

SELL



ČESKÝ TRH S KÁVOVARY:
NEVYUŽITÝ POTENCIÁL
A JASNÁ DOMINANCE LÍDRŮ

**VĚTŠINA TECHNICKÉHO ZBOŽÍ
V ČERVENÝCH ČÍSLECH**
VÝSLEDKY GFK TEMAX
ZA POSLEDNÍ ČTVRTLETÍ 2012

**WHIRLPOOL SPUSTIL
V POPRADU VÝROBU
ÚZKÝCH PRAČEK**

SKUPINA VÝROBKŮ:
AUTOMATICKÉ
A KAPSLOVÉ KÁVOVARY
VRCHEM PLNĚNÉ PRAČKY
ČISTIČKY A ZVLHČOVAČE
VZDUCHU

**BSH MÁ V INDII NOVÉHO
PARTNERA. BUDOU SPOLEČNĚ
VYRÁBĚT CHLADNIČKY**

**SLOVINSKÁ GORENJE
PROCHÁZÍ VÝRAZNÝMI
ZMĚNAMI**



**EXKLUZIVNÍ
INTERVIEW**

ING. HANS-PETER RUBERT

**GENERÁLNÍ ŘEDITEL JURA CEE: ZÁKAZNÍKY CHCEME
NADCHNOUT ŠVÝCARSKOU KVALITOU NAŠICH KÁVOVARŮ**

BŘEZEN
2013



red editions



PLUS X AWARD®

DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE: KÁVOVARY

Tematický speciál deníku Mladá Fronta E15 a magazínu SELL se zaměřením na byznys s domácími spotřebiči v Česku.

První vydání s výhradním zaměřením na český trh s domácími kávovary.

SELL



- › Rozhovory
- › Strategie
- › Názory
- › Vývoj na trhu
- › Profily značek
- › Nové produkty

Jedinečná příležitost prezentace se zacílením v kategorii B2C a B2B současně.

Vychází
8. dubna
jako součást
MF E15



PRIMADONNAXS DE LUXE



Better Everyday



Nejužší plnoautomatický kávovar na trhu

PrimaDonna XS DeLuxe ECAM 35.365. M

od De'Longhi je nový, tenký,
prostorově úsporný,
nerezový plnoautomatický kávovar,
který měří pouhých 19,5 cm na šířku.

Technologie té nejvyšší kvality
a inovativní italský design zaručují
perfektní výsledky.

Připravte si jakýkoli horký nápoj
pouhým stisknutím tlačítka - pravé
italské espresso,
našlehané cappuccino, latte
macchiato či caffè latte.



Better Everyday

De'Longhi Praga s.r.o.

Králodvorská 16, 110 00 Praha 1

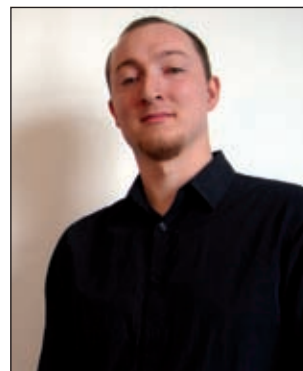
Tel.: +420 222 222 650, Fax: +420 224 242 846

e-mail: info@delonghi.cz

www.delonghi.cz

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

ekonomika nám příliš nešlape a její loňský 1,2% propad se samozřejmě projevil i na trhu s domácími spotřebiči. Tématem číslo jedna tohoto vydání jsou kávovary a ani ty nebyly ušetřeny negativního vývoje, ačkoliv na rozdíl od mnohých dalších produktových skupin nedosáhly tak špatných výsledků. Jak uvádí v tomto vydání i GfK, samotná kategorie plnoautomatů rostla a z posledních zpráv, které se ke mně donesly, rostl také lídr trhu, společnost De'Longhi. Pokud to půjde takhle dál, bude mít zanedlouho tři čtvrtiny pomyslného koláče, což vypovídá o dvou věcech. Za prvé o mimořádných schopnostech českého týmu a perfektně zvolené strategii pro současné ekonomicky ne zcela příznivé období (je vidět, že podpora marketingu navzdory krizi přináší své ovoce). Za druhé o neschopnosti drtivé většiny konkurence nepřeplněný trh s plnoautomaty řádně uchopit a začít s ním pracovat. Z mého pohledu se snaží získat pozici solidní dvojky pouze švýcarská JURA, což dokazuje jak výrazným zvýšením marketingových aktivit v Česku, tak svými vyjádřeními, která si můžete přečíst v našem exkluzivním rozhovoru se šéfem středoevropské centrály na straně 12. Sám jsem zvědav, jak se bude zdejší souboj o zákazníky dále vyvíjet a zda někdo dokáže z podílu De'Longhi alespoň kus uloupnout. Rozhodně nebude stačit vystavení kávovarů v řetězcích a čekání, že o ně svedou spotřebitelé bitvu. Prodej plnoautomatu si žádá úplně jiné postupy než například prodej chladničky, zákazník očekává osobní přístup, prezentaci se vším všudy včetně ochutnávky. Ruku v ruce s tím musí jít ale velkolepá prezentace. Zákazník nechce kupovat zajíce v pytli – pokud nejsou kávovary vidět v různých komunikačních kanálech, jeho důvěra ve značku není dostatečně velká. A když jdu utratit 30 tisíc za přístroj na kávu, chci si být secsakra jistý, že bude spolehlivý a funkční po dobu několika let.



Lubor Jarkovský
šéfredaktor



Obsah

Březen 2013

03 Editorial

06 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

10 Zprávy ze světa

**12 Ing. Hans-Peter Rubert,
generální ředitel JURA CEE:**

Zákazníky chceme nadchnout švýcarskou kvalitou našich kávovarů

14 JURA IMPRESSA Z9 One Touch TFT

Elegance a sofistikovanost

15 JURA IMPRESSA F7

Rychlý a všestranný

16 Skupina výrobků

Automatické a kapslové kávovary

21 NESCAFÉ Dolce Gusto:

Vychutnejte si kávu z pohodlí Vašeho domova

**22 De'Longhi – lídr na trhu
s plnoautomatickými kávovary**

**24 Trh s technickým zbožím
zažil v posledním čtvrtletí 2012
výrazný propad**

26 Zrcadlo aneb chvilka k zamyšlení

Causa Philips Saeco

28 Ekonomické novinky

30 Bílé a barevné konečně spolu!

Nová technologie Direct Injection v pračkách
Hotpoint Aqualtis



32 Skupina výrobků

Vrchem plněné pračky

**35 Perfektní péče o prádlo
s pračkami Whirlpool z Popradu****37 Pračky na českém
trhu podle GfK****38 Domácí ekonomika doznává
pokrok? Kdepak!****40 International
Lookaround**

Gábor Papp, marketingový ředitel
Miele pro Maďarsko:
Vždy lepší

**42 Jak si na Facebooku vytvořit
vlastní publikum pro cílení reklamy****43 Denně čerstvý chléb
z domácích pekáren DOMO****44 Design**

Hravost je člověku vrozená

46 Skupina výrobků extra
Čističky a zvlhčovače vzduchu**49 Dýchejte volně**
Čističky a zvlhčovače vzduchu BIONAIRE**50 Skupina výrobků plus**
Automaty na espresso**53 Skupina výrobků plus**
Kapslové kávovary

BEKO sází na chytré spotřebiče

Nabídka značky BEKO je neustále rozšiřována a obměňována novými spotřebiči, které nabízejí ještě větší úsporu a ještě pokročilejší technologie. Firma uvedla v poslední době hned několik zajímavých modelů z různých produktových kategorií – novou pračku, chladničku, myčku i vestavnou troubu.

Pračka WMB 71444 PTLA s kapacitou na až 7 kg prádla zaujme energetickou třídou A+++ – 10 % (A – 40 %), vysoce efektivním odstřediváním s až 1400 ot./min. a bohatou nabídkou programů. Celkem disponuje



pračka 16 programy včetně notoricky známého BEKO BabyProtect pro praní prádla dětí a alergiků. Nový model také přináší dvě významné technologické inovace – používá nový buben Aqua Wave pro šetrnější praní a funkci přímého sprchování AquaRound, zajišťující maximální využití vody. Výsledkem je nižší spotřeba jak vody, tak energie. Stejně tak pračky označované jako S-shape poskytují vyšší stabilitu, dále nechybí 34cm XL dvířka a Hi-tech topné těleso.

V oblasti chlazení představilo BEKO novou chladničku CN 136241 X v designu New Fascia. Stříbrná kombinace s mrazákem dole se vyznačuje beznamrazovou technologií No Frost a nejúspornější energetickou třídou A+++ . Za rok spotřebuje CN 136241 X 177 kWh. Elektronická regulace teploty a volba dalších funkcí se provádí na integrovaném dotykovém displeji. Uživatelé také ocení úsporné LED osvětlení vnitřního prostoru, ventilátor, antibakteriální filtr a ionizátor. Chladnička používá takzvaný Active DUAL-COOLING systém, zajišťující ideální úroveň vlhkosti a teploty díky oddělené cirkulaci v chladicí a mrazicí části. V mycí technice byste při objednávání nového zboží neměli minout novou

volně stojící myčku DFN 71046 X30 v extra úsporné třídě A+++ – 10 %. Na jeden standardní mycí cyklus spotřebuje myčka 10 l vody a vejde se do ní až 13 sad nádobí. Dvířkům v horní části dominuje velký LCD displej, na kterém se zobrazují veškeré informace o nastavení a probíhajícímu programu. Celkem má uživatel na výběr z 6 teplot mytí a 10 programů, mezi nimiž nechybí Intensive 70, Hygiene+ či Eco6L. Myčka používá 3 sprchovací úrovně a třetí výsuvný košík na příbory. Novinkou je sušení Effective Drying System a automatické otevření dvířek po skončení mytí. Myčka používá tichý a spolehlivý BLDC motor a samozřejmě má senzor čistoty vody a senzor náplně.

Moderní kuchyně se neobejde ani bez kvalitní vestavné trouby. Zbrusu novým modelem u BEKO je 65l trouba OIM 25604 X s dotykovým ovládáním, 12 programy a zapuštěným grilovacím tělesem. Trouba se dále vyznačuje tele-



skopickým výsuvem, Soft Close dvířky (automatické dověření) a celoskleněným provedením vnitřní části dvířek se 3 skly (s NANO úpravou pro snadné čištění).

Káva JABLUM GOLD z kolekce Jamaica Blue Mountain na českém trhu

Společnost JABLUM Czech, výhradní dovozce jedné z nejlépe hodnocených káv Jamaica Blue Mountain, přichází na trh se zajímavou novinkou. Milovníky kvalitního espressa jistě potěší rozšíření sortimentu této jamajské



perly o novou exkluzivní kávu JABLUM GOLD. Novinka se pyšní certifikací Coffee Board of Jamaica a je výběrem těch nejvyšších zrn z plantáží v oblasti Blue Mountain. Tvoří ji vybraná zrnka Jamaica Blue Mountain GRADE 1 a zrnka Jamaica Blue Mountain Peaberry upražená na střední tón. Jedinečná chuť a aroma si vás ihned získají a odhalí mimořádnost této kávy žádané po celém světě. Káva je dodávána jako mletá nebo zrnková v 227g baleních. Kromě nadšených degustátorů by neměli novou kávu opomenout ani prodejci prémiových kávovarů, pro které se může stát zajímavým doplňkovým sortimentem. Více informací naleznete na www.kava.jablum.cz.



DOMO

Domáci oslava
každý den!



Firma **DOMO-ELEKTRO s.r.o.** byla založena v roce 2009 belgickou mateřskou firmou Linea 2000, výrobcem a distributorem značky **DOMO**.

Cílem této aktivity bylo zlepšení logistiky a rozšíření odbytových možností v ČR a v neposlední řadě i zkvalitnění dodávek a servisu pro české zákazníky.

Silné zázemí mateřské firmy v Belgii dává dostatečnou záruku k uskutečnění všech našich marketinkových plánů, kde prvotním cílem je se stát stabilním a spolehlivým partnerem českých obchodníků i konečných zákazníků.

Značka **DOMO** je v celé Evropě synonymem radosti z vaření a pohodlí v každé domácnosti.

DOMO[®]
ELEKTRO CZ

DOMO-ELEKTRO s.r.o.
Hluboká 147, 345 06 Kdyně
Tel.: 379 789 684
obchod@domo-elektro.cz

www.domo-elektro.cz





Whirlpool spustil výrobu úzkých praček v Popradu

Koncem února slavnostně zahájila světová jednička ve výrobě velkých domácích spotřebičů výrobu úzkých předem plněných praček ve své továrně na Slovensku. Do popradského závodu Tatramat vstoupil Whirlpool už v roce 1992 a od roku 1996 ho celý vlastní. Předloni zde firma oslavila vyrobenou pračku s pořadovým číslem 20 000 000. Úzké pračky jsou vyráběny na již existující výrobní lince a míří odsud do celého světa – nejvíce do západní Evropy (55 %) a také

do střední (37 %). Celý projekt od vývoje prototypu přes úpravu výrobních linek až po zátěžové testy probíhal ve vývojových laboratořích společnosti Whirlpool přímo v popradské továrně. Firma také na základě údajů GfK informovala, že kompaktní pračky představují přibližně 36,3% podíl na celkovém prodeji praček v České republice s meziročním nárůstem o 7 %. Továrna v současnosti zaměstnává více než 1000 lidí, čímž se řadí mezi nejvýznamnější zaměstnavatele v regionu. Právě výrobou nového typu pračky by společnost chtěla vytvořit další pracovní příležitosti.



Fagor má nové tlakové hrnce

Španělský výrobce domácích spotřebičů a kuchyňského vybavení uvedl na český trh zajímavou novinku v podobě tlakových hrnců s neotřelým designem. Nové tlakové hrnce usnadňují vaření a umožňují rychlejší přípravu jídla díky značnému zkrácení doby vaření. Na první pohled zaujmou výraznými barvami, které se opět vracejí do kuchyní a jsou trendy. Tlakové hrnce ARIN s kapacitou 6 l jsou vhodné na všechny druhy ohřevu, včetně indukce.



Nekonvenční vysavač Dyson DC45 Animal Pro

Tradičně existovaly dva typy vysavačů – běžné vysavače napájené ze sítě a akumulátorové ruční vysavače. Standardní vysavače mohou být těžkopádné, lze je těžko přizpůsobit různým úkolům a vyžadují přístupnou elektrickou zásuvku. Akumulátorové vysavače zase často trpí mnohem slabším výkonem. Vysavač Dyson DC45 Animal Pro je jiný. Digitální motor Dyson, tech-

nologie Root Cyclone a akumulátor s dlouhou životností zajišťují vysoký konstantní sací výkon. Přístroj nemá síťový kabel, je velmi lehký a rychle se přizpůsobí různým úkolům. Jeho těžiště je umístěno v blízkosti úchytu, takže je vyvážený a umožňuje vysávání podlah i stropů. Najdete u něho kartáčovou jednotku se dvěma druhy štětin. Jednak tuhé nylonové, které dobře fungují na kobercích, ale na hladkých podlahách nejsou tak efektivní a prach na nich může zůstat, a jednak štětiny z antistatických karbonových vláken. Druhé jmenované velmi dobře odstraňují jemný prach právě z pevných a hladkých podlah.

Součástí příslušenství je také elektrický rotační minikartáč, který slouží k odstranění vláken, chlupů, prachu a nečistot z čalounění, sedaček a ve stísněných prostorách, například v automobilu. Hlavní výhodou modelu DC45 je vysoký výkon a schopnost dosáhnout skvělých výsledků i s vysavačem poháněným bateriovými články.





Vaše domácí kavárna

Kávovary **NESCAFÉ DOLCE GUSTO** s jedinečným **automatickým** systémem ovládání play&select připraví šálek kávy přesně podle Vašeho gusta. Stačí jen pomocí kolečka „mouse wheel“ navolit počet čárek, který je doporučený na kapsli, zvolit teplou či studenou vodu, a pak už si jen užívat svou chvilku. Příprava kávy s automatickými modely **NESCAFÉ DOLCE GUSTO** je rychlá, čistá a naprosto jednoduchá.

www.dolcegusto-premium.cz



PROTOŽE KÁVA NENÍ JENOM ČERNÁ



iRobot jmenoval nového šéfa své divize domácích robotů

Výrobce domácích i profesionálních robotických technik přijal do svých řad novou posilu, zkušeného vedoucího pracovníka, který do iRobotu zamířil z americké centrály Whirlpoolu. Christian Cerda se stal jak senior vice presidentem, tak generálním ředitelem divize domácích



robotů iRobot. Cerda nastoupil na začátku března a přichází z Whirlpoolu, kde pracoval na pozici generálního ředitele jednoho z hlavních prodejních kanálů společnosti. Zodpovědný byl i za marketing, komunikaci a vý-

voj produktů. Ještě předtím pracoval v Boston Consulting Group a v Procter & Gamble.

V iRobotu by měl Cerda pomoci s dalším rozvojem domácích robotů a především v pokračující expanzi na další trhy. Kromě toho se bude podílet také na vývoji nových produktů. Cerdův nadřízený Jeff Beck zdůraznil, že se chce firma nyní soustředit hlavně na latinsko-americkou zónu a na Čínu. Cerda podle něho bude důležitou posilou, která zužitkuje své bohaté zkušenosti z maloobchodních kanálů. Beck také očekává po loňském 28% růstu příjmů ve srovnání s rokem 2011 letošní růst na úrovni okolo 20 %. Celkem už prodal iRobot na celém světě 9 milionů robotů.



Chladnička s dávkovačem horké vody? Na americkém trhu ano

U side by side či amerických chladniček jsme zvyklí vidat integrovaný dávkovač studené filtrované vody a ledových kostek/tříště, ale aby chladnička dokázala nahradit varnou konvici, to už je přece jenom netypické. Americký výrobce domácích spotřebičů GE takový model ovšem má, dokonce několik. Jedná se o takzvané „French door“ varianty – tedy s dvoukřídlovými dveřmi zakrývajících chladicí část. Chladničky nesoucí označení GE Café vám během pár minut dokážou přichystat horkou vodu pro přípravu čaje či instantní kaše. Současně nabízí vyspělý filtrační systém eliminující škodlivá farmaceutika z vody a ledu. Plnění šálku či skleničky probíhá automaticky díky funkci Hands-free Autofill. GE Café jsou plně vybavenými chladničkami spadajícími do vyšší cenové třídy. Prodávají se od 1 699 do 2 999 dolarů.



Nejistá budoucnost australské továrny Electroluxu

Ještě před nedávnem to vypadalo, že se dočká továrna na výrobu vysoce efektivních chladniček v australském Orange modernizace. Electrolux plány v únoru zastavil a navíc oznámil, že o další budoucnosti továrny ještě rozhodne po důkladném šetření. Místní média informovala na základě rozhovorů se zaměstnanci výroby, že musí provoz prokázat svou konkurenceschopnost a snést srovnání s dalšími provozy Electroluxu v Thajsku, na Novém Zélandu a snad

i Číně. Generální ředitel australského Electroluxu řekl, že bude provedena šestiměsíční investiční studie. Pokud nebude továrna schopna konkurovat dalším výrobám v oblasti nákladů, bude uzavřena koncem roku 2015. Přitom ještě na začátku února se objevila zpráva o chystané investici 14 milionů australských dolarů do modernizace výroby v Orange s cílem dodávat na trh ještě efektivnější chladicí techniku. Electrolux plánuje ve výsledku ještě větší investici, a to zhruba 50 milionů dolarů. Chce ovšem, aby o ni bojovalo hned několik závodů v různých zemích a ukázaly svůj potenciál.

GE žaluje v Americe Whirlpool za určování cen

Společnost GE se pustila do sporu s jedním ze svých největších konkurentů a obvinila ho z nezákonných dohod s dodavateli kompresorů. GE prý byla kvůli tomu nucena nakupovat kompresory za vyšší ceny, než za jaké by bylo zboží prodáváno normálně. Firma už podala žalobu k soudu v Kentucky a viní v něm celkem 8 subjektů. Žaloba se týká období od roku 1996 dále. Zda je GE v právu, či nikoliv, rozhodne až soud.



BSH inovuje výrobu myček v New Bernu

V přímořském městě New Bern, ležícím v ústí dvou řek ve státě Severní Karolína, se nachází jeden z výrobních závodů německého koncernu BSH. Jedna z jeho dvou linek na výrobu myček byla dočasně zastavena a všech sto zaměstnanců, kteří na ní pracovali, dočasně posláno domů. Do práce budou moci nastoupit, až bude dokončena inovace linky a znovu spuštěna výroba v průběhu dubna. Americká BSH Home Appliances ohlásila upgrade linky už v prosinci 2011 a slíbila, že v průběhu čtyř let díky ní vznikne 119 nových pracovních míst. Všem dočasně postiženým zaměstnancům se dostalo od firmy podpory a pomoci. Vedení zdůraznilo, že nebude nikoho propouštět a všichni se budou moci do práce vrátit. Školení pro práci v inovovaném provozu začne také během dubna.



Gorenje prochází zásadními změnami

Končí s výrobou kuchyňského nábytku a optimalizuje výrobu spotřebičů

Slovinšká společnost Gorenje oznámila na začátku března zásadní změnu ve své strategii. Své dceřiné společnosti Gorenje Kuhinje a Gorenje Notranja oprema prodá privátní investiční firmě CoBe Capital, takže výroby ve Velenje, Mariboru a Nazarje budou pokračovat pod novým vedením. Gorenje bude nadále kuchyňský nábytek prodávat, ovšem už ho bude od nového vlastníka svých bývalých výrobních závodů nakupovat. Firma si od celého obchodu slibuje hlavně zvýšení své ziskovosti. Nábytkový segment Gorenje vykázal v posledních čtyřech letech ztrátovost, která byla způsobena hlavně ekonomickou krizí. Důsledkem nepříznivé situace především ve vyspělých zemích je zpomalení stavebnictví, což ve výsledku výrazně ovlivňuje jak výrobce, tak prodejce kuchyní a vestavných spotřebičů.

V CoBe Capital našlo Gorenje strategického partnera, který pomůže zachovat provoz všech výrobních závodů. Nový majitel je společností specializující se na získávání nedostatečně výkonných podniků v Americe a Evropě. Loni získala CoBe Capital například německého výrobce kuchyňského nábytku Warendorf a letos ještě rakouského výrobce ku-

chyňského nábytku z masivu, firmu Kornmueller.

