

SELL

BEKO NADÁLE POSILUJE

INTERVIEW S ROMANEM KANTOREM,
COUNTRY MANAŽEREM
ZNAČKY PRO ČR

DVOJNÁSOBNÝ KRACH BAUMATIC A FAGOR

6 STRAN EXKLUZIVNÍCH
INTERVIEW, NÁZORŮ A ROZBORŮ
SITUACE OBOU FIREM
HOOVER NOVÝM VLASTNÍKEM
BAUMATICU V BRITÁNII

REPORTÁŽ Z DEALERSKÝCH DNŮ SPOLEČNOSTÍ HP TRONIC A FAST

DATART OTEVŘEL PRVNÍ
KUCHYŇSKÉ STUDIO
INTERVIEW S IVOU VRBOVOU,
MANAŽERKOU PROJEKTU

SKUPINA VÝROBKŮ:
VESTAVNÉ TROUBY
VARNÉ DESKY



INTERVIEW
S MARKÉTOU MINAŘIKOVOU,
MARKETINGOVOU ŘEDITELKOU
WHIRLPOOL PRO ČR A SR

SPOTŘEBIČE BAUKNECHT
KVALITA, DESIGN, INOVACE



VYTŘU I ZAMETU
Jsem tichý robotický mop iRobot Braava.

iRobot[®]
www.irobot.cz

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

během posledních tří měsíců došlo na trhu s velkými domácími spotřebiči k nebývalým turbulencím. Po dlouhých rocích klidu od krachu společnosti ARDO přišel hotový uragán. Nejprve padl Baumatic a poměrně krátce po něm také španělský Fagor. Těmto tématům proto věnujeme v aktuálním čísle velký prostor, protože se jim na českém trhu žádné médium podrobně nevěnuje a jsme si vědomi, že jako profesionálové z oboru očekáváte jejich zpracování právě v SELLu. Ohledně budoucnosti obou značek, v případě Fagoru pak ještě značek Brandt a De Dietrich, panuje mnoho nejasností a trhem se aktuálně šíří více spekulací než potvrzených a pravdivých zpráv. Jedno je ale jisté. Krach obou firem přinese na trhu, především v Evropě, změny a není vyloučeno, že slabá evropská poptávka přinese časem ještě další oběti. Popravdě řečeno se celkem divím, že od pádu ARDO působil trh navzdory ekonomickým ukazatelům poměrně stabilně. O problémech Baumaticu, Fagoru i dalších se samozřejmě vědělo a ví. Že ale naberou události tak rychlý spád, jsem opravdu nečekal.

Na závěr posledního letošního úvodníku bych vám rád popřál bohatou předvánoční sezonu, velké prodeje a tržby, v osobní rovině potom krásné Vánoce a vše nejlepší do nového roku. Pevně věřím, že z ekonomického hlediska přinese pozitivnější výsledky než ten letošní.



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

30



Obsah

Listopad-prosinec 2013

03 Editorial

08 GfK TEMAX: Hodnota trhu s technickým zbožím ve třetím kvartálu rostla

09 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

11 JURA GIGA X8 a X8c Professional

Neuvěřitelná rychlost, neuvěřitelné aroma

13 Dyson zavádí testovací program pro zákazníky

**14 Spotřebiče Bauknecht
Kvalita, design, inovace**

16 Skupina výrobků

Vestavné trouby

19 Pestrá nabídka vestavných spotřebičů Gorenje

21 Vestavné elektrospotřebiče na českém trhu podle GfK

23 BEKO jako technologická špička

Vestavná trouba s USB a další novinky

24 Inovace ve vestavných spotřebičích řady Hotpoint LUCE

26 Dealerské dny HP Tronic a FAST

Přední značky se sjely do Brna a Jihlavy

28 Rok 2013, rok změn

Po Baumaticu krachuje také Fagor

30 Luboš Filip, bývalý obchodní ředitel Baumatic ČR/SR:

Snaha zachránit Baumatic byla bojem s větrnými mlýny

36



32 Zrcadlo aneb chvilka k zamyšlení

7 % trhu velké bílé k dispozici. Kdo si je vezme?

34 Design

Šedesátá léta očima mladého režiséra

35 NESCAFÉ DOLCE GUSTO

Káva, která chutná tak skvěle, jako vypadá

36 Roman Kantor, country manažer BEKO pro ČR:

BEKO se letos stalo lídrem trhu v kategorii praček a chladniček

38 Ekonomické novinky

Haier couvá ze spolupráce s Fagorem, Candy kupuje Baumatic a další zprávy

40 Vestavné novinky AEG

Prověřená kvalita, inovace a efektivní provoz v jednom

42 Iva Vrbová, manažerka kuchyňského studia Datart:

Kuchyňské studio Datart ručí za kvalitu a spolehlivost silou své značky

44 Braun je zpět!**46 Sociální média**

Twitter je úspěšně na burze, vyhráno ještě nemá

47 Netradiční pomocníci z dílny belgické značky DOMO**48 International Lookaround**

László Szabó, generální ředitel Premier Range Online Kft.: Vzhůru na trh!

50 Skupina výrobků extra

Plynové varné desky

53 Unikátní designová řešení italských spotřebičů NARDI

SELL 2014

Prodej exkluzivních pozic již zahájen

JEDINÝ ČESKÝ B2B MAGAZÍN PRO VÝROBCE
A PRODEJCE DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ



red editions

Od 1. listopadu 2013 zahájil časopis SELL prodej předních obálek včetně exkluzivního prostoru a uzavírání ročních inzertních balíčků. Zajistěte si některou z předních obálek a prezentujte obchodním partnerům i potenciálním partnerům své produkty na nejlepších pozicích v magazínu. Většina nejlepších pozic byla už prodána.

Výhody včasného uzavření roční spolupráce:

- Možnost získat některou z předních obálek. Ke každé obálce je jako bonus poskytnut prostor pro 2stránkový článek uvnitř časopisu
- Celoroční redakční podpora značky či značek ve Vašem portfoliu – zařazování produktů do přehledů, prostor v novinkové sekci
- Kontinuální prezentace značky v SELLu ve všech číslech v roce 2014
- Nadstandardní prostor ve srovnávacích tabulkách na konci každého čísla
- Výrazné cenové zvýhodnění při uzavření celoroční spolupráce

Proč být v magazínu SELL?

SELL je jediný trade magazín o domácích spotřebičích na českém trhu. Časopis je zaslán přímo na jméno vybraným lidem z oblasti výroby, distribuce, prodeje a propagace domácích spotřebičů. Nabízí tedy jedinečnou platformu pro prezentaci nejnovějších či teprve chystaných výrobků. Informujte své partnery a další tisíce lidí z oboru o novinkách ještě před zahájením spotřebitelské marketingové kampaně. Prezentujte tvář své firmy formou interview, dejte ostatním vědět o svých úspěších na trhu. Při uzavření roční spolupráce máte možnost pravidelně po celý rok informovat prodejce o novinkách a být neustále na očích.

Chystané novinky

Letos na jaře zahájil magazín SELL úzkou spolupráci s ekonomickým deníkem Mladá Fronta E15, pro který na klíč dodává tematické speciály o trhu s domácími spotřebiči. Projekt netradičním způsobem kombinuje B2C a B2B komunikaci a na českém trhu nemá z hlediska svého obsahu a zacílení konkurenci. V příštím roce bude proto pokračovat.

Magazín SELL vychází na kvalitním křídovém papíře v nákladu 3 000 kusů a je zaslán přímo na jméno lidem z oblasti výroby, prodeje a propagace domácích spotřebičů.

E15

Tematické speciály v deníku MF E15

Partneři magazínu SELL s platným inzertním balíčkem na rok 2014 mají možnost nakupovat prostor ve speciálech, které SELL pro deník MF E15 dodává, za zvýhodněné ceny. Vydání dalších speciálů je plánováno na jaro a na podzim příštího roku. Pro bližší informace kontaktujte redakci magazínu SELL.



JCB SPOTŘEBNÍ BATERIE

Výhradní distributor: Solight Holding s.r.o., www.jcb-baterie.cz

GfK TEMAX: HODNOTA TRHU S TECHNICKÝM ZBOŽÍM VE TŘETÍM KVARTÁLU ROSTLA

ČESKÁ EKONOMIKA SICE NEPŘÍJEMNĚ PŘEKVAPILA NÁVRATEM DO RECESE, ALE TECHNICKÉ SPOTŘEBNÍ ZBOŽÍ HLÁSÍ ZA TŘETÍ ČTVRTLETÍ POZITIVNÍ VÝVOJ. DAŘILO SE HLAVNĚ SEKTORU TELEKOMUNIKACÍ A INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ, DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE V OBOU HLAVNÍCH KATEGORIÍCH VYKÁZALY RŮST, ZATO SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKA, FOTO A KANCELÁŘSKÁ TECHNIKA ZŮSTÁVAJÍ V ČERVENÝCH ČÍSLECH.

Velké domácí spotřebiče

Ve třetím kvartálu hodnota trhu s touto kategorií spotřebičů vzrostla v meziročním srovnání o 6,3 %. Dle GfK rostly všechny produktové skupiny, zejména pak pračky. Důležitou informací je, že vzrostla průměrná cena volně stojících spotřebičů, největší podíl na tom měl vývoj cen chladniček.

Malé domácí spotřebiče

Trh s malými spotřebiči roste poměrně stabilně už delší dobu a třetí čtvrtletí letošního roku na tom nic nezměnilo. Došlo k nárůstu hodnoty trhu o 4,5 % v meziročním srovnání stejných období letošního a loňského roku. Velkým překvapením není, že pozitivní výsledky se týkají hlavně kávovarů, odšťavňovačů, vlasové péče a kuchyňských robotů. Určitým překvapením je ovšem mírný nárůst v kategorii vysavačů,

kteří byly dlouhou dobu v negativních číslech. Největší pokles potom zaznamenaly domácí pekárny, parní hrnce a holicí a epilační stroje.

Spotřební elektronika

Celý trh si je vědom, že segment spotřební elektroniky během posledních let zřetelně odhaluje velké problémy a chyby, kterých se výrobci této techniky především po roce 2008 dopustili. Máme na mysli přehnanou cenovou válku a s ní spojený neadekvátní pokles cen, a to hlavně u televizorů, které jsou nejdůležitější produktovou skupinou v kategorii spotřební elektroniky. Dokaže to i zpráva GfK TEMAX za třetí čtvrtletí, která informuje o 15% meziročním poklesu hodnoty trhu při srovnání třetího čtvrtletí roku 2013 a 2012. Televizory zůstávají v červených číslech a padají i DVD přehrávače, audiosystémy, MP3 přehrávače a další.

Telekomunikace, informační technologie a kancelářská technika

Chytré telefony táhnou tento segment technického spotřebního zboží dlouhou dobu a nic na tom nezměnil ani třetí kvartál roku 2013 – trh vzrostl o více než 12 %. Naopak v případě informačních technologií nebyl vývoj vždy zcela pozitivní, například v kategorii přenosných i stolních počítačů. Aktuálně drží dle informací GfK hodnotu tohoto trhu velký nárůst prodeje tabletů a pro nás překvapivě také stolních počítačů. Přenosné počítače se drží, což považuje GfK za pozitivní zprávu ve světle předchozích období. Zajímavé také je, že v prodaných kusech jsou tablety jasnou jedničkou, jenže jsou za ně spotřebitelé ochotni zaplatit mnohem méně než za přenosné počítače. Prodeje tiskáren a multifunkčních zařízení už dlouho klesají a během třetího čtvrtletí se pokles hodnoty prodeje opět prohloubil. GfK uvádí, že hodnota tržeb za celý sektor meziročně klesla o 4 %.

Zdroj: GfK TEMAX

	Q4 2012	Q1 2013	Q2 2013	Q3 2013	Q3 13 / Q3 12	Q1-3 2013	Q1-3 13 / Q1-3 12
	mil. Kč	mil. Kč	mil. Kč	mil. Kč	%	mil. Kč	%
Spotřební elektronika (CE)	4 276	2 448	1 671	2 056	-14,7%	6 477	-14,1%
Foto (PS)	809	469	555	531	-11,0%	1 555	-2,1%
Velké domácí spotřebiče (MDA)	3 665	2 969	3 051	3 436	6,3%	9 456	2,1%
Malé domácí spotřebiče (SDA)	2 104	1 116	990	1 024	-4,5%	3 133	-2,2%
Informační technologie (IT)	6 228	4 498	3 735	4 129	12,3%	12 360	8,4%
Telekomunikace (TC)	3 498	2 235	2 322	2 414	12,7%	6 970	19,0%
Kancelářská a výpočetní technika (OC)	485	375	341	346	-4,0%	1 063	-3,7%
GfK TEMAX* Česká Republika	21 027	14 110	12 965	13 930	+4,0%	41 014	+3,1%

Vývoj obrátu u zboží dlouhodobé spotřeby



*“Dvě latte macchiato,
prosím. Z čerstvě mleté
kávy, nikoliv z kapsle.”*

GIGA 5 - Volba Rogera Federera

SWISS  MADE

GIGA 5 udává nový standard výkonu, vzhledu a dokonalosti provedení v segmentu automatických kávovarů. Profesionální technologie si našla cestu do domácností lidí, kteří vyžadují ty nejvyšší standardy. Silou dvou mlýnků, dvou systémů ohřevu a dvou čerpadel umí tento přístroj připravit i dvě kávové specility současně, nabízející nevídané možnosti výběru specialit, které uspokojí touhy každého milovníka kávy. JURA – If you love coffee

Pro více informací o produktech a prodejcích navštivte naši webovou stránku na adrese:
www.cz.jura.com



jura

3.000.000

GIGA | IMPRESSA | ENA

INOVACE
ZKUŠENOSTI
KVALITA



V kouzelném světle svíčky



VxRGB
LED LIGHTING

LED žárovka Verbatim VxRGB Natural Vision poskytuje díky teplotě chromatičnosti 1900 K teplé světlo podobné svíčce, jež se výrazně blíží barevnému spektru skutečného plamene. Toto dokáže jedině technologie Mitsubishi VxRGB, která využívá fialové světlo v kombinaci s červeným, zeleným a modrým luminoforem a nabízí tak jedinečné barevné osvětlení s mnohem širším a bohatším spektrem než běžné LED světelné zdroje.



Produkt č. 52243 - VxRGB Natural Vision
Candle E14 2,5W 1900 K WW 50 LM



www.verbatim.com

Verbatim
Technology you can trust

Mitsubishi Chemical Holdings Group

Autorizovaný VERBATIM LED distributor
showroom: Pod vinicí 409/27, Praha 4 Modřany
www.luxoprofi.cz

 **LuxoProfi**

NOVINKY

expert



Expert Elektro: Změna kurzu koruny způsobila raketový nárůst prodejů elektroniky

Tuzemští spotřebitelé reagovali velmi rychle na intervenci České národní banky, která snížila hodnotu koruny, což by v důsledku mělo vést ke zdražení dovozeného zboží. Velkou a bedlivě sledovanou skupinou je samozřejmě elektronika, u níž došlo v síti Expert skokově k nárůstu prodejů o zhruba 40 %. Logistika dokonce prý krátkodobě zkolabovala, protože elektro-nický obchod Expert náhle vyrostl o 200 %, jak uvedl ředitel prodeje celé sítě Robin Weintritt. Na něco takového nebyl provozovatel e-shopu samozřejmě připraven. Weintritt se dále zabýval problematikou zvyšování cen a řekl: „U klasického elektra je efekt nicméně úplně stejný, jenom zpožděný, protože většinu sortimentu nakupují české subjekty od českých zastoupení značek v korunách. Problém kurzové ztráty pak vzniká na straně našeho dodavatele, protože tržní převážně koruny, ale své mateřské společnosti platí v eurech. Tito dodavatelé nás postupně jeden po druhém informují o tom, kdy zdraží. Většinou je to v řádech dnů. Téměř u žádných značek nevidím reálnou možnost, že by kurzovou ztrátu absorbovaly v rámci své marže.“ Expert v tiskové zprávě dále informoval, že je předzásoben a do doprodání zboží bude původní cenu držet. Rostoucí zájem o černou techniku, zejména televizory, a malé domácí spotřebiče ovšem skladové zásoby rychle ztenčují. Poté lze očekávat zvýšení koncových cen.



MAKRO otevřelo nové distribuční centrum na Černém Mostě

Poslední říjnový den letošního roku bylo na okraji Prahy otevřeno nové distribuční centrum MARKO Cash & Carry ČR pro rozvoz zboží k zákazníkům. Díky nové vícekapacitní rozvážkové platformě plánuje pobočka zdvojnásobit počet zákazníků, stejně jako podíl delivery zákazníků na jejím celkovém obratu. Firma spustila službu „MAKRO Distribuce“ v roce 2008 a zaznamenává u ní zatím meziroční nárůst na úrovni 65 %. K distribuci používá 15 vozidel, kterými obsluhuje 350 zákazníků, převážně hotelů, restaurací, lázní a nemocnic. Nové distribuční centrum zaměstná celkem 45 zaměstnanců.



GIGA X8 a X8c Professional

Neuvěřitelná rychlost, neuvěřitelné aroma

PROFESIONÁLNÍ DIVIZE ZNAČKY JURA VSTOUPILA DO NEJVYŠŠÍHO SEGMENTU KÁVOVARŮ TEPRVE NEDÁVNO, ALE UŽ PŘINÁŠÍ NA TRH REVOLUČNÍ PRODUKT – GIGA X8 A GIGA X8C PROFESSIONAL. UNIKÁTNÍ FUNKCE SPEED, KTEROU JE PŘÍSTROJ VYBAVEN, UMOŽŇUJE PŘÍPRAVU KÁVY V REKORDNÍM ČASE BEZE ZTRÁTY AROMA. PŘI PŘÍPRAVĚ NÁPOJE SE LÍNE NEZAMĚNITELNÁ LÁKAVÁ VŮŇ ČERSTVÉ KÁVY. POKUD ALE KÁVU PŘIPRAVUJETE MOC DLOUHO A PŘEVAŘÍTE JI, ZMĚNÍ SE VŮŇ I AROMA VLIVEM PŮSOBNÍ KYSELIN A KOFEINU. TOTO SE S GIGA X8 PROFESSIONAL NESTANE.

Americano v rekordním čase

Jak ukázaly testy smyslových specialistů, je krátké espresso doplněné trochou vody aromatictější a méně agresivní než káva, která je extrahována dlouhou dobu. Patrný rozdíl je poznat už u objemu od 100 ml. To je přesně hranice, od které plně využijete novou Speed funkci značky JURA. Horká voda je přivedena zvlášť by-passem a míchá se s připravenou kávou uvnitř stroje. Pro zpřesnění: kávovar je téměř dvakrát rychlejší než konvenční přístroje. Inovační Speed funkce může být aktivována a nastavena dle vlastních potřeb a chuti pro každou kávovou specialitu zvlášť. Nastavitelné množství vody je 0 až 290 ml na jednu porci.

Šetří čas, uchovává aroma

Kromě unikátní funkce Speed přináší GIGA X8 / X8c Professional všechny přednosti řady GIGA a skvěle vyplňuje mezeru mezi modely GIGA X7 a GIGA

X9. Dva výkonné profesionální mlýnky s kotouči z technické keramiky, odolné vůči opotřebení, zaručují precizní, jemné mletí po mnoho let. Také tyto mlýnky přispívají k rychlosti stroje. V porovnání s dřívějšími stroji se čas mletí kávy zkrátí na čtvrtinu. GIGA X8c je určena k pevnému připojení na vodovodní řád, zatímco GIGA X8 se dodává s velkou nádržkou na vodu a je vhodná pro mobilní kávová řešení.



Pro více informací o celé profesionální řadě značky JURA, návrh nevhodnějšího řešení a cenovou nabídku navštivte JURA Professional Competence Center provozovaný společností Swiss Gastro na adrese: Budějovická 34, Praha 4, 140 00. Rádi vám předvedeme model GIGA X8/X8c v provozu, stejně jako jakýkoliv další model profesionální řady značky JURA.

Pro více informací o produktech a prodejcích navštivte naši webovou stránku na adrese: www.cee.jura.com.

jura

Verbatim přichází s diamantovou optikou u bodových LED žárovek

Dvě nové série bodových LED žárovek, PAR16 GU10s a MR16 GU5.3s, využívají jednosměrné čočky s diamantovým řezem k napodobení hřejivosti a stmívatelných vlastností halogenových žárovek, které vyžadují profesionálové v oboru osvětlení, spolu s výjimečnými možnostmi nastavení paprsku a vysokým jasem. „Diamantový řez“ je využíván k dosažení dokona-



lého optického povrchu, který umožňuje světlu šířit se nadefinovaným způsobem, vyhnout se oslnění, rušivému světlu a světelně přepáleným místům. Životnost žárovek je přes 35 000 hodin a nabízejí jednodušší kompatibilitu s regulátory stmívatelnosti a mnoha kombinacemi transformátorů. Všechny nové bodové žárovky, které jsou vhodné především jako zvýrazňující osvětlení pro maloobchody, pohostinství nebo galerie, využívají nejnovější technologii COB, kde jsou LED čipy umístěny na keramickém plošném spoji. Tato technologie zlepšuje tepelný odpor, světelný výkon a účinnost.



