospodářské soutěže. V takovém případě vyplatí akcionářům WhatsApp miliardu dolarů v hotovosti a další miliardu ve svých akcích.

Světová mobilní revoluce na obzoru?

Abychom rozhodnutí Facebooku pochopili, je třeba se blíže na zoubek podívat tomu, co vlastně WhatsApp dělá tak zajímavým. Jak už bylo řečeno, jde o mobilní aplikaci, přes kterou si mohou uživatelé posílat zprávy. To znamená, že pokud mám já na svém chytrém telefonu WhatsApp a můj kamarád Pavel jej má také, můžeme si psát i posílat obrázky přes něj, čímž ušetříme za SMS a MMS. Posílání zpráv je totiž prakticky zdarma – potřebujete pouze mobilní internet nebo wi-fi připojení.

WhatsApp chce za své služby opravdu symbolické peníze, první rok je úplně zdarma a od druhého roku dál chce jediný dolar ročně. Na rozdíl od telekomunikačních společností své uživatele WhatsApp rozhodně finančně nevysává. To je zčásti důvodem jeho popularity, zároveň ho to ale hodně omezuje v tvorbě příjmů.

Facebook službě v rámci dohody o převzetí zaručil, že zůstane zcela nezávislá, zatímco bude mít přístup ke všem lidským a dalším zdrojům Facebooku (tedy podobně jako Instagram, předchází velká akvizice Facebooku, „jen“ za miliardu dolarů) a zároveň že zůstane jako doposud bez reklam. Šlo o dvě nejdůležitější podmínky zakladatelů WhatsApp, bez kterých pro ně převzetí Facebookem naprosto nepřipadalo v úvahu.

WhatsApp má zhruba 450 milionů aktivních uživatelů, milion nových se registruje každý den. Rychlá návratnost investice Facebooku do něj při stávajícím obchodním modelu přesto rozhodně nehrozí. Ne v situaci, kdy se v aplikaci nesmí objevit žádné reklamy. Facebook ale na návratnost prý tlačit nebude. O co mu tedy jde?

Faktorů ve hře je několik. Něco odhalí detailnější statistiky používanosti aplikace. Ta denně zprostředkovává 600 milionů poslaných fotografií, 100 milionů videozpráv a 19 miliard odeslaných a 34 miliard doručených běžných zpráv. Celkové množství zpráv se blíží celosvětovému objemu SMS. Aby to nebylo málo, WhatsApp hodlá letos odhalit nové hlasové služby, které se s vysokou pravděpodobností do zisků telefonních operátorů zakousnou ještě hlouběji.

Zuckerbergovi se WhatsApp líbí ze dvou důvodů. Za prvé dobře zapadá do jeho plánu na propojení celého světa, především toho třetího, kde dostupný internet zatím zdaleka není běžnou záležitostí. Šéf Facebooku za tímto účelem dokonce vytvořil iniciativu Internet.org, která chce v horizontu pěti až deseti let připojit k internetu všechny obyvatele planety.

Za druhé pak Zuckerberg vidí ve WhatsApp velký potenciál do budoucna: „Chci, abyste jednou byli v počtu uživatelů větší než my,“ řekl podle Forbesu zakladatelům WhatsApp během jednání o akvizici. „To, co děláte, je mnohem běžnější způsob využití. Rád bych, abyste do pěti let měli 4 až 5 miliard uživatelů.“

WhatsApp má náklady na uživatele asi 5 centů a podle svých propočtů by v rámci očekávatelného uživatelského růstu mohl do roku 2017 generovat miliardu dolarů ročně.

Podle dostupných indicií Facebook nechce nic menšího než totální revoluci v komunikaci. Pokud Zuckerbergův plán vyjde, operátorům by zůstal pouze byznys s daty, a hlasové a textové zprávy by zprostředkovával pro celou planetu právě WhatsApp. V případě, že aplikace bude do pěti let mít 5 miliard uživatelů, pak by pro ni i jediný dolar ročně na uživatele znamenal obrovské příjmy a díky nesku-tečně nízkým nákladům i záviděníhodné zisky. Šestnáct miliard dolarů najednou nevypadá jako tak nereálná investice za „pouhou“ chatovací aplikaci.

