

SELL

REDAKČNÍ

VÝLET NA CES 2013

CO PŘINESL LASVEGASKÝ VELETRH SE SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKOU?

KONEC JEDNÉ ÉRY

PHILIPS PRODÁVÁ DIVIZI SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKY

HOTPOINT VSTUPUJE

NA ČESKÝ TRH S BATERIEMI A DŘEZY

SKUPINA VÝROBKŮ:

NAPAŘOVACÍ ŽEHLIČKY
SUŠIČKY PRÁDLA
VOLNĚ STOJÍCÍ SPORÁKY

TWITTER CHYSTÁ NOVÝ

ZPŮSOB VKLÁDÁNÍ
REKLAMY, USNADNÍ
INZERENTŮM
PRÁCI



EXKLUZIVNÍ
INTERVIEW

WIM DE VOEGHT

MAJITEL A ZAKLADATEL ZNAČKY DOMO:
V ČESKU VIDÍM VELKÝ POTENCIÁL

LEDEN-ÚNOR
2013



receditions



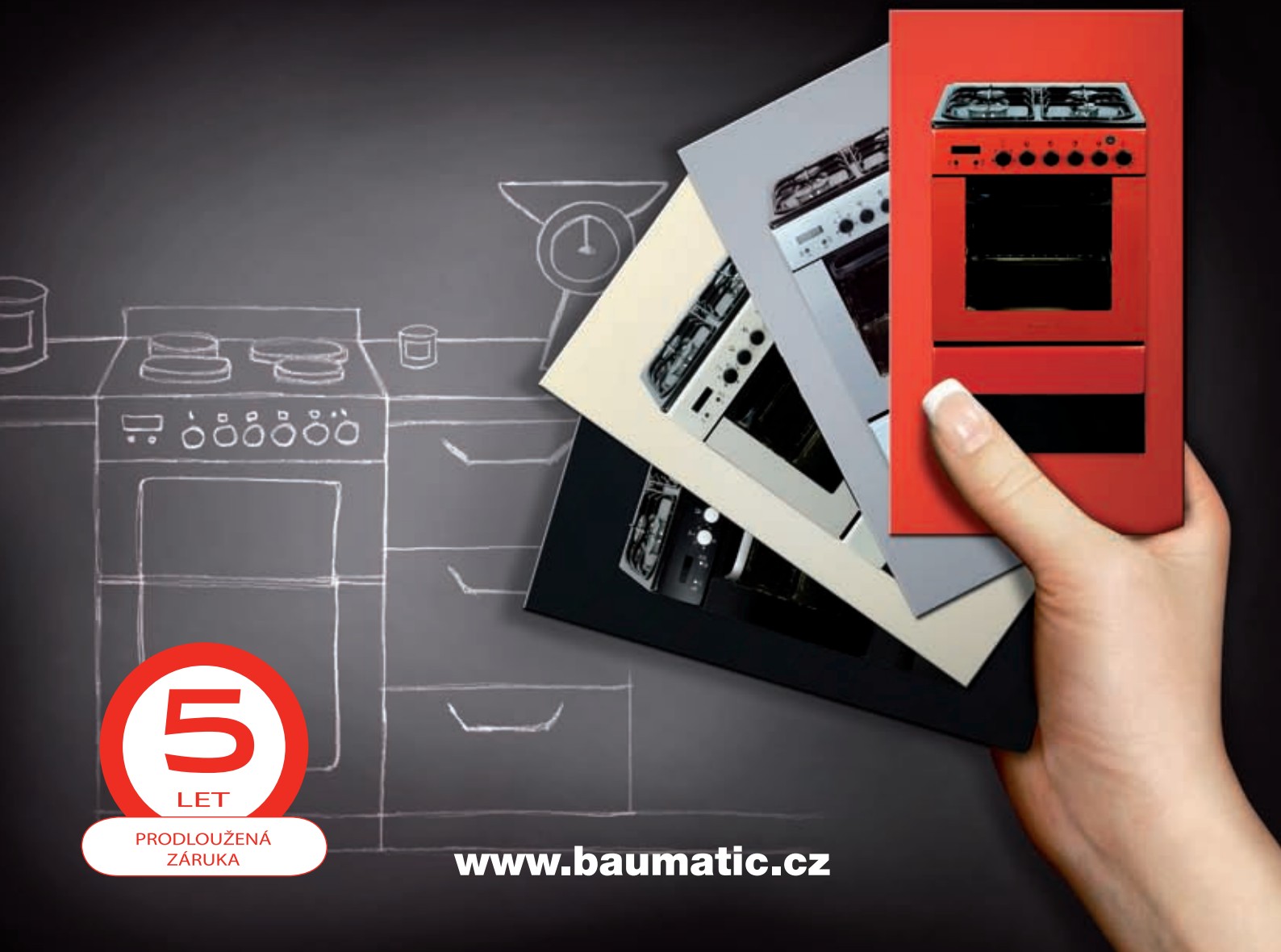
PLUS X AWARD®

Makeover your kitchen


Baumatic[®]
APPLIANCE CHIC

Podtrhněte osobitost své kuchyně prostřednictvím zářivě svůdných barev nových sporáků Baumatic.

Od elegantní černé až po vyzývavou červenou - naše nová kolekce nikoho nenechá chladným!



5

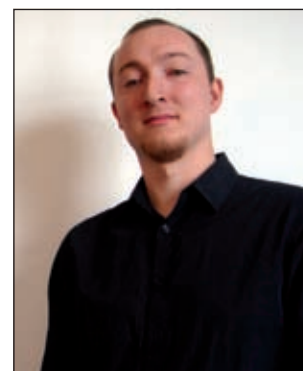
LET

PRODLOUŽENÁ
ZÁRUKA

www.baumatic.cz

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

začal nám nový rok a vy máte v rukou naše první letošní vydání. Vzhledem k tomu, že je leden z hlediska komunikace nových produktů a většiny marketingových aktivit obecně v podstatě mrtvý měsíc, vydáváme pro leden a únor jedno číslo. Nicméně jsme během těch takřka dvou měsíců, po které jsme postupně toto číslo chystali, nelenili. Hned na začátku ledna jsem se jako zástupce SELLu vydal do Las Vegas na veletrh CES. Reprezentoval jsem tam i magazín AUDIO Video, který jsem v minulosti také vedl a stále s ním spolupracuji. Nevěděl jsem proto, kam dřív skočit. Na jednu stranu jsem chtěl vidět všechny nové audio, video a multimediální hračky, současně jsem však chtěl podrobněji CES projít, zda tam pronikly také nějaké domácí spotřebiče. V Las Vegas jsem se ocitl na pozvání společnosti Sharp, která sezvala novináře z celé střední a východní Evropy, a pobyt trval tři dny, takže jsem nakonec stihl oběhnout většinu expozic na veletrhu. Domácích spotřebičů jsem mnoho nepotkal, něco málo ukázal Bosch či Whirlpool, ale nestálo to ani za zmínku v článku. Jedinou výraznější prezentaci z kategorií vhodných pro SELL měl americký iRobot. Celkově pro mě byl CES menším zklamáním, protože na něm výrobci nepředstavili vůbec nic zásadního. Přemíra 4K televizorů spíš dokazovala bezradnost jednotlivých značek, které pochopily, že z 3D terno nebude, a teď to zkoušejí s 4× vyšším rozlišením než je Full HD. Jsem zvědav, zda se jim podaří přimět spotřebitele k výměně pár let starého televizoru za nový. Osobně tomu moc nevěřím, ačkoliv musím uznat, že presentační 4K videa vypadala skutečně úžasně. Hlavně na televizorech s úhlopříčkou nad 60“, kde naopak začíná být Full HD nedostatečné. Více o veletrhu CES se dočtete na straně 20.



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

10



20



Obsah

Leden-únor 2013

03 Editorial

06 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

10 Wim De Voeght, majitel a zakladatel značky DOMO:

V Česku vidím velký potenciál:

12 Žehlíme s belgickou značkou DOMO

14 Skupina výrobků

Napařovací žehličky

17 Russell Hobbs představuje pomocníky pro snadné žehlení

20 Tři dny v Las Vegas

Dojmy z veletrhu CES 2013

22 Spotřebiče De'Longhi a Kenwood součástí profesionální školy vaření

24 Ekonomické novinky

28 Lidí bez práce přibývá, přesto důvěra v ekonomiku roste

30 Sušičky Hotpoint

Technologie High Definition
a energetická úspora až A – 60 %

32 Skupina výrobků

Sušičky prádla

35 Chytré sušení prádla

se značkou BEKO

37 Sušičky na českém

trhu podle GfK

**38 Zrcadlo aneb chvílka
k zamyšlení**

Změna

40 Skupina výrobků extra

Volně stojící sporáky

43 Vaření v hravých barvách

Nové multifunkční sporáky Baumatic

**44 Twitter připravuje programovací
rozhraní pro reklamu.****Co to znamená pro marketing?****45 Sporáky a trouby HOTPOINT**Moderní, funkční a bezpečné
v souladu s evropským
bezpečnostním nařízením**46 International
Lookaround**András Lucza, produktový manažer
Fast Hungary:
Posuzován za zlepšování**48 Design:**Mezinárodní veletrh EUNIQUE
arts & drafte**49 Design:**

Koupelnové vlnění

50 Skupina výrobků plus

Sušičky prádla

VYDAVATEL • RED-GROUP, S.R.O. • **ZODPOVĚDNÝ VYDAVATEL** • JEDNATEL
 SPOLEČNOSTI RED-GROUP, S.R.O. • **ŠÉFREDAKTOR** • LUBOR JARKOVSKÝ
REDAKTOŘI • JAROSLAV DUFEK • LENKA DĚTÁKOVÁ • ONDŘEJ POHL • MIROSLAV
 HRUŠKA • VLASTIMIL RŮŽIČKA • **KOREKTOR** • JAROSLAV TESAŘ • **FOTO** • ARCHIVY
 VÝROBCŮ • **GRAFIKA** • TAMÁS VIG • **REDAKCE** • 140 00 PRAHA 4, VIŠŇOVÁ 12
TELEFON • +420 777 166 495 • **EMAIL** • INFO@REDEDITIONS.CZ • **WEB**
 WWW.REDEDITIONS.CZ • **DISTRIBUCE V ČR** // SEND PŘEDPLATNÉ, S.R.O.
TISKÁRNA • ERMAT PRAHA, S.R.O., ČESKÁ REPUBLIKA **ISSN** // ISSN 1786-6782
 // EV 16/08





Hotpoint zařazuje do nabídky dřezy a vodovodní baterie

Značka Hotpoint, patřící do portfolia společnosti Indesit Company, rozšiřuje nově od letošního března svůj sortiment na českém trhu o nabídku dřezů a vodovodních baterií. Jako jedna z mála značek tak Hotpoint nabízí kompletní spektrum výrobků do kuchyně – nejen spotřebiče,

ale také dřezy a vodovodní baterie, které umožňují dokonalé sladění designu a materiálu s varnými deskami Hotpoint, a to až do takových detailů, jako je například na milimetry stejná hloubka dřezu jako varné desky (51 cm). Navíc se u nových dřezů Hotpoint snoubí vysoká kvalita provedení a materiálů odolných proti vysokým teplotám, korozi, usazování nečistot a poškrábání se zajištěním maximální antibakteriální ochrany.

Stejně jako varné desky Hotpoint jsou nabízeny dřezy ve třech designových řadách – Luce, Newstyle a Newstyle Basic. Kompletní nabídka obsahuje dřezy nerezové i granitové, v různých barevných provedeních a rozměrech, doplněné o široký výběr stylových vodovodních baterií a praktického příslušenství. Dřezy a vodovodní baterie Hotpoint budou k dostání u vybraných prodejců spotřebičů Hotpoint.



Mikrovlnkám Whirlpool se dařilo při testování v časopise dTest

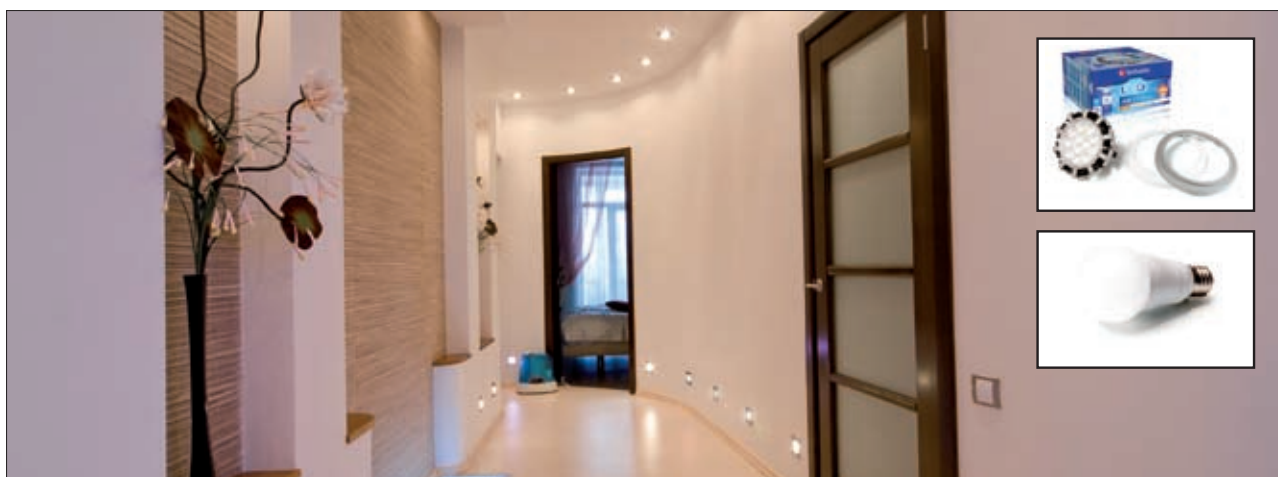
Hned na začátku roku otestoval spotřebitelský magazín dTest 14 mikrovlnných trub různých značek. Mezi nimi bylo i 5 modelů amerického Whirlpoolu, který patří k tradičním výrobcům této techniky. Jeho mikrovlnné trouby mají na českém trhu vynikající renomé už od devadesátých let, kdy se poprvé objevily v obchodech. Není proto divu, že všech 5 testovaných trub Whirlpool se pyšní označe-

ním „dobrá kvalita“, které od dTestu získaly. V kategorii trub s grilem a horkým vzduchem zvítězil model GT 288. Získal také označení „výhodný nákup“ a připravil nejkřupavější pizzu ze všech testovaných trub. V přípravě jídel se na prvním místě umístil model GT 288 spolu s troubou JT 379, která celkově obsadila druhé místo. V kategorii trub s grilem byli zástupci Whirlpoolu také velmi dobře hodnoceni. Jednalo se o trouby GT 286 IX, GT 285 SL a GT 284 WH.



Významná personální změna v Panasonicu

Vedení japonské společnosti Panasonic jmenovalo koncem ledna nového generálního ředitele pro střední a jihovýchodní Evropu. Stal se jím Christian Sokcevic, který do funkce oficiálně nastoupil 1. února a nahradil Jiřího Opletala, jenž ji zastával od roku 2002. Sokcevic bude zodpovědný za region tvořený 12 zeměmi – Albánií, Bosnou a Hercegovinou, Bulharskem, Českou republikou, Černou Horou, Chorvatskem, Makedonií, Maďarskem, Rumunskem, Srbskem, Slovenskem a Slovinskem. Christian Sokcevic pracuje pro společnost Panasonic od února 1999. Během uplynulých 14 let zastával různé manažerské pozice, především v rámci evropské sekce profesionální AV techniky. Tou poslední byla funkce ředitele divize Professional Camera Solutions Business Unit Europe (PSCEU) ve Wiesbadenu, která se specializuje na profesionální vysílací a produkční techniku, bezpečnostní kamery a zdravotnickou techniku.



Verbatim rozšiřuje portfolio LED zdrojů

Společnost Verbatim si pojí většina spotřebitelů hlavně s optickými médii, případně rozličnými typy úložných zařízení. O tom, že mají optická média svůj zlatý věk za sebou, snad netřeba dlouze hovořit. Firma proto už před časem začala vyrábět také LED světelné zdroje. Aktuálně do své bohaté nabídky zařazuje také příslušenství

svítidel a LED zdroje pro maloobchodní a architektonické využití. V případě příslušenství jde o balení upevňujících rámečků, dodávaných včetně úchytného kolíčku, patice GU10 a napájecího zdroje. K dispozici je model IP23 vhodný do kuchyní, obývacích pokojů či ložnic. IP44 nabízí lepší ochranu proti stříkající vodě, takže cílí hlavně na koupelny a vlhčí místnosti.

Dále bylo portfolio Verbatimu obohaceno o nové LED žárovky. Zákazníci

určitě uvítají větší výběr specifikací jasu a vynikající podání barev s teplotami chromatičnosti mezi 2 700 K až 4 000 K, které zůstávají při používání stabilní a konzistentní. Vzhledem k vylepšenému tvaru pasují LED žárovky lépe do zapuštěných svítidel. V nabídce nechybějí ani zdroje pro obchody, restaurace a další veřejné prostory. Nabízí nyní ucelenou řadu právě s tímto zacílením. Pro více informací kontaktujte české zastoupení Verbatim.



Prémiová značka Gaggenau představila nové trouby

Během nedávného veletrhu LivingKitchen, pořádaného v německém Kolíně nad Rýnem, představila značka Gaggenau novinky, které jsou určeny hlavně začínajícím amatérským kuchařům. Vůbec poprvé v historii společnosti zamíří na trh dvě nové řady pečicích trub najednou. Spotřebiče řady 400 mají designově řešenou

celou přední stěnu tak, že je mírně přesazena před nábytkovou stěnu, a dotykové ovládání, zatímco řada 200 je navržena tak, aby dokonale splývala v jedné rovině s okolním nábytkem. Obě řady zahrnují pečicí trouby, parní trouby Combi, mikrovlnné trouby, plně automatické espreso kávovary a ohřevné zásuvky. Vyznačují se maximální účinností, přesným zpracováním a použitím vysoce kvalitních materiálů. Všechny výrobky mají společný koncept ovládání.



Bauknecht s novou tvář a novou řadou spotřebičů

Německá značka Bauknecht působí na trhu už více než 90 let a její spotřebiče byly vždy řazeny mezi kvalitní a spolehlivé. Značka se stala součástí Whirlpool Corporation v roce 1989, když americká firma koupila divizi velkých domácích spotřebičů Philips, kam Bauknecht tehdy patřil. Na český trh vstoupila až v roce 2011, ale za necelé dva roky působení se jí podařilo velmi dobře začlenit do zdejší nabídky domácích spotřebičů. Nyní přichází s novou marketingovou komunikací, která má ještě více zdůraznit její německý původ a s ním spojenou pověstnou „německou kvalitu“, na niž Češi slyší. České zastoupení proto začalo také nově používat pod logem Bauknecht slogan „Mehr als Technik“ (Více než technologie). Firma se rozhodla slogan nepřekládat do češtiny, protože je podle slov jejího marketingového oddělení dobře sro-

zumitelný a výstižný. Součástí nové identity značky Bauknecht je také její nová tvář – Mr. Bauknecht, který ztělesňuje hodnoty a odborné znalosti značky a propůjčuje jí autentický vzhled. Mr. Bauknecht se spolu s celkovým novým vzhledem značky objeví ve všech komunikačních materiálech, v médiích i na POS materiálech. Cílem je především lepší odlišení od konkurence a přiblížení se zákazníkovi.

Kromě toho Bauknecht informoval o nové řadě spotřebičů Blackline, která je, jak už z názvu vyplývá, dodávána v černé barvě. Spotřebiče obsahují vysoce kvalitní černá a čirá tónovaná skla od německé společnosti SCHOTT, mají výsuvné knoflíky z chromové a nerezové oceli a používají velmi dobře čitelný černobílý displej. Podrobně budeme o nové řadě informovat v některém z příštích vydání, až představí česká pobočka Bauknechtu konkrétní modely dostupné v našich končinách.



Noví robotičtí pomocníci z dílny iRobot

Na letošním veletrhu CES v Las Vegas jsme měli možnost spatřit nejnovější výrobky iRobot na vlastní oči (více o veletrhu CES na straně 20). Nechyběly mezi nimi ani dva roboty, které nepatří do kategorie domácích úklidových technik, tedy alespoň ne vysavačů a vytěračů podlah. Prvním z nich je model Mirra 530, učený k automatickému a preciznímu čištění bazénů. Tento podvodní robot vyčistí jakýkoliv typ bazénového povrchu, přičemž k tomu nepotřebuje bazénový filtrační systém, hadice nebo pomocné čerpadlo. To má za následek snížení nákladů na provoz. Mirra 530 poskytuje kompletní

pokrytí a kvalitní úklid díky chytrému systému úklidu iAdapt Nautiq, který umožňuje robotu odhadnout přibližné rozměry bazénu a podle toho vybrat nejvhodnější čistící cyklus pro dosažení maximální efektivity. Mirra 530 několikrát vyčistí celý vnitřek bazénu až k vodní hladině včetně zdí a schodů. Neustále reaguje na změny v prostředí, takže se včas vyhne překážkám a nezamotá se do svého více než 18 metrů dlouhého plovoucího kabelu. Za pouhou minutu načerpá a přefiltruje 265 l vody a jeho aktivní PVC kartáče sbírají nečistoty, řasy a bakterie. Prodejní cena Mirra 530 byla stanovena na 37 489 Kč.

Dalším novým robotem je model Looj 330, který vám umožní čistit

okapy bez rizika úrazu. Vyčistí je totiž za vás. Pro svou inovativnost byl nominován na Edison Award a CES Innovations. Looj používá 4stupňovou rotační hlavu, která vyhází listy, nečistoty a kousky dřeva z okapů a tím je opět plně zprůchodní. Automaticky detekuje nečistoty a jde jim naproti, je vodě odolný do 20 cm výšky vodního sloupce, lze ho omývat zahradní hadicí a lze ho používat ve většině okapů po celém světě. 10 m dlouhý okap zbaví nečistot za pouhých 5 minut. Robot pořídíte za 7 489 Kč. Obě novinky by měly být dostupné v Česku během jara. Pokud chcete výrobky zařadit do nabídky svého obchodu, kontaktujte české zastoupení iRobot, společnost Certus Mercatus.