Další významnou novinkou u Gorenje je otevření druhé výroby chladniček v srbském městě Valjevo. První zde zahájila provoz v roce 2006 a během letoška by společně měly dosáhnout výrobní kapacity 800 000 jednotek chladicích a mrazicích techniky. Gorenje začalo se změnami ve výrobě už v roce 2012. Hlavním cílem je zvýšení ziskovosti a konkurenceschopnosti firmy. I z toho důvodu došlo k významné investici 21 milionů eur ve Valjevu a dále k uzavření výroby ve Finsku a Švédsku, o nichž už jsme vás informovali loni. Gorenje získalo tyto provozy v roce 2010, když koupilo od bankrotující italské společnosti Antonio Merloni značku Asko včetně výrobních závodů. Z finského Lahti byla přesunuta výroba techniky pro vaření a pečení do Česka a aktuálně probíhá přesun výroby praček a myček ze švédské Vary do výše zmiňovaného Velenje. Odhaduje se, že proces bude dokončen během letošního léta a v září 2013 bude ve Velenje spuštěna výroba prací a mycí techniky. Výzkum a vývoj spolu s managementem značky Asko ovšem ve Švédsku nadále zůstanou. Až bude celý restructuralizační plán dokončen, bude Gorenje vyrábět spotřebiče pouze ve Slovinsku, Srbsku a v Česku.

Ing. Hans-Peter Rubert: Zákazníky chceme nadchnout švýcarskou kvalitou našich kávovarů

ŠVÝCARSKÁ ZNAČKA JURA SE ZAMĚŘUJE PŘEDEVŠÍM NA PRÉMIOVÝ SEGMENT AUTOMATICKÝCH KÁVOVARŮ. NA ČESKÉM TRHU PŮSOBÍ UŽ DLOUHÉ ROKY, ALE TEPRVE NEDÁVNO ZAČALA BÝT STŘEDOEVROPSKÁ CENTRÁLA AKTIVNĚJŠÍ, DOKONCE ZALOŽILA V PRAZE VLASTNÍ POBOČKU. JEJÍM CÍLEM JE STÁT SE VÝZNAMNĚJŠÍM HRÁČEM NA ČESKÉM TRHU. O SITUACI S NÁMI HOVOŘIL ING. HANS-PETER RUBERT, GENERÁLNÍ ŘEDITEL SPOLEČNOSTI JURA CEE, SÍDLÍCÍ VE VÍDNI.

JURA je švýcarská značka prémiových kávovarů a na českém trhu se s ní setkáváme už mnoho let. Kdy se poprvé objevily vaše přístroje v českých obchodech?

Poprvé to bylo v roce 1995, když jsme uzavřeli spolupráci s naším českým partnerem. Tato specializovaná distribuční společnost sídlila v Brně a měla zde i vlastní obchod. Nespolečovali jsme ale pouze s jednou firmou. Druhý partner pocházel z území Čech, přičemž každý z nich byl zaměřený trochu odlišně. Díky tomu tato spolupráce fungovala velmi dobře celé roky.

Působení značky na trhu se ale během let měnilo. Nyní máte vlastní pobočku v Praze. Můžete popsat, jaká k ní vedla cesta?

Jak už jsem řekl před chvílí, začali jsme s distributorem, který se zaměřoval na specializované prodejny a také na malé a střední pražírny kávy. Poté jsme pronikli do prvních řetězců a produkty JURA nyní naleznete v Expert Elektro, Euronicsu a Datartu, na Slovensku pak například v síti Nay. Nicméně tento byznys model byl tak trochu roztržštěný a k dalšímu posunu vpřed, tedy i růstu, jsme založili Jura Czech, s. r. o., jakožto takové zastřešení pro naše dva distributory. Chceme určit správný směr dalšího rozvoje na trhu a držet se jedné strategie. Nemusíme být vidět všude a je pro nás důležité se soustředit na místa s největ-

ším potenciálem a také zvýšit povědomí o značce.

JURA CEE byla založena švýcarskou centrálou firmy pro expanzi ve střední Evropě. Které trhy máte na starost?

JURA CEE je zodpovědná za mnoho zemí, které můžeme rozdělit do dvou skupin. První tvoří ty silné s rozvinutým trhem s kávovary. Patří sem Česká republika, Slovensko a Maďarsko. Potom zde máme země jihovýchodní Evropy, kde jsme na tamní trhy vstoupili a pracujeme na jejich rozvoji. Aktuálně působíme ve Slovinsku, Chorvatsku, Srbsku, Bosně a Hercegovině, Albánii, Bulharsku a Rumunsku.

Který trh v regionu střední Evropy je pro vás nejdůležitější?

Naše firemní politika mi nedovoluje srovnávat jednotlivé trhy, ale poslední čísla o vývoji můžete najít v naší nedávné tiskové zprávě. Výrazný 44% růst jsme zaznamenali v Británii, v Číně 38%, v Kanadě 32%, v Rusku 22% a v Itálii 18%. Z hlediska JURA CEE se hlavně zaměřujeme a vždy jsme se zaměřovali na český trh, který má největší potenciál. Prodává se na něm za rok nějakých 40 000 kávovarů. Investujeme a budeme nadále investovat hodně času a úsilí právě do Česka.

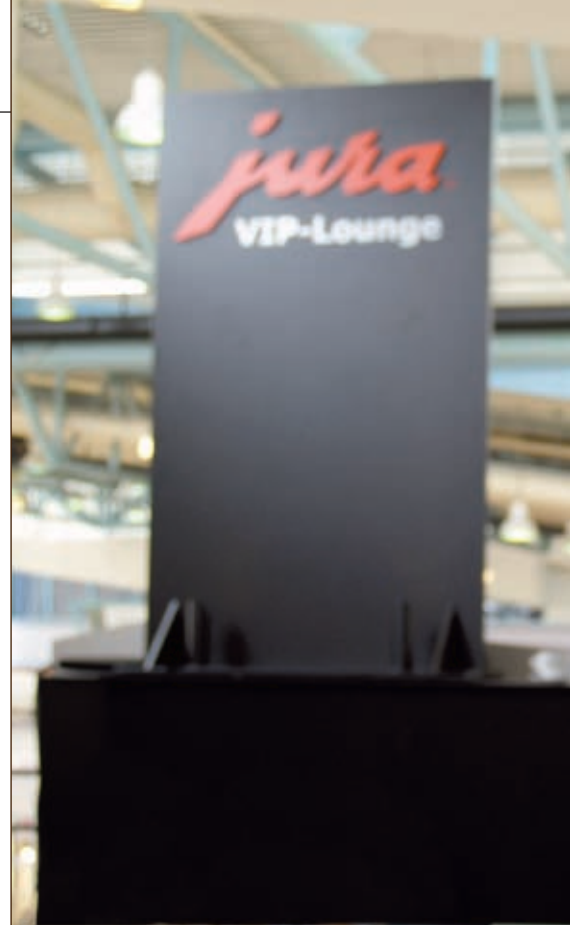
Předchozí otázku jsem vám položil především z toho důvodu, že je zjevné, že založením české pobočky chcete být na zdejšímu trhu mnohem více vidět, získat více prostoru v obchodech a samozřej-

mě získat i větší tržní podíl. Jakou máte pro Česko nyní strategii?

Určitě chceme být trhu blíží, čehož chceme dosáhnout naším jedinečným nástrojem v podobě selektivního distribučního systému. S prodejci podepisujeme smlouvy, které jasně definují práva a povinnosti stejně jako směrnice a odpovědnosti. Tím zajišťujeme ochranu před šedým dovozem a dostáváme partnery do pozice, že jsou schopni prodat prémiové výrobky. Strategii nyní aplikujeme ve všech našich distribučních kanálech, tedy ve velkoobchodě, maloobchodě i na internetu.

Trh s kávovary v Česku není rozhodně přeplněný. Vlastně je zde jen jeden velmi silný hráč s obrovským tržním podílem. Nemělo by být tedy složité mu nějaká procenta ukrojit. Vnímáte toto jako svou příležitost?

Rostoucí trh vždy potřebuje alespoň dva silné hráče, aby zůstal zdravý a nabídl zákazníkovi možnost výběru. Můžeme na rozvoji trhu a jeho vzdělání pracovat s konkurencí společně, ukázat například řešení pro stále rostoucí trh porcované kávy. Není žádným tajemstvím, že káva pro tyto systémy není levná. Ke všemu při jejím používání vzniká spousta odpadu kvůli samostatným kapslím. Spotřebitel nakonec rozhodne, které řešení se mu líbí více, a proto se soustředíme na osobní představení kávovarů. Chceme ukázat jejich výhody a vše podrobně vysvětlit. Nemáme nijak velký ATL rozpočet, takže na většinu aktivit se soustředíme v oblasti BTL.





A jaké marketingové aktivity můžeme od JURA CEE letos očekávat? Zaslýchli jsme nějaké zvěsti o vašem partnerství s jednou ze stájí formule 1.

Ve druhém čtvrtletí zahájíme prezentace našich produktů v českých nákupních centrech, především v Praze. Bude pokračovat také naše partnerství s Tchibo. Prodáváme v síti jejich prodejen v Česku a na Slovensku jeden z našich základních modelů a budeme se účastnit také jejich soutěže. Jednou z největších událostí letošního roku bude ale otevření našeho vlastního showroomu a obchodu v centru Prahy. Plánováno je na říjen a sám se na něj opravdu těším. Přerušovat nebudeme ani naši dealerskou akci „JURA on tour“, dojde nicméně k drobným změnám. A v neposlední řadě pak chystáme ještě další prezentace produktů v obchodech během podzimu.

Co se týče našeho partnerství s týmem Sauber F1, jsme jejich propagačními partnery, takže dodáváme jejich řidičům a technikům naše kávovary. Jednání ještě nejsou zcela uzavřena, takže všechny aktivity nebyly oběma stranami odsouhlaseny. Každopádně se 28. července pojedou podívat na závod v Budapešti.

Jak chcete prezentovat značku JURA na českém trhu? Na čem by měl postavit prodejce vašich kávovarů svou prezentaci?

Rozděluji naši strategii na tři části: před prodejem, během prodeje a po prodeji. V prvním případě musíme posílit naši pozici

v koncovém prodeji a podpořit zmiňovanou selektivní distribuci, abychom vzbudili u spotřebitelů zájem. A je jedno, zda jde o tištěné brožurky, náš web nebo přímo o místo prodeje. Zákazník musí zkrátka vždy získat odpovídající informace o mimořádné kvalitě našich výrobků. Během prodeje jsou pak potřeba schopnosti a znalosti spolu s myšlením doslova „švýcarské kvality“. Prezentace kávovarů musí být transformována do zážitku pohlcujícího všechny smysly. A konečně po prodeji, zde nabízíme vysokou kvalitu služeb včetně globální sítě servisních středisek, horkých linek a informací na našem webu.

V čem se odlišují vaše kávovary od konkurence po technické a designové stránce?

Naším hlavním cílem je příprava dokonalé kávy a řekl bych, že v tom jsme vážně dobří. Naše kávovary mají největší spařovací jednotku pro 5 až 16 gramů kávy, kterou promění v dva opravdové šálky espressa najednou. Jedinou výjimku tvoří řada ENA Micro s 10gramovým jednošálkovým systémem. Spařovací jednotky nelze z našich kávovarů vyjmout, protože používají integrovaný čistící systém. Jak dokazuje výsledek studie německého TÜV Rheinland, jde o zcela hygienické řešení. Také musím zmínit model ENA Micro 9 One Touch, patřící mezi naše bestsellery. Stal se totiž vítězem nedávného testu v časopise Stiftung Warentest, což je obdoba českého dTestu. Důležitý je pro nás samozřejmě také design, za který získala JURA už celou řadu ocenění včetně red dot, IF Product Design Award, Chicago Good Design a dalších.

Během loňského podzimu jste představili nové automatické kávovary bez přípravy mléčné pěny. Můžete nám o nich říci více? Jedná se o levnější a dostupnější přístroje. Máme jejich příchod vnímat jako reakci na ekonomickou nejistotu, která se už několik let plíží Evropou?

Nikoliv, v nabídce jsme měli už předtím kávovary v této cenové kategorii, například model IMPRESSA C5, který je dostupný v českých a slovenských obchodech Tchibo. Nicméně jsme chtěli přijít na trh s opravdovým konkurentem pro kapslové systémy. Chceme uživatelům kapslových kávovarů ukázat, že cena kávy, respektive kapsle, je vyšší ve srovnání s cenou šálku z běžných kávových zrn. Při třech kávách denně se vám investice do našeho kávovaru navrátí během dvou až tří let, přičemž životnost kávovarů se pohybuje

mezi pěti až šesti lety. Jeho koupí získáte všechny výhody plnoautomatického přístroje včetně možnosti volby jakékoliv kávy, doslova vidíte, co pijete, a hygienické čistoty.

Kdo je váš typický zákazník?

To se liší podle modelových řad, ale v podstatě se soustředíme na majitele bytů a domů s příjmem domácnosti od 40 000 Kč výše. Našími zákazníky jsou milovníci kávy a také milovníci designu.

Poměrně nedávno jste na středoevropské trhy uvedli nový přístroj JURA IMPRESSA Z9. Jedná se o kávovar nejvyšší cenové kategorie s cenou okolo 60 000 Kč. Proč by měl někdo zaplatit tolik peněz za zařízení, které „pouze“ dělá kávu?

Ano, máte pravdu, „pouze“ dělá kávu. Podstatný pro nás je nejlepší možný výsledek v šálku. Ale proč si lidé kupují vozy Mercedes, Porsche nebo Audi? Protože mohou a protože chtějí ukázat, že „mohou“. To není samozřejmě jediným důvodem. Nejnovější technologie včetně našeho mlýnku Aroma+, TFT displeje, energeticky úsporného módu a technologie „Fein-Schaum“ pro dokonale napěněné mléko, to vše dohromady spolu s vysoce kvalitními materiály, označením „SWISS MADE“ a mimořádným designem v severském stylu přesvědčují zákazníky, aby si pořídili kávovar JURA. Rád bych ještě zdůraznil jednu specialitu, s níž přichází právě IMPRESSA Z9. Jedná se o možnost vlastního pojmenování jednotlivých nápojů v menu kávovaru.

Plánujete pro letošní rok ještě nějaké další novinky?

Abych byl upřímný, jsme spokojeni s naší současnou nabídkou od základního modelu ENA Micro 1 až po náš superpremiový GIGA 5. Naši švýcarská vývojářská ovšem stále na něčem pracují, takže můžete očekávat letos ještě několik nových produktů. Začneme s modelem IMPRESSA C55, který bude exkluzivně nabízen v síti prodejen Tchibo. Další novinkou bude IMPRESSA J9.4 v provedení Premium a Pure aluminum. Druhá zmiňovaná varianta bude mít šasi vyrobeno takzvaným die castingem, tedy odléváním z kovu, takže každý jednotlivý kus bude mít unikátní povrch. Majitelé také jistě ocení, že je povrch jemný na dotek. Poslední letošní novinkou pro spotřebitele bude nový člen rodiny ENA Micro. V profesionální sféře představíme nový GIGA X8 Speed, který vstoupil nedávno na německý trh.



IMPRESSA Z9 One Touch TFT

ELEGANCE A SOFISTIKOVANOST

NA PRVNÍ POHLED JE ZŘEJMÉ, ŽE IMPRESSA Z9 ONE TOUCH TFT STANOVUJE NOVÉ STANDARDY. PŘINÁŠÍ VÝJIMEČNOU KVALITU KÁVY, JEDNODUCHÉ OVLÁDÁNÍ A ELEGANTNÍ DESIGN. VYROBENO SE ŠVÝCARSKOU PRECIZNOSTÍ S POUŽITÍM VYSOCE KVALITNÍCH MATERIÁLŮ. OHROMUJÍCÍ PŘÍSTROJ VYZAŘUJÍCÍ SÍLU A CHARISMA. JEDNODUŠE SI VYBERTE NÁPOJ POMOCÍ BAREVNÉHO TFT DISPLEJE A DOKONALE TICHÝ PŘÍSTROJ VÁM PŘIPRAVÍ ŘADU KÁVOMLÉČNÝCH NÁPOJŮ OD ESPRESA PO CAP-PUCCINO ČI LATTE MACCHIATO.

Čistě a jednoduše

Špičková technologie použitá k vytvoření originálního a autentického výsledku. Mlýnek Aroma+ mele zrnka kávy dvakrát rychleji než klasické mlýnky při zachování plného aroma kávy. Dva termobloky, jeden pro kávu a druhý pro přípravu horké vody a páry, zaručují optimální přípravu kávy. Jakékoliv teplotní výkyvy vyskytující se během nepoužívání jsou kompenzovány funkcí inteligentního předehřevu. Tyto inovativní prvky dohromady vytvářejí jednoduše lahodnou kávu, zatímco výborná chuť kávy je zaručena výškově a šířkově stavitelnou výpustí kávy.

Královský obřad

Díky použití technologie FeinSchaum vytvoří IMPRESSA Z9 lahodnou, jemnou, sametovou mléčnou pěnu. Výškově stavitelná cappuccino tryska je uzpůsobena i pro vysoké sklenice na přípravu latte macchiato. IMPRESSA Z9 umožňuje připojení JURA Cool Control wireless, která neustále komunikuje s přístrojem. Je-li nedostatek mléka, přístroj Vás upozorní nápisem „Doplň mléko“ na displeji.

Elegantní design

Vítěz několika ocenění, kombinace čistých linií s jemnou přední linkou. Vysoce kvalitní materiály, jako přední 3mm hliníkový panel, a perfektní preciznost při zpracování určují luxus, eleganci a sofistikovanost.

Působivá použitelnost

Pomocí rotačního ovladače a barevného TFT displeje je ovládání velmi intuitivní. Šest produktů může být individuálně uspořádáno a označeno na displeji. Dalších 11 produktů máte možnost navolit pomocí rotačního ovladače. Nikdy nebylo snadnější najít produkt, který chcete.

IMPRESSA Z9 One Touch TFT je dostupná ve 3 variantách: Chrome (I3693), Piano Black (I3720) a Aluminium (I3647).

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



ČISTÝM DESIGNEM, VÝRAZNÝMI KŘIVKAMI A JEDINEČNÝMI TVARÝ VYJADŘUJE IMPRESSA F7 SVOU VÝJIMEČNOU OSOBNOST, PŘESTO SKVĚLE ZAPADÁ DO NABÍDKY AUTOMATICKÝCH KÁVOVARŮ JURA. IMPRESSA F7 JE POSTAVENA NA JASNÉM KONCEPTU OVLÁDÁNÍ, KTERÝ KAŽDÉMU MILOVNÍKOVI KÁVY UMOŽŇUJE JEDNODUŠE PŘIPRAVIT ŠÁLEK POŽADOVANÉ KÁVOVÉ SPECIALITY.



IMPRESSA F7

RYCHLÝ A VŠESTRANNÝ

Široká škála nápojů

Kávovar využívá nejmodernější technologie pro přípravu toho nejlepšího možného šálku kávy, což dělá z přístroje IMPRESSA F7 nejlepší kávovar řady F vůbec. Na své si s tímto modelem přijde každý milovník ristretta a espresa, který si občas chce dopřát to nejlepší cappuccino. Patentovaná spařovací jednotka dokáže z kávy extrahovat to nejlepší aroma a navíc umí připravit kávu o síle mezi 5 a 16 gramy. Na chuť si tak přijde opravdu každý.

Dvakrát tak rychlý Aroma+ mlýnek

Zdokonalením úhlu řezu v kuželu mlýnku se podařilo vývojářům JURA podstatně zlepšit efektivitu mletí. Výsledkem je ještě lepší aroma a chuť výsledného šálku. Vaší oblíbené kávy za poloviční dobu mletí. Nyní si tak milovníci kávy mohou dopřát čistý a jemný kávový požitek za kratší dobu a s nižším hlukem. Násypku mleté kávy můžete využít pro jiný druh kávy, například bez kofeinu.

Energeticky úsporný a připraven k použití v okamžiku

Co nároční uživatelé oceňují na tomto kávovaru nejvíce, je kombinace technické dokonalosti a rychlosti. Když přijde na přípravu kávy, dostane se IMPRESSA F7 z 0 na 100 v okamžiku. To i díky novému modernímu termobloku, který kromě rychlosti nabízí i energetickou šetrnost. Tím se IMPRESSA F7 stává nejen nejrychlejším, ale i nejúspornějším kávovarem řady F vůbec.

Výškově stavitelná výpust kávy a mléka

Nabízí funkci horké vody na čaj a páry pro automatické nahřátí mléka třeba na horkou čokoládu s mléčnou pěnou navrchu. Tyto funkce jsou stejně tak součástí kvalitního automatického kávovaru, jako i inovativní systém přípravy cappuccina. Výpust kávy i výpust mléka jsou průběžně výškově stavitelné.

IMPRESSA F7 je dostupná v barvě Piano Black (13639). Atraktivní nabídka IMPRESSA F7 plus Cool Control Wireless 0,6 bude dostupná v polovině dubna.

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

jura®



Pro kapku dobré kávy

PŘESTOŽE ČÍSLA GFK UKAZUJÍ, JAK DŘÍVE JASNĚ ROSTOUCÍ TRH S KÁVOVARY LONI UPADL CELKOVĚ DO ČERVENÝCH ČÍSEL, PLNOAUTOMATICKÉ MODELKY NADÁLE VYKAZUJÍ RŮSTOVOU DYNAMIKU. TRH V ČESKU JE NAVÍC VELMI SPECIFICKÝ, PROTOŽE ZDE V TÉTO KATEGORII VLÁDNE S OBROVSKÝM NÁSKOKEM SPOLEČNOST DE'LONGHI, V ČISTĚ KÁVOVÝCH KAPSOVÝCH SYSTÉMECH ZASE HRAJE PRIM NESPRESSO. KONKURENTI MAJÍ NA LÍDRY VELKOU ZTRÁTU A NĚKTEŘÍ Z NICH NADÁLE SPÍŠ TÁPOU.

Českého turka už ve většině domácností nahradila instantní káva, v lepším případě pak espresso, které lze připravovat pomocí různých druhů kávovarů. Vždy se jedná o přístroj, který musí pod stálým tlakem minimálně 8 barů protlačit vodu přes pomletou kávu. Buď může jít o klasický pákový kávovar, až na čestné výjimky bez vlastního mlýnku, nebo plnoautomatický model s vlastním mlýn-

kem, případně o kávovar na kapsle, kam patří kupříkladu přístroje Nespresso či Cremesso. V kapslích se nachází pouze čistá káva. Odlišnou kategorií je potom nižší třída kapslových systémů, kterou bychom spíše nazvali zařízeními pro přípravu horkých nápojů. Jedná se o systémy jako Dolce Gusto nebo Tassimo, které připravují z kapslí například i mléčné kávové speciality, případně horkou čokoládu nebo čaj. Díky nízké pořizovací ceně jednotlivých zařízení si získaly mezi spotřebiteli velkou popularitu.