Jindřich Lauschmann

Pračky se sušičkou nové generace

KDYŽ NENÍ DOSTATEK MÍSTA PRO SAMOSTATNOU PRAČKU A SUŠIČKU, HLÁSÍ SE O SLOVO KOMBINOVANÝ SPOTŘEBIČ, KTERÝ PROŠEL V POSLEDNÍCH LETECH VÝRAZNOU PROMĚNOU. DŮKAZEM JE MIMO JINÉ NABÍDKA TRADIČNÍ ITALSKÉ ZNAČKY CANDY S NADSTANDARDNĚ VYBAVENÝMI MODELÝ. NĚKTERÉ DOKÁŽOU VYPRAT A USUŠIT PRÁDLO ZA NECELOU HODINU!



Pračka se sušičkou je praktickým řešením, umožňujícím vyprat a usušit prádlo najednou bez jakéhokoliv přerušení. Uživatelé tak šetří čas a zbavuje ho nutnosti prádlo věšet nebo vykládat z pračky a vkládat do sušičky. U obyvatel menších městských bytů proto její popularita roste a s ní také poptávka.

Energetická úspora a vysoká kapacita Candy Grand'O Evo EVO4W 4964 L

V závěru roku představený model s kapacitou na 9 kg prádla pro praní a 6 kg pro sušení se vyznačuje ovládáním s velkým a přehledným LCD displejem, rozměrnými dvířky s novým typem otvírání (madlo umístěno v horní části dvířek pro větší pohodlí) a pokročilou funkční výbavou. Pračkosušička, spadající v kategorii praní do energetické třídy A+++ a v sušení do třídy A, používá KG Detektor pro zjištění množství prádla a automatickou optimalizaci programu.



Na výběr má uživatel z 16 programů, mezi nimiž nechybí rychlé praní na 14, 30 nebo 44 minut, dále program na vlnu s certifikací Woolmark či program ručního praní. Alergici uvítají možnost přidat jeden cyklus máchání navíc, aby bylo prádlo zbaveno všech zbytků prášku. Zapomenout nesmíme ani na systém Mix & Wash pro praní bílého prádla s barevným dohromady bez obav z obarvení.

Uvnitř pračky se nachází kvalitní nerezový buben s antibakteriálními lopatkami, na kterých jsou ionty stříbra (Ag+). Samozřejmostí je automatické řízení odstředování a vyvážení.

Spuštění programu lze odložit od 1 do 23 hodin. Rychlost odstředování činí až 1400 ot./min.

Další zajímavé modely

Produktové portfolio Candy obsahuje ještě další pračky se sušičkou. Například model Candy Grand'O Evo EVO4W 2643 D pro praní 6 kg a sušení 4 kg prádla. Díky zmenšené hloubce na pouhých 44 cm si zajistí najde své zájemce z řad majitelů malých bytů, kde hraje každý kousek prostoru roli.

V rámci značky Hoover nabízí Candy na českém trhu také sušičku Hoover WDYN 11746PG8-S z řady Vision Dynamic, která má nadstandardní pracovní kapacitu 11 kg (sušení až 7 kg). U ní zaujme především program Wash&Dry, při jehož volbě je prádlo vypráno a usušeno za pouhých 59 minut.

Pro více informací o pračkách se sušičkou, ale i dalších spotřebičích značek Candy a Hoover kontaktujte české zastoupení firmy.



GENERATION FUTURE

www.candy-hoover.cz

CANDY

ROZŠIŘOVÁNÍ INDUKCE

Volně stojící sporák byl také delší dobu přehlížen z hlediska technologického vývoje. Zatímco vestavné trouby dostávaly inteligentní senzory, teplotní sondy, parní funkce, pyrolýzu a další podstatné inovace, sporáky zůstávaly více méně technologicky téměř neměnné. Postupně dochází k drobným změnám v kurzu vývoje sporáků, i když o nějakém boomu inovativních funkcí nemůže být stále řeč. Letos se každopádně opět zvětšila nabídka elektrických sporáků vybavených indukční varnou deskou – po Electroluxu a Brandtu přišla nedávno s těmito modely také Amica a Mora.

