

SELL

EXKLUZIVNÍ INTERVIEW
S PATRICKEM DRUGEONEM,
ČELNÝM PŘEDSTAVITELEM
EVROPSKÉ POBOČKY HAIER

**REPORTÁŽ Z DOMÁCIHO
VELETRHU HP TRONIC**

**KENWOOD VSTUPUJE NA
KANADSKÝ TRH**

**ČESKÁ EKONOMIKA
ZŮSTÁVÁ V ČERVENÝCH
ČÍSLECH**

**VODOVODNÍ KOHOUTEK
– OBLÍBENÝ OBJEKT
DESIGNERŮ**

**SKUPINA VÝROBKŮ:
KÁVOVARY – AUTOMATICKÉ,
PÁKOVÉ A KAPSLOVÉ
MIKROVLNNÉ TROUBY**

**SOCIÁLNÍ MÉDIA
V BYZNYS SFÉŘE:
NAUČTE SE POUŽÍVAT
LINKEDIN**

EXKLUZIVNÍ INTERVIEW
S JURAJEM JUHÁSZEM,
NOVÝM COUNTRY
MANAŽEREM NESPRESSO



**PATENT „CAPPUCINO JEDNÍM STISKEM“
PLNOAUTOMATICKÝCH KÁVOVARŮ**

ŘÍJEN
2012



receditions



PLUS X AWARD®

DeLonghi

NOVINKA
Antialergenní sáčky
do vysavačů

swirl®

Swirl® antialergenní sáčky do vysavačů



MICROPOR PLUS
FILTRATION
ANTI-ALLERGEN
CERTIFICATED*

- Inovativní MicroPor® Plus filtrace s antialergenní vrstvou
- O 100% lepší filtrace jemných částic v porovnání s předchozí generací
- Certifikováno nezávislou zkušebnou TÜV
- Mnoho typů sáčků pro většinu vysavačů různých značek
- Velkoobchodní prodej na www.melitta-online.cz

On-line vyhledávač sáčků - www.swirl.cz

® registrovaná značka skupiny Melitta

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

máme za sebou hektické září a říjen, během nichž se konal nespočet novinářských a dealerských akcí včetně různých školení a veletrhů. Snažím se jich účastnit co nejčastěji, protože jen tak člověk nahlédne pod pokličku českého byznysu s domácími spotřebiči. Jedno z nejpříjemnějších setkání proběhlo v Plzni, kde provádělo BEKO další ze svých školení, s nimiž objíždělo během podzimu republiku. Ale ve světlech reflektorů se ocitly samozřejmě letošní dealerské akce hlavních českých velkoobchodů. Už v minulém vydání jsme psali o kontraktační výstavě K+B Progres, která se konala začátkem září. V říjnu jsem pak měl možnost přijet na Domácí veletrh HP Tronicu a posléze i Fast Day. O prvním jmenovaném naleznete krátký článek na straně 38. Fast Day se konal o dva dny později a už se nám do tohoto vydání nevešel, ale mohu slíbit, že příště se mu ještě věnovat budeme. Co mě na těchto akcích potěšilo, bylo nadšení většiny přítomných zástupců jednotlivých značek a chuť do dalšího boje o zákazníky. Na krizové chmury a splíny už si asi všichni zvykli a začali brát situaci, jak je. Při rozhovorech na podobných akcích před dvěma roky všichni hýřili pesimismem a nevyhlíželi následující rok s velkou nadějí. Teď už mám pocit zcela opačný, což mě těší ze všeho nejvíc. Bez entuziasmu do práce a chuti jít dál se žádné ekonomické problémy nevyřeší..., respektive to jejich vyřešení či utlumení rozhodně nepomůže.

Příjemné čtení přeje



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

10



Obsah

Říjen 2012

03 Editorial

06 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

08 Zprávy ze světa

09 Melitta-online.cz

Speciální prosincová sleva z velkoobchodních cen

10 Patent „cappuccino jedním stiskem“

plnoautomatických kávovarů De'Longhi

12 Skupina výrobků

Kávovary – plnoautomatické, pákové a kapslové

15 Novinka značky ZELMER

Automatický kávovar CM 4003ALS

17 NIVONA představila

na IFA novou produktovou řadu

20 JURA ENA Micro 1

Jednoduše espresso

21 JURA ve znameních

firemních novinek

22 Juraj Juhász,

country manažer Nespresso:

Trh s porcovanou kávou je vysoce konkurenční

24 Myčky Bosch

Úsporné, inteligentní a funkcemi nabité

26 Česká ekonomika zůstává v červených číslech

28 Design vodovodních kohoutků

22



29 Mikrovlnné trouby DOMO

Funkce, design a nebývale široká nabídka

30 Patrick Dugeon, generální ředitel obchodního rozvoje Haier pro východní Evropu:

Haier během tří let ztrojnásobil
v Evropě svůj tržní podíl

32 Základy sociální sítě LinkedIn

33 Zatočte s bakteriemi!

UV-C antibakteriální vysavače
Raycop vám pomohou

34 Zrcadlo aneb chvílka k zamyšlení

Půjde někdo z kola ven?

36 Ekonomické novinky

38 Reportáž:

Domácí veletrh HP Tronic

39 Mikrovlnné trouby na českém trhu podle GfK

40 Je libo kávu nebo čaj?

Cremesso představuje pestrý sortiment
horkých nápojů v kapslích

42 International Lookaround

Tamás Baritsa, obchodní ředitel Momert:
Maďarská základna

47 Na mikrovlnách Baumatic

49 Vestavné multifunkční mikrovlnné trouby Hotpoint Luce

Elegance a styl na 45 cm

50 Skupina výrobků plus

Kávovary

YDAVATEL • RED-GROUP, S.R.O. • ZODPOVĚDNÝ YDAVATEL • JEDNATEL
SPOLEČNOSTI RED-GROUP, S.R.O. • ŠĚFREDAKTÖR • LUBÖR JARKOVSKÝ
REDAKTÖRĪ • JAROSLAV DUFEK • LENKA DĚTÁKOVÁ • ONDŘEJ POHL
MIROSLAV HRUŠKA • VLASTIMIL RŮŽIČKA • JINDŘICH LAUSCHMANN
KOREKTÖR • JAROSLAV TESAŘ • FOTO • ARCHIVY VÝROBCŮ
GRAFİKA • TAMÁS VİG • 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 REPUBLİKA ISSN // ISSN 1786-
6782 // EV 16/08



Spotřebiče Hotpoint nově v Oresi

Značka Hotpoint, nabízející designové řady moderních a inovativních domácích spotřebičů a patřící do portfolia společnosti Indesit Company, zahájila strategické partnerství se společností Oresi Kuchyně, největším prodejcem kuchyní v České republice. Poté, co značka prošla celosvětovým rebrandingem a původní Hotpoint-Ariston byl nahrazen také v České republice jednotným názvem Hotpoint, se jedná



o další důležitý milník.

„Po náročném rebrandingu chceme zvýšit povědomí o značce Hotpoint jako značce moderní-designové, plné prvotřídních patentovaných technologií, a posílit její pozici na českém trhu. Věříme, že právě spolupráce s tak silným partnerem, jako jsou Oresi Kuchyně, nám v tom pomůže,“ uvedl Jan Šach, generální ředitel společnosti Indesit Company Česká, s. r. o.

Vestavné a okrajově i volně stojící spotřebiče značky Hotpoint, jedničky ve vestavných spotřebičích v Itálii, jsou nově nabízeny ve všech více než 60 prodejnách společnos-

Hotpoint

ti Oresi Kuchyně v České republice a na Slovensku. V nabídce je především designová řada vestavných spotřebičů Luce, které jsou vybaveny nejvyspělejšími technologiemi a díky kombinaci skla a oceli v elegantním módním provedení jsou vhodné pro všechny moderní kuchyně.

Partnerství zahrnuje také společné marketingové aktivity. Jedním z prvních výsledků je spolupráce na rozsáhlém projektu přeměny ukázkového bytu v rámci pořadu TV Nova Rady ptáka Loskutáka.



De'Longhi a Kenwood zářily na Designbloku

Již tradiční svátek designu si nemohla ujít ani italská společnost De'Longhi, do jejíhož portfolia patří také tradiční britská značka Kenwood. Firma v nebývale velké a pestré expozici

představila své široké produktové portfolio včetně některých novinek. Například nových barevných variant snídaňových setů a kuchyňských robotů Kenwood kMix. K vidění také byly nové barevné varianty řady automatických kávovarů De'Longhi PrimaDonna S, jež jsme poprvé spatřili



na IFA a informovali jsme vás o nich v minulém vydání. České vedení nám na Designbloku potvrdilo uvedení některých variant na český trh v dohledné době. Celkem má De'Longhi tato barevná provedení: Mint Green, Vanilla Yellow, Coconut White, Cinnamon Brown, Pepper Grey, Red fruits, Black Liquorice a Blueberry. Nemalý prostor byl také věnován designové sadě snídaňových spotřebičů Icona Vintage, dalším kávovarům De'Longhi a robotům Kenwood.

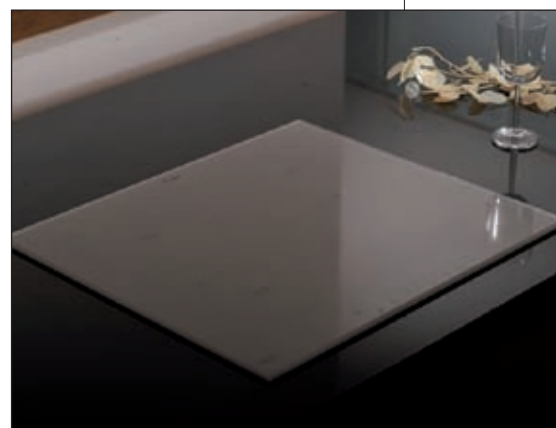


3. ročník veletrhu For Interior uvítal i výrobce domácích spotřebičů

Přestože ukazovali své výrobky a řešení především výrobci nábytku a bytových doplňků, narazili jsme při procházení halami na pár prezentací z naší tematické sféry. Na kávu jsme se zastavili v prezentaci švýcarské společnosti JURA, která zde návštěvníkům ukazovala svou pestrou nabídku automatů na espresso. Na místě jsme pohovořili s Katarínou Pastovou z vídeňské centrály firmy pro země střední Evropy. Měli jsme



například možnost si v praxi vyzkoušet právě uváděný model ENA Micro 1, což je superkompaktní kávovar pro přípravu čistého espresa či ristretta. Na místě byli samozřejmě také zástupci značky zodpovědní za český trh, včetně Petra Dokládala. V další hale jsme pak narazili na Adrianu Kuzmišinovou, ředitelku společnosti Fratelli Onofri, s. r. o., která v Česku distribuuje výrobky značek Fratelli Onofri a Air Force. Jejich prezentace obsahovala průřez nabídkou, přičemž největší pozornost na sebe samozřejmě poutaly luxusní a nadstandardně velké sporáky Fratelli Onofri.



Whirlpool představil indukční desku ve stříbrném provedení

Na to, že jsou varné desky kromě tradiční černé také například v bílé barvě, už si spotřebitelé zvykli, ale stříbrná rozhodně mezi běžné barevné varianty ještě nepatří. Společnost Whirlpool však přesně takovou indukční varnou desku koncem září představila. Model ACM 808 BA/S se snaží zaujmout netradiční barvou, která však zapadne do většiny kuchyní a bude dokonale ladit se stále populárnějšími spotřebiči v nerez. Stříbrná si ale rozumí i se spotřebiči bílé barvy, jak Whirlpool dokazuje na fotce, již s tiskovou zprávou o novince dodal. Deska má standardní rozměr 58 cm a čtyři indukční plotny, z nichž dvě tvoří takzvanou flexi zónu. Flexi zóna propojuje dvě plotny v jednu aktivní zónu, na kterou je možné umístit větší nebo oválný hrnec. Deska se jednoduše ovládá dotykem – posunem prstu po stupnici pomocí slideru. Nechybí ani funkce Power Booster pro maximálně rychlý ohřev (výkon 3,2 kW). Pokud chcete co nejvyšší výkon a přitom šetřit energii, můžete využít unikátní funkci Eco Cook. Kromě tohoto netradičního modelu představila firma také model ACM 804 BA s funkcí Power Management, která umožňuje zvolit maximální příkon desky s ohledem na použitý jistič. Při nastavení nejnižší hodnoty příkonu je možné desku připojit i na 230 V. Indukční desku tak již mohou používat i obyvatelé starších bytů s nižším příkonem, například v panelových domech nebo na chalupách.