Wim De Voeght:

V Česku vidím velký potenciál

BELGICKÁ SPOLEČNOST DOMO MÁ NA ČESKÉM TRHU VELKÉ PLÁNY. JEJÍ ZAKLADATEL A MAJITEL WIM DE VOGHT PŘIJEL OSOBNĚ I NA PRVNÍ TISKOVOU KONFERENCI, KDE SE ZNAČKA PŘEDSTAVILA VYBRANÝM NOVINÁŘŮM. JEŠTĚ PŘED OFICIÁLNÍM PROGRAMEM S NÁMI STRÁVIL HODINKU POVÍDÁNÍM U ŠÁLKU DOBRÉ KÁVY. PŘI ROZHOVORU JSME SE ZAJÍMALI JAK O HISTORII FIRMY, TAK JEJÍ PLÁNY A STRATEGIE PRO ČESKÝ TRH. WIM DE VOGHT NÁS TAKÉ INFORMOVAL O NOVÝCH PRODUKTECH A PROZRADIL, V ČEM SPATŘUJE DŮVODY VELKÝCH ÚSPĚCHŮ ZNAČKY DOMO NA DOMÁCÍM BELGICKÉM TRHU.



DOMO je poměrně novou značkou na českém trhu. Můžete ji krátce představit? Jaké jsou vaše kořeny? A odkdy působíte na domácím belgickém trhu?

Začali jsme jako distribuční společnost na belgickém trhu a zastupovali jsme na počátku například britský Dyson. Nicméně vlastní značka poskytuje mnohem větší potenciál, kterého jsme si byli od počátku vědomi. Začali jsme skromně s 5 výrobky a za těch 26 let existence jsme se dostali až k číslu 200. Za důležité považují pěkný design a inovace za dobrou



cenu. Navíc se snažíme přicházet s výrobky pro určité trhy. To, co se dobře prodává v Belgii, se rozhodně nemusí dobře prodávat v Česku, abych uvedl konkrétní příklad. Nicméně mám pocit, že jsou u vás podobní spotřebitelé jako v Belgii. V Česku každopádně vidím potenciál, narůstají nám tu prodeje, a proto

chystáme zbrusu nový sklad a kanceláře, které nám umožní dále rozvíjet naše podnikatelské záměry.

Na kterých trzích jste přítomni? A které produkty z vaší nabídky jsou stěžejní?

Působíme jak v Evropě, tak v některých asijských zemích, například Číně či na Tchaj-wanu. V nabídce

máme snad všechny skupiny malých domácích spotřebičů. Zhruba 55 % z nich spadá do kategorie přípravy jídel, zbylých 45 % tvoří ostatní malé spotřebiče, jako žehličky, osobní váhy, vysoušeče vlasů a další.

Do jaké cenové kategorie spadají spotřebiče DOMO? A kdo je vaším typickým zákazníkem?

Řekněme ve střední cenové kategorii. Snažíme se opravdu oslovit každého, takže cena není na prvním místě, ale na druhou stranu nechceme být v pozici prémiové značky s vysoce posazenými cenami. Stručně řečeno jsme součástí masového trhu.

Jak se vám v posledních letech dařilo na domácím trhu?

Zasáhla Belgie hospodářská krize nějak výrazně? Anebo nebyl segment vašeho podnikání příliš ovlivněn?

Abych řekl pravdu, v Belgii se nám daří skvěle. Během prvních devíti měsíců roku 2012 jsme dosáhli 3,5% růstu. Je možné, že lidé šetří na rozličných věcech, ale naše produkty je oslovují a kupují je.

Nemalé množství evropských firem přesunulo svou výrobu na východ, především do Číny. Často používají OEM výrobce. Jak vznikají výrobky značky DOMO? Máte vlastní výrobní kapacity?

Vzhledem k množství produktů, které dodáváme na trh, používáme kombinaci obou řešení. Máme v Číně vlastní továrnu a současně spolupracujeme s nejkvalitnějšími OEM výrobci v Číně, Turecku a Itálii. Díky tomu, že působím dlouhé roky v tomto byznysu, mám přímé kontakty na výrobce a nemusím nakupovat přes zprostředkovatele. To skýtá velkou výhodu jak z hlediska komunikace při výrobě a dodání výrobků, tak samozřejmě v cenové oblasti.

Marže se pomalu, ale jistě snižují. Není to jen důsledek krize, ale také tlaku na cenu kvůli internetu. Jak s těmito problémy bojujete, aby byla výroba a prodej spotřebičů ziskové jak pro vás, tak vaše partnery?

Jsme si toho vědomi, ale neustále se snažíme přinášet na trh nové výrob-

ky, tím myslím i zcela nové produktové kategorie, které lidé ocení pro jejich inovativnost. Prodejci pak mohou při prodeji spotřebičů DOMO dosáhnout dostatečných marží.

Jaké máte plány na českém trhu? Jakou strategii? Všimli jste si, že jste začali být aktivnější v oblasti marketingu.

Jak už jsem řekl před chvílí, chystáme stavbu nové budovy a skladu, což nám výrazně pomůže v dalším rozvoji v Česku. Určitě chceme investovat do marketingu, protože ho považují za velmi důležitý, obzvláště u značky, která se na zdejšímu trhu musí spotřebiteli teprve pořádně představit. I z toho důvodu uvažujeme o televizní reklamě.

Jak vidíte český trh coby cizinec?

Určitě je zajímavý v rámci malých domácích spotřebičů. Jinak bychom tu nebyli, ten potenciál je zkrátka zjevný. Víme, že mají zdejší zákazníci k malým spotřebičům kladný vztah a rádi si je pořizují. Když se na Čechy podívám v obecnější rovině, vidím je následovně – zajímají se o nové výrobky, ale jsou současně kritičtí.

Loni na podzim jsme viděli na vašem dealerském dni na Karlíšte první automatický kávovar DOMO. Vstoupili jste tak na zcela nový trh. Lze očekávat ještě nějaké další novinky v této kategorii?

Automat na espresso je v naší nabídce skutečně výrazná novinka, která doplňuje současnou nabídku překa-pávačů. V Česku není překapávaná káva příliš populární, zato espresso určitě ano. Jen tak pro zajímavost, v Belgii prodáme 100 tisíc překa-pávačů za rok, což je, myslím, úctyhodné číslo. Žádný další automat na espresso zatím neplánujeme, šlo nám hlavně o rozšíření portfolia, abychom v kategorii automatických kávovarů se schopností připravovat i mléčné kávové speciality měli zá-stupce.

Představili jste v poslední době nějaké nové výrobky? A na co se můžeme ještě letos těšit?

Novinky uvádíme prakticky neustále ve všech kategoriích. Můžete se těšit na nové mixéry, vysavače, vaflovače, sendvičovače a fritézy. Velmi zajímavou novinkou bude osobní váha schopná odesílat naměřené údaje do iPhone. Díky tomu bude moci uživatel sledovat svou váhu a vést si záznamy. Chystáme také nové automatické pekárny a nesmím zapomenout ani na naši cestovní sérii. Bude obsahovat malé varné konvice, fény či zavazadlovou váhu. Hlavně poslední jmenovaný výrobek by mohl být velkým hitem. Není žádným tajemstvím, že aerolinky stále snižují váhové limity pro zavazadla. Jak ale po nákupech v cizině rychle zjistit, zda bude na letišti kufr naložen bez nutnosti připlácet za nadbytečnou váhu? Díky zavazadlové váze DOMO zjistíte hmotnost svého kufru během pár vteřin.



Žehlíme s belgickou značkou DOMO

DOKONALE VYŽEHLIT PRÁDLO SI ŽÁDÁ HODNĚ ÚSILÍ A ČASU, PŘEDEVŠÍM S KLASICKOU SUCHOU ŽEHLIČKOU. TY UŽ NYNÍ VYRÁBÍ VE SVĚTĚ JEN PÁR VÝROBCŮ A PRIM HRAJÍ NAPAŘOVACÍ MODELY. ZÁJEM TAKÉ STOUPÁ O PRAKTICKÉ ŽEHLICÍ SYSTÉMY, NABÍZEJÍCÍ NEJVYŠŠÍ VÝKON A NEJPOHODLNĚJŠÍ OVLÁDÁNÍ. OBA TYPY ŽEHLICÍ TECHNIKY MÁ VE SVÉ NABÍDCE SPOLEČNOST DOMO. A NEJEN TY, NABÍZÍ PESTROU PALETU DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ VŠEHO DRUHU.



Klasická napařovací žehlička prodělala v posledních 15 letech značný vývoj ve funkčnosti a parametrech, až k dokonalosti. Avšak její základní parametry, jako je objem vody v nádržce, její hmotnost s plnou nádržkou, výkonově omezená dodávka páry a další parametry, omezují v zásadě další rozvoj a používání. Firma DOMO vzhledem k požadavkům českého konzervativního zákazníka sice 3 základní modely klasických napařovacích žehliček s nerezovou a keramickou žehlicí plochou vyrábí, avšak světový trend jasně ukazuje, že budoucnost je v kompaktních žehličkách s parním generátorem. DOMO se proto již před 5 lety zaměřilo na vývoj a zdokonalování parametrů u žehlicích parních center a dnes může konstatovat, že to byl krok správným směrem.

Systemové žehličky podrobněji

Parní žehlicí systémy mají jedno společné, a to oddělený vyvíječ páry, která je pak vedena k žehličce teflonovou hadičkou. Současná moderní domácnost totiž vyžaduje jednoduché a rychlé vyžehlení prádla s co největším účinkem. Z toho důvodu již 80 % domácností na západ od našich hranic parní generátory používá. Nejjednodušší a také nejlevnější je systém bojlerového vyvíječe páry, kde se pára tvoří v uzavřené tlakové nádobě ohřevem celého množství vody. Nevýhodou je delší čas pro vývoj páry, výhodou cena. Dalším modelem v pomyslném žebříčku kvality a uživatelského komfortu je systém změny vody v páru v průtokovém

beztlakém systému, kdy se začne pomalu tvořit pára až po zmáčknutí tlačítka napařování. I tento systém je však již překonaný pro svoji pomalost a chybějící parní ráz. Poslední a nadále se rozvíjející systém je uzavřená tlaková komora, kde se po zapnutí vytvoří tlak páry, která je uvolněna do žehličky po spuštění napařování a nadále průtokově kontinuálně vyvíjena během celého procesu napařování. Právě tento systém je v současné době nejvíce využíván a také rychle technicky zdokonalován.

Žehlicí systémy DOMO

Firma Domo nabízí v současné době 5 typů těchto přístrojů s rozličnými parametry a v rozličných cenách od 2 000 Kč až po 4 000 Kč. Přístroje DO7071S a DO7074S nabízí zákazníkovi za přijatelnou cenu standardních 3,5 baru při parním rázu 90 g/min. a stále dodávce 70 g páry za minutu. Modely vyšší třídy DO7081S a DO7082S jsou již mnohem sofistikovanější – ať již elektronickou úpravou tvrdosti vody u modelu DO7081S nebo vysokým tlakem 4,5 baru a dodávkou páry 110 g/min. u modelu DO7082S. Další technické „vychytávky“, jako je velká nádržka na vodu o objemu 1,7 l, možnost doplňování vody za chodu, vysoký příkon pro rychlý náběh a další, předurčují tyto moderní žehličky DOMO pro žehlení podle současných trendů a snižují pracnost žehlení až o 30 %. Můžeme se oprávněně domnívat, že i v používání moderních žehliček doženeme Evropu a zastoupení parních generátorů v domácnostech se rychle zvýší.



Nejnovější model značky DOMO DO7083S bude představen v dubnu letošního roku a spojí v sobě všechny klady výše jmenovaných modelů a navíc se zvýšeným tlakem páry na 5 barů.

DOMO, to není jen pohodlné žehlení

Značka Domo vykročila již v minulosti cestou výroby domácích spotřebičů, které dobře slouží, ale vnášejí radost i do vaření a dalších činností v domácnosti. Ke konci roku 2012 udělala firma další krok k vytčenému cíli, a to představením barevných mutací mikrovlnek, osobních vah, ponorných mixérů a v poslední době i takzvaných osobních mixérů ve třech barvách – DO434BL až DO436BL. Myšlenka osobního mixéru je v použití jednoho pohonu pro více členů domácnosti, kde každý má svoji mixovací nádobu. Tyto lehké plastové nádoby jsou vyráběny ze speciálního materiálu Tritan, který nepřijímá absolutně žádné pachy a je v něm možno bez problémů mixovat dokonce led. Nádobky mají objem 300 ml nebo 600 ml a jsou opatřeny praktickým víčkem s „pítkem“, takže si každý udělá svůj oblíbený „fresh“ a odnese si jej s sebou. V době, kdy se mnoho lidí snaží žít zdravě, je to určitě jedna z velmi praktických novinek pro letošní rok.

Značka DOMO je také sympatická tím, že uvádí na trh i další netradiční přístroje, které sice nemají jistotu úspěchu, ale jsou něčím výjimečné a odhalují další možnosti rozvoje na trhu na základě reakcí zákazníků. Jen v roce 2012 bylo přidáno do sortimentu 31 nových produktů, přičemž se mnohé setkaly s velkým zájmem. Například velmi přesná „zlatnická“ váha DO9096W si našla své zákazníky tak rychle, že první závoz byl do týdne vyprodán. Také novinky pro chvíle pohody, jako elektrická vývrtka DO302WO nebo digitální vpichovací teploměr na steaky DO301CT, byly trhem kladně přijaty. Podobně inovativní je i solárně napájená váha DO9098W, která je schopna pracovat i při osvětlení běžnou žárovkou. Poslední novinka loňského roku, akumulátorový smeták DO208SW, byla přivezena až v samém závěru a uvedení na trh ji ještě čeká, ale již nyní lze říci, že něco podobného v ceně okolo 1 000 Kč na českém trhu chybí, a proto lze očekávat o tento výrobek zájem. Ani letošní rok nebude jiný a již v prvních měsících byly sestaveny sady mikrovlnky, ponorného mixéru a osobního mixéru v jedné barvě s cenovým zvýhodněním pro ty, kdo si rádi hrají ve své kuchyni s barvami. Ve vývoji je také vlastní šnekový odšťavňovač a kuchyňský robot v té nejvyšší kvalitě a výkonu.





Napařovací žehličky

TRH S ŽEHLIČKAMI SE STAL V POSLEDNÍCH LETECH VELMI ROZMANITÝM. NA ČESKÝ TRH VÝRAZNĚJI PRONIKLY TAKZVANÉ SYSTÉMOVÉ ŽEHLIČKY NEBOLI PARNÍ STANICE. DOŠLO K VÝVOJI TAKÉ V OBLASTI ŽEHLICÍCH PLOCH, SYSTÉMŮ ODVÁPŇOVÁNÍ, VÝKONU A ERGONOMIE. V TOMTO VYDÁNÍ SE ZAMĚŘÍME NA STÁLE DOMINUJÍCÍ NAPAŘOVACÍ ŽEHLIČKY.

Než se podíváme podrobněji na samotné výrobky, které jsme do přehledu vybrali, pojďme se ještě věnovat žehlicí technice obecně. Na trhu nalezneme tradiční žehličky s nerezovou žehlicí plochou bez funkce napařování, napařovací modely a parní stanice. První jmenovaná skupina dnes patří k nejméně vyhledávaným, protože je nutné při žehlení prádlo kropit. Navíc je s nimi mnohem

složitější prádlo opravdu kvalitně vyžehlit. Současný uživatel, svým způsobem zvyklý na používání napařovacích žehliček, už by se většinou ani nebyl k používání obyčejné žehličky schopen vrátit. Vyrábí je proto dnes už jen několik výrobců a z obchodů takřka vymizely. Jejich místo zaujaly všelijaké napařovací modely, které dnes patří ke standardní volbě v případě výběru nové žehličky. Stále větší podíl na trhu ovšem získávají i parní stanice s odděleným generátorem páry. Výhodou je vyšší výdej páry, a tedy i snazší a efektivnější žehlení, větší zásobník na vodu a nižší hmotnost samotné žehličky, která v sobě nemá nádržku na vodu a další díly nutné k tvorbě páry. Na druhou stranu jde celkově o objemnější a větší spotřebiče, hůře přenositelné. Vhodné jsou zejména v domácnostech, kde se více žehlí.

Na množství páry záleží

Rychlost, s jakou vyžehlíte vyprané oblečení, závisí především na množství páry, kterou žehlička vypouští. Není proto divu, že zde jasně dominují parní stanice, které produkují zhruba dvojnásobné, ale některé až trojnásobné množství páry. Vyžehlíte s nimi vše rychleji, dokonce i dvě vrstvy najednou, nehledě na možnost vertikálně žehlit pověšené záclony či některé druhy oblečení.

Množství vydávané páry je dáno samozřejmě z výroby, nicméně od prvního spuštění na ně má vliv vodní kámen, který lze označit za největšího nepřítele napařovacích žehliček. Jelikož je u nás kohoutková voda převážně tvrdá, dochází k usazování vodního kamene uvnitř žehliček a snižuje se účinnost tvorby, respektive výdeje páry. Jednoduchým řešením je pořídit filtrační konvici, určenou pro žehličky, což prodlouží životnost celého zařízení. Zásadní při výběru je také způsob čištění žehličky. Za nejúčinnější je považován takzvaný „Thermal Shock“, kdy vnikne do rozpálené komory větší množství studené vody a vodní kámen se oddělí od stěn. Na trhu se také nacházejí modely se speciálním tlačítkem pro odvápňování – jde o prakticky stejný systém, jakým je „Thermal Shock“. Alternativou jsou potom filtrační kazety zachycující vodní kámen. O žehličku se zkrátka musíte starat, aby sloužila dlouhé roky a její efektivnost rychle neklesala.

Kluznost

Vyrobít dokonalou žehlicí plochu se zatím nepodařilo. Ideálem by bylo, pokud by se nedala plocha jakkoliv poškrábat, rychle by se nahřála a současně držela dlouho teplo a v neposlední řadě by nabízela hladký skluz po žehlených látkách. Výrobci volí různé materiály, které mají své výhody a nevýhody. Populární jsou keramické, které jsou velmi odolné proti poškrábání. Poškrábaná deska má větší tendenci se přichytávat na oblečení, může ho i poničit a samozřejmě se snižuje její kluznost. Podobně odolné a dobře kluzné jsou i desky potahované teflonem, případně jiným materiálem. Nejrychleji se nahřívají desky nerezové, jenže jsou zase méně odolné a mají horší skluz. U vybraných modelů se můžete setkat také s kombinací dvou typů ploch – například okraje má odolnější keramické a vnitřní část z nerez. Nejméně vhodné jsou žehlicí plochy z hliníku, s nimiž se setkáte především u levnějších modelů.

Bosch**ProEnergy SensorSecure TDA7658**

Napařovací žehlička německé značky Bosch dosahuje maximálního příkonu 2 400 W a lze u ní najít dokonce úsporný energetický režim. Při volbě intenzity páry „e“ spotřebuje o 24 % méně energie než při plném výkonu. Používá žehlicí plochu „palladium-glissée“, což je v základu nerezová plocha potažená navíc keramickou vrstvou. Najdete na ní parní kanálky s 3zónovým uspořádáním pro optimální rozdělení páry a kluznosti. Konstantní výdej páry dosahuje hodnoty 40 g/min., parní ráz pak 150 g/min. Voda se do žehličky doplňuje v zadní části, výrobce nazývá tento systém „easy water filling“. Využít můžete tento model také k vertikálnímu žehlení. Nemusíte se bát ani odkapávání vody díky funkci Dripstop. O odstranění vodního kamene se stará systém AntiCalc. Užitečná je funkce ActiveControl, která díky senzoru na držadle žehličky automaticky vypne, pokud ji nepoužíváte.

**Braun****TexStyle 7 780**

Zástupce Braunu spadá do střední cenové kategorie a používá žehlicí plochu s povrchem Eloxal, jedná se o extratvrdý leštěný hliník. Výrobce se především chlubí špičkou „Precision Tip“, kdy rozložení parních otvorů zajišťuje dodávky páry právě i ve špičce žehličky. Díky 27 otvorům jen v samotné špičce lze velmi snadno žehlit i hůře dostupná místa. Na žehlicí desku lze nasadit i textilní protektor pro žehlení jemných tkanin – zabrání se tak vzniku lesklých míst na tmavém oblečení. Při nastavení nejvyššího výkonu dosahuje žehlička výdeje páry 50 g/min. Parní ráz má potom 120 g/min. Žehlit můžete i vertikálně. Chybět nemohou systémy proti usazování vodního kamene a odkapávání. Příkon žehličky činí 2 400 W.

**De'Longhi****Easyturbo FXG24T**

Italský výrobce má na českém trhu hned několik napařovacích žehliček a také nemalý počet žehliček systémových. Do přehledu jsme vybrali model napařovacího typu s příkonem 2 400 W, konstantním výdejem páry 35 g/min. a parním rázem 110 g/min. Hlavním trumfem této žehličky je dle výrobce bimetalová žehlicí plocha Gemini s dvojitou výškou. Vnitřní část je vyrobena z titanu a velmi rychle se zahřeje a má vynikající skluznost. Vnější část z odolnější keramiky, u ní lze dokonce nastavit výšku. Například při žehlení košil tak okraj najede nad knoflíky. De'Longhi používá takzvaný Aqua Clear systém, permanentní řešení pro odvápnování. Nechybí možnost vertikálního žehlení a systém proti odkapávání vody. Přívodní kabel má nadstandardní délku 3 m.

**DOMO****DO 7048 S**

Cenově dostupná napařovací žehlička v kombinaci zelené a bílé barvy má příkon 2 000 W. Její keramická žehlicí plocha je odolná proti poškození. Žehlička je celkově velmi lehká, protože váží pouze 1,3 kg, a dle výrobce se s ní proto dobře manipuluje.

Uživatelé poskytují konstantní výdej páry 40 g/min., případně 100g parní ráz. Belgický výrobce přidává i systém proti odkapu vody a ochranu proti přehřátí. Žehlit můžete samozřejmě jak nasucho, tak s párou. Množství páry lze nastavit. Žehlička má také funkci automatického vypnutí.



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

Žehličky na českém trhu podle GfK

Tržby s žehličkami ve sledovaných distribučních kanálech klesají. Meziroční měsíční srovnání obrátu žehliček v každém z prvních deseti měsíců loňského roku skončilo v červených číslech. Příčinou byl jak nižší objem prodeje, tak i mírné snížení průměrné ceny komodity.

Těžiště prodeje představovaly z více než 90 % napařovací žehličky, kterých se v meziročním srovnání sice prodalo téměř stejné množství, ale za cenu nižší v průměru o 6 %. Jediným v objemu i hodnotě rostoucím segmentem žehliček byly žehlicí systémy. Ty zaujímaly v objemu 2 % prodeje, v hodnotě přibližně desetinu.

Průměrný výdej za žehličku dosáhl v loňských prvních deseti měsících částky 950 korun. V tomto období zakoupili kupující zhruba 40 % žehliček za cenu nižší než 600 korun. Objemový podíl této nižší cenové kategorie však zůstal meziročně zachován, změna v podobě nárůstu podílu se uskutečnila až u následujícího cenového segmentu v rozsahu 600 až 1 200 korun.