První „Kávové centrum“ v ČR se odhaluje

V MINULÉM ČÍSLE SELLU JSME PŘINESLI INFORMACI O VZNIKU NOVÉHO KÁVOVÉHO CENTRA V PRAZE 9 VE FORMĚ ROZHOVORU S JEHO MANAŽEREM. O NECELÝ MĚSÍC POZDĚJI JSME VZNIKAJÍCÍ CENTRUM SAMI NAVŠTÍVILI, ABYCHOM ZJISTILI, JAK AMBICIÓZNÍ PROJEKT PŮSOBÍ A JAK BUDE VYPADAT.

Značkou, která již má v centru kávy svůj reprezentativní showroom, je německá NIVONA. Hned první dojem odhaluje, že projekt kávového centra míří skutečně vysoko. Při návštěvě jsme si mohli zvolit nejen kávovar NIVONA, na kterém nám připraví kávu, ale také její druh. Vybrat si z nabídky více než 80 druhů zrnkové kávy není právě jednoduchý úkol. Vyškolený barista nám proto pomohl s výběrem podle našich chuťových preferencí.

Showroom s kompletní nabídkou kávovarů a příslušenství NIVONA doplňuje plně vybavený autorizovaný servis NIVONA. Ten bude poskytovat záruční i pozáruční servisní služby. Zajímavou novinkou jsou expresní služby, kdy v případě jakékoli komplikace s kávovarem NIVONA ho technik na místě opraví do 90 minut. Čekání si můžete zpříjemnit ochutnávkou kávy a prohlídkou novinek nejen této značky.

Novým trendem, který nám v kávovému centru představili, je individuální barevná personifikace kávovarů. Službu, kterou centrum nabízí ve spolupráci s předními kuchyňskými a bytovými studii, ocení každý, kdo nechce do své nové hráškově zelené kuchyně umístit kávovar v tradiční černé nebo stříbrné barvě. Každý kávovar NIVONA si tak v pražském Kávovému centru můžete zakoupit v libovolné barvě, vybírat lze z více než 80 000 variant.

Další značkou, jejíž showroom v Kávovému centru v Praze vzniká, je JURA. I v případě tohoto švýcarského výrobce se bude jednat o luxusně pojatou prezentaci značky v Čechách. Showroomu JURA bude v Kávovému centru dominovat monopost F1 Sauber, kterého je JURA reklamním partnerem.



Dyson zavádí testovací program pro zákazníky

VEDLE BĚŽNÝCH FOREM PODPORY PRODEJČŮ, JAKÝMI JSOU VÝSTAVNÍ DISPLEJOVÉ KUSY ZA SNÍŽENOU CENU, VÝSTAVNÍ STOJANY A PODSTAVCE, PROSPEKTY, LETÁKY A JINÉ PROPAGAČNÍ MATERIÁLY, ZAVÁDÍ DYSON NOVINKU. U VYBRANÝCH PRODEJČŮ SI KONCOVÍ ZÁKAZNÍCI BUDOU MOCI ZA MANIPULAČNÍ POPLATEK ZAPŮJČIT VYSAVAČ DYSON NA VYZKOUŠENÍ U SEBE DOMA. POKUD SE NA ZÁKLADĚ VLASTNÍHO TESTU ZÁKAZNÍK ROZHODNE VYSAVAČ ZAKOUPIT, MANIPULAČNÍ POPLATEK MU BUDE Z CENY VYSAVAČE ODEČTEN.

K zapůjčení budou k dispozici nejnovější modely Dyson DC52, které jsou mimo jiné unikátní tím, že nevyžadují žádnou údržbu filtru a posouvají téměř k dokonalosti hlavní filozofii Dysonu: „Bez ztráty sacího výkonu a bez dodatečných nákladů.“ Další modelovou řadou, kterou si zákazníci budou moci takto vyzkoušet, jsou akumulátorové vysavače Dyson DC62. Tyto lehké a přitom velmi výkonné akumulátorové vysavače poskytují sací výkon srovnatelný s klasickými podlahovými vysavači napájenými trvale z elektrické sítě. Dyson DC62 nemá díky svému enormnímu výkonu ve své kategorii konkurenci, tento vysavač doslova mění dosavadní návyky. A přesně tam Dyson svým novým testovacím programem míří. Chce, aby se zákazníci sami přesvědčili, co jim Dyson přinese.

Prodejci, kteří budou mít zájem o zapojení do testovacího programu Dyson, mohou kontaktovat distributora pro Českou republiku a Slovensko – společnost Solight Holding, s. r. o., kde se o programu dozvědí více. Pokud splní základní podmínky, konkrétně budou mít dohodnutý sortiment skladem a správně ho vystaví, mohou tuto novou a neotřelou službu nabídnout svým zákazníkům, posílit tím nejen prodej, ale i prestiž svých provozoven.



DC52 – nejnovější vysavač Dyson. Poslední součást, která mohla způsobit pokles sacího výkonu – filtr byla nahrazena zdokonaleným systémem menších cyklon a jeho správná funkčnost byla pečlivě ověřena množstvím testovacího prachu odpovídající 10 letům vysávání. S DC52 pokles sacího výkonu nehrozí.

www.dyson.cz
dyson.solight.cz



Hubice DC62 s rotačním kartáčem s karbonovými vlákny je vhodná pro koberce i pro hladké plovoucí podlahy, parkety, linolea, dlaždice apod.



Vysávání je ve spoustě domácností mužská práce, tak proč nemít něco, co stejně dobře poslouží jak doma tak v autě?



DC62 bude vždy po ruce, nabitá a připravena posloužit. Do držáku na stěnu lze přímo zapojit nabíječku, takže odpadá další starost.

dyson



Spotřebiče Bauknecht - kvalita, design, inovace

LETOS NA JAŘE TO BYLY DVA ROKY, KDY VSTOUPILA NA ČESKÝ TRH DALŠÍ KVALITNÍ A V ZÁPADNÍ EVROPĚ POPULÁRNÍ ZNAČKA DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ – BAUKNECHT. OD TÉ DOBY SE JIŽ ETABLOVALA V ROLI DODAVATELE VYSOCE KVALITNÍCH, DESIGNOVĚ ZAJÍMAVÝCH A TECHNOLOGICKY VYSPĚLÝCH SPOTŘEBIČŮ VOLNĚ STOJÍCÍHO I VESTAVNÉHO TYPU. PRODUKTOVÉ PORTFOLIO SE POSTUPNĚ ROZŠIŘUJE A OBSAHUJE TAKÉ NĚKTERÉ UNIKÁTNÍ PRODUKTOVÉ ŘADY. NAPŘÍKLAD LETOS BYLA VEŘEJNOSTI PŘEDSTAVENA NADČASOVÁ BLACKLINE – VESTAVNÉ SPOTŘEBIČE V PROVEDENÍ ČERNÉ SKLO PRO ZÁKAZNÍKY, KTERÍ HLEDÁJÍ A OCEŇUJÍ VÝJIMEČNOST.

Domácí spotřebiče Bauknecht jsou vyvíjeny a vyráběny s ohledem na maximální zkvalitnění života v domácnosti. Snoubí se v nich snaha docílit příjemného a jednoduchého ovládání spolu s inteligentními funkcemi a ekologickým provozem. Na začátku letošního roku změnila značka výrazně svou image prostřednictvím neotřelých vizuálů, kterým vévodí „Mr. Bauknecht“. Ty podtrhují jednoduchý a bytostně elegantní design spotřebičů. Spolu s novým stylem komunikace přišla na trh také již v úvodu zmiňovaná řada BlackLine, kterou ocení nadšení kuchaři i milovníci designu.

BlackLine

Každý kus z této řady upoutá svým dokonalým vzhledem v luxusní černi. Při vývoji nových spotřebičů řady BlackLine spojila značka Bauknecht své síly s německou technologickou firmou SCHOTT a vyvinula

speciální vysoce kvalitní a velmi odolné sklo se zrcadlovým povrchem. SCHOTT® See-Clear zlepšuje využitelnost a estetiku všech skleněných čel a ovládacích panelů u spotřebičů řady BlackLine a zdůrazňuje nadčasový charakter těchto kuchyňských spotřebičů.

Elegantní řadu tvoří na českém trhu šestice spotřebičů. Prvním je vestavná horkovzdušná trouba BLVMS 8100 SW s kruhovým topným tělesem, černobílým displejem ProCook, 30 přednastavenými recepty a funkcí pomalého vaření při 85 až 90 °C. Nevyžaduje předehřívání a umožňuje péct až ve 3 úrovních najednou bez mísení vůní. Uživatelé nabízí nadstandardní objem 73 l a úspornou energetickou třídu A – 20 %. Praktickým a estetickým doplňkem k pečicí troubě je trouba multifunkční mikrovlnná, která nese v případě BlackLine označení EMCHD 8145 SW a disponuje objemem 40 l. Nechybí u ní funkce zapékání Crisp, vaření v páře či

horký vzduch. Užitečným doplňkem kuchyně vybavené řadou Bauknecht BlackLine je nově také ohřevná zásuvka (WD 170 SW), která nabízí předehřev kuchyňského nádobí a náčiní v teplotním rozmezí 30 ° a 85 °. Zároveň při umístění horkovzdušné a multifunkční trouby vedle sebe esteticky dorovná výškový rozdíl těchto spotřebičů.

K pohodlnému vaření pak slouží indukční sklokeramická deska ESPIF 8950 IN o komfortní šířce 86 cm – ta poskytuje nadstandardní funkce (pauza, flexibilní zóny pro větší či oválné nádoby, Rapid Start Booster či automatické senzory) a je vybavena dotykovým ovládáním. Nad deskou se potom nachází výkonný nástěnný odsavač DWGR 9780 ES. A konečně, skladování potravin a nápojů má na starost side by side chladnička KSN 568 A++ES s funkcí No Frost a systémem MultiFlow pro ty nejlepší podmínky uchování surovin v celém prostoru chladničky.



Nová deska se zapuštěnými hořáky a povrchem iXelium™

Žhavou novinkou v nabídce značky Bauknecht je plynová varná deska TGZ 5758 IXL o šířce 73 cm. Všechny 5 hořáků je zapuštěných do desky, což velmi usnadňuje její čištění, které není u běžných plynových desek vždy jednoduché. Z hlediska čistoty i vzhledu desky je důležitý také patentovaný povrch iXelium™ vyrobený pomocí nanotechnologie, který vytváří na povrchu desky ochrannou bariéru proti chemickému a mechanickému působení. Tato unikátní technologie zaručuje stálobarevnost, vyšší odolnost, minimalizuje poškrábání, odírání a usnadňuje čištění a údržbu desky. Zapuštěné hořáky také znamenají větší efektivitu vaření díky svislému, přímému přívodu tepla k hrnci.

Historie značky Bauknecht

Historie značky se začala psát už v roce 1919 v Německu, kdy se pojila s výrobou elektromotorů s širokým uplatněním, a po skončení druhé světové války vstoupila do světa domácích spotřebičů. Už v roce 1969 měla společnost Bauknecht 12 tisíc zaměstnanců a roční obrát překračující 620 milionů marek. A růst nadále pokračoval i díky vývozu zboží do více než 60 zemí celého světa.

Odovídá Markéta Minaříková, marketingová ředitelka společnosti Whirlpool CR a SR



Značka spotřebičů Bauknecht je na trhu dva roky. Jak zpětně hodnotíte její vývoj a stávající pozici?

I přes to, že je na našem trhu značka Bauknecht relativně krátce, ve světě a především v sousedním Německu je velmi známá a populární. Je synonymem kvality, inovací, vytříbeného designu a pohodlného ovládání, což začínají postupně zjišťovat i zákazníci v České republice a povědomí o značce stále stoupá. Značka se dobře etablovala a její postavení se vyvíjí a posiluje. Především kuchyňská studia dlouhodobě generují zvyšující se zájem o vestavné spotřebiče Bauknecht, které jsou zárukou skvělé volby pro novou kuchyni. Je důležité říci, že značka Bauknecht je prémiová a je určena pro náročného zákazníka.

Jaké jsou ohlasy na kompletní rebranding značky, který proběhl v České republice na začátku letošního roku?

Zpětná vazba směrem k novému brandingu značky byla a stále je opravdu kladná, zákazníci stejně jako prodejci se s ní velmi dobře identifikují. Je třeba říci, že změna byla opravdu zásadní a nesla nejen výměnu vizuálů či novou tvář, ale také pevnější spojení komunikace značky s ústředním claimem „Bauknecht: Mehr als Technik“,

v překladu tedy „Bauknecht: více než technologie“, který považujeme za naprosto výstižný a velmi dobře formulovaný. Navíc jsme se rozhodli jej pro ČR nepřekládat a zdůraznit tím tak německou technologickou základnu značky, která jde ruku v ruce s precizním vypracováním, mimořádnou kvalitou a minimalistickým designem.

Novou dynamickou identitu doprovází jediná tvář – muž, Mr. Bauknecht. Tato stylizace naprosto splnila naše očekávání a z pohledu marketingu pomohla značku zajímavě odlišit od ostatních a doprovodným vizuálem definovat její charakter.

Co je pro značku Bauknecht směrem k zákazníkovi klíčové a jaké jsou plány pro rok 2014?

Klíčová je rozhodně kvalita, která je společně s vytříbeným designem hlavním synonymem značky. Léty prověřenou důvěru, kterou ve značku máme, potvrzujeme i plnou pětiletou zárukou na všechny spotřebiče Bauknecht. Na vysokou kvalitu je kladen důraz v průběhu celé výroby, kterou doprovází přísné vstupní i výstupní kontroly. Značce se na trhu daří stále lépe a naše očekávání především v oblasti prodeje vestavných spotřebičů se naplňují. A v tom chceme pokračovat v roce 2014 a nejen v něm.



Klasické trouby na ústupu, otěže přebírají elektronické modely s inteligentními systémy

STRACH VAŘENÍM NEPOLÍBENÝCH UŽIVATELŮ, ŽE ZKAZÍ VEČEŘI, SE POMALU STÁVÁ OZVĚNOU MINULOSTI. S MODERNÍ TROUBOU, KTERÁ JE VYBAVENA ELEKTRONICKÝMI SYSTÉMY A V LEPŠÍM PŘÍPADĚ I PEČICÍ SONDOU, DOKÁŽE PŘIPRAVIT DOKONALÝ ROSTBÍF I ČLOVĚK, KTERÝ V ŽIVOTĚ NEVAŘIL JEDINÝ POKRM.

Magazín SELL působí na českém trhu už více než pět let a za tu dobu celá redakce sleduje rok za rokem postupné změny v nabídkách jednotlivých značek. Plíživě se v nich roztahovaly během té doby elektronické trouby, schopné kontrolovat přípravu masa. Nejpr-

ve šlo o top modely, postupně však začaly obsazovat nižší a nižší pozice, až se staly u některých středních a vyšších značek dominantou. Inovací, implementovaných do aktuálních novinek na trhu, je ovšem mnohem více. Většinou se týkají právě elektronických modelů, protože ty umožňují nasazení celé řady chytrých systémů a pomůcek. Díky nástupu parních funkcí, pyrolýzy a nově také indukce se nabídka diverzifikuje a působí mnohem rozmanitěji než před pár lety. Velkou roli také hraje snaha o designové odlišení u mnoha značek – některé vsázejí na rustikální koncepci, jiní čistý moderní vzhled a někdo na extravagantní pojetí z pera designérů zvučných jmen.

Funkční výbava aneb honba za inovacemi

S příchodem elektronických řešení se staly trouby uživatelsky přívětivějšími, protože je v nich mnohem složitější jídlo spálit či nevhodně upravit, jak už bylo řečeno v úvodu. Mnozí určitě ještě vzpomenou na staré plynové sporáky, hojně rozšířené ještě za minulého režimu, ve kterých nebyl ohřev rovnoměrný a pečení si žádalo um a zkušenosti. Něco takového už z větší části neplatilo u běžných elektrických trub, v případě elektronických pak vůbec.

Z pohledu naší redakce došlo v posledních letech ke třem zásadním inovacím, kterými jsou pečicí sondy, pyrolytické čištění a teleskopické výsuvy. Samozřejmě nejde vždy o úplné novinky. Důležité je ovšem to, že se začaly výrazně rozšiřovat a že zapadají často do komplexního inteligentního systému trouby. Například pečicí sonda napojená na procesor trouby a její systém má zcela jiný rozměr než klasická sonda s teploměrem, která není propojena s troubou.

Většina značek má snahu neustále inovovat a předhánět se v tom, kdo představí revolučnější novinku. Někdy jde o zajímavé funkce, hodné dalšího vývoje, jindy o slepé uličky. Jednou ze žhavých novinek, která má z pohledu SELLu určitě smysl, je integrace indukční desky do nové trouby Whirlpool AKZM 8910 IXL, kdy deska ohřívá pekáč nebo plech přímo. O horní ohřev se pak stará tradičně umístěný gril. Blíže výrobek popisujeme v produktovém přehledu.

Parní trouby

Velkým hitem posledních let jsou také parní trouby. Zde je potřeba rozlišovat ryze parní modely, většinou kompaktní s výškou 45 cm, a standardní 60 cm vysoké trouby, které mohou mít funkci vaření v páře také. Dlouhou dobu platilo, že pokud chce zákazník troubu s párou, musí se vzdát funkce pyrolytického čištění. A u většiny značek na trhu je tomu tak nadále. Jediný, kdo vyráběl pyrolytické trouby s parní funkcí, byl De Dietrich, potažmo také Fagor, jemuž značka patří. V současné situaci, kdy španělský výrobce krachuje a výroba stojí, včetně výroby značek Brandt a De Dietrich, ale není vůbec jisté, kdy a zda bude výroba také těchto spotřebičů obnovena.

AEG**BS931440NM**

Trouba MaxiKlasse patří mezi největší ve své třídě, protože má vnitřní objem 74 l. AEG u ní také zdůrazňuje přítomnost funkce ThermiC°Air, která používá mimo jiné nový aerodynamický kryt ventilátoru a zajišťuje lepší proudění vzduchu. Teplota se dostává účinně do celého prostoru trouby, takže se zkrátí doba přípravy, a teplotu pro pečení lze nastavit až o 20 °C jinak, než je běžné. Ve výbavě nechybí ani pečicí sonda připojená na inteligentní systémy, parní funkce včetně pečení s přidávkem páry, funkce IsoFront Plus pro zajištění nízké teploty dvířek, jemné a tiché dovírání a rozhraní NaviSight pro jednoduché ovládání všech programů a nastavení. Trouba spadá do energetické třídy A – 20 %.

**Amica****Integra EBI71294**

Vlajková loď nabídky polské značky s barevným LCD displejem má vnitřní objem 66 l. Kromě vodicích lišt nabízí také teleskopické výsuvy, které usnadní kontrolu připravovaných pokrmů i manipulaci s horkými plechy. Z další výbavy stojí za zmínku pečicí sonda připojená na systém trouby. Ohřev probíhá pomocí horního, spodního nebo zadního kruhového topného tělesa. Dvířka trouby mají trojitě sklo k zajištění bezpečnosti, především dětí, při pečení. Energetická třída trouby je A – 20 %.

**Bauknecht****BLCE 7103/PT**

Novinka v nabídce značky Bauknecht je horkovzdušnou troubou s kruhovým topným tělesem a vnitřním objemem 65 l. Uživatelé nabízí 8 různých programů včetně udržování jídla při teplotě 30 °C nebo 60 °C, a to až po dobu 10 hodin. Tato funkce je vhodná také pro kynutí těsta. Uvnitř trouby naleznete teleskopické výsuvy a vnitřní část dvířek s celoskleněným povrchem SMART CLEAN, který se snadno čistí. Výrobce ještě uvádí rychlý předohřev pečicího prostoru – 250 °C je dosaženo už za pouhých 6 minut. Trouba se řadí do energetické třídy A – 20 %.

**BEKO****OIM 25901 X**

Inovativní trouba vybavená USB rozhraním umožňuje uživateli nahrávat do její paměti vlastní recepty z flash disku. Na barevném LCD displeji ukazuje popisky s obrázky postupu pro jednotlivá jídla, displej lze využít také jako běžný digitální fotorámeček. Jinak jde o plně vybavenou elektrickou troubu s funkcí 3D pečení (horní, spodní ohřev + horkovzduch), teleskopickými výsuvy, celoskleněnými dvířky s NANO povrchem pro snadné čištění. Údržbu usnadňuje ještě zadní katalytická deska. Vnitřní objem trouby je 65 l a energetická třída A – 20 %.

**Lexikon****Pečicí sonda**

V tomto případě máme na mysli sondu, která je přímo spojena s troubou a odesílá do ní informace o teplotě uvnitř pokrmu. Jakmile je dosaženo požadované hodnoty, již si uživatel před samotným pečením nastaví, trouba se vypne. Některé trouby mají v menu i informace o stup-

ni propečení masa, tudíž uživatel nemusí ani vědět, jakou teplotu má mít například rostbíf, aby byl připraven „na medium“. Jednoduše jen zvolí v menu propečení „medium“ a trouba už se o vše postará sama.