Kuchyňské studio interiery4U na nové adrese

Po dlouhých letech ve Veletržní ulici v pražských Holešovicích se rozhodl majitel Tomáš Heřmánek přesunout své studio do jiných končin. Po zkušenostech s problematickým parkováním v oblasti s modrými zónami nakonec zvolil obchodní centrum Galerie Butovice, kde na exkluzivní pozici v přízemí před pár týdny slavnostně otevřel zbrusu nové studio. Do prostoru obchodního centra zce-

la otevřený prostor zaujme nejen pestrou ukázkou instalací různých stylů kuchyní, ale také svou prosvětleností a bezprostředností. Kolemjdoucí mají vybavené kuchyně včetně spotřebičů jen pár metrů od své běžné trasy do hypermarketu a dalších obchodů. Ochotný personál je vždy k dispozici, a jelikož je studio v nákupním centru, je otevřeno každý den od 9.00 až do 21.00 hodin.





Whirlpool představil ve Francii dekorativní řadu odsavačů

Na francouzském webu amerického výrobce domácích spotřebičů jsme v říjnu zaznamenali zajímavou novinku v podobě řady odsavačů par, které rozhodně zaujmou na první pohled. Jedná se o modely s dekorativními, většinou pestrobarevnými vzory, které mají oživit kuchyň a cílí na majitele moderních domácností. Celá řada

nese příznačný název Whirlpool Art Gallery, přičemž nutno podotknout, že se dají dekorativní skleněné panely měnit a celkem jich je na výběr 12. Připevňují se na jinak standardní odsavač s 3 stupni výkonu, maximálním odtahem vzduchu 570 m³/h a kvalitním nerezovým tělem. Nechybějí samozřejmě dvě halogenová světla pro osvětlení varné desky a uhlíkový filtr. Při práci dosahují hlučnosti 60 dB. Digestoř se prodává za 750 eur, každý další panel pak za 250.



Electrolux se chce posunout mezi prémiovější značky

V deníku Financial Times se nedávno objevil článek, v němž Keith McLoughlin, šéf Electrolux Group, upozornil na určitou změnu ve strategii, velmi významnou změnu. Chce se totiž přestat soustředit na výrobu levných spotřebičů a posunout

značku v kvalitativní segmentaci trhu výše. Přitom ještě jeho předchůdce Hans Stråberg uzavřel za pouhých 16 let rovných 34 továren a přesouval výrobu pryč z Evropy do rozvojových zemí s lacinou pracovní silou. To se samozřejmě muselo nutně projevit na kvalitě výrobků. Cílem McLoughlina je tento kurz opustit, investovat nemalé prostředky do vývoje, designu a marketingu.

Krb v moderním pojetí

Italský výrobce designových krbů a kamen Palazzetti představil před časem zcela revoluční krb Hi-Fire, který lze umístit do prostoru v místnosti či kamkoliv ke zdi. Navíc je vyvýšen a působí jako levitující objekt se zaoblenými elegantními tvary. Jedná se o plynový krb naprosto unikátní koncepce, jenž se stane středobodem celé místnosti a jejím základním designovým prvkem. Naprosto nepřehlédnutelným a poutajícím pozornost příchozích. Panoramatický pohled na ohniště spolu s kombinací lesklého černého skla a lávového kamene. Právě lávový kámen dokáže akumulovat velké množství tepla, které poté postupně vypouští do prostoru.



Chlazení označeno za nejdůležitější vynález

Alespoň tedy v kategorii jídla a pití, abychom byli zcela přesní. Královská společnost, tedy britská akademie věd, vydala seznam 20 nejzákladnějších vynálezů týkajících se jídla a pití, přičemž na prvním místě se umístilo právě chlazení. Hned na druhém místě stanula sterilizace/pasterizace a na třetím konzervování. Naopak smažení či mikrovlnnou troubu nalezneme až na samotném chvostu seznamu.





Speciální prosincová sleva z velkoobchodních cen

**VYUŽIJTE NOVĚ SPUŠTĚNÉHO INTERNETOVÉHO VELKO-
OBCHODU MELITTA-ONLINE.CZ A ZÍSKEJTE V PROSINCI
DODATEČNOU 3% SLEVOU Z VELKOOBCHODNÍCH CEN.**



PRIMAPACK®



Už v minulém vydání SELLU jsme vás informovali o novém elektronickém obchodě Melitta, v němž mohou objednat ze široké škály příslušenství pro kávovary a vysavače, výrobků pro úklid domácnosti, pomůcek do kuchyně, ekologické drogerie a produktů z kategorie péče o obuv spotřebitelé i obchodníci. Pro velkoobchodní partnery má navíc Melitta speciální akci. Při objednávce nad 5 000 Kč během prosince získají dodatečnou 3% slevu.

Žijeme v těžké době, neustále sužované ekonomickými problémy především vyspělých států, a klesající marže a často i zájem zákazníků jsou realitou dneška. Situace tak nutí k zamyšlení, jak s problémy bojovat a postavit se jim. Jedním z jednoduchých způsobů je samozřejmě rozšíření sortimentu o zajímavé příslušenství, pro které se zákazníci po koupi spotřebiče budou do obchodu vracet. Především pestrost nabídky dokáže zaujmout. Melitta nabízí v Česku a na Slovensku celou škálu rozličného příslušenství různých značek, jak už bylo řečeno v úvodu. Nabízí jak cenově dostupné řady, tak prémiové zboží pro náročné. Například prémiové řady sáčků do vysavačů Swirl používají ty nejpokročilejší technologie antialergenní filtrace a mají dlouhou životnost.



Zvyšte své zisky

Melitta nedávno spustila nový internetový obchod na adrese www.melitta-online.cz, kde je veškeré zmíněné příslušenství možno jednoduše zakoupit. Velkoobchodní zákazníci zde po registraci naleznou zajímavé slevy, které jim umožní docílit neméně zajímavých zisků. Pro letošní prosinec jsou to výše zmíněná 3% z velkoobchodních cen při objednávce nad 5 000 Kč bez DPH. K získání slevy přitom stačí pár kliknutí myši. Obchod je určen primárně pro menší prodejce s elektrozařadím, domácími potřebami a drogerií po celé České a Slovenské republice. Objednávat zde ovšem mohou pochopitelně také větší prodejny a samozřejmě za běžné ceny i koncoví zákazníci. Vytvoření velkoobchodního účtu je velmi

jednoduché – stačí jen vyplnit registrační formulář na webu v sekci Přihlášení a nechat si vytvořit velkoobchodní účet, přes který se pak provádějí veškeré objednávky. Samozřejmostí je rychlé dodání, doprava zdarma pro objednávky nad 2 000 Kč s DPH a také možnost platby on-line. Kromě zajímavých cen a sortimentu v novém obchodě naleznete také měsíční slevové promo akce.

Neváhejte proto a zaregistrujte se na www.melitta-online.cz už dnes a rozšířte svůj sortiment o kvalitní příslušenství k přístrojům, které prodáváte. Vaši zákazníci to jistě ocení.

PRIMADONNA
EXCLUSIVE



Patent „cappuccino jedním stiskem“ plnoautomatických kávovarů De' Longhi

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 zabudovaného kontejneru. 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.

Pokud preferujete espresso a mléčné nápoje si dopřáváte spíše výjimečně, postačí vám automatický kávovar se speciální tryskou na napěnění mléka. Milovníci cappuccina, latte macchiatta či caffè latte ocení patentovaný systém De' Longhi „Cappuccino jedním stiskem“, s nímž díky speciální nádobce na mléko připraví mléčný nápoj pouhým stiskem tlačítka. Nádobku je po jednoduchém pročištění možné vyjmout a uložit do lednice pro další použití.



S novým jedinečným plnoautomatickým kávovarem **Primadonna Exclusive ESAM 6900.M** De' Longhi připravíte jediným stiskem tlačítka výtečnou kávu a dokonce i lahodnou krémo-

vou horkou čokoládu jako z kavárny. Kávovar disponuje samostatnými tlačítky pro jednoduchou přípravu espressa, cappuccina, latte macchiata, caffelatte, 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 právě italské espresso, lahodné cappuccino či hustou krémovou horkou čokoládu.



ECAM 26.455.GRB

Mint Green



ECAM 26.455.WB

Coconut White



ECAM 26.455.YEB

Vanilla Yellow



Automatický kávovar De'Longhi **PrimaDonna S ECAM 26.455** 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 odvápňovací funkci, funkci úspory vody či funkci stand-by. Na jaře se tento oblíbený kávovar PrimaDonna S navíc dočká nových barevných variant. Zákazník si bude moci vybrat mezi mentolově zelenou, vanilkově žlutou či kokosově bílou.

Výbornou kávu vám připraví také další novinka letošního roku - 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, caffelatte, horkého mléka i stále populárnějšího nápoje flat white. U kávovaru můžete nastavit výšku adaptéru na výdej kávy dle velikosti šálku. Přístroj disponuje samočisticí a odvápňovací funkcí, nastavitelnou tvrdostí vody, funkcí stand-by či funkcí pro úsporu energie.



ECAM 25.452.B



ECAM 25.452.S



Kapka dobré kávy

PITÍ KÁVY MÁ V ČESKÝCH ZEMÍCH DLOUHOU TRADICI, I KDYŽ MNOHÁ DESETILETÍ PŘEVLÁDAL TAKZVANÝ „TUREK“, KTERÝ NEMÁ S KVALITNÍ KÁVOU VE SMYSLU NÁPOJE PRANIC SPOLEČNÉHO. V POSLEDNÍCH DESETI LETECH SE O DOMÁCÍ PŘÍPRAVU ESPRESA ZAČALO ZAJÍMAT VÍCE A VÍCE LIDÍ, COŽ REFLEKTOVALY I ROSTOUCÍ PRODEJE KÁVOVARŮ K TOMU URČENÝCH. MY SE NYNÍ PODÍVÁME JAK NA NEJVYŠŠÍ SEGMENT V PODOBĚ PLNOAUTOMATŮ, TAK NA MODELÝ PÁKOVÉ A TAKÉ KAPSLOVÉ.

Dynamicky rostoucí trh s kávovary v Česku se po nástupu krize zpomalil, nicméně stále patří tento segment k růstovým. Zájem stoupá především o plnoautomatické modely s vlastním mlýnkem a schopností na stisk

jednoho tlačítka připravit během necelé půlminuty espresso či ristretto. Vyšší modely pak i cappuccino a caffè latte. Důvod je jednoduchý, mdlá chuť instantní kávy, která se navíc nepřipravuje z nijak kvalitních směsí, přestává spotřebitelům stačit. To samé platí pro českého „turka“, jenž nemá s pravou tureckou kávou mnoho společného.