Digitální technologie a inteligentní systémy se sporákům nadále vyhýbají. Na světovém trhu najdeme modely, které lze dokonce ovládat chytrými mobily. O jednom takovém jsme psali v minulém vydání na straně 11, jenže jde o skutečné „špeky“. Evropské nabídky jednoznačně dominují klasické mechanické modely bez elektronického ovládání a digitálních funkcí.

VÝVOJ TRHU

Meziroční srovnání trhu s varnou technikou volně stojícího i vestavného typu získala naše redakce opět od společnosti Euromonitor International která zaznamenala téměř 2% pokles trhu v prodaných kusech a 5,7% pokles hodnoty při srovnání let 2012 a 2013. Monitoringová společnost očekává pokračování tohoto trendu i v dalších letech, i když by se měl pokles prodeje i hodnoty zpomalit zhruba na polovinu.

Celkově by dle predikce Euromonitoru měl trh s varnou technikou (volně stojící i vestavnou) díky vestavným spotřebičům růst v počtu prodaných kusů. Negativní trend však bude pokračovat, co se týče hodnoty trhu, protože by měly u vestaveb klesat ceny. Nárůst prodeje nebude dostatečně velký, aby dokázal pokles hodnoty kompenzovat.

*Informace o tržní situaci poskytla
redakci společnost
Euromonitor International*

Krach Baumaticu přináší na trh sporáků výrazné změny

VOLNĚ STOJÍCÍ SPORÁKY JSOU V ČESKU STÁLE VELMI POPULÁRNÍM ŘEŠENÍM VARNÉ ZÓNY I V MODERNÍ KUCHYNI. VÝZNAMNOU POZICI MĚLA V TÉTO KATEGORII SPOLEČNOST BAUMATIC, PŘEDEVŠÍM U NADSTANDARDNÍCH ŠÍŘEK DOSAHUJÍCÍCH AŽ 90 CM. TRH REAGUJE NA ZMĚNĚNOU SITUACI PRUŽNĚ A MNOŽSTVÍ ZNAČEK POSTUPNĚ ROZŠIŘUJE SVÉ NABÍDKY SPORÁKŮ S CÍLEM ZÍSKAT ČÁST TRŽNÍHO PODÍLU PO BAUMATICU.

Vyložených specialistů na sporáky ve skupině ekonomicky významných firem na trhu zase tolik nenajdeme. Mezi nejsilnější subjekty patří bezpochyby tradiční česká značka Mora a polská Amica, dále jsou sporáky poměrně důležité také pro turecké BEKO, slovinské Gorenje (vlastník značky Mora) a můžeme sem ještě zařadit švédský Electrolux nebo italský Indesit. Firem, které mají nyní zájem na tom získat alespoň část uvolněného prostoru po Baumaticu, je tedy dost a jejich snahy začínají být vidět. Nové modely sporáků zařazuje nebo v brzké době zařadí vícero firem – některé chtějí výrazněji zasáhnout do trhu s nadstandardními 90cm modely, které jsou vybaveny buď jednou velkou troubou, nebo dvěma troubami. Redakce má potvrzeno, že se v této oblasti hodlá významněji angažovat italské Candy (viz interview s generálním ředitelem českého zastoupení Viktorem Fialou na straně 30), a tyto sporáky má v nabídce také například značka Hotpoint.



AEG 47795IQ-MN FS

Žhavou novinkou v rozšiřující se skupině sporáků vybavených indukční deskou je tento 50cm model značky AEG. Pracuje v energetické třídě A – 10 %, jeho trouba s teleskopickými výsuvy má objem 60 l a kompletně vyjímatelná skla dvířek pro snadné čištění. Čištění je snazší díky sklápěcímu grilu. Dále je vybaven displejem s minutkou a zobrazováním hodin. Varná deska indukčního typu nabízí 4 varné zóny s průměry 140, 210, 180 a 140 mm. Tento model je dodáván v nerezovém provedení s povrchovou úpravou proti otiskům prstů.