Bosch HBG38B950

Výrobce popisuje tuto 67l troubu jako vestavný model s inteligentní programovou automatikou. Zdůrazňuje proto funkci AutoPilot 68 s 68 přednastavenými programy pro automatické pečení. Další důležitou funkcí je 3D horký vzduch

Plus, při jehož aktivaci rozděluje trouba teplo rovnoměrně až na 3 zásuvné úrovně najednou. Celkově lze používat až 14 druhů ohřevu. V oblasti údržby sází Bosch na systém ecoClean, kdy zadní stěna trouby pohlcuje tuky. Volitelně lze ecoClean dokoupit také na strop a boční stěny. Mezi ostatními troubami vyčnívá tento model díky své energetické třídě A – 30 %, která ještě není zcela běžná.



Candy FXH 895 VX

Italská značka má v nabídce tuto pyrolytickou troubu s vnitřním objemem 73 l. Ovládání řeší výrobce tradičními otočnými voliči a LCD displejem. Celkově trouba používá 10 programů včetně tří

fázového pyrolytického čištění při 500 °C či programu pro rozmrazování nebo udržování teploty jídla. Vnitřní prostor osvětlují LED diody. Dvířka mají 3 izolační skla. Co se týče spotřeby, tak patří tento model s energetickou třídou A – 20 % k současnému standardu.



Blomberg BEO 9790 X

Tradiční německá značka, patří stejně jako BEKO do rodiny Arçelik, je na českém trhu zastoupena společností Elmax Store. V její nabídce nás zaujala trouba s vnitřním objemem 65 l, pyrolytickým čištěním a dotykovým ovládním s ani-

movaným LCD displejem. Celkově nabízí 14 programů včetně 3D pečení, pomalého pečení či udržování jídla v teple. Samozřejmostí jsou celoskleněné dveře, ovšem s nadstandardním počtem skel – Blomberg používá u tohoto modelu 4. Trouba se řadí do energetické třídy A – 20 %.



Electrolux EOY5851AAX

Trouba CombiSteam Deluxe poskytuje uživateli mimo jiné funkci vaření v páře, kterou lze využít také při běžném pečení. Kombinace tradičního pečení a páry zajistí dokonale křupavé, leč nevysušené pokrmy. K dispo-

zici jsou tak 3 stupně nastavení páry. Pomocí s využitím všech funkcí pomůže 100 přednastavených programů. Electrolux ve specifikacích dále uvádí pečicí sondu FoodProbe, XL ventilátor s aerodynamickým designem a tiché zavírání dvířek trouby. Energetická třída je A – 10 %.

Teleskopické výsuvy

Velmi hodnotné a užitečné vybavení lepších trub, které umožňuje prakticky plné vysunutí plechu nebo roštu a kontrolu pokrmu. Snižuje se tak riziko popálení nebo vypadnutí plechu z trouby jako při běžném vysouvání nádobí nebo plechů bez teleskopů.

Pyrolýza

Vnitřek trouby se zahřeje na teplotu dosahující až 500 °C a veškeré nečistoty na jejích stěnách se spálí na prach. Zákazníci byste měli informovat, že funkce není určena k častému používání na úrovni několika týdnů. Dochází k velkému namáhání materiálu a měla by se používat pouze jednou za pár měsíců.



Inteligentní vaření
Příprava jídel na indukci Gorenje
 Hitem posledních let jsou indukční varné desky, které jsou až o 50 % rychlejší a spotřebují až o 40 % méně elektrické energie. Gorenje navíc vyvinulo revoluční technologii IQ senzorů – IQcook, indukční varné desky s maximálně bezpečným ovládním, provozem s optimální spotřebou energie a prvotřídním výsledkem vaření. Konkrétně jde například o indukční sklokeramickou varnou desku IQ641AC. Po výběru požadovaného režimu vaření (IQboil – vaření s velkým množstvím vody, IQfry – smažení, IQgrill – grilování, IQpro – pomalé vaření, IQsteam – vaření v páře) se aktivuje senzor instalovaný na pokliče pomocí dotykového ovládacího panelu. IQcook pak už automaticky nastaví správnou teplotu i výkon, aby nedošlo ke ztrátě nutričních hodnot potravin, a dokonce zvládne řídit různé programy vaření na všech čtyřech zónách najednou. Bezpečnostní funkce SmartSense zabrání rozvaření a připálení. Pokud IQ senzory rozpoznají nedostatek tekutiny, proces vaření se automaticky ukončí.

PESTRÁ NABÍDKA VESTAVNÝCH SPOTŘEBIČŮ GORENJE

DESIGNOVÉ ŘADY DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ Z DÍLNY GORENJE JSOU NATOLIK ROZMANITÉ, ŽE NĚKTERÁ OSLOVÍ MILOVNÍKY TRADIČNÍHO TEPLA DOMOVA, JINÁ ZASE VYZNAVAČE JEDNODUCHÉHO MODERNÍHO STYLU NEBO NADČASOVÉ AŽ FUTURISTICKÉ ELEGANCE. KAŽDÝ ZÁKAZNÍK SI MŮŽE VYBRAT PODLE SVÉHO VKUSU A PREFERENCÍ, DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE GORENJE BY ROZHODNĚ NEMĚLY CHYBĚT V ŽÁDNÉ KUCHYNI. PŘINÁŠÍME TIPY NA NEJZAJÍMAVĚJŠÍ NOVINKY V NABÍDCE.



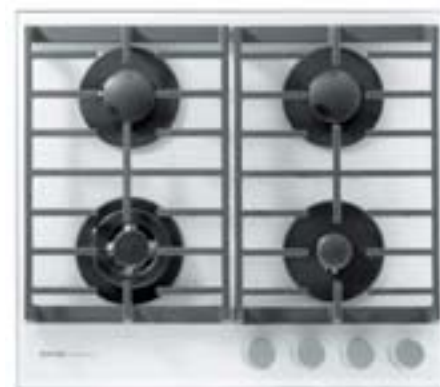
Do moderní kuchyně Vestavná trouba BO 75 SY2W

Model z nové řady designové kolekce Simplicity 2 zaujme každého, kdo má rád jednoduché, přímé linie, preferuje technologicky vyspělé a úsporné spotřebiče. Funkce AdaptBake si zapamatuje nastavení teploty pro každý předvolený program a při dalším použití nabídne poslední nebo nejčastěji používané nastavení. Jednoduché a jasné dotykové ovládní s elektronickým programovacím časovým spínačem umožňuje nastavit dobu vaření a vybrat správnou teplotu. Povrch časového spínače je zcela hladký, takže se snadno čistí. Systém zavírání dvířek trouby GentleClose je mimořádně pohodlný, dvířka se zavírají jemně a bezhlučně bez ohledu na vynaloženou sílu. Mezi přednastavenými programy nechybí speciální zavařovací program, který je vítanou alternativou k objemným zavařovacím hrncům. Tato trouba je v nabídce v bílém i černém provedení (BO 75 SY2B).



Pro tradiční rustikální kuchyň Vestavné trouby řady Gorenje Classicco

Řešením pro ty, kteří hledají spojení dynamického designu s nádechem klasiky a nejmodernějších technologií, jsou trouby z řady Gorenje Classicco (na obrázku model BO 73 CLI). Dvířka trouby jsou opatřena zdvojeným reflexním sklem, takže vnější strana dvířek je vždy chladná. Nejen proto byla trouba zařazena do energetické třídy A – 20 %. Na vnitřní straně dvířek trouby nejsou žádné drážky nebo hrany, takže se snadno čistí. Inovační design vnitřku trouby HomeMade s chytré umístěným topným tělesem imituje tradiční pece na dřevo. Efektivní cirkulace horkého vzduchu vede k rovnoměrnému rozvážení tepla a k vynikajícím výsledkům pečení. Teleskopické vodicí lišty značně usnadňují vkládání pečících plechů do trouby a zajišťují výborný přehled o procesu pečení. Ideální v kombinaci s plynovou varnou deskou model GW 65 CLI.



Vaření na plamenu Češi stále rádi kupují plynové varné desky

Gorenje věnuje náležitou pozornost také modernizaci a zdokonalování plynových varných desek. Nejnovější modely plynových varných desek, např. model GT 6 SY2W, zaujmou na první pohled atraktivním vzhledem – plynové hořáky jsou umístěny na skleněné desce. Moderní design doplňuje propracovaná ergonomie a mnoho užitečných funkcí pro optimální vaření (např. extra výkonný wok plynový hořák, litinový rošt pro lepší stabilitu a vzhled, automatická tepelná ochrana). A navíc se mohou pochlubit zlepšeným využíváním přímého plamene, které se promítá do vyššího výkonu při vaření. Jídlo bude připravené rychleji, takže si udělá více zdravých prospěšných látek a přirozených chutí.



Hotpoint FKQ 898E C.20 (W)/HA

Multifunkční trouba z řady LUCE je dodávána v provedení s vnější úpravou v bílém skle. U vestavných spotřebičů není bílá ještě zcela běžná, ale její popularita roste. Novinka v energetické třídě A – 20 % poskytuje uživateli pečicí prostor o objemu 62 l a je vybavena 2 automatickými pečicími programy na chléb a moučníky. Standardních programů je 10 včetně přípravy jídel při nízké teplotě nebo udržování jídla v teple. Ovládání tvoří dotykový displej doplněný tradičními knoflíky. Dvířka trouby mají trojitě sklo a jsou aktivně ochlazována. Nechybějí teleskopické výsuvy a katalytické samočištění.



Indesit FIM 738 K.A IX (EE)

Z katalogu značky Indesit jsme do přehledu vybrali troubu v nerezovém provedení s 60l pečicím prostorem. Svému majiteli nabídne 7 programů (Fast Cooking, gratinování, gril, horký vzduch, moučníky, pizza, tradiční). Nastavení a ovládání probíhá pomocí tradičních otočných voličů a jednoduchého LED displeje s digitální minutkou pro nastavení délky a konce pečení. Ve výbavě trouby naleznete dvířka s 3 skly i teleskopické pojezdy. Z energetického hlediska spadá do třídy A.



Gorenje B06P2X

Designově se tato trouba běžné nabídky zcela vymyká. Důvodem je, že za jejím vzhledem stojí renomované studio Pininfarina, se kterým Gorenje dlouhodobě spolupracuje. Model s objemem 65 l zaujme také vnitřním prostorem typu HomeMADE, u kterého vychází jeho tvar z tvaru klasické kamenné pece. Užitečnou a vítanou funkcí je potom digitální programovatelný modul s termosondou. Trouba používá samozřejmě elektronické ovládání. Čelní panel má vyroben z kombinace skla a kvalitní nerezové oceli. Čištění vnitřního prostoru probíhá pomocí funkce AquaClean, kdy stačí na plech nalít 0,5 l vody, aktivovat daný program a potom jen lehce setřít nečistoty ze stěn. Nechybějí teleskopické výsuvy. Energetická třída je A – 20 %.



MORA VT 559 MX

Zástupcem české značky MORA, kterou také vlastní slovenské Gorenje, je model s dotykovým ovládním Touch Control a LED ukazateli. Multifunkční trouba s 9 funkcemi a energetickou třídou A – 20 % je vybavena také teleskopickými výsuvy a parním čištěním vnitřního prostoru, který MORA nazývá Water systém. K ohřevu a pečení jí slouží spodní, dolní a kruhové topné těleso s ventilátorem. Specifikace dále uvádějí komfortní a tiché zavírání dvířek a systém pro ochlazování dvířek.

Parní čištění

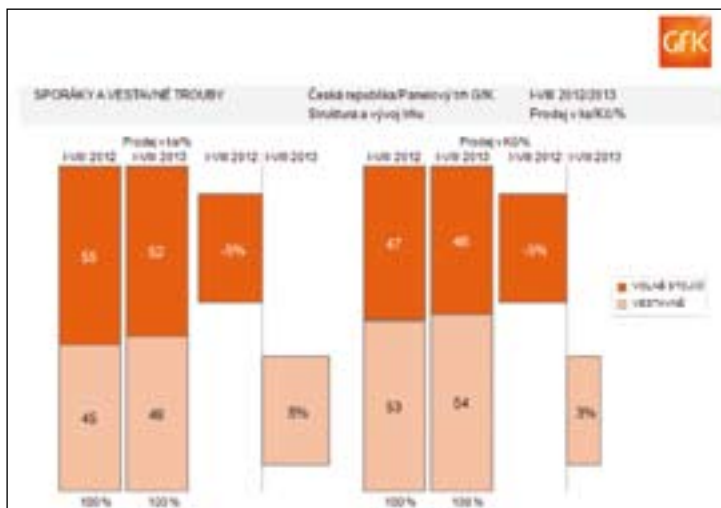
Některé parní nebo i běžné pečicí modely používají k čištění vodu, respektive páru. Vnitřek trouby se jí navlhčí včetně všech nečistot, horká pára zajistí rozpuštění usazených tuků. Poté už stačí jen povrch setřít hadříkem.

Katalytické desky

Většinou se nachází tato deska pohlcující tuky pouze na zadní stěně trouby. Volitelně ji lze dokoupit také pro horní stěnu a boční stěny. Katalytické desky je nutné po čase vyměnit, protože se časem jejich schopnost absorbovat tuky a nečistoty zhorší.

VESTAVNÉ ELEKTROSPOTŘEBIČE NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

**POPTÁVKA PO VESTAVBÁCH
PŘEDSTAVOVALA V PRVNÍCH DVOU
TŘETINÁCH LETOŠNÍHO ROKU
30 % Z CELKOVÉ U BÍLÉHO ZBOŽÍ¹.
PRŮMĚRNÁ² INVESTICE DO VESTAVEB
ZŮSTALA VE SLEDOVANÝCH
DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH³
MEZIROČNĚ⁴ NA STEJNÉ VÝŠI,
U VOLNĚ STOJÍCÍCH SPOTŘEBIČŮ
VZROSTLA O NECELÁ 4 %.**



Za velké domácí elektrospotřebiče – vestavné i volně stojící – zaplatili kupující v prvních osmi měsících 2013 průměrně 7300 korun⁴. V největší míře se na celkovém objemu i hodnotě prodeje bílého zboží podílely více než pětinou pračky a také chlazení. U vestaveb vedly v objemu odsavače par, vestavné varné desky a trouby, v hodnotě ještě myčky a s odstupem rovněž chlazení. Obrat vzrostl jak u vestavného, tak i volně stojícího provedení meziročně 4% tempem, pouze u volně stojících spotřebičů ho však z velké míry generoval nárůst průměrné ceny. Ten zaznamenalo oddělení Consumer Choices, GfK Czech, u volně stojících chladniček a kombinací, mrazáků a mikrovlnných trub.

Vývoj trhu vestaveb

Velká většina sledovaných vestavných spotřebičů zůstala meziročně z hlediska prodeje v kusech v kladných číslech, přírůstek v obratu zaznamenaly všechny. Klíčové skupiny rostly v hodnotě mírným tempem zhruba od 2 do 6 %, přičemž 6% zvýšení tržeb dosáhly vestavné varné desky. Těch se prodal 1,2násobek objemu vestavných trub a společně se do celkového obratu vestaveb promítly 44 %.

Vestavné trouby

Prodej volně stojících sporáků meziročně klesl o 5 % v objemovém i hodnotovém vyjádření na rozdíl od vestavných trub, u nichž obdobným tempem poptávka naopak vzrostla. Ta byla kladná v každém z prvních osmi měsíců letošního roku ve srovnání se stejným obdobím před

rokem, v červnu dokonce přesáhla desetinu. Nárůstu tržeb vestavných trub však ubral téměř 3% pokles průměrné ceny, kterou vytvářel zájem spotřebitelů o levnější část sortimentu. Konkrétně se z vestavných trub v rostoucí míře prodávaly výrobky v ceně do 10 tisíc korun, zatímco ve vyšších cenových hladinách poptávka meziročně klesala. Významný nárůst zaznamenal segment do 4 tisíc korun, který se na celkovém objemu vestavných trub podílel jednotkami procent. Sortiment do 10 tisíc korun narostl v prvních dvou třetinách 2013 již na 81 % celkového prodeje v kusech při meziročním zvýšení podílu o necelých 4 procentní body.

Technické parametry vestavných trub

Letos v srpnu zaplatili za vestavnou troubu kupující průměrně 8 700 korun. Skladbu prodeju vytvářely ze 13 % výrobky energetické třídy A++ a podobný díl tvořily i modely A+. Oba tyto segmenty se na celkových srpnových tržbách podílely z necelých 30 % a vykazovaly zřetelně rostoucí trend. Mezi dvaceti nejprodávanějšími modely bylo v srpnu sedm zařazeno v energetické třídě A++ nebo A+.

Podíl vestavných trub bez samočištění meziročně klesl, v srpnu se v objemu snížil až na polovinu. Podobně jako v předchozích měsících i v srpnu při výběru vestavné trouby se samočištěním zákazníci nejčastěji vybrali katalýzu, se vzrůstajícím zájmem hydrolyzu a dále pyrolyzu.

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 Sledované skupiny: pračky, sušičky, sporáky a vestavné trouby, varné desky, odsavače par, myčky nádobí, chladničky a kombinace, mrazničky a mikrovlnné trouby.
² Vážena počtem prodaných kusů, zaokrouhlena na stovky korun.
³ Elektroprodeje, nespécializované prodejny (hypermarkety, cash & carry, obchodní domy, nespécializované čistě internetové prodejny a IT prodejny), kuchyňská studia a prodejny nábytku.
⁴ I-VIII 2013 vs. I-VIII 2012.



Nardi FEX 47D54 N4

Multifunkční horkovzdušná trouba s kruhovým topným tělesem má zajímavý design s podsvícenými dotykovými plochami včetně dvou dotykových kruhových ovladačů. Vždy svítí pouze ty funkce, které lze aktuálně

aktivovat nebo použít. Celá čelní část je v efektním černém skle. Trouba v energetické třídě A má vnitřní objem 58 l, vnitřní povrch ze snadno čistitelného smaltu a trojitě sklo dvířek. Výrobce zmiňuje také 3 automatické programy a celkem 10 funkcí.



Siemens HB78GU570

Prémiová německá značka dodává na český trh tuto funkce nabitou troubu s pyrolytickým čištěním, které firma nazývá jako „activeClean“. Podobně jako u trouby značky Bosch naleznete ve výbavě pečicí automatiku cookControl 68 s přednastavenými recepty a 3D horký vzduch pro pečení až na 3 úrovních najednou. K ovládání slouží tradiční tlačítka a volič kombinovaný s LCD displejem. Dvířka trouby se vyznačují tlumeným dovíráním a teplotou skla pouhých 30 °C během pečení při 180 °C. Jedná se o úsporný model v energetické třídě A – 30 %.



Whirlpool AKZM 8910 IXL

Na trh právě uvedená trouba v energetické třídě A – 30 % je vůbec prvním modelem na světě, který využívá k pečení indukční technologii. Dodávána je s indukční deskou, která se zasune do střední úrovně, připojí k integrované zásuvce a posléze slouží k přímému rozpálení plechu nebo pekáče. Efektivita takového spodního ohřevu je jednoznačně vyšší než u tradičních trub. Používat ji lze samozřejmě také bez indukční desky. Mezi základní vlastnosti trouby patří objem 73 l, funkce 6. smyslu pro automatickou regulaci teploty a času pečení, 30 přednastavených automatických programů, teplotní sonda, vnější povrch iXelium s vysokou odolností a Smart-Clean dvířka se snadným čištěním.



Zanussi ZOB33701CR

Rustikální trouba italské značky, která patří švédskému Electroluxu, překvapí velkým objemem 74 l a pyrolytickým čištěním vnitřního prostoru. V zadní části pečicího prostoru se nachází ventilátor s kruhovým topným tělesem – výrobce zdůrazňuje rovnoměrný rozvod tepla a možnost péct v několika úrovních najednou. Dvířka jsou snadno omyvatelná a aktivně chlazená spolu s elektronickými komponentami. Tento model spadá do energetické třídy A – 10 %.

Čištění dvířek

Většina výrobců dnes dodává trouby s celoskleněnými dvířky, což usnadňuje jejich údržbu. Kromě toho používají někteří speciální sklo, které odpuzuje tuky a nečistoty, tudíž je lze po pečení z něho jednoduše setřít bez použití agresivních čističů.

Počet skel dvířek

Na trhu najdeme trouby se 2 skly, nicméně většina jich dnes používá 3 skla, což je bezpečnější systém dosahující na vnější část dvířek nižší teploty. Výjimkou nejsou ani modely trub se 4 skly ve dvířech.

Beko jako technologická špička

Vestavná trouba s USB a další novinky

SPOLEČNOST BEKO POKRAČUJE V POSILOVÁNÍ SVÉ POZICE NA ČESKÉM TRHU V MNOHA PRODUKTOVÝCH KATEGORIÍCH. VÝJIMKOU NEJSOU ANI VESTAVNÉ SPOTŘEBIČE, O KTERÉ JEVÍ ZÁKAZNÍCI POŘIZUJÍCÍ NOVOU KUCHYŇ NEBO REKONSTRUUJÍCÍ TU STÁVAJÍCÍ VELKÝ ZÁJEM. BEKO COBY VELKÝ INOVÁTOR PŘICHÁZÍ NA TRH S REVOLUČNÍMI NOVINKAMI, KTERÉ UČINÍ VAŘENÍ ZÁBAVNOU ČINNOSTÍ.