Plnoautomaty – maximální pohodlí, vyšší pořizovací cena

Plně automatické přístroje pro přípravu espresa se v Česku prodávají už od zhruba 10 tisíc korun. Nejde tedy o nijak levná zařízení, přičemž vyšší modely stojí běžně nad 30 tisíc a ty nejdražší dokonce přesahují hranici 100 tisíc korun. Lze je nicméně rozdělit ještě jednodušeji – na ty, které připraví na stisk tlačítka pouze espresso, a ty, které umožňují plně automatickou přípravu mléčných kávových specialit. V druhém případě už hovoříme většinou o kávovarech s cenou nad 15 tisíci. Dalšími rozlišovacími znaky jsou pak použité materiály pro výrobu šasi, přítomnost displeje, případně barevného displeje, dotykového ovládání, kvality mlýnku atd. Jelikož nejsou tyto přístroje vůbec jednoduchá zařízení, nevyrábí je příliš mnoho firem. Některé značky si nechávají dodávat základní součástky (spařovací jednotku apod.) od kávovarových specialistů. Důležité u těchto modelů je stálý tlak alespoň 15 barů, který zajistí přípravu kvalitního a dobrého espresa. Případný zájemce by měl mít určitě možnost si ve vašem obchodě prohlédnout zapojený a funkční kávovar, ochutnat z něho kávu a vyzkoušet si ho. Minimálně u dražších modelů. Pokud jde o model schopný připravovat mléčné kávy, určitě se při prezentaci zaměřte na ukázkou systému napěnění mléka, protože se u jednotlivých značek může značně lišit, a s ním spojené i následné čištění mléčných a kávových cest. Uživatelé byste měli také informovat, že by měl alespoň jednou týdně vyjmout spařovací jednotku a manuálně ji umýt. Pouze tak bude zajištěna dobrá chuť kávy.

Pákovky – jediná volba pro baristy

Modely pákového typu nenabízejí sice takový uživatelský komfort jako plnoautomaty, nicméně umožňují lepší kontrolu celého procesu přípravy. Specialisté na přípravu kávy, takzvaní baristé, proto používají právě je. Pro obyčejného uživatele znamená pákový kávovar nutnost pořídit ještě mlýnek, protože pouze čerstvě namletá káva má to správné aroma. U mleté kávy mizí aroma v řádu minut. Koupit namletou kávu v ochranné atmosféře je samozřejmě také řešení, ale ne ideální. Navíc po otevření sáčku se káva opravdu rychle znehodnocuje. Pokud tedy nechce uživatel investovat do dražšího automatu, ale na druhou stranu chce vysoce kvalitní kávu, doporučte mu také pořízení mlýnku. Až na pár výjimek na trhu neumožňují pákové modely automatickou přípravu mléčné pěny. Můžete k tomu použít speciální příslušenství v podobě takzvaného napěňovače mléka (varná konvička s mixérem) nebo parní trysky, jíž je většina pákových modelů standardně vybavena.

Kapslové kávovary – maximálně jednoduchá příprava

Porcovaná kapslová káva tvoří trochu separátní část trhu s kávovary, velmi specifickou. Jednotlivé systémy jsou totiž uzavřené, takže uživatel, který si pořídí kávovar některý z nich, se tím vlastně zaváže k tomu, že bude kupovat od dané firmy také kávu. Nutno podotknout, že některé značky tvrdí, že svůj „hardware“ nedotují, ale my máme ze zákulisí poměrně důvěryhodné zprávy od zdrojů, které si nepřejí být jmenovány, že ceny kávovarů nereflakují v naprosté většině případů skutečné náklady na jejich vývoj a výrobu. Byznys model v tomto případě nestojí na prodeji samotných kávovarů, nýbrž kapslí s kávou. Proto se také jednotlivé značky brání objevujícím se levnějším alternativám, kompatibilním s jejich systémem. U nás není v tomto směru trh zatím příliš rozvinutý, nicméně v západních zemích je obchod s „alternativními kapslemi“ poměrně běžný.



Kapslové systémy můžeme rozdělit na dvě skupiny – levné, které používají většinou kapsle „vše v jednom“, a dražší, u nichž lze hovořit o skutečně kvalitním espreso. První jmenované jsou například Nescafé Dolce Gusto či Bosch Tassimo a cílí na méně náročné uživatele, kterým nejde primárně o kvalitní kávu, ale možnost připravovat jednoduchým způsobem celou řadu kávových nápojů, případně i horkou čokoládu nebo čaj. Dražší systémy, jako Cremesso a Nespresso, mají v kapsli pouze velmi specifickou kávovou nebo čajovou směs, dodržují minimální tlak 15 barů a vychází z nich skutečné espreso. Pokud umožňují automatickou přípravu cappuccina a jiných mléčných káv, tak jediné z čerstvého mléka, nikoliv z kapsle.



GfK Czech

Espresa na českém trhu podle GfK

Prodeje espres ve sledovaných distribučních kanálech rostou. Meziroční srovnání první poloviny roku odráželo nárůst jejich objemu o necelou desetinu. Také průměrný výdaj za espresa zaznamenal meziroční zvýšení, což se příznivě promítlo do vývoje tržeb.

Meziroční přírůstek hodnoty prodeje espres již převýšil 10 %. V prvních šesti měsících roku se tyto výrobky prodávaly v průměru za 5 400 korun, což bylo o 200 korun více než před rokem. Na celkových tržbách se v první polovině roku 2012 z největší míry podílela plně automatizovaná espresa, jejichž podíl meziročně posílil o 7 procentních bodů, a představoval tak 60 % celkového obrátu espres.

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





De'Longhi PrimaDonna Exclusive ESAM 6900.M

Vlajková loď v katalogu českého lídra trhu s kávovary nabízí patentovaný systém přípravy mléčných káv stiskem jediného tlačítka. Takzvaná funkce „Cappuccino jedním stiskem“ připraví jak cappuccino, tak caffè latte, latte macchiato či pouhé napěněné mléko. Kromě toho lze použít konvičku na mléko k výrobě horké čokolády, což dokáže na trhu pouze tento kávovar. Jedná se o prémiový přístroj s tělem z kovu, barevným LCD displejem, možností individuálního nastavení a uložením do paměti oblíbených káv, volbou intenzity aroma i velikosti šálku. Samozřejmostí je pak systém čištění.



De'Longhi ECAM 25.452.S

Oproti předchozímu kávovaru z prémiového segmentu je tento kávovar mnohem menší a méně okázale provedený. Zachovává si však kovové tělo a veškeré přednosti funkce „Cappuccino jedním stiskem“. Nechybí mu displej pro lepší orientaci v nastaveních, přičemž volba jednotlivých káv probíhá pomocí příslušných hardwarových tlačítek. Při výdeji kávy jsou šálky nasvíceny a můžete upravovat množství kávy, stejně jako intenzitu aroma. Jako všechny automaty De'Longhi má i tento model funkci předspaření, posuvné kávové výpusti a tichý mlýnek s 13 nastaveními hrubosti mletí.



DOMO DO 429 K

Žhavá novinka na českém trhu v podobě vůbec prvního automatu na espresso od belgické značky DOMO používá čerpadlo s tlakem 18 barů, má skleněný dotykový panel s displejem a dokáže připravovat jak espresso, tak cappuccino či latte macchiato stiskem jednoho tlačítka. Kávovar má dvojitý termoblok, takže připraví najednou nejen dva šálky espresa, ale také cappuccina. Mlýnek je keramický a lze u něho nastavit 5 stupňů mletí. Zásobník na kávu pojme 250 g zrn, nádoba na vodu 2 l této tekutiny a výrobce ještě přidává odnímatelný zásobník na mletou kávu. Specialitou je potom otočná základna přístroje pro jeho pohodlné nasměrování.



JURA GIGA 5

Kávovar z nového superprémiového segmentu v sobě snoubí komfort automatů pro domácnosti a výkon a některé funkce modelů pro profesionální provoz. Na první pohled zaujme svým designem s velkým barevným LCD displejem. Najdete u něho dva mlýnky, dva systémy ohřevu a dvě čerpadla. To neznamená nic jiného, než že dokáže připravit dvě mléčné kávové speciality najednou. Navíc je přístroj rychlý a tichý. Specialitou je potom funkce Barista, kdy si na displeji vyberete z celé řady předprogramovaných receptů a kávovar vám dává přesné instrukce, jak postupovat při jejich realizaci.

Lexikon

Kávové a mléčné cesty

Jednotlivé značky a výrobci často používají zcela odlišné systémy přípravy cappuccina či caffè latte. Někteří mají konvičku na mléko, kterou můžete uchovávat v lednici, je vybavena vlastní tryskou a po připojení ke kávovaru přímo z ní míří do šálku mléčná pěna. Jiní využívají kávových cest, z nichž vychází primárně espresso. Externí nádobka se například připojí hadičkou ke kávovaru a přístroj si mléko nasaje. Všechny trysky a cesty je nutné čistit, k čemuž slouží automatické i manuálně spustitelné programy.

Stálost tlaku

Pro dokonalé espresso není důležitá jen velikost tlaku minimálně 15 barů, ale především jeho stálost. Proto kávovary nevyrobí tolik výrobců jako například varné konvice či topinkovače. Kávovar, především automat, si žádá vysoce kvalitní komponenty, aby fungoval správně a dělal dobrou kávu.

Novinka značky ZELMER - automatický kávovar CM 4003ALS Intenzivní chuť, unikátní aroma a radost z přípravy kávy

SPOLEČNOST ZELMER CENTRAL EUROPE PŘICHÁZÍ NA ČESKÝ TRH SE ŽHAVOU NOVINKOU, KTERÁ VNESE DO DOMÁCNOSTI PŘÍJEMNÉ AROMA ČERSTVĚ MLETÉ KÁVY. HORKÉ ESPRESO, CAPPUCCINO ČI CAFFE LATTE PAK V SYCHRAVÝCH PODZIMNÍCH A MRAZIVÝCH ZIMNÍCH DNECH ZAHŘEJE A POHLADÍ CHUŤOVÉ BUŇKY.



Novinka v podobě kávovaru CM 4003ALS zamíří na trh už letos v prosinci, a stane se tak ideálním vánočním dárkem. A čím se vyznačuje? Moderními technologiemi, efektivními funkcemi a výjimečným designem, které vykouzlí z každé přípravy a pití kávy jedinečný zážitek.

Jednoduché ovládání

Díky dotykovému ovládacímu panelu s LCD displejem se tento kávovar velice snadno používá. Skleněné svítící piktogramy vás provázejí celým procesem přípravy kávy – jejich charakteristický vzhled vám pomůže zapamatovat si význam každého z nich.

Automatický zpeňovač mléka nabírá mléko z vnější nádoby speciální hadicí a kombinuje ho s párou, což činí cappuccino nebo caffe latte delikátním a lahodným s vysokou a hustou pěnou. Stupeň napěnění mléka si můžete upravit dle svých preferencí. Kávovar CM 4003ALS má také odnímatelný vodní filtr, který zajišťuje, že voda používaná k

vaření kávy bude vždy čerstvá. Díky tomu bude mít káva vždy vynikající chuť a přístroj je také chráněn proti vodnímu kameni.

Bojíte se, že mnoho různých nastavení a složitá obsluha bude kazit potěšení z přípravy kávy? Nic nemůže být dále od pravdy. Pouhým jedním stiskem tlačítka vám připraví tento kávovar malé nebo velké espresso, cappuccino a caffe latte. Můžete si také zvolit množství nápoje, intenzitu kávy a teplotu. Můžete se rozhodnout, zda má být káva připravena z čerstvě mletých kávových zrn, nebo z mleté kávy. Díky dvojnásobnému systému Thermoblock je voda okamžitě horká. Důležitý je také fakt, že voda nemá žádný kontakt s topnými tělesy, což snižuje riziko usazování sedimentu.

Kávovar CM 4003ALS představuje novou třídu kvality v oblasti přípravy kávy. Bude splňovat vaše očekávání jak v chuti, tak ve snadném použití – to vše proto, aby každý okamžik s kávou byl jedinečný a zvláštní.