AMICA 58IE3.320HTADQ (W)

Další produktovou novinkou na českém trhu je tento sporák s indukční varnou deskou a energetickou třídou A – 20 %. Při šířce standardních 50 cm nabízí troubu s objemem 66 l, která je vybavena 2000W grilem, 900W horním topným tělesem, 1300W spodním topným tělesem a 2000W zadním kruhovým topným tělesem. Na první pohled u něho zaujme absence knoflíků pro ovládní varné desky – to řeší Amica senzoricky. Dva otočné voliče na čelní straně doplněné o displej s minutkou slouží pro ovládní trouby, která se také vyznačuje rychlým ohřevem na 150 °C za pouhé 4,5 minuty.



BOSCH HCE744353

Sporák z dílny německé značky patří do skupiny 60 cm širokých modelů a pracuje v energetické třídě A – 20 %. Najdete v něm troubu s pečícím prostorem o objemu 67 l a s povrchovou úpravou ze šedého smaltu. Bosch u něho dále zdůrazňuje funkci „3D horký vzduch Plus“, který zajišťuje rovnoměrnou distribuci tepla a pečení až ve 3 úrovních najednou. Ovládní je řešeno pomocí klasických otočných ovladačů, v tomto případě zápusných, a LCD displeje, zobrazujícího kromě hodin také teplotu. Zadní deska v troubě je samočisticí katalytická. Vaření probíhá v případě tohoto modelu na sklokeramické hi-light desce se 4 varnými zónami.

BEKO CSM 57300 GX

Tento nerezový 50 cm široký sporák nabízí troubu se 7 funkcemi včetně současného použití spodního topného tělesa v kombinaci s horkým vzduchem, případně aktivaci horkého vzduchu horním i spodním tělesem. Nechybí funkce rozmrazování. Vybaven je dvířky s celoskleněným provedením na vnitřní straně, což usnadňuje jejich čištění a údržbu. Jeho trouba má objem 55 l. Varná deska se 4 zónami je sklokeramická typu hi-light. Tradiční mechanické ovládní doplňuje LCD displej s funkcí digitálního časovače a hodin. Sporák nese označení energetické třídy A.



CANDY CCV 5503 BX

Tento sporák s šířkou 50 cm zaujme méně běžným provedením v černé barvě, která ale do světa domácích spotřebičů proniká stále častěji. Jedná se o model v energetické třídě A s mechanickým časovačem na 90 minut a troubou o objemu 40 l. Trouba nabízí uživateli 7 programů včetně horkého vzduchu a jeho kombinaci s horním a spodním topným tělesem. Na svrchní straně sporáku se nachází sklokeramická hi-light deska se 4 varnými zónami (140, 180, 180 a 140 mm).



GORENJE K67337AX

V katalogu slovinšské společnosti nás zaujal tento 60cm kombinovaný sporák s plynovou varnou deskou a elektrickou troubou. Jeho trouba nabízí nadstandardní objem 65 l a používá takzvaný HomeMADE tvar, který vychází z tvaru kamenné pece. Nastavení teploty je mechanické, nicméně čelní strana obsahuje dotykové elektronické hodiny s funkcí minutky. Troubu lze čistit pomocí funkce AquaClean za použití obyčejné vody. Plynová deska se skládá ze 4 hořáků s průměry 69, 94, 69 a 46 mm a obsahuje litinové nosné mřížky.

HOTPOINT CI6V E97 A1 (X) /HA

60 cm široký sporák v energetické třídě A – 10 % nabídne svému majiteli 9 programů včetně rozmrazování a kynutí. Jeho 58l trouba obsahuje teleskopické výsuvy a samočisticí katalytické desky. K nastavení teploty používá elektronický termostat. Nechybí displej. Sklokeramická hi-light deska je rozdělena na 4 varné zóny s průměry 145, 180, 145 a 215 mm. Dodáván je v nerezovém provedení se zrcadlovými dvířky.