Trh s plnoautomaty

Italské De'Longhi je několik let jasným číslem jedna na českém trhu v kategorii plnoautomatických kávovarů. Vidět je to jak v našem magazínu, kde firma propaguje od roku 2008 své výrobky v čele s kávovary, ale i v mnoha jiných komunikačních kanálech včetně televize. Výrazněji se chce nyní angažovat na českém trhu také švýcarský výrobce JURA, zaměřující se hlavně na prémiový a superprémiový segment. Další konkurenti neprojevují příliš aktivit, ačkoliv značek plnoautomatů u nás není málo. Například německá Melitta vstoupila s automatickými kávovary do Česka v roce 2009, jenže od chvíle, kdy loni převzal distribuci kávového sortimentu K+B Progres, není o produktech prakticky slyšet. A značka Philips Saeco se věnuje šéfredaktor SELLu Lubor Jarkovský v samostatném článku v naší štiplavé názorové rubrice na straně 26.

Porcovaná káva

U kapslových systémů je nejvíce vidět švýcarské Nespresso, které ovládlo trh už jenom díky tomu, že přišlo do Česka ve velkém jako první. Jeho jediným výrazným protihráčem se stalo Cremesso, poté co předloni distribuci převzala společnost Potten & Pannen – Stanek group, spol. s r. o. Začala s marketingovou kampaní a díky vlastní síti prodejen oslovila především v Praze nemalý počet zákazníků. Loni dokonce došlo k proměně prodejny Potten & Pannen v pražském obchodním centru OC Nový Smíchov a část jí je věnována pouze značce Cremesso. Přestože zůstává ve světě porcovaná káva Nespresso tím, čím je v mobilní komunikaci Apple, má Cremesso šanci získat slušný tržní podíl – hlavně díky tomu, že nefunguje na klubovém systému a kapsle jsou ve volném prodeji. Tím se stává prodej systému Cremesso zajímavým také pro obchodníky, kteří mohou prodávat nejen kávovary, ale především kapsle do nich určené, na nichž celý byznys s touto porcovanou kávou stojí. Systém je také imunnější vůči případnému parazitování ze strany výrobců alternativních kapslí.

Výhled do budoucnosti

Výše popsané rozložení sil v oblasti plnoautomatů i kapslových kávovarů vysílá do světa jednu zásadní informaci – pro další firmy je zde dostatek prostoru pro zahájení podnikání nebo start nové strategie s cílem získat výrazně větší podíl na trhu. Překvapivě se dlouho nic nedělo a lídři měli celé roky klidné spaní. V plnoautomatech očekáváme během příštích dvou až tří let výraznější nástup značky JURA, jejíž čelný představitel pro střední Evropu Hans-Peter Rubert dal v rozhovoru na straně 12 jasně najevo, že má s Českem velké plány.

De'Longhi PrimaDonna XS DeLuxe ETAM 36.365.M

Žhavá novinka na trhu s kávovary se po svém uvedení stala nejužším plnoautomatickým kávovarem, jaký lze koupit. Na šířku má pouhých 19,5 cm, takže šetří místo, ale současně nabízí všechny funkce kvalitního plnoautomatu. Přístroj má tělo z nerez, čtyřřádkový displej s českým menu a dotyková tlačítka. Chybět nemůže patentovaná funkce „Cappuccino jedním stiskem“ pro snadnou a rychlou přípravu cappuccina a dalších mléčných káv. Zabudovaný mlýnek má 13 nastavení hrubosti mletí a uživatel může zvolit také sílu aroma a teplotu vody. Nádržka na vodu má objem 1,3 l. Kávovar spadá do energetické třídy A+ a disponuje energeticky úsporným režimem.



De'Longhi PrimaDonna Exclusive ESAM 6900.M

Už v roce 2011 jsme mohli na veletrhu IFA poprvé vidět v akci vlajkovou loď kávovarů De'Longhi. Do Česka byla uvedena v dubnu 2012 a nadále zůstává nejvybavenějším modelem v portfoliu italské značky. Přístroj má tělo z nerez, ale na první pohled zaujme hlavně svým rozměrným barevným LCD displejem. Samozřejmostí je funkce „Cappuccino jedním stiskem“. Jako jediný plnoautomat na trhu ovšem připraví také horkou čokoládu v dodávané speciální nádobce. Nastavit lze osobní nastavení kávy až pro 6 osob. Zásobník na vodu o objemu 1,4 l obsahuje vodní filtr. De'Longhi nezapomíná ani na snadné čištění a odvápňování kávovaru či indikátor nedostatku vody či kávy.



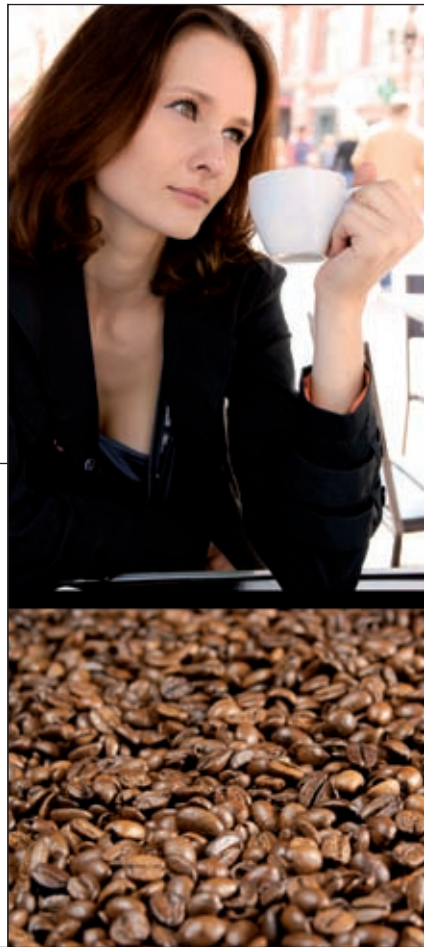
DOMO DO 429

Loni se na trhu s automatickými kávovary objevil vůbec první model belgické značky DOMO. Přístroj má skleněný dotykový panel s displejem a dokáže připravovat jak espresso, tak cappuccino či latte macchiato stiskem jednoho tlačítka. Kávovar má dvojitý termoblok, takže připraví najednou nejen dva šálky espressa, ale také cappuccina. Mlýnek je keramický a lze u něho nastavit 5 stupňů mletí. Zásobník na kávu pojme 250 g zrn, nádoba na vodu 2 l této tekutiny a výrobce ještě přidává odnímatelný zásobník na mletou kávu. Specialitou je potom otočná základna přístroje pro jeho pohodlné nasměrování.



JURA IMPRESSA Z9

V kategorii superprémiových plnoautomatů se koncem února objevila výrazná novinka v podobě tohoto modelu z řady IMPRESSA. Kávovar je dostupný v černém klavírním laku nebo v nerez. Na první pohled upoutá svou robustností a rozměrným barevným LCD displejem na čelní straně. V českém menu si můžete zadat až 6 individuálních nastavení včetně libovolného názvu pro jednotlivé nápoje. Na výběr je i 11 druhů kávových specialit, jejich výběr usnadňuje rotační ovladač. Novinka používá vylepšený mlýnek a vyznačuje se rychlou přípravou všech nápojů. Dodávána je i s termónádobkou na mléko. Nádrž na vodu má nadstandardní objem 2,8 l.



**Automaty
na espresso**



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



Přístroje na přípravu kávy na českém trhu podle GfK

Meziroční srovnání obrátu s přístroji na přípravu kávy se ve sledovaných distribučních kanálech dostalo za loňský rok do červených čísel. Pokles tržeb celé skupiny zahrnující espressa, překapávací a moka kávovary včetně percolatorů dosáhl v uplynulém roce 5 %.

Espress se v loňském roce prodalo téměř o 5 % méně než v předchozím roce, neúspěšný byl ve srovnání s předchozím rokem především závěr roku. Meziroční srovnání objemu prodeje ukázalo v prosinci loňského roku na 25% ztrátu, zatímco obdobné srovnání o rok dříve skončilo s více než pětinným přírůstkem. Kategorie espress je tažena především plně automatickými přístroji, které mají dominantní postavení na trhu a pokračují v růstu. Tato

plně automatizovaná provedení se v loňském roce na celkovém objemu prodeje espress podílela zhruba pětinou, do celkových tržeb se přitom promítla již necelými 60 %. Přesto i tento segment zaznamenal v prosinci minulého roku ve srovnání s předchozím rokem mírný pokles v objemu, tržby však díky ochotě kupujících investovat v období těsně před Vánocemi do dražších přístrojů naopak mírně vzrostly.



JURA ENA 9 One Touch Cappuccino



Cenově dostupný plnoautomat s malými rozměry se pyšní designovým oceněním iF Award. Šířka přístroje činí pouhých 23,8 cm. K přípravě espresa, ale i cappuccina a dalších mléčných káv stačí stisk jednoho tlačítka. Milovníky silné kávy s výrazným aroma potěší funkce Aroma Boost – stiskem speciálního tlačítka pome-

le kávovar nejvyšší možnou dávku zrn a ve variabilní spařovací jednotce posléze extrahuje extrahované espresso. JURA také slibuje ještě kvalitnější mléčnou pěnu díky vylepšenému systému její přípravy.



Melitta CAFFEO CI

Automatický kávovar oceněný cenou Plus X Award v kategoriích Design a Ease of Use (Snadné používání) je už několik let nejvyšším modelem ve stáji německé značky. Vyznačuje se původní přípravou cappuccina, kdy je nejprve do šálku vypuštěno espresso a teprve poté mléčná pěna. K přípravě mléčné pěny slouží systém s nádobkou a přímým připojením hadičkou ke kávovaru. Hygiena je zajištěna automatickým čištěním. Další důležitý prvek tvoří dvoukomorový zásobník na kávová zrna a možnost mezi nimi přepínat. Chuť kávy můžete také ovlivnit nastavením intenzity aroma – až 4 osoby mohou pomocí funkce My Coffee uložit individuální volby. Objem nádržky na vodu je 1,8 l.



Nivona CafeRomantica 635

Už před časem se v nabídce značky Nivona objevil tento model, který spadá do nižšího cenového segmentu. Kávovar v černé barvě má jednoduché ovládání a displej s podsvícenými symboly například pro snadnou volbu požadované intenzity aroma. Mezi další funkce patří nasvícení šálku, systém Spumatore pro napěnění mléka přímo z krabice a volba nastavení jemnosti mletí kávových zrn. Chybět nemůže funkce automatického vypnutí a ECO mód pro úsporu energie.



Philips Saeco Xelsis Evo HD8954/09

V současnosti nejvyšší model v nabídce Philips Saeco na českém trhu je současně žhavou novinkou, která byla teprve nedávno zařazena do nabídky. Kávovar zaujme barevným LCD displejem s českým menu, automatickým systémem přípravy mléčné pěny Latte Perfetto a dvěma nezávislými topnými systémy. Firma ještě podtrhuje Saeco Brewing System, umožňující nastavit intenzitu espresa – při dávkování změnit strukturu zrn. Nádržka na vodu má objem 1,6 l, koněvka na mléko pak 0,5 l.

Lexikon

Spařovací jednotka

Srdcem každého automatického kávovaru je spařovací jednotka, do které míří z mlýnku čerstvě pomletá zrna. Přes tuto dávku kávy poté žene čerpadlo horkou vodu pod stálým tlakem zpravidla 15 barů. Většina výrobců umožňuje jednotku vyjmout a manuálně vyčistit. Někteří volí variantu nevyjímatelné jednotky, o kterou se stará kávovar kompletně sám.

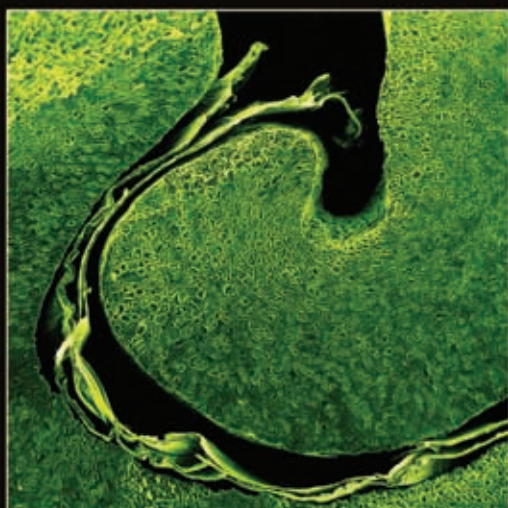
Systémy napěnění mléka

Mléčná pěna pro cappuccino a jiné mléčné kávy může vznikat různými způsoby. Levnější kávovary nabízejí parní trysku pro manuální našlehání, ale plnoautomatické modely napěňují mléko samy. Buď používají koněvku s vlastní tryskou, z níž míří napěněné mléko do šálku, nebo bez trysky s přímým připojením mléčných cest ke kávovaru (mléko může poté vytékat z kávové výpusti nebo separátního mléčného výstupu). U některých kávovarů je zase možné nasávat mléko přímo z krabice apod.



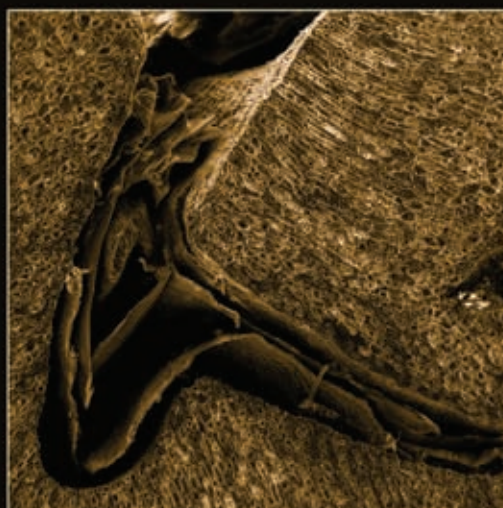
Banua
café

KÁVU ZNÁME DO NEJMENŠÍCH DETAILŮ



ŘEZ ZELENÝM ZRNEM KÁVY BANUA

1.00mm



ŘEZ UPRAŽENÝM ZRNEM KÁVY BANUA

1.00mm

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

WWW.BANUA.CZ





Kávovary na kapsle



Bosch Tassimo T55

Přístroj pro přípravu nápojů v rámci systému Tassimo je k dostání ve třech barevných provedeních – bílém, černém a červeném. Můžete v něm připravovat jak espresso, cappuccino a další kávy, tak horkou čokoládu a čaj. Po vložení kapsle T Disc pozná přístroj podle čárového kódu, o jaký druh nápoje se jedná, a podle toho zvolí optimální množství vody. Intenzitu chuti lze ovšem upravit. Po každé přípravě dochází k automatickému čištění trysek, aby nedošlo k přenosu chutí. Zařízení pracuje s tlakem 3,3 baru. Ochranu před vodním kamenem zajišťuje filtrační systém BRITA. Zásobník na vodu má objem 1,4 l.



Cremesso Caffè Latte

Loni na podzim na český trh uvedený plnoautomat na kapsle Cremesso. Na stisk tlačítka dokáže připravit nejen espresso, ale také cappuccino či caffè latte s použitím čerstvého mléka. Přístroj je dodáván s koněvkou na mléko o objemu 1 l – je vyjímatelná a lze ji uchovávat v chladničce. V zadní části přístroje pak naleznete nádržku na vodu o objemu 1,6 l. Mezi další vlastnosti patří možnost naprogramování množství kávy a mléka, speciální tlačítka pouze pro napěnění mléka a automatický systém čištění Easy-Clean (mléčné i kávové cesty). Pro přípravu kávy používá kávovar tlak 19 barů. Kromě kapslí s různými druhy kávy dodává na trh Cremesso také kapsle s čajem. Firma zdůrazňuje, že se jedná o přístroj vyráběný ve Švýcarsku.



NESCAFÉ Dolce Gusto Genio

Automatický kávovar na kapsle systému Dolce Gusto disponuje čerpadlem s tlakem 15 barů. Použit lze plně automatický režim přípravy nápoje nebo manuální, u kterého lze vybrat ze 7 možností nastavení množství vody. Nápoje lze vybírat z bohaté nabídky kapslí Dolce Gusto, kde naleznete jak různé druhy espresa, tak mléčných kávových specialit, ale i horkou čokoládu nebo čaj. Přístroj se také vyznačuje kompaktními rozměry a úsporným režimem (automatické vypnutí po 5 minutách). Nádržka na vodu má objem 0,6 l. Na výběr má uživatel z několika barevných provedení – černé, titanové, fialové, červené a bílé.



Nespresso PIXIE Stainless

Na začátku března informovala společnost Nespresso o uvedení nového modelu z populární řady PIXIE. Novinka, která je v prodeji od poloviny března, má boční panely vyrobeny z nerezové oceli. Panel byl přitom zmenšen a nová černá rukojeť zdůrazňuje linie kávovaru. Vybírat lze mezi dvěma verzemi – Steel Dots s vystouplými tečkami a Steel Lines s vystouplými liniemi. Jinak jde o standardní kávovar PIXIE s 19barovým čerpadlem, termoblokem a 0,7l nádržkou na vodu. Přístroj se automaticky vypíná po 9 minutách nečinnosti a spadá do energetické třídy A++.

Lexikon

Hrubost mletí

Kvalita espresa závisí nejen na tlaku čerpadla a kvalitě kávových zrn, ale také na hrubosti mletí. Při prezentaci kávovaru byste proto neměli opomenout často přehlížené nastavení mlýnku. Výrazně je tak ovlivněno aroma. Pro espresso se obecně doporučuje hrubší či středně jemné mletí kávy, ale pokud chcete silný nápoj, lze zvolit i jemné mletí. Ale pozor, při velmi jemném mletí se dostává do kávy více tříslovin. Hrubost mletí by také měla záviset na zvolených zrnech.

Alternativní kapsle

Byznys s kapslovými kávovary nestojí ani tak na prodeji samotných přístrojů, ale především kapslí do nich. U těch nejpopulárnějších se už před delší dobou objevily ve vyspělých zemích levnější alternativní kapsle, ze kterých majitel systému nemá samozřejmě radost. Došlo i k řadě soudních sporů. Alternativní kapsle jsou nicméně na trhu a během loňska dorazily ve větší míře také k nám, hlavně pro systém Nespresso. Kvalita hodně kolísá a je dobré před nákupem na prodejnu pečlivě jednotlivé druhy kapslí ochutnat. Pro prodejce kávovarů se nicméně jedná o zajímavý způsob možnosti zvýšení zisků.

Vychutnejte si kávu z pohodlí Vašeho domova

Za posledních **5 let**, kdy je značka NESCAFÉ DOLCE GUSTO na českém trhu, si mnohé domácnosti oblíbily tento kapslový systém domácí kavárny jako alternativu k dražším plnoautomatickým kávovarům. Je to především díky vysoké kvalitě kávy a výstupnímu tlaku čerpadla 15 barů, což je tlak srovnatelný s profesionálními kávovary. K tomu patentovaná technologie **vzduchotěsných kapslí** optimalizuje tlak podle druhu připravovaného nápoje. Vaše espresso tak vždy bude mít krásnou „cremu“ na povrchu a latte nebo cappuccino si vychutnáte s krásně našlehanou pěnou.

Dalšími přednostmi systému NESCAFÉ DOLCE GUSTO je, že jako jediný kapslový systém na trhu umožňuje **přípravu jak teplých, tak studených nápojů**. Nyní je v nabídce **29 různých variant** kávových i nekávových nápojů. Milovníky černé kávy potěší několik druhů espressa, kdo má v oblibě mléčné nápoje, může si připravit lahodné Latte Macchiato nebo Cappuccino, a to i v light variantách. Jako novinka přichází na trh horký mátový čaj Marrakesh Style Tea a dlouhé silnější espresso Lungo Intenso. NESCAFÉ DOLCE GUSTO je **domácí kavárna**, která potěší všechny členy rodiny. Děti si oblíbily zejména horkou čokoládu Nesquik a v létě osvěžující citronový nebo broskvový čaj Nестea.

Ke kávovarům s manuálním ovládáním byly v loňském roce na trh uvedeny kávovary s jedinečným **automatickým ovládáním play&select**. Ty jsou určeny pro všechny, kteří mají rádi ještě větší pohodlí a inovativní technologie. Celý systém spočívá v tom, že si uživatel pomocí kolečka na vrchní straně kávovaru navolí počet čárek, který je doporučený na kapsli i krabičce příslušného nápoje. Pak stačí zmáchnout tlačítko a kávovar sám automaticky zastaví přítok vody, jakmile je nápoj hotový. Výsledkem je lahodná káva, která je vždy připravena podle doporučeného množství vody, a tudíž má vyváženou chuť i aroma. Automatické kávovary se vyrábějí v různých modelových variantách a mnoha barevných provedeních. Od modelů do malých kuchyní až po kousky oceněné prestižními cenami za design.



Circolo



reddot design award
honourable mention 2010



2010



Melody 3



Genio

Na našich webových stránkách najdete celé portfolio kávovarů a nápojových variant dostupných na našem trhu, ale také širokou škálu doplňků a příslušenství. Svůj kávovar si tak můžete doplnit třeba o sklenice, lžičky, či šálky a vychutnat si požitek z báječné kávy v pohodlí Vašeho domova.

www.dolcegusto-premium.cz

De'Longhi - lídr na trhu s plnoautomatickými kávovary

Společnost De'Longhi si v loňském roce upevnila svou pozici jedničky na trhu s plnoautomatickými kávovary. Jedním z důvodů je snaha o neustálé zlepšování výrobků z hlediska výkonu, designu i spolehlivosti, protože De'Longhi si klade za cíl být „každý den lepší“ („Better Everyday“).



De'Longhi nabízí ucelenou řadu technologicky inovativních plnoautomatických kávovarů, které jsou navrženy tak, aby uspokojily všechny milovníky kávy s různými preferencemi.

Mezi výrazné benefity plnoautomatických kávovarů De'Longhi patří především speciální funkce, z nichž je celá řada patentem společnosti. Několik si jich na následujících řádcích představíme.

Jednoduché ovládání

U kávovarů De'Longhi je kladen důraz na jednoduché použití tak, aby si výbornou kávu zvládl připravit opravdu každý. Plnoautomatické kávovary mají digitální displej a tlačítka se symboly, která vám napoví vše potřebné. Ovládání je tak velmi snadné a intuitivní. Všechny plnoautomatické kávovary De'Longhi je možné ovládat zepředu, což oceníte např. při doplňování vody, vysypávání sedlin i při pouhé přípravě kávy.