Zelmer CM 4003ALS

- Tlak: 18 barů
- Příkon: 1 470 W
- Topný systém: Thermoblock double
- Skleněný dotykový panel, LCD displej
- Vyjímatelná nádoba na vodu o objemu: 2 l
- 5 stupňů nastavení hrubosti mletí kávy
- Příprava espresa, cappuccina, caffe latte jedním tlačítkem
- Regulace intenzity, teploty a množství kávy
- Možnost připravit 2 šálky kávy najednou
- Vodní filtr
- Podložka pro nahřívání šálků
- Signál informující o: naplnění odkapávacího táčku / výměně filtru
- Funkce Horké mléko, Horká voda
- Otočná základna





Nivona CafeRomantica 767

Štíhlý kávovar od německé značky Nivona byl představen jako novinka na veletrhu IFA. Jedná se o přístroj určený pro přípravu espresa i cappuccina či caffè latte. Mletí zrnkové kávy má na starost kónický mlýnek z nerezové oceli, u něhož můžete nastavit s velkou přesností jemnost mletí. Nechybí ani prostor pro vložení již namleté kávy. Přístroj je dodáván s nádobkou na mléko, která se k němu připojuje hadičkou. Výšku výpusti kávy lze samozřejmě upravit dle velikosti šálku či sklenice na latte. Volbu kávy a další nastavení urychluje přítomný textový displej. Můžete si na něm nastavit i vlastní preference pro oblíbenou kávu – jedná se o takzvanou funkci My Coffee.



Siemens EQ.5macchiato TE503201RW

Kávovar od německého Siemensu používá inovativní topný systém i technologii spařování. Kávu pomele kvalitní keramický mlýnek, přičemž ve spařovací jednotce dojde ještě k jejímu předspaření, které uvolní aroma. Siemens se chlubí funkcemi jako aromaDouble Shot pro extrasilnou kávu při zachování správného aroma, schopností připravovat dva šálky najednou a speciální tryskou na mléko directWhirl s funkcí sání. Uživatel má možnost nastavení stupně mletí, velikosti šálku i intenzity chuti. Čerpadlo pracuje se stabilním tlakem 15 barů. Přístroj se samozřejmě sám čistí, případně také odvápnuje při aktivaci patřičného programu.



Melitta CAFFEO CI

Distribuci kávovarů německé značky Melitta převzala už loni společnost K+B Progres. Nejvyšší model je stálíci v nabídce už dva roky a vyznačuje se správným způsobem přípravy cappuccina, kdy nejprve dává kávu a teprve poté pěnu. Najdete u něho také dvojitý zásobník na kávu Bean Select, který umožňuje používat dva druhy kávy a přepínat mezi nimi. Konvička na mléko se připojuje hadičkou přímo k hlavní výpusti, a jimi tedy proudí do šálku nejprve káva a poté napěněné mléko. Uživatelé si mohou individuálně nastavit množství kávy a intenzitu aroma dle svých požadavků, přičemž lze volbu uložit díky funkci My Coffee do paměti.



Zelmer CM 4003AL

Poslední kávovar v přehledu představila nedávno společnost Zelmer a chystá se ho uvést na trh letos v prosinci. Přístroj je vybaven displejem, dotykovým ovládáním a dvojitým termoblokem. Espresso i mléčné kávy včetně cappuccina připraví na stisk jednoho tlačítka a můžete u něho regulovat intenzitu aroma, teplotu i množství kávy. Proti poškození vodním kamenem pomáhá přístroj chránit dodávaný vodní filtr. O naplnění odkapávacího tácku i o nutnosti výměny filtru kávovar uživatele informuje.

Lexikon

Předspaření

Malé množství vody vpustí pod tlakem do namleté kávy přístroj ještě před samotným spařením. Díky tomu se uvolní z kávy více aroma do samotného nápoje. Systémem předspaření jsou vybaveny prakticky všechny automaty na espreso a všechny kvalitní pákové modely.

Crema

Výraz pro světle hnědou pěnu, která přikryje jako drobná čepička samotné espreso či ristretto. Díky ní neuniká z nápoje aroma, crema ho doslova uzavře uvnitř. Při degustaci kávy proto nejprve cremu odhrňte lžičkou a přivoňte, abyste ucítili aroma kávy. Teprve poté ochutnejte.

NIVONA

představila na IFA novou produktovou řadu



NĚMECKÁ ZNAČKA SE ZAMĚŘENÍM NA AUTOMATY NA ESPRESSO EXPANDUJE NA DALŠÍ TRHY VČETNĚ TOHO ČESKÉHO. JEJÍ KVALITNÍ VÝROBKY BYLY K VIDĚNÍ I ZAČÁTKEM ZÁŘÍ NA BERLÍNSKÉM VELETRHU IFA, KDE ODHALILA NOVOU ŘADU 700, SPADAJÍCÍ DO VYŠŠÍHO STŘEDNÍHO SEGMENTU.

Nová řada 700 klade značný důraz na uživatele a v důsledku přichází se širokou škálou praktických vlastností – například s možností přípravy mléčných a kávových specialit jedním stiskem tlačítka. Stejně řada 700 nabízí řadu speciálních funkcí, od provozu v režimu ECO po kvalitní digitální textový displej usnadňující obsluhu. Unikátní ve své třídě je tryska na kávu a mléko s nastavitelnou výškou, tak aby bylo možno použít šálky nebo sklenice na latte macchiato různých velikostí. To vše je doplněno tou nejjednodušší obsluhou, dokonce i při čištění. Nemluvě o osvědčené vysoké úrovni kvality, která je nedílně spjata se značkou NIVONA. Dva nové modely představované na veletrhu IFA jsou jednoduše špičkou v odvětví, pokud jde o zajištění ještě lepšího požitku z kávy. Konkrétně jde o modely CafeRomantica 757 a CafeRomantica 767.

CafeRomantica 767

Štíhlý stříbrný kávovar s ECO módem a přepínačem pro nulovou spotřebu je extrémně tichý a používá kuželovitý mlýnek z tvrzené oceli. Nechybí mu nádobka na mléko a systém pro přípravu mléčné pěny, respektive mléčných káv, stiskem jednoho tlačítka. Ovládání usnadňuje LCD displej a individuální programovatelné kávové recepty. Samozřejmostí jsou potom volby teploty a síly aroma v 5 stupních, dále také programy pro čištění a dekalifikaci. Výhodou je také české menu a efektní nasvícení šálku. Uživatel má tak dokonalý přehled o stavu připravované kávy. Třešničkou na dortu je potom aktivní nahřívání šálků. CafeRomantica 767 má doporučenou koncovou cenu 22 999 Kč.



CafeRomantica 757

Ekonomický model v lesklé černé barvě nabízí volbu aroma ve 3 krocích a všechny další výhody a programová vybavení jako u předchozího modelu kromě nasvícení a ohřevu šálků. Je dodáván bez nádoby na mléko, kterou však můžete dokoupit i v provedení ocelové termónadoby, kterou NIVONA také nabízí. Jinak se od modelu 767 prakticky neliší. Připraví vám proto také skvělé espresso či mléčné kávy, jako cappuccino či caffè latte, stiskem jednoho tlačítka. Doporučená cena tohoto modelu je 19 999 Kč.

Něco málo o značce NIVONA

NIVONA Apparate GmbH je osvědčený poskytovatel produktových řešení pro přípravu kávy v domácnosti. Produktová řešení společnosti NIVONA jsou vyvíjena a vyráběna výhradně ve spolupráci se specializovanými partnery špičkové kvality.

Nabídka produktů společnosti NIVONA sahá od mlýnků na kávu po plně automatická espresa a společnost usiluje o to, aby si její zákazníci mohli vychutnat hodnotu dobré kávy – chutně a ekonomicky. Produkty společnosti NIVONA nabízejí výhradně autorizovaní prodejci se schopností informovat zákazníka a poradit mu. Společnost NIVONA se poprvé objevila na německém trhu v roce 2005. Od té doby mají prostory společnosti v Norimberku koordinovaný prodej a marketing v Německu i na širším evropském trhu. Další informace o řešeních, produktech a službách společnosti NIVONA jsou k dispozici na webových stránkách společnosti na adrese www.nivona.com. Na českém trhu zastupuje značku společnost Mc TREE, a. s., kterou také kontaktujte v případě zájmu o zařazení výrobků NIVONA do nabídky vašeho obchodu.

WWW.NIVONA.CZ



Catler ES 8012

Masivní kovový kávovar s integrovaným mlýnkem, díky kterému si můžete čerstvě namlít zrnkovou kávu s tím správným aroma. ES 8012 používá filtrační systém, který zlepšuje kvalitu vody, a elektronický ventil pro odstranění přebytečné vody z kávové sedliny. Sedlinu tak snadněji odstraníte z filtru. Catler se dále chlubí systémem předspaření, parní tryskou pro napěnění mléka a bohatým příslušenstvím v podobě filtrů s dvojitým i jednoduchým dnem, odměrky na kávu, nádoby na mléko, vyjímatelným tamperem a čistícími pomůckami.

Sedlinu tak snadněji odstraníte z filtru. Catler se dále chlubí systémem předspaření, parní tryskou pro napěnění mléka a bohatým příslušenstvím v podobě filtrů s dvojitým i jednoduchým dnem, odměrky na kávu, nádoby na mléko, vyjímatelným tamperem a čistícími pomůckami.

Barista

Odborník na přípravu kávy na slovo vzatý. Používá profesionální techniku a má bohaté zkušenosti s kávou obecně. Základem jeho umění je připravit kvalitní espresso a další nápoje na něm založené.



De'Longhi EC850.M

Jediný kávovar na českém trhu, který spojuje přednosti pákových a automatických přístrojů. Na jednu stranu jde o klasický pákový model, ovšem se systémem „Cappuccino jedním stiskem“. Uživatel má tedy plnou kontrolu nad přípravou samotné kávy, ale nemusí manuálně šlehat mléko. Kávovar používá systém

s termoblokem a čerpadlem se stabilním tlakem 15 barů. Má nastavitelný prostor pro sklenici s výškou až 10 cm, vodní filtr a anti-drip systém proti odkapávání.



Kenwood kMix ES021

Přístroj z designové řady kMix je v červené barvě, ale lze ho zakoupit také v bílé a černé. Jde o jednoduchý a snadno ovladatelný přístroj s čerpadlem, zajišťujícím tlak 15 barů, a tryskou na šlehání mléka. Nádržka na vodu je plně vyjímatelná

a stejně tak odkapávací miska. Kenwood přikládá v balení ještě odměrovací lžičku a pečovací nástroj na kávu.



Zelmer Maestro 13Z012

Pákový kávovar s velkým LCD displejem a systémem termoblok, udržujícím teplotu vody pro okamžitou přípravu kávy. Čerpadlo poskytuje stálý tlak 15 barů. Nechybí systém Cream pro dokonalou pěnu, parní tryska pro šlehání mléka a nastavení množství vydávané kávy. Zásobník na vodu má nadstandardní objem 2,1 l. Výrobce dodává k přístroji ještě odměrku

na kávu, nádobku na zpěnění mléka a dvě sítka.

Uchovávání zrnkové kávy

Návodů, jak skladovat kávu, je mnoho. Čerstvě pražená nebo v otevřeném sáčku ztrácí velmi rychle aroma, v podstatě v řádu dnů až týdnů. Pokud máte vakuovací nádobu nebo alespoň vzduchotěsnou, můžete kávu uchovávat i při pokojové teplotě několik dní. V mrazničce či chladničce ji lze skladovat také, ale opět ve vzduchotěsné nádobě. Dobré je kupovat menší balení kávy, které rychle spotřebujete. A za žádných okolností kávu předem nemelte a neskladujte na světle v průhledných sklenicích.

Bosch

Tassimo TAS6515EE

Kávovar na kapsle Tassimo, které dodává do obchodů Kraft Foods, je jednoduchý kompaktní přístroj. Systém Tassimo používá kapsle s čárkovými kódy, podle nichž kávovar pozná, o jaký nápoj se jedná. Jde o takzvaný systém T Disc. Můžete připravovat kávu, kávové nápoje, horkou čokoládu i čaje. Zařízení je vybaveno také filtračním systémem BRITA a průtokovým ohřivačem, který zajišťuje okamžitou připravenost po zapnutí přístroje.