MORA K67337AX

Letos v dubnu bude uveden na trh tento inovativní sporák české značky Mora, který zaujme především indukční varnou deskou se 4 zónami. Spotřebič v energetické třídě A kombinuje indukční desku s multifunkční troubou s přesnou regulací teploty, funkcí rychloohřevu vnitřního prostoru Cmax a čištěním Water System. Pro pečení bude možné použít kruhové topné těleso s ventilátorem, spodní a horní těleso včetně grilu. K dispozici budou také kombinace těchto funkcí. Z hlediska energetické náročnosti patří tento model do třídy A.





Amica

Inteligentní styl

Specialista na volně stojící sporáky

Jeden z nevyznamenějších výrobců volně stojících sporáků ve střední Evropě má jednu z neširších nabídek této techniky také v Česku. V jeho katalogu najdete jak tradiční bílé modely, tak nerezové, dále s plynovými, elektrickými, sklokeramickými či dokonce indukčními varnými deskami, modely s 50cm a 60cm šířkou a takto bychom v dělení mohli pokračovat ještě podle dalších specifikací. Portfolio sporáků bylo navíc v roce 2013 kompletně obměněno.

Současné modely sporáků značky Amica se vyznačují sníženou spotřebou energie, inovativním designem, varianty s plynovou deskou potom technologií OptiGas pro efektivnější ohřev, 50 cm široké sporáky zase nadstandardně velkými troubami, v nichž lze připravovat objemné pokrmy.

Proč sporáky Amica?

Značka, která získala v roce 2013 prestižní cenu Trusted Brand od Reader's Digest, staví na 50 letech zkušeností a 1 200 000 prodaných sporáků za rok. Její nejlépe vybavené modely jsou dodávány v nerezovém provedení a v nadčasovém designu. Vybaveny jsou časovači pro nastavení doby pečení i automatické zapnutí a vypnutí trouby, dále odolnými litinovými rošty na plynových deskách, možností volby funkcí trouby včetně rychlého ohřevu (150 °C za 4 min.) či rozmrazování. Amica si také zakládá na 3vrstevném skle dvířek trouby a takových detailech, jakými jsou například madlo s poutkem na utěrku či dvojitě osvětlení trouby. Sporáky jsou v energetické třídě až A – 20 %, disponují troubami s objemem 66 l a najdete u nich ve standardní výbavě mimo jiné teleskopické výsuvy pro pohodlnější manipulaci s plechy. Amica ke svým sporákům také dodává dva pečicí plechy Procook, používající strukturu medových pláství – jídlo na nich můžete připravovat bez tuku, protože se k nim nepřichytí a nepřipálí.

Abychom nezapomněli, nové modely používají pozměněnou konstrukci dveří, díky níž lze vnitřek trouby snadněji čistit. K vyjmutí skleněné výplně nepotřebuje uživatel žádné nářadí, stačí jen uvolnit pojistky.

Nástup indukční technologie

Popularitu indukčních varných desek s nejvyšší efektivitou využití energie dokládají jejich zvyšující se prodeje. Dlouhou dobu se však indukce vyhýbala kategorii volně stojících sporáků, což se také díky společnosti Amica začíná měnit. Důkazem jsou například zbrusu nové sporáky Amica 58IE3.320HTaDQ (bílá) a 58IE3.318HTaDQ (nerez) v 50cm šířce – kromě indukční desky nabízejí časovače, troubu s objemem 66 l, nový typ dvířek a funkci rychlého ohřevu pečicího prostoru a v bílé navíc senzorové ovládání na desce. Na výběr jsou také 60cm indukční modely SHI 61474 X a SHI 61784P X s šířkou 60 cm, nerezovým provedením a prémiovou výbavou včetně teleskopických výsuvů. Jejich levnější alternativou je model SHC 61474D X s hi-light sklokeramickými deskami. K dispozici je v nabídce i 60cm model s plynovou deskou. Nadstandardní výbavu nabízejí ovšem také 50cm sporáky. Pro kompletní nabídku a specifikace jednotlivých modelů kontaktujte zastoupení společnosti Amica.