Vestavná trouba s USB: OIM 25901 X

Top model značky BEKO je vybaven nejen množstvím užitečných programů, jakými jsou 3D pečení či moderní pečení při nízké teplotě, ale díky funkci BEKO Šéfkuchař nabízí ještě 82 speciálních receptů v 6 kategoriích. A to s fotografiemi, popisem přípravy jídla a nastavenými parametry pečení pro maximální pohodlí uživatele. Celý systém přivádí k dokonalosti ještě možnost vytvořit si vlastní recepty a do trouby je jednoduše nahrát přes vestavěné USB rozhraní. Celé menu a veškerá nastavení jsou samozřejmě v češtině, takže nebude žádný uživatel při používání trouby tápat a hledat uživatelskou příručku. Jelikož má trouba barevný LCD displej, lze ji ve vypnutém stavu také používat jako digitální fotoarámeček, na kterém se mohou zobrazovat různé fotografie a obrázky.

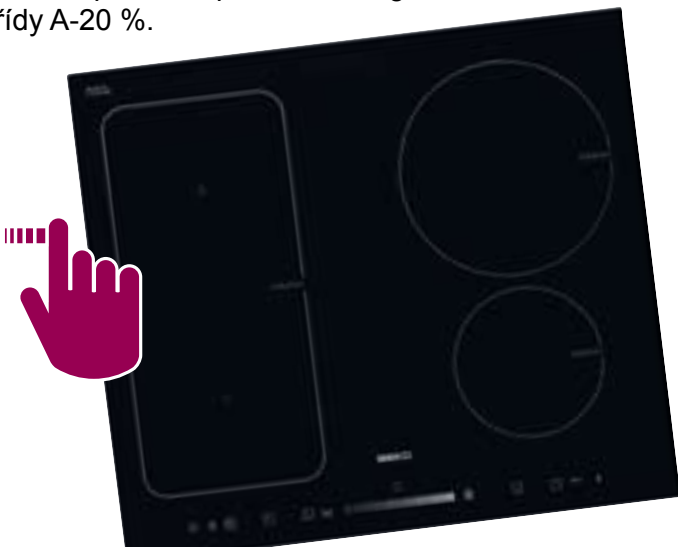
A to není vše. OIM 25901 X má ve výbavě ještě dvířka s vnitřní NANO úpravou, odpuzující mastnotu a bránící připékání nečistot. K jejich vyčištění stačí pouze hadřík nebo žínka, kterou se dvířka otřou. Zadní katalytická deska a hladký smalt trouby potom jen podporují celkovou jednoduchou údržbu čistoty. Během samotného používání ocení majitelé trojitý teleskopický výstup, Soft close dvířka s automatickým dovřením a dotykové ovládání. Trouba je také velmi úsporná a spadá do energetické třídy A-20 %.



Varné desky ve znamení variability

BEKO dodává na český trh jak indukční sklokeramické desky, tak hi-light sklokeramické a plynové, které mohou být buď skleněné, nebo nerezové. A to v šířkách 70, 60 nebo 30 cm. Chybět nemohou ani modely s WOK hořáky se třemi řadami plamene pro rychlou a autentickou přípravu asijských specialit.

V katalogu bezesporu vyčnívá indukční model HII 64500 FT s posuvným dotykovým ovládáním Touch Slider. Potěšující a zároveň praktická je možnost propojit 2 levé zóny do jedné s jedním ovládáním – například pro použití podlouhlého pekáče. Samozřejmostí jsou již časovače pro každou zónu, boostery pro zrychlený start vaření či „Eko“ úsporné nastavení. Pokud musí uživatel od desky na chvíli odejít, jednoduše stiskne tlačítko „Pauza“ a deska rázem přestane vařit. Po návratu opět vaření obnoví jedním dotekem – se všemi nastavenými parametry.



Inovace ve vestavných spotřebičích řady Hotpoint LUCE

STEJNĚ JAKO MNOHO DALŠÍCH SPOTŘEBIČŮ ZNAČKY HOTPOINT PROCHÁZEJÍ I VESTAVNÉ MODELY DESIGNOVÉ ŘADY LUCE INOVACEMI A VYLEPŠENÍMI, ABY ZAJISTILY UŽIVATELŮM NEJSNAŽŠÍ A NEJŠETRNĚJŠÍ POUŽÍVÁNÍ A ZÁROVEŇ NEJLEPŠÍ VÝSLEDKY. NOVÉ TECHNOLOGIE, MNOHDY UNI-KÁTNÍ PATENTY, JSOU KOMBINOVANÉ S ELEGANTNÍMI MÓDNÍMI LINIEMI A RAFINOVANÝMI DE-TAILY V PROVEDENÍ NEREZ A SKLO, KTERÉ MAXIMÁLNĚ ODPOVÍDAJÍ PŘEDSTAVĚ O MODERNÍ DO-MÁCNOSTI. PŘEDSTAVUJEME VÁM TO NEJLEPŠÍ Z ŘADY LUCE.

LUCE

Nové patentované inova- ce v digestořích

Nově vybudovaná továrna Indesit Company na odsavače par v polské Lodži přináší technologické i konstrukční inovace v digestořích, které jsou díky tomu výkonnější, tišší a úspornější. Změny se týkají především filtračních systémů. Unikátním patentem Indesit Company je nový dvojitý tukový filtr skládající se z hliníkového filtru a nerezového deflektoru, díky kterému je účinnost filtrace zvýšena na 91 % oproti 67 % při použití pouze hliníkového filtru u běžných digestořích. Uhlíkové filtry v odsavačích par Hotpoint mají nový tvar, jsou větší, umístěné výše v komínu a disponují inovovaným typem aktivního uhlí. Díky tomu je účinnost zachycování pachů zvýšena na 97 % oproti 45 % u standardních uhlíkových filtrů. Bezuhlíkový motor přináší až 67 % úsporu energie v porovnání s klasickým motorem a snížení hlučnosti až o 16 dB(A). K nižší hlučnosti spojené s menší intenzitou vibrací přispívá také silnější zvukotěsná izolace.



Hotpoint
ARISTON

Aktivní kyslík také ve vestavných spotřebičích

Vybrané modely vestavných chladniček a myček nádobí jsou nově vybaveny technologií Active Oxygen. Ta napodobuje způsob, jakým příroda vytváří čerstvý vzduch, a uvolňuje do vnitřního prostoru chladniček a myček aktivní tříatomové molekuly kyslíku (ozón O_3). Vnitřní atmosféra spotřebičů je tak vyčištěná, šíření bakterií a mikroorganismů je sníženo až o 90 %, vznik nepříjemných pachů je omezen



až o 70 %. Technologie Active Oxygen i bez přidané spotřeby energie přispívá k prodloužení trvanlivosti potravin a zachování jejich kvality v chladničkách a bojuje s nepříjemnými pachy a bakteriemi v myčkách. Technologii Active Oxygen je možno v chladničce dle potřeby zapnout a vypnout tlačítkem na displeji. V zapnutém režimu se částice aktivního kyslíku uvolňují automaticky každou půl hodinu po dobu 4 minut. V myčce technologie pracuje mezi dvěma cykly.

Trouba Openspace – objem 77 litrů a variabilita 3 samostatných trub

Trouba Openspace nabízí při zachování standardních rozměrů 60 cm vestavby celých 77 litrů objemu a možnost rozdělit interiér trouby na dva samostatné prostory. Tak lze péci najednou odlišné pokrmy při různých programech a s rozdílem teplot až 100 °C, efektivně použít pouze horní část trouby (24 l) pro ohřev nebo naopak pouze spodní část (51 l) jako ventilovanou troubu bez nutnosti ohřívat celý vnitřní prostor. Pro přípravu velkých hostin můžete využít celý objem 77 l a péci až na 4 úrovních najednou, a to s perfektním výsledkem pečení v kterékoliv části trouby. Patentovaná technologie ventilace Dual Flow System totiž umožňuje teple cirkulovat všemi směry a tak jej rozvádí rovnoměrně po celé troubě. Stabilita teploty v průběhu pečení je následně kontrolována elektronicky. Tento systém ventilace navíc udržuje nižší teplotu dvířek trouby oproti tradičním troubám pro bezpečnou manipulaci. Během běžného pečení teplota dvířek nepřesáhne 35 °C, zatímco během samočisticího programu v pyrolýze zůstává na 60 °C.



Dealerské dny HP Tronic a FAST

Přední značky se sjely do Brna a Jihlavy

MAGAZÍN SELL LETOS VYRAZIL NA VELETRHY OBOU NEJVĚTŠÍCH VELKOOBCHODŮ S ELEKTRONIKOU A DOMÁCÍMI SPOTŘEBIČI, KTERÉ SE KONALY NECELÝ TÝDEN PO SOBĚ. PŘINÁŠÍME OBRAZOVOU MOZAIKU TOHO, CO NÁS V BRNĚ A JIHLAVĚ ZAUJALO.



AEG, Electrolux a Zanussi

Na akci HP Tronic měl švédský Electrolux poměrně velkorysý prostor a prezentoval množství malých i velkých spotřebičů. Zaujaly nás jak nové roboty či vysavače, tak například právě uvedený překapávač s integrovaným mlýnkem na kávu.



Bissell a Breville

Když přešla kategorie kuchyňských spotřebičů a žehlení značky Braun pod skupinu De'Longhi, vypadla společnost Rafinanz Orbico ze sortimentu značná část výrobků. Nově proto zahájila spolupráci s tradičním americkým výrobcem vysavačů a přístrojů pro péči o podlahy Bissell, působícím na trhu už od roku 1883. V oblasti přípravy jídla, nápojů a péče o oblečení se stala distributorem australské značky Breville. Mnohé prodejce jistě napadne, že produkty tohoto výrobce distribuuje v Česku společnost FAST pod značkou Catler. Zde je potřeba rozlišovat australskou firmu Breville AU a britskou firmu Breville UK, které spolu nejsou už nijak propojeny a mají i odlišné výrobky. Rafinanz Orbico dodává do Česka spotřebiče od Breville UK, zatímco FAST od Breville AU.



Bosch a Siemens

Německý výrobce přivezl do Brna i Jihlavy celou řadu spotřebičů. Barvami hrála kupříkladu sestava několika vysavačů, stojící na úsporných myčkách.



BEKO

V prezentačním prostoru této značky jsme v Brně potkali několik jejích českých manažerů po boku krásných hostesek. Na FAST Day do Jihlavy potom přijel také známý gurmán a kuchař Roman Vaněk, který zahájil s BEKO marketingovou spolupráci.



Braun, De'Longhi a Kenwood

Není asi velkým překvapením, že u expozice tří značek skupiny De'Longhi bylo jak v Brně, tak v Jihlavě bezkonkurenčně nejvíce lidí. Firma je například v kategorii kávovarů jasným lídrem trhu s prakticky nedostižným náskokem, jejím zaměstnancům nicméně nestoupá úspěch do hlavy, jak bývá u mnohých dalších zvykem, a má pěkné a kvalitní výrobky. V neposlední řadě pak ukazuje svůj odlišný přístup k trhu i tím, že její generální ředitel, zodpovědný za tři trhy, nechyběl letos na ani jedné dealerské akci.



Bauknecht a Whirlpool ▲

Když jsme dorazili k americkému výrobci, už nás vítala vždy usměvavá Adéla Shejbalová, která nám představila novou indukční troubu Whirlpool. Prostor jsme jí věnovali v novinové sekci minulého vydání, a tak jsme se rozhodli do reportáže zařadit novou indukční desku s funkcí Flexi Cook (jedna velká zóna s automatickou detekcí hrnce či hrnců).



Gorenje ▲

Na ani jednom z veletrhů nechyběl slovinský výrobce, jehož zástupce nám představil řadu Classico, již firma prezentuje jak v aktuálním vydání na straně 19, tak v našem tematickém speciálu, který vyšel 21. října v deríku MF E15.

Marc Fosh: Nové tyčové mixéry Braun Multiquick 7 se vyznačují revolučním ovládáním



NA VELETRHU HP TRONIC JSME SE U EXPOZICE ZNAČKY BRAUN SETKALI S JEJÍ MEZINÁRODNÍ KUCHAŘSKOU TVÁŘÍ, KTEROU PŘIVEZLO ČESKÉ ZASTOUPENÍ AŽ DO BRNA. VYUŽILI JSME PŘÍLEŽITOSTI A ZEPTALI SE NA ZBRUSU NOVÉ MIXÉRY, KTERÉ BRAUN NEDÁVNO PŘEDSTAVIL.

V čem jsou nové tyčové mixéry Multiquick 7 jiné ve srovnání s konkurencí?

Podívejte se pozorně na jeho ovládání. Nenajdete na něm žádné kolečko pro regulaci výkonu, které je často nutné ovládat druhou rukou, ani separátní tlačítko pro změnu rychlosti. Vše ovládáte jedním velkým tlačítkem, které je umístěno tak, že přes něj máte ruku. Podle toho, jak silně tlačítko stisknete, se mění výkon. Systém je dokonale intuitivní a nepotřebujete druhou ruku k nastavování výkonu.

Co dalšího ještě nová řada nabízí?

Jednotlivé modely se liší podle vybavy. Já samozřejmě doporučuji pořídit nejvybavenější a nejuniverzálnější model s mixovací nohou, šlehačem, sekáčkem a nádobou na mixování. Sám ho používám během vaření často a jsem s ním velmi spokojený.

Sencor

Domácí značka společnosti FAST rozšířila své mohutné portfolio o nové tyčové mixéry a kuchyňské roboty, spadající do kategorie cenově dostupných zařízení.



Moulinex, Tefal a Rowenta ▲

U stánku značek skupiny Groupe SEB se nám zalíbil strouhač a kráječ Moulinex Fresh Express s několika nástavci chytře odlišenými různými barvami.

Hotpoint a Indesit

Generální ředitel českého zastoupení Indesit Jan Šach se letos rozhodl velmi seriózní atmosféru veletrhů trochu oživit a ukázat, že ke krásným spotřebičům patří také krásné ženy. Na FAST Day se proto objevily dvě modelky, na kterých si mohl každý návštěvník vyzkoušet bodypaintingová kouzla. Zájem, především ze strany mužů, byl skutečně obrovský.





Rok 2013, rok změn

Po Baumaticu krachuje také Fagor

JEŠTĚ NA ZAČÁTKU ZÁŘÍ ČELNÍ PŘEDSTAVITELÉ ŠPANĚLSKÉHO FAGORU ROZDÁVALI NA VELETRHU IFA ÚSMĚVY NA VŠECHNY STRANY, KDYŽ PREZENTOVALI VYTVOŘENÍ JOINT VENTURE S ČÍNSKÝM GIGANTEM HAIER A SPOLEČNOU INVESTICI DO NOVÉ VÝROBY V POLSKU. O PÁR TÝDNŮ POZDĚJI OZNÁMILA FIRMA INSOLVENCI. NA ROZDÍL OD BAUMATICU, KTERÝ FUNGOVAL V PODSTATĚ JEN JAKO OBCHODNÍ ZNAČKA, STOJÍ FUNGOVÁNÍ FAGORU NA VLASTNÍ VÝROBĚ. FIRMA JE VŠAK OD ZAČÁTKU EKONOMICKÉ KRIZE V ROCE 2008 V ČERVENÝCH ČÍSLECH A JEJÍ DLUH POSTUPNĚ NAROSTL NA ASTRONOMICKÝCH 1,1 MILIARDY EUR, KTERÝ UŽ NENÍ ŠPANĚLSKÁ CENTRÁLA SCHOPNA SPLÁCET. MUSELA PROTO POŽÁDAT O OCHRANU PŘED VĚŘITELI A ZASTAVIT VÝROBU. KONSORCIUM MONDRAGON, DO JEHOŽ RODINY PATŘÍ, NAVÍC ODMÍTLO POSKYTNOUT FINANČNÍ INJEKCI A S FAGOREM TO NEVYPADÁ VŮBEC DOBŘE.

Fagor není klasickou firmou, ale funguje jako družstvo, kde o všech zásadních otázkách rozhodují jednotliví zaměstnanci v hlasováních. Celkově Fagor zaměstnává 5 600 lidí ve Španělsku, Francii a Polsku. Alternativní přístup k podnikání působí bezesporu zajímavě, ačkoliv krizové roky ukázaly, že má svá úskalí a nevýhody. Narušení důvěry v tento sys-

tém způsobilo nyní i to, že Fagor začal jednat s americkými hedgeovými fondy o pomoci, poté co mu další členové sdružení, konkrétně síť supermarketů Eroski, banka Caja Laboral a výrobce výtahů Orona, odmítli poskytnout další peníze. Jeden z členů Mondragonu k tomu poskytl stručné stanovisko: „Solidarita má své hranice.“

V polovině listopadu se pak objevila informace, že Fagor 150 milionů eur, potřebných pro další chod, od amerických fondů nezískal. Původní plán počítal podle dostupných informací s odprodejem výrobních závodů ve Francii a Polsku. Získané peníze by prý pak posloužily k záchraně domácí španělské výroby, což nezní příliš věro-

hodně, protože tyto závody byly dlouhodobě ztrátové a jejich udržování v chodu bylo neekonomické. Firma proto vyhlásila v listopadu bankrot a její jednotlivá zastoupení ji postupně následovala a následují. Fagor nebyl lehké situací, protože více než 60 % svých výrobků prodával v Evropě, kde se kvůli hospodářským problémům mnoha zemí prodeje propadly. Jeho velcí konkurenti už před lety zaměřili svou pozornost mnohem výrazněji na rozvojové trhy, kde se jim daří a prodeje zboží rychle rostou. Fagor zaměstnával celosvětově 5 600 lidí.



Názor šéfredaktora magazínu SELL

O problémech Fagoru si trh včetně toho českého špital už dlouhé měsíce. Propouštění, problémůs dodávkami zboží značky Brandt, nedávno ohlášená joint venture se společností Haier mě vedly k položení otázky, zda nestojí španělský výrobce blízko dluhové propasti. Už na začátku léta běžely ještě v polovině listopadu dál o rozhovor Denise Laburua, Area Directora pro východní Evropu, s nímž jsem se seznámil na letošním dealerském dnu Fagoru v Jihlavě. Celá věc ovšem takřikajíc vyšuměla a šlo zpětně vzato o další indicie, že není něco v pořádku. Pan Laburu totiž na nabídku nejprve reagoval velmi kladně a čeští zaměstnanci Fagoru mě mimo jiné informovali, že si při každé návštěvě Česka SELL rád prohlíží a věnuje mu hodně pozornosti. Neposkytnutí interview mi proto přišlo podivné.

Je jasné, že Fagor dohonily jeho obří dluhy, způsobené jednoduše tím, že firma nebyla schopná vykázat za posledních pět let zisk. Další subjekty konsorcia v ni podle mně dostupných zákulisních informací důvěru zcela neztratily. Neposkytnutí další pomoci prý bylo způsobeno tím, že by Fagor musel ukončit neekonomickou španělskou výrobu, což by byl krok značně nepopulární. Zachraňovat španělskou značku, která by posléze přestala ve Španělsku vyrábět, bylo pro členy konsorcia příliš. Nic to nemění na tom, že měl Fagor už dávno domácí výrobu zavřít a přestat se tolik orientovat na evropské trhy. Jenže družstevní struktura mu kompletní přesun závodů neumožnila – logicky si zaměstnanci neodhlasují zrušení vlastních pracovních míst. Právě neefektivita společnosti při rozhodovacích procesech ji vtáhla do problémů a nakonec jí zlomila vaz.

Co se děje v Česku?

Negativní změny jsem zaznamenal i na tuzemském trhu. Následy samozřejmě na dealerských dnech HP Tronicu a FASTu, kde už se firma vzhledem k situaci neobjevila. Základní procesy včetně servisu běžely ještě v polovině listopadu dál, jenže otázkou je, jak dlouho zůstanou v chodu, vzhledem k tomu, že výroba ve Španělsku, Francii a Polsku byla zastavena.

Na českém trhu Fagoru nepomohla ani radikální změna v marketingu, kdy po příjemném a vždy usměvavém Josefovi Kunicém převzal tuto oblast externí subjekt s poměrně svěbytným přístupem ke komunikaci. O nevhodném směřování mě přesvědčily jak gramatické a stylistické chyby ve facebookových příspěvcích z letošního léta, tak angažmá Bány Štěpánové s vizuály a komunikací jako vystřiženými z hlubokých devadesátých let, kdy propagovala podobným způsobem produkty z teleshoppingu Jiřina Bohdalová...

Daniel Kowala: Brandt a De Dietrich nekončí

REDAKCE MAGAZÍNU SELL POŽÁDALA O VYJÁDŘENÍ K SITUACI VE SPOLEČNOSTI FAGOR JAK SAMOTNÉ ZASTOUPENÍ FIRMY NA ČESKÉM TRHU, TAK DISTRIBUTORA ZNAČEK BRANDT A DE DIETRICH. TY V ČESKU ZASTUPUJE SPOLEČNOST ELMAX STORE. SVŮJ KOMENTÁŘ NÁM POSLAL POUZE DANIEL KOWALA, OBCHODNÍ ŘEDITEL ELMAX STORE, A. S.

Jaká je aktuálně situace v továrnách značek Brandt a De Dietrich? Jaký očekáváte vývoj, jelikož výroba ještě v polovině listopadu stála?