ETA Digi Lancetta 728390000

Vlajková loď v nabídce české značky ETA zaujme na první pohled přítomností OLED displeje, který usnadňuje její nastavení. Na výběr má uživatel celkem z 8 programů. O dosažení nastavené teploty žehlička uživatele informuje akustickým signálem. Z funkcí a technologií jmenujme Drip Stop proti odkapávání a Anti Calc a Self Clean pro čištění od vodního kamene. Můžete ji použít také ke svislému napařování, ostatně při kontinuálním napařování produkuje až 40 g páry za minutu. Při aktivaci parního rázu pak 150 g/min. Na žehlicí plochu poskytuje ETA prodlouženou záruku 5 let. Deska je typu ELOXIUM, což je řízenou oxidací tvrzený hliník s vysokou odolností proti poškození a vynikající kluzností.



Fagor PL-2650

Napařovací žehlička, kterou dodává na trh španělský výrobce Fagor, používá keramickou žehlicí plochu Premium Blizzard. Držadlo žehličky označuje výrobce jako „Soft touch“ – rukojeť i volič teploty mají povrch z gumového protiskluzného materiálu. Konstantně dokáže vypouštět tento model 35 g páry za minutu. Při aktivaci parního rázu až 90 g/min. Funkční výbava také obsahuje ionizátor, systém samočištění, ochranu proti odkapávání a automatické vypnutí. Příkon žehličky je 2 500 W.



Electrolux EDB8050

Žehlička s příkonem 2 500 W používá takzvaný program 5Safety pro maximální bezpečnost při používání – má extravelký stabilní podstavec, držadlo potažené pryží a 3 úrovně automatického vypínání (po 30 vteřinách, pokud je v horizontální poloze nebo na boku, po 8 minutách, pokud stojí svisle).

Electrolux je poměrně nesdílný ohledně typu žehlicí plochy, protože označení „Resilium Superior“ mnoho neprozradí. Na svém webu ale uvádí, že je deska eloxovaná, což je chemicko-tepelná úprava hliníku. Vypouštět dokáže tento model až 45 g páry za minutu a jednorázově až 140 g/min.



Morphy Richards 40853 TriZONE ECO Ceramic

Nejvyšší model z nabídky napařovacích žehliček britského výrobce zaujme na první pohled hlavně velkým parním rázem na úrovni 170 g/min. Z oficiálních zdrojů se nám nepodařilo zjistit konstantní výstup páry, až po návštěvě britského webu značky – dosahuje hodnoty 40 g/min. Keramickou plochu má žehlička rozdělenou na 3 zóny, které mají zajistit dokonalé vyžehlení jakéhokoliv oblečení. V nabídce nastavení naleznete i možnost aktivovat Eco Steam, kdy žehlička uspoří až 23 % energie ve srovnání se svým plným výkonem. Stejně jako všechny další zastoupené modely má systém proti odkapávání a usazování vodního kamene. Maximální příkon činí 2 200 W.

– dosahuje hodnoty 40 g/min. Keramickou plochu má žehlička rozdělenou na 3 zóny, které mají zajistit dokonalé vyžehlení jakéhokoliv oblečení. V nabídce nastavení naleznete i možnost aktivovat Eco Steam, kdy žehlička uspoří až 23 % energie ve srovnání se svým plným výkonem. Stejně jako všechny další zastoupené modely má systém proti odkapávání a usazování vodního kamene. Maximální příkon činí 2 200 W.

Lexikon

Parní ráz

Napařovací žehlička v závislosti na zvoleném výkonu vypouští konstantně určité množství páry. Zpravidla kolem 40 g/min. Pokud ale potřebujete vyžehlit více pomačkané části oblečení, můžete aktivovat takzvaný „parní ráz“ či „parní šok“, kdy vypustí žehlička najednou větší množství páry – 100 až 150 g. Vyšší hodnoty konstantní produkce páry i parního rázu mají systémové žehličky.

Bezpečnostní prvky

Dnešní žehličky se snaží maximálně eliminovat možnost vzniku požáru či zranění. Pokud je nepoužíváte, samy se po chvíli vypnou. V horizontální poloze na žehlicím prkně se zastaví zahřívání žehlicí desky během cca 20 až 30 vteřin. Ve svislé poloze v řádu několika minut. Dále mají žehličky protiskluzná držadla i ovládací prvky, aby vám při používání nevypadly z ruky.

Russell Hobbs představuje pomocníky pro snadné žehlení

ZNAČKA RUSSELL HOBBS MÁ V BRITÁNII VELMI SILNOU POZICI A JEJÍ EXPANZE NA DALŠÍ TRHY VČETNĚ ČESKA POKRAČUJE. BĚHEM LOŇSKÉHO ROKU OPĚT ROZŠÍŘILA PORTFOLIO O NOVÉ VÝROBKY Z RŮZNÝCH KATEGORIÍ. V OBLASTI ŽEHLIČEK MÁ ŠIROKOU NABÍDKU, OD ZÁKLADNÍCH PO POKROČILÉ MODELY.

Celkově nabízí Russell Hobbs v Česku šest modelů žehliček a jednu systémovou žehličku. Zaměřuje se tak na všechny typy spotřebitelů a dokáže uspokojit jak ty s omezeným rozpočtem, tak ty náročnější, kteří hledí hlavně na funkce a moderní výbavu. Na následujících řádcích představujeme tři velmi populární modely, které by neměly v nabídce vašeho obchodu určitě chybět. Během jara pak uvedeme v kategorii žehlení několik novinek, o kterých budeme informovat v některém z příštích vydání magazínu SELL.

Steam Tip

Žehlička Steam Tip s kódovým označením 15129-56 nabízí větší efektivitu na těžkých látkách a je vybavena parní špičkou pro žehlení obtížně dosažitelných oblastí. Model s parním rázem 120 g/min. a konstantním výstupem páry 40 g/min. má žehlicí plochu z nerezové oceli. Vyznačuje se ergonomickým designem a nízkou hmotností, což usnadňuje její používání.

Doporučená MOC: 1 199 Kč

Easy Fill

Náročnější spotřebitelé, kteří vyžadují především vyšší uživatelský komfort, ocení model Easy Fill 17877-56. Díky zabudovanému trychtýřku mohou snadno doplnit vodu bez použití nádoby se zobáčkem. Současně slouží tato část k namotání 3m kabelu. Parní ráz dosahuje u tohoto modelu hodnoty 140 g/min., konstantní výstup páry potom 40 g/min. Držadlo má jemný povrch a pohodlně se drží. Nechybí odvápňovací systém, funkce samočištění a keramická žehlicí plocha.

Doporučená MOC: 1 399 Kč

Precision Heat

Na opravdu náročné uživatele se zaměřuje žehlička 14545-56, která nabízí možnost přesného nastavení teploty. Indikovány jsou přímo ve špičce žehličky, která může svítit 4 barvami. Ihned tak lze vidět, zda má keramická žehlicí plocha správnou teplotu. Žehlička o dosažení nastavené teploty také informuje akusticky. Žehlení usnadňuje 150g parní ráz a 40g konstantní výstup páry. Luxusní vzhled tohoto modelu podtrhují chromové prvky.

Doporučená MOC: 1 699 Kč





**Russell Hobbs
Power Steam
Digital 18464-56**

Žehlička s elegantním designem využívající černou a stříbrnou barvu dosahuje při plném výkonu příkonu 2 600 W. Při konstantním napařování produkuje 40 g páry za minutu, při parním rázu až 150 g. Lze využít jak svislé napařování, tak variabilní páru. Žehlení dále usnadňuje keramická plocha, odvápňovací systém a Anti-drip systém proti odkapávání. Nechybí funkce samočištění a digitální kontrola teploty s LCD displejem. Žehlička je vybavena 3 druhy bezpečnostních pojistek. Přívodní kabel má délku 3 m.



**SOLAC
CVG 9500**

Španělský SOLAC zastupuje v našem přehledu model s maximálním příkonem 2 200 W. Výstup páry i výkon řídí elektronický systém, přičemž konstantní proud páry může dosáhnout hodnoty 35 g/min. Informace o parním rázu výrobce neuvádí.

Desku má žehlička nerezovou, označovanou marketingově jako „premium inox“. Zajímavostí jsou 2 tlačítka pro aktivaci páry – jedno pro praváky a druhé pro leváky. Standardem jsou potom systémy odvápňení a proti odkapávání. Nastavení usnadňuje přítomný LED displej s indikací nastavené úrovně teploty.



**Rohnson
R 390**

Řecká firma VASSILIAS GROUP, zastoupená v Česku společností Electra Trade, vyrábí v rámci své značky Rohnson tuto napařovací žehličku v kombinaci modré a bílé barvy. Vyznačuje se keramickou žehlicí plochou a konstantním výstupem 30 g páry za minutu. Pokud stisknete

tlačítko parního rázu, činí výstup 90 g/min. Používá také systémy Anti-Calc proti vodnímu kameni a Anti-Drip proti odkapávání vody z žehlicí plochy. Při nečinnosti se ve svislé poloze vypne do 10 minut a při vodorovné do 20 vteřin.



**Zelmer
Easy Control
28Z012**

Poslední žehličkou v přehledu je model polského Zelmeru, vybavený LCD displejem s nastavením 3 jazyků (angličtina, němčina, francouzština). Displej mimo jiné informuje také

o nutnosti odvápňení, ačkoliv hlavně ho uživatel využije pro kontrolu zvolené teploty a dalších nastavení. Žehlicí plocha má dvojitou keramickou vrstvu, která dle výrobce chrání textilie před „lesklým efektem“. Napařovat lze až s 35 g páry za minutu. Parní ráz činí 70 g/min. Zelmer nezapomíná na funkci automatického vypnutí, odvápňovací systém, funkci samočištění a systém proti odkapávání. Žehlička má maximální příkon 2 400 W.

Efekt lesklých ploch na textilích

Při nastavení nejvyšší teploty a žehlení především tmavého oblečení může dojít ke vzniku lesklých ploch, které jsou pak na textilích vidět. Zabránit tomu lze správným nastavením žehličky pro danou tkaninu. Při menším výkonu a nižší teplotě žehlicí plochy nemusí být sice produkováno tolik páry a žehlení trvá déle, ale nedojde ke vzniku lesklých ploch.

Hmotnost žehličky

Při koupi žehličky by si měli vaši zákazníci daný model vyzkoušet a podržet. Některé žehličky mají hmotnost až 2 kg a jejich používání může být po chvíli žehlení nepohodlné. Podstatné je proto vybrat model, jehož ergonomie a váha zákazníkovi vyhovují.

STAY FOCUSED.

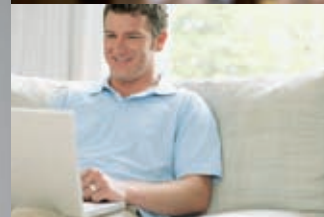


STAY YOU.®

HOLIDAY INN BUDAPEST- BUDAÖRS

Myslíme na všechno.

Ve světě byznysu hrají velkou roli i ty nejmenší detaily. Holiday Inn Budapest-Budaörs se nachází na ideálním místě a s konferenčním balíčkem už od 35 € za osobu si můžete být jisti, že využijete skutečně výhodných služeb.



VÝJIMEČNÁ HODNOTA

Konference, prezentace nových produktů, vzdělávací semináře... Všechny konferenční místnosti spolu s vybavením a bezdrátovým internetem nabízíme za skvělé ceny. Pokud host zůstane přes noc, získá naši záruku nejlepší ceny (Best Price Guarantee).

SKVĚLÁ LOKALITA

Hotel se nachází v západní části Budapešti, nedaleko dálnic M1/M7, vedoucích do Vídně, Bratislavy a k jezeru Balaton.

JEDNÁNÍ A SCHŮZE

Nabízíme 6 druhů konferenčních místností s kapacitou až 320 lidí. Poskytujeme také veškeré vybavení, které budete pro jednání potřebovat.

- Vynikající oběd formou bufetu
- Přestávky na kávu
- Parking zdarma
- Výborná dopravní dostupnost z Budapešti i jiných částí Maďarska

NAŠE EXKLUZIVNÍ „ALL IN ONE“ NABÍDKA

Pro každý meeting, který u nás zarezervujete před 31. březnem a zvolíte balíček „All In One“, vám nebudou účtovány poplatky za každého patnáctého účastníka.



NEJDŮLEŽITĚJŠÍ JE PRVNÍ DOJEM

Váš „All In One“ balíček obsahuje:

- Pronájem konferenční místnosti
- Zdarma základní vybavení pro jednání

- Oběd formou bufetu
- Zdarma kávu a čaj
- Sušenky a ovoce při příjezdu
- Balenou vodu po dobu trvání konference či jednání

Holiday Inn Budapest – Budaörs
2040 Budaörs, Agip u. 2., Hungary **Telefon: + 36 23 504 000;**
E-mail: sales@holiday-inn.hu; www.holidayinn.com/Budapest

We understand you're at your best when you can just relax and be yourself. And at Holiday Inn you always can.

Tři dny v Las Vegas

Dojmy z veletrhu

CES 2013

NA ZAČÁTKU LEDNA SE KAŽDOROČNĚ KONÁ VE SVĚTOVÉ MEKCE HAZARDU JEDEN Z NEJVĚTŠÍCH VELETRHŮ SE SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKOU. LETOS ZÍSKALA REDAKCE NAŠEHO MAGAZÍNU EXKLUZIVNÍ POZVÁNÍ OD SPOLEČNOSTI SHARP, ABY SE DO SRDCE NEVADSKÉ POUŠTĚ VYDAL JEJÍ ZÁSTUPCE S DALŠÍMI DVĚMA ČESKÝMI NOVINÁŘI A ZÁSTUPCI TECHNICKÝCH MÉDIÍ Z DALŠÍCH ZEMÍ STŘEDNÍ A VÝCHODNÍ EVROPY. JAKÝ DOJEM NA NÁS LETOŠNÍ VELETRH UDĚLAL? A CO VÝROBCI SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKY PŘEDSTAVILI?

Velkolepost veletrhu CES jde ruku v ruce s velkolepostí samotného Las Vegas, kde v ulicích hraje hudba, během noci vše oslnivě září a v hotelích jsou nekonečné chodby plné mramoru a rozlehlých hal s fontánami a jinými pompózními prvky. Už jen cesta na tiskovou konferenci Sharpu do kongresového centra hotelu Mandalay Bay si vyžádala dobrých 20 minut pochodu nitrem obřího komplexu. Firma zde představila den před začátkem samotného veletrhu několik zásadních novinek. V první řadě novou technologii IGZO, která zajišťuje výrazné snížení spotřeby energie displejů až o polovinu při zobrazování statického obrazu. U televizorů může snížit spotřebu také, ale hlavně se o ní hovoří ve spojení s mobilními telefony, tablety a notebooky, na kterých statický obraz sledujeme o poznání častěji než na televizoru. Sharp během konference informoval, že v případě smartphonu lze díky IGZO displeji telefon používat na jedno nabití zcela standardním způsobem až dva dny. O něčem takovém si můžeme se současnou generací chytrých mobilů nechat jenom zdát. Celkově by měla být spotřeba nového displeje až o 90 % nižší než u současných LCD. IGZO dokonce dokáže zobrazit statický obraz i po vypnutí energetického zdroje. Nyní běží internetem zvěsti, že jedním z největších kandidátů pro nasazení novinky ve svých nadcházejících zařízeních by mohl být Apple.



Kromě toho Sharp odhalil nové modely 4K televizorů a ukázal nám dokonce i jeden s 8K rozlišením, zde už hovoříme o 16násobném rozlišení ve srovnání s Full HD videem. O nástupce 1080p rozlišení ale nebyla nouze ani u jiných značek, jak nám ukázaly následující dny.



CES otvírá své brány

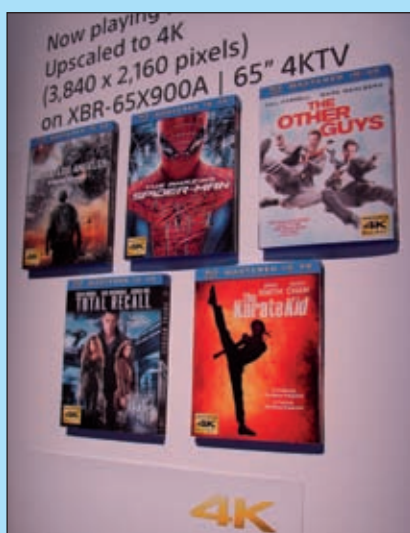
Následující den jsme se vydali přímo na veletrh, který rozhodně neoplýval tak precizní organizací, na jakou jsme zvyklí například z jeho německého protějšku IFA. Na druhou stranu Američané nepoměrně lépe pečovali o návštěvníky z řad novinářů. Brzy jsme pronikli do hlavní haly, kde měly poměrně nedaleko od sebe své obrovské prezentační plochy přední značky, jako Sony, Samsung, LG, Panasonic či Sharp.

Nejprve jsme se vydali k japonskému gigantovi Sony, od kterého jsme neměli žádná velká očekávání. Firmě se na trhu poslední roky příliš nedaří, nechala si ukrást prakticky celý trh s televizory Samsungem a LG a vykázala za rok 2011 rekordní ztrátu 5,6 miliardy dolarů. Loni sice ohromující ztrátu firma zredukovala, ale v každém kvartálu ze zatím tří uveřejněných šlo stejně o stovky milionů

dolarů. Nedobré finanční výsledky na CES rozhodně vidět nebyly. Stejně jako všichni velcí výrobci televizorů ukázalo Sony nové modely a vzorky televizorů s 4K rozlišením. Do prodeje zamíří například nová řada Bravia X900A s úhlopříčkami od 55" do 65". Firma také ukázala v praxi novou zobrazovací technologii Triluminous, která výrazně zlepšuje podání barev (to můžeme potvrdit). Nechyběly ani OLED televize, ale ty představili i další jmenovaní výrobci kromě Sharpu – šlo však většinou o vzorky. Společnost LG slibovala už na loňském CES, že během roku 2012 zahájí masovou produkci OLED modelů s velkými úhlopříčkami, ale nakonec si utrhl pořádnou ostudu, protože se tak nestalo.

U Sony nás zaujal především nový smartphone Xperia Z s 5" Full HD displejem, čtyřjádrovým procesorem a 2 GB RAM. Telefon se Sony povedl také po designové stránce a vrací firmu do první ligy v této produktové kategorii. Není divu, že šlo o nejvyhledávanější výrobek z veletrhu CES.

Důležité bylo také oznámení, že Sony chystá nové Blu-ray disky s 4K rozlišením. Dokonce jsme měli možnost vidět vzorky obalů, na nichž se skvělo magické „4K“. Nikdo z přítomných zástupců firmy nám nebyl ovšem schopen sdělit, kdy přesně se dostanou na trh a jaké specifikace disky mají. Nakonec jsme se alespoň dopátrali informace, že chce firma začít s distribucí 4K obsahu ještě letos v létě.



Navštívili jsme samozřejmě také expozici Samsungu, který ovšem nepřivezl na CES žádnou zásadní novinku. V oblasti mobilních komunikací prezentoval již prodávané výrobky, jako Galaxy Note II a unikátní fotoaparát Galaxy Camera se systémem Android. Hlavní novinky pro letošní rok si nechává Samsung na později – především na vlastní prezentační akce, které začala firma po vzoru Applu pořádat. Ve změní 4K televizorů nás zaujal například vzorek zaobleného OLED displeje.

Na označení „vzorek“ jsme začali být nicméně postupně trochu alergičtí, protože jich přivezli výrobci na veletrh až příliš mnoho. V případě vzorku je však cesta k výrobku pro běžný prodej ještě velmi dlouhá a nejistá. Na CES tak lze každoročně vidět úžasné produkty, na které pak přinejlepším čekáme v domácnostech ještě dlouhé roky. Nedostatek zásadních novinek určených k uvedení na trh během letošního roku byl tak trochu frustrující.

Domácí spotřebiče?

Na rozdíl od berlínského veletrhu IFA si drží CES užší zaměření na výrobky z kategorie spotřební elektroniky a částečně IT. Domácí spotřebiče jako takové na veletrhu k vidění téměř nejsou. Těch pár menších expozic nestojí ani za řeč. Nicméně jsme v jedné z hal narazili na prezentaci předního amerického výrobce domácí robotické techniky iRobot. K vidění i osahání byl na místě nový robot Mirra 530, určený k čištění bazénů. Kromě toho jsme měli možnost si osob-

ně prohlédnout také oceňovaný model Looj 330, který je určen k čištění okapů. Více se o nich dozvíte v naší novinkové sekci na straně 9.

Co CES přinesl?

V podstatě nic zásadního. Velké značky ukázaly 4K televize, na kterých hodlají postavit svůj byznys v blízké budoucnosti. 4K by mělo nyní nahradit v marketingové komunikaci nepříliš úspěšné 3D, které očekávání firem nespĺnilo. Je otázka, zda se podaří spotřebitele přesvědčit, že přišel čas na výměnu televizoru. Velkým tématem byly kromě toho televizory s úhlopříčkami nad 60". V nich zatím dominuje trhu Sharp, který má na trhu až 90" model, ale CES ukázal, že nechťejí tuto kategorii vynechat ani další velcí hráči.



Televizory byly stále hlavním tématem, ačkoliv nelze ignorovat nástup tabletů a chytrých telefonů, které si získaly na CES víc prostoru než kdy dřív. Například u prezentace společnosti Intel byl k vidění nespočet tabletů různých výrobců. Všechny měly společnou jednu věc – Windows 8. Letos tak můžeme očekávat velký nápor modelů s novým operačním systémem Microsoftu. A to nejen ty s jeho mobilní verzí (RT), nýbrž i modely s plnohodnotnými Windows, na kterých spustíte všechny aplikace, na jaké jste zvyklí ze svého počítače. Spolu s bezdrátovou klávesnicí mohou vytvořit zajímavou alternativu k ultrabookům či běžným notebookům.





Spotřebiče De'Longhi a Kenwood součástí profesionální školy vaření

Italský šéfkuchař a majitel restaurací Aromi a La Finestra v Praze Riccardo Lucque otevřel přímo v centru hlavního města svoji školu vaření s názvem LABORATORIO, SCUOLA DI CUCINA. Díky dlouholeté úspěšné spolupráci se značkami De'Longhi a Kenwood, zastupovanými společnostmi De'Longhi Praga, se nyní ve škole vaření mohou hosté a účastníci kurzů seznámit s produkty obou značek naživo.

Riccardo Lucque, který je tvář a nejznámějším propagátorem kuchyňského robota Kenwood Cooking Chef, je zároveň garantem profesionální kvality výrobků Kenwood a De'Longhi, které jsou ve škole vaření v každodenním provozu. Kuchyňské roboty a tyčové mixéry Kenwood jsou součástí vybavení kuchyně, takže všichni účastníci kurzů mají možnost s nimi pracovat. Roboty Kenwood spolu s příslušenstvím mají svou expozici v hlavní místnosti, takže každý zájemce se může přesvědčit o kvalitě a šíři sortimentu.