V příštím čísle SELL:

Dubnové číslo bude už tradičně věnované vestavným spotřebičům, v jejichž rámci se podíváme blíže například na myčky či chladničky. Těšit se také můžete na reportáž z veletrhu EuroCucina či velmi zajímavý rozhovor s Radkem Novotným, generálním ředitelem českého a slovenského zastoupení společnosti Whirlpool.



dyson cinetic

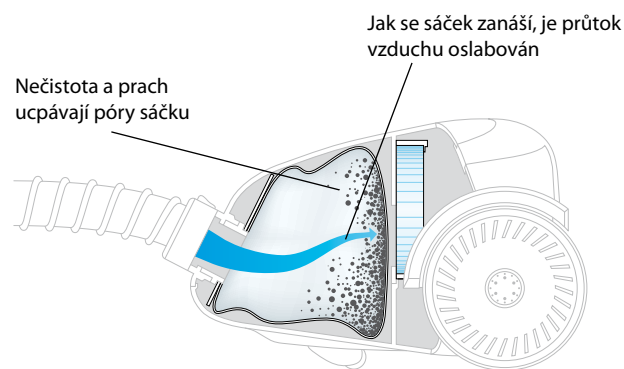
**Jediný vysavač
Bez údržby filtrů
Bez nutnosti kupovat sáčky
Bez ztráty sacího výkonu**

Více než 20 let inženýři Dysonu vylepšují technologii cyklon. Cyklony Dyson Cinetic™ s koncovkami vibrujícími na vysoké frekvenci, jsou při separaci prachu tak účinné, že není nutná žádná údržba filtrů a to znamená, že nedochází ke ztrátě sacího výkonu.



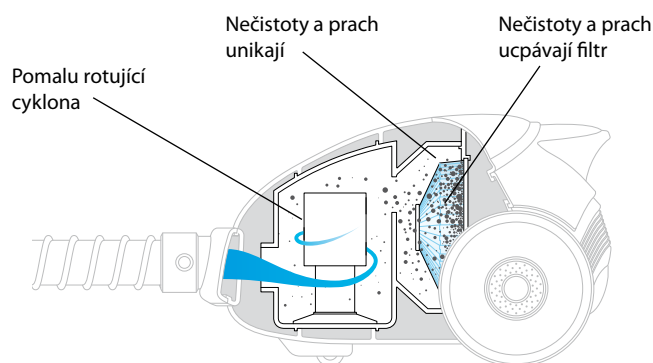
Více informací o technologii Dyson Cinetic™ se dozvíte na www.dyson.cz

Sáčkové vysavače ztrácejí sací výkon



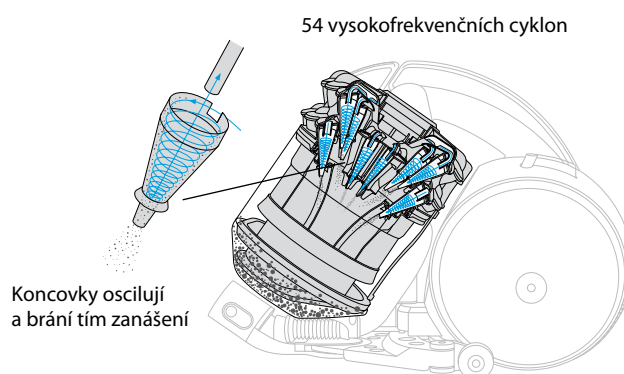
Póry se ucpávají prachem a dochází ke ztrátě sacího výkonu sáčkových vysavačů.

Bezsáčkové vysavače mohou ztrácet sací výkon



Neúčinné cyklony mohou způsobit ztrátu sacího výkonu bezsáčkových vysavačů.

Technologie Dyson Cinetic™ znamená bez ztráty sacího výkonu



Nejmenší cyklony Dyson s oscilujícími koncovkami. Tvrzení "bez ztráty sacího výkonu" bylo ověřeno s množstvím testovacího prachu, které odpovídá 10 letům vysávání. (Podle normy IEC 60312-1 kapitola 5.9.)

dyson cinetic

ELETTA

LatteCrema
SYSTEM 



Better Everyday

www.delonghi.cz