Jak jistě víte, značky Brandt a De Dietrich mají na francouzském domácím trhu významný podíl. Francouzský výrobce má velký zájem pokračovat ve výrobě a zachovat tyto tradiční značky nejen na francouzském, ale také na českém trhu. V souvislosti s aktuální situací ve společnosti Fagor nyní čelíme výpadku dodávek a očekáváme jejich obnovení v horizontu několika týdnů, maximálně 2 měsíců. Ve značce De Dietrich máme vytvořenou adekvátní skladovou zásobu, která zvládne v roce 2013 pokrýt potřeby zákazníků z ČR. Ve značce Brandt máme díky přílivu nových zákazníků a tradičně zvýšené poptávce po vestavných spotřebičích na konci roku nižší skladovou zásobu, a proto náš obchodní tým pracuje na maximální možné komunikaci se zákazníky ohledně dostupnosti zboží. Očekáváme, že po Novém roce může dojít k určitým změnám v sortimentní nabídce těchto značek. O dalším vývoji vás budu informovat.



Luboš Filip: Snaha zachránit Baumatic byla bojem s větrnými mlýny

BAUMATIC NA MNOHA TRZÍCH MIZÍ V PROPADLIŠTI DĚJIN, ZANECHAL ZA SEBOU MNOHO VĚŘITELŮ, KTEŘÍ SE SVÝCH PENĚZ S NEJVĚTŠÍ PRAVDĚPODOBNOSTÍ NIKDY NEDOČKAJÍ. PŘITOM ZNAČKA I DLE NAŠEHO RYCHLÉHO REDAKČNÍHO PRŮZKUMU MEZI LAIKY MĚLA DOBRÉ JMÉNO A VNÍMALI JI JAKO „DESIGNOVÝ BRAND“. PROČ BAUMATIC ZKRACHOVAL? NA TO JSME SE ZEPTALI LUBOŠE FILIPA, BÝVALÉHO OBCHODNÍHO ŘEDITELE ČESKÉ POBOČKY BAUMATIC.

Jednatelé českého zastoupení značky Baumatic na sebe podali v srpnu insolvenční návrh, který později soud schválil. Jaké kroky budou nyní následovat?

Od úpadku společnosti, tedy od 20. září letošního roku, je firma řízena pověřeným insolvenčním správcem, který do dnešního dne omezeně provozoval chod podniku. Zájem a povinnost správce je nepůsobit další škody, čili provoz byl soustředěn především na služby v oblasti servisu. Pracovní kontrakty většiny ostatních zaměstnanců byly vypovězeny a v chodu byl udržován pouze back office Liberec v úzkém počtu lidí, který dokázal plnit základní funkce provozu.

Po pádu české firmy následovala poměrně brzy britská pobočka a Baumatic nakonec zkrachoval celosvětově. Očekáváte, že značka sama o sobě přežije? Proslychá se, že probíhají jednání s investory...

To je otázka spíše na pana Balestrazziho. Mám za to, že i přes vývoj v posledních měsících má značka Baumatic stále dobrý zvuk. I když pro profesionály z odvětví je konkurz jakékoliv firmy žhavé téma, široká laická veřejnost ho neregistruje, dokud nejde o daleko větší rybu. Jednání s investory na lokální a zřejmě i mezinárodní úrovni probíhala již několik měsíců zpět, kdy management značky zaznamenal první signály blížící se hrozby. Majitelé společnosti však nenašli partnera, který by majetkově do podniku vstoupil a finančně zainvestoval tento potápějící se kolos. Dle informací mne

dostupných zůstane ochranná známka v rukách zakladatele značky Enza Balestrazziho, což zřejmě neplatí pro všechny světové trhy. Na velkých trzích, kde Baumatic působil, lze očekávat aktivity vedoucí k restartu prodeje prostřednictvím nových distributorů a není vyloučen ani prodej hráčům z odvětví. Nedokážu hodnotit celosvětově, ale v rámci České a Slovenské republiky očekávám spíše zánik značky než její přežití a obnovení obchodu. Přál bych si samozřejmě opak, ale vše záleží na tom, jestli případný nový subjekt převezme historické závazky v oblasti servisních služeb, či nikoliv.

Jak se vůbec Baumatic do této situace dostal? Z trhu zní názory, že byla pobočka v Česku zbytečně velká, měla drahé showroomy a nadměrný počet zaměstnanců.

Hlavní příčinou pádu byla neschopnost skupiny splácet úvěry vůči finančním institucím. Česká pobočka s ručením omezeným padla jako první, neboť většina finančních injekcí byla čerpána jejím prostřednictvím. Předimenzovaná struktura byla ovšem minulostí. Za posledních 5 let byly sníženy režijní náklady v Česku a na Slovensku o více než 60 %, což vedlo k úsporám přes 100 milionů korun ročně.

Veškerý back office seděl v Liberci, což hrálo významnou roli v úsporách z pohledu nájmu a platů při srovnání s běžnými náklady firem v Praze. Struktura 35 lidí pro CZ a SK trh dohromady skýtala několik členů, kteří pracovali z 80 % pro skupinu. Pro český tým pouze

jako podpora. Toto se praktikovalo v oblasti produktů a marketingu.

Ano, Baumatic šel svým způsobem proti proudu a i přes pokračující recesi udržel v určitých oblastech standard, na který byli jeho zákazníci zvyklí a který zdaleka převyšoval průměr v odvětví domácích spotřebičů střední cenové kategorie – exkluzivní showroomy, vlastní servis a široké pokrytí kanálu nezávislých kuchyňských specialistů. Co se zvenku mohlo zdát jako luxus, bylo neoddělitelnou součástí obchodní strategie.

Zmínil jste, že si české zastoupení vzalo pro rozvoj dalšího podnikání úvěr v poměrně velkém objemu. K čemu tyto peníze posloužily?

Především k refinancování předchozích bankovních úvěrů. Bankovní úvěry dosáhly rekordní výše na přelomu let 2007 a 2008. Od té doby byl dohodnut restrukturalizační plán s cílem jejich postupného snižování, který se dařilo až do tohoto roku plnit. Česká pobočka byla vytrvale zisková, ale obrovská ztráta jí vznikla v důsledku odpisu pohledávek za mateřskými a sesterskými podniky ve skupině v částce přes 300 milionů korun.

Měla na krach Baumaticu výraznější vliv hospodářská recese, která odstartovala americkou hypoteční krizí v roce 2008?

Krize se pochopitelně ve výsledcích a hospodaření promítla, ale bylo to později než zmíněná hospodářská recese v USA. V rámci České republiky Baumatic obrátově a maržově padal až v letech 2010 a 2011. S tímto jsme se však do-



kázali velmi úspěšně poprat. Tady se mi naskýtá prostor pro pochvalu celého týmu, který se na prodeji podílel. V druhé polovině roku 2011 jsme odstartovali novou koncepci celé distribuce, oživilí jsme sales tým, maximálně využívali support back officu a dokázali, že i v krizi se dá s dobrým produktem úspěšně podnikat. Obraty a především zisky z prodeje začaly stoupat. Meziročně jsme navýšili marže o 8 % a zároveň jsme navýšili objemy, což znamená, že jsme na trhu svoje produkty zdražili a byli jsme více vidět. Úžasné bylo sledovat, že trh to akceptoval, což myslím bylo v tomto období téměř nevídané.

Baumatic byl primárně obchodní značkou. Vlastní výroba probíhala jen v jedné čínské továrně, ale tato produkce tvořila pouhý zlomek celkového objemu zboží mířícího na trh. Kde všude si nechával Baumatic vyrábět spotřebiče?

Tam kde dostával nejlepší poměr ceny a kvality. Trend ve výrobě myslím korespondoval s celým evropským trhem, mám na mysli postupný přesun výroby z Evropy do vzdálené Číny. Zastoupení evropských dodavatelů v produktovém portfoliu klesalo. Je smutnou skutečností, že se to dělo v důsledku ztráty jejich vlastní konkurenceschopnosti. Dnes vidíme pravý opak a snahu o investice a provozování svých továren i v Evropě. Týká se to pouze některých produktových kategorií, ale dokazuje to rozdílné strategie značek již v samém základu jejich podnikání.

Jak je to v současnosti se servisem zboží v Česku?

Bohužel špatně. Věřitelský výbor vystavil správci insolvenčního řízení „stopku“ v dalším provozování podniku. To znamená, že v současné době servisní služby nefungují. Bohužel musím konstatovat, že veškeré servisní náklady jsou již nyní v režii prodejce. Koncový spotřebitel se dovolá vyřízení reklamace v rámci 2leté záruky u prodejce, ale ten se nemá s reklamovaným výrobkem na koho obrátit. Servisní služby nyní poskytovány nejsou a problém je i dostupnost náhradních dílů. Vznikají tedy případy, kdy spotřebitel ustoupí od kupní smlouvy a prodejci nezbyde než takový výrobek odepsat a náklady nést v plné režii.

Oblast servisu mne osobně velmi trápí, a proto si přeji, aby se v blízkém budoucnu chopil brandu nový distributor, který se nebude k servisním závazkům zkrachovalého předchůdce točit zády.

Jaký byl obrat firmy na českém trhu v roce 2012? A kolik výrobků se dostalo v posledních letech na český trh, tedy výrobků, pro které budou muset prodejci nyní zajistit záruční servis na svoje náklady?

Lokálně jsme za 12 kalendářních měsíců v roce 2012 dosáhli obratu nad 300 milionů korun. Pokud bychom počítali celkový prodej včetně exportu, pohybujeme se v částce vyšší než půl miliardy. Za poslední 2 roky se prodalo v Česku a na Slovensku zhruba 130 000 kusů. Čili v tomto množství kolují na trhu

výrobky, ke kterým se váže 2letá záruční lhůta. Plus existuje skupina výrobků, kterým byla v rámci marketingových kampaní přidělena prodloužená záruka až na 5 let.

V Baumaticu jste působil na pozici obchodního ředitele. Chcete ve sféře domácích spotřebičů zůstat? Nebojíte se, že ve vás budou firmy vidět jednoho z viníků krachu Baumaticu?


K první otázce, ANO, odvětví domácích spotřebičů mne baví a rád bych se nadále uplatnil.

K druhé otázce, NE, tohoto se opravdu nebojím. Z pozice obchodního ředitele jsem spolu s českým jednatelem působil spíše jako lokální zachránce, nebo spíš „rytíř don Quijote de la Mancha“ (směje se, pozn. redakce). Byl to vyčerpávající boj s větrnými mlýny, který nešlo vyhrát...

Luboš Filip (36)

V odvětví domácích spotřebičů působí už 16 let. Sám by se označil za obchodníka s vyzrálými názory, založenými na bohatých zkušenostech. Působil například v české pobočce společnosti Amica. Naposledy jako obchodní ředitel společnosti Baumatic pro Česko a Slovensko.

7 % trhu velké bílé k dispozici. Kdo si je vezme?



PÁD DVOU HRÁČŮ NA TRHU S VOLNĚ STOJÍCÍMI A VESTAVNÝMI SPOTŘEBIČI ZPŮSOBIL V PROFESIONÁLNÍ SFÉŘE VELKÝ POPRASK. NA NEDÁVNÝCH VELETRZÍCH HP TRONICU A FASTU SE MNOU VĚTŠINA ZÁSTUPCŮ PŘEDNÍCH VÝROBCŮ SITUACI PODROBNĚ ROZEBÍRALA. A TO NEJEN PROTO, ŽE NAPŘÍKLAD FAGOR PRO NĚKTERÉ Z NICH URČITÉ SPOTŘEBIČE VYRÁBĚL A JEJICH DODÁVKY NYNÍ VÁZNOU, ALE TAKÉ PROTO, ŽE SE NA DLOUHODOBĚ STABILNÍM TRHU NÁHLE OBJEVILA 7% TRHLINA TVOŘENÁ PODÍLEM BAUMATICU A FAGORU. JAK POZNAMENÁL ŠÉF JEDNÉ Z FIREM PŮSOBÍCÍCH V OBLASTI BÍLÉ TECHNIKY, TRH DÍKY TOMU NÁHLE VZROSTL O TUČNÝCH 7 %. JE O CO BOJOVAT.

Poměrně dlouho se na trhu s velkými domácími spotřebiči nic zásadního nedělo. Většina si utahovala opasky a jednotlivým firmám se dařilo přežívat krizové období, které v podstatě trvá nepřetržitě od roku 2008. Trh sice během těch pěti let není v kontinuálním poklesu, ale celkově se poptávka zmenšila, trh se zmenšil a o zákazníka se bojuje mnohem hůř. Vzato zpětně je vlastně překvapivé, že se od krachu společnosti ARDO nic podobného neudálo dlouhé tři roky a všem se dařilo držet při životě. Není žádným tajemstvím, že se jeden čas hojně mluvilo například o možném konci českého zastoupení polské firmy Amica, kterou nezanechal podle mně dostupných informací někdejší ředitel Tomáš Blahut v nejlepším stavu. Když to řeknu velmi eufemisticky, nový tým se po jeho odchodu rozhodně nenudil. Věčně se také šušká, zda neskončí společnost Candy. Popravdě ani nevím, kdo tyto zvěsti na trh šíří, protože dle mých informací jsou čirým drbem, který nestojí na reálných základech. Ano, Candy má velmi minimalistický marketing, nedokáže jít s cenami až na krev a má to v současné konkurenci dravých firem, jako BEKO, těžké, jenže onen úsporný provoz firmy ji udržuje v dobré kondici.

A tak přišli na řadu jiní, u některých přišel pád do temnoty plíživě a jeho náznaky jsme sledovali už delší dobu (Fagor) a u jiných se zase udál poměrně nečekaně, minimálně asi nikdo nečekal, že nabere sled událostí takovou rychlost už letos v létě (Baumatic). Dohromady měly obě firmy tržní podíl na úrovni nějakých 7 %, což je v kategorii velkých domácích spotřebičů doslova zlatá cihla, která v tuto chvíli leží u cesty a jen čeká, až ji někdo ukořistí. Úprkem k ní míří nemalé množství firem, především přímých konkurentů obou značek, kteří po pěti hubených letech tuší šanci výrazně zvýšit své prodeje.

Souboj titánů

Osobně vidím jako velmi pravděpodobné, že největší část uvolněných pozic získají menší či střední firmy s progresivním přístupem a schopností rychle reagovat na nové situace. Obry často svazují korporátní pravidla a těžkopádnější rozhodovací procesy. Už nyní mám potvrzenou informaci od dvou výrobců, že chtějí minimálně část z oněch 7 % trhu získat a začínají na tom aktivně pracovat. Způsobů je mnoho, žádný se neobejde bez určité investice do trhu, což může být pro některé subjekty problematické s jejich až na kost ořezanými rozpočty „na úplně vše“. Jsem také zvědav, zda se projeví aktuální situace v marketingových plánech na rok 2014 u jednotlivých konkurentů, protože většina z nich je právě v procesu plánování. Která z firem se nebude bát zainvestovat, aby byla příští rok více vidět? Pár inzerátů v časopisech o kuchyních a bydlení nesporně stačit nebude. Ale nejde jen o marketing, teď se také ukáže, kdo má silné vztahy s významnými prodejci, kdo na budování pozice značky pracuje dlouhodobě ve všech oblastech a žádnou z nich nezanedbává bez ohledu na často neadekvátní rozpočtový diktát z centrály.

Důsledky krachu

U Baumaticu už je nyní prakticky jisté, že servisní povinnosti zůstanou na prodejcích. V případě Fagoru poletuje ve vzduchu stále mnoho otazníků a značka nakonec skončit nemusí. České zastoupení bohužel na mé dotazy ohledně situace firmy nereaguje a zákulisní informace spíše hovoří pro pád značky. Co bude s výrobními závody ve Španělsku, je otázkou, protože nejsou v silné konkurenci životaschopné. Dnešní svět zkrátka neumožňuje výrobu cenově dostupných spotřebičů v zemi, jako je Španělsko. Odmítnat tento fakt je asi stejné jako popírat existenci gravitační síly. Španělští zaměstnanci Fagoru mohou protestovat, jak chtějí, odbory mohou bojovat a hlásat bohubíhá hesla, jenže to nic nemění na tom, že udržení výroby by bylo jen prodlužováním dlouhé agonie, která by stála spoustu peněz a skončila stejně ukončením provozu. Trochu stranou stojí francouzské značky Brandt a De Dietrich, kterým se snad chystá pomoci i francouzská vláda. Nyní jsou také oslabeny, protože ani jejich továrny neběží, takže kdo chce oněch uvolněných 7 % trhu, měl by o ně urychleně zahájit boj. Vlastně už včera bylo pozdě...



Lubor Jarkovský

Šedesátá léta očima mladého režiséra

PŘESTOŽE PROZATÍM DOSÁHL POMĚRNĚ MLADÉHO VĚKU, UŠEL UŽ HODNĚ VELKÝ KUS CESTY. DOŠEL AŽ DO MEKKY KREATIVCŮ, DO JIHOFRANCOUZSKÉHO FESTIVALOVÉHO MĚSTA CANNES. A NEVEDL SI PŘI TOM VŮBEC ŠPATNĚ. PŘIVEZL DO ČECH JEDNU Z NEJVYŠŠÍCH CEN.



Dvaadvacetiletý Max Turek obdržel stříbro v mezinárodní soutěži Young Director Award (YDA) v kategorii evropských testovacích reklam pro mladé režiséry za klip Ray-Ban Never Hide, přičemž první cena nebyla udělena. Prestižní soutěž se vyhlašuje každoročně jako součást proslulého Reklamního festivalu Cannes již od roku 1998 a zasílá sem své práce více než 400 režisérů z celého světa, z kterých pak porota vybírá v každé kategorii dva režiséry.

„Pro mladé režiséry je to fakt super příležitost, aby jejich práce byla vidět a mohli navázat kontakt s produkcemi a agenturami z různých zemí,“ vysvětluje Max Turek. „Kategorie nazvaná Test Commercial je určena pro reklamy, které si režisér sám vymyslí a vytvoří pro účely svého vlastního portfolia. Není to dílo zadané a placené klientem. Tím pádem na něm ani kreativně nespolupracujete s agenturou. Je tam určité finanční ome-

zení, takže je důležité spot vymyslet tak, aby zaujal, ale nebyl příliš náročný na realizaci,“ upřesňuje mladý režisér.

Max Turek je podle svého vyjádření fascinován stylem let šedesátých, přestože nějaký ryze vyhraněný styl nemá. „Nemyslím si, že bych měl momentálně nějaký vyhraněný styl, kterej by definoval moji tvorbu, snažím se dělat různorodý spoty, abych nabral co nejvíce zkušeností. Ale asi nejvíc mě baví projekty, které jsou založené na silném vizuálním provedení v kombinaci s kvalitní hudbou. Rád pracuju s hudbou a bohužel možnost výběru zahraničních songů je momentálně dost finančně omezená, což je škoda, protože hudba dělá hrozně moc,“ vysvětluje mladý režisér, který se momentálně více soustředí na to získat kvalitní mezinárodní zastoupení v zahraničí. Pomýšlí hlavně na Londýn, kde studoval. Nezbyvá než popřát mu hodně štěstí.

Vlastimil Růžička



Max Turek (22 let)

- Vyrůstal v Praze a New Yorku.

- Vystudoval Filmovou školu v Londýně.

- Je synem renomovaného fotografa Jiřího Turka se specializací na reportážní, portrétní a módní fotografii.

- Reklamní tvorbě se věnuje poslední 4 roky a spolupracoval s klienty jako například Nike, Becherovka, T-Mobile, Frisco, Gambinus, Zlatopramen, 1188, Červený kříž a další.

- K natáčení se dostal pořizováním skateboardových videí.

- Od počátku ho zastupuje reklamní produkce Boogiefilms.

- Na reklamním festivalu v Cannes obsadil 2. místo Young Director Award (YDA) v kategorii evropských testovacích reklam se spotem Ray-Ban Never Hide.

- Jeho práce: <https://vimeo.com/user13058762/videos>

- Ray-Ban Spot: <https://vimeo.com/60082410>



Káva, která chutná tak skvěle, jako vypadá

PITÍ KÁVY JE JEDNÍM Z KROKŮ DO DOSPĚLÉHO ŽIVOTA. NESCAFÉ DOLCE GUSTO CHCE VŠEM MLADÝM LIDEM TENTO KROK ZPŘÍJEMNIT A USNADNIT. PROTO PŘINÁŠÍ ZBRUSU NOVÝ AUTOMATICKÝ KÁVOVAR S HRAVÝM DESIGNEM – NESCAFÉ DOLCE GUSTO MINIME, SE KTERÝM SE BĚHEM NĚKOLIKA SEKUND STANETE BARISTOU A PŘIPRAVÍTE DOMA VYNIKAJÍCÍ KÁVU...



Chvilku s kávou bychom si měli vychutnat, a proto je důležité, aby se v každém šálku kávy skrýval opravdu kvalitní a lahodný nápoj. Připravit si doma stejně dobrou kávu, jakou dostaneme v kavárně, není žádná věda. Espresso s jemnou cremou dokáže kávovar připravit za pouhých 15 sekund! Díky speciální technologii kapslí čeká vaše káva čerstvá a aromatická až do chvíle, kdy na ni dostanete chuť! Problém není ani příprava lahodného latte, kterému dávají přednost zejména mladé dámy. To najdete v portfoliu NESCAFÉ DOLCE GUSTO dokonce v několika variantách. Kromě těchto nápojů nabízí NESCAFÉ DOLCE GUSTO také řadu dalších. Vybírat se dá z neuvěřitelných 32 variant. Mezi nimi



najdete i novinky tohoto podzimu, Espresso Caramel, Choco Caramel a Tea Latte – nápoje, které zahřejí tělo a potěší duši. Takže na chuť si přijde opravdu každý! Pak jen stačí vybrat nápoj, zvolit množství vody a už jen počkat, až se šálek naplní.