Ideálním přístrojem do školy vaření, splňujícím nároky i zkušených kuchařů, je celokovový robot od britské společnosti Kenwood, jejíž tradice výroby robotů sahá až do 50. let minulého století. Mezi hlavní výhody robotů Kenwood patří robustní konstrukce a kovové převody, díky nimž jsou tyto stroje téměř nezníčitelné. Výhodu planetárního systému míchání oceníte, když potřebujete zpracovat minimální množství surovin, výsledek bude stejně dokonalý, jako při větším množství ingrediencí. O bezchybné promísení a hnětení se postarají kovové nástroje, které jsou konstruované tak, aby zajistily pokaždé perfektní výsledky. Šlehací metla má tvar balónu, který zajistí, že se do směsi dostane dostatek vzduchu.

Šlehačka nebo sníh z vaječných bílků se pokaždé podaří na jedničku. Lopatku ve tvaru K potom využijete k míchání lehkých piškotových těst, krémů, nebo třeba na bramborovou kaši. Robustní hnětací hák si zase snadno poradí s těžkými kynutými těsty.

Účastníci kurzů i potenciální zájemci si mohou na místě vyzkoušet i revoluční Cooking Chef, který se po více než roce od jeho uvedení na trh zabydlel v mnoha domácnostech i profesionálních kuchyních. Nejvyšší model v sortimentu kuchyňských robotů Kenwood si získal pozornost svou výjimečnou funkcí indukčního vaření přímo v míchací míse. Tento způsob vaření skýtá širokou paletu možností využití, kterou ocení nejen profesionál, ale také domácí hospodyně. Indukční vaření se vyznačuje svojí vysokou efektivitou a přesnou regulací teploty, kterou nabízí také Cooking Chef. S přesností na dva stupně lze nastavit na digitálním displeji teplotu a mít tak vaření stále pod kontrolou. To oceníte zejména při přípravě cukrářských specialit jako je horká čokoláda nebo žloutkové krémy šlehané za tepla. Doslova tak získáte do své kuchyně nového šéfkuchaře. Zatímco robot míchá například krémy, můžete se věnovat další přípravě pokrmů a tím ušetřit čas i další

pár rukou. Nejen cukráři ale plně využijí tohoto robustního pomocníka, díky skutečně profesionálním nástrojům, se robot Cooking Chef stane všestranným kuchyňským nástrojem pro každého milovníka dobrých jídel.

Ve škole vaření LABORATORIO má své místo také kuchyňský robot ze stylové řady KMix, který dokonale zapadá do designového prostředí. Tento kousek skvěle zapadne do každé kuchyně a osvěží ji svými pestrými barvami. Nenechte se ale zmást jeho hravým vzhledem, jedná se o celokovový přístroj se spoustou technických vychytávek. Oceníte snadné ovládání jak při zdvihnutí hlavy robotu, tak při výměně metel a nástavců. Přímou ve škole vaření se můžete osobně seznámit s modelem KMX85 s barevnými pruhy. Ten disponuje plynulým elektronickým ovládáním rychlosti, které oceníte při každém šlehání a míchání. Díky pozvolnému nástupu otáček se nestane, že by ingredience z mísy vystříkly ven a znečistili pracovní plochu. Rychlost míchání tak máte pevně ve svých rukách. Celkem můžete využít 8 rychlostních stupňů a speciální rychlost pro jemné zapracování ingrediencí – tuto speciální funkci využijete, zejména pokud potřebujete přidat například oříšky, rozinky a další ingredience do těsta,



nebo pokud přidáváte do směsi vyšlehané bílky. Při pomalých 2 a ½ otáčkách máte jistotu, že se všechny ingredience zpracují velmi jemně bez poškození struktury směsi. Robot KMX85 má ovšem ve výbavě i dva nejoblíbenější nástavce, které z něj činí skutečně multifunkční kuchyňský přístroj. Mlýnek na maso a bubínková struhadla. Robot Kenwood kMix KMX85 ale můžete rozšířit o další příslušenství, které lze dokoupit a to lis na bobuloviny, nástavce na ploché těstoviny a nástavec na tvarované těstoviny.

Značka De'Longhi příjemně doplnila celý interiér školy vaření koutky s kávovary. Jeden z koutků pro všechny milovníky pravého italského espresso, nadýchaného cappuccina či café latte, se nachází v hlavní místnosti, kde jsou k vidění nejnovější modely plnoautomatických kávovarů. Další umístění je potom v jídelně, aby účastníci kurzů měli kávu stále nablízku. Škola vaření je zároveň i místem prodeje všech produktů obou značek. Zákazník si tak může v příjemném prostředí výrobky vyzkoušet, ochutnat kávu z kávovarů De'Longhi a poradit se s odborně vyškoleným personálem. Automatické kávovary jsou vhodné pro všechny, kteří si chtějí dopřát výbornou kávu v pohodlí domova snadno a rychle. Kávovar totiž vše udělá za vás – odměří přesnou dávku kávy, namele ji, spaří a sedlinu vysype do zabudované nádoby. Nespornou výhodou je tedy snadná obsluha přístroje, která rozhodně stojí za vyšší počáteční investici. Plnoautomatické kávovary De'Longhi disponují velmi tichým zabudovaným ocelovým mlýnkem s nastavitelnou hrubostí namletí, samočisticí funkcí, výškově nastavitelným adaptérem na výdej kávy, nastavitelným množstvím kávy a vody. V současnosti si zájemci o kávovary De'Longhi mohou prohlédnout ve škole vaření nejnovější modely v různých cenových kategoriích.

PrimaDonna Exclusive ESAM 6900. M představuje vrchol mezi automatickými kávovary De'Longhi. Díky patentované technologii zvládne připravit espresso, cappuccino, latte macchiato, caffè latte i horkou čokoládu pouhým jedním stiskem. S novým jedinečným plnoautomatickým kávovarem PrimaDonna Exclusive připravíte jediným stiskem tlačítka výtečnou kávu a dokonce i lahodnou krémovou horkou čokoládu jako z kavárny. Kávovar disponuje samostatnými tlačítky pro jednoduchou přípravu espresa, cappuccina, latte macchiata, caffè latte, horké čokolády, horkého mléka i kávy long. PrimaDonna Exclusive je navíc vybavena intuitivním barevným displejem. Díky mnohonásobnému nastavení profilu si každý člen rodiny vybere a nastaví svůj vlastní oblíbený nápoj, ať už pravé italské espresso, lahodné cappuccino či hustou krémovou horkou čokoládu.

PrimaDonna S ECAM 26.455.M je opravdovým designovým skvostem do každé domácnosti. Obdržel mimo jiné cenu Red Dot Design Award



2011. Kromě elegantních tvarů však vyniká také funkcemi - patentovanou technologií De'Longhi „Cappuccino jedním stiskem“ pro snadnou přípravu mléčných nápojů, zabudovaným tichým ocelovým mlýnkem, možností nastavení množství kávy a vody, uložení oblíbené kávy do paměti stroje i adaptéru na výdej kávy dle velikosti šálku. Uživatel ocení také dvouřádkový displej v českém jazyce pro intuitivní používání, automatickou čisticí a odvápnovací funkci, funkci úspory vody či funkci stand-by. Letos se tento oblíbený kávovar PrimaDonna S navíc dočkal nových barevných variant. Zákazník si může vybrat mezi mentolově zelenou, vanilkově žlutou či kokosově bílou.

Výbornou kávu vám připraví také další novinka letošního roku z řady kompaktních plnoautomatických kávovarů – De'Longhi ECAM 25.452. S ve stříbrném provedení a ECAM 25.452. B v černém provedení. Tento kávovar byl vylepšen o další tlačítko pro přípravu mléčných nápojů jedním stiskem. Kromě tlačítka „Cappuccino“ pro přípravu cappuccina je zde také tlačítko „My milk“ pro přípravu dalších mléčných nápojů – latte macchiata, caffè latte, horkého mléka i stále populárnějšího nápoje flat white. U kávovaru můžete nastavit výšku adaptéru na výdej kávy dle velikosti šálku. Přístroj disponuje samočisticí a odvápnovací funkcí, nastavitelnou tvrdostí vody, funkcí stand-by či funkcí pro úsporu energie.

Všechny tyto výrobky značek De'Longhi a Kenwood můžete osobně vyzkoušet pod vedením zkušeného personálu, a to každý pracovní den od 10:00 do 16:00, nebo po telefonické domluvě na čísle 222 231 475 i v jiném čase v prostorách školy vaření LABORATORIO, SCUOLA DI CUCINA na adrese Krocínova 333/3, Praha 1.



Indesit využije značku Hotpoint za hranicemi Evropy

Indesit Company získala do vlastnictví značku Hotpoint pro trhy mimo Evropu. Došlo k tomu po dohodě s americkým výrobcem GE, jenž si nadále ponechá vlastnictví pro Severní a Jižní Ameriku. Indesit získal značku Hotpoint do svého portfolia v roce 2002, když tehdy koupil tohoto britského výrobce a zařadil ho do své rodiny. Součástí dohody Indesit Company a GE je vyrovnání ve výši 4 milionů USD, které bude italský výrobce svému americkému partnerovi splácet v příštích letech. Díky možnosti používat značku Hotpoint mimo Evropu má nyní Indesit Company možnost rozšířit své podnikání na dalších trzích. Ostatně v Evropě je Hotpoint třetí největší značkou z hlediska podílu na trhu a připadá na něj 50 % prodeje firmy.

iRobotu se v roce 2012 dařilo, o obranné a bezpečnostní roboty však zájem slábne

Americký výrobce robotických pomocníků oznámil své výsledky za rok 2012. Celkově vzrostly příjmy společnosti o 28 %. Celkový obrat a zisk celé firmy negativně poznamenal výrazný propad v prodeji obranných a bezpečnostních robotů. Zatímco na americkém trhu vzrostl obrat v oblasti domácích robotů iRobot o 40 % a ve zbytku světa o 22 %, profesionální roboty doznaly propadu o 57 %. Ještě v roce 2011 činily příjmy v této kategorii 186,9 milionu USD, ale v roce 2012 už jen 79,4 milionu. Celkově dosáhla firma v roce 2012 obratu 356,8 milionu USD. Generál-

ní ředitel a předseda představenstva Colin Angle uvedl, že hnacím motorem podnikání iRobotu budou v příštích letech domácí roboty. Očekává, že letos porostou jako skupina o 20 % a budou tvořit 90 % obratu firmy.

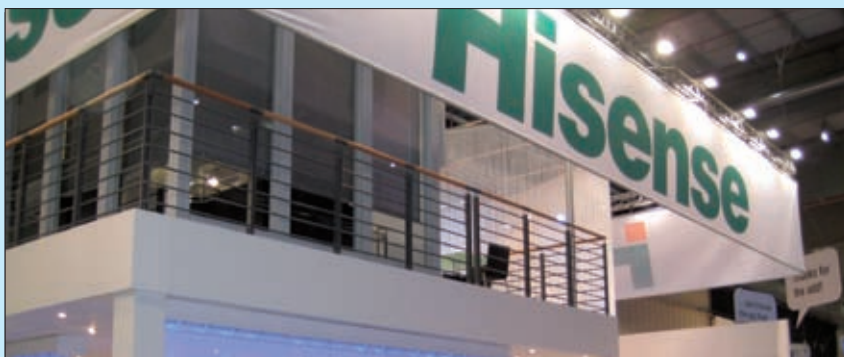


V Japonsku rostl loni zájem o prémiové spotřebiče

Po ničivém zemětřesení v roce 2011 nadále probíhá obnova domů a bytů v Japonsku. S tím je samozřejmě spojen i nákup nových domácích spotřebičů. Japonská společnost Rinnai Corp., která dodává na trhu výrobky vyšší kvality a ceny, zaznamenala stoupající zájem o své produkty. Firmě tak stoupl za prvních 9 měsíců aktuálního fiskálního roku, který skončí až 31. března 2013, zisk o 24,6 %. V Japonsku



nemá na nákup nových spotřebičů vliv pouze obnova po zemětřesení, ale také to, že jsou tamní spotřebitelé ohleduplnější k životnímu prostředí. Pořizují proto mnohdy nové spotřebiče i kvůli jejich nižší energetické náročnosti.



Čínský Hisense pokračuje v expanzi

Výrobce domácích spotřebičů a spotřební elektroniky otevřel své vůbec první středisko péče o zákazníky v Ji-

hoafrické republice, konkrétně v Mosel Bay. Cílem je zajistit lepší služby, poradenství, prodejní akce a servis v oblasti. Otevření centra je dalším důkazem, že to čínská firma myslí s expanzí na rozličné trhy opravdu vážně.



Celokovový kuchyňský robot KMX85 v neotřelém barevném designu má v základní výbavě tři metly a nerezovou 5l mísu s držadlem.

Disponuje plynule nastavitelnou rychlostí, planetárním systémem míchání s vysokým výkonem 500 W a unikátní funkcí promíchávání.

Součástí balení je **mlýnek na maso** se třemi mlecími disky, nástavci na přípravu domácích klobásek a **bubínkové struhadlo** s pěti nástavci.

Příslušenství v balení



Mlýnek na maso AX950 se třemi disky a sadou na přípravu klobás

Bubínkové struhadlo AX643 s pěti nástavci na strouhání

www.kenwoodworld.cz

KENWOOD
CREATE MORE



Spectrum Brands na starém kontinentu roste

Americká společnost, která vlastní i značky VARTA, Remington a Russell Hobbs působící na českém trhu, oznámila své finanční výsledky za první kvartál fiskálního roku 2013. V čistých tržbách dosáhla americká pobočka čísla 666 milionů USD, což je 3,4% pokles ve srovnání se stejným obdobím fiskálního roku 2012. Rostl především segment baterií, malým domácím spotřebičům a spotřebičům osobní péče se tolik nedařilo. Na pokles jejich prodeje mělo významný vliv zrušení akčních prodeje s nízkými maržemi právě na trzích v Severní Americe. Kategorie malých spotřebičů tak klesla v čistých příjmech o 9,5 %. Nicméně z Evropy hlásí firma vyšší tržby díky růstu ve Velké Británii a expanzi na západo- i východoevropské trhy. Celkově tak v čistých tržbách došlo k růstu o 2,5 %, konkrétně činily 870,3 milionu USD. Kvůli akvizicím, například Home Improvement Group v prosinci 2012, vykázala ztrátu 13,4 milionu USD.



Gorenje dokončilo inovaci své továrny nástrojů

Gorenje Orodjarna se může nyní chlubit novými výrobními technologiemi. Firma se zabývá výrobou nástrojů pro tváření plechů pro účely elektrotechnického průmyslu, automobilového průmyslu a samozřejmě i výrobců domácích spotřebičů. Jedná se o dceřinou firmu slovenského producenta spotřebičů



pro domácnosti. Před nedávnem proběhla výrazná inovace tohoto provozu, konkrétně byla pořízena nová zařízení. Mimo jiné například vysokorychlostní tříosý vertikální CNC frézovací stroj a pětiosý vertikální CNC frézovací stroj. Celková investice dosáhla 900 000 EUR a firma uvedla, že investice už pomohla zvýšit její konkurenceschopnost. Produktivita vzrostla o celých 9 %.

Electrolux v Americe zvyšuje prodeje, v Evropě jde byznys pomaleji

Švédskému výrobcu domácích spotřebičů se dařilo v posledním kvartálu roku 2012 hlavně v Americe. V severní části kontinentu byla firma se zisky velmi spokojena a ohlásila i rekordní zisky v Jižní Americe. V domácí Evropě se jí ale moc nedařilo. Čistý obrat firmy dosáhl ve zmiňovaném období částky 4,6 miliardy USD a vzrostl o 2,9 % ve srovnání se stejným obdo-

bím loni. Celkově v roce 2012 rostl Electrolux o 5,5 %, přičemž je nutné poznamenat, že 50 % veškerého byznysu firmy obstarává Severní a Jižní Amerika. Současný šéf Electroluxu Keith McLoughlin věří, že dojde na evropských trzích v roce 2013 ke zlepšení díky růstu v Severní Americe a v rozvojových zemích.



Sony rozprodává majetek, aktuálně své americké sídlo v srdci New Yorku

Japonská chloubka jménem Sony pomalu vadne. Na veletrhu CES nás sice svou prezentací zaujala, především novým mobilním telefonem Xperia Z (čtěte na straně 20), ale celkově se firmě příliš nedaří. Rekordní ztrátu v miliardách dolarů dokázala během loňského roku srazit, ale k zisku se rozhodně nepřiblížila. Už se proto na internetu objevily zprávy, že se chystá prodat i své tokijské sídlo a následně si ho pronajmout. Cílem Sony je získat velmi rychle hotovost, které se jí nedostává. Strategii potvrzuje další, tentokrát již uskutečněný prodej, v USA. Americká pobočka Sony totiž uzavřela dohodu o prodeji svého sídla na Madison Avenue na Manhattanu. Kupec



za budovu zaplatí 1,1 miliardy USD a ukončení transakce je očekáváno už v březnu. Po zaplacení dluhu, který Sony v souvislosti s budovou má, a odečtení dalších převodních ná-

kladů získá Sony zhruba 770 milionů USD. Sony nicméně ve „svém“ sídle nadále zůstane, a to minimálně po tři roky, na které má s kupcem uzavřenou nájemní smlouvu.



Philips končí s výrobou spotřební elektroniky, divizi prodává japonskému Funai

O tom, že se nizozemskému výrobcí v oblasti spotřební elektroniky v silné asijské konkurenci nedaří, víme už delší dobu. Už předloni prodala divizi výroby televizorů a utvořila novou společnost spolu s TPV, která nadále vyvíjí a vyrábí televizory pod značkou Philips. V lednu letošního roku pak firma oznámila prodej celé divize spotřební elektroniky. Končí tak jedna zásadní éra v životě tradičního evropského výrobce.

Spotřebitelé nejspíš změnu ani nepocítí, jako tomu bylo v případě televizorů. Výrobky pod značkou Philips z kategorie spotřební elektroniky budou nadále mířit na trh. Už za nimi ale nebude stát nizozemská firma, nýbrž japonský Funai, jenž od Philipsu divizi koupil. Konkrétně přejímá výrobu veškerých audio, video a multimediálních zařízení včetně jejich příslušenství. Vzhledem k tomu, že Philips na spotřební elektronice vyrostl, už ve 30. letech měla radiopřijímač většina světových domácností, a stál spolu se Sony u zrodu kompaktního disku, není loučením s divizí pro mnohé jednoduché. Fakt, že zůstala firma v Evropě, bylo jakýmsi symbolem, že nejen asijská draci dokážou vyrábět kvalitní audio a video techniku. Stejně symbolické je, že divizi spotřební elektroniky nyní koupila japonská firma. Navíc za symbolickou částku 150 milionů EUR – jak výrobu a vývoj, tak značku. Funai získá

licenci na 5,5 roku a možnost její obnovy na dalších 5 let. Kontrakt na audio, multimediální zařízení a příslušenství bude dokončen v druhé polovině letošního roku. Kategorie video se přesune pod Funai až v roce 2017, aby bylo vyhověno současným autorským licenčním dohodám.

Generální ředitel Philipsu Frans van Houten k obchodu poznamenal: „Touto transakcí jsme zase o krok blíže k proměně portfolia spotřební elektroniky a přeměně Philipsu v předního výrobce zdravotnických zařízení a produktů osobní péče. Jsem si jistý, že dohoda s firmou Funai, která je naším partnerem více než 25 let, vytvoří prostor pro budoucí rozvoj spotřební elektroniky Philips.“

Kam se vydá Philips?

Jak už vyplývá z citace šéfa celého Philipsu, chce se firma soustředit na svou divizi zdravotnických potřeb a domácí spotřebiče, hlavně kategorii osobní péče. Není divu, vždyť zdravotní divize vytváří 40 % příjmů celé společnosti. A nemalé zisky jí plynou také z osvětlovací techniky, ať už v kategorii domácí či profesionální.

Jak se firmě daří?

V roce 2012 na tom Philips nebyl vyloženě špatně, ačkoliv mohou prostá čísla bez komentáře tak působit. Ztráta 358 milionů EUR nepůsobí zanedbatelně. Zásadní vliv na tento výsledek měla ovšem pokuta ve výši 509 milionů EUR, kterou Philips dostal za kartelovou dohodu z 90. let (týkala se trhu dnes už prakticky mrtvých CRT televizorů).



USA uvalují dovozní cla na dovozné pračky

Americká Komise pro mezinárodní obchod (ITC) vydala koncem ledna jednomyslné prohlášení, v němž potvrzuje, že dovoz praček Samsung a LG způsobil poškození amerického trhu s domácími spotřebiči. Už dříve potvrdilo americké ministerstvo průmyslu a obchodu, že některé velkokapacitní pračky dovážené do USA z Koreje byly dotované a že některé modely z Koreje a Mexika byly prodávány za nekorektní ceny. Situaci ITC vyřešila uvalením vyrovnávacího cla na pračky z Korejského poloostrova a antidumpingových cel na dovážené pračky z Koreje a Mexika. Vyšetřování celého případu začalo už v roce 2011, kdy si na problém s cenami u konkurenčních asijských značek stěžoval domácí Whirlpool. Americký gigant proto vydal koncem ledna také prohlášení, v němž nově navržené právní úpravy uvítal. Novinka se týká například i švédského Electroluxu, který vyrábí pračky v Mexiku.

Lidí bez práce přibývá, přesto důvěra v ekonomiku roste

MÍRA NEZAMĚSTNANOSTI SE V ČR NA PŘELOMU LOŇSKÉHO A LETOŠNÍHO ROKU VYŠPLHALA NA 9,4 PROCENTA. PŘITOM O MĚSÍC DŘÍVE TO JEŠTĚ BYLO 8,7 PROCENTA.