Cremesso Caffè Latte

Švýcarský kapslový systém se začíná v distribuci Potten & Pannen – Staněk group na českém trhu rozšiřovat. Jeho hlavní výhodou je volný prodej kapslí, jež mohou vedle kávovarů prodávat všichni prodejci. Novinka v podobě tohoto kávovaru nabízí automatickou přípravu mléčných káv, jakými jsou cappuccino či caffè latte. Cremesso nabízí ještě kromě kávy také tři druhy čajů. Kávovar je vyroben ve Švýcarsku a vyznačuje se velmi nízkou spotřebou 0,3 W v pohotovostním režimu. V prodeji je v barách Titan Silver a Burgundy Red.



Cremesso Uno

Kávovar oceněný letošní cenou red dot design award se prodává v červené, černé, modré a zelené barvě. Jde o velmi jednoduchý kávovar bez systému napěňování mléka. Cílí tedy na uživatele vychutnávající si především espresso či ristretto. Hlavní předností je šířka pouhých 10,5 cm. Stejně jako prémiový model Caffè Latte dosahuje v pohotovostním režimu spotřeby pouhých 0,3 W.



Nespresso U

Koncem srpna představila společnost Nespresso nový kompaktní model kávovaru pro svůj kapslový systém. Přístroj v oranžové, bílé, šedé nebo černé barvě má takzvaný modulární design – disponuje adaptovatelnou nádobkou na vodu, otočnou o 180 ° okolo přístroje, a odnímatelným magnetickým podstavcem šálku. Novinkou je automatické uložení 3 nejoblíbenějších velikostí šálku – ristretto, espresso a lungo. A nově má také tento model automatizovanou jednotku přípravy kávy, v níž se kapsle automaticky perforuje, káva extrahuje a kapsle automaticky vysune do kontejneru.



Kapslové kávovary:

Ristretto, espresso, lungo a další

V Česku panuje poměrně solidní zmatek v pojmenování jednotlivých káv ve smyslu nápoje. Zažitá pojmenování „preso“ a „piccolo“ neexistují a používají se pouze u nás. Takzvané „preso“ je espresso, i když v českém podání často ve velké šálce s leckdy i dvojnásobným množstvím vody. Ovšem nikoliv horké vody, která by byla do espresa přilita, ale vody, která se nechá protékat dlouhé vteřiny přes

mletou kávu. Do nápoje se pak uvolňují třísloviny a škodlivé látky a nápoj má nepříjemnou pachut'. Právě italské espresso má mít zhruba 30 ml, ristretto pouhých 21 ml. Lungo je potom nápoj, u něhož se právě nechá voda protékat až 60 vteřin a má 50–60 ml. Nepleťte si ho s caffè americano, jež se připravuje z espresa, do něhož se přidává horká voda.



ENA Micro 1

Jednoduše espresso

SUPERKOMPAKTNÍ JEDNOŠÁLKOVÝ AUTOMATICKÝ KÁVOVAR JE NAVRŽEN TAK, ABY UMĚL PŘIPRAVIT SKVĚLÉ ESPRESSO A ABY ZABÍRAL CO NEJMÉNĚ MÍSTO. MŮŽETE JEJ PŘEDPROGRAMOVAT NA TŘÍVELIKOSTI ŠÁLKŮ, KAŽDÝ SVÝBĚREM DVOU STUPŇŮ SÍLY KÁVY. AROMAKRYT UDRŽUJE KÁVOVÁ ZRNA ČERSTVÁ, MLÝNEK AROMA+ JE JEMNĚ ROZEMELE A SPAŘOVACÍ JEDNOTKA MICRO PŘIPRAVÍ KÁVU PODLE IDEÁLNÍCH PARAMETRŮ. INTELIGENTNÍ SYSTÉM PŘEDEHŘÍVÁNÍ ZARUČÍ, ŽE JE VAŠE KÁVA, POKRYTÁ LEHKOU CREMOU, VŽDY PŘIPRAVOVÁNA SPRÁVNĚ HORKÁ.

Dokonalé espresso

Mlýnek Aroma+ a spařovací jednotka Micro zaručují vždy to nejlepší espresso. Vylepšením úhlu řezu mlecích kamenů se vývojářům značky JURA podařilo výrazně zlepšit efektivitu mletí, což má za následek perfektní rozvinutí aroma u kávy a zkrácení času mletí na polovinu. Zásobník zrn kávy zakrývá Aromakryt, který svým utěsněním zaručuje dlouhou čerstvost vsypaných kávových zrn. Tato vylepšení znamenají, že se Vám do šálku dostane plné aroma z čerstvé a čerstvě mleté kávy. Inteligentní přehřívání pro horkou kávu od prvního šálku.

Jednoduchá obsluha

Uživatelsky jednoduchý panel ovládání s dotykovými a ergonomicky uspořádanými tlačítky Vám bez zbytečného otálení nabídne přesně to, co chcete. Všechna nastavení a procesy údržby se ovládají jednoduchým dotykem na ovládacím panelu. Dotykový panel se třemi přednastavenými tlačítky pro velikost šálků a dvěma stupni síly.

Kompaktní

Ultrakompaktní model, zmenšený na minimum. Je dokonce ještě o 11 % nižší než kompaktní řada ENA. Malé rozměry umožňuje nově vyvinutá spařovací jednotka, která je dokonale optimalizovaná pro přípravu jednoho šálku nápoje a garantuje výsledné espresso prvotřídní kvality.

Přátelský k životnímu prostředí

S pomocí ESM (Energy Save Mode©) můžete přístroj nastavit do energeticky úsporného módu. Takto můžete ušetřit až 40 % spotřeby energie proti běžnému provozu. ESM se aktivuje automaticky po 5 minutách nečinnosti přístroje. Kávovar se také sám vypne po dvou hodinách od posledního připraveného šálku kávy.



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

JURA ve znameních firemních novinek

ZALOŽENÍM SPOLEČNOSTI JURA CZECH, S. R. O., V LETOŠNÍM ROCE BYL DOSAŽEN DALŠÍ MILNÍK V EXPAZI ZNAČKY JURA. UPEVNŮJEME NAŠEVZTAHY K TRHU, A TÍM KE KONCOVÝM ZÁKAZNÍKŮM. NEJDŮLEŽITĚJŠÍMI PILÍŘI PRÁCE STRHEM JSOU ROZŠÍŘOVÁNÍ PRODEJNÍCH KANÁLŮ, PODPORA PRODEJE, ALE I ZAJIŠŤOVÁNÍ POPRODEJNÍCH SLUŽEB.



JURA CEE začíná se selektivní distribucí

Po cenných zkušenostech se zaváděním selektivní distribuce na zavedených trzích v Německu, Rakousku a domovském Švýcarsku přebírá koncept JURA selektivní distribuce i JURA CEE ve střední a východní Evropě. Z tohoto regionu je Česká republika první zemí, kde budou novinky v distribuci zavedeny. Ve střednědobém plánování se počítá se zavedením i na ostatních trzích v oblasti spravované JURA CEE. „Chceme tím udělat další krok, abychom dosáhli kvalitní a strukturované distribuce, která zajistí koncovým zákazníkům lepší před- a poprodejní služby a posílí pozici autorizovaných prodejců,“ říká ředitel JURA CEE VertriebsgesmbH Hans Peter Rubert. Selektivní distribuce vychází z legislativy Evropské unie, ale jsou vždy přizpůsobeny právním předpisům, situaci a zvykům dané země. Obecně chce JURA CEE posilovat pozici svých partnerů, což zajistí pouze jasná a fungující struktura prodeje.

Podpora prodeje je nezastupitelná

Dnes se až 70 % zákazníků rozhoduje pro koupi výrobku při návštěvě prodejny. Také JURA se stále pokouší rozšiřovat povědomí o svých výrobcích a značce samotné zejména tím, že umožňuje zákazníkům své výrobky „zažít“. Svět kávy by měl být zákazníkům dostupný předvedením přístroje a ochutnáním výsledné kávy. Kromě vysoce ceněného designu jsou předvedeny i inovativní technologie a jednoduchost ovládání. Předváděcími akcemi chceme u zákazníků vzbudit sympatie k výrobkům, stávajícím zákazníkům ukázat postup v technologiích, oslovit nové cílové skupiny a prezentovat naši kompetenci v oblasti přípravy kávy. Termíny předváděcích akcí naleznete v sekci „Novinky“ na www.cz.jura.com.



Kompletní servis

pro dokonalý požitek z kávy

Po zakoupení kávovaru JURA náš vztah se zákazníkem nekončí, naopak. Pokud je nutné přístroj opravit, nemůžeme nikomu na dlouhou dobu odpírat vychutnat si šálek skvělé kávy. Naší filozofií je maximální péče o zákazníky v prodejním servisu.

Diagnostiku Vašeho kávovaru provede náš profesionální servisní tým přímo před Vámi. Je pro nás důležité ihned reagovat na Vaše připomínky, zjistit případné chyby v zařízení a následně je rychle odstranit. Na základě přečtených údajů z přístroje Vám naši odborníci mohou předat cenné rady a tipy na správnou obsluhu a údržbu kávovaru JURA.



Po důkladné analýze přístroje Vám servisní technik vysvětlí řešení problému a sdělí odhad ceny opravy. Případné dotazy Vám ihned zodpovíme v servisním centru. Nemusíte se bát dalších skrytých výdajů. Pracujeme s jednoduchým, ale srozumitelným paušálním cenovým systémem. Pokud je Váš kávovar v záruční lhůtě, je oprava samozřejmě provedena zdarma.

Náš specializovaný technik, pan Maličský, Vám s radostí poskytne veškeré informace o údržbě a poradí s postupem nastavení Vašeho kávovaru JURA.

Zavolejte nám nebo nás navštivte na adrese:

JURA Servisní centrum | Pod Harfou 943 | 190 00 Praha 9
– Vysočany | Hotline: 840 808 404 | servis@coffee-sce.com

Juraj Juhász:

Trh s porcovanou kávou je vysoce konkurenční

PO DLOUHÝCH LETECH DOŠLO LETOS V ČERVENCI K PERSONÁLNÍ ZMĚNĚ NA POZICI COUNTRY MANAŽERA SPOLEČNOSTI NESPRESSO PRO ČESKOU REPUBLIKU. NEJSILNĚJŠÍMU HRÁČI NA TRHU S VYSOCE KVALITNÍ KAPSLOVOU KÁVOU PŘIBÝVAJÍ KONEČNĚ TAKÉ U NÁS KONKURENTI. O TOM, ALE I CESTĚ FIRMY ZA ÚSPĚCHEM, LEVNĚJŠÍCH ALTERNATIVNÍCH KAPSLÍCH, KÁVĚ SAMOTNÉ ČI NOVÝCH PŘÍSTROJÍCH JSME HOVOŘILI PRÁVĚ S NOVÝM COUNTRY MANAŽEREM JURAJEM JUHÁSZEM.

Na začátku července jste nastoupil do Nespressa jako nový country manažer. Přicházíte po Josefu Voltrovi, který stojí za dosavadním úspěchem firmy na českém trhu. Jaké máte plány? Chystáte nějaké změny v chodu české pobočky, marketingové komunikaci či jiné?

Žádné zásadní změny nechystám, naopak chci navázat na dosavadní úspěchy a posunout značku Nespresso o krok dál. Prostor pro zlepšení vidím zejména ve třech oblastech: v povědomí o značce, v distribuci neboli dostupnosti kávovarů, ale také důraznější komunikaci benefitů, které plynou z členství v Nespresso Clubu. Přál bych si, aby se značka Nespresso stala měřítkem kvality, a to co se týče kvality kávy samotné, tak i pokud jde o servis a přístup k zákazníkovi, který přináší členství v Nespresso Clubu.