PROTOŽE KÁVA
NENÍ JENOM ČERNÁ



Roman Kantor:

BEKO se letos stalo lídrem trhu v kategorii praček a chladniček

REDAKCE SELLU PŘEDPOVÍDALA RYCHLÝ KONEC VLÁDY KOREJSKÉHO LG NA TRHU PŘEDEM PLNĚNÝCH PRAČEK. ČÍSLA I COUNTRY MANAŽER BEKO PRO ČR ROMAN KANTOR NÁM TO POTVRDILI. S VEDOUČÍ POSTAVOU DYNAMICKY ROSTOUČÍ FIRMY JSME SAMOZŘEJMĚ HOVOŘILI I NA TÉMA VESTAVNÝCH SPOTŘEBIČŮ, KTERÝM VĚNUJEME AKTUÁLNÍ VYDÁNÍ.

BEKO je na českém trhu dravou a rychle rostoucí značkou, která se během několika let stala vážným konkurentem pro ty největší hráče na trhu. Jak jste této pozice docílili?

BEKO nabízí produkty pro uživatele s jedním z nejlepších poměrů cena/výkon. Stále víc a víc rozšiřujeme svou nabídku a průběžně ji přizpůsobujeme nejrozličnějším požadavkům spotřebitelů. Proto naše spotřebiče nabízí vyšší hodnoty pro uživatele. Dalším z velmi důležitých bodů je pro nás zkvalitňování nejen prodejního, ale i poprodejního servisu. Novinkou je například prodloužení pracovní doby zákaznického centra na 7 dní v týdnu.

V některých kategoriích jste dokonce lídrem na trhu.

Oproti roku 2012 jsme zaznamenali enormní nárůst objemu prodeje našich spotřebičů. BEKO se tak stalo lídrem na českém trhu nejen v prodeji předem plněných praček a chladniček, ale máme také významný podíl i v myčkách a sporácích. Stále silnější místo na trhu zaujímá

také náš segment vestavných spotřebičů či sušiček prádla.

Patříte také mezi úzkou skupinu firem z oblasti domácích spotřebičů, která se nebojí in-

vestovat do nákladných televizních kampaní. Budete v nich nadále pokračovat?

Ano, naše televizní kampaně se ukázaly jako velmi úspěšné a dotváří celek našich komunikačních aktivit. Proto zvažujeme v nich i nadále pokračovat. Vše je otázkou dlouhodobě připravované strategie.

Nemohli jsme si nevšimnout, že jste zahájili marketingovou spolupráci s Romanem Vaňkem z Pražského kulinařského institutu. Co všechno tato spolupráce obsahuje?

Pan Roman Vaňek se stal tvářou značky BEKO pro Českou republiku, na což jsme samozřejmě velmi hrdí, neboť Roman Vaňek je v oblasti profesionální gastronomie i mezi obyčejnými lidmi spojován s kvalitními produkty a kvalitním vařením.

Naše produkty nejprve vyzkoušel azato, jak obstály, asi nejlépe hovoří to, že některé jsou umístěny a používány v Pražském kulinařském institutu – například multifunkční trouba OIM 25901 X nebo unikátní chladnička GNE 134630 X. Jeho rozhodnutí spojit svoje jméno

i tvář se značkou BEKO tedy ukazuje, jak kvalitní a chytré spotřebiče BEKO vyrábí. Někteří naši zákazníci již měli možnost se s Romanem Vaňkem setkat osobně na veletrhu společnosti FAST, kde v našich troubách OIM 25901 X, OIM 25503 X a OIM 24600 W pekli domácí chléb a loupáky.



BEKO



Na českém trhu jste velmi úspěšní, co na to říká vaše centrála?

Značka BEKO není úspěšná pouze na českém trhu. V západní Evropě je na trhu velké bílé techniky na druhém místě. Lídrem na trhu je BEKO například ve Velké Británii, Polsku či Litvě. Velké úspěchy zaznamenáváme také ve Francii, Anglii, Belgii, Ukrajině... a takto bych mohl jmenovat skoro všechny státy Evropy a skončit například všemi kontinenty. Centrála samozřejmě vidí naše výsledky i fungování a vnímá potenciál českého trhu, stejně jako změny, které na trhu probíhají, jako například nedávno ukončené aktivity některých značek. Důkazem toho je i nedávná návštěva top managementu společnosti Arçelik, pana Leventta Çakiroglua (pozn. redakce: Koç Holding, President of the Durable Goods Group, CEO, Arçelik Group) a pana Cana Dinçera (pozn. redakce: Arçelik A.Ş. Sales Director – subsidiaries, Europe, America, Asia-Pacific), kdy se při svojí návštěvě velmi zajímali o specifika českého trhu, naše výsledky i naše plány do dalších let. Vyjádřili svoji spokojenost s vývojem značky BEKO na českém trhu a poděkovali celému týmu zaměstnanců společnosti za jejich dobře odváděnou práci.

Aktuální vydání SELLu je věnované vestavným spotřebičům. Pro vás jsou v Česku samozřejmě nejdů-

ležitější volně stojící modely, které takřkajíc „dělají čísla“. Roste u vás meziročně podíl prodaných vestavných spotřebičů?

Říkáte to správně, hlavní prodejní oblastí jsou pro BEKO v tuto chvíli volně stojící spotřebiče, nicméně nejdynamičtějším odvětvím jsou u nás právě vestavěné spotřebiče. Toto je dáno oblíbeností a preferencí segmentu u koncových zákazníků. V poslední době se ale požadavky a poptávka zákazníků pomalu mění a žádají stále více a více vestavné spotřebiče do svých domácností.

Oproti loňskému roku jsme zaznamenali velký nárůst prodeje nejen volně stojících, ale také výrazný nárůst prodeje vestavných spotřebičů. Proto naši pozornost chceme dále směřovat na zvyšování prodeje této kategorie.

Jaké vestavné novinky jste v poslední době představili? Případně jaké zamíří v blízké době na trh?

Naší největší novinkou, co se týče vestavných spotřebičů, je trouba OIM 25901 X s USB, která je vybavena množstvím užitečných programů, jako je 3D pečení. Díky funkci BEKO Šéfkuchař obsahuje trouba 82 speciálních přednastavených receptů v různých kategoriích, a to s popisem přípravy jídla, fotografiemi i s nastavenými parametry pečení. Můžete si ale také vytvořit vlastní recept a jednoduše ho pomocí USB nahrát do trouby. V troubě je zabudovaný LCD displej, a když je trouba vypnutá, lze displej využít jako fotorámeček, na kterém se mohou zobrazovat různé obrázky a fotky.

Od léta jsme z médií zahlcováni informacemi o pozitivním ekonomickém výhledu na rok 2014. Co očekáváte od roku 2014 vy?

V roce 2014 očekáváme a chceme pracovat na zvětšování našeho tržního podílu, jak ve volně stojících, tak hlavně ve vestavných spotřebičích. Dále budeme intenzivně pracovat na zvyšování kvality poprodejního servisu našich spotřebičů.





Spectrum Brands v novém sídle

Výrobce malých spotřebičů, kterému patří například značky Russell Hobbs či Remington, realizoval svůj již dříve ohlášený plán přesunout svou světovou centrálu včetně některých dalších poboček a technologického centra pod jednu střechu. Cílem bylo zefektivnit provoz firmy. Nově sídlí Spectrum Brands na okraji městečka Madison ve státě Wisconsin. Původně chtělo vedení zvolit jako destinaci Floridu, kde má pobočku značky Russell Hobbs, ale nakonec zvítězil větší prostor a možnosti dalšího rozšiřování sídla, které nabídl Madison.



Haier couvá ze spolupráce s Fagorem

Struktura španělského výrobce se postupně hroutí, továrny stojí a všichni jeho zaměstnanci jsou de facto bez práce, ale tím špatné zprávy nekončí. Čínský Haier, se kterým na společné tiskové konferenci na veletrhu IFA ohlásili zástupci Fagoru založení joint venture a investici 56 milionů eur do nové továrny na chladničky v Polsku, z dohody vycouval. Informoval o tom deník Warsaw Business Journal. Haier odmítl, že by hledal alternativní řešení situace. Polská média totiž spekovala o tom, že by mohl koupit továrny Fagoru ve Wrocławu. Výroba byla koncem listopadu definitivně zastavena i zde. Hovoří se

o možném prodeji celé zóny - údajně mají zájem Electrolux, Whirlpool, BSH a korejské firmy LG a Samsung. Oficiálně nic potvrzeno nebylo.

Haieru se každopádně krachem Fagoru zkomplikovala naplánovaná cesta na evropské trhy, kde chtěl výrazně posílit. Plánovaná továrna měla začít fungovat už v červnu příštího roku. Přestože patří Haier mezi největší výrobce domácích spotřebičů na světě, nejde v Česku o nijak silnou značku. Společnost FAST, která je na českém trhu jejím oficiálním distributorem, se rozvoji značky příliš aktivně nevěnuje. Pokud chce začít Haier pronikat na jednotlivé evropské trhy, neobejde se bez vlastních zastoupení v jednotlivých zemích včetně Česka.

Whirlpool dosáhl ve třetím kvartálu rekordních příjmů

Čistý GAAP zisk 196 milionů dolarů ve třetím čtvrtletí je ve srovnání s loňskými 74 miliony určitě důvodem ke spokojenosti ve společnosti Whirlpool Corp. Došlo také k nárůstu prodeje, především v Severní Americe, kde se trhy z ekonomické recese už oklepaly a roste domácí spotřeba. V Evropě se na zotavení trhů stále čeká.





Baumatic®

Britský Hoover kupuje krachující Baumatic, jak to bude se zárukami, se zatím neví

Italská společnost, která vlastní v Evropě také americkou značku Hoover, získala do svého portfolia v Británii značku Baumatic. Potvrdili to její britští zástupci mnohým zpravodajským webům. Akvizice by mohla vnést pořádek do aktuálně nepřehledné situace ohledně servisu výrobků. Odpovědnost za záruční servis nyní nesou prodejci, protože Baumatic přestal opravy zajišťovat. Britská pobočka Hoover Ltd komentovala celý obchod jen obecně a nepotvrdila, že servisní závazky týkající se výrobků prodaných před krachem Baumaticu

převezme. Společnost ani neuvědla, jaké má se značkou záměry. Zatím není příliš jasné, jak je to se značkou Baumatic na dalších trzích. V Austrálii ji například koupila společnost Home Appliances Ltd.

Když se podíváme čistě na český trh, rozhodně z této zprávy nelze vyvozovat, že se výrobky Baumatic do zdejších obchodů a kuchyňských studií vrátí. Baumaticu může v návratu do Česka pomoci fakt, že zde jde o známou značku s poměrně dobrou image u koncových zákazníků. Aktuální obchod v Británii se týká pouze Hoover Ltd., a tedy pouze britského trhu. Celou kauzu ohledně krachu Baumaticu budeme nadále sledovat a další informace přineseme v příštím čísle.



Obrat De'Longhi se zvýšil o více než 6 %

Za prvních 9 měsíců letošního roku neboli první tři čtvrtletí navýšila italská společnost svůj obrat o 6,6 % z 344 milionů eur na 367 milionů. Za tento výsledek firma částečně vděčí tomu, že letos převzala značku Braun v kategorii přípravy jídla a žehlení.

De'Longhi nicméně uvádí, že se velmi dařilo také jejím kuchyňským robotům značky Kenwood, stejně jako tyčovým mixérům, kde právě výrazně posílila díky Braunu. Kávovary vykazaly drobný negativní vývoj, a to jak plně automatické modely, tak přístroje vyráběné pro Nespresso a NESCAFÉ DOLCE GUSTO.



Electroluxu se daří v Americe, Evropa je nadále slabá

Švédský výrobce, do jehož portfolia patří značky AEG, Electrolux a Zanussi, oznámil drobné navýšení příjmů ve třetím čtvrtletí letošního roku. Čistý nárůst prodeje činil 4,9 %, negativní dopad směnných kurzů činil 4,6 %. Podobně jako v případě společnosti Whirlpool se projevil ve výsledcích firmy rostoucí severoamerický trh, kde dosáhla provozní marže 7 %. Evropa, Blízký východ a Afrika nevykázaly růst příjmů v kategorii velkých spotřebičů. Firma proto hodlá pokračovat ve snižování svých nákladů, především v Evropě.

Bosch a Carrier zakládají v Severní Americe joint venture

Společnosti Robert Bosch North America Corp. a Carrier Corp se pouštějí do úzké spolupráce s cílem vyvíjet a vyrábět geotermální tepelná čerpadla. Výrobky budou určeny pro domácnosti i komerční použití v Severní Americe. Geotermální tepelná čerpadla začínají být v USA i Kanadě značně populární a očekává se ztrojnásobení jejich prodeje do roku 2020. Úspora elektřiny dosahuje při jejich použití k vytápění i chlazení budov 25 až 50 %.



Vestavné novinky AEG

Prověřená kvalita, inovace a efektivní provoz v jednom

PRO ČESKÉ ZÁKAZNÍKY JE NĚMECKÁ ZNAČKA AEG UŽ PO MNOHO LET ZÁRUKOU VYSOKÉ KVALITY A SPOLEHLIVOSTI. JEJÍ VÝROBKY SE ŘADÍ DO PRÉMIOVÉHO SEGMENTU, ČEMUŽ ODPOVÍDÁ JEJICH DÍLENSKÉ ZPRACOVÁNÍ, FUNKCE A TECHNOLOGICKÁ VYSPĚLOST. AKTUÁLNĚ MÍŘÍ NA TRH TROJICE ZBRUSU NOVÝCH VESTAVNÝCH SPOTŘEBIČŮ, KTERÉ ZÁKAZNÍKY POŽADUJÍCÍ NULOVÉ KOMPROMISY ZAJISTĚ OSLOVÍ.

Vestavná trouba s parními funkcemi AEG BS836600NM

První žhavou novinkou mířící na český trh je 73l vestavná trouba s nadstandardní funkční výbavou. Pečení masa, cukroví, pečiva a dalších pokrmů se díky ní stane jednoduchou a zábavnou činností, která vždy skončí perfektním výsledkem. Trouba typu ProCombi v energetické třídě A – 20 % poskytuje uživateli funkce tradičního suchého pečení, ale i vaření v páře či pečení s přidávkem páry, které například zajistí nevysušenou a současně dokonale křupavou kůži drůbeže. V programu páry zase připravíte jednoduše a rychle tradiční české knedlíky bez nutnosti jejich vaření ve vroucí vodě na plotně. Samozřejmě nemůže ve výbavě chybět pečicí sonda pro automatizovanou přípravu masa, kdy sama trouba pozná, kdy je pokrm hotový. Před pečením jen stačí zadat, jak chcete maso propečené, o další se už postarají inteligentní systémy AEG. Ale nejen ty, velkou roli hraje například i rovnoměrný systém cirkulace horkého vzduchu ThermiC° Air a možnost pečení až ve 3 úrovních. Zákazníky také potěší rozměrný dotykový TFT displej se stovkami možných nastavení pečení, předinstalovaných receptů a pečicích programů. BS836600NM je dodávána s Isofront Plus a SoftMotion dvířky, o jejichž sklo nehrozí popálení a která se tiše dovírají. Vnější povrch má trouba z nerez, na kterém nezůstávají otisky prstů.





Indukční varná deska s variabilními zónami **AEG HK754400FB**

Nová indukční deska s šířkou 68 cm a 4 varnými zónami se vyznačuje především systémem MaxiSense, který přináší větší flexibilitu při jejím používání. Jednotlivé zóny se přizpůsobí automaticky velikosti položeného hrnce nebo pánve, a pracují tak s maximální efektivitou. Zóny na levé straně lze také spojit do jedné velké a položit na ně například podlouhlý pekáč. Lepší kontrolu nad vařením přináší funkce CountUp Time, kdy se po zapnutí každé zóny spustí časovač ukazující, jak dlouho na ní již probíhá vaření. Po vypnutí se samozřejmě automaticky vynuluje. Mnoho zákazníků se při pořizování spotřebičů zajímá o energetické úspory, které mu přinesou. Deska HK754400FB pomáhá šetřit elektrickou energii jednoduše tím, že pro posledních pár minut vaření použije zbytkové teplo namísto toho, aby běžela naplno až do vypnutí uživatelem. Mezi další funkce se řadí možnost aktivace akustického signálu, dětská pojistka, OptiHeat ovládání pro optimalizaci spotřeby energie a booster pro zvýšení výkonu kterékoliv ze 4 varných zón.

Efektivní chladicí kombinace ve vestavném provedení **AEG SCS91800C0**

Poslední představovaná novinka patří do kategorie vestavných chladniček s mrazákem dole. Na trh přichází s velmi zajímavými specifikacemi, jimž vévodí označení energetické třídy A+++ . Vnitřní prostor osvětlují energeticky nenáročné LED žárovky, jejichž světlo se dostane do každého koutu chladicí části. Díky elektronickému ovládání lze regulovat výkon chladničky i mrazáku zvlášť, případně aktivovat funkci Coolmatic pro rychlé zchlazení jídla nebo Frostmatic pro rychlé mražení. Dvířka obou zón se sama dovírají a nehrozí zkažení jídla nebo poškození spotřebiče, pokud je například děti nesprávně zavřou.



Pavel Voska, produktový manažer Kitchen společnosti Electrolux, odpovídá

Jaké důležité inovace se objevily letos u vestavných spotřebičů Electrolux?

U značek AEG i Electrolux pokračujeme v řadách, do kterých přibyly nové modely jak v klasických vestavných troubách katalytického i pyrolytického typu, tak i v těch kompaktních. Objem tradičních trub dosahuje nadprůměrných 74 litrů. Jednotlivé modely jsou zařazeny v úsporných energetických třídách A – 20 % nebo A – 10 % a najdete u nich například i pečící sondu, kterou každý zákazník ocení. Může tak bez velkých kuchařských zkušeností připravit maso beze strachu, že ho vysuší či příliš propeče.

Můžete prozradit, na jaké vestavné novinky se mohou obchodníci těšit v nejbližších měsících?

Připravujeme nové modely myček nádobí. Konkrétně půjde o vylepšení a posunutí myček ProClean značky AEG na vyšší úroveň díky modelům s kapacitou na 13 a dokonce 15 sad nádobí. Budou mít vylepšené horní rameno, nebude chybět třetí zásuvka na příbory a hlučnost u nich nepřesáhne hranici až neskutečných 39 dB. Jejich technologické vyspělosti bude také odpovídat úsporná energetická třída. To samé očekáváme také u značky Electrolux. Kromě toho vyhlížíme novou vestavnou řadu chlazení AEG kategorie 140 cm a 88 cm se systémem MultiFlow, nulovou zónou a energetickými třídami od A+++ až po A+. Z dalších novinek pak očekáváme velmi důležité rozšíření indukčních desek o nové modely u značek AEG i Zanussi.

Iva Vrbová: Kuchyňské studio Datart ručí za kvalitu a spolehlivost silou své značky

TRADIČNÍ PRODEJCE ELEKTRONIKY, DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ A POČÍTAČŮ VSTOUPIL LETOS DO NEPROBÁDANÝCH KONČIN. NA PRAŽSKÉ PANKRÁCI OTEVŘEL UVNITŘ SVÉHO OBCHODU VŮBEC PRVNÍ KUCHYŇSKÉ STUDIO. NOVÝ KONCEPT SE BUDE POSTUPNĚ ROZŠÍŘOVAT DO DALŠÍCH PRODEJEN DATART, A TAK NÁS ZAJÍMALO, JAK NÁPAD VZNIKL A JAKÉ S NÍM MÁ FIRMA PLÁNY. ZEPTALI JSME SE IVY VRBOVÉ, MANAŽERKY PROJEKTU KUCHYŇSKÉHO STUDIA DATART.



Můžete v krátkosti představit koncept vašeho nového „shop in shop“ ve formě kuchyňského studia přímo v jedné z prodejen Datartu? Jak tento nápad vznikl?

Vyšli jsme z již existujícího projektu kuchyňských studií našich sesterských společností Darty, se kterými se setkáte ve Francii a Španělsku. Například první studio otevřeli francouzští kolegové už před sedmi lety a dnes jich mají celkem 45. Tato studia vytvářejí zajímavý obrat jak v kuchyních, tak samotných spotřebičích.

Inspirovali jste se u francouzských kolegů nejen v obecné rovině? Máte na mysli, zda jste převzali určité prvky celého konceptu, které se ve Francii

osvědčily. Nebo šijete vše na míru českému trhu?