Počet lidí bez práce se během posledního měsíce loňského roku zvýšil o téměř 37 tisíc, v absolutním vyjádření nemělo práci více než 545 tisíc praceschopného obyvatelstva. Statistika je neúprosná, jedná se o nejvyšší počet lidí bez práce za poslední dva roky. Připomeňme, že situace na trhu práce se plynule zhoršuje již od loňských jarních měsíců. Důvodů je více, ale především je třeba vzpomenout nepříznivou makroekonomickou situaci – česká ekonomika se od počátku roku 2012 nachází v recesi. Snižující se využití výrobních kapacit se promítá i do nižší potřeby pracovních sil v průmyslu, stavebnictví se potýká s dlouhodobými problémy, maloobchod a další sektory ze služeb trpí slabou domácí poptávkou. To ve výsledku znamená, že ekonomika nevytváří nová pracovní místa. Jak je to s pracovními příležitostmi? Úřady práce jich ke konci listopadu evidovaly necelých 35 tisíc. V meziměsíčním srovnání to bylo téměř o 4 tisíce méně, řeč je o loňském prosinci. Samozřejmě, významnou roli v prosincovém vzestupu míry nezaměstnanosti hraje sezonnost, když s nástupem zimy zanikají zejména místa v zemědělství a stavebnictví. Tento faktor bude trh práce zatěžovat zhruba do konce března. A ještě jeden rys je třeba vzpomenout. Počínaje loňským březnem začalo ministerstvo práce a sociálních věcí zveřejňovat míru nezaměstnanosti podle nové metodiky. Připomeňme, že dosavadní určení míry nezaměstnanosti spočívalo v počtu uchazečů o práci v poměru k ekonomicky aktivní populaci. Nahrazena bude ukazatelem podílu nezaměstnaných osob vůči celkovému počtu obyvatel ve věku od 15 do 64 let.

Prognóza pracovních míst

Jak nám sdělil prognostik Jan Vejmělek z Economic and Strategy Research, situace na trhu práce se



bude i v letošním roce dále zhoršovat. „Očekávané mírné oživení ekonomické aktivity nastane ve druhé polovině roku. Bude však příliš slabé na to, aby otočilo nepříznivé trendy. Podle nové metodiky očekáváme míru nezaměstnanosti ke konci letošního roku kolem 8,4 procenta,“ řekl Vejmělek. Dodejme, že podle staré metodiky by míra nezaměstnanosti přesáhla 10 procent.

Věděli jste, že...

...růst německé ekonomiky, s níž jsme do značné míry svázáni, zpomaluje? Podle předběžných údajů tempo v závěru roku zpomalilo na 0,7 procenta.

...informace spolkového statistického úřadu ukazuje, že německé hospodářství odolává recesi, avšak není dostatečně imunní vůči dluhové krizi?

Krise tlačí ceny dolů

Ceny průmyslových výrobců v prosinci meziměsíčně klesly o 0,3 procenta (+1,2 % meziročně), což bylo výrazně pod nejnižším odhadem. Připomeňme, že analytici očekávali pokles o 0,1 procenta. Zajímavá informace se týká ropy, již několik měsíců netlačí ceny ropných výrobků nahoru, ale k tomu se ještě dostaneme. Pro centrální banku je neméně důležitý vývoj cen v zemědělství, protože tyto hodnoty ovlivňují budoucí ceny potravin. Zemědělské ceny zaznamenaly růst, tentokrát měsíčně o 0,9 procenta (po sezonním očištění o +0,6 %). Meziroční dynamika těchto cen dále akcelerovala, ze 14,6 procenta v listopadu vzrostla na prosincových 15,9. Kumulativně od června jsou pak ceny v zemědělství vyšší o 11,7 procenta, což je důsledek podprůměrné loňské

domácí úrody. Ceny stavebních prací se na meziměsíční bázi v prosinci snížily, pokles činil 0,1 procenta (meziročně tyto ceny poklesly o 0,7 %). Nepříznivou situaci ve stavebnictví potvrzují pravidelné měsíční údaje. „Nepředpokládáme, že by se v tomto sektoru situace letos zásadně změnila, příčinu vidíme v pokračující fiskální konsolidaci, obecně slabé domácí poptávce a nízké důvěře v ekonomiku,“ řekl nám analytik Komerční

banky Jiří Škop a přidal další odhad. „Alespoň by se situace v tomto sektoru letos mohla stabilizovat, když od roku 2009 stavebnictví každoročně klesalo.“ Ještě dodejme, že ceny tržních služeb v podnikatelské sféře v prosinci klesly o 1,2 procenta. Meziročně poklesly o 1,9 procenta.

Cena ropy versus česká koruna

Dolarová cena ropy Brent od začátku listopadu 2012 mírně vzrostla, což bylo kompenzováno silnější korunou vůči dolaru. Ceny ropných komodit v korunovém vyjádření by tak v nejbližších měsících již neměly tlačit ceny průmyslových výrobků dolů. Týká se to především cen rafinovaných ropných produktů, kde je dopad změny cen

ropy relativně rychlý. Naopak růst cen se dá očekávat v potravinářském průmyslu, což potvrzují ceny v zemědělství. Obecně se výrobní ceny vloni zvedly o 2,1 procenta. Letos se dá očekávat opětovný růst, ale poněkud nižší než vloni, odhady hovoří o hodnotě 1,1 procenta. Záležet bude samozřejmě na vývoji cen dalších komodit, zejména ropy, kovů a zemědělských výrobků.

Jak si v krizi stojí současná česká ekonomika?

Nejprve zaměříme pozornost na českou korunu. V současné době se dá říci, že makroekonomické změny nemají na domácí měnu takový vliv, jak bychom mohli očekávat. Do jisté míry je to dáno skutečností, že česká ekonomika trpí slabou domácí poptávkou, kterou v cizině není schopen kompenzovat ani

zájem o české zboží. Údaje z zahraničním obchodu překvapily pouze na první pohled, když detailnější struktura ukázala na výrazně horší výkonnost dovozů, související nejen se slabou spotřebitelskou poptávkou, ale také s rostoucími obavami tuzemských podniků. Tuto skutečnost dokládají data za listopadovou průmyslovou výrobu a maloobchodní tržby. Obě čísla výrazně zůstala za očekáváním trhu. Nelichotivá situace podniků se nepříznivě promítá i do vývoje na trhu práce. Nedostatečná tvorba pracovních míst vede k rostoucí míře nezaměstnanosti. Konkrétněji? Míra inflace postupně zpomaluje, ke konci loňského roku činila 2,4 procenta. Její korigovaná složka svědčí o záporných poptávkových tlacích v ekonomice. Z pohledu ČNB jde jednoznačně o protiinflační data. Ovšem pozor, tyto údaje se blíží deflaci a právě stupňující se deflační tlaky tuto hrozbu zvyšují. Přesto prognózy Komerční banky jsou mírně optimistické, během letošního roku by se měla inflace držet nad inflačním cílem. Bude zajímavé vědět, zda se bankovní rada rozhodne uvolnit měnovou politiku. Prakticky od každého centrálního bankéře jsme mohli slyšet, že dalším nástrojem budou devizové intervence. Vůbec však není jasné, jestli a kdy k nim ČNB skutečně sáhne. Sama bankovní rada není v načasování jednotná. „Na současných úrovních se nám zdají intervence nepravděpodobné,“ řekl pro SELL analytik Jiří Škop a pokračoval: „Zároveň nevidíme důvod, proč by měla koruna zpevňovat. Spíše nemůžeme vyloučit, že by mohla pokračovat v oslabování. Rozuzlení by tak mohlo spíše přijít až v polovině roku.“ Závěry jsou tedy nejednotné, ale odhady ukazují na určité oživení eurozóny, které by mělo nastat ve druhé polovině letošního roku. Pokud by s těmito lepšími daty přišlo i výraznější zpevnění koruny a vezmeme-li v potaz častý odhad průměrné inflace pro rok 2014 na 0,9 procenta, můžeme se živější debaty o devizových intervencích dočkat v závěru letošního roku.

Úročení hypoték klesá

Jako praktický doklad předchozích inflačních úvah může sloužit trh s hypotékami. Banky očekávají, že letos poskytnou klientům hypotéky v objemu kolem sto miliard korun. „Klíčové byly

stabilní ceny nemovitostí a rekordně nízké úrokové sazby,“ komentoval předchozí rok šéf Hypoteční banky Jan Sadil. Jak uvedl deník Právo, u České spořitelny si lidé loni sjednali hypotéky za 36 miliard. To je ve finančním objemu o 19 procent a z hlediska počtu o 16 procent více než v roce 2011. Ke konci září 2012 měli Češi na bydlení půjčeno 796 miliard korun, což je podle bankovní asociace o 5,37 procenta více než v roce 2011. Důvodem zvýšeného zájmu o hypotéky je jejich zlevnění. Zatímco v roce 2010 se uvedený produkt poskytoval v průměru za pětiprocentní úrok, v roce 2011 to bylo už o procento méně a loni průměrné sazby za celý rok dosáhly na 3,52 procenta. Průměrná úroková sazba před Vánocemi klesla na 3,17 procenta. Splátka milionové hypotéky na 15 let se tak dostala pod sedm tisíc korun měsíčně, což je podle Fincentra nejméně od roku 2003, kdy se tento údaj sleduje. Jedná se ale pouze o orientační údaj.

Potvrdí se obavy z růstu cen?

Na závěr si ještě všimněme náhledu na domácí ekonomické výsledky, jak jsou vnímány veřejností. Důvěra v české hospodářství se v závěru loňského roku malinko zvýšila. Svědčí o tom indikátor ekonomického sentimentu. Ve srovnání s loňským listopadem je o 1,1 bodu vyšší a dosáhl záporných 3,9 bodu. Mezi podnikateli doznala důvěra v ekonomiku ve vybraných sektorech služeb nepatrné úpravy. Zvýšila se ve stavebnictví, obchodě a průmyslu. Důvěra spotřebitelů se meziměsíčně rovněž téměř nezměnila. V meziročním srovnání je souhrnný indikátor důvěry a indikátor podnikatelů nižší, indikátor důvěry spotřebitelů je naopak vyšší. Z prosincového šetření mezi spotřebiteli vyplynulo, že se pro příštích dvanáct měsíců mírně snížily obavy spotřebitelů ze zhoršení celkové ekonomické situace. Respondenti se však nadále obávají růstu cen. Index vývozních cen v říjnu meziročně vzrostl o 1,3 procenta, index cen dovozu se ve stejném období meziročně zvýšil o 2,2 procenta. Česká národní banka ponechala hlavní úrokovou sazbu v souladu s očekáváním na pěti setinách procenta.

Miroslav Hruška

Sušičky Hotpoint – technologie High Definition a energetická úspora až A – 60 %



PRO NOVOU GENERACI SPOTŘEBIČŮ VYVINULA ZNAČKA HOTPOINT TECHNOLOGII HIGH DEFINITION, KTERÁ JE KOMBINACÍ MODERNÍCH TECHNOLOGICKÝCH A KONSTRUKČNÍCH ŘEŠENÍ ZARUČUJÍCÍCH VYSOKÝ VÝKON, EFEKTIVNÍ VÝSLEDKY A ZNAČNÉ SNÍŽENÍ SPOTŘEBY ENERGIE. NOVÉ SUŠIČKY HOTPOINT UMÍ USUŠIT PRÁDLOV KRÁTKÉ DOBĚ, VĚDÍ, JAK SE POSTARAT O VŠECHNY TYPY PRÁDLA A TEXTILÍ, DÍKY ŠIROKÉ ŠKÁLE SPECIÁLNÍCH PROGRAMŮ, JSOU SCHOPNÉ PŘESNĚ URČIT POŽADOVANOU MÍRU VYSUŠENÍ A PEČUJÍ CITLIVĚ O VŠECHNY TYPY VLÁKEN. HIGH DEFINITION ŽIVOTNOST VLÁKNA PRODLUŽUJE A ZANECHÁVÁ TKANINY MĚKKÉ A V PERFEKTNÍM STAVU. HOTPOINT NABÍZÍ SUŠIČKY DESIGNOVÝCH ŘAD AQUALIS A FUTURA.

HOTPOINT AQUALIS

Nové modely sušiček Hotpoint Aqualis dosahují energetické třídy až A – 60 % díky nové technologii tepelného čerpadla, které minimalizuje rozptyl horkého vzduchu, a tím maximalizuje úspory energie až o 60 % ve srovnání se sušičkami třídy A. Technologie tepelného čerpadla je založena na dvou uzavřených okruzích, vzduchovém a okruhu s chladivem. Tepelné čerpadlo nemusí sušit pomocí nákladného ohřívání, ale spoléhá na termodynamický systém, který zabraňuje

tepelným ztrátám.

Kapacita sušiček Hotpoint Aqualis dosahuje až 9 kg. Sušičky umožňují vybrat až 5 automatických úrovní sušení s různou hladinou zbytkové vlhkosti pro nejlepší péči o vaše prádlo a na míru tomu, co s prádlem následně uděláte („Vlhké“, „K žehlení“, „Ramínko“, „Prádelník“ a „Extra suché“). Standardní nabídka programů je rozšířená o speciální program pro rychlé provzdušnění prádla, program pro sušení peřin nebo program pro jemnou péči o dětské prádlo, cyklus pro péči o plyšové hračky nebo Heat & Enjoy, kte-



rý zahřeje prádlo nebo například ručníky na teplotu 37 °C a tu udržuje až 4 hodiny nebo dokud cyklus není vypnut.

Cyklus Vlna u sušiček Hotpoint je certifikován společností Woolmark, protože poskytuje jemné sušení a respektuje krásu zvláště citlivých tkanin. Vlna zůstane měkká a nadýchaná i po opakovaných cyklech sušení. Novinkou je možnost zvolit si program péče před sušením a po něm. Ten v případě odloženého startu nebo po ukončení sušení, než je náplň vyndána, otáčí pozvolna bubnem, aby se prádlo v sušičce nemačkalo. Speciální Antialergenní péče odstraní z prádla nejčastější alergeny. Díky speciálnímu filtru ve dveřích bubnu si sušička poradí i s nečistotami, které mohou v prádle zůstat po praní, například zvířecí srst, vlasy, vlákna apod. Nové sušičky Hotpoint Aqualtis mají inovovaný vzhled sledující poslední trendy. Tradiční hranatá neprůhledná dvířka nahrazují kulatými prosklenými s rozšířeným průměrem plnicího otvoru. Sušičky tak získaly stejný atraktivní vzhled jako pračky a společně s nimi mohou ve vaší domácnosti vytvořit skvělou designovou dvojici.

HOTPOINT FUTURA

Komu nevyhovuje netradičně pojaté designové řešení sušiček Aqualtis, může se přiklonit k řadě Futura. Vlastnosti a nabídka programů jsou velmi porovnatelné s řadou Aqualtis. Díky možnosti vybrat až ze tří automatických úrovní sušení umožňují dosáhnout až 45 různých kombinací programů, které zajistí maximální ochranu veškerého oblečení. Samozřejmostí je hloubková antialergenní ochrana díky elektronické regulaci teploty a novému filtračnímu systému. Novinkou u sušiček Futura je inovace filtru. Ten byl přepracován s cílem zlepšit ergonomii a funkčnost. Snadno se vyjímá, stačí jej dvěma prsty uchopit, otevřít lehce jako peněženku a vyčistíte jej několika málo pohyby. Kromě toho nový tvar se zaoblenými stranami na jedné straně a zkosenými na druhé usnadňuje začlenění po čištění. Dvířka jsou doplněna o ergonomickou rukojeť, která usnadňuje manipulaci a ulehčuje otevření.





Moderní sušení prádla

SUŠIČKA PRÁDLA BYLA DLOUHOU DOBU POVAŽOVÁNA ZA NADBYTEČNÝ SPOTŘEBIČ, KTERÝ NAVÍC KONZUMUJE AŽ PŘILÍŠ VELKÉ MNOŽSTVÍ ENERGIE. S PŘÍCHODEM MODELŮ S TEPELNÝM ČERPADLEM UŽ TO URČITĚ NEPLATÍ. DNES JE NABÍZEJÍ PRAKTICKY VŠICHNI VÝROBCI, KTEŘÍ SUŠIČKY NA TRH DODÁVAJÍ, A UŽIVATEL MÁ TAK PESTRÉ MOŽNOSTI VÝBĚRU. JELIKOŽ UVÁDÍME V NAŠEM PŘEHLEDU PŘEDEVŠÍM PRODUKTOVÉ NOVINKY, VĚTŠINU TVOŘÍ MODELŮ S TEPELNÝM ČERPADLEM.

Ještě před pár lety jsme dělili sušičky jednoduše na odvětrávací a kondenzační, přičemž postupem času začaly dominovat na trhu druhé jmenované. Odvětrávací sušičky se složitěji instalovaly, protože vyžadovaly vývod vlhkého vzduchu vně objektu, zatímco kondenzační modely bylo možné připojit rovnou k odpadu či nechat vodu srážet do výjimatelného zá-

sobníku. V obou případech nicméně nešlo o žádné energeticky extra efektivní zařízení. Zatímco chladničky už pokořily i hranici označení „A“, sušička se dala pořídit nejlépe v třídě B. To změnil až příchod kondenzačních sušiček s tepelným čerpadlem, které díky použité technologii dosáhly už na počátku třídy A a dnes se pohybují běžně v třídě A – 50 %. Taková označení byla a jsou darem z nebes pro marketingová oddělení, protože ta nyní mohou propagovat úspornost sušiček s tepelným čerpadlem. Je si ovšem potřeba uvědomit, že rozdíl v pořizovací ceně standardní kondenzační sušičky a té s tepelným čerpadlem je značný – modely s tepelným čerpadlem stojí zhruba dvojnásobek. Návrstnost investice tedy do značné míry závisí na tom, jak často se v domácnosti pere, respektive suší. Pro uživatele, který použije sušičku jednou za týden či deset dní, není totiž pořízení dražší a úspornější varianty výhodnější. Spotřebič během doby své životnosti rozhodně nespoteřebuje elektřinu za nějakých 7 až 10 tisíc korun.

Tepelné čerpadlo

Když odhlédneme od pořizovacích cen a nákladů na provoz, je samozřejmě technologie tepelného čerpadla zcela zásadní inovací, která celou kategorii sušiček posunula o notný kus dopředu. A jak vlastně funguje? Technologie stojí na principu ohřevu vzduchu nutného pro sušení prádla teplem vznikajícím v okruhu tepelného čerpadla. Ventilátor vhání vzduch do bubny, kde odebírá z prádla vlhkost. Vlhký teplý vzduch je následně ochlazen. Vlhkost, kterou obsahuje, zkondenzuje a suchý vzduch se vrací zpět do bubny. Celý proces se neustále opakuje až do úplného vysušení prádla.

Argumentem, proč pořídit sušičku s tepelným čerpadlem, by ale při prodeji neměla být jen její úspornost. Mnohé testy prokázaly, že tyto sušičky suší prádlo lépe. Když se ještě vrátíme k energii, je dobré zmínit méně než poloviční příkon, který se pohybuje spíše pod 1 000 W, zatímco modely bez tepelného čerpadla přesahují hranici 2 250 W. Mezi nevýhody můžeme kromě vyšší pořizovací ceny zařadit také vyšší hloučnost, i když ta se liší u jednotlivých značek a modelů.

Proč doporučit sušičku?

Sušičku prádla považují mnozí spotřebitelé za zbytečnost. Argumentují tím, že prádlo mohou nechat uschnout na sušáku bez jakýchkoliv nákladů. To je samozřejmě naprostá pravda. Přesto má pořízení sušičky smysl. Protiargumentem může být v první řadě větší pohodlí při práci s vypraným prádlem. Ať už stojí sušička vedle pračky, nebo je postavená na ní, v každém případě je rozhodně rychlejší a pohodlnější přesunout prádlo z jednoho bubnu do druhého než ho všeset. Kromě toho, pokud má uživatel pračku s velkou prací kapacitou, není limitován velikostí sušáku a nemůže se stát, že bude mít problém všechno vyprané prádlo pověsit. Nespornou výhodou sušiček je také jejich schopnost zachytávat prach a další nečistoty, které v prádle zůstanou, takže jsou textilie nejen čistší, ale snižuje se pravděpodobnost alergické reakce. Pokud někdo věší prádlo venku na zahradě, zachytává se na něm navíc pyl a prach ze vzduchu.

Sušičky také nabízejí programy, díky nimž není mnohé prádlo vůbec nutné žehlit. Dokonce ani košile pro běžné nošení. Uživateli tak odpadá další práce. A v neposlední řadě jsou například ručníky ze sušičky dokonale jemné a hebké, čehož při běžném sušení na šňůře nedosáhnete. Sušičku byste proto měli v obchodě prezentovat jako nedoceněného pomocníka, kterého by uživatel neměl při výběru pračky opomenout. Na trhu dominují modely s předním plněním, ale někteří výrobci dodávají také vrchem plněné.

BEKO DPU 7360 X

Novinka mezi sušičkami BEKO rozšiřuje významně produktové portfolio značky. Firma totiž neměla dosud v nabídce model s tepelným čerpadlem určený do páru se 7kg pračkami. DPU 7360 X to napravuje. Jedná se tedy o sušičku na až 7 kg prádla, která díky přítomnosti tepelného čerpadla spadá do energetické třídy A – 10 %. Stejně jako všechny sušičky BEKO disponuje funkcí proti pomačkání prádla. Celkově má ve výbavě 16 programů včetně BEKO BabyProtect pro péči o dětské prádlo či prádlo alergiků.



BEKO DPU 8360 X

Kondenzační sušička s tepelným čerpadlem je určena pro sušení až 8 kg prádla. Spadá do třídy A – 30 %. Sušička má celkem 16 programů, mezi kterými nechybí ten na košile, džíny, péče o vlnu nebo sportovní oděvy a další. Chybět nemůže ani speciální BEKO BabyProtect program. Dětský zámek zabrání zasahování do nastavení spotřebiče. Sušička signalizuje čistotu filtru nebo plnou nádobu na vodu. Mezi designové, ale samozřejmě i funkční prvky patří LCD displej, který informuje o průběhu sušení, a vnitřní osvětlení, se kterým má uživatel přehled, co se s prádlem v bubnu děje.



Bauknecht TK UNIQ 83A GBW

Novinka v nabídce německé značky Bauknecht, spadající do rodiny Whirlpool, se řadí mezi nejúspěšnější na trhu. Dosahuje totiž energetické třídy A – 50 %. Není tedy snad třeba příliš zdůrazňovat, že používá k sušení technologii tepelného čerpadla. Nabízí kapacitu na až 8 kg prádla a například plnou náplň bavlněného oblečení vysuší za 146 minut při spotřebě 1,7 kWh. Používá samozřejmě senzor Green Intelligence, který přizpůsobuje délku sušení podle zbytkové vlhkosti a velikosti náplně. Celkově u ní naleznete 14 programů včetně programu Mix, určeného pro sušení až 6 kg bavlněných a jiných tkanin nenáročných na údržbu.



Blomberg TKF 8451 RGC50

Moderní sušička s tepelným čerpadlem s maximální náplní až 8 kg je dodávána v netradiční červené barvě. Pokud preferují vaši zákazníci tradiční bílou, můžete pro svůj obchod objednat i tuto variantu. Nese potom označení TKF 8451 AGC50. Sušička spadá do třídy A – 50 % a je vybavena senzorem sušení. Veškerá nastavení probíhají elektronicky pomocí otočného voliče a LCD displeje. Programová nabídka obsahuje 16 položek, mezi nimi například program pro košile, rychlý 30minutový program či program pro smíšené prádlo.