Pomocí displeje s vámi kávovar komunikuje, takže vždy víte, v jaké fázi je právě příprava kávy, kdy je potřeba dolít vodu, dosypat kávu, odvápnit kávovar apod.

Nastavitelný mlýnek

Plnoautomatické kávovary De'Longhi mají zabudovaný mlýnek na zrnkovou kávu s 13 možnostmi hrubosti namletí. Díky tomu si můžete přizpůsobit hrubost tak, aby byla káva správně extrahována a aby vytvořila tu správnou krémou na espresso. Navíc jsou kávovary vybaveny tzv. tubeless systémem, který snižuje množství namleté kávy v mlýnku na minimum.



To zaručuje, že pijete pokaždé čerstvě umletou kávu.

Maximální personalizace

Na plnoautomatických kávovarech De'Longhi si můžete nastavit kávu přesně takovou, jakou máte rádi. Kávovar si toto nastá-

PrimaDonna Exclusive
ESAM 6900 M



vení uloží do paměti a vy už pak jen přijdete, stisknete příslušné tlačítko a vychutnáte si svou oblíbenou kávu. Nastavit si můžete sílu kávy – tedy kolik gramů kávy má být namleto – od extra jemné až po extra silnou. Dále si můžete nastavit velikost kávy – tedy kolik vody do své kávy chcete – od malé po extra velkou. Volitelná je i teplota. V případě mléčných káv – cappuccino, latte macchiato, caffelatte – si můžete nastavit, kolik mléčné pěny a jak silné napěnění i kolik kávy do nápoje chcete. Také tato nastavení si kávovar uloží do paměti pro příští přípravu.

Cappuccino jedním stiskem

Obliba mléčných káv je u spotřebitelů na vzestupu. Kdo by odolal našlehané mléčné čepici na cappuccinu nebo hladké mléčné pěně na latte? Tyto a ještě další kávové nápoje s mlékem můžete s plnoautomatickými kávovary De'Longhi připravit pouhým jedním stiskem tlačítka – a to díky speciální nádobce na mléko. Snadné použití, všestrannost, kvalita a přizpůsobivost – těmito slovy zákazníci nejčastěji popisují systém přípravy horkého mléka a mléčné pěny u kávovarů De'Longhi.

Nádobka je napojená přímo na kávovar. Mísí páru, vzduch a mléko a do připraveného šálku již vtéká hustá mléčná pěna přesně taková, jakou si ji nastavíte. Po přípravě nápoje stačí nádobku jednoduše pročistit díky automatické funkci CLEAN. Poté ji lze



vyjmout a umístit do lednice pro další použití. Nádobku na mléko lze mýt v myčce.

Vyjímatelná spařovací jednotka

Spařovací jednotka plnoautomatických kávovarů De'Longhi má kompaktní rozměry a je vyjímatelná. Díky tomu nepotřebujete žádné čisticí tablety, ani asistenci dražého technika. Jednoduše doma sami spařovací jednotku vyjmete z vnitřní části stroje

a omyjete pod tekoucí vodou. Spařovací jednotka De'Longhi navíc umožňuje přípravu 2 šálků espressa najednou.

Snadná údržba

Všechny automatické kávovary De'Longhi mají automatickou čisticí funkci. To znamená, že při každém vypnutí a zapnutí kávovaru se automaticky pročistí vnitřní část kávovaru. Nemusíte se tedy obávat nějakých zbytkových nečistot, ani povolávat na pročištění servis. Odkapávací mřížka, zásobník na kávové sedliny, nádobka na mléko i spařovací jednotka jsou snadno vyjímatelné a omyvatelné.

Design

Inovativní italský design plnoautomatických kávovarů De'Longhi se přizpůsobí každému interiéru. Techničtí inženýři De'Longhi dobře vědí, že funkčnost a styl jsou



základem nepřekonatelné chuti. Vždy se snaží vyslyšet přání zákazníků a přijít s něčím převratným, tak aby kávovary De'Longhi byly vždy tím nejlepším. Plnoautomatické kávovary De'Longhi jsou pro svůj design, kombinaci materiálů a další inovativní prvky pravidelně oceňovány na prestižních designérských soutěžích jako jsou Plus X Award či Red Dot Design Award.

www.delonghi.cz

De'Longhi
Better Everyday



TRH S TECHNICKÝM ZBOŽÍM ZAŽIL V POSLEDNÍM ČTVRTLETÍ 2012 VÝRAZNÝ PROPAD

EKONOMICKÁ RECESE A NEOCHOTA LIDÍ UTRÁCET SE PROJEVILA VÝRAZNĚ V ZÁVĚRU LOŇSKÉHO ROKU, KDY PODLE ÚDAJŮ GFK DOŠLO PO POMĚRNĚ STABILNÍCH TŘECH LETECH K VYSOKÉMU PROPADU HODNOTY TRHU.

V posledním čtvrtletí let 2009, 2010 a 2011 se pohybovaly objemy prodeje technického zboží v Česku mezi 23,31 až 23,61 miliardy korun. Loni však dosáhly pouze hodnoty 21,03 miliardy, a došlo tak k poklesu o téměř 11 %. Negativní vývoj dopadl na všechny sledované segmenty, pouze sektoru telekomunikací se podařilo zvýšit obrát.

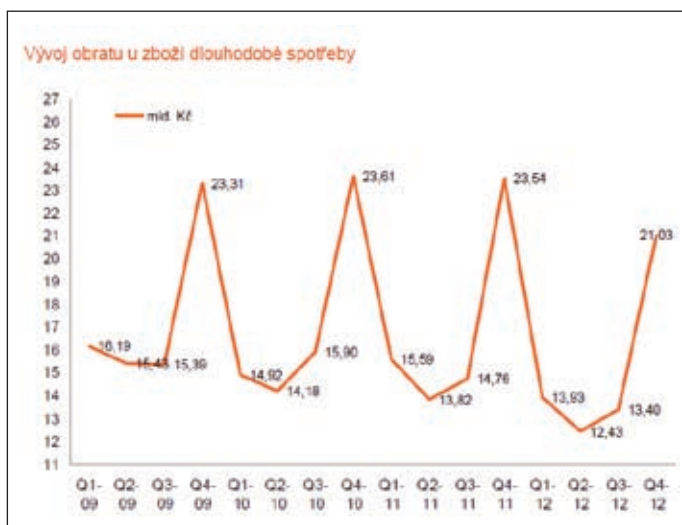
Domácí spotřebiče Horší výsledky, než se čekalo

Ze srovnávací tabulky jasně vyplývá, že jak u velkých, tak malých domácích spotřebičů došlo sice k poklesu, nicméně v porovnání s většinou ostatních skupin ne tak dramatickému. Trh s velkými spotřebiči klesl o 4,1 % v prodejní hodnotě, přičemž nejvýznamněji se na poklesu podílely chladničky a pračky. Nejrychlejším tempem v prodaných kusech roste zatím relativně malá kategorie sušiček a dále vestavné spotřebiče, u kterých je ale na druhou stranu cenová eroze nejsilnější. Při srovnání celých 12 měsíců loňského a předloňského roku klesla hodnota trhu o 1,4 %.

Malé spotřebiče vykázaly stejně jako ve třetím čtvrtletí záporná čísla a dostaly se pod hodnoty loňského roku. I přes poměrně velká očekávání na konci roku trh nedosáhl kladných výsledků. Jediná kategorie, u které byl zaznamenán růst, jsou kuchyňské roboty a mixéry, a to díky nárůstu kuchyňských robotů. Ostatní kategorie končí v záporných hodnotách. Celkově poklesl trh v hodnotě o 6,8 %, za celý rok pak o 2,5 %.

Spotřební elektronika Strmý pád

Pokles trhu o 23,6 % působí opravdu hrozně – právě spotřební elektronika má velký podíl na celkovém poklesu trhu s technickým zbožím a táhne číslo za hranici 10 %. Důležité je říci, že žádná kategorie spotřební elektroniky nevykazuje meziroční nárůst. K největšímu propadu spotřebitelského zájmu dochází u set top boxů a DVD přehrávačů. U klíčové kategorie, plochých televizorů, dále roste váha větších úhlopříček s pokročilými funkcemi (přístup na internet, 3D).



Fototechnika

Jen mírný propad

Vzhledem k celkovému vývoji mohou být relativně spokojeni výrobci digitálních fotoaparátů a kamer stejně jako jejich prodejci. Došlo zde k poklesu „pouhých“ 2,2 % v hodnotovém vyjádření. Zájem na trhu roste o aparáty s výměnnými objektivy. Naproti tomu modely s pevným objektivem zaznamenaly pokles jak v kusovém, tak i hodnotovém vyjádření. I přesto zůstávají nejdůležitější kategorií z hlediska obrátu.

Informační technologie a kancelářská technika

Stabilně v červených číslech

Dlouhodobě je na tom špatně trh s počítači a kancelářskou technikou, tedy tiskárnami, kopírkami a dalšími zařízeními tohoto typu. U informačních technologií hlásí GfK nasycenost trhu a velmi nízké prodeje pře-

nosných počítačů. Špatné časy zažívají všechny skupiny vyjma tabletů. Celkově proto činil pokles v této kategorii více než 16 %. Kancelářská technika pak klesla o 9,3 % – došlo ke snížení prodeje inkoustových zařízení, které nedokážou rostoucí laserová multifunkční zařízení kompenzovat.

Telekomunikace

Jediná

v černých číslech

Obrát sektoru zaznamenal ve čtvrtém čtvrtletí roku 2012 nárůst o více než 12 % oproti stejné periodě roku předcházejícího. Bylo to způsobeno především velmi pozitivním vývojem segmentu chytrých telefonů, který tak posiloval na úkor klasických mobilních telefonů.

Náš pohled

Současný vývoj nadále oslabuje všechny firmy a destabilizuje jejich vydobyté pozice. Situace nahrává těm, kteří mají dostatek prostředků pro podporu svých značek, právě oni mají největší šanci uvolňující se pozice převzít a získat větší tržní podíl. Nejhůře na současnou situaci doplatí firmy, které pod náporu negativních nálad bezhlavě omezí všechny druhy podpory prodeje a takříkajíc sejdu z očí a následně sejdu z mysli. Aktuální vývoj je potřeba vnímat především jako velkou příležitost a přijmout dlouhodobější strategii, která ze současného negativního dění bude nakonec těžit.

Zdroj: GfK TEMAX

	Q1 2012	Q2 2012	Q3 2012	Q4 2012	Q4 12 /Q4 11	Q1-4 2012	Q1-4 12 /Q1-4 11
	mil. Kč	mil. Kč	mil. Kč	mil. Kč	+/-%	mil. Kč	+/-%
Spotřební elektronika (CE)	2.759	2.370	2.413	4.276	-23,6%	11.818	-21,3%
Foto (PH)	412	580	596	809	-2,2%	2.398	-3,8%
Velké domácí spotřebiče (MDA)	3.111	2.921	3.231	3.666	-4,1%	12.929	-1,4%
Malé domácí spotřebiče (SDA)	1.091	906	980	2.104	-6,8%	5.140	-2,5%
Informační technologie (IT)	4.301	3.423	3.677	6.226	-16,2%	17.629	-10,1%
Telekomunikace (TC)	1.867	1.820	2.141	3.496	12,4%	9.326	4,3%
Kancelářská a výpočetní technika (OE)	393	349	362	446	-9,3%	1.550	-16,5%
GfK TEMAX® Česká Republika	13.934	12.429	13.401	21.027	-10,7%	60.791	-10,2%



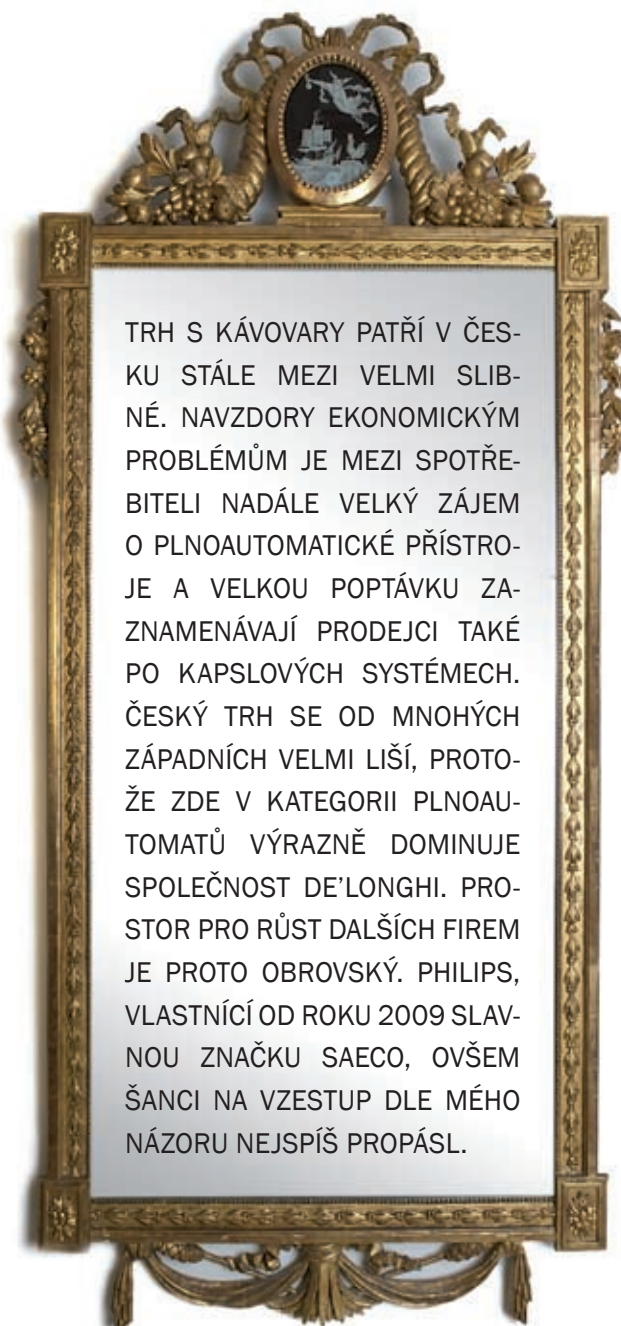
OBJEVTE NOVÉ ÚZKÉ PRAČKY WHIRLPOOL PLNÉ BAREV

Whirlpool představuje nové úzké pračky s předním plněním, které se svými vlastnostmi plně vyrovnají pračkám se standardními rozměry. Nové úzké pračky s technologií 6. smysl Colours pečují o vaše prádlo s maximální péčí, a to i při 15°C. Technologie Wave Motion rozloží textilii rovnoměrně kolem bubnu a umožňuje dokonalou absorpci pracího prášku. To znamená, že díky volbě Colours 15°C je zajištěna stejná prací schopnost jako u pracích cyklů při teplotě 40°C.



Více informací na www.whirlpool.cz

Causa Philips Saeco



TRH S KÁVOVARY PATŘÍ V ČESKU STÁLE MEZI VELMI SLIBNÉ. NAVZDORY EKONOMICKÝM PROBLÉMŮM JE MEZI SPOTŘEBITELI NADÁLE VELKÝ ZÁJEM O PLNOAUTOMATICKÉ PŘÍSTROJE A VELKOU POPTÁVKU ZAZNAMENÁVAJÍ PRODEJCI TAKÉ PO KAPSLOVÝCH SYSTÉMECH. ČESKÝ TRH SE OD MNOHÝCH ZÁPADNÍCH VELMI LIŠÍ, PROTOŽE ZDE V KATEGORII PLNOAUTOMATŮ VÝRAZNĚ DOMINUJE SPOLEČNOST DE'LONGHI. PROSTOR PRO RŮST DALŠÍCH FIREM JE PROTO OBROVSKÝ. PHILIPS, VLASTNÍCÍ OD ROKU 2009 SLAVNOU ZNAČKU SAECO, OVŠEM ŠANCI NA VZESTUP DLE MÉHO NÁZORU NEJSPIŠ PROPÁSL.

Je to tak trochu paradox. V domácí Itálii má Saeco jasnou pozici lídra trhu a v Evropě obecně patří na jednotlivých trzích většinou také mezi silné značky. V Česku o jeho produktech ale příliš neslyšíme, nejsou vidět a nejsou nijak výrazně propagovány. Situace je o to pikantnější, že ještě v devadesátých letech patřilo Saeco mezi nejzvučnější jména v oblasti kávovarů u nás. Jenže firma zaspala a nechala si celý trh vyfouknout dravým konkurentem De'Longhi. Poté, co přišly finanční problémy, nebyla pochopitelně marketingově příliš aktivní. V roce 2009 začlenil Saeco s ročními prodeji v hodnotě 318 milionů euro do svého portfolia nizozemský Philips a uhradil za něj část (170 milionů) z monstózního, v podstatě likvidačního dluhu, dosahujícího výše 560 milionů eur, a vypadalo to, že se blýská na lepší časy. Značka zamířila dokonce několikrát do našeho magazínu, avšak nikdy nešlo o nějakou soustavnější komunikaci, s níž by se snažil její nový majitel oslovit obchodníky a dát jim jasně najevo, že dochází na trhu k výrazné změně. V té době měl totiž Philips dle mého názoru investovat primárně do B2B komunikace všeho druhu, aby informoval stávající prodejce kávovarů Saeco, ale také ty potenciální o tom, že stojí za kormidlem právě on, a měl intenzivně prezentovat nové směřování značky. Nestalo se tak.

Změna strategie?

V roce 2011 se objevily v Německu informace, že De'Longhi na tamním trhu během předešlého roku výrazně zpevnilo svou pozici lídra a jeho strategie,

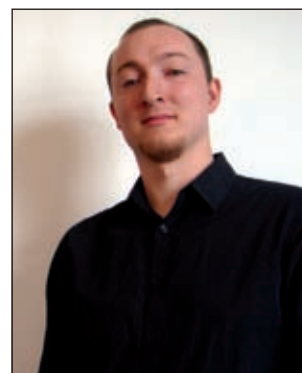
zacílená na segment cenově dostupnějších automatů na espreso, přinesla své ovoce. Olivier Sogno z divize Philips Consumer Lifestyle v té době poznamenal, že se chce Saeco začít více soustředit na prémiový segment kávovarů, protože klade větší důraz na marži než tržní podíl. V podstatě tím dal najevo, že s De'Longhi soupeřit Philips v Německu nebude a raději zaměří svou pozornost na část trhu, kde se De'Longhi tak výrazně neangažuje. I když při pohledu na produktové portfolio a ceny mi sedí Saeco spíše jako přímý konkurent De'Longhi než třeba švýcarské značky JURA. Směr, jakým Saeco vyrazilo v Německu, pocítilo také Česko. Jasným důkazem pro mě bylo tehdejší představení nových přístrojů v čele s vlajkovou lodí nabídky Xelsis, vybavenou senzorem otisku prstu, na základě kterého poznal kávovar daného uživatele a připravil jeho oblíbenou kávu. Unikátní funkce hodná „mašiny“ za zhruba 50 tisíc korun, o tom není pochyb.

Většinu nabídky kávovarů Philips Saeco u nás tvoří v současnosti levnější přístroje s cenou okolo i pod 20 000 Kč. Nejvýše posazeným plnoautomatem se stala novinka z řady Xelsis, model EVO HD8954/09 s doporučenou cenou 44 999 Kč, který blíže popisujeme v produktovém přehledu na straně 16. Kávovar už zalistovali někteří prodejci a našel jsem ho také v několika e-shopech, nicméně na samotných stránkách Philipsu zařazen v době uzávěrky ještě nebyl. Celkově na mě proto působí Nizozemci tak trochu bezradně, co v zemi, kde má jedna firma téměř desetinásobně vyšší tržní podíl než její jednotliví konkurenti, dělat. A to i přes to, že mají jejich kávovary slušný potenciál zákazníka oslovit.

Promarněná šance

Letos uplynou čtyři roky od chvíle, kdy vznikla značka „Philips Saeco“, a já nemám pocit, že by Philips s obrovským potenciálem, jež v sobě Saeco skrývá, v Česku za celou dobu nějak výrazněji pracoval. Přitom měl od roku 2009 poměrně dost času pozvednout Saeco do pozice mnohem významnějšího hráče v kategorii automatů na espreso. Ještě v roce 2011 pořádal poměrně zajímavou tiskovou konferenci s prezentací některých novinek, ovšem od té doby komunikace značky Saeco takřka zamrzla. Zdá se mi, že místo jejího rozvíjení usnuli manažeři na vavřínech a velkou šanci, kdy komunikovalo své automaty pořádně jen italské De'Longhi a nikdo jiný větší aktivity nevyvíjel, promarnili. Teď se v Česku začíná výrazněji angažovat švýcarská JURA, což je ostatně vidět i v aktuálním vydání SELLu – po dlouhé době získala přední obálku k tématu kávovarů jiná firma než De'Longhi. Obě zmíněné firmy si mohou poměrně pohodlně rozdělit trh, pokud bude De'Longhi nadále cílit hlavně na střední cenovou hladinu a JURA bude posilovat především v premiovém segmentu. A co udělá Saeco? O jakého zákazníka bude chtít jeho majitel Philips bojovat?

Článek vyjadřuje osobní názor autora, nikoliv celého vydavatelství.



Lubor Jarkovský



Trh s roboty zažil v Americe dosud nejlepší rok

Americká Robotic Industries Association (RIA) informovala, že rok 2012 byl v oblasti prodeje robotické techniky v Severní Americe vůbec nejsilnějším v historii. Celkově se zde prodalo 22 598 robotů v hodnotě 1,48 miliardy dolarů. Přitom v roce 2011 to bylo „pouze“ 19 337 robotů. Nejvíce tato zařízení používají výrobci automobilů a zpracovatelé kovů.



BSH má v Indii nového partnera, budou spolu vyrábět chladničky

Přední německý výrobce domácích spotřebičů BSH Bosch und Siemens Hausgeraete GmbH uzavřel smlouvu s indickým výrobcem Godrej & Boyce. Společně obě firmy vyvinou novou řadu chladniček, která bude vyráběna v Indii v již existujícím závodě Godrej & Boyce. Na trh bude chladicí technika mířit pod značkami obou firem, a to nejen na indický trh. Noví společníci je chtějí dostat do tichomořských a asijských zemí, na Střední východ a do Afriky.