Samozřejmě jsme přejali samotnou myšlenku, ale konkrétní koncept je ušitý na míru České republice. Museli jsme vycházet z potřeb a zvyků českých zákazníků. Nás oslovil nejprve fakt, že jak ve Francii, tak ve Španělsku jsou tato kuchyňská studia úspěšná. Například ve

Francii prodávají kolegové kuchyni průměrně za 8 000 až 10 000 eur, což je sice českému trhu cena poměrně vzdálená, ale na druhou stranu ukazuje potenciál celého projektu. Na začátku jsme se proto zabývali tím, jakou klientelu chceme vlastně oslovit. Po pár měsících provozu studia na Pankráci se ukazuje, že máme opravdu různorodé

zákazníky. Všem je společné to, že považují Datart za důvěryhodnou firmu a jsou ochotni za jistotu bezproblémového vyřízení své objednávky a realizace kuchyně zaplatit. Všichni přitom zcela přirozeně přijímají fakt, že se v prostoru elektro-specialisty nachází kuchyňské studio a že od nás mohou čekat služby na vysoké úrovni včetně kvalitního záručního i pozáručního servisu. Jiná varianta ani neexistuje, Datart si za více než dvacet let své existence vybudoval určité jméno a služby kuchyňského studia tomu musí odpovídat.

Jaké máte s celým projektem cíle? Budou studia ve vašich tradičních prodejnách postupně přibývat napříč celou republikou?

Aktuálně máme za sebou pilotní projekt, kterým je studio na Pankráci. Věděli jsme, že jdeme do úspěšného konceptu, ale potřebujeme čas, aby se tak velký elektrospecialista přizpůsobil logistice a všem operacím spojeným s prodejem kuchyní. Síť budeme postupně rozšiřo-





vat a půjdeme logisticky nejjednodušší cestou. Studia budou tedy vznikat v našich nejlepších a neúspěšnějších prodejnách. A nezapomeňte, že máme svou síť také na Slovensku.

Na Pankráci je studio otevřené už několik měsíců. Jak ho zákazníci přijali? Kolik realizací kuchyní už studio zajistilo?

Nemohu publikovat konkrétní čísla. Mohu pouze konstatovat, že jsme nyní nad očekávaným průměrem a prodáváme kuchyně o cca 30 % draž, než jsme předpokládali. Všechny naše klienty jsem viděla osobně, náš tým je s nimi v úzkém kontaktu a sázíme na velmi osobní přístup ke každému realizovanému projektu.

Doposud jste celý projekt marketingově prakticky nepodpořili. Čekáte s komunikací, až budete mít studií víc? Máme vnímat současné studio coby pilotní, testovací záležitost?

Chceme, aby si značka získala klienty perfekcionismem, nechceme masově oslovovat a pak mít ve studiu frontu zákazníků. Jak už jsem řekla před chvílí, naší prioritou je osobní a individuální přístup, nikoliv rychlý byznys. Co se marketingu týče, budeme volit přesně zacílenou komunikaci odborným způsobem. Určitě nechceme komunikovat ceny a vytvářet nějaké akční nabídky zlevněných kuchyní a podobně. Tímto způsobem se nechce kuchyňské studio Datart prezentovat. V přípravě je také detailnější webová prezentace, která projekt podrobněji představí všem zájemcům o novou kuchyň.

Jelikož nejste tradiční dodavatel kuchyní, používáte určitě pro samotnou realizaci partnery. S kým spolupracujete? Jak firmy pro montáže kontrolujete, aby odvedly práci na požadované úrovni?

Ano, máte pravdu. Spojili jsme se s profesionály z oboru, se kterými máme



uzavřené smlouvy. Partneři jsou v nich zavázáni odvádět kvalitní práci a chovat se u klienta doma odpovídajícím způsobem. Přímo na místě je navíc kontrolujeme a samotného zákazníka po montáži kontaktujeme, abychom si ověřili, že všechny kroky projektu proběhly k jeho spokojenosti. Z kuchyně odcházíme až ve chvíli, kdy vše funguje a zákazník může veškeré vybavení začít ihned používat.

V oblasti dodavatelů kuchyní jsme navázali spolupráci s profesionály z Německa. Jedním je úplný nováček na českém trhu, firma Beckermann, se kterou sice nemáme uzavřenou smlouvu na exklusivní distribuci, ale nikdo jiný její výrobky zatím nenabízí. Druhou značkou je potom Nobilia. Při výběru dodavatelů jsme hledali takové výrobce, aby odpovídala jejich firemní filozofie hodnotám Datartu. Abych byla konkrétní, požadovali jsme kvalitu, ovšem v různých cenových segmentech. Proto máme v nabídce dva výrobce, jednoho dražšího a druhého levnějšího. Jeden nezajistí výrobu na míru a individuální přístup k zakázce, ale nabízí vysokou kvalitu. Druhý je menší a je schopen individuálních řešení.

V případě spotřebičů je situace trochu jiná. S většinou významných značek



už spolupracujete mnoho let. Máte ale pro kuchyňské studio nějaký výběr preferovaných značek? Nebo nabízíte zákazníkovi vestavné spotřebiče od všech značek, jejichž výrobky Datart prodává?

Žádné preferované značky nemáme. Díky tomu, že je Datart elektrospecialista, má v nabídce velmi širokou nabídku spotřebičů všech cenových kategorií. Ve studiu na Pankráci prezentujeme 12 kuchyňských sestav, přičemž každá z nich obsahuje spotřebiče různých výrobců. Naší největší výhodou je tedy v oblasti spotřebičů jejich široká nabídka. Vystaveno máme například 30 varných desek. Kromě toho máme zkušenost, že si zákazníci kuchyňského studia v Datartu často koupí do nové kuchyně ještě malé spotřebiče a další vybavení dostupné v prodejnách.



Braun je zpět!

Německá značka Braun, která je již přes 90 let proslulá svými technologickými inovacemi a čistým designem, přichází tento podzim na trh s novou řadou tyčových mixérů.



Braun reaguje na potřeby dnešních spotřebitelů, kteří chtějí rychle a spolehlivě připravit co největší škálu pokrmů a nápojů, a přichází s novými řadami tyčových mixérů s bohatým příslušenstvím. Nejde tedy pouze o tyčový mixér, ale díky bohatému a všestrannému příslušenství o univerzálního a spolehlivého pomocníka v kuchyni, který šetří čas. Výrobky Braun jsou pečlivě promyšlené do posledního detailu, jsou navrženy a vyvinuty v souladu s německými standardy kvality, projevuje se zde pověstná německá preciznost. Technologické inovace, funkční design a spolehlivost jsou synonymem této značky a usnadňují každodenní život spotřebitelů. Výborným příkladem je **nová řada tyčových mixérů Multiquick 7**. Inovační tlačítko „Smart Speed“ zavádí plynulou regulaci rychlosti, podobně jako je tomu v případě pedálu plynu u automobilu. Toto intuitivní tlačítko umožňuje jemné spuštění a zpomalení rychlosti dle potřeby.

Ergonomický tvar tlačítka umožňuje bezpečné držení a plynulou regulaci pomocí ukazováčku, čímž je dosaženo přesného přenosu síly. Spotřebitel si tak může v reálném čase pouhým tisknutím tlačítka určovat jemnost či hrubost namixování, nasekání či nadrcení zpracovávaných surovin. Všechny tyčové mixéry Braun mají bytelné, kompaktní a **tiché DC motory** vyráběné v Německu. Řada Multiquick 7 se pyšní příkonem 750 wattů, proto je velmi snadné nasekání i těch nejtvrděších surovin, rozdrčení ledu nebo zpracování těsta. Navíc mají tyčové mixéry Braun patentovanou spodní část mixovací nohy, tzv. **PowerBell**, díky jehož speciálnímu tvaru a ultra tvrdým nožům z nerezové oceli nedochází k rozstříku surovin a k tzv. „hurikánovému efektu“, tedy vylévání tekutin z nádoby nebo hrnce. Právě díky tomuto patentu je možné bezpečně mixovat horké polévky či pyré přímo v hrnci na sporáku.

Příslušenství k tyčovým mixérům Braun



Šlehačí metla
Šlehá šlehačku
a vaječné bílky



350ml sekací nástavec
Naseká menší množství
během několika vteřin



500 ml sekací nástavec
Naseká větší množství
během několika vteřin



**1,25l nádoba vše
v jednom** – stolní
mixér, drtič ledu, sekací
nástavec. Mixuje, seká
a drtí velká množství
během několika vteřin



1,5l food processor
Naseká, nakrájí, nastrouhá a dokonce uhněte
těsto během několika vteřin



V rámci řady **Braun Multiquick 7** je k dostání šest modelů, které se liší šíří příslušenství:



MQ785 Patisserie Plus



MQ775 Patisserie



MQ745 Aperitive



MQ735 Sauce



MQ725 Omelette



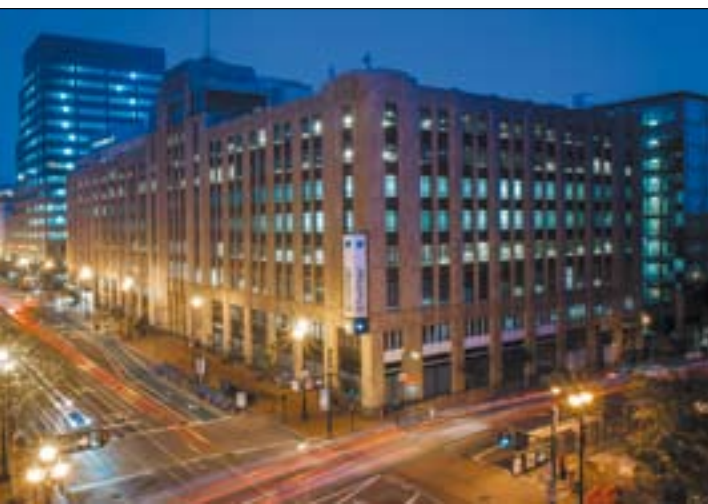
MQ700 Soup

Vedle řady Multiquick 7 je novinkou na trhu také řada Multiquick 5. Základem této řady je extra lehký tyčový mixér s ergonomickým tvarem, uzpůsobeným pro drobnou ženskou ruku. Má dvě rychlosti (základní rychlost a turbo rychlost) a zúženou nerezovou mixovací nohu. Řada Multiquick 5 přichází v pěti základních modelech, lišících se šíří příslušenství.

Jedinečnost tyčových mixérů Braun na trhu je také právě v šíři nabízeného příslušenství, od šlehačí metly po food processor s hákem na hnětení těsta. Veškeré příslušenství se dá dokoupit samostatně ve dvou barevných variantách, v černé a bílé barvě, a je kompatibilní mezi řadami Multiquick 5 a 7 (včetně starších řad Multiquick 5 a 7).

Twitter je úspěšně na burze, vyhráno ještě nemá

ROK A PŮL PO FACEBOOKU SE ZAČAL NA BURZÁCH OBCHODOVAT I TWITTER, DRUHÁ Z NEJVĚTŠÍCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ ZÁPADNÍHO SVĚTA. VSTUP SE SICE VYDAŘIL, PŘESTO ALE TWITTER NEMÁ TO NEJDŮLEŽITĚJŠÍ ZA SEBOU. BUDE TOTIŽ MUSET TVRDÝMI ČÍSLY PROKÁZAT, ŽE SI DŮVĚRU INVESTORŮ SKUTEČNĚ ZASLOUŽÍ.



Není divu, že se o Twitteru hodně mluví. Pokud pomíneme situaci u nás, kde je stále menšinovou záležitostí, je globálně jednou z vůbec nejpobulárnějších sociálních sítí, která je pravidelně vidět i v médiích. Na konci prvního listopadového týdne se to společnosti hodilo. Vstupovala na burzu a publicita, které se jí v médiích dlouhodobě dostává, není při takové příležitosti na škodu. Hlavním cílem Twitteru při vstupu na burzu bylo vyhnout se situaci, do níž se loni dostal při stejné příležitosti Facebook. Ten si vůči investorům nebral žádné servítky a cenu i počet akcií pro upisování vyšponoval, jak jen to šlo. Facebooku se to ovšem vymstilo, což se ukázalo hned první den obchodování. Po malém výstřelku vzhůru se akcie rychle vydaly směrem dolů a na této cestě vytrvaly několik příštích měsíců.

Odišný postup

Twitter zvolil oproti Facebooku zcela jinou strategii. Aby zachoval důvěru investorů a jejich pozitivní naladění vůči společnosti, počet i cenu akcií k upsání držel při zemi. Akcie tak vyšly své nové majitele jen na 26 dolarů za kus, a pohybovaly se tak blíže spodní hranici

odhadů finančních analytiků. Nízkou cenu akcií pouze podtrhoval fakt, že i přes vysoký zájem Twitter nezvýšil jejich nabízené množství.

Výsledkem citlivějšího přístupu bylo, že si akcie Twitteru první den obchodování vedly podstatně lépe než u Facebooku. Otevřely obchodování na hodnotě 45 dolarů, skoro tři čtvrtiny nad upisovací cenou,

a během dne si dokonce sáhly až na 50 dolarů. Nakonec první den uzavřely opět na 45 dolarech. Ačkoliv v následujících dnech obchodování mírně poklesly, na cenu kolem 40 dolarů, stále se držely výrazně nad upisovací cenou, kterou Facebook prolomil směrem dolů již druhý den obchodování.

Abychom ale nebyli přehnaně pozitivní, Twitter rozhodně nebyl ve své kategorii nejúspěšnější. Za příklad těch nejlepších bývá dáván vstup na burzu sociální sítě LinkedIn z roku 2011. Její akcie vyskočily během prvního dne na dvojnásobek své hodnoty a z upisovací ceny 45 dolarů si polepšily na 94 dolarů. I nadále si navíc udržely růstovou tendenci a v současnosti se stabilně prodávají již přes 200 dolarů.

I burza hrála roli

Kromě citlivého přístupu k ceně a objemu první veřejné nabídky Twitteru pomohla volba burzy. Zatímco Facebook si vybral technologický NASDAQ, Twitter vsadil na tradici a pro své obchodování stejně jako LinkedIn zvolil newyorskou burzu NYSE.

Právě burza NASDAQ přitom Facebooku jeho počátek obchodování významně

zkomplikovala. Vzhledem k vysokému zájmu o akcie totiž hned v úvodu došlo k přetížení systému, které start obchodování o 30 minut zbrzdilo. Netřeba dodávat, že nadšení mezi investory mezi tím výrazně ochladlo, což se podepsalo i na mizerném prvním burzovním dnu největší sociální sítě.

A jak to bude s Twitterem dál? Společnost to nebude mít lehké, trápí ji totiž celá řada problémů. Je sice velmi dobře přizpůsobena současnému přesunu uživatelů k mobilním platformám (z mobilů má převážnou většinu příjmů), stále ale finance spotřebovává, místo aby je generovala. Ztráta za třetí čtvrtletí činila 64,6 milionu dolarů, což při příjmech 168,6 milionu dolarů není nijak radostný poměr.

Dalším problémem druhé nejznámější sociální sítě je poněkud specifické publikum, které Twitter oslovuje. Zatímco řadoví uživatelé se pro její nepochopitelnost drží raději na Facebooku, Twitter přitahuje technologické typy a nejrůznější influencery.

Že by společnost dokázala masově oslovit běžné uživatele, se přitom prozatím nezdá. Její uživatelský růst se od počátku roku zpomalil na jednotky procent za čtvrtletí. Většina z těchto nových uživatelů navíc pochází z území mimo Spojené státy, kde má Twitter minimální příjmy. Tři čtvrtiny příjmů společnosti totiž vytváří američtí uživatelé, kterých je jen zhruba pětina.

Startem veřejného obchodování tedy pro Twitter to pravé drama vlastně začíná. Nejlepší zprávou pro společnost proto je, že na řešení svých problémů má díky vstupu na burzu k dobru 1,8 miliardy dolarů.

Jindřich Lauschmann

Netradiční pomocníci z dílny belgické značky DOMO

SPOLEČNOST DOMO NABÍZÍ NEJEN VŠECHNY KLASICKÉ KUCHYŇSKÉ A DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE, ALE NABÍZÍ TAKÉ MÉNĚ OBVYKLÁ ZAŘÍZENÍ A PŘÍSTROJE, KTERÉ NEMAJÍ NA TRHU HOJNÉ ZASTOUPENÍ. NE KAŽDÝ VÝROBCE CHCE NEBO SI MŮŽE DOVOLIT INVESTOVAT DO VÝVOJE A VÝROBY PRODUKTŮ PRO ÚZKOU SKUPINU ZÁKAZNÍKŮ.



DOMO DO301CT

Digitální vpichovací teploměr

Zařízení s velmi širokým rozsahem použití – lze s ním měřit teplotu mléka, pečených či smažených potravin, uzenářských výrobků nebo steaků. Díky nerezovému provedení jej lze použít také v průmyslu k měření chemických kapalin a jiných nestandardních surovin. Ze specifikací je nutné zmínit minimální odchylku 0,1 °C, možnost přepínání mezi °C a °F, osvětlení displeje a rozsah měřené teploty od -45 °C do 200 °C.



DOMO DO302WO

Akumulátorová vývrtka

Každý milovník vína jistě ocení maximálně rychlé a pohodlné otevření vína pomocí této akumulátorové vývrtky. Celý proces je natolik bezpečný, že mohou víno u sváteční tabule otevřít i děti. Vyjmutí korkové nebo plastové zátky trvá při použití této vývrtky pouhých 8 vteřin. Napájena je 4 bateriemi typu AA, které postačí podle jejich kvality k otevření až 150 lahví. Zátka je automaticky vytahována a uvolněna z láhve ven, přičemž odstraňovač ochranné fólie najde majitel schovaný ve stojánku. Vývrtka váží pouhých 500 g.

DOMO DO312B/DO317B

Nahřívací dečka na talíře

Ke kvalitnímu stolování patří samozřejmě kvalitní jídlo, pití a servis. Práví gurmáni pak vyžadují ještě více, může to být barevné sladění stolu a doplňků a také předehřáté talíře na přesnou teplotu. Tím si zajistíte, že po celou dobu konzumování bude jídlo stále teplé a chutné. Přitom ne každý má prostor a prostředky pro pořízení vestavné ohřevné zásuvky. Za zlomek její ceny pořídíte řešení značky DOMO, které používají jak domácnosti, tak restaurace. Dečky jsou vyráběny ve dvou základních barvách – veselé červené a decentní černé. Najednou nahřeje jedna dečka až 8 talířů, a to během 20 minut. Při vložení jednoho



až čtyř talířů se doba zkrátí na 15 minut. Dečka disponuje automatickou regulací teploty a dvojitou izolací pro dokonalou bezpečnost.

DOMO

SET9021+9022M

Profesionální souprava na hnětení, šlehání, sekání a mixování

Proč si jednou neudělat radost a nekoupit si do kuchyně přístroj, který používají světoví kuchaři? Práce s takovým přístrojem je znatelně snazší, a tím i rychlejší a kvalitnější.

Oba dva přístroje disponují vysokým výkonem 400, respektive 800 W, a tichými motory bez vibrací. V případě ponorného mixéru jsou k dispozici 2 nástavce s výměnnými noži. Sadu navrhl a používá i nejznámější belgický televizní kuchař Piet Huysentruyt.





László Szabó

Vzhůru na trh!

JE TO SOTVA ROK, CO BYL MAĎARSKÝ TRH S BÍLOU TECHNIKOU OBOHACEN O BRITSKOU ZNAČKU S NÁZVEM PREMIER RANGE. V BRITÁNII JE TATO ZNAČKA ZNÁMÁ HLAVNĚ DÍKY SVÝM BAREVNÝM SPOTŘEBIČŮM A ŠIROKÉMU SORTIMENTU. JEJÍM CÍLEM JE DOSÁHNOUT PODOBNÉ POZICE TAKÉ V MAĎARSKU. NA NAŠE OTÁZKY ODPOVÍDAL LÁSZLÓ SZABÓ, GENERÁLNÍ ŘEDITEL PREMIER RANGE ONLINE KFT.

Značka Premier Range není na maďarském trhu v současnosti známá. Mohl byste nám ji v krátkosti představit?

Premiere Range je v posledních deseti letech jedním z nejdynamičtěji se zlepšujících dodavatelů domácích spotřebičů ve Velké Británii. Navzdory ekonomické krizi se dařilo společnosti zvyšovat obrát a posilovat pozici na trhu. Průlom pak přineslo uvedení produktové řady Spectrum Collection, která obsahuje širokou paletu barevných spotřebičů. Díky těmto dva roky starým výsledkům došlo k rozhodnutí, že by měla značka vstoupit na další evropský trh.

Proč si management vybral Maďarsko?

Maďarsko má několik výhod. Země má například dobrou polohu ve středu Evropy, což by se mohlo hodit pro další expanzi. Ale upřímně řečeno, hodně pomohlo to,

Market up!

HARDLY ONE YEAR AGO THE HUNGARIAN WHITE GOODS MARKET WAS ENRICHED BY A BRITISH BRAND CALLED PREMIER RANGE. THE BRAND IS WELL KNOWN IN THE UNITED KINGDOM THANKS TO THEIR COLORFUL APPLIANCES AND WIDE ASSORTMENT. THE GOAL IS TO ACHIEVE SOMETHING SIMILAR IN HUNGARY AS WELL. WE TALKED WITH LÁSZLÓ SZABÓ, GENERAL MANAGER OF PREMIER RANGE ONLINE KFT.

The Premier Range is not well known on the Hungarian market at the moment. Could you tell us few words about the brand?

Premier Range is one of the most dynamically improving white goods companies in the UK during the last ten years. Despite of economic crisis the company was able to grow its turnover and strengthen its market position. The break-through was the launch of the Spectrum Collection which contains a wide range of colorful appliances. Thanks to these two years old results the company decided that the brand should have stepped into another European market.