Lexikon

Inteligentní senzory

U praček a myček měří inteligentní senzory množství náplně a stupeň zašpinění prádla, respektive nádobí. V případě sušiček měří samozřejmě také množství náplně, ale navíc zbytkovou vlhkost. Podle toho upravují sušicí cyklus, aby bylo prádlo usušeno dle požadavků uživatele. Senzory má dnes většina modelů střední a vyšší třídy.

Automatické čištění kondenzátoru

Některé nové sušičky mají kondenzátor, který se automaticky během sušení i čistí. Uživatelé tak odpadají povinnosti manuálního čištění, které bylo nutné dělat zhruba dvakrát měsíčně.



Brandt FD 821 CE

Francouzská značka Brandt uvede dle nám dostupných informací během letošního roku novinky v oblasti sušiček, ale v době uzávěrky ještě nebyly známy. Do přehledu proto zařazujeme model bez tepelného čerpadla v energetické třídě B. Kondenzační sušička s kapacitou na až 8 kg prádla nabízí elektronický programátor, LCD displej a 11 programů (např. osvěžení vlny či proti pomačkání). Kondenzovanou vodu můžete vést i přímo do odpadu nebo standardně do integrovaného zásobníku.



Fagor SFE-920CE

Kondenzační sušička z dílny Fagoru nepoužívá tepelné čerpadlo a spadá do energetické třídy B. Pojme až 9 kg prádla, k jehož usušení používá buben se střídavým otáčením. Díky tomu se prádlo méně pomačkává a ve výsledku snáze žehlí. Fagor v prezentaci zdůrazňuje také funkci Eco Drying, kdy sušička používá nižší teploty, a spotřebovává tak méně energie. Nehledě na to, že sušení probíhá šetrněji. Ve výpisu funkcí také naleznete elektronický senzor stupně vlhkosti.



Bosch WTY88780EU

Vlajková loď sušiček značky Bosch používá takzvaný SelfCleaning Condenser, tedy samočisticí kondenzátor, o který se uživatel nemusí vůbec starat. Nepostrádá ani funkci VarioPerfect pro volbu ekonomického (EcoPerfect) či rychlého (SpeedPerfect) módu sušení – použit je asynchronní kompresor s proměnlivou rychlostí otáček. Do bubnu sušičky se vejde až 8 kg prádla, které suší v energetické třídě A++ (odpovídá A – 60 %). Na čelním panelu najdete TFT textový displej pro sledování zbývajících času i pohodlné nastavení. Volit lze z 13 sušičích a 2 časových programů.



Hotpoint AQC9 4F5 T/Z1 (EU)

Další novinkou na trhu je kondenzační sušička z řady Aqualtis od značky Hotpoint, spadající do rodiny Indesit. Díky technologii tepelného čerpadla dosahuje třídy energetické účinnosti A – 40 %. Kapacita bubnu činí nadstandardních 9 kg. Sušička patří do páru k některé z nových praček Aqualtis s náplní na až 9 či dokonce 10 kg prádla. Novinka používá inteligentní senzory pro automatické sušení, 16 programů a nerezový buben s obousměrným otáčením. Nastavení a kontrolu zbývajících času do konce programu usnadňuje integrovaný displej. Sušička také disponuje parním programem pro osvěžení oblečení.

Načechrávání prádla

Když se prádlo dosuší, oznámí sušička konec programu akustickým signálem. Pokud ale není v okolí nikdo, kdo by prádlo vyložil, došlo by po zastavení bubnu k jeho slehnutí a pomačkání. Mnohé sušičky proto po skončení programu ještě desítky minut otáčejí bubnem, aby bylo prádlo stále načechrané.

Průhled do bubnu

Dříve platilo, že sušička nemá průhledné dveře. Důvodem byla přítomnost prachového filtru právě v nich. Jelikož se podařilo mnohým výrobcům filtr přemístit, má dnes většina nových sušiček dveře průhledné podobě jako pračky. Díky tomu spolu oba spotřebiče i lépe designově ladí.

BEKO



Chytré sušení prádla se značkou BEKO

Na našem trhu stále ještě nedoceněný přirozený partner každé pračky prošel v posledních letech překotným vývojem. BEKO má na českém trhu bohatou nabídku sušiček prádla včetně energeticky efektivních modelů s tepelným čerpadlem. Nevěste prádlo, usušte ho rychleji a pohodlněji v sušičce BEKO.

V katalogu BEKO naleznete jak standardní kondenzační sušičky, tak kondenzační sušičky s tepelným čerpadlem. Ventilací modely, u kterých je nutné vést vlhký vzduch mimo byt či dům, jsou už dlouhé roky na ústupu a BEKO je i kvůli složitosti jejich instalace nenabízí. Nabídka obsahuje modely pro náplň prádla 7, 8 či dokonce 9 kg, takže lze vybrat tu nejvhodnější k pračce s odpovídající maximální náplní. K modelu DPU 8360X s tepelným čerpadlem, který je určen pro až 8 kg prádla, přibude v nejbližší době novinka v podobě modelu DPU 7360 X na 7 kg prádla. Spotřebitel tak bude moci lépe kombinovat se 7kg pračkou při volbě vysoce efektivní sušičky s tepelným čerpadlem. Ostatně mluvme v konkrétních číslech. Sušičky BEKO s tepelným čerpadlem dosahují energetické třídy A – 30 %.

Bohatá výbava

Za fungování moderní sušičky se skrývá nemalé množství pokročilé techniky, která zajišťuje, aby bylo prádlo šetrně a dokonale usušeno přesně tak, jak uživatel chce. BEKO proto vybavuje své sušičky senzorem vlhkosti, který zajistí vysušení na nastavenou úroveň. Například pro okamžité žehlení je vhodnější ponechat prádlo ještě trochu vlhké. Pro uložení do skříně či šatníku si zase žádá úplně vysušení. BEKO nezapomíná ani na další prvky, jakými jsou například filtr na nečistoty – je jedním z největších na trhu a zachytí se v něm maximum prachu, vláken, chloupků či vlasů z usušeného prádla.

Programová výbava sušiček je přímo a logicky navázána na prací programy, takže vždy k vypranému prádlu najdete příslušný program. Kupříkladu 9kg pračka BEKO v kombinaci se sušičkou nabídnou vyprání a usušení maximální náplně za méně než 2 hodiny. A 2 kg prádla vyperete a usušíte za neuvěřitelných 49 minut. BEKO jde tak vstříc současným požadavkům uživatelů, kteří nemají často

mnoho času a preferují rychlé programy. Sušičky navíc díky jemným pohybům bubnu prádlo nepomačkají, takže pro běžné nošení ho nemusíte ani žehlit.

Pohodlné ovládání

Sušičky BEKO mají shodný design se stájovými pračkami, takže spolu dokonale ladí a dotvoří estetický vzhled koupelny. Komfortní obsluha je zajištěna díky přítomnosti displeje zobrazujícího informace o plnosti nádoby na z kondenzovanou vodu, času do konce sušení, zanesení filtru a dalším. Takzvaná XL dvířka a vnitřní osvětlení bubnu zase usnadní vkládání i vykládání prádla. Start programu lze odložit až o 24 h.



BEKO BabyProtect

Specialitou nejen v pračkách, ale právě i sušičkách BEKO je tento program určený pro péči o dětské oblečení či oblečení alergiků. Umožňuje sušit prádlo při přesné teplotě a s pečlivě kontrolovaným vnitřním klimatem sušičky díky senzorům teploty a vlhkosti.

www.bekocr.cz



BEKO



Indesit IDCE 845 A ECO (EU)



Sušička z nabídky značky Indesit používá technologii tepelného čerpadla a dosahuje energetické třídy A – 30 %. Vložit do ní můžete až 7,5 kg prádla, přičemž díky funkci Energy Saver v ní lze sušit i menší množství prádla při minimální spotřebě. Inteligentní senzor detekuje množství vloženého prádla

a nastaví podle toho optimální dobu sušení. Na výběr je celkem 16 programů včetně programu osvěžení prádla. Nechybí displej ani časovač odloženého startu.

Hlučnost

Sušička nepatří mezi naprosto tiché spotřebiče. Za chodu vydává hlučnost kolem 70 dB. Některé modely atakují už i hranici 60 dB, ale u většiny modelů na trhu se setkáme s číslem nad 65 dB.

Schulthess TW 7235i



Sušička od prémiové švýcarské značky Schulthess poskytuje kapacitu na až 7 kg prádla. Díky použití tepelného čerpadla patří do energetické třídy A. Sušit můžete buď senzorem se snímačím vlhkosti, nebo časově. Automatický samočisticí kondenzátor zaručuje konstantní spotřebu energie po celou dobu životnosti spotřebiče. V programové výbavě naleznete položky pro péči o košile či vlnu. Praktický je určitě program Mix pro sušení více druhů prádla najednou či program pro osvěžení oblečení.

Siemens WT46W563BY



Kondenzační sušička od německého Siemensu nese označení A+ a za rok dle výrobce spotřebuje 236 kWh. Reálná spotřeba závisí na používání spotřebiče. Stejně jako zástupce Bosch používá selfCleaning Condenser – samočisticí kondenzátor, u kterého

dojde k několikanásobnému proplachu během fáze sušení. Sušička také používá technologii DUO-Tronic, kdy nastavíte jen míru vysušení prádla a inteligentní senzory podle toho upraví trvání programu.

Whirlpool AZA 999



Další novinka na trhu s kapacitou až na 9 kg prádla a energetickou třídou A – 50 % se vyznačuje extra-velkým bubnem. Výrobce uvádí, že jde dokonce o buben s největší kapacitou na trhu. Sušička s tepelným čerpadlem využívá funkce nazvané

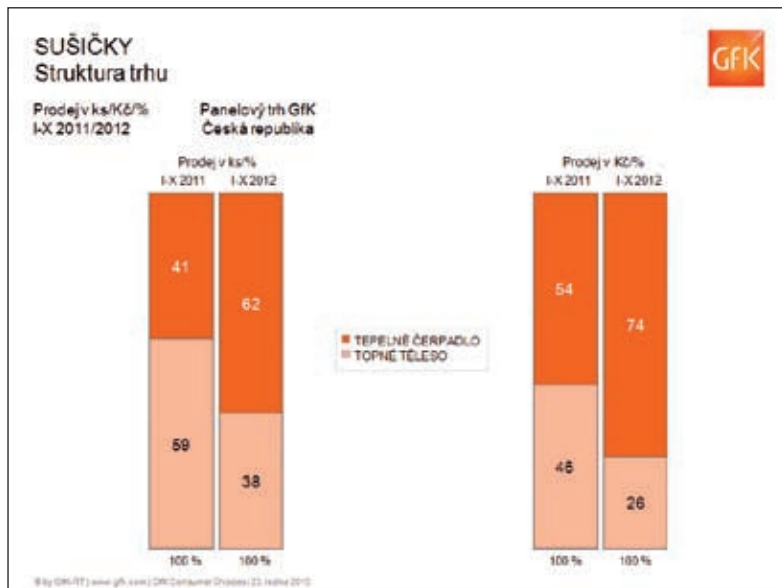
„6. smysl Aircare“, která určí nejvhodnější nastavení pro sušení vloženého obsahu. Vzduch v sušičce proudí dle výrobce novým způsobem a buben je navíc asymetrický, což opět zlepšuje kvalitu sušení. Ve výbavě nechybí LED displej, 14 programů a funkce odloženého startu.

Mezikus

Pokud nemá uživatel opravdu velkou koupelnu nebo dokonce samostatnou prádelnu, pračku a sušičku vedle sebe určitě nepostaví. Řešením je postavit sušičku na pračku, k čemuž slouží takzvaný „mezikus“. Ten obsahuje i výsuvný pult pro odložení koše s prádlem. Mezikusy jsou standardizované a lze je použít mezi rozličnými značkami. Spotřebitel tedy nemusí nutně kupovat pračku a sušičku téže značky. Nicméně se to doporučuje už jenom kvůli designovému sladění obou zařízení.

SUŠIČKY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

ZÁJEM SPOTŘEBITELŮ O SUŠIČKY NEUSTÁLE ROSTE. MEZIROČNÍ¹ SROVNÁNÍ PRVNÍCH DESETI MĚSÍCŮ MINULÉHO ROKU UKÁZALO VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH² NA TĚMĚŘ ČTVRTINOVÝ NÁRŮST OBJEMU PRODEJE. NA TRHU SE V LOŇSKÉM ROCE PROSADILY ENERGETICKY ÚSPORNÉ MODELY TŘÍDY A++ S TEPELNÝM ČERPADLEM URČENÉ NA SUŠENÍ SEDMI- AŽ OSMIKILOGRAMOVÉ NÁPLNĚ.



Na celkovém obratu devíti sledovaných skupin bílého zboží³ se sušičky podílely pouze jednotkami procent, nicméně ve srovnání s ostatními komoditami vykazovaly dynamický meziroční růst. Ten doprovázelo snížení průměrné ceny⁴ o necelá 2 %, o která se také snížil přírůstek obratu. Přesto meziroční navýšení tržeb přesáhlo pětinu, a z pohledu dynamiky růstu tak „zastínilo“ ostatní sledované skupiny.

Kladný vývoj v objemu i obratu

Při podrobnějším pohledu na vývoj prodejů sušiček v meziročním dvouměsíčním srovnání je v každém období patrný přírůstek – v objemu minimálně 10 %, v hodnotě začínající na 8 %. Tyto relativně nižší výsledky pochází z jara loňského roku, v následujících měsících se již postupně zvyšovaly až do září a října, kdy dosáhly výše zhruba 40 %.

Kupující za sušičku zaplatili v prvních deseti měsících roku 2012 v průměru 15 600 korun⁵. V říjnu loňského roku přitom poprvé klesla výše průměrné investice do sušičky pod 15 tisíc korun.

Tahounem energetická úspornost

Základním mottem prodeje sušiček, posilovaným jak výrobci, tak i prodejci, je účinnost sušení a spotřeba elektrické energie. Například meziroční nárůst objemového podílu výrobků energetické třídy A++ přesáhl deset procentních bodů, přičemž váha této kategorie na celkovém obratu skupiny představovala za prvních deset měsíců minulého

roku téměř dvě třetiny. Výraznou úsporu energie sušiček umožňuje provedení s tepelným čerpadlem, jehož objemový podíl meziročně vzrostl o více než 20 procentních bodů. Za modely s tepelným čerpadlem zaplatili v uvedeném období kupující v průměru 18 600 korun.

Rostoucí sortimentní nabídka

K 22. 1. 2013 zaznamenalo oddělení Consumer Choices, GfK Czech, na českém trhu 163 aktivních modelů sušiček celkem 22 značek. Tyto údaje vychází z denně aktualizované databáze technických produktů ETILIZE, ve které jsou evidovány detailní technické parametry (vč. značky, EAN kódu...) konkrétních modelů velké šíře technického zboží včetně sušiček. Jejich sortiment vytvářelo přes 70 modelů s tepelným čerpadlem.

V průběhu druhé poloviny loňského roku se ve sledovaných distribučních kanálech zaznamenalo 35 nových sušiček, které se vloni v říjnu ještě neprodávaly, z nichž 14 bylo zakódováno v provedení s tepelným čerpadlem.

Koncentrace trhu

Kromě technických parametrů jsou v katalogu Etilize rovněž doplněny údaje o prodejnosti výrobků – vyjádřené kvartilem, které vychází z výsledků obchodního panelu GfK. Ty ukazují na značnou koncentrovanost trhu sušiček. Polovinu celkových prodejů tvořilo v říjnu minulého roku deset modelů sušiček, z toho osm jich bylo vybaveno tepelným čerpadlem.

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 konečnému spotřebiteli ze stálého reprezentativního vzorku maloobchodních prodejen. Více na www.gfk.cz a www.gfkr.com, případně kontaktujte Zdeňka Bártu, Retail and Technology Directora (zdenek.barta@gfk.com).

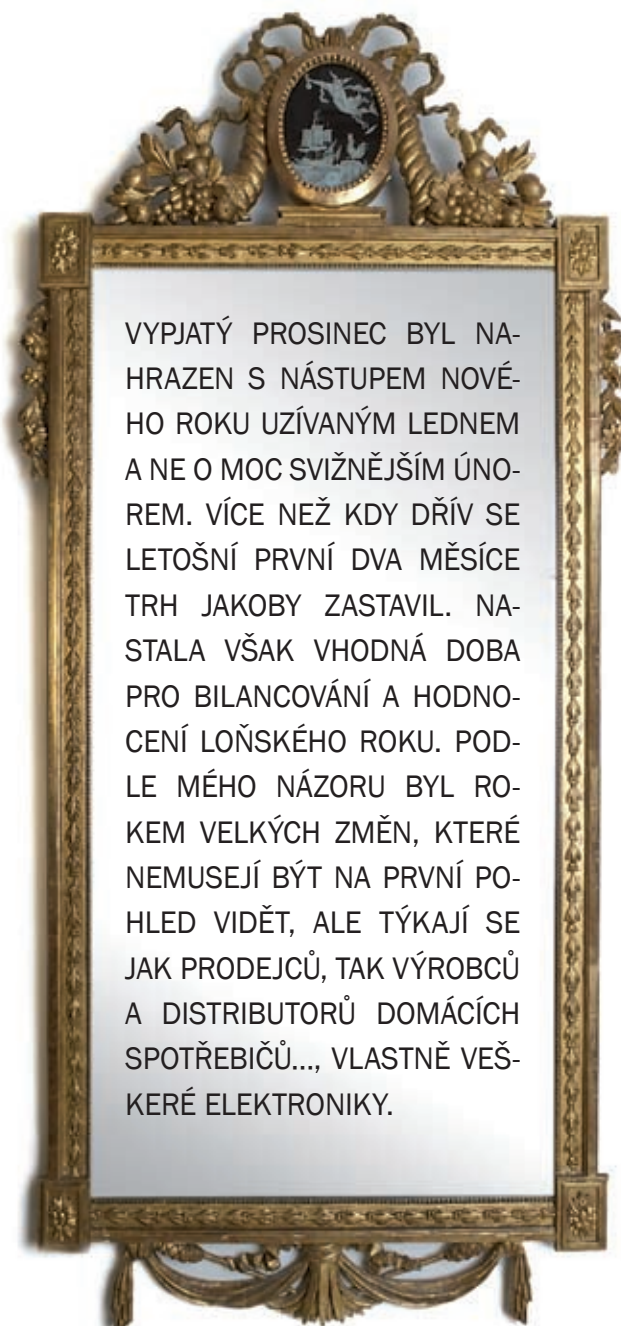
¹ Není-li v textu uvedeno jinak, pak meziroční srovnání znamená období I-X 2012 vs. I-X 2011.

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

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

⁴ Vážena počtem prodaných kusů.
⁵ Cena zaokrouhlena na stovky korun.

Změna



VYPJATÝ PROSINEC BYL NAHRAZEN S NÁSTUPEM NOVÉHO ROKU UŽÍVANÝM LEDNEM A NE O MOC SVIŽNĚJŠÍM ÚNOREM. VÍCE NEŽ KDY DŘÍV SE LETOŠNÍ PRVNÍ DVA MĚSÍCE TRH JAKOBY ZASTAVIL. NASTALA VŠAK VHODNÁ DOBA PRO BILANCOVÁNÍ A HODNOCENÍ LOŇSKÉHO ROKU. PODLE MÉHO NÁZORU BYL ROKEM VELKÝCH ZMĚN, KTERÉ NEMUSEJÍ BÝT NA PRVNÍ POHLED VIDĚT, ALE TÝKAJÍ SE JAK PRODEJČŮ, TAK VÝROBCŮ A DISTRIBUTORŮ DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ..., VLASTNĚ VEŠKERÉ ELEKTRONIKY.

Časopis SELL je jako jediný český B2B magazín pro výrobce a prodejce domácích spotřebičů rozesílán po celé republice na rozličná místa. Z prodejních kanálů pokrývá jak řetězce, tak menší lokální prodejce, kuchyňská studia i elektronické obchody. Jelikož posíláme časopis vybraným adresátům zdarma a náklad se odvíjí od jejich počtu, máme minimální remitendu, která ovšem funguje jako jasný ukazatel změn na trhu. Drtivá většina časopisů, které nám po každém vydání přijdou zpátky, se vrací z míst, kde někdo skončil s podnikáním. Už od roku 2008, kdy jsem projekt SELLu v Česku převzal, tak sleduji kontinuální proměny naší distribuční databáze, respektive prodejních kanálů domácích spotřebičů. Během loňska pak nabraly tyto změny ještě rychlejší tempo než v minulosti.

Konec lokálních prodejců?

Nejvýraznějším trendem, který naše remitenda ukazuje, je zavírání malých prodejen s elektrem. Nejvíce jich mizí v malých městech, kde není velká kupní síla, ale o moc jednodušší to nemají ani prodejci v místech s větším počtem obyvatel. Celkově nám po každém vydání chodí zpět až několik desítek časopisů právě od lokálních nezávislých prodejců. V silné konkurenci internetu a řetězců mají z dlouhodobého hlediska pramalou šanci přežít. Obzvláště v současné době, kdy se znovu vrátila ekonomická recese a vůle lidí utrácet není příliš velká. Nejsou schopni konkurovat ani cenou, protože jejich velcí protihráči si mohou dovolit jít mnohem níže a nabídnout často také lepší služby. Na druhou stranu chybí především v řetězcích odbornost, což je způsobeno velkou fluktuací zaměstnanců, kteří nemají sebemenší zájem stát se odborníky v oblasti domácích spotřebičů, spotřební elektroniky nebo počítačů. Vzpomínám si, když jsem přišel před asi dvěma lety v Praze do pobočky jednoho velkého prodejce elektroniky a zaměstnanec tam právě komusi popisoval LED LCD televizory jako samostatnou kategorii vedle plazmy a standardního LCD. Přitom takzvané „LED televizory“ mají běžné LCD panely, pouze používají LED podsvícení, zatímco starší typy LCD

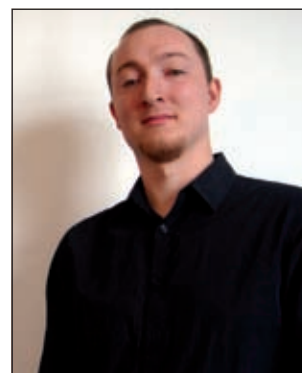
měly CCFL trubice. Ale zpět k tématu. Lokální prodejci s širším záběrem nemají asi příliš šancí se na trhu při pokračování aktuálního vývoje udržet. Pouze úzká specializace jim může pomoci – například v prodeji automatických kávovarů za desítky tisíc korun jsou úspěšnější specialisté, kteří přístroje osobně předvedou a zákazníkovi se věnují delší dobu. Mašinu za 40 tisíc si jen tak z regálu vezme málokdo, dovolím si dokonce tvrdit, že nikdo. Novou pračku nebo toustovač ale většina lidí dnes radši koupí za co nejvýhodnější cenu ve velkém obchodě, ti vychytralí si případně zboží prohlédnou někde osobně, ale pak objednejí přes internet.