Daikin se daří, díky expanzi do Číny

Výrobce klimatizační techniky sídlící v japonské Osace vydal na začátku března své finanční výsledky za třetí kvartál fiskálního roku 2012, který se uzavřel na konci loňského prosince. Tržby firmě ve zmiňovaném období o něco stouply, z 283,6 miliardy jenů na 286,3 miliardy jenů. Provozní zisk činil 10,6 miliardy jenů, což je ve srovnání se stejným obdobím ve fiskálním roce 2011 méně, tehdy dosáhla firma provozního zisku 12,4 miliardy. Zájem o ventilační, kli-



matizační a topnou techniku na hlavních trzích v Evropě a Austrálii klesl, ale celková čísla

pozvedly výsledky z Číny, kam Daikin expandoval. Hlásí i zvýšení zájmu na rozvojových trzích. V roce 2012 se stal součástí společnosti americký výrobce Goodman Global Group. Obchod za 3,7 miliardy dolarů byl dokončen k 1. listopadu 2012. Daikin plánuje v nově získané továrně v Houstonu vyrábět ventilační, klimatizační a topnou techniku jak pro americké domácnosti, tak firemní segment.

Arçelik zvýšil v roce 2012 obrát o 25 %

Turecký gigant, jehož součástí je mimo jiné také značka BEKO, může být s rokem 2012 nadmíru spokojen. Firmě stoupl obrát o zmiňovaných 25 % a dosáhl zhruba 5,92 miliardy dolarů. Čisté příjmy byly potom téměř 310 milionů dolarů. V případě domácích spotřebičů samotných došlo ke zvýšení obrátu o 27,3 %. Arçelik očekává růst tržního podílu v klíčových zemích a v domácím Turecku počítá s nárůs-



tem prodeje o nějakých 4 až 5 %, což v podstatě odpovídá tempu růstu tamního HDP. Mimo domácí trh Arçelik předpokládá, že prodeje vzrostou o zhruba 10 %. Na výsledcích letošního roku by se mělo promítnout také zahájení prodeje bílé techniky pod značkou Grundig, která byla historicky vždy zaměřena hlavně na svět spotřební elektroniky.

Indesitu stouply zisky o 6 %

Italský výrobce domácích spotřebičů zvýšil jak své příjmy, tak podíl na trhu. A to i navzdory zpomalení na trzích západní a východní Evropy, které jsou pro Indesit Company primární. V roce 2012 dosáhla firma příjmů na úrovni 2 886 milionů eur, což je ve srovnání s rokem 2011 zvýšení o 2,1 %. Provozní zisk činil 133 milionů eur oproti 150 milionům z roku 2011. Čistý zisk ovšem stoupl v meziročním srovnání o 6 % na 62 milionů eur. Úspěšné



uvedení nových spotřebičů mělo významný vliv na zvýšení tržního podílu Indesit Company na 13 %, úspěchy společnost zaznamenala především ve Velké Británii a na trzích východní Evropy. Vedení společnosti včetně předsedy představenstva

Andrey Merloniho vyjádřilo s výsledky spokojenost, obzvláště uváží-li člověk současnou situaci na trhu. Pro rok 2013 má Indesit dobrou pozici, ale nelze očekávat, že budou výsledky o moc lepší než loni.

LED Lighting

Vysoký index
podání
barev CRI
>95

Vychutnejte si skutečné barvy ...

Vychutnejte si skutečné barvy vašeho okolí s LED zdroji Verbatim. Díky vysokému světelnému toku a **indexu podání barev přes 95**, jsou PAR16, GU10 tou nejlepší volbou pro akcentní i celkové osvětlení na trhu.

- 6 W, 220 lm, náhrada za 35W halogenové žárovky
- 8,5 W, 310 lm, náhrada za 50W halogenové žárovky
- stmívatelné
- k dispozici v teple bílé 2 700 K
- úspora energie až 85 %
- úhel poloviční svítivosti 30°
- dlouhá životnost světelného zdroje až 25 let*

* výpočet založený na životnosti 25 000 hodin a používání 2,7 hodiny denně.

K dispozici také

Typ A Classic (GLS) | Svíčková žárovka | MR16 | Mini Globe | AR111 | PAR16 | PAR30 | PAR38



Navštivte nás na EUROLUCE 2013 - Milan, Itálie

Pro více informací o kompletní nabídce LED světelných zdrojů Verbatim navštivte prosím verbatim.com

 **Verbatim**
Technology you can trust

Mitsubishi Chemical Holdings Group



Bílé a barevné konečně spolu!

Nová technologie Direct Injection

v pračkách Hotpoint Aqualtis



ROZTRÝDIT BÍLÉ A RŮZNOBAREVNÉ PRÁDLO, TO JE RITUÁL, KTERÝ PŘED PRÁNÍM MUSÍ UDĚLAT KAŽDÝ, A TO I V PŘÍPADĚ, ŽE POUŽÍVÁ SPECIÁLNÍ PRACÍ PRÁŠKY A GELY NA OCHRANU BAREV. DNES UŽ JE VŠAK MOŽNÉ PRÁT I BEZ TOHO. ZNAČKA HOTPOINT, PATŘÍCÍ DO PORTFOLIA SPOLEČNOSTI INDESIT COMPANY, PŘINÁŠÍ NOVOU TECHNOLOGII PŘÍMÉHO VSTŘIKOVÁNÍ DIRECT INJECTION V PRAČKÁCH HOTPOINT AQUALTIS, KTERÁ PŘEMĚŇUJE PRACÍ PROSTŘEDEK OD PRVNÍCH MINUT PRANÍ NA PĚNU S ČISTICÍM VÝKONEM O 60 % VYŠŠÍM NEŽ V TRADIČNÍ PRAČCE. DÍKY TOMU JE MOŽNÉ SNÍŽIT TEPLOTU PRANÍ NA POUHÝCH 20 °C PŘI ZACHOVÁNÍ ÚČINNOSTI 40 °C, TAKŽE LZE PRÁT BÍLÉ A BAREVNÉ PRÁDLO DOHROMADY, ANIŽ BY SE VZÁJEMNĚ OBARVILLO, A PŘITOM S PERFEKTNÍM ODSTRANĚNÍM VŠECH SKVRN A NEČISTOT.

„Poslední průzkumy evropského trhu zpracované pro společnost Indesit Company ukázaly, že péče o barvy stojí na předním místě v otázce praní. Zvyšuje se prodej speciálních pracích prostředků ochraňujících barevné prádlo, dle barev rozděluje prádlo před praním 92 % lidí

a klade to na první místo před rozdělením prádla podle materiálu. Proto se značka Hotpoint rozhodla vytvořit technologii Direct Injection, která tento trend následuje a přináší skvělé řešení pro péči o barvy,“ uvedla Martina Křížáková, produktová specialista společnosti Indesit.

Jak Direct Injection funguje?

Pod buben nového modelu pračky Hotpoint Aqualtis je přidán okruh pro mixování pracího prostředku (prášku či gelu) s vodou. Okruh přeměňuje prací prostředek ještě před vypuštěním do bubnu na extra účinnou pěnu s čisticí silou o 60 % větší než u standardních praček. Navíc technologie Direct Injection se automaticky aktivuje při všech pracích cyklech a přináší skvělý účinek praní již při teplotě 20 °C. Naopak u tradičních praček je prací prostředek spláchnut vodou přímo do bubnu a až zvýšením teploty a mechanickým pohybem je z něj vytvořena prací emulze. Hrozí však, že se nerozpustí všechny a zůstane usazen na dně bubnu nebo v prádle.

Výhody technologie Direct Injection

První výhodou je možnost prát barevné prádlo na pouhých 20 °C namísto 40 °C s nezměněným výsledkem praní, čímž se chrání barvy před vyblednutím. Tímto způsobem se také mohou prát společně různobarevné kusy prádla, aniž by došlo k obarvení světlých kusů. Technologie Direct Injection přináší energetickou úsporu až A+++ – 20 %. Lepší aktivace pracího prostředku totiž umožňuje snížit teplotu během praní, čímž dosáhneme až 60% úspory při praní s technologií Direct Injection při 20 °C v porovnání s 40°C programem u standardních praček. Vhodná je i pro alergie. Díky využití intenzivnější prací pěny a přidání až 5 cyklů máchání ve speciálním antialergenním programu jsou z prádla odstraněny i ty nejodolnější alergenů (roztoči, srst, prach apod.). Navíc v něm nezůstávají zbytky pracího prášku, které mohou také způsobit nepříjemnou alergickou reakci.

Předem plněná pračka

Hotpoint Aqualtis AQ114D 697D EU/B

Kromě technologie Direct Injection přispívá ke snížení spotřeby energie v energetické třídě A+++ také nový termoizolační materiál bubnu vyrobený z polypropylenu se skleněnými vlákny, která napomáhají efektivněji udržet teplotu vody. Systém Super Silent díky speciálnímu bezuhlíkovému motoru doplněnému o 3 zvukotěsné panely a inteligentnímu systému čerpání vody omezuje hluk na minimum. Bezuhlíkový motor na rozdíl od tradičního uhlíkového (kartáčového) motoru nevyžaduje ke svému chodu kontakt kartáčů. Při vysokých otáčkách odstřeďování se tak nevytváří tření uhlíkových kartáčů a to napomáhá tichému provozu a plnému využití motoru bez zbytečných energetických ztrát. Pračka je vybavena možností parního praní pro jemnější a účinnější péči o tkaniny nebo pro 20minutové osvěžení prádla, které jej zbaví zápachu a pomačkání. Vznik žmolů zamezí nový tvar unašečů prádla v bubnu, snadnější plnění a vyjímání prádla umožňuje naklonění bubnu o 8 °. Kapacita pračky je 11 kg, ovládání ulehčuje český LCD displej. Pračka je vyráběna v barevné kombinaci bílá a stříbrná. Co jistě ocení každý uživatel, je 10letá záruka zdarma na motor praček Aqualtis.

www.hotpoint.cz

www.facebook.com/hotpoint.cz/sk



 **Hotpoint**



Vrchem plněné pračky

Čtvrtinu trhu nelze podceňovat

KATEGORIE PŘEDEM PLNĚNÝCH PRAČEK POZVOLNA UKRAJUJE STÁLE VĚTŠÍ PODÍL NA TRHU, ALE NA VRCHEM PLNĚNÉ MODELY NADÁLE PŘIPADÁ NEMALÁ ČÁST OBJEMU PRODEJŮ. „VRCHOVKY“, JAK SE TĚMTO PRAČKÁM V HANTÝRCE VÝROBCŮ I PRODEJCŮ ŘÍKÁ, U NÁS HRAJÍ NADÁLE DŮLEŽITOU ROLI.

Vrchem plněná pračka má v Česku, ale i na Slovensku a v dalších postkomunistických zemích na sobě jistou skvrnu, vycházející z totalitní éry. Pořizovali a nadále ji pořizují hlavně majitelé menších bytů, zpravidla těch panelových. Předem plněný automatický model byl navíc obecně vzato za komunismu těžko dostupným

zbožím, takže po revoluci lidé začali z principu vybírat hlavně v této kategorii. Jenže vrchovka se nepříjemného stigmatu za těch více než dvacet let celkem umně zbavila – prošla evolucí, v technologiích se přiblížila vybavenějším předem plněným pračkám a samozřejmě též poskočila v energetické efektivitě. A nesmíme zapomínat na její přirozené výhody, například to, že se při vkládání a vykládání prádla nemusíte ohýbat, buben můžete kdykoliv otevřít a přidat další prádlo, a v neposlední řadě je nutné ocenit její menší hloubku a šířku, což je pro mnohé při její koupí to stěžejní.

Housenka motýlem

Před pár lety platila vrchem plněná pračka za alternativu, po níž lidé sahají pouze v případě nutnosti, jinak řečeno, pokud nemohou kvůli dispozicím svého bytu pořídit pračku předem plněnou. Tomu odpovídala také výbava vrchovek, které za svými kolegyněmi s dvířky vepředu technologicky zaostávaly. Výrobci ale přišli v posledních letech s modely, které dominující skupinu praček z hlediska funkční výbavy dohnaly, a v něčem dokonce překonaly. Stačí vzpomenout na první model Brandt E-dose se zásobníkem na tekutý detergent a jeho automatickým dávkováním podle množství vloženého prádla. U předem plněných praček se tato chytará a zajímavá funkce objevila až později, přičemž dnes stále nepatří mezi standard, i když se s ní už setkáme u více značek.

Současná generace vyšších modelů vrchovek dosáhla nejúčinnější energetické třídy A+++ a inteligentních senzorů. Výjimkou u nich nejsou ani velké displeje, moderní prací programy a v nabídkách některých výrobců najdete také vrchovky s funkcí sušičky nebo samostatné vrchem plněné sušičky. Za určité omezení lze považovat maximální náplň 8 kg, a tou disponuje jen několik modelů na trhu, protože nejběžnější je u nich kapacita 6 až 7 kg, zatímco předem plněné už překročily dávno magickou hranici 10 kg. Kapacita 8 kg nicméně běžné rodině bohatě postačí.

Core business?

Výraz „core business“ označuje v angličtině činnost firmy, která je pro ni zásadní, je jejím hlavním předmětem podnikání. V řadách výrobců domácích spotřebičů není mnoho, u kterých by byly vrchem plněné pračky minimálně na stejné úrovni důležitosti jako ty předem plněné. Rozlišit lze každopádně ty, kteří považují trh s vrchovkami za důležitý, a ty, pro které jde o okrajovou záležitost. Tomu odpovídá také nabídka jednotlivých značek – většina nabízí jeden či dva modely, aby měla na trhu nějakého zástupce v této kategorii. Zásadní jsou tyto pračky pro značky ze skupiny Fagor, tedy zmiňovaný Brandt a samozřejmě Fagor. Velmi se v této kategorii angažuje také Whirlpool spolu se svou německou značkou Bauknecht a italský Indesit. A zapomenut nesmí být ani švédský Electrolux a jeho další značky AEG a Zanussi.

Bauknecht WAT 820

Novinka u německé značky Bauknecht pojme až 6,5 kg prádla, které je schopna vyprat velmi úsporně. Nese totiž energetický štítek A+++ a je navíc vybavena senzorem Green Intelligence, který optimalizuje spotřebu vody podle množství vloženého prádla. Spotřeba vody se může dle Bauknechtu snížit až o 50 %. Novinka také reflektuje současné trendy a kromě tradičních programů nabízí i velmi rychlé praní – program trvá pouze 15 minut a vypere až 3 kg prádla při 30 °C. Nabízí také noční program s hlučností pouze 39 dB a možnost uložení oblíbených nastavení praní. Maximální rychlost odstředování je 1200 ot./min.



Bosch WOT24454BY

Pračka z řady Logixx 6 má buben, do kterého se vejde až 6 kg prádla. Spadá do energetické třídy A++ a odstředuje s účinností B (1200 ot./min.). V programové nabídce naleznete jak standardní program pro praní bavlny při 60 °C a poloviční náplně při 40 °C, tak moderní programy jdoucí ruku v ruce se současným životním stylem. Můžete proto zvolit například extrakrátký 15minutový program, rychlý 35minutový program, program pro džínny a tmavé prádlo i program pro vlnu. Alergici ocení program AllergiePlus, který důkladně odstraní zbytky pracího prášku. Pračka v sobě také skrývá senzor pro kontrolu množství a druh vloženého prádla, podle čehož dále optimalizuje prací cyklus.



Brandt BWT 6412 DS

Vrchem plněná pračka francouzské značky je z řady E-dose, takže se vyznačuje integrovaným automatickým dávkovačem tekutých detergentů s kapacitou 4,5 l. Díky tomu dokáže mnohem přesněji než člověk dávkovat prací prostředek, a ušetřit tak až 12 l vody. Množství detergentu určí na základě odvážení náplně. Tento model nese označení energetické třídy A+++. Při odstředování se buben může točit až 1200 ot./min. Pračka má displej s dotykovým ovládáním a ve funkční výbavě jí nechybí program OPTIA45 minut a rychlý 30minutový program Flash 30'.



Candy CTD 12662/1

Z dílny italského výrobce domácích spotřebičů pochází tato 6kg vrchem plněná pračka v energetické třídě A++. V technických specifikacích Candy zdůrazňuje přítomnost takzvaného Kg Detektoru, který nabízí přesnější odvážení prádla než běžný Fuzzy Logic, extraširokého otvoru pro vkládání prádla a velkého XXL bubnu s objemem 43 l. Dále má pračka čidlo kontroly množství pěny a bohatou programovou výbavu. Z programů patří k zajímavým položkám Aquaplus pro uživatele s citlivou pokožkou, Superpraní pro odstranění nejodolnějších skvrn a rychloprogramy na 14, 30 a 44 minut. Odstředování probíhá při až 1200 ot./min.



Lexikon

Teplota vody

Volba správné teploty vody uživatele často dělí od vypraného a zničeného oblečení. Dříve bylo nutné prát při vyšších teplotách, aby byly odstraněny všechny skvrny a nečistoty. Současné pračky ale dokážou vyprat prádlo kvalitně i při pouhých 15 °C, pokud není hodně zašpiněné.

A to i díky pokrokům v oblasti pracích prostředků. Nižší teplota je každopádně k prádlu šetrnější – neztrácí tak rychle původní barvu a nejsou tak namáhána jeho vlákna. Výrobci proto v současnosti přicházejí s programy používajícími teploty pod dříve nepřekročitelnou hranicí 30 °C.



Fagor FET-6412

Tato vrchem plněná pračka používá technologii VarioScan, takže spotřebuje pouze nutné množství energie a vody v závislosti na množství prádla v bubnu. Uživatel proto nemusí čekat na tradiční úplné zaplnění bubnu a může efektivně vyprat i menší množství oblečení. Pračka spadá do energetické třídy A+++, její maximální náplň je 6 kg a vložené textilie ždímá při až 1200 ot./min. Nabízí celou řadu programů včetně speciálních pro sportovní oblečení, příkrývky, košile, jemné prádlo či tmavé barvy. Disponuje také třemi rychlými programy – Express 15 min, Flash 30 min a Mix 45 min.



Gorenje WT63131

Slovinská značka má ve své nabídce tuto 6kg pračku s 15 programy a elektronickým ovládáním. Spotřebič spadá do energetické třídy A a je vybaven senzorem plnění. Veškeré funkce vybírá uživatel otočným voličem, případně na integrovaném LCD displeji. Z programové výbavy patří mezi zajímavé položky intenzivní praní, program pro velmi špinavé prádlo a program pro méně špinavé prádlo. Odštěďování probíhá při rychlosti až 1300 ot./min.



Electrolux EWT1367VDW



Z nabídky švédského výrobce jsme do přehledu vybrali tento model, který překračuje stanovené tabulky a je ještě o 10 % úspornější než pračky v energetické třídě A+++. Najednou vypere až 6 kg prádla, které ždímá při rychlosti bubnu až 1300 ot./min. Kromě standardní programové výbavy obsahuje také parní programy pro osvěžení prádla či pro jeho následné snadné žehlení. Pro standardní praní slouží celá řada dalších položek, mezi kterými se nachází také rychlý 14minutový program. Veškeré funkce vybírá uživatel pomocí tradičního otočného voliče a LCD displeje. Pračka používá invertorový motor.

mocí tradičního otočného voliče a LCD displeje. Pračka používá invertorový motor.

Hotpoint ECOTF 1251 (EU)



Vrchem plněná pračka Hotpoint je určena k praní až 5 kg prádla. Na štítku má označení energetické třídy A+, přičemž odstřeďuje v třídě B při 1200 ot./min. V programové nabídce má rychlý 30minutový program Eco Saver, který pere ve studené vodě při pozmeněné rotaci bubnu. Z dalších programů stojí za zmínku Woolmark Platinum Care pro praní vlny, program na košile či na hedvábí. Pračka také disponuje přídatnými funkcemi pro odložení startu, přidání máchání či snadné žehlení. Mezi ovládacími prvky má také displej a při praní zase používá množstevní automatiku.

Lexikon

Pohyby bubnu

Moderní inteligentní pračky mají pro každý program, pro každý typ prádla jinak nastavený pohyb bubnu. Kromě detergentu a vody je právě otáčení bubnu tím, co má zásadní vliv na kvalitu praní. Výrobce musí najít kompromis mezi kvalitním odstraněním nečistot a snahou co nejméně prádlo namáhat. Mění se proto také často bubny a jejich perforce.

Volba detergentu

Někdo nedá dopustit na klasický sypký prášek, někdo zase na modernější tekutý. Pravda je, že na skupenství pracího prostředku tolik nezáleží, alespoň v případě standardních programů. Pokud ale chce uživatel používat nové extrarychlé programy na 15 či 30 minut, doporučujeme použití tekutého prostředku. Prášek se totiž nemusí za tak krátkou dobu dostatečně rozpustit.



Perfektní péče o prádlo s pračkami Whirlpool z Popradu

WHIRLPOOL PŘEDSTAVUJE ZCELA NOVÉ ÚZKÉ PRAČKY S PŘEDNÍM PLNĚNÍM, KTERÉ SE SVÝMI VLASTNOSTMI PLNĚ VYROVNAJÍ PRAČKÁM SE STANDARDNÍMI ROZMĚRY. NOVÉ MODELY SE DÍKY SVÝM KOMPAKTNÍM ROZMĚRŮM POHODLNĚ VEJDOU I DO MENŠÍCH PROSTOR A PŘITOM NABÍZEJÍ DOSTATEČNOU KAPACITU PRANÍ, AŽ 6 KG. PRODUKTY URČENÉ PRO EVROPSKÝ TRH SE VYRÁBĚJÍ V POPRADSKÉ TOVÁRNĚ SPOLEČNOSTI WHIRLPOOL.

Rozměry spotřebičů se staly jedním z důležitých parametrů při jejich výběru. Především v hustě obydlených metropolích se potřeby zákazníků kdekoli na světě podobají, jak potvrdila studie provedená oddělením Global Consumer Design společnosti Whirlpool, a to zejména pokud jde o technologie a domácí spotřebiče. Zákazníci obecně vyhledávají vynikající kvalitu a vysoký výkon spolu s kompaktní konstrukcí, která se jednoduše začlení mezi ostatní vybavení domácnosti.

Moderní praní

Od současné pračky očekává zákazník perfektní výsledky v péči o prádlo, a to i v případě malé domácnosti, respektive malého spotřebiče. Společné prádelny jsou už minulostí, a proto Whirlpool nadále pracuje na své řadě úzkých praček, zabírajících minimum

místa, ale starajících se s maximální péčí o prádlo. Zatímco vnější rozměry byly u nových modelů zmenšeny, bubnen je stále schopen pojmut až 6 kg prádla, což je kapacita dostatečná i pro větší rodiny.