Pozice Nespressa na trhu s kapslovou kávou je skálopevná. Dlouhou dobu jste měli v oblasti kapslového řešení na většině trhů, kde působíte, prakticky monopol. Co stojí za tímto obrovským úspěchem?

Vážím si vašeho hodnocení, ale nezaostřujeme si, že kávový trh je velice konkurenční a že získat přední pozici na trhu a úspěšně ji udržovat vůbec není samozřejmostí. Prvním předpokladem

byly obrovské investice v řádech desítek milionů do výzkumu a rozvoje, bez kterých by se značka a společnost Nespresso nikdy nemohla stát tak úspěšnou, jako dnes je. A pokud chceme být úspěšní i nadále, musíme

v našem úsilí pokračovat. Úspěch u spotřebitelů nám pak zajistily tři základní pilíře. Neoddiskutovatelná kvalita u kávy, jednoduché, chytré, stylové kávovary a samozřejmě prvotřídní servis, který žádná jiná značka na trhu nenabízí.

Předchozí otázku jsem pokládal, protože vím, že divize Nespresso začínala koncem 80. let s rozpočtem pouhých 800 000 švýcarských franků a během pár let se z ní podařilo vybudovat lídra trhu. Kdy začala firma expandovat do jednotlivých evropských zemí? A kdy začala působit v Česku?

Nespresso vstoupilo na trh v roce 1986, ale trvalo téměř 10 let, než začala značka expandovat v Evropě. Na přelomu milénia, tedy po bezmála 15 letech, se už stalo Nespresso ikonickou, světově uznávanou značkou. V roce 2006 dosahuje značka milníku, a to ve chvíli, kdy prodeje překročily 1 miliardu švýcarských franků, a již v roce 2010 prodeje

dosáhly trojnásobku. Důkazem úspěchu budiž i potřeba otevřít v roce 2012 již třetí továrnu na výrobu kapslí, protože stávající kapacity už nebyly dostačující. V Česku jsme začali působit v roce 2006 a s radostí můžeme konstatovat, že naše prodeje po celou tu dobu rostou dvouciferným číslem.

Svět kapslové kávy se stal postupně drsným kolbištěm. Stačí se podívat například na poměrně levný systém Senseo, který představila Sara Lee Corporation ve spolupráci s Philipsem v roce 2002. Na jeho obrovský úspěch v USA reagovalo Nestlé nasazením systému Dolce Gusto, který v Česku dominuje. Ještě předtím reagoval i Kraft Foods se svým Tassimem. Ted se na tuzemském trhu dostává výraznější podpory také značce Cremesso, která je vaším přímým konkurentem. Očekáváte ještě příchod dalších systémů na trh a jeho postupné rozmělnění?



V čem vidíte svou hlavní výhodu oproti konkurenci?

Konkurence je motorem rozvoje a nutí každého hráče na trhu neustále zlepšovat svou nabídku. Nespresso proto stále zlepšuje jak své výrobky, tak své služby, abychom jako firma byli vždy o krok před konkurencí. Zákazník si pak vybere ten kávový systém, který nejvíce vyhovuje jeho životnímu stylu a jeho potřebám. Když někdo preferuje překapávanou kávu, těžko si koupí Nespresso, které je synonymem pro dokonalé espresso. Na trhu je mnohem více hráčů, než by se například z tuzemského pohledu mohlo zdát. Svět porcované kávy má velkou budoucnost, například do této kategorie vstoupila i síť Starbucks. Celosvětově existuje cca 50 systémů na porcovanou kávu, takže konkurence skutečně funguje.

Každý kapslový systém stojí na vlastních kapslích, které lze použít pouze v jeho vlastních kávovarech. Byznys v této oblasti tedy nestojí na prodeji kávovarů, nýbrž následném prodeji samotných kapslí, čemuž u všech značek odpovídá také (dotovaná) cena kávovarů. Jak se díváte na levnější kapslové alternativy, které jsou k dispozici na některých trzích? Bráníte se proti nim? Například Jean-Paul Gaillard, bývalý šéf Nespressa a muž, který stojí za jeho úspěchem, přišel s levnou alternativou kompatibilní s kávovary Nespresso stejně jako Sara Lee.

Rád bych dodal, že cena kávovarů Nespresso rozhodně není dotovaná. Pokud jde o konkurenční nabídky, je na spotřebiteli, aby si vybral. Nespresso vyvinulo unikátní technologii, kde je s pomocí teploty a tlaku 19 barů schopno garantovat perfektní extrakci, a tak nabídnout kávu nejvyšší kvality, kterou si zvládne udělat kdokoliv. Originální



kapsle Nespresso jsou vyvinuty tak, aby byla extrakce kávy optimalizovaná za použití Nespresso kávovaru a bylo dosaženo dokonalého zážitku z kávy. Je naším každodenním úkolem své výrobky a služby zlepšovat a rozhodnutí je pak na zákazníkově. Jsme rádi, že za více než 25 let existence společnosti Nespresso nás rozhodnutí našich zákazníků udržuje na přední pozici na trhu.

Možná jednu poznámku k alternativám. Naše duševní vlastnictví, spojené s výzkumem, vývojem a inovacemi a prací více než 7 000 zaměstnanců Nespresso na světě, nám umožnilo dostat se tam, kde jsme, a významně posunulo i celý segment kapslové kávy. Nikoho by tedy nemělo překvapit, že podnikáme všechny potřebné právní kroky, abychom naše duševní vlastnictví a naše investice chránili.

Když pomínáte právní aspekty a podíváte se na alternativní kapsle očima spotřebitele, v čem vidíte jejich hlavní nevýhody? Proč by měl spotřebitel vždy zvolit originální kapsli?

Jako odpověď zopakujme tři základní pilíře našeho úspěchu – neoddiskutovatelnou kvalitu kávy, jednoduché, chytré, stylové kávovary a samozřejmě prvotřídní servis, který žádná jiná značka na trhu nenabízí. Tyto tři složky u společnosti Nespresso jako prémiové značky působí dohromady, nejde jen o kapsle. Jak se rozhodne ten který spotřebitel, je jeho svobodná volba.

Nespresso si vždy zakládá na kvalitě kávy. Jak jednotlivé odrůdy vybíráte? A jaká magie se skrývá za tvorbou jednotlivých směsí, případně i speciálních edicí?

Rozhodně to není magie, je za tím tvrdá práce expertů, obrovské investice do výzkumu, totální zaměření na kvalitu a hlavně výběr té nejlepší kávy. Jen pro představu, zhruba 10 % světové vyprodukované kávy je v tzv. gourmet kvalitě. Nespresso si vybírá zhruba 10 % právě z této kávy, to znamená, že zhruba 1 % světové produkce kávy vyhovuje standardům naší společnosti, co se týče chuťového a aromatického profilu. U limitovaných edicí to je dokonce tak, že často zákazníci žádají, aby limitovaná edice zůstala v portfoliu nastálo, ovšem nemůžeme tak udělat, protože jednoduše tolik kávy v tak specifické kvalitě nebylo vypěstováno. Je to podobné jako s vínem z exkluzivních poloh, tzv. „Grand



Cru“. V neposlední řadě věnujeme velkou pozornost i sociální a ekologické udržitelnosti, podmínkám, v nichž se naše káva pěstuje a sklízí. Je to součástí našeho konceptu „Ecolaboration“. To vše směřuje ke špičkové, prémiové kvalitě naší nabídky.

Nedávno jste představili nový kávovar s jednoduchým označením „U“. Přináší rozličné nové prvky, ale obchodníky i další profesionály z byznys sféry zaujme hlavně svou nízkou cenou. Lze jeho uvedení chápat jako snahu oslovit další spotřebitele, kteří do té doby buď kávovar na espresso neměli, nebo používali kvalitativně níže pozicované Dolce Gusto?

Záměrem uvedení nového kávovaru U je především zpřístupnit Nespresso pro novou cílovou skupinu – pro mladé, kteří mají rádi jednoduchý design, rádi dělají věci jinak, než je běžné. Co se týče ceny, na trhu je spousta levnějších kávovarů. Naší filozofií je nekompromisní kvalita, nikoliv nízká cena.

Letos začátkem roku jste na některých trzích představili řadu kávovarů Maestria, která však v Česku dosud zařazena do nabídky nebyla. Mají obchodníci její uvedení na trh očekávat? A v jakém časovém horizontu, pokud můžete už prozradit?

Můžu prozradit, že příznivci retrodesignu se mají opravdu na co těšit a že se kávovaru Maestria určitě do konce roku dočkají. Takže pokud si lámou hlavu například nad dárky k Vánocům 2012, Nespresso jim určitě přinese zajímavou inspiraci.



Myčky Bosch Úsporné, inteligentní a funkcemi nabité

BOSCH BYL VŽDY SYNONYMEM KVALITY A TECHNOLOGICKÉHO POKROKU. JAKO PRVNÍ PŘEDSTAVIL MODELY S REVOLUČNÍ TECHNOLOGIÍ SUŠENÍ ZEOLITH A NOVĚ TAKÉ MYČKY SE SPOTŘEBOU POUHÝCH 6 L. NAVÍC MÁ TECHNOLOGICKY VYSPĚLÉ ÚSPORNÉ MYČKY JAK VE VOLNĚ STOJÍCÍM, TAK VESTAVNÉM PROVEDENÍ.

Největší novinkou v nabídce je nedávno představená nová generace myček ActiveWater Eco², které v sobě spojují extrémně úspornou technologii řízení spotřeby vody s několikanásobně oceněnou unikátní metodou sušení Zeolith, využívající při sušení vynikajících tepelných vlastností minerálu zeolit. S roční spotřebou elektrické energie 194 kWh a 1 960 litrů vody při použití standardního cyklu Eco 50 °C se myčky ActiveWater Eco² řadí do třídy spotřeby energie A+++ a navíc přesahují mezní hodnoty této třídy o 10 %.

Proč Zeolith?

Používáním technologie Zeolith pro sušení nádobí nastává Bosch celosvětové standardy pro úsporu energie.

Dokládají to jak úspěchy v prestižním německém časopise Stiftung Warentest, tak i nadšené přijetí německým Federálním ministerstvem životního prostředí, ochrany přírody a jaderné bezpečnosti, veřejností i odborníky na životní prostředí. Tajemství zeolitu spočívá v jeho přirozené schopnosti měnit vlhkost ve své porézní struktuře a vydávat teplo. Do myčky je umístěna speciální nádoba, která obsahuje zhruba 1 kilogram tohoto minerálu. Na konci fáze mytí je vlhký vzduch veden přímo do zásobníku s minerálem Zeolith. V této fázi dochází k „pohlčení“ vlhkého vzduchu, který bude následovně díky nahromaděné energii v minerálu ohřát. Suchý a teplý vzduch je opět veden zpět do vnitřního prostoru myčky, kde dokonale a ekonomicky usuší vaše nádobí.



Nízká spotřeba a dokonale čisté nádobí

Technologie Zeolith ale není jedinou novinkou. Nejdůležitější inovací je integrovaný systém řízení spotřeby, který umožňuje znovu použít čistou vodu z posledního oplachování na první cyklus další náplně. Výsledkem je spotřeba pouhých 7 l na 13 standardních sad nádobí. Bosch má v nabídce i modely myček, které dosahují dokonce spotřeby pouhých 6 l. Kromě radosti z úspor potěší ActiveWater Eco² spotřebitele i dokonalým výsledkem mytí a sušení. Sklo i plasty jsou perfektně čisté a suché, bez nutnosti utírání nebo leštění.