Stěhování studií

Dalším zajímavým poznatkem, který jsem vyčetl z naší remiten-
dy, je vyklízení zvukných adres v centrech měst. Ještě před pár lety bylo otázkou prestiže mít kuchyňské studio na dobré adrese, což mělo doložit jeho solidnost a exkluzivnost. Jenže rok 2012 nebyl ekonomicky zázračný jako třeba začátek milénia, kdy celá řada firem takřka nevěděla, co s penězi. Chřadnoucí stavebnictví a neochota lidí investovat do renovací vlastních domácností vedly mimo jiné k poklesu objednávek nových kuchyní. Udržet se na dobré adrese tak přestalo být pro mnohé možné. Časopisy nám začaly loni chodit zpět právě z těchto míst, kde jednotlivá studia postupně ukončila činnost, respektive v tomto případě se na rozdíl od malých prodejců často přesunula jinam, do levnějších lokalit.

Evoluce e-shopů

Prodeje na internetu rostou. Obecné tvrzení, které ovšem ještě nic nevyovídá o situaci jednotlivých obchodů. Před pár lety jsme měli na webu obrovské množství rozličných e-shopů, některé větší, jiné menší, ale šlo o poměrně pestrou skladbu. V současnosti zákazníci protežují hlavně velké hráče – není pak divu, že jednička na trhu, Alza.cz, hlásí každý rok rekordní výši obrátu. Menší obchody spíše mizí a ty střední celkem obstojně přežívají. Do budoucna očekávám ještě další posun zákaznických preferencí k velkým elektronickým obchodům, které sice nenabízejí většinou nejlepší cenu, zato je u nich větší jistota bezproblémového vyřízení reklamace a hlavně, hlavně mají mnoho zboží skladem. Lidé v nich nakupují častěji také díky rozrůstajícímu se počtu výdejních míst, kde může spotřebitel zboží vyzvednout, případně ho poté reklamovat. Posun směrem k jakémusi hybridu mezi klasickým e-shopem a kamennou sítí prodejen je současně stále probíhající evoluce původně čistě internetových prodejen. O to víc zatápějí Alza.cz, MALL.cz, Kasa.cz a dalším tradičním prodejcům. Jaké jsou jejich největší konkurenční výhody? Mají výborně zpracované weby a systém internetového prodeje, se kterými se nemohou stránky většiny původně kamenných prodejen rovnat. A teď nemám na mysli pouze malé prodejce, ale i velké řetězce, které s přechodem na internetový prodej stále zápasí...



Lubor Jarkovský



Volně stojící sporáky

SPOLU S CHLADNIČKOU JE VARNÁ DESKA S TROUBOU ZÁKLADNÍ VÝBAVOU KUCHYNĚ. V TRADIČNÍ VOLNĚ STOJÍCÍ KOMBINACI OBOU SPOTŘEBIČŮ HOVOŘÍME SAMOZŘEJMĚ O SPORÁKU. AČKOLIV MŮŽE VYPADAT NA PRVNÍ POHLED NABÍDKA VÝROBCŮ UNIFORMĚ, PŘI BLIŽŠÍM ZKOUMÁNÍ LZE ODHALIT ROZMANITOST VELIKOSTÍ, BAREV A VÝBAV.

Základním parametrem, kterým se od sebe jednotlivé sporáky odlišují, je jejich šířka. Nejčastější 50cm kategorii doplňuje o něco větší 60cm, která nabízí totožné funkce a většinou i ceny. Výhodou širších modelů je samozřejmě větší trouba a také větší plocha varné desky. Pokud půjdeme ještě dále, nalezneme sporáky o šířce 90 cm. Ty se hodí zejména pro nadšenec do vaření, případně je lze považovat za výrazný estetický prvek v kuchyni.

Na horní straně nabízí obvykle 5 hořáků a možnost jejich kombinace pro pekáče nebo extrémně velké hrnce. Vnitřní prostor trouby je pak náležitě zvětšen a obvykle také umožňuje přípravu několika druhů jídel najednou. Některé modely mají 2 trouby – jednu větší a jednu menší. Nutno podotknout, že 90cm sporáky tvoří skutečně velmi minoritní skupinu na trhu a jsou spíše specialitou než běžně prodávaným zbožím.

VAŘENÍ NA PLYNU NEBO ELEKTRICE

Při výběru sporáku hraje roli kromě jeho velikosti také volba varné desky. Síly mezi plynem a elektřinou jsou poměrně vyrovnané. Ovšem u elektrických ještě musíme rozlišovat mezi jednotlivými typy desek. V současnosti jasně hrají prim modely sporáků se sklokeramickými deskami. Litinové plotýnky se postupně stávají minulostí a jsou vyhrazeny jen těm nejlevnějším modelům. V rámci sklokeramických desek patří většina trhu těm, které využívají odporovou spirálu. Indukční technologie, která ohřívá přímo nádobí a je neefektivnější, byla u sporáků ještě před pár lety raritou. Postupně se stala běžnější, nicméně ji má jen několik modelů vybraných značek. Důvodem je vyšší pořizovací cena a fakt, že kdo investuje do kuchyně více, většinou už volí vestavné spotřebiče. Pokud ale zákazník vyžaduje sporák a nechce separátní varnou desku a troubu, lze mu modely s indukcí jenom doporučit.

TROUBY

U trub je situace o mnoho jednodušší. Plynové sice ještě sem tam v portfoliu některých výrobců naleznete, ale jsou okrajovějším zbožím. Vždyť plyn hřeje méně rovnoměrně a jídlo je také více vysušováno. Dnes jsou tedy tahounem trhu sporáky s troubami elektrickými. Nejsou si však podobné jako vejce vejci – liší se funkcemi podle ceny sporáku. I u levnějších modelů najdeme funkci horkého vzduchu, který na rozdíl od přímého ohřevu šetří čas a také zabraňuje připalování. Vestavěný ventilátor pak lze využít k dalším funkcím, například ke gratinování nebo k rozmrazování. Naopak funkce pyrolytického čištění, kdy jsou všechny nečistoty na stěnách trouby spáleny na prach, patří k výbavě těch nejdražších modelů.

Další pokročilejší výbava je ovšem sporákům zatím zapovězena. Například teplotní sondy vkládané do nitra potravin, vaření v páře a mnohé další. Na druhou stranu existují i takové speciality jako sporáky na dřevo. Jedná se o moderní výrobky, které však využívají ten nejtradičnější způsob ohřevu.

Jistý vývoj lze pozorovat i u vzhledu sporáků. Klasickou bílou doplňují jiná barevná provedení, hlavně nerez. U střední a vyšší třídy najdeme ještě další úpravy vzhledu a barevná provedení.



BAUMATIC BCD500R

Volně stojící sporák s šířkou 50 cm v netradičním barevném provedení v sobě kombinuje plynové hořáky s elektrickou multifunkční troubou. Ta spadá do energetické třídy A a nabízí celkem 5 funkcí. Její užitečný objem je 47 l, nechybí ani digitální programovatelné hodiny, vnitřní osvětlení nebo gril s termostatem. Součástí spotřebiče je i úložný prostor o objemu 5 l a bohaté příslušenství, které zahrnuje plech, mřížku rošt a také sadu trysek pro propan-butan. Hořáky jsou opatřeny bezpečnostní pojistkou a také elektrickým zapalováním. Kromě prezentované červené dodává Baumatic tento sporák také v barvě slonové kosti, černé a stříbrné.

BEKO CSM 57302 GW

Sporák značky BEKO v klasickém bílém provedení v sobě kombinuje sklokeramickou varnou desku se 4 varnými zónami s elektrickou troubou, která nabízí celou řadu funkcí. Mezi ně patří například 3D pečení, při němž jsou aktivní všechna topná tělesa, anebo horký vzduch, díky němuž je možné připravovat až 3 pokrmy najednou. Nechybí ani funkce pro rozmrazování potravin a prostor pro skladování příslušenství. Zajímavostí jsou pak celoskleněné dveře bez šroubů, což značně zjednodušuje jejich údržbu.



BOSCH HCE744353

Elektrický volně stojící sporák německého výrobce o šířce 60 cm v sobě kombinuje elektrickou troubu a sklokeramickou varnou desku. Ta nabízí 4 varné zóny, z čehož je jedna dvouokruhová a jedna pečící. Trouba pak nabízí nadstandardní objem 67 l a 8 různých způsobů ohřevu. Využití lze například horní a spodní ohřev, horký vzduch, program pro pizzu, rozmrazování, cirkulační infragril a další. Vše se dá ovládat pomocí elektronických hodin s časovou předvolbou. Dvířka jsou celoskleněná a opatřena systémem pro tlumení dovírání. Trouba je dále opatřena katalytickým čištěním zadní stěny, dětskou pojistkou a trojnásobným teleskopickým výsuvem.

BLOMBERG HKN 9330 A

Na vrchní straně této žhavé novinky nalezneme 4 Hi-Light varné zóny včetně jedné oválné duo zóny a jedné kruhové duo zóny. Trouba pak nabízí objem 65 l a 8 programů pro pečení, mezi nimiž lze zvolit i 3D pečení. Uvnitř trouby se nacházejí katalytické samočisticí panely a celoskleněná dvířka pro snadné čištění. V příslušenství dodává Blomberg kromě hlubokého a mělkého plechu, bezpečnostního roštu a rožně ještě 1úrovňový teleskopický výsuv. Sporák je vybavený LCD displejem a je dodáván v bílé barvě.

FAGOR

5CF-56MSW X

Sporák provedený v elegantní kombinaci černé a nerez nabízí 4 plynové hořáky a elektrickou troubu o užitém objemu 53 l. Pečicí prostor je opatřen funkcí katalytického čištění a také dvířky s dvojitým sklem. Nechybí ani časovač pro ukončení pečení nebo jeho odložený start. Trouba spadá do energetické třídy A a jako příslušenství se dodává smaltovaný plech a chromovaná mřížka. Příkon trouby činí 2 kW. Celková šířka spotřebiče je 50 cm.



FRATELLI ONOFRI YR 290.50 FEMW TC

Nadstandardně velký spotřebič dokáže plně uspokojit potřeby větších rodin nebo menších profesionálních provozů. Díky luxusnímu kovovému designu se stane výrazným prvkem v každém interiéru. Šířka 90 cm umožňuje troubu osadit 5 plynovými hořáky a dosáhnout objemu trouby 95 l. Trouba spadá do energetické třídy B, disponuje 7 programy a nechybí u ní takové funkce, jako je horký vzduch, minutka anebo možnost sušení. Dále je přítomen vyklápěcí šuplík na příslušenství.



INDESIT

KN6C61A(W)/NL

Sporák klasického bílého vzhledu o šířce 60 cm nabízí i klasickou sestavu funkcí. V horní části jsou to 4 varné zóny na sklokeramické desce. Elektrická trouba ze třídy účinnosti A pak nabízí užitný objem 56 l a 6 různých programů a minutku. Z funkcí jmenujme například gratinování, gril, horký vzduch pro pečivo nebo pizzu. Jako příslušenství se dodává mřížka a hluboký plech.



HOTPOINT

CE6VM3 (X) R/HA

Na horní části sporáku s šířkou 60 cm najdeme 4 varné sklokeramické zóny. Trouba pak nabízí užitný prostor 56 l, 5 různých programů a i analogovou minutku. Třída energetické účinnosti trouby je B. Jako příslušenství se dodává rošt a plech. Ze speciálních funkcí trouby můžeme zmínit horký vzduch a také gratinování, které využívá horní topné těleso společně s ventilátorem, což zabrání spálení povrchu pokrmů. Ideální pro lasagne, zapékané těstoviny nebo opékání klobás či vepřových kotlet.



Vaření v hravých barvách

Nové multifunkční sporáky




Baumatic®

SPECIALISTA NA VESTAV-
NÉ SPOTŘEBIČE, SPO-
LEČNOST BAUMATIC,
MÁ SAMOZŘEJMĚ TAKÉ
PESTROU NABÍDKU
VOLNĚ STOJÍCÍCH ZAŘÍ-
ZENÍ OD CHLADNIČEK
PŘES PRAČKY, MYČKY
AŽ PŘÁVĚ PO VOLNĚ
STOJÍCÍ SPORÁKY. PO-
MĚRNĚ ZAJÍMAVOU NO-
VINKOU JSOU POTOM
50CM BAREVNÉ SPO-
RÁKY, KTERÉ ROZZÁŘÍ
KAŽDOU KUCHYŇ.

Baumatic si vždy zakládal na unikátním designu a přinášel mnohdy na trh výrobky v netradičních barevných provedeních. V tomto duchu byla navržena a vytvořena nová řada sporáků BCD500, která obsahuje jak poměrně tradiční stříbrnou a elegantní černou variantu, tak emocemi nabitou červenou a jemnou slonovou kost. Na všechny je poskytována nadstandardní 5letá záruka.

Provedení

Multifunkční sporáky o šířce 50 cm nabízejí kombinaci plynové varné desky a elektrické trouby v energetické třídě A. Varná deska obsahuje 4 hořáky – jeden o výkonu 3 kW, dva o výkonu 1,75 kW a jeden o výkonu 1 kW. Všechny jsou vybaveny bezpečnostní pojistkou, tlačítkovým elektrickým zapalováním a mají smaltované mřížky.

Trouba s 5 funkcemi má užitný objem 47 l a pro snadnější pečení disponuje digitálními programovatelnými hodinami. Samozřejmostí je potom vnitřní osvětlení, vyjímatelná dvířka s dvojitým sklem, větrák pro horkovzdušné pečení a v neposlední řadě gril s termostatem. Jako příslušenství dodává Baumatic smaltovaný pečicí plech s rukojetí, mřížku, pečicí rošt a sadu trysek pro použití propan-butanu. Dokoupit lze ještě pizza kámen pro přípravu pravé italské pizzy. Veškeré příslušenství lze uložit do prostoru s objemem 5 l v dolní části sporáku.

Další nabídka

Kromě výše uvedených novinek nabízí Baumatic na českém trhu ještě tradiční 50cm sporáky v bílém a nerezovém provedení. A to jak s plynovými, tak sklokeramickými varnými deskami. Specialitou v nabídce je pak 90cm multifunkční sporák BCD901SS s 5 hořáky včetně jednoho trojitého typu WOK s výkonem 3,8 kW. Za pozornost stojí určitě i trouba s užitným objemem 85 l.



www.baumatic.cz



Twitter připravuje programovací rozhraní pro reklamu. Co to znamená pro marketing?

NA KONCI LEDNA SE V TECHNOLOGICKÝCH MÉDIÍCH OBJEVILA ZPRÁVA, ŽE PO LETECH ČEKÁNÍ TWITTER V PRVNÍM LETOŠNÍM ČTVRTLETÍ KONEČNĚ ZPROVOZNÍ REKLAMNÍ API. TATO NOVINKA BY MĚLA VÝZNAMNĚ ZJEDNODUŠIT VKLÁDÁNÍ REKLAMY VE VELKÉM OBJEMU. JE NAVÍC PRAVDĚPODOBNÉ, ŽE DEVELOPERŮM UMOŽNÍ I TVORBU NA MÍRU PŘÍZPŮSOBENÝCH NÁSTROJŮ PRO SPRÁVU REKLAMY A JEJÍ ANALÝZU.



Nejprve technický úvod do pojmosloví pro ty, kdo netuší, o čem se vlastně hovoří. API, zkratka pro anglické application programming interface, je taková část programu, která je určena pro jeho komunikaci s jinými programy. V případě datových platform, jakými jsou například Twitter nebo jeho rival Facebook, pak jde o jakousi bránu, která aplikacím externích vývojářů umožňuje, aby jejich vlastní aplikace dokázaly s platformou komunikovat. Buď na ni data nahrávat, nebo naopak z ní vyžádaná data stahovat.

Reklamní API je v tomto duchu základní podmínkou pro to, aby měli vývojáři možnost vytvořit vlastní nástroje a s jejich pomocí reklamu vkládat, spravovat a sledovat její výkonnost. Zatímco Facebook už takové API má roky, u Twitteru se na něj stále čeká, a ačkoliv se o něm již druhým rokem objevují zprávy, čekání bylo prozatím marné.

Dočkáme se?

Současné informace ale vzbuzují mnohem vyšší naději než dříve. Pocházejí od manažerů velkých reklamních agentur, které se sociální sítí Twitter pracují ve jméno svých klientů, tedy i těch největších společností na světě. Twitter prý vedení vybraných agentur se zprávou o API kontaktoval loni před vánočními svátky, a i když nesdílel mnoho

informací o jeho podobě, informoval je o tom, že ke spuštění dojde během prvního čtvrtletí roku 2013. O blížícím se API dále svědčí nedávné změny reklamy na Twitteru, které by bez jeho následného spuštění nedávaly moc smysl.

Není rozhodně nadsázkou, že zpráva mnohé velmi potěšila. Radost udělala především těm, kdo pro své klienty spravují větší množství placených Twitter kampaní, případně spravují kampaně pro velké množství klientů. V současnosti lze totiž vkládat reklamu, kromě osobního kontaktu s obchodním oddělením Twitteru, pouze přes on-line samoobslužný nástroj. Jeho velkou nevýhodou ale je, že neumožňuje hromadnou tvorbu reklamy, každý zvýhodněný tweet, trend či účet, jak se jmenují reklamní formáty sociální sítě, musí být vytvořen zvlášť a ručně.

A zde právě přichází největší výhoda reklamního API. Jeho pomocí si mohou

agentury na míru vytvořit vlastní nástroje pro hromadnou tvorbu reklamy, její hromadnou správu a vlastní analytiku úspěšnosti. Místo ruční tvorby každé reklamní jednotky zvlášť lze reklamy tvořit hromadně podle určitých pravidel nebo jejich tvorbu jinak zautomatizovat a tím zjednodušit a především ušetřit čas.

Z uvedeného je ovšem patrné, že jedním z vedlejších efektů reklamního API bude dozajista také zásadní nárůst reklamy na mikroblogovací síti. A protože kde se zvyšuje poptávka, a nabídka (v tomto případě reklamního prostoru) zůstává stejná, nebylo by překvapivé ani to, kdyby v konečném důsledku API vedlo ke zdražování. Twitter by tak vydělal hned dvakrát. Reklamy by nejen prodal víc, ale také za víc. O důvod víc věřit, že API tentokrát již na cestě doopravdy je.

*Jindřich Lauschmann
redaktor Tyinternety.cz*



Sporáky a trouby HOTPOINT – moderní, funkční a bezpečné v souladu s evropským bezpečnostním nařízením

VESTAVNÁ ŘEŠENÍ ZNAČKY HOTPOINT JSME VÁM PŘEDSTAVILI V MINULÉM VYDÁNÍ. HOTPOINT VŠAK MYSLÍ TAKÉ NA TY, KTEŘÍ PREFERUJÍ KLASICKÉ POJETÍ KUCHYNĚ A PŘEDNOST DÁVAJÍ SPORÁKU PŘED VESTAVNOU TROUBOU A VARNOU DESKOU.

Sporáky Hotpoint jsou všestranné a optimalizované tak, aby splnily i ty nejnáročnější požadavky každé kuchařky nebo kuchaře. Multifunkční trouby disponují několika programy pro každodenní použití, které umožňují připravit rozličné pokrmy: gril, horký vzduch, gratinování, tradiční pečení, horní nebo spodní ohřev a rozmrazování. Praktickým pomocníkem u sporáků Hotpoint je funkce odloženého startu pečení, sporáky s digitálním displejem navíc umožňují nastavit délku pečení. Kombinované sporáky s plynovou varnou deskou jsou vybaveny elektrickým zapalováním plamene v knoflíku a samozřejmě je bezpečnostní pojistka plynu. V nabídce jsou sporáky elektrické nebo kombinované s plynovou varnou deskou, se čtyřmi nebo pěti varnými zónami a v barevném provedení klasické bílé nebo netradiční nerez, který je u vybraných modelů doplněn o zrcadlová dvířka. Sporáky Hotpoint jsou zařazeny do energetické třídy A, navíc jsou plně v souladu s novými nařízeními Evropské unie dle normy pro režim standby (CE) N.1275/2008 (platné od 7. 1. 2013) a bezpečnostní normy CEI – EN 60335-2-6/A2/A11 (platné od 14. 4. 2013). Prvně zmiňované nařízení se týká spotřeby energie v režimu standby a ve vypnutém režimu, která nesmí překročit 0,5 W, případně 1 W s povinností informovat uživatele.

Zároveň jsou sporáky vybaveny povinným automatickým přepnutím do jednoho z těchto dvou režimů v případě nečinnosti. Druhé nařízení se týká především bezpečnostních opatření v konstrukcích sporáků. Všechny trouby ve sporácích Hotpoint jsou vybaveny novými prolisy pojezdů se zářkami plechů proti jejich posunutí nebo převržení. Pečící mřížky jsou vybaveny speciálními zářkami na okrajích. Sníženy byly také povolené limity na teplotu vnějších ploch zabraňující popálení. Inovovány byly stabilizační prostředky zamezující zvrhnutí. Sporáky Hotpoint jsou tak nejen energeticky nenáročnými, ale také maximálně bezpečnými pomocníky do kuchyní.





András Lucza

Posuzován za zlepšování

SENCOR SE STAL V POSLEDNÍCH LETECH ZNÁMĚJŠÍ A DNES JE DOMINANTNÍ „LEVNĚJŠÍ“ ZNAČKOU NA TRHU. HOVOŘILI JSME O IMAGE ZNAČKY A JEJÍCH VÝSLEDČÍCH V POSLEDNÍM ROCE S ANDRÁSEM LUCZOU, PRODUKTOVÝM MANAŽEREM SPOLEČNOSTI FAST HUNGARY, KTERÁ SENCOR NA MAĎARSKÉM TRHU ZASTUPUJE.

Jak se loni Sencoru dařilo?

Na začátku roku byl trh velmi pesimistický. Neměli jsme žádná velká očekávání, ale nakonec pro nás rok 2012 nebyl vůbec špatný. Objem prodeje byl sice nižší, ale hodnota zůstala prakticky stejná v porovnání s loňským rokem. Když se podíváme na současné okolnosti, můžeme být spokojeni a nesmíme zapomínat na změny ve směnném kurzu dolaru a vyšším poplatkům za recyklaci. Právě toto zvýšení zhoršilo situaci na trhu, především pro výrobky nižší cenové třídy. Situace byla ještě složitější

Judged for improvement

SENCOR HAS BECOME MORE AND BETTER KNOWN IN THE RECENT YEARS AND TODAY IT IS A DOMINANT „B” BRAND ON THE MARKET. WE TALKED ABOUT BRAND IMAGE AND RESULTS OF LAST YEAR WITH LUCZA ANDRÁS, PRODUCT MANAGER OF FAST HUNGARY, WHICH REPRESENTS SENCOR BRAND ON THE HUNGARIAN MARKET.