Vynikající ochrana barev a tkanin s minimální teplotou

Nové úzké pračky disponují inteligentní technologií **6. smysl**, která automaticky přizpůsobuje prací cyklus tak, aby zabezpečila ten nejlepší možný výsledek praní. Snižuje tím spotřebu energie a vody až o 50 %. Široká škála nabízených funkcí zahrnuje také například program **Colours 15°**, se kterým dosáhnete při pouhých 15 °C stejného výsledku praní jako při pracím cyklu na 40 °C. Díky inovativní technologii Wave Motion s pohybem bubnu v obou smě-

rech je oblečení v bubnu rozloženo rovnoměrněji a prací prostředek se lépe dostává k místu znečištění. Proto lze teplotu snížit na minimum, a lépe tak ochránit i ty nejjasnější barvy. Nové pračky Whirlpool nabízí nejlepší energetickou účinnost ve své třídě, jsou zařazeny až do energetické třídy A+++. Díky funkci **Eco Monitor** má navíc spotřebitel perfektní přehled o spotřebě ihned po zvolení programu, zobrazí se pomocí LED diod na panelu.

Nová předem plněná úzká pračka Whirlpool AWS 63213

v energetické třídě **A+++** s kapacitou **6 kg** disponuje technologií **6. smysl Colours**, která ušetří čas i energii a přitom zachová pestrost barev oblečení. V nabídce je celkem 18 programů včetně **Colours 15°**, ručního praní, jemného prádla či rychlého 15minutového programu.



Philco PLD 1261 TL

V katalogu značky Philco se nacházejí dva modely vrchem plněných praček. Do přehledu jsme vybrali ten vyšší, který má navíc funkci odloženého startu. Jinak se od sebe v podstatě neliší. Pračka nese označení energetické třídy A+, pojme až 6 kg prádla a odstředí je maximálně při 1200 ot./min. Celkem u ní naleznete 11 programů včetně extrakrátkého a úsporného programu. Pro lepší přehled o času zbývajícím do konce programu má LED displej.



Siemens WP12T254BY

Vrchem plněná pračka značky Siemens je vybavena displejem a LED ukazateli pro snadné nastavení programu praní. Spotřebič nese energetický štítek s označením třídy spotřeby A++. Mezi programy najdete položky jako košile/halenky, rychlý/mix či ruční praní/hedvábní. Samozřejmostí jsou standardní programy pro bavlnu. Zvolit můžete také extra funkce pro lepší odstranění skvrn nebo ochranu proti pomačkání. Pračka používá množstevní automatiku, takže ovlivňuje průběh programu a spotřebu vody podle množství vloženého prádla. Odstřeďování probíhá maximálně při 1200 ot./min.



Indesit IWTE 71281 ECO EU

Od značky Indesit byl do produktového přehledu vybrán model s kapacitou na 7 kg prádla. Jedná se o pračku v energetické třídě A+, používající tichý bezuhlíkový motor. Při praní můžete volbou Eco Time zkrátit délku programu, případně zvolit funkci Energy Saver pro praní ve studené vodě s přizpůsobeným otáčením bubnu. Pračka používá množstevní automatiku a upravuje spotřebu podle množství vloženého prádla. Vybavena je velkým displejem a tradičním otočným voličem. Naleznete u ní také 3 sportovní programy a rychlý 15minutový program.



Whirlpool AWE 98612 ZEN

Pračka s novou funkcí 6th Sense Colours, která zajistí maximálně šetrnou péči o prádlo a jeho delší životnost. Volbou programu Colours 15 zahájíte praní při pouhých 15 °C, přičemž Whirlpool garantuje, že prádlo bude vypráno stejně kvalitně jako při 40 °C. Nižší teplota je ale k prádlu šetrnější a lépe pečuje o barevné oblečení. Do bubnu se vejde až 6 kg prádla, které pračka pere velmi úsporně, protože má senzor naplnění. Spadá také do řady spotřebičů Green Generation, které jsou ohleduplné k životnímu prostředí. Reflektuje to ostatně i energetická třída A+++. Programová nabídka čítá 14 položek, mezi nimi i rychlý 15minutový program nebo tichý noční program. Ždímat lze prádlo při až 1200 ot./min.

Lexikon

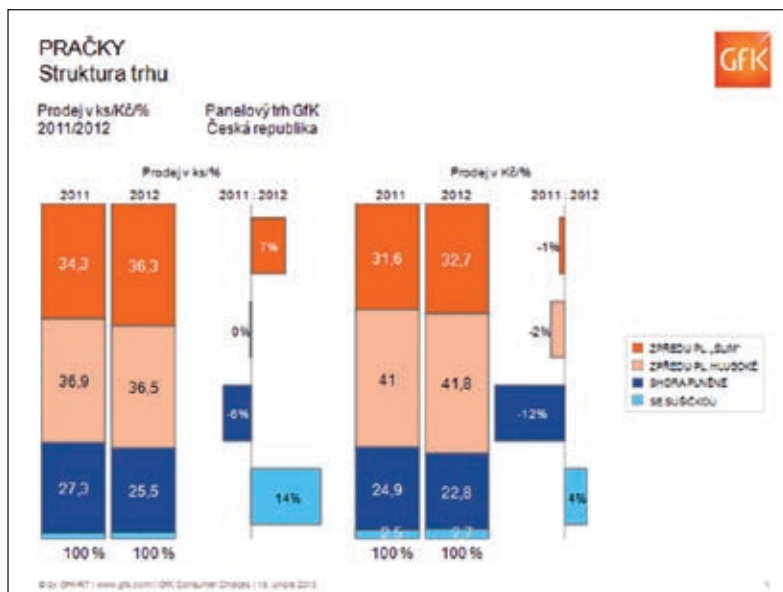
Dávkování prášku

Správnou dávku detergentu vloží do pračky naprosté minimum uživatelů. Většinou dávají lidé prášku „pro jistotu“ o něco víc, což ale prodlužuje a prodražuje celý prací cyklus. Znalost správného dávkování prášku může přinést uživateli drobné úspory. Některé vyšší modely předem

plněných praček nabízejí funkci odvážení prádla před začátkem samotného praní, takže uživateli na displeji řeknou, kolik prášku má vložit. Jiné mají již v úvodním článku zmiňovaný zásobník na tekutý detergent a dávkují ho samy, což je samozřejmě systém nej přesnější.

PRAČKY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

OBRAT PRAČEK SE ZA LOŇSKÝ ROK VE SROVNÁNÍ S PŘEDCHOZÍM ROKEM¹ DOSTAL 4 % DO ZÁPORNÝCH ČÍSEL, AČKOLI OBJEM PRODEJE ZŮSTAL VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH² MEZIROČNĚ ZHRUBA NA STEJNÉ VÝŠI. CENOVÁ EROZE PROSTOUPILA JAK SORTIMENT PRAČEK PLNĚNÝCH ZPŘEDU, TAK I SHORA, PRAČKY SE SUŠIČKOU NEVYJÍMAJE.



V souhrnu se praček prodalo za loňský rok o 1 % více než před rokem, zatímco obdobné srovnání o rok dříve skončilo s přírůstkem přesahujícím 10 %. Meziroční měsíční srovnání objemových prodejů zůstávalo v první polovině loňského roku kladné na rozdíl od jeho druhé části, zejména pak posledního měsíce v roce. V prosinci 2012 dosáhl meziroční pokles objemových prodejů praček 15 %, tržby se ve srovnání s prosincem předchozího roku snížily o necelou pětinu.

Struktura trhu

Meziroční nárůst objemu prodeje zaznamenaly mělké („slim“) pračky plněné zředu a dále výrobky se sušičkou. V hodnotě však rostly pouze pračky se sušičkou, které se na celkovém obratu skupiny podílely necelými 3 %. Naopak nejvyšším tempem klesly v objemu i obratu pračky plněné shora, které tvořily z celkových objemových prodejů komodu čtvrtinu.

Zpředu plněných mělkých praček se meziročně prodalo o 7 % více, hluboké provedení zůstalo na stejné úrovni prodejů. U mělkých výrobků však klesla ve větší míře průměrná cena³, což se negativně promítlo do vývoje tržeb – ty se meziročně snížily u obou segmentů s předním plněním v rozsahu 1 až 2 %.

Energetická účinnost

Trh praček se nadále přesouvá k modelům vyšších energetických tříd s rychlostí odstředování alespoň 1200 ot./min

a možností náplně těžší než 5 kg. Pračky s energetickou účinností A+++ dosáhly v loňském roce objemového podílu přes 10 %, na obratu se podílely již pětinou, což odpovídalo zhruba jeho zdvojnásobení ve srovnání s rokem 2011. Meziroční nárůst objemového i hodnotového podílu zaznamenaly i výrobky energetické třídy A++ a A+, naopak ustupujícím segmentem byly pračky s energetickou účinností A. Ty se v minulém roce na celkových tržbách praček podílely přibližně čtvrtinou.

Provedení praček: náplň, otáčky

Již dvě ze tří praček prodaných vloni na českém trhu byly určeny na více než 5 kg suchého prádla. Zájem o tyto výrobky roste jak na straně nabídky, tak i poptávky, což – vyjádřeno čísly – odpovídalo nárůstu objemového podílu o necelých deset procentních bodů. Do celkových loňských tržeb praček se tento sortiment promítl ze tří čtvrtin.

Z hlediska otáček byl v loňském roce objem trhu praček rozdělen přibližně na poloviny hranicí 1000 ot./min. Polovinu celkového loňského objemu prodeje praček představovaly modely s otáčkami vyššími než 1000 ot./min, jejichž hodnotový podíl se blížil k 60 %.

Meziroční nárůst zaznamenaly výrobky přesahující rychlost odstředování 1300 ot./min, které se na celkovém obratu praček podílely téměř z pětiny.

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

GfK Czech, oddělení Retail and Technology, kontinuálně monitoruje trh se zbožím dlouhodobé spotřeby v České republice a na Slovensku metodou panelového výzkumu. Jeho základem jsou pravidelně zjišťované údaje o prodejích konečného spotřebitele ze stálého reprezentativního vzorku maloobchodních prodejen. Více na www.gfk.cz a www.gfkrt.com, případně kontaktujte Zdeňka Bártu, Retail and Technology Directora (zdenek.barta@gfk.com).

¹ Není-li v textu uvedeno jinak, pak meziroční srovnání znamená období I-XII 2012 vs. I-XII 2011.

² Elektroprodeje, nespecializované prodejny (hypermarkety, cash & carry, obchodní domy a nespecializované čistě internetové prodejny), kuchyňská studia a prodejny nábytku.

³ Vážena počtem prodaných kusů.

Domácí ekonomika doznává pokrok? Kdepak!

ČESKÁ EKONOMIKA SE NACHÁZÍ OD ZAČÁTKU LOŇSKÉHO ROKU V RECESI. BOHUŽEL, ODHADY LOŇSKÉHO ČTVRTÉHO ČTVRTLETÍ UKAZUJÍ NA DALŠÍ POKLES HDP, PŘEDBĚŽNĚ O DALŠÍ DESETINU PROCENTA.

Opatrně optimistické prognózy

Příčinou jsou stále ještě dopady recese. Přesto nelze říci, že by se hospodářský pokles v české ekonomice systémově zhoršoval, spíše je to dáno nízkým počtem pracovních dní v loňském prosinci. Připomeňme, že poslední měsíc roku 2012 měl nejméně pracovních dní od počátku našeho sledování, tedy od roku 1998. Z meziměsíčního pohledu, a po očištění o sezonnost a pracovní dny, očekáváme růst ve stavebnictví a v maloobchodě. Mírný pokles by měly zaznamenat pouze exporty. Dá se tedy říci, že od druhého čtvrtletí je možné očekávat náznaky oživení. Spotřebitelská poptávka by měla zůstat utlumená, domácnosti patrně budou dále šetřit, a to v celé první polovině letošního roku. Opatrně v investiční aktivitě zůstanou i podniky. Celkový HDP by letos měl poklesnout o 0,1 procenta. Výraznější pozitivní příspěvek se dá čekat pouze od čistých exportů. Nicméně – v příštím roce by mělo pokračovat postupné ožívání české ekonomiky. Za celý rok 2014 by měl průměrný růst HDP České republiky činit 1,4 procenta.

Znehodnocování naší měny zpomaluje

Nejprve zaměříme pozornost na jeden z hlavních ukazatelů, na inflaci. Ta lednová konečně zpomalila růst. Na přelomu prvních dvou letošních měsíců činila 1,9 procenta. Připomeňme, že začátkem letošního roku statistici spočítali hodnotu o půl procenta vyšší. Růst cen se tak poprvé od září 2011 dostal pod dvouprocentní inflační cíl České národní banky. Za zpomalením meziroční inflace stojí především efekt vysoké statistické základny z ledna 2012, kdy došlo ke zvýšení dolní sazby DPH o čtyři procentní body. Současnost? Podle analytiků Economic and Strategy Research Jiřího

Škopa a Marka Dřímala poptávková inflace v české ekonomice neexistuje a inflační tlaky podle nich nepramení ani z trhu práce. Hlavním proinflačním faktorem se stal vývoj naší domácí měny, kterou centrální bankéři verbálními intervencemi tlačili až do únorového zasedání ke slabším úrovním. I přes slabší korunu by ovšem měla celková meziroční inflace dále zpomalovat z letošních průměrných 2,3 procenta (zde je ovšem po lednových číslech výrazné riziko směrem dolů) na 1,5 procenta v roce 2014. Jak se budou vyvíjet ceny? „Po očištění o účetní dopad změn daní letos očekáváme výraznější růst cen pouze u potravin a u regulovaných položek. Korigovaná inflace by se měla držet v záporných hodnotách. Podobně by tomu mělo být u pohonných hmot,“ řekl pro SELL Jiří Škop. K těmto slovům se patří dodat, že u ropy je třeba připomenout její nevyzpytatelný cenový pohyb a při zdražení pohonných hmot může být všechno jinak.

Koruna proti euru dále oslabí

Loňský dluh veřejných financí v době přípravy tohoto textu nebyl ještě vyčíslen, ale statistikové hovoří o necelých pěti procentech, snad to má být 4,9 procenta. Z toho 1,5 procentního bodu mělo být způsobeno jednorázovým započtením závazku, který stát slíbil církvím v rámci restituce. Letošní rok? Deficit, sestavený podle metodiky ESA95, by měl podle dostupných odhadů dosáhnout tří procent. Ministerstvo financí předpokládá hrubé výpůjční potřeby v roce 2013 ve výši 230,7 mld. korun, což představuje meziroční pokles o čtvrtinu.



S tím souvisí kurz české měny. ČNB bude jednoznačně požadovat, aby transparentní formování kurzových očekávání vedlo k tomu, že trh udělá práci za ni. Centrální bankéři by se tak vyhnuli realizaci přímých intervencí na devizovém trhu. Z tohoto důvodu prozatím není třeba vnímat brzké riziko intervencí. Taková situace by nastala v případě, že deflační tlaky zesílí a aktuální kurz nebude reagovat. V našem hlavním scénáři můžeme předpokládat postupné oslabování koruny směrem k hladině 26 korun za euro až někdy ve druhé polovině letošního roku. S tímto názorem se ztotožňují i centrální bankéři. A ještě akcie. „Société Générale očekává, že v následujících kvartálech překonají zisky evropských akcií americké indexy. Náš odhad pro index PX je pozitivní. Očekáváme, že pražský index PX letos posílí zhruba

o 11 procent na 1132 bodů. To vše při dividendovém výnosu necelých 5 procent," řekl naší redakci analytik Societě Miroslav Frayer.

Jak je na tom běžný účet?

Běžný účet platební bilance v prosinci vykázal ještě hlubší deficit, než předpovídaly i nejpesimističtější odhady. Schodek dosáhl výše 24,30 mld. korun. Za celý loňský rok pak běžný účet skončil v deficitu 90,34 mld. korun, což znamená zlepšení oproti roku 2011 o necelých 20 mld. V relaci k HDP se schodek běžného účtu snížil z 2,8 na 2,3 procenta. Bilance běžného účtu se v loňském roce zlepšila díky obchodní bilanci, která byla v meziročním srovnání příznivější o 50 mld. českých korun. Ostatní složky se meziročně zhoršily – bilance služeb o 15 mld., bilance výnosů o 11 mld. korun. Výrazně se v loňském roce vylepšil kapitálový účet. Z aktivního salda na úrovni 14,7 mld. vzrostl na 55,5 miliardy korun. Naopak u finančního účtu analytici zaznamenali výrazné zhoršení, účet poklesl o 66 mld. CZK. V rámci přímých investic byl registrován příliv přímých zahraničních investic, a to v objemu 184,7 mld. korun. Připomeňme, že v roce 2011 to bylo ještě 75,2 mld. Výsledek byl zhruba z jedné třetiny zapříčiněn prosincovou statistikou, kdy v posledním měsíci činil příliv 63,5 mld. CZK. Podle ČNB to bylo ovlivněno splacením úvěru tuzemskému podniku v rámci skupiny zahraničního investora. Podle odhadu bankéřů Komerční banky by příznivé trendy na běžném účtu platební bilance měly přetrvávat i v letošním roce.

Vazba na německou ekonomiku

Česká průmyslová výroba za posledních dvanáct měsíců poklesla o 5,8 procenta. Výhled pro další měsíce není příznivý a to platí zejména pro automobilový průmysl. Příčinu je možno vidět v klesajícím trendu registrací aut v Německu. „Na české zahraniční bilanci s automobily se to prozatím příliš neprojevuje, nicméně nakonec k výraznějšímu zhoršení dojít musí. Na druhou stranu se alespoň vylepšuje situace u našeho největšího obchodního partnera, což naznačují německé hospodářské indikátory," řekl nám ekonom Komerční banky Marek Dřímál a svá slova doplnil o statistiku. „Německé tovární objednávky byly v listopadu 2012 meziročně nižší již jen o 0,2 procenta, když ještě v polovině loňského roku tyto časové propady dosahovaly téměř 8 procent." Co z toho plyne? Celkově se dá očekávat, že se česká průmyslová výroba v prvním čtvrtletí mezikvartálně sníží o 0,2 procenta. Teprve od druhého čtvrtletí se dá očekávat začátek cyklického oživení. Tomu by měla napomoci i již vzpomenutá slabší koruna vůči euru, takže by měly vzrůst naše exporty. V celoročním vyjádření by ale měl průmysl zaznamenat pokles o 1,9 procenta.

Útlum stavebnictví by již neměl pokračovat

Hodně nahlas se v těchto dnech skloňuje nepříznivá situace ve stavebnictví. Tento obor se v prosinci 2012 meziročně propadl o 17,3 procenta. A chtělo by

se dodat, že opět. Výrazný pokles byl zaznamenán i na očištěných datech, statistikové jej vyjadřují minusovou hodnotou 14,1 procenta. Některé údaje však naznačují, že pomyslného dna již bylo dosaženo a můžeme očekávat obrát. Například aktivita v sektoru se meziměsíčně zvýšila o 2,2 procenta. Problémy stavebního sektoru jsou ale dlouhodobé a odrážejí nízkou výkonnost české ekonomiky. Příčinu je možno spatřovat v nižší investiční aktivitě soukromého sektoru, ale též ve škrtech některých veřejných výdajů (př. na infrastrukturní projekty). Současnou složitou situací ve stavebnictví dokládá i vývoj zaměstnanosti. Průměrný evidenční počet zaměstnanců v podnicích s 50 a více zaměstnanci se v prosinci meziročně snížil o 4,1 procenta. Počet vydaných stavebních povolení byl v prosinci meziročně o 7,1 nižší a orientační hodnota nově povolených staveb vzrostla o 27,3 procenta. Za celý rok 2012 poklesla stavební aktivita o výrazných 6,5 procenta, ale v současnosti se již dá hovořit o světlíku na konci tunelu. V posledních měsících jsou totiž v sektoru patrné známky stabilizace, což by mělo pokračovat. Letos tedy očekáváme mírný růst stavební výroby. Analytik Komerční banky Marek Dřímál hovoří o 2,7 procenta, v příštím roce by měl vzestup činit další jedno procento. U infrastrukturních projektů bude klíčové směřování vládní politiky, rezidenční výstavbu by pak v roce 2014 měla podpořit zlepšující se výkonnost domácí ekonomiky.

Nejlepší je u nás Poštovní spořitelna

Společnost SANEP provedla mezi klienty bankovních domů průzkum. Týkal se osmi největších bank působících na našem území. Hodnoceny byly parametry, jako jsou počet poboček, dostupnost bankovních ústavů pro handicapované osoby, nabídka účtů, možnost obsluhy přes internet a další. Nejlepšího hodnocení dosáhla Poštovní spořitelna – ERA. Více údajů, sestavených z průměru hodnocených parametrů, přináší tabulka.

Poštovní spořitelna – ERA	3,3
Česká spořitelna	3,2
Komerční banka	3,0
Raiffeisenbank	2,9
mBank	2,9
ČSOB	2,9
GE Money Bank	2,8
UniCredit Bank	2,8

Miroslav Hruška





Vždy lepší

INOVACE HRAJE DŮLEŽITOU ROLI PRO KAŽDOU ZNAČKU, ALE SETKÁME SE S MNOHA ROZDÍLY, RŮZNÝMI ASPEKTY A RŮZNÝMI POHLEDY NA VĚC. ZAJÍMALO NÁS, JAK O VÝVOJI PRODUKTU PŘEMÝŠLÍ PRÉMIOVÁ ZNAČKA. VZHLEDEM K TOMU, ŽE KOMUNIKACE S ČESKOU POBOČKOU MIELE JE PONĚKUD PROBLEMATICKÁ, POVÍDALI JSME SI S GÁBOREM PAPPEN, SALES A MARKETINGOVÝM ŘEDITELEM SPOLEČNOSTI MIELE V MAĎARSKU.

Očekává spotřebitel v případě prémiové značky, že budou mít výrobky ty nejnovější inovace?

Samozřejmě že jsou inovace důležité pro prémiové značky, a to i pro Miele, mít inovativní výrobky. Společnost Miele prezentovala inovace v průběhu své historie a nic se na tom od jejího počátku nezměnilo. Dobrým příkladem je naše nová generace řady vestavných spotřebičů 6000, kterou brzy představíme. Tyto výrobky mají intuitivní ovládání, které je na trhu unikátní. Náš slogan „immer besser“ zna-

Always better

INNOVATION PLAYS AN IMPORTANT ROLE FOR EVERY BRAND, BUT THERE ARE DIFFERENCES, DIFFERENT ASPECTS AND DIFFERENT POINT OF VIEWS. WE WANTED TO KNOW HOW A PREMIUM BRAND THOUGHT ABOUT A PRODUCT DEVELOPMENT. SINCE THE COMMUNICATION WITH THE CZECH OFFICE IS SOMEWHAT PROBLEMATIC WE TALKED WITH GÁBOR PAPP, SALES AND MARKETING MANAGER OF HUNGARIAN BRANCH OFFICE OF MIELE.