Znatelná úspora

Myčky ActiveWater Eco² nabízejí uživatelům řadu užitečných funkcí pro jejich větší pohodlí. Nové VarioSpeed Plus snižuje dobu mytí nádobí až o 66 %, a to bez nutnosti dělat při mytí a sušení jakékoli kompromisy. V případě potřeby a nutnosti větší intenzity může vstoupit do hry větší tlak vody a vyšší teplota v IntensivZone ve spodním koši. Mladým rodinám kladoucím vyšší nároky na hygienu nádobí pro děti přijde vhod funkce hygienaPlus s vyšší teplotou ve fázi sušení cca 70 °C po dobu 10 minut, díky které

jsou kojenecké láhve, kuchyňská prkénka a další nádobí s vyššími hygienickými požadavky dokonale zbaveny 99,9 % bakterií.

Všechny tyto funkce pomáhají domácnostem ekonomicky a pohodlně fungovat. Když už je řeč o pohodlí, s novými TFT displeji s vysokým rozlišením je Bosch jednička, co se ovládání týče. Jasné čitelný, jednoduše ovladatelný displej v moderním designu interaktivně provede uživatele všemi programy a možnostmi, zároveň poskytuje informace o stavu leštidla a soli, a to vše ve 25 světových jazycích.

Nabídka modelů

Z novinek určitě zmiňme vlajkovou loď vestavných myček SMI 69U75EU, která patří do energetické třídy A+++ – 10 %, spotřebuje pouhých 7 l vody, pojme 13 sad nádobí, je vybavena technologií Zeolith a používá hydraulický systém ActiveWater. Cenově dostupnější novinkou bez Zeolithu je vestavný model SMI 69N25EU na 13 sad nádobí. Myčka ve třídě A++ se spotřebou neuvěřitelných 6 l vody také používá ActiveWater.

Z volně stojících modelů stojí za pozornost určitě SMS 69N22EU také v třídě A++ a se spotřebou 6 l vody. Jeho koše pojmu 13 jídelních sad a myčka používá senzor naplnění AquaSensor III.

www.bosch-home.com/cz



BOSCH

Česká ekonomika zůstává v červených číslech

STATISTICKÁ DATA O HDP POTVRDILA NEVESELÉ ÚDAJE. PROPAD ČESKÉ EKONOMIKY ČINIL VE DRUHÉM ČTVRTLETÍ V KVARTÁLNÍM SROVNÁNÍ DVĚ DESETINY PROCENTA. PŘIPOMEŇME, ŽE RECESE NAŠEHO HOSPODÁŘSTVÍ TRVÁ ZHRUBA DESET MĚSÍCŮ.

Nakupujeme méně

Z pohledu nabídky se ve druhém čtvrtletí nedařilo průmyslu (minus 1,5 %), stavebnictví také vykázalo schodek (minus 1,3 %) a smutný výsledek zaznamenaly rovněž veřejné služby (minus 0,7 %). Naopak dařilo se zemědělství (růst 0,3 %). Z poptávkového pohledu nejvíce ubraly dynamice domácího produktu exporty. Negativně též působila spotřeba domácností,



nakupovali jsme o 1,1 procenta méně než v předchozím srovnatelném období. Vzrostly investice, růst činil sedm procent. Ještě ke spotřebě domácností, pokles je v letošním roce obrovský, a to přesto, že výsledky prvního čtvrtletí byly revidovány ve prospěch celkového hodnocení. Vysvětlení vidí analytici ve spotřebitelském pesimismu, lidé šetří a nákupy odkládají do budoucna. V eurozóně by měla recese trvat až do konce letošního roku, i když s rozdílným vývojem v jednotlivých zemích. Například naším největším obchodním partnerům, Slovensku a Německu, se doposud dařilo. Pokud nedojde k nečekaným změnám, česká ekonomika letos v průměru poklesne o jedno procento. Příští rok pak očekáváme mírné oživení. Ovšem zpočátku to ještě nebude jednoduché. „Předběžný odhad ukazuje na mezikvartální pokles ekonomiky o dvě desetiny procenta,“ řekl nám analytik Economic

and Strategy Research Jiří Škop a dodal, že spotřebitelská inflace by měla na přelomu letošního léta a podzimu zrychlit z 3,1 na 3,5 procenta. Hlavní příčinou meziměsíčního růstu cen by podle něj měly být pohonné hmoty.

Rating ČR? Nic moc!

Agentura Standard & Poor's v srpnu potvrdila rating dlouhodobých závazků České republiky, hodnocení činí AA minus s dodatkem stabilního výhledu. Ekonomická důvěra v Českou republiku se v hodnoceném období nepatrně zvýšila o 0,2 bodu na 83,4 bodu. Zásahu na zlepšení měli především spotřebitelé, jejichž index se zvýšil na 74,4 bodu z předchozích 73,3 bodu. Důvěra podnikatelů pak stagnovala na 85,2 bodu. S tím souvisí kurs naší koruny, je silně závislý na globálním trhu. Z tohoto pohledu se dá očekávat, že vývoj na hlavních trzích bude ovlivněn zasedáním Evropské

centrální banky. Analytik Miroslav Frayer přikládá význam blízcímu se vyjednávání o změkčení podmínek pro Řecko, důležité podle něj budou rozhodnutí německého ústavního soudu či zasedání americké centrální banky.

Víte, že...

- ...ministerstvo financí ke konci srpna prodalo dluhopisy za 4,8 mld. Kč?
- ...jejich aukční výnosy poklesly na historická minima?
- ...někteří analytici očekávají korekci kurzu USD/EUR ve prospěch dolaru?
- ...hrozí, že ke slabé domácí poptávce se přidá nižší zahraniční poptávka?

Domácnostem se nedostává peněz, maloobchod stagnuje

Červencové maloobchodní tržby se zvýšily o 0,3 procenta, ale uspokojení rozhodně není namístě. Meziroční růst byl totiž ovlivněn vyšším počtem pracovních dní. Po očištění o kalendářní vlivy se maloobchodní tržby snížily, a to o 1,5 procenta. V meziměsíčním vyjádření se jedná o pokles 0,8 procenta. „Na neočištěném meziročním růstu maloobchodních tržeb se podílela většina zboží a služeb s výjimkou potravin, které pokračovaly ve svém poklesu ve specializovaných i nesespecializovaných prodejnách,“ řekl nám ještě analytik Economic & Strategy Research Miroslav Frayer. Pro konkrétnost dodejme, že pokles činil 3,7 procenta. „Z výsledku je evidentní přetrvávající obliba nákupů přes internet, ale zájem je též o nákupy prostřednictvím zásilkových služeb,“ pokračuje

Frayer a svá slova dokládá statisticky, vzestup činí 13 procent. Tržby vzrostly rovněž ve specializovaných prodejnách oděvů a obuvi (o 7,7 %), počítačového a komunikačního zařízení (o 3,0 %) či výrobků pro kulturu a rekreaci (o 2,8 %). Z pohledu odhadů se zklamání koncentrovalo do zboží a služeb mimo automobilový sektor. Prodeje aut zaznamenaly v červenci neočištěný meziroční růst o 0,8 procenta, po sezonním očištění pak klesly o 2,2 procenta. Celkově tedy rozhodně nelze usuzovat na zlepšující se tendence ve spotřebitelské poptávce, která zůstává slabá. Příčiny? Ty je možno vidět v poklesu reálných mezd anebo ve vládním opatření ke snižování deficitu. „Neočekáváme, že by se tento obrázek měl v následujících měsících změnit. Po loňském růstu maloobchodních tržeb o dvě procenta čekáme pro letošní rok pokles o 1,1 procenta,“ řekl pro SELL Miroslav Frayer.

Běžný účet provádí relativní spokojenost

Běžný účet platební bilance v červenci vykázal deficit ve výši 11,5 mld. CZK, čímž téměř naplnil očekávání trhu, ale zaostal za odhadem řady peněžních domů. Meziročně se schodek zlepšil zhruba o 8,5 mld. korun. Ve srovnání se současným odhadem Komerční banky se dá rozdíl vysvětlit bilancí výnosů. Obchodní bilance v červenci skončila prakticky v souladu s očekáváním v přebytku, částka činila 11,9 mld. korun. V té souvislosti připomeňme, že vloni statistické zaznamenali vyrovnanou bilanci. Od začátku roku už přebytek obchodu se zbožím dosahuje kumulativně 113,4 mld. korun, a je tedy jedním z hlavních důvodů letošního dobré výkonnosti běžného účtu. Druhým důvodem (v meziročním vyjádření) je výrazně nižší deficit bilance výnosů (během prvních sedmi měsíců letošního roku kumulativně minus 133,2 mld. korun oproti minuvému 162,7 mld.). Odliv dividend do zahraničí činil 16,5 mld. korun. Bilance služeb vykázala přebytek 5,1 miliardy, zatímco běžné převody skončily v deficitu 3,4 mld. korun. Finanční účet v červenci uzavřel ve ztrátě 4,6 miliardy korun. Přímé zahraniční investice vykázaly přebytek 16,7 mld., z toho saldo reinvestovaného zisku činilo plus 8,3 mld. korun. Portfoliové investice uzavřely v přebytku 15,1 mld. korun, když byly podle ČNB

ovlivněny snížením držby zahraničních cenných papírů v aktivech tuzemských subjektů. Ale pozor, devizové rezervy se snížily o 3,9 mld. korun.

Srpnové ceny v průmyslu rostly

Ceny průmyslových výrobců v srpnu meziměsíčně vzrostly o půl procenta, meziroční dynamika zrychlila z hodnoty 1,3 na 1,9 procenta. Stejně jako v cenách pohonných hmot, ve spotřebitelském koši se i v průmyslových korunových cenách v srpnu projeví vyšší ceny ropy, za červen a červenec vzrostly o 15 procent. Ceny koksů a rafinovaných ropných výrobků meziměsíčně vzrostly o 7,9 procenta, ceny chemických látek a výrobků pak o 3,4 procenta. Mírně vyšší pak byly ceny i v potravinářském průmyslu. Naopak pokles cen nastal v dopravě. Dále klesly ceny kovů a plastových a pryžových výrobků. Zajímavější pro další vývoj cen potravin v rámci spotřebitelského koše jsou ceny zemědělských výrobců, které se v srpnu snížily o 0,9 procenta (výsledek je odrazem sezonnosti). Bráno od začátku roku jsou pak ceny v zemědělství vyšší o 6,4 procenta. Pro vyšší míru objektivitu je však třeba dodat, že v cenách se projevuje horší letošní domácí úroda. Srpnové ceny stavebních prací stagnovaly a v meziročním vyjádření poklesly o čtyři desetiny procenta. Stavebnictví zažívá horší časy a ani vyhlídky nejsou růžové. Pozemní stavitelství je zatíženo slabší poptávkou po zboží dlouhodobé spotřeby. Inženýrské stavby jsou a nějakou dobu ještě budou negativně ovlivněny nižšími výdaji veřejného sektoru na infrastrukturu. Ceny tržních služeb v podnikatelské sféře se v srpnu také meziměsíčně nezměnily (meziročně jsou nižší o 0,9 %). Růst cen lze i nadále očekávat v potravinářském průmyslu. V průměru by se výrobní ceny tento rok měly zvednout o 2,2 procenta. Příští rok? Očekávat můžeme mírně nižší růst, analytici hovoří o 1,7 procenta.

Srpnová data z trhu práce nezklamala

Míra nezaměstnanosti ke konci srpna dosáhla hodnoty 8,3 procenta. Je to stejná hodnota jako v předchozím měsíci. I když míra nezaměstnanosti stagnovala, celkový počet nezaměstnaných se k začátku září zvýšil o téměř 1 100 osob.