How was the last year for Sencor?

In the beginning of the year the market was very pessimistic, we also hadn't great expectations, but 2012 was not a bad year for us after all. The volume was a bit lower but the value was similar when compared with the previous year. In the aspects of the current circumstances we can be satisfied with this as we shouldn't forget the changes of dollar's exchange rate and the higher environment product fee, which caused worse conditions, especially for low price product. The situation was

SENCOR®

even harder because of price strategy of „A” brands, which left not enough space for profitable sales.

Which product group was the most successful last year?

Kettles had the best achievement, due to a fact that we have a very wide range of them. We offer design products as well. We think the image of the brand is better and consumers like our products. Our development process is characterized by careful selection and monitoring. This guarantee a constant level of quality, our customers are satisfied and this is reflected in the brand image as well.

Sencor is quite strong on its mother market in Czech Republic. Is the position of the brand getting stronger in Hungary as well?

Sencor is a market leader of its segment in Czech Republic, but the brand is doing quite good in Hungary. We were successful in the competition for the formed empty space on the market, so we could strengthen our position, we even reached eminent market share in certain product groups. We have to say that we are a profit oriented company; the most important for us is to sell with profit, not the market share.

We can find some design products in your portfolio. Is it a part of a brand image or just an answer for consumer needs?

Actually both of them are true. We try to go parallel with the changing needs and satisfy the current expectation of consumers, but we take into consideration our long term plan as well. A product can go to the shelves if it has good quality, its design is marketable, has good price value ratio, in few words: “It is easy to sell.” But this is not enough. It doesn't bring sure success, because the product has to go from shelves to the shopping cart. Price, reliability and awareness play an important role in this process. The mentioned aspects have significant importance regarding branding as well.

How important is the brand's image in your segment?

I think that there are few real “B” brands on the Hungarian market. Brands which offer promotional price without wide product range are not real “B” brands. Therefore in my view, loyalty for the „B” brands can be developed on the Hungarian market. Sencor in any case seeks to build proper brand image. In order to represent a certain value, each product must be on the same level of quality. The reliability is important, but the awareness as well. We do our best in the field of price strategy, marketing and product range so that Sencor name sounds better and better.

kvůli cenové strategii „áčkových“ značek, které ne-zanechaly žádný prostor pro ziskové prodeje.

Která produktová kategorie byla loni neúspěšnější?

Varné konvice dosáhly největšího úspěchu vzhledem k tomu, že jich máme opravdu širokou nabídku. Nabízíme také designové výrobky. Myslíme si, že image Sencoru se zlepšuje a spotřebitelé mají naše produkty rádi. Náš vývojový proces je charakterizován pečlivým výběrem a kontrolou. To zaručuje konstantní úroveň kvality, naši zákazníci jsou spokojeni a vše se odráží v image značky.

Sencor má poměrně silnou pozici na svém mateřském trhu v České republice. Posiluje také na maďarském trhu?

Sencor je lídrem trhu svého segmentu v České republice, ale značka je na tom dobře i v Maďarsku. Byli jsme úspěšní v souboji o vzniklý prázdný prostor na trhu, takže jsme svou pozici posílili. Dokonce jsme dosáhli vynikajícího podílu na trhu určitých skupin výrobků. Musím ještě poznamenat, že jsme společnost orientovaná na zisk, nejdůležitější je pro nás prodávat se ziskem, ne podíl na trhu.

Ve vašem portfoliu můžeme najít designové produkty. Jsou součástí image značky, nebo jen odpovědí na požadavky spotřebitelů?

Vlastně obě tvrzení jsou pravdivá. Snažíme se sledovat měnící se potřeby a plnit aktuální očekávání spotřebitelů. Bereme však ohled také na naši dlouhodobou strategii. Výrobek může jít do regálů, pokud má dobrou kvalitu, má poutavý a pěkný design, má dobrý poměr cena/výkon. Abych to shrnul v několika slovech: „Je snadné ho prodat.“ Ale to nestačí k dosažení úspěchu. Výrobek musí spotřebitel vzít z regálu a vložit do nákupního košíku. Cena, spolehlivost a povědomí o značce hrají důležitou roli v tomto procesu. Uvedené aspekty mají zásadní význam, také pokud jde o značku jako takovou.

Jak důležitá je image značky ve vašem segmentu?

Myslím, že existuje jen málo skutečných „levných“ značek na maďarském trhu. Značky, které nabízejí akční ceny bez širokého sortimentu, nejsou skutečnými značkami z kategorie „B“. Z mého pohledu lze proto vytvořit i loajalitu k této kategorii značek na maďarském trhu. Sencor se v každém případě snaží budovat správnou image. Aby reprezentoval určitou hodnotu, musí být všechny výrobky na stejné kvalitativní úrovni. Důležitá je proto spolehlivost, ale i povědomí o značce. Pracujeme opravdu poctivě na cenové strategii, marketingu a sortimentu, aby název Sencor zněl lépe a lépe.

Mezinárodní veletrh EUNIQUE arts & drafte

Životní prostor v novém tisíciletí

JIŽ PÁTÝ ROČNÍK MEZINÁRODNÍHO VELETRHU UŽITÉHO UMĚNÍ A DESIGNU EUNIQUE SE BUDE KONAT OD 7. DO 9. ČERVNA 2013 V NĚMECKÉM KARLSRUHE. VELETRH SE SPECIALIZUJE NA ŠPERKAŘSKÉ, ODĚVNÍ, KERAMICKÉ, SKLÁŘSKÉ, PAPIROVÉ, HRAČKÁŘSKÉ, NÁBYTKOVÉ A DALŠÍ DESIGNOVÉ UNIKÁTY A MALOSÉRIE. LETOŠNÍ ROČNÍK BUDE ŘEŠIT OTÁZKU, JAK SI V BUDOUCNU ZAŘÍDIT SVŮJ ŽIVOTNÍ

Pořadatelé uvádějí, že v popředí zájmu o veletrh stojí především kvalita a originální nadčasové nápady. „Právě velkými kvalitativními požadavky se bude od většiny ostatních veletrhů spotřebního zboží zřetelně odlišovat. Inovativní umělci a designéři se intenzivně zabývají otázkou, jak si lidé v budoucnu vybaví svůj soukromý i veřejný životní prostor. Veletrh představí odpovědi tvůrců v podobě unikátů, prototypů a malosérií, které nejsou v této kvalitě a šíří k vidění nikde jinde,“ vysvětlila Britta Wirtz, jednatelka společnosti Karlsruher Messe und Kongress GmbH, na tiskové konferenci.

Loňský ročník potvrdil kvality

V loňském roce se veletrhu zúčastnilo více než 350 vystavovatelů z 21 zemí, branami prošlo podle statistik 12 850 návštěvníků (v roce 2011 to bylo 10 700 návštěvníků) a soudě podle ohlasu v tisku byl veletrh velmi úspěšný. Nejvíce návštěvníků přijelo z Francie a Švýcarska, následovali Italové a Rakušané. Obzvláště velkému zájmu se těšily šperky a doplňky, móda/textil, následovány nábytkem, módními doplňky do bytu a svítidly. Doslova v obležení byly stánky finských designérů, nabízely speciální přehlídku prací umělců, jako je například Markku Salo, Nithikul Nimkulrat či Camilla Moberg, která o svém díle říká, že musí probouzet vzrušení stejně jako atraktivní žena. „Sklo patří k interiérovému designu od pradávna, ale jako by postupně ztrácelo duši. Z mé práce je myslím patrné, že usiluji o rovnováhu, harmonii a nové duchovní principy tvorby. Chci vytvářet objekty, ve kterých je povaha skla jako materiálu zdůrazněna novým vzrušujícím způsobem. Průhlednost skla je fascinující a barvy obsaže-

né ve skleněné záři k tomu přímo vybízejí. To jsou vlastnosti, které je třeba plně využít k prosvětlení duše unavené civilizací...“ píše ve svém blogu.

V rámci loňského ročníku veletrhu se konal také Design Campus. Šanci zde dostali studenti vysokých škol v Karlsruhe, Štrasburku, Basileji a Offenburgu, kteří zadané úkoly prováděli pod vedením profesionálních návrhářů přímo před očima návštěvníků. V projektu měli například navrhnout flexibilní osvětlení pro sklad areálu ve tvaru třírohého klobouku. Zájem byl i o současnou keramiku. Kurátorka Monika Gass, ředitelka muzea keramiky ve Westeraldu, vybrala díla 20 nejzajímavějších umělců.

Více společenských témat

Letošní veletrh EUNIQUE arts & drafte by se měl více zabývat společenskými tématy. Pořadatelé hovoří o tom, že

globální bude doplněno lokálním, masovost dobrou jakostí. „Individualita a nové myšlení spotřebitelů jsou oblasti, které souvisejí s tématy jako ekologie a udržitelnost. Určitě budou i nadále dostávat na veletrhu svůj zasloužený prostor,“ slibuje Britta Wirtz. Veletrh tak ke svým aktuálním tematickým oblastem užitého umění a designu přidá i nové materiály a jejich kombinace, udržitelnost, recyklaci a nezávadnost pro životní prostředí.

Vlastimil Růžička

Bližší informace: www.eunique.eu

Obrázky veletrh dle výběru

Obrázky Camilla Moberg

(www.camillamoberg.fi)



Koupelnové vlnění

RELAXACE S DŮRAZEM NA DOBRÝ DESIGN JE JEDNÍM Z POŽADAVKŮ NAŠÍ USPĚCHANÉ DOBY. A ITÁLIE JE VELMOCÍ DESIGNU. DORIANA A MASSIMILIANO FUKSASOVI MAJÍ I V TOMTO SMĚRU ROZHODNĚ CO NABÍDNOUT.



Nutno na úvod připomenout, že manželé neslaví úspěchy pouze v designu koupelen, ale věnují se především architektuře. V lednu tohoto roku například otevřeli novostavbu francouzského Národního archivu na jižním předměstí Paříže. Devětašedesátiletý Fuksas a jeho žena mají za sebou desítky takovýchto projektů. V poslední době navrhli také koncertní halu Zénith ve Štrasburku, Perésovo mírové centrum v Tel Avivu či minimalisticky ztvárněný kostel svatého Pavla v italském Folignu.

Bytový a koupelnový design

Interiérový design je podle slov manželů Fuksasových účinnou relaxací, která je více než nutná po realizaci velkých architektonických projektů. Vítají taková zadání, kde se obě disciplíny vzájemně pojí a doplňují. Dokladem budiž třeba jimi navržené výstaviště v Miláně, kde se koná každoroční veletrh nábytku a designu. Koupelnám je tady vyhrazen velký prostor a jsou prezentovány jako plnohodnotné místnosti k bydlení. Trendem jsou volně stojící vany a umyvadla, skleněné sprchové kouty, velké sprchové hlavice s LED diodami. V barvách převažuje bílá, následována pastelovými barvami. Módní barvou je také fialová.

Módní tvary podle studia Fuksas

„Trendy se příliš nemění a není potřeba se jimi až tolik zabývat,“ říká Doriana Fuksas při prezentaci koupelnové série Impronta. „Důležitý je vždycky nápad,“ dodává.

U většiny sanity jsou zastoupeny jak organické oblité tvary, tak i hranaté, čisté geometrické linie. Umyvadla jsou často součástí desky koupelnového nábytku. V případě série Impronta je oním originálním nápadem vlnící se voda zanechávající svůj otisk v písku. „Impronta“ totiž znamená italsky „otisk“. Vlajkovou lodí této série je závěsné umyvadlo Impronta 125. Nepravidelné tvarování vnitřního prostoru umyvadla jasně napovídá zmíněnou inspiraci. Hladké postranní odkládací plochy se postupně rozvíjejí směrem ke středu umyvadla, což evokuje povrch písku přirozeně vytvarovaný přicházejícími vlnami. K dokonalosti designu posloužilo i uzavření organických linií do jednoduchého geometrického útvaru obdélníku. Dynamičnost dává umyvadlu prohnutá kovová tyč pod přední hranou, která slouží jako držák ručníků. Kompozici doplňuje záměrně viditelný kovový sifon.

Po ohlasu, který sklídilo toto umyvadlo, pokračují manželé Fuksasovi v tvorbě a



Massimiliano a Doriana Fuksasovi

- Massimiliano Fuksas se narodil v Římě roku 1944. Studoval architekturu na univerzitě La Sapienza. V roce 1967 otevřel v Římě svou první kancelář. V roce 1989 následovala kancelář v Paříži, v roce 1993 ve Vídni a v roce 2002 ve Frankfurtu.

- Doriana O. Mandelli se narodila v Římě a studovala historii a moderní umění na univerzitě La Sapienza. S Massimilianem Fuksasem spolupracuje od roku 1985.

- Nejnovější projekty architektů: Shenzhen Bao'an International Airport, Zénith music hall (Štrasburk), Armani/Ginza Tower (Tokio), Congress Center – EUR Distric (Řím)

sérii doplňují o umyvadlo pro instalaci do desky, keramickou sprchovou vaničku, koupelnovou skříňku a podsvícené zrcadlo. U nových výrobků (umyvadla a vaničky) je zvlnění ještě patrnější než u původního umyvadla. Keramika je navíc opatřena zvláštní protiskluzovou a antibakteriální úpravou. Kolekce z bílé sanitární keramiky umocňuje jednoduchá skříňka z leštěné nerezové oceli se třemi zásuvkami. Skříňce odlehčují tenké kovové nohy, na nichž je postavená.

Vlastimil Růžička

SUŠIČKY PRÁDLA

AEG

**T96699IH**

MODEL	A++ (A-50 %)
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	9 KG
KAPACITA SUŠENÍ	65 DB
HLUČNOST	

BAUKNECHT

**TK UNIQ 83A GBW**

MODEL	A-50 %
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	8 KG
KAPACITA SUŠENÍ	71 DB
HLUČNOST	

BAUKNECHT

**TRKA-HP 7751**

MODEL	A-50 %
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	7 KG
KAPACITA SUŠENÍ	71 DB
HLUČNOST	

BEKO

**DPU 8360 X**

MODEL	A-30 %
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	8 KG
KAPACITA SUŠENÍ	65 DB
HLUČNOST	

BEKO

**DPU 7360 X**

MODEL	A-10 %
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	7 KG
KAPACITA SUŠENÍ	66 DB
HLUČNOST	

BEKO

**DCU 7330**

MODEL	B
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	NE
TEPELNÉ ČERPADLO	7 KG
KAPACITA SUŠENÍ	65 DB
HLUČNOST	

BEKO

**DCU 7430**

MODEL	B
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	NE
TEPELNÉ ČERPADLO	7 KG
KAPACITA SUŠENÍ	65 DB
HLUČNOST	

BEKO

**DCU 9330**

MODEL	B
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	NE
TEPELNÉ ČERPADLO	9 KG
KAPACITA SUŠENÍ	65 DB
HLUČNOST	

BLOMBERG

**TKF 8451 RGC50**

MODEL	A++
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	8 KG
KAPACITA SUŠENÍ	66 DB
HLUČNOST	

BLOMBERG

**TKF 8451 AGC50**

MODEL	A++
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	8 KG
KAPACITA SUŠENÍ	66 DB
HLUČNOST	

BLOMBERG

**TKF 8451 AG30**

MODEL	A+
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	ANO
TEPELNÉ ČERPADLO	8 KG
KAPACITA SUŠENÍ	66 DB
HLUČNOST	

BLOMBERG

**TKF 8461 AGC**

MODEL	B
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	KONDENZAČNÍ
TYP	NE
TEPELNÉ ČERPADLO	8 KG
KAPACITA SUŠENÍ	NEUVÁDÍ
HLUČNOST	

BOSCH



WTYS8780EU

A++ (A-60 %)
KONDENZAČNÍ
ANO
8 KG
63 DB

BOSCH



WTW86563BY

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

BOSCH



WTW86360SN

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

BOSCH



WTW84160BY

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

MODEL
ENERGETICKÁ TŘÍDA*
TYP
TEPELNÉ ČERPADLO
KAPACITA SUŠENÍ
HLUČNOST

BOSCH



WTE86305BY

B
KONDENZAČNÍ
NE
7 KG
65 DB

BOSCH



WTS865XL

B
KONDENZAČNÍ
NE
8 KG
61 DB

BOSCH



WTE84306BY

B
KONDENZAČNÍ
NE
7 KG
65 DB

BRANDT



BFD 821 CE

B
KONDENZAČNÍ
NE
8 KG
NEUVÁDÍ

MODEL
ENERGETICKÁ TŘÍDA*
TYP
TEPELNÉ ČERPADLO
KAPACITA SUŠENÍ
HLUČNOST

BRANDT



VAP9831E

B
KONDENZAČNÍ
NE
9 KG
NEUVÁDÍ

CANDY



EVOC 981 AT

A-40 %
KONDENZAČNÍ
ANO
8 KG
66 DB

ELECTROLUX



EDH3498RDL

A++ (A-50 %)
KONDENZAČNÍ
ANO
9 KG
65 DB

ELECTROLUX



EDH3386PDW

A+ (A-40 %)
KONDENZAČNÍ
ANO
8 KG
66 DB

MODEL
ENERGETICKÁ TŘÍDA*
TYP
TEPELNÉ ČERPADLO
KAPACITA SUŠENÍ
HLUČNOST

*Uvedeno ve formátu, který uvádí dodavatel do ČR

SUŠIČKY PRÁDLA

FAGOR



SFE-920CE

MODEL	SFE-920CE
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	9 KG
HLUČNOST	65 DB

FAGOR



SFE-820CE

MODEL	SFE-820CE
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	NEUVÁDÍ

FAGOR



SF-800CB

MODEL	SF-800CB
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	NEUVÁDÍ

FAGOR



SFE-70T

MODEL	SFE-70T
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	C
TYP	ODVĚTRÁVACÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	7 KG
HLUČNOST	NEUVÁDÍ

GORENJE



D01EON/LT

MODEL	D01EON/LT
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	A+
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	ANO
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	65 DB

HAIER



HD70 01

MODEL	HD70 01
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	65 DB

HOTPOINT



AQC9 4F5 T/Z (EU)

MODEL	AQC9 4F5 T/Z (EU)
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	A-40 %
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	ANO
KAPACITA SUŠENÍ	9 KG
HLUČNOST	68 DB

HOTPOINT



TCD 83B 6H/Z (EU)

MODEL	TCD 83B 6H/Z (EU)
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	NEUVÁDÍ

HOTPOINT



TCD 83B 6K/Z (EU)

MODEL	TCD 83B 6K/Z (EU)
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	NEUVÁDÍ

INDESIT



IDCE 845 A ECO (EU)

MODEL	IDCE 845 A ECO (EU)
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	A-30 %
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	ANO
KAPACITA SUŠENÍ	7,5 KG
HLUČNOST	72 DB

INDESIT



IDCE 645 B (EU)

MODEL	IDCE 645 B (EU)
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	B
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	NE
KAPACITA SUŠENÍ	8 KG
HLUČNOST	68 DB

SCHULTHESS



TW 7235I

MODEL	TW 7235I
ENERGETICKÁ TŘÍDA*	A
TYP	KONDENZAČNÍ
TEPELNÉ ČERPADLO	ANO
KAPACITA SUŠENÍ	7 KG
HLUČNOST	61 DB

SCHULTHESS

**TC 7220**

B
KONDENZAČNÍ
NE
7 KG
NEUVÁDÍ

SIEMENS

**WT48Y780EU**

A++ (A-60 %)
KONDENZAČNÍ
ANO
8 KG
63 DB

SIEMENS

**WT46W563BY**

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

SIEMENS

**WT46W593**

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

MODEL
ENERGETICKÁ TŘÍDA*
TYP
TEPELNÉ ČERPADLO
KAPACITA SUŠENÍ
HLUČNOST

SIEMENS

**WT46W360DN**

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

SIEMENS

**WT44W360BY**

A+
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
65 DB

SIEMENS

**WT46E305BY**

B
KONDENZAČNÍ
NE
7 KG
64 DB

WHIRLPOOL

**AZA 999**

A-50 %
KONDENZAČNÍ
ANO
9 KG
71 DB

MODEL
ENERGETICKÁ TŘÍDA*
TYP
TEPELNÉ ČERPADLO
KAPACITA SUŠENÍ
HLUČNOST

WHIRLPOOL

**AZA 799**

A-40 %
KONDENZAČNÍ
ANO
7 KG
71 DB

WHIRLPOOL

**AZB 889**

B
KONDENZAČNÍ
NE
8 KG
70 DB

WHIRLPOOL

**AZB 788**

B
KONDENZAČNÍ
NE
7 KG
70 DB

ZANUSSI

**ZTE285**

B
KONDENZAČNÍ
NE
7 KG
62 DB

MODEL
ENERGETICKÁ TŘÍDA*
TYP
TEPELNÉ ČERPADLO
KAPACITA SUŠENÍ
HLUČNOST

*Uvedeno ve formátu, který uvádí
dodavatel do ČR



V příštím čísle SELL:

Do březnového čísla pro vás chystáme přehledy vrchem plněných praček a kávovarů. Budeme pro vás mít i exkluzivní rozhovor s čelným představitelem značky JURA ve střední Evropě.



Hotpoint

Naše myšlenky pro váš domov.

Sušičky Hotpoint Aqualtis energetická úspora až A-60%



Nová technologie tepelného čerpadla minimalizuje rozptyl horkého vzduchu a maximalizuje úspory energie.

Tato technologie, která je založena na dvou uzavřených okruzích, z nichž jeden je vzduchový a druhý chladicí, může dosáhnout úspory až 60 % ve srovnání se sušičkami třídy A. Tepelné čerpadlo nemusí sušit pomocí nákladného ohřívání, ale spoléhá na termo-dynamický systém, který zabraňuje ztrátě tepla. Sušička Hotpoint Aqualtis AQC9 6F7 TM1 (EU) s kapacitou 9 kg s technologií tepelného čerpadla je tak účinnější a výrazně omezuje spotřebu energie.

BEKO

CHYTRÉ SPOTŘEBIČE ŠETŘÍ PENÍZE I PŘÍRODU.



CHYTRÁ KONDENZAČNÍ SUŠIČKA DPU 8360 X

8 kg prádla | tepelné čerpadlo | 118 l
16 programů | nerezový buben | osvětlení
ochrana proti zmačkání | připojení na odpad
energetická třída A-30%

Speciální tvar bočních stěn
S-shape zajistí nejen minimální
hlučnost, ale především
vyšší stabilitu sušičky.



Další chytré spotřebiče
na www.bekocr.cz