In case of a premium brand does consumer expect that the products feature the newest innovations?

Of course it is very important for a premium brand, even in case of Miele, to have innovative products. Miele always presented innovation during its history and it hasn't changed since the beginning. Good example is our new generation 6000 built-in range, which will be introduced soon. These products have an intuitive control which is unique on the market. Our slogan is „immer besser“ means always bet-



ter, so it is essential for us to come up with new features. But Miele is a result oriented brand, it is not enough to create new things, it has to be better than the previous solution and it has to offer advantage for end-users. Our clients are aware of it, they know that they get a working system, not an empty promise. If we start a development then our goal is the best result, so Miele is able to open doors for new categories such as steam ovens in the past or our new ironing system Fashion Master, which was recently presented in Europe. If an innovation does not bring a full improvement then we don't integrate it into our models, but if it gets into the machines, then it works for sure and the end-users will be satisfied with it. This is what our consumer expects.

Are consumers who buy high end models more aware than the average consumers?

To buy a high quality, reliable product is the awareness itself. Consumers pay more so they expect more when they buy Miele products. Usually they think of it not as shopping but as an investment which will return during the use and lifetime of the purchased machine. We always get feedbacks from end-users that the food is more delicious, clothes is cleaner since they started to use our products... We usually hear a common saying: "I am not rich enough to buy cheap things." This is borne out by the fact that we won several tests in the last few months in Germany with our oven, vacuum cleaner and washing machine.

Which is currently the proudest innovation of Miele?

The proud is not so positive connotation. It gives a reason to become uppity. But it was a very good feeling to be Miele employee at LivingKitchen expo in Köln when we saw the result of our common work – the new built-in range. I don't want to highlight one innovation since there is lot of them. More healthy food, cleaner clothes or shining glasses are the most important. So let's keep „immer besser“; we have to be better every day, we have to do our job better than earlier. We have to learn and improve ourselves continuously and we have to create real value. This is Miele. This is the innovation which has been around for more than 100 years. So innovations are around us every day as changes and renewal are too.

In my opinion a long term development has to be based on stable foundations. Every step on the way of improvements should include real value. This is the secret of Miele brand.

mená stále lepší, vždy lepší, takže je nezbytné, abychom přicházeli s novými funkcemi. Miele je ovšem značkou zaměřenou na výsledek, takže nestačí jen vytvářet nové věci. Musí být lepší než ty předchozí a musí nabídnout uživateli nějaké výhody. Naši zákazníci jsou si toho vědomi a vědí, že pořizují funkční systém, nikoliv jen prázdný slib. Když začneme něco vyvíjet, naším cílem není nic jiného než nejlepší výsledek. Společnost Miele takto otevřela dveře novým kategoriím, jako jsou parní trouby a nově náš žehlicí systém Fashion Master, který jsme v Evropě nedávno představili. Pokud inovace nepřináší kompletní vylepšení, neimplementujeme ho do našich spotřebičů. Když se do našich spotřebičů dostane, znamená to, že opravdu funguje a koncoví uživatelé s ním budou spokojeni. Toto od nás zákazníci očekávají.

Jsou spotřebitelé, kteří kupují ty nejkvalitnější spotřebiče, uvědomělejší než běžní zákazníci?

Koupě vysoce kvalitního a spolehlivého výrobku je uvědomělostí sama o sobě. Spotřebitelé platí více, takže při koupi spotřebičů Miele mají vyšší očekávání. Obvykle to nepovažují za nakupování, ale za investici, která se jim během používání a životního cyklu spotřebiče vrátí. Často se setkáváme s ohlasy, že je jídlo lepší a oblečení lépe vyprané od chvíle, co začali používat naše spotřebiče. Slýcháme také známé rčení: „Nejsem tak bohatý, abych si mohl kupovat levné věci.“ Důkazem toho je skutečnost, že jsme během posledních měsíců vyhráli několik testů v Německu. A to s naší troubou, vysavačem a pračkou.

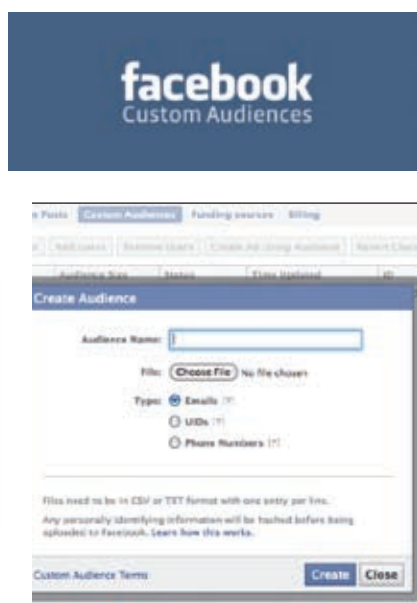
Na kterou inovaci jste v současnosti nejvíce hrdí?

Hrdost nemá zcela pozitivní konotace. Může zavdat k tomu, aby se stal člověk povýšeným. Nicméně jsem měl opravdu dobrý pocit z toho, že jsem zaměstnanec Miele, když jsem byl na veletrhu LivingKitchen v Kolíně nad Rýnem a viděl jsem výsledek naší společné práce – novou řadu vestavných spotřebičů. Nechci nadřazovat jednu inovaci nad ostatní, protože jich je opravdu hodně. Zdravější jídlo, čistější oblečení a zářivější skleničky patří k tomu nejdůležitějšímu. Pojďme se držet hesla „immer besser“. Musíme se zlepšovat každý den a pracovat lépe než doposud. Musíme se neustále učit a pracovat na sobě, abychom vytvářeli skutečné hodnoty. To je Miele. To jsou inovace, které přinášíme na trh už více než 100 let. Inovace jsou okolo nás denně, stejně jako změny a nové věci.

Zastávám ten názor, že dlouhodobý vývoj musí mít stabilní základy. Každý krok k cestě ke zlepšení musí obsahovat skutečnou hodnotu. V tom se skrývá tajemství značky Miele.

Jak si na Facebooku vytvořit vlastní publikum pro cílení reklamy

NEJVĚTŠÍ SOCIÁLNÍ SÍŤ FACEBOOK UMOŽŇUJE SVÝM UŽIVATELŮM Z ŘAD MARKETINGOVÝCH SPECIALISTŮ CÍLIT NA UŽIVATELE REKLAMU PODLE MNOHA RŮZNÝCH UKAZATELŮ. OD VĚKU A POHLAVÍ PŘES LOKALITU A POUŽÍVANÝ JAZYK AŽ PO ZÁJMY. EXISTUJE ALE TAKÉ JEDEN NE AŽ TAK ZNÁMÝ ZPŮSOB, JAK SI ZVOLIT SVÉ PUBLIKUM ÚPLNĚ NEZÁVISLE. A S NEDÁVNÝM ROZŠÍŘENÍM NAVÍC PODLE TĚMĚŘ LIBOVOLNÝCH KRITÉRIÍ.



V úvodu zmiňovaný nástroj se jmenuje Custom Audiences a vhod přijde hlavně větším firmám, které o svých zákaznících mají své vlastní záznamy v tzv. CRM systémech (customer relationship management). Je libo zacílit na zákazníky, kteří byli dříve pravidelnými nakupujícími, ale dlouho o sobě nedali vědět? Nebo snad zaměřit reklamou nového produktu na ty, kteří o novinky nebo třeba o podobný typ zboží projevovali před časem zájem? S Custom Audiences to není problém. Takové publikum si přes reklamní nástroj Facebooku nazvaný Power Editor může vytvořit doslova každý, kdo má o svých zákaznících potřebné informace. Nejpotřebnějšími jsou pak v tomto ohledu tři údaje, podle kterých dokáže Facebook vytipované osoby najít mezi svými uživateli – e-mailová adresa, telefon nebo uživatelské ID na sociální síti.

Jak na to

Pokud jde o postup tvorby vlastního publika, ten je jednoduchý. Marketér vytipuje osoby, na které chce zacílit, a zvolí si způsob jejich identifikace ze strany Facebooku. Ideální je uživatelské ID, jak už bylo

řečeno, ale firmy jej budou mít nejméně často, takže běžnější variantou bude telefon nebo e-mail. Tyto údaje nahraje do Power Editoru, který je následně odešle Facebooku. Nutno zmínit, že v případě e-mailů a telefonů jde o chráněné osobní údaje, a proto je Power Editor nepředává jako takové, ale podle speciálního postupu je tzv. zahazuje. Mezi výhodami hashování je, že není možné se zpětně dostat k původnímu řetězci znaků.

Facebook poté vybere uživatele, kteří do požadovaného publika spadají. V případě uživatelského identifikačního čísla je to nejjednodušší a také je maximální šance, že se podaří dohledat všechny uživatele. V případě dalších dvou variant Facebook porovnává každý obdržený hash s hashem vytvořeným stejným způsobem, který vznikl z údajů dodaných daným uživatelem Facebooku. Pokud najde shodu, přidá uživatele do poptávaného publika. Největším rizikem u těchto případů je, že uživatel má na Facebooku uvedeny jiné kontaktní údaje než v CRM systému, takže se ho nepovede najít. Každopádně ve chvíli, kdy je Facebook hotový s párováním, je připraveno také

příslušné publikum a marketér na něj může od té chvíle kdykoliv zacílit reklamu, samozřejmě i se současným využitím všech klasických možností cílení na největší sociální síti naznačených výše.

Práce pokračují

Tento systém funguje přibližně od loňského září a během února se dočkal jednoho významného vylepšení. Facebook spojil síly s několika firmami, které se specializují na tvorbu spotřebitelských profilů, a to na základě všeho, co se jim podaří o spotřebitelích zjistit – věrnostní programy ze supermarketů, informace o nákupech z e-shopů, záznamy cookies o surfování na webu a podobně. Právě přes tyto partnery (Epsilon, Datalogix, Acxiom a BlueKai) si marketér může nechat vytvořit publikum, aniž by měl vůbec nějakou vlastní databázi. Omezen je pouze tím, co o „svých“ spotřebitelích (a o kterých konkrétně – je totiž otázka, zda mají profily i například evropských nebo dokonce asijských obyvatel) příslušný partner Facebooku ví.

Jindřich Lauschmann
redaktor tyinternety.cz

Denně čerstvý chléb z domácích pekáren DOMO

PROBUDIT SE KAŽDÝ DEN DO VŮNĚ PRÁVĚ DOPEČENÉHO CHLEBA, TO NENÍ SEN, ALE REALITA, KTEROU MŮŽE ZAŽÍT KAŽDÝ, KDO SI POŘÍDÍ AUTOMATICKOU DOMÁCI PEKÁRNU CHLEBA.



Domácí pekárny se začaly na českém trhu výrazněji prosazovat od roku 2006, kdy se na trhu objevilo několik prvních značek s jednohádovými modely. Téma domácího pečení chleba se také začalo častěji rozebírat v médiích a zájem spotřebitelů postupně rostl. Už tehdy nabízela značka DOMO 5 modelů pekáren. Západoevropský trh byl tehdy o několik let napřed a jako belgická značka se mohlo DOMO chlubit pozicí předního evropského výrobce. Zmíněné pekárny firma nabízela na domácím belgickém, ale i německém, holandském a francouzském trhu. Z Německa se tehdy dostaly výrobky DOMO také na český trh. První modely pekáren DOMO disponovaly 11 přednastavenými programy včetně možnosti výroby marmelády. Používaly už tehdy motory s nízkou hlučností. V roce 2007 ale přišla značka DOMO s novinkou v podobě prvního dvouhádového modelu, který se stal v té době nejžádanější pekárnou, a tehdy se poprvé stalo, že poptávka značně převýšila nabídku. Objednávky z prosince 2007 proto byly vyřízeny až v lednu 2008. Poté už poptávka postupně slábla s tím, jak došlo k nasycení trhu. V současnosti nabízí DOMO 5 typů pekáren a zůstává vedoucí značkou na evropském i českém trhu.

Současné pekárny

Co všechno dnešní pekárny umí? Předně je to kvalitní vyhnětení, vykynutí a upečení chleba, pouhé upečení jakéhokoli pokrmu, možnost nastavení vlastního programu a jeho uložení do paměti pekárny, paměť programu při výpadku proudu, možnost ohřevu již hotového jídla, hnětení těsta, míchání a sterilizace marmelády a některé jiné malé dodatečné funkce.

Jedním z hlavních pomocníků v používání pekáren v českých domácnostech se stala nabídka hotových chlebových směsí, které zásadně ovlivnily výsledky pečení. K pekárnám DOMO



se přikládají zdarma 2 balíčky těchto chlebových směsí, aby si i začátečníci mohli ověřit správnou funkci pekárny a upéci dobrý chléb. DOMO dodává na trh 13 druhů těchto hotových směsí, kam stačí přilít jen vodu a pak již jen zapnout pekárnu. Výsledek je vždy perfektní a časová náročnost minimální. Prodejci domácích spotřebičů tak mohou do své nabídky zařadit i tyto směsi a přilákat zákazníky po prodeji pekárny zpět do obchodu.

Nabídka

Jak už bylo zmíněno výše, DOMO nabízí aktuálně 5 modelů pekáren. Vlajkovou lodí je dvouhádová pekárna B3990 v nerezovém provedení. Používá senzorové ovládání a LCD displej pro snazší nastavení. V menu najdete 12 programů, které upečou chleba o hmotnosti 500 až 1 400 g. Dále je k dispozici ještě dvouhádový model B3957, jenž obdržel v časopise dTest loni v září hodnocení „dobrá kvalita“, a trojice jednohádových pekáren B3970, B3980 a B 3985. Pro více informací o pekárnách navštivte webové stránky DOMO.

Hravost je člověku vrozená

SOCHAŘKA, KERAMIČKA A DESIGNÉRKA ALEXANDRA KOLÁČKOVÁ JE SVÝM DÍLEM NEZAMĚNITELNÁ. RUKOPIS ATELIÉRU LZE SNADNO ROZPOZNAT PODLE VELKÝCH KERAMICKÝCH PLASTIK VÝRAZNÝCH BAREV.



K práci s hlínou se dostala v keramickém ateliéru na vysoké škole a o několik let později založila s budoucím manželem Jiřím Kolářkem vlastní keramickou dílnu, která se postupně stala uměleckým ateliérem. V posledních dvaceti letech se zabývá hlavně výtvarnými projekty řešení veřejného prostoru a také zakázkami soukromých investorů. Ateliér sídlí v objektu původní továrny v Janově nad Nisou v Jizerských horách.

„Vlastní dětství si v sobě neneseme jen jako vzpomínku, je podvědomou součástí naší osobnosti po celý život. Hravost, na kterou apelujeme ve svých dílech, je více či méně vrozena každému člověku. To, že na ni pod návalem denních starostí a přání dospělého věku zapomínáme, neznamená, že v nás není přítomna. Potřebujeme ji pouze čas od času projevit. Stačí inspirující prostředí, nečekaný zrakový nebo hmatový vjem a začne to fungovat,“ vysvětluje Alexandra Koláčková.

Vše si pak dokonce ověřuje v praxi. Společně s manželem se vrací po čase na místa, kde jsou jejich sochy umístěny,

aby viděla, jak žijí svým vlastním životem, a čerpá z toho zkušenosti a podněty do další tvorby.

„Máme radost, když vidíme bezprostřední reakce a nové hry dětí i dospělých. Mnozí se s našimi sochami fotí, mají chuť na ně vylézt nebo je prostě jen tak objímají,“ dodává.

Jeden z nejznámějších projektů ateliéru manželů Koláčkových najdeme v pražských sadech na Letné, kde vznikl na místě starého nefunkčního dětského hřiště nový výtvarně řešený barevný prostor. Stádo velkých barevných zvířat mezi stromy v oblíbeném místě setkávání Pražanů i turistů v parku u Letenského zámku zde nepřestává fascinovat děti i dospělé.

„V mém pojetí jsou zvířata lesklá, oblá a hladká na omak, výrazně barevná a druhově nespecifikovaná. To, jak doufám, zvyšuje zájem a emocionální přitažlivost a uvolňuje fantazii a chuť ke hře s nimi,“ vysvětluje svůj záměr autorka. Nicméně modelování z hlíny, manipulace během jednotlivých fází výroby a instalace soch jsou tvrdou fyzickou prací,



Keramické sofa z Mánesu

Pro soukromé investory a milovníky designu připravuje ateliér kolekci autor-
ských keramických sofa.

překračující fyzické možnosti jednoho člověka. Jak takovouto práci zvládá křehká žena? V rozhovoru vysvětluje, že výtvarník se neobejde bez dobrého



týmu a technického i prostorového zá-
mě. Potřeba zakázek úspěšného ateliéru
si vynutila založení vlastní stavební fir-
my, která garantuje kompletaci a insta-
laci projektů.

A jakým způsobem vlastně takové velké
dílo vzniká? „Tvorba začíná prvotním ná-
padem a přemýšlením o prostoru, kam
mají být sochy umístěny; pak následují
skici a náčrtky a nikdy nekončící debaty
o možných řešeních. S manželem jsme
oba do práce tak ponořeni, že ani neví-
me, která myšlenka je ve výsledku moje
a která jeho, a ani to nijak zvlášť neře-
šíme. 3D vizualizace, následují modely
a nosné konstrukce, na které se pak
nanášejí velké množství keramické hlíny
– to jsou další fáze tvůrčího procesu.
Sochy modelujeme většinou vcelku
a rozřezáváme je na menší stavební díly.
Po vysušení a vypálení v peci, glazování
a opětovném výpalu seskládáme plas-
tiku dohromady,“ popisuje začátek pro-
cesu Alexandra Koláčková a dále pokračuje
její manžel: „Vnitřek velkých plastik
se vyztuží betonovou směsí a železnou
armaturou podle statické studie. Pro
výrobu používáme speciálně upravenou
keramickou šamotovou hlínu a stan-
dardně stejný postup i ověřený spojovací
materiál, abychom mohli garantovat po-
žadavky investora na odolnost a trvanli-

vost artefaktů ve
venkovním pro-
středí. Poznatky
tradičního kera-
mického řemesla
dále doplňujeme
o vlastní postupy
práce. Hledáme
stále nové a nové
výrazové i tech-
nické možnosti.
Dalo by se říci, že
hledání a hra se
neodráží jen ve

výtvarném výrazu velkých hraček, ale
jsou vlastně všudypřítomné ve všech fá-
zích tvorby našeho ateliéru.“

Brány torii: Námět velkých keramických
bran byl inspirován celkovým japonským
konceptem nového parku, tak jak jej na-
vrhl West 8 Urban Design & Landscape
Architecture. Sochařka přetransforma-
vala svým charakteristickým způsobem
tradiční prvek japonské architektury
– brány torii, které se stavěly v historii
před vstupy do šintoistických chrámů,
jež svou filozofií měly velmi blízko k pří-
rodě. Tyto novodobé brány tvoří vstup
do parku, představujícího oázu přírody
v zastavěné městské části.

Výtvarný projekt v nizozemském Nij-
megenu. Jedná se o velkou venkovní



Alexandra Koláčková

Poprvé se dostala k práci s hlínou v keramickém ateliéru na vysoké škole.

S Jiřím Kolářkem založila v roce 1989 keramickou dílnu, která se postupně stává uměleckým ateliérem. V posledních 15 letech se zabývá hlavně výtvarnými projekty řešení veřejného prostoru, občas i zakázkami soukromých investorů. Ateliér sídlí v objektu původní továrny v Janově nad Nisou v Jizerských horách.

lavici, umístěnou v komplexu Thermion
před moderním polyfunkčním zdravot-
ním střediskem, přebudovaným ze staré
továrny Philips. Součástí komplexu je
i park, ke kterému směřuje autorčino
keramické sezení. Zároveň lavice oddělí
prostor pro venkovní zahrádku budoucí
restaurace. Přebudování technické pa-
mátky na moderní objekt sloužící míst-
ním obyvatelům je součástí rozsáhlého
a velkorysého urbanistického projektu
města Nijmegenu, kde kromě obytných
domů pro 40 tisíc lidí vzniká současně
i celá infrastruktura a systém nových
mostů a regulačních opatření proti roz-
vodňování řeky Waalu (rameno Rýna).

Vlastimil Růžička



Čistý a zdravý vzduch zn. snadno a rychle

KVALITA VZDUCHU VE MĚSTECH A PŘEDEVŠÍM POTOM VE VNITŘNÍCH PROSTORECH JE VĚTŠINOU VELMI NÍZKÁ. PŘITOM MÁ VZDUCH, KTERÝ DÝCHÁME, PŘÍMÝ VLIV NA NAŠE ZDRAVÍ. CESTOU, JAK HO VYČISTIT, PŘÍPADNĚ BOJOVAT PROTI RŮZNÝM CHŘIPKOVÝM EPIDEMIÍM, JE POŘÍZENÍ ČISTIČKY, RESPEKTIVE ZVLHČOVAČE VZDUCHU.

Leckdo si myslí, že nejméně kvalitní vzduch dýcháme v centrech rušných měst, u průmyslových zón nebo vedle frekventovaných silnic. V některých případech to tak skutečně být může, ale obecně platí, že v uzavřených místnostech se nachází až 10× horší vzduch než venku. Víří se v něm roztoči, mikroorganismy, bakterie, viry, domácí prach a další většinou okem nespavitelné ne-

čistoty. Představa, že v domku u lesa dýcháme kvalitní a naprosto čistý vzduch, je proto zcela mylná, ačkoliv nelze popřít, že v centrech velkých měst je kvalita ještě horší. Mělo by proto být v našem zájmu s kvalitou vzduchu doma či v kanceláři něco dělat. Jednoduché řešení tvoří čističky vzduchu. Na trhu jich je mnoho a stojí na různých technologiích, které nyní představíme.