Why did they choose Hungary?

Hungary has several benefits for example the country has quite good location in the middle of Europe,

which could be suitable for the further expansion. But frankly speaking it helped a lot that the management board has a Hungarian member, who could promote the country very well.

What kind of products can we find in the assortment of the brand?

And which ones are available in Hungary?

We can split the product portfolio into two parts. One is the kitchen products and domestic appliances and the other is the design elements for the kitchen. We have wide range of glass background panels which can give every kitchen a very unique look. In Hungary we have hobs, hoods and ovens in different design and colors. In Hungary we offer around 70 % of the original range. By the end of the year all glass background panels that the brand offers in the UK will be available in Hungary.

How do you try to get market share on the crowded Hungarian market?

It is not easy to launch a brand and the economic circumstances are also not in favor of that. Generally we can say that the Hungarian consumer is looking for known brands and they like to see and touch the product before they decide to buy it. It is real hard for us to get closer to consumers because our products are only available online at the moment. Next year we will start to build up our distributor network which will be an important part of our business.

Which communication channels do you use to promote the brand?

It is important part of our long term strategy to know the market trends. So we are using websites which can help us to get more and more detailed information about consumer needs.

We believe that the economic situation will get better even though this process is not very fast. We think the consumer's habits will change also.

So we are sure that our brand will find its place on the market. It is essential for us to be in touch with clients and to keep in touch with them. We are sure that we can make a satisfied consumer with every single Premier Range product. This is the best advertisement for our products and for our brand.



že jedním z členů správní rady je Maďar, který svou zemi propagoval.

Újaký druh výrobků můžeme najít v sortimentu značky? A které z nich jsou dostupné v Maďarsku?

Produktové portfolio můžeme rozdělit na dvě části. Jednou jsou kuchyňské a domácí spotřebiče a druhou designové prvky pro kuchyně. Máme pestrou nabídku skleněných panelů, které mohou dodat každé kuchyni jedinečný vzhled. V Maďarsku také nabízíme varné desky, digestoře a trouby v různých designech a barvách. Celkově prodáváme asi 70 % kompletní britské nabídky. Do konce roku budeme prodávat všechny skleněné panely, které má značka na britském trhu.

Jak se snažíte získat tržní podíl na přeplněném maďarském trhu?

Uvést novou značku na trhu není jednoduché a ekonomické podmínky tomu příliš nepřejí. Obecně lze říci, že maďarský spotřebitel hledá známé značky, chce produkt vidět, osahat si ho, než se rozhodne ho koupit. Je pro nás těžké se dostat blíže ke spotřebiteli, protože prodáváme výrobky zatím pouze online. Příští rok začneme budovat distribuční síť, což bude důležitá součást našeho podnikání.

Jaké komunikační kanály používáte k propagaci značky?

Naší dlouhodobou strategií je znát trendy na trhu. Používáme proto weby, které nám mohou pomoci získat detailnější informace o potřebách spotřebitelů. Věříme, že se ekonomická situace zlepší, ačkoliv nejde o rychlý proces. A také

věříme, že se změní návyky spotřebitelů. Abych to shrnul, jsme si jistí tím, že naše značka najde své místo na trhu. Nezbytné je pro nás být ve spojení s klienty a udržet s nimi kontakt. Každý výrobek Premier Range může mít za sebou spokojeného zákazníka, což je pro naše spotřebiče i značku nejlepší reklama.





Varné desky – ještě rozmanitější nabídka

VĚTŠINA ZÁJEMCŮ O NOVOU KUCHYŇ PREFERUJE KOUPIIT VARNÉ DESKY A VESTAVNÉ TROUBY PŘED VOLNĚ STOJÍCÍM SPORÁKEM. NABÍDKA DESEK JE V SOUČASNOSTI NEBÝVALE ŠIROKÁ, NEJDE POUZE O ZÁKLADNÍ DĚLENÍ NA SKLOKERAMICKÉ S INDUKČNÍMI NEBO HI-LIGHT ZÓNAMI A PLYNOVÉ MODELY. DESKY SE LIŠÍ VELIKOSTMI, TVARÝ, ROZLOŽENÍM HOŘÁKŮ, RESPEKTIVE VARNÝCH ZÓN. VÝBĚR DESKY SE TAK UŽ DNES NEOMEZUJE NA POUHÉ: „CHCEME PLYN, NEBO ELEKTRICKÉ PLOTÝNKY?“

Z čísel společnosti GfK jasně vyplývá, že na trhu hrají stále větší roli indukční desky, byť z hlediska prodaných kusů králem celé kategorie ještě nejsou. V případě indukce dochází také k největšímu množství inovací, zatímco sklokeramické modely s hi-light zónami už vývojově příliš kupředu nejdu. Plynové desky stojí trochu stranou – není na nich už tolik co vylepšovat, ale mají na trhu své místo a rozhodně z něho nezmizí. U hi-light desek lze naopak čekat, že v delším časovém horizontu vymizí podobně jako desky s litinovými plotýnkami.

Všechny typy desek se také vymanily z tradičních norem a nebojí se ve své šířce postoupit na 75, 80 nebo i 90 cm. Doplnují je už dříve běžné 30cm modely se dvěma varnými zónami, vhodné do velmi malých kuchyní.

EVOLUCE INDUKČNÍCH DESEK

U nejdynamičtější se rozvíjející skupiny varných desek sledujeme nástup modelů s volněji určenými varnými zónami – uživatel může například spojit dvě zóny do jedné a téměř celou polovinu desky použít k přípravě jídla v pekáči nebo podlouhlé pánvi. Nejvýše potom stojí takzvané „free indukce“, u nichž není varná zóna určena a magnetické cívky se nacházejí pod prakticky celou deskou. Jejich pořizovací cena většinou atakuje hranici 100 000 Kč, tudíž nejde o masovou záležitost.

Nové indukční desky obecně nabízejí také řadu pokročilých funkcí včetně pozastavení vaření, pokud člověk potřebuje odběhnout z kuchyně, a následného pokračování bez nutnosti nastavovat výkon zóny znovu. Běžně už se také setkáváme s časovači a systémy proti vzplanutí obsahu hrnce/pánve. Některé firmy pak používají ještě externí měřicí zařízení v hrncích, která odesílají data desce, a ta podle nich optimalizuje celý proces vaření.

PLYN – ŠIRŠÍ DESIGNOVÉ MOŽNOSTI

Přestože nejsou indukční varné desky dnes už pouze černé a najdeme na trhu stříbrné či bílé, drtivá většina se jich drží tradičního barevného provedení. U plynových desek je nabídka mnohem pestřejší při rovnoměrnějším rozložení sil jednotlivých designů a materiálů. Černé sklo, nerez, měď, bílá nebo hnědá, všechny takové plynové desky se dnes běžně prodávají. V oblasti vybavy proniká do desek se šířkou větší než 60 cm výkonný hořák pro WOK pánve. Výrobci také mnohdy zjednodušili vyjímání hořáků a čištění desky, které bylo ve srovnání se sklokeramickou složitější a pro uživatele nepříjemné.

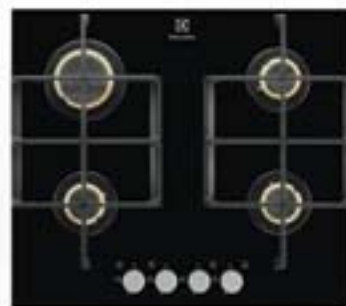


BEKO HISW 64225 S

Deska standardní šířky 60 cm je novinkou v portfoliu značky BEKO. Hořáky jsou umístěny na černém snadno čistitelném povrchu. Ovládání tvoří 4 tradiční knoflíky s integrovaným zapalováním. Hořáky jsou vybaveny bezpečnostní pojistkou proti zhasnutí plamene a mají výkon 3,3 kW, 1 kW, 1,75 kW a 1,75 kW. Nejvýkonnější přední levý hořák je typu WOK.

ELECTROLUX EGT6345YOK

Tato varná deska se vyznačuje použitím nového typu hořáků s vyšší účinností. Electrolux je označuje jako VerticalFlame a upozorňuje také na jejich estetické přednosti. Povrch má deska sklokeramický. Ovládací knoflíky pro jednotlivé hořáky disponují automatickým zapalováním. Hořáky mají výkon 1,6 kW, 2,2 kW, 1,6 kW a 1,6 kW a mají nad sebou odolné litinové podpěry pro nádoby.



GORENJE G6SYW

Návrat bílé barvy také do kategorie vaření reprezentuje deska z řady Gorenje Simplicity v šířce 58 cm. Celkově nabízí 4 hořáky včetně jednoho trojitého typu WOK s výkonem 3,5 kW a průměrem 13,2 cm. Další hořáky jsou standardní a mají výkon 1,9 kW, 1,9 kW a 1 kW. Nosné mřížky jsou litinové. Zapalování hořáků probíhá automaticky.

HOTPOINT PK 644 D GH E X/HA

60cm deska z designové řady Hotpoint LUCE se vyznačuje Direct Flame hořáky s využitím přímého plamene. Jeden z hořáků má průměr 15,7 cm a výkon 3 kW pro extra rychlý ohřev nebo rozpálení pánve. Dva hořáky mají výkon 1,9 kW a čtvrtý, nejmenší 1 kW. Ovládací knoflíky v přední části jsou vybaveny automatickým zapalováním. Deska se snadno čistí díky nerezovému povrchu typu Ixelium. Lze ji používat pouze pro zemní plyn.



GfK Czech

Vestavné varné desky na českém trhu podle GfK

Tempo růstu poptávky po varných deskách zpomalilo. Za první dvě třetiny letošního roku se jich ve sledovaných obytových cestách prodalo o necelou desetinu více, obdobné srovnání před rokem skončilo téměř s dvojnásobným přírůstkem. Díky rostoucímu zájmu kupujících o dražší provedení – zejména indukční desky (z hlediska hodnoty polovina trhu) – tempo růstu tržeb zpomalilo za poslední roky jen nepatrně. Za letošních prvních osm měsíců narostly tržby mezi-

ročně o 6 %, stejné srovnání před rokem bylo příznivější pouze o několik desetin procenta.

Nejčastěji se prodávaly varné desky v ceně do 7 tisíc korun, které v uvedeném období představovaly přes dvě třetiny celkového objemu prodeje. Dvouciferný růst objemu zaznamenal rovněž následující cenový segment od 7 do 9 tisíc korun. Do indukčních desek přitom investovali zákazníci v průměru 10 500 korun a objem prodeje této části sortimentu se meziročně zvýšil takřka o 20 %.

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



INDESIT**PIM 750 AST (IX)**

Tato deska s šířkou 68 cm obsahuje 5 hořáků včetně jednoho s trojitou korunou. Tento hořák má průměr 13 cm a výkon 3,25 kW. Nachází se ve středu desky. Doplní ho další hořáky s výkony 2,6 kW, 1,9 kW, 1,9 kW a 1 kW. Samozřejmostí je automatické zapalování v knoflících. Povrch má deska nerezový.

**NARDI
DH55GAV R**

Patinovaná deska v mědi spadá do kategorie rustikálních spotřebičů a je k ní v nabídce Nardi k dispozici do páru také několik vestavných trub. Tento model s šířkou 72 cm obsahuje 5 hořáků včetně jednoho trojitého typu WOK s výkonem 3,5 kW. Zbylé hořáky mají výkon 3 kW, 1,75 kW, 1,75 kW a 1 kW. Knoflíky v přední části mají integrované elektrické zapalování.

**SIEMENS****EP816SB21E**

V katalogu německé značky nás zaujala 75 cm široká deska s povrchem z tvrzeného skla. Najdete na ní 5 hořáků. Základ tvoří čtveřice posazená ve tvaru čtverce, pátý hořák typu WOK s výkonem 4 kW je umístěn v levé části desky. Základní hořáky mají výkon 3 kW, 1,7 kW, 1,7 kW a 1 kW. Chybět nemůže automatické zapalování a termoelektrická pojistka zhasnutí plamene.

**WHIRLPOOL****GMF 6422 IXL**

Zbrusu nová varná deska s šířkou 59 cm nám byla představena už na veletrhu společnosti HP Tronic, kam značka Whirlpool také zavítala. Její největší předností je speciální povrch iXelium vyrobený nanotechnologií. Ten vytváří na nerezové desce ochrannou vrstvu proti chemickému a mechanickému poškození. Whirlpool proto poskytuje u desky s tímto povrchem záruku 10 let proti zežloutnutí a korozi. Deska obsahuje 4 hořáky včetně jednoho čtyřkorunkového typu WOK, ke kterému je dodáván držák pro WOK pánev. Výkon hořáků je 3,7 kW, 1,65 kW, 1,65 kW a 1 kW.



Unikátní designová řešení italských spotřebičů NARDI

KOMPLEXNÍ NABÍDKA VESTAVNÝCH SPOTŘEBIČŮ NARDI PRO VÝBAVU CELÉ KUCHYNĚ ZAŘAZUJE ZNAČKU JAKO UNIVERZÁLNÍHO DODAVATELE PRO ZÁKAZNÍKY, KTERÍ PREFERUJÍ KOMPAKTNOST CELÉ KUCHYNĚ VE SPOJITOSTI S NABÍDKOU PRO MODERNÍ NEBO RUSTIKÁLNÍ STYLY. NAŠE VÝROBKY JSOU VE STYLU „RETRO“ S MOŽNOSTÍ STYLOVÝCH, FUNKČNÍCH A DESIGNOVÝCH VARIACÍ, KTERÉ NEJSOU V BĚŽNÝCH NABÍDKÁCH.



V současné předvánoční sezoně míří světla reflektorů v největší míře na vestavné trouby. NARDI nabízí ojedinělé provedení vestavných trub s možností kombinace s plynovou deskou a odsavačem par ve stylově stejném provedení. Například trouba ve stylovém barevném provedení s povrchovou úpravou v mědi je unikátním výrobkem, který jen těžko hledá konkurenci. Trouba je mimořádná také svým výrobním procesem, kdy se v jedné fázi výroby na skelet trouby elektrolyticky nanese vrstva mědi a každý jednotlivý výrobek je tak ručně patinován. Díky tomu je dosaženo jedinečnosti v případě každého výrobku, a zákazník tak nezískává pouhý sériový výrobek, naopak má ve své kuchyni svůj originál. Tento typ trouby je jedním z nejprodávanějších v Evropě ve svém segmentu. Konkrétní nabídka měděných modelů se liší podle výbavy od těch s 8 funkcemi a teleskopickými pojezdy přes model s 6 funkcemi až po základní statickou troubu se 4 funkcemi pečení.

Současně trendy

Aktuálně zaznamenáváme velký zájem o barevné výrobky v krémovém provedení, které v naší nabídce naleznete jako barvu „slonová kost“. Velice zajímavý je také design „terra di

francia“, kdy mají okraje výrobků provedení v hnědé s plynulým přechodem na světle pískovou barvu.

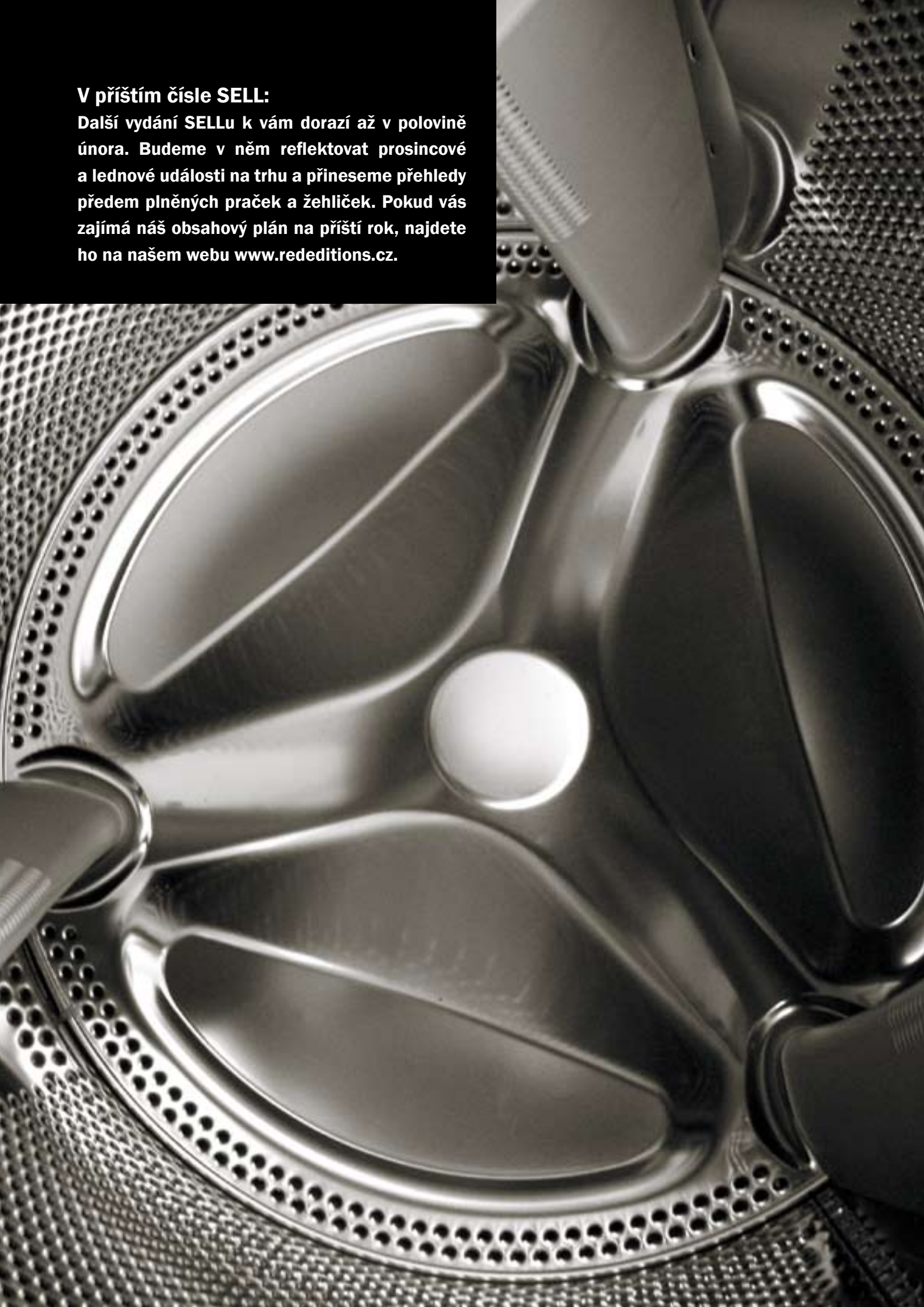
Rustikální modely mají nové inovované „analogové hodiny“, které jsou kompletně elektronické s LED kontrolkami, možností nastavení začátku a konce pečení, minutkou a nastavením reálného času. S těmito hodinami si rustikální trouby zachovávají svůj tradiční design a přitom přinášejí zjednodušenou funkčnost a obsluhu, kterou uživatel ocení. Tento styl a provedení lze najít také u plynových desek NARDI, dodávaných vždy s bezpečnostní termopojistkou proti úniku plynu při náhodném zhasnutí plamene a zapalováním pod ovladači. Nabízíme desky v šířce 60 a 72 cm.

Odsavače par NARDI a KASTELL

U stylových výrobků zůstaneme i v závěru článku. Na jedné straně máme v nabídce komínové odsavače NARDI s povrchovou úpravou v mědi s patinou. A to v šířkách 60 a 90 cm. Vaší pozornosti by neměly ovšem uniknout ani rustikální odsavače KASTELL s dřevěnými prvky, které jsou dostupné taktéž v šířkách 60 a 90 cm. Na výběr je i rohový a nově též prostorový model.

V příštím čísle SELL:

Další vydání SELLu k vám dorazí až v polovině února. Budeme v něm reflektovat prosincové a lednové události na trhu a přineseme přehledy předem plněných praček a žehliček. Pokud vás zajímá náš obsahový plán na příští rok, najdete ho na našem webu www.redections.cz.



GIGA X8 Professional

SWISS MADE

NEUVĚŘITELNÁ RYCHLOST
NEUVĚŘITELNÉ AROMA



jura

3.000.000

GIGA | IMPRESSA | ENA

INOVACE
ZKUŠENOSTI
KVALITA

PROFESSIONAL

Promotional partner of Sauber F1 team

Unikátní Speed funkce tohoto nového přístroje umožňuje přípravu kávových specialit v rekordním čase bez ztráty aroma. Při přípravě kávy se line nezaměnitelná lákavá vůně čerstvé kávy. Pokud ale kávu připravujete moc dlouho a převaříte jí, změní se vůně i aroma vlivem působení kyselin a kofeinu. Toto se s GIGA X8 Professional nestane. Horká voda je přivedena zvlášť bypassem a míchá se s připravenou kávou uvnitř stroje. Více informací a individuální poradenství ohledně profesionálních kávovarů JURA získáte v nově otevřeném JURA Professional Competence Center v Praze. Rádi Vám nezávazně předvedeme nejen kávovar JURA GIGA X8 v provozu, ale i ostatní přístroje řady JURA Professional.

BRAUN



Smart Speed technologie

NOVINKA

Jeden stisk.
Všechny rychlosti.

Čím větší stisk, tím větší rychlost.
www.braunhousehold.cz