Příčinu můžeme vidět ve vstupu nových absolventů škol na trh práce, během srpna se jich na úřadech zaevidovalo více než 3 600. Dodejme, že za poslední rok se počet nezaměstnaných zvýšil o více než 5 100 osob, současný celkový počet lidí bez práce je téměř 487 tisíc. Při pohledu na volná pracovní místa lze konstatovat, že se jejich počet mírně zvýšil. Konkrétněji? Během srpna asi o 1 500, oproti loňskému srpnu o více než 1 800 osob. Na jedno volné pracovní místo tak v srpnu připadalo 11,4 uchazeče. Přitom před měsícem to bylo 11,8. Holt recese je v Česku realitou. Navíc konec roku je tradičně poznamenán zánikem míst sezonního charakteru. Vzestup míry nezaměstnanosti tak bude ke konci roku ještě znát. Svého lokálního dna dosáhla míra nezaměstnanosti v červnu, činila 8,1 procenta. Jak nám v té souvislosti sdělil Jan Vejmelk z Komerční banky, ke konci letošního roku by měla být míra nezaměstnanosti vyšší, měla by dosáhnout na hodnotu 9,2 procenta. Koncem loňského roku nezaměstnanost byla 8,6 procenta.

Miroslav Hruška

Design vodovodních kohoutků

NÁPADITOST DESIGNÉRŮ U VODOVODNÍCH KOHOUTKŮ A BATERIÍ ČASTO BERE DECH, JINDY NÁS ZCELA SPOLEHLIVĚ POTRÁPÍ TESTEM INTELIGENCE – ODKUD ŽE TA VODA VLASTNĚ TEČE A JAK JI MÁM SPUSTIT A ZASTAVIT?



Umytí rukou bez nutnosti sahat na vodovodní kohoutek se stává běžným rituálem našich koupelen. U bezdotykových baterií stačí dát ruce před baterii a voda začne téct sama. Pokud odejdete, voda se sama vypne. Prozatím se ale bezdotykové vodovodní kohoutky a baterie více užívají u koupelen s větším provozem. Jejich výhodou je ovšem kromě jiného i úsporný provoz.

Pro velké provozy i menší domovy

„Bezdotykové baterie se instalují hlavně do koupelen s největším provozem,“ potvrzuje naši tezi Pavel Roškot ze společnosti Oras. „Lze s nimi podstatně ušetřit, protože voda teče, jen když ji potřebujeme. Ocení je zejména rodiče dětí, které občas zapomínaly baterii zavřít. Praktické jsou také pro seniory nebo lidi se zhoršenou motorikou,“ vysvětluje Roškot a nabízí další praktická řešení pro rodinný dům a zahradu. Bezdotykové baterie mohou být umístěné nejen v koupelnách, ale také u vstupu do domu či přímo v zahradě, kde si můžeme umýt špinavé ruce po práci. Jako jeden z příkladů uvádí bezdotykovou stojánkovou baterii Oras Vienda. Je napájena malým šestivoltovým monočlánekem, lze ji snadno nainstalovat bez dalších stavebních úprav a lehce s ní nahradíte například klasickou pákovou baterii či vodovodní kohoutek. „Baterie má kontrolovaný průtok pět litrů za minutu, což představuje jenom zhruba třetinu množství vody oproti běžné pákové baterii, takže s ní jednoduše a nenásilně snížíte provozní

náklady na domácnost,“ upřesňuje jednu z mnoha výhod Pavel Roškot.

Svět displejů a obrazovek

Pokud jste příznivci „vesmírného“ designu a zajímáte se o svět budoucnosti, jistě vás zaujme práce (prozatím prototyp) mladého australského designéra Daniela Dobrogorského. Na portále dandesign.org najdete návrhy designových vodovodních kohoutků, které mají před ostatním světem výrazný náskok (týká se to přirozeně i dalších věcí, které tento talentovaný designér vytváří). Za všechny jmenujme alespoň produkt s názvem Koolhaus, který pomáhá uživatelům šetřit vodou. Na přehledném LCD displeji, umístěném přímo na kohoutku, se zobrazují informace o množství spotřebované vody. „Jelikož nejvíce vody proteče právě v koupelně, zdá se být nejvhodnější začít s šetřením právě zde,“ domnívá se mladý designér. Kohoutek ale nemonitoruje pouze protékající vodu, je možné instalovat ke každému zařízení vlastní čidlo, které posílá informace o svém průtoku do kohoutku, a na displeji se v průběhu dne zobrazuje aktuální stav spotřeby celé domácnosti. Displej je záměrně umístěn vždy na takovém místě, kam se každý člen domácnosti musí při mytí rukou nutně podívat. Zajímavý je i samotný hi-tech design vodovodního kohoutku. Je patrné, že se bude hodit především do moderních, technicistních interiérů a do takzvaných inteligentních budov, kde naváže na integrované systémy spotřeby.

Vlastimil Růžička

Mikrovlnné trouby DOMO

Funkce, design a nebývale široká nabídka

TROUBY S MIKROVLNNÝM OHŘEVEM JSOU DNES UŽ JEDNOU Z NEJBĚŽNĚJŠÍCH SOUČÁSTÍ KUCHYNĚ. ZNAČKA DOMO NABÍZÍ NA ČESKÉM TRHU PESTROU PALETU MIKROVLNEK S RŮZNÝMI BAREVNÝMI PROVEDENÍMI I ZACÍLENÍM PODLE NÁROKŮ UŽIVATELE.



Mikrovlnné trouby se v základu dělí na ty obvyčejné, určené pouze pro ohřev jídel, modely s grilem, schopné připravit do křupava například mraženou pizzu, a trojkombinace s konvenčním ohřevem. Poslední jmenované mohou z hlediska funkcí nahradit klasickou troubu, byť mají menší vnitřní objem a ocení je hlavně menší domácnosti. DOMO má v nabídce všechny tři typy, takže mají zákazníci široké možnosti výběru.

DOMO doporučuje pořízení alespoň trouby s grilem, což potvrzují i aktuální trendy, kdy se opouští od jednoduchého a rychlého ohřevu na talíři. Pokud má mikrovlnka v kuchyni zabírat místo, musí nejen pěkně vypadat, ale také musí umět víc než jen ohřát čaj či jídlo na malém talíři. Budoucnost nicméně vidíme v trojkombinacích, schopných jídlo celkově uvařit, upéct bábovku nebo ohřát jídlo přirozeněji pouze pomocí grilu. Navíc disponují tyto trouby programy pro celkovou přípravu určitých pokrmů bez nutnosti složitého nastavování. Takové musejí mít minimálně objem kolem 23 l,

aby se do nich vešly běžné varné misky a menší pekáče. V nabídce DOMO reprezentuje tyto trouby model DO2623CG s vnitřním objemem právě 23 l, elegantním stříbrným provedením, 9 přednastavenými programy a možností kombinovat 4 způsoby gril a horký vzduch s mikrovlnami. Skleněný talíř má průměr 27 cm, a v troubě tak můžete pohodlně péct celou řadu pokrmů.

Na velikosti záleží

Údaje o velikosti vnitřního objemu jsou velmi zneužitelné a nepřesné, a proto je důležitá spíše informace, jak velkou nádobu či talíř lze použít. Značka DOMO proto vyrábí v jedné objemové třídě 2 rozměry vnitřního prostoru – DO2317G má normální velikost a pro ty, kdo používají vyšší nádoby, je určena DO2322. Mimo jiné je tato 17l mikrovlnka v dané třídě největší svým skutečným vnitřním prostorem a průměrem talíře 27 cm.

Značka Domo vyrábí a nabízí ucelenou řadu mikrovlnných trub od nejjednodušší bílé 17l přes retrořadu 6 barev

a objemu 20 l až po celonerezový vnitřek s objemem 23 l, což zastupuje model DO2823CG. Vrchol velikostí a maximální pohodlí pro uživatele představuje mikrovlnka s grilem DO2831G s objemem 31 l a s manuálním ovládním.

Pastelové barvičky

V poslední době zaznamenáváme trend moderních kuchyní v jasných pastelových barvách a tomu je třeba přizpůsobit a sladit všechny spotřebiče. Například značka Domo zareagovala na tento poměrně nový požadavek velmi promptně a již v loňském roce uvedla na trh první mikrovlnku DO2012 v pastelové červené a navíc ve stále více žádaném lehkém retrostylu. Obchodní úspěch této první vlnky nastartoval v rychlém sledu další barvy a další modifikace této retrořady – pastelově bílá DO2010, sytá černá DO2011 a řada s vestavěným grilem – bílá DO2013, fialová 2014G a zelená 2015G. Právě nyní doplnil retrořadu ještě model DO2016G v oranžové barvě, samozřejmě půjde opět o troubu s grilem.

Patrick Drugeon: Haier během tří let ztrojnásobil v Evropě svůj tržní podíl

BĚHEM LETOŠNÍHO VELETRHU IFA JSME SE KRÁTCE SETKALI S VELMI DŮLEŽITÝM MUŽEM V EVROPSKÉM MANAGEMENTU HAIERU. PATRICK DRUGEON, GENERÁLNÍ ŘEDITEL OBCHODNÍHO ROZVOJE PRO VÝCHODNÍ EVROPU, POTÉ ODPOVĚDĚL NA NAŠE OTÁZKY O EVROPSKÝCH PLÁNECH HAIERU A POZICI FIRMY NA ZDEJŠÍM TRHU. HOVOŘILI JSME TAKÉ O DISTRIBUČNÍ STRUKTUŘE A NOVÝCH PRODUKTECH.

Haier je čínská společnost, která v posledních letech výrazně expanduje na Západ. Ale jaké má firma postavení v Asii? Zejména na čínském trhu?

Haier je v kategorii bílého zboží vedoucí skupinou v Asii a jasným lídrem v Číně. Spadá také do top pětky v kategorii televizorů a klimatizací. Firma také nedávno získala chladničky a pračky Sanyo pro distribuci v jihovýchodní Asii, což posílí skupinu v její stěžejní strategii v Asii.

Kde vyrábíte své spotřebiče? Jen v Číně, nebo máte výrobní zařízení také v jiných částech světa?

Haier má asi 45 výrobních závodů na světě, z toho 14 v Číně, 17 v Asii, 7 na Blízkém východě a v Africe, 4 v USA a 1 v Evropě, konkrétně v Itálii. Dnes většina našich výrobků pochází z továren v Číně a z italské továrny, kde vyrábíme chladničky. Ale Haier se dostává blíže k zákazníkům a trhům také prostřednictvím nových dceřiných společností výzkumných a vývojových center, znovu potvrzuje svůj závazek k vývoji produktů, které jsou dokonale přizpůsobeny potřebám evropských spotřebitelů.

Jak už jsem řekl předtím, Haier expanduje do Evropy. Váš podíl na trhu se za posledních pět let zvýšil o více než 100 %. Jaké jsou vaše plány do budoucna? Slyšeli jsme, že máte v plánu rozšířit svou přítomnost v Evropě akvizicemi nebo budováním výrobních zařízení.

Haier chce být v „top pětce“ v Evropě v blízké budoucnosti. Naše plány běží podle následujících strategických priorit. Za prvé, chceme upevnit své organizace v západní Evropě (Francie, Německo, Itálie, Španělsko, Velká Británie). Za tímto účelem jsme založili v roce 2010 evropskou centrálu v Paříži s plnou organizací, pokud jde o marketing, řízení lidských zdrojů, financí a logistiky.

Za druhé, postupujeme podle strategie přizpůsobení a rozšíření produktových řad pro evropský trh, aby zahrnovaly všechny segmenty trhu. Před rokem a půl jsme založili výzkumná a vývojová centra v Německu a v Itálii, v Německu pro myčky, v Itálii pak pro chlazení. Také jsme nedávno otevřeli vývojové centrum pro domácí řešení v Lyonu, konkrétně se zde věnujeme klimatizacím, solárním panelům a tepelným čerpadlům. Tyto organizace nám pomohou lépe reagovat na tržní poptávku v Evropě. Nejsme už exportér čínských výrobků do Evropy, ale definujeme evropský produkt, který je následně vyroben v Asii nebo v Itálii.

Rozhodnutím svěřit vývoj Haier Europe evropským týmům a dceřiné společnosti místním lidem chceme kombinovat průmyslovou sílu asijské struktury se znalostmi evropských trhů.

A za třetí, vstup na nové trhy. Nedávno jsme otevřeli pobočku v Polsku a v Belgii pro Belgii a Nizozemsko.