JAK NA ČISTÝ VZDUCH

Proces čištění vzduchu není jednoduchý, protože z něho chceme odstranit různé typy nečistot, případně i pachy. Čističky proto často kombinují různé technologie, aby dosáhly kýženého efektu. Mnoho výrobců sází na známé HEPA filtry, které se používají například i ve vysavačích. HEPA filtry dokážou zachytit velice malé částice nečistot včetně mikroorganismů, takže čistí vzduch velmi dobře. Nemohou ovšem zachytávat pachy. O ty se mohou postarat čističky s ozonovou technologií, která velmi účinně eliminuje mikroorganismy – ozón doslova sterilizuje vzduch. Jelikož je ale ozón jedovatý, přistupují někteří zákazníci k těmto čističkám s nedůvěrou. Před lety je v tom ještě podpořila aféra, když se v Americe přišlo na to, že některé modely porušují limit pro množství vypouštěného ozónu. Současné ozonové čističky už takovými problémy netrpí a jsou bezpečné. Mikroorganismy ničí také ultrafialová technologie.

Častým prvkem u čističek vzduchu je takzvaný ionizátor, který vypouští do vzduchu záporné ionty, působící pozitivně na psychiku i zdraví. Spotřebiče, počítače a další technika vypouští kladně nabití ionty – člověk má v takovém vzduchu pocit, že se mu hůře dýchá. Zápornými ionty je vzduch nabitý například bouřkou, kdy naopak zaznamenáte příjemný a dobře dýchatelný vzduch. Kromě toho způsobují záporné ionty shlukování prachových částic či pylů, takže je pak filtrační systém snáze zachytí.

ZVLHČOVAČE

Dalším neduhem v domácnostech, který se týká především zimních měsíců, je příliš suchý vzduch. Lidé dříve často dávali na topení pomerančovou kůru či kupovali výparníky vody, které se na topení zavěsily. Šlo ale o neefektivní, spíše symbolický způsob zvlhčování vzduchu. Pokud chcete dosáhnout pro člověka optimální vlhkosti vzduchu kolem 50 %, bez zvlhčovače se neobejdete. Přesušený vzduch totiž pomáhá šíření některých nemocí, například chřipky. Zvlhčovače se dělí primárně na parní a ultrazvukové. Blíže se na jednotlivé modely podíváme v následujícím přehledu.



AIRBI PURE

Čistička nabízená v nenápadné černé a extravagantní růžové metalíze poskytuje dostatečný výkon pro čištění vzduchu v místnostech o velikosti až 46 m². Používá jak prachový, tak pachový senzor, které nastavují její chod. O samotnou filtraci se stará HEPA filtr s vysokou účinností, aktivní uhlíkový filtr, který likviduje pachy, látkový filtr s uhlíkovými vlákny, pomáhající zachytávat další škodlivé látky, jako benzen, a nano-fotokatalyzátorový filtr, který spolu s UV lampami rozkládá nebezpečné plyny bez druhotného znečištění vzduchu. Přístroj má také ionizátor, vytvářející záporně nabitě ionty.

BIONAIRE BAP1700

Čistička vzduchu značky Bonaire má tradiční věžovitý tvar a používá hned několik technologií k čištění a zlepšování kvality vzduchu. V první řadě filtruje vzduch přes takzvaný PERMAtech filtr (typu HEPA), jehož účinnost je až 99 %. Výhodou je, že se nemusí měnit, pouze ho stačí jednou za čas vyčistit. Čistička má dále samostatně ovládaný ionizátor a nepostrádá ani čidlo kvality vzduchu, které automaticky nastavuje její výkon v závislosti na znečištění vzduchu. Stav filtrů elektronicky indikuje a používá 3 rychlostní ventilátor. Mezi další funkce patří časovač po 2, 4, 6 a 8 hodinách – lze zvolit i trvalý provoz. Doporučená je pro místnosti do 34 m².



DE'LONGHI AC 230

Loni na podzim představená a na český trh uvedená čistička vzduchu italského výrobce používá takzvaný AQS systém, který kontroluje průběžně kvalitu vzduchu. Dle barevnosti LED diod umístěných ve vzduchových výpustích na čelní straně pozná uživatel, zda je vzduch v místnosti velmi znečištěný, znečištěný, nebo čistý. Ve výbavě nemohou chybět plynový a prachový senzor ovládající výkon větráku, TiO₂ filtr doplněný o UV světlo, HEPA filtr a uhlíkový filtr. Čistička tak eliminuje jak prachy, tak nečistoty a mikroorganismy. Integrovaný ionizátor zase neutralizuje prachové částice či kouř. Při zapnutí můžete použít časovač pro vypnutí po 1, 2, 4 nebo 8 hodinách. Čistička je vhodná pro místnosti o velikosti až 80 m².

DAIKIN MC70L

Z nabídky japonského výrobce jsme do přehledu zvolili tuto čističku, která odstraní díky technologii Flash Steamer až 99,6 % alergenů všeho druhu. Účinně také odstraňuje cigaretový kouř a pachy. Filtrační soustava se skládá z prachového předfiltru, zachytávajícího největší částice, dále ze zmiňované jednotky Flash Steamer generující vysokorychlostní elektrony, které rozkládají sloučeniny, jako jsou pachy, a konečně nano-fotokatalyzátorového TiO₂ filtru. Poslední dvě jmenované filtrační vrstvy rozkládají nebezpečné plyny a jsou 300× účinnější než aktivní uhlíkové filtry. Tento filtr se navíc regeneruje a není nutné ho měnit. Nechybí ani plazmový ionizátor, urychlující shlukování a sedimentaci prachových částic. Čistička je určena do místností o velikosti až 46 m².

BIONAIRE BWM5251

Tento zvlhčovač používá ke zvýšení vlhkosti vzduchu v místnosti teplou sterilní páru, přesněji řečeno viditelnou teplou mlhu, která usnadňuje dýchání. Doporučen je pro místnosti o velikosti do 45 m² a nepotřebuje ke svému správnému fungování žádné filtry. Při zapnutí lze vybrat ze 2 výkonových stupňů, přičemž se přístroj automaticky vypne, pokud mu dojde voda v nádrži. Díky nepřilnavému povrchu lze integrované topné tělísko snadno čistit. Dodáván je i s nádobou na esenciální látky pro aromaterapii.



DE'LONGHI UH 800E

Zvlhčovač parního typu je určen do větších místností s objemem až 75 m³. Míra zvlhčování dosahuje hodnoty 300 ml/hod – nepřetržitě dokáže pracovat až 20 hodin při plné 6,1l nádrži. Najdete na něm elektronické ovládání včetně regulátoru vlhkosti pro nastavení požadované míry vlhkosti a elektronický vlhkoměr, který aktuální vlhkost v místnosti měří. Přístroj indikuje nutnost doplnit vodu do nádržky. Dokáže do místnosti rozprašovat různé vůně – má k tomu účelu integrovaný zásobník, kam lze vonnou esenci vložit.

BONECO S450

Parní zvlhčovač vzduchu značky Boneco má dostatečný výkon pro práci v místnostech o velikosti až 60 m². Používá digitální ovládací panel pro volbu jednotlivých funkcí včetně automatického odvápnování, displej také informuje o potřebě údržby, čištění a dolévání vody. Lze na něm zobrazit i aktuální relativní vlhkost v místnosti. Jedná se o hygienický přístroj odstraňující varem vody bakterie. Můžete ho použít také k osvěžení místnosti pomocí vůní, protože má pro tyto účely integrovaný zásobník.



DOMO DO 341 H

Zástupce belgické značky DOMO patří do kategorie zvlhčovačů pracujících se systémem přírodního odpařování. Určen je pro místnosti o rozloze 125 m², respektive objemu 50 m³. Zařízení automaticky udržuje vlhkost vzduchu v místnosti na optimálních 55 % a maximálně se z něho denně může odpařit až 8 l vody. Nádobka na vodu má objem 5 l, takže je třeba ji jednou denně doplnit. Vybaven je 2 antibakteriálními filtračními kazetami. Při jeho zapnutí lze vybrat mezi denním režimem provozu (56 dB) a tichým nočním (36 dB).





Dýchejte volně Čističky a zvlhčovače vzduchu BIONAIRE

UŽ NEJEN VE MĚSTECH, ALE I JEJICH OKOLÍ A NA VESNICÍCH SE SETKÁME SE ZNEČIŠTĚNÝM, TĚŽKO DÝCHATELNÝM A ZDRAVÍ ŠKODLIVÝM VZDUCHEM. SMOG, PRACH, PYLY A V NEPOSLEDNÍ ŘADĚ KOUŘ Z CIGARET ZATĚŽUJÍ NAŠI DÝCHACÍ SOUSTAVU KAŽDÝ DEN. S ČISTIČKAMI A ZVLHČOVAČI VZDUCHU BIONAIRE MŮŽETE SNADNO ZAJISTIT OPTIMÁLNÍ ROZPTYLOVÉ PODMÍNKY ALESPŮŇ DOMA NEBO V KANCELÁŘI.

Jen během jediného dne se člověk nadechne až 20 000krát a spotřebuje více než 15 kg vzduchu, což je mnohonásobně víc, než kolik za stejnou dobu zamíří do těla potravin a vody. Není proto určité od věci se zamyslet nad tím, jaký vzduch vlastně dýcháme. Obzvláště ve velkých městech a průmyslových oblastech patří kvalita vzduchu k nejhorším a větrání samozřejmě nestačí. V domovech, kancelářích i dalších prostorech se díky stále častějším izolacím a utěsněním oken hromadí ještě více škodlivých látek než dříve. A ne všechny se sem dostávají z venku, mnohé pronikají do vzduchu při používání běžné výbavy domácnosti – ze syntetických materiálů, čisticích přípravků a pracích prášků. Zdrojem jsou také domácí mazlíčci, pyly, bakterie, výtrusy plísní, domácí prach a další. Vzduch uvnitř budov proto bývá znečištěný až stonásobně víc než ovzduší velkých průmyslových měst. Studie potvrzují, že travíme uvnitř těchto budov až 90 % dne, takže vyvstává otázka, jak vzduch škodlivých látek zbavit a konečně volně dýchat?

Čističky BIONAIRE

Na českém trhu nalezneme celou řadu čističek vzduchu, ale jen některé se tak mohou právoplatně nazývat. Mnohdy se totiž jedná pouze o takzvané ionizátory. Skutečná čistička vzduchu by měla nabídnout nicméně mnohem více než pouhé vypouštění záporných iontů do ovzduší.

BIONAIRE nabízí na českém trhu tři čističky vzduchu pro místnosti různých velikostí. Všechny jsou vybaveny HEPA a PERMATECH filtry

včetně uhlíkové vložky s 99,97% účinností a schopností zbavit vzduch pylů, roztočů, alergenů a nežádoucích pachů. Optimální cirkulaci vzduchu při minimálních provozních nákladech zajišťují integrované výkonné ventilátory. U všech také naleznete samostatně vypínatelný ionizátor, který obohacuje vzduch o lehké záporné ionty a zvyšuje čisticí účinek. Na český trh uvedl BIONAIRE před časem trojici nových modelů – BAP9240 pro místnosti o velikosti maximálně 13 m², BAP9424 do 29 m² a BAP1700 do 34 m². Všechny jsou dostupné a můžete je pro svůj obchod ihned objednávat.

Zvlhčovače vzduchu

Opomenuty by neměly zůstat ani zvlhčovače vzduchu, které mohou být účinným pomocníkem před chřipkovým onemocněním, protože viry chřipky ve vlhkém vzduchu nepřežívají. Při nízké vlhkosti se vysušuje, a tím i narušuje sliznice dýchacích cest. Důsledkem je dráždění ke kašli a častá onemocnění dýchacích cest, zejména u dětí, popraskané rty, škrábání v krku. Narušením sliznic se snižuje celková imunita. Největší zájem o zvlhčovače je proto v zimních měsících, kdy se hodně topí.

BIONAIRE dodává na trh zvlhčovače se zvlhčováním teplou a studenou párou i ultrazvukovým. Kompletní nabídku jednotlivých modelů naleznete na našich webových stránkách. Čističky i zvlhčovače objednávejte u oficiálního českého zastoupení značky Able Electric, spol. s r. o.



AUTOMATY NA ESPRESSO

DE'LONGHI


**MAGNIFICA
ESAM 4500**

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1350 W

DE'LONGHI


**PERFECTA ESAM
5400 EX1**

1,7 L
ANO
NE
ANO
ANO
1450 W

DE'LONGHI


**PERFECTA ESAM
5500.B**

1,7 L
ANO
ANO
ANO
ANO
1350 W

DE'LONGHI


ECAM 23.420.SR

1,8 L
ANO
NE
ANO
ANO
1450 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA AVANT
ESAM 6700 EX1**

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1450 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA
ESAM 6620**

1,8 L
ANO
ANO
ANO
ANO
1350 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA S DELUXE
ECAM 26.455M**

2 L
ANO
ANO
ANO
ANO
1450 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA XS
DELUXE ETAM 36.365.M**

1,3 L
ANO
ANO
ANO
ANO
1450 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA EXCLU-
SIVE ESAM 6900.M**

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1350 W

DOMO


DO 429 K

2 L
ANO
ANO
ANO
ANO
1470 W

FAGOR


CAT-44 NG

1,5 L
ANO
NE
ANO
ANO
1350 W

JURA


ENA MICRO 1

1,1 L
NE
NE
ANO
ANO
1450 W

JURA

**ENA MICRO 9**

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,1 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1450 W

JURA

**ENA 9 ONETOUCH
CAPPUCCINO**

1,1 L
ANO
ANO
ANO
ANO
ANO

1450 W

JURA

**IMPRESSA F7**

1,9 L
ANO
NE
ANO
ANO
ANO

1450 W

JURA

**IMPRESSA J9.3
ONE TOUCH TFT**

2,1 L
ANO
ANO
ANO
ANO
ANO

1450 W

JURA

**IMPRESSA J9.2
ONE TOUCH**

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	2,1 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1450 W

JURA

**IMPRESSA Z7 ONE
TOUCH CAPPUCCINO**

2,8 L
ANO
ANO
ANO
ANO
ANO

1350 W

JURA

**IMPRESSA Z9
ONE TOUCH**

2,8 L
ANO
ANO
ABI
ANO
ANO

1350 W

JURA

**GIGA 5**

2,6 L
ANO
ANO
ANO
ANO
ANO

2300 W

MELITTA

**CAFFEO CI**

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1500 W

MELITTA

**CAFFEO BISTRO**

1,8 L
NE
NE
ANO
ANO
ANO

1400 W

MELITTA

**CAFFEO LATTEA**

1,2 L
NE
NE
ANO
ANO
ANO

1400 W

NIVONA

**CAFEROMATICA 635**

1,8 L
NE
NE
ANO
ANO
ANO

1400 W

AUTOMATY NA ESPRESSO

NIVONA



CAFEROMATICA 757

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	2 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1455 W

NIVONA



CAFEROMATICA 767

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	2 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1455 W

NIVONA



CAFEROMATICA 831

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1465 W

NIVONA



CAFEROMATICA 855

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1465 W

PHILIPS
SAECO

HD8751

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,5 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1900 W

PHILIPS
SAECO

HD8838/09

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,2 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1400 W

PHILIPS
SAECO

HD8750/19

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,5 L
DISPLEJ	NE
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1850 W

PHILIPS
SAECO

HD8857/09

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,6 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1400 W

PHILIPS
SAECO

HD8852/09

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,6 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1400 W

PHILIPS
SAECO

HD8854/09

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,6 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1500 W

PHILIPS
SAECO

HD8954/09

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,6 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1500 W

ZELMER



CM 4003ALS

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	2 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOCÍŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1470 W

KAPSLOVÉ KÁVOVARY

BOSCH

**TASSIMO T40**

MODEL
KAPSLOVÝ SYSTÉM
NÁDRŽKA NA VODU
TLAK ČERPADLA
MLÉČNÉ KÁVY
PŘÍKON

TASSIMO
 2 L
 3,3 BARU
 Z KAPSLE
 1300 W

BOSCH

**TASSIMO T55**

TASSIMO
 1,4 L
 3,3 BARU
 Z KAPSLE
 1300 W

BOSCH

**TASSIMO T65**

TASSIMO
 1,8 L
 3,3 BARU
 Z KAPSLE
 1300 W

CREMESSO

**UNO**

CREMESSO
 0,65 L
 19 BARŮ
 NE
 1455 W

CREMESSO

**COMPACT**

MODEL
KAPSLOVÝ SYSTÉM
NÁDRŽKA NA VODU
TLAK ČERPADLA
MLÉČNÉ KÁVY
PŘÍKON

CREMESSO
 1 L
 19 BARŮ
 NE
 1455 W

CREMESSO

**CAFFÈ LATTE**

CREMESSO
 1,6 L
 19 BARŮ
 Z MLÉKA*
 1455 W

NESCAFÉ
DOLCE GUSTO**GENIO**

DOLCE GUSTO
 0,6 L
 15 BARŮ
 Z KAPSLE
 1500 W

NESCAFÉ
DOLCE GUSTO**CIRCOLO**

DOLCE GUSTO
 1,3 L
 15 BARŮ
 Z KAPSLE
 1500 W

NESCAFÉ
DOLCE GUSTO**MELODY**

MODEL
KAPSLOVÝ SYSTÉM
NÁDRŽKA NA VODU
TLAK ČERPADLA
MLÉČNÉ KÁVY
PŘÍKON

DOLCE GUSTO
 1,3 L
 15 BARŮ
 Z KAPSLE
 1500 W

NESCAFÉ
DOLCE GUSTO**CREATIVA**

DOLCE GUSTO
 1,5 L
 15 BARŮ
 Z KAPSLE
 1500 W

NESPRESSO

**GRAN MAESTRIA
EN470.SAE**

NESPRESSO
 1,4 L
 19 BARŮ
 Z MLÉKA**
 1260 W

NESPRESSO

**PIXIE C60-SS**

NESPRESSO
 0,7 L
 19 BARŮ
 NE
 1260 W

*automatická příprava

** šlehač Aeroccino4 v příslušenství

V příštím čísle SELL:

Dubnový SELL je tradičně po několik let takzvaným built-in speciálem a letos tomu nebude jinak. Zaměříme se proto výhradně na vestavné spotřebiče – například na vestavné myčky či chladničky.



**TAKE
AWAY
TODAY**


Baumatic®
APPLIANCE CHIC



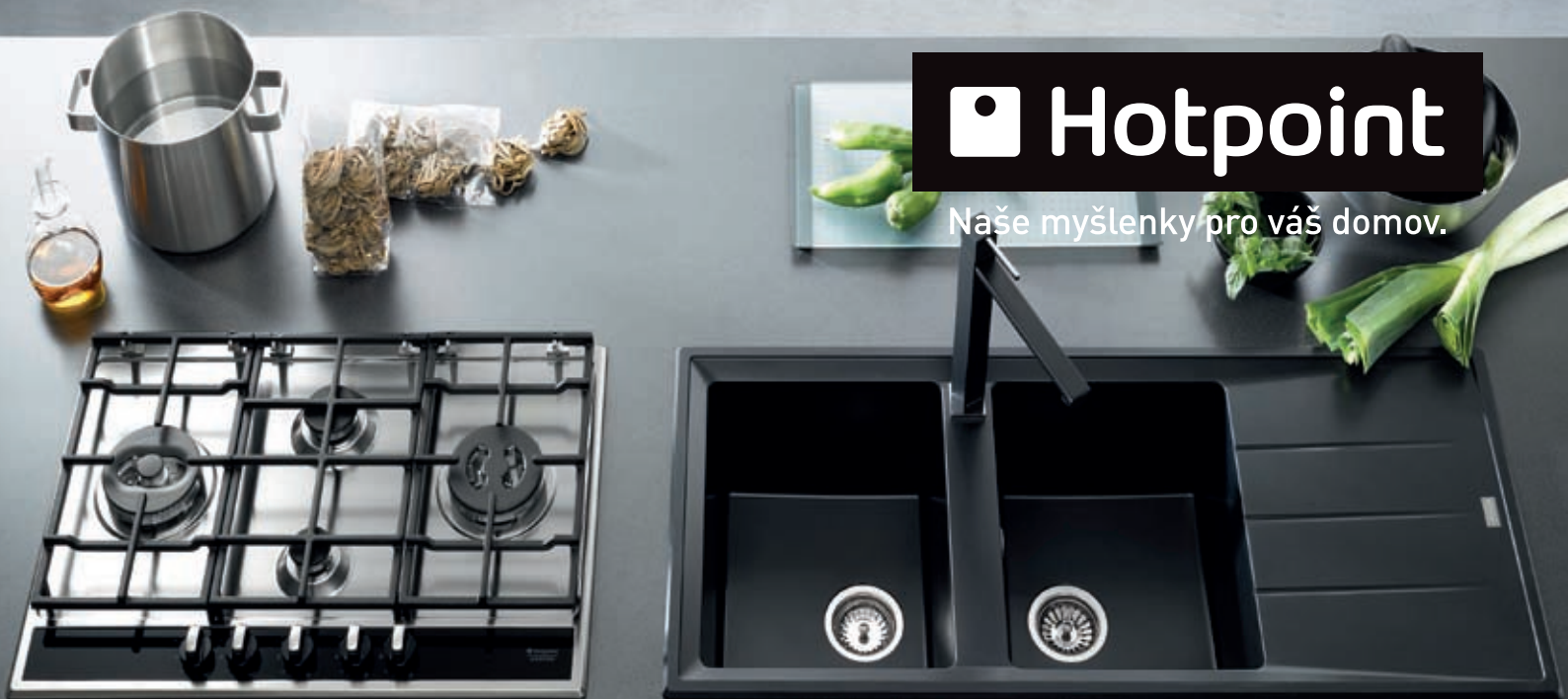
5
LET

PRODLOUŽENÁ
ZÁRUKA



Hotpoint

Naše myšlenky pro váš domov.



Dřezy a baterie Hotpoint vaše kuchyně sladěná do detailu

Abychom uspokojili všechny vaše požadavky na zařízení domácnosti a zajistili komplexní řešení pro vaši kuchyni, nabízíme nově kromě domácích spotřebičů také prvotřídní dřezy a vodovodní baterie, které jsou dokonale esteticky sladěné s varnými deskami Hotpoint pro čistý vzhled každé kuchyně, a to až do takových detailů, jako je například na milimetr stejný boční rozměr. Kompletní nabídka obsahuje dřezy nerezové i kompozitové, v různých barevných provedeních a rozměrech, vyrobené z vysoce kvalitních materiálů odolných proti extrémním teplotám, korozi, usazování nečistot a poškrábání se zajištěním maximální antibakteriální ochrany.



Hotpoint nabízí záruku 10 let na výrobní vady kompozitových dřezů (s výjimkou komponentů), záruku 50 let v případě nerezových dřezů a 5letou záruku na vodovodní baterie.

facebook.com/hotpoint.cz.sk

www.hotpoint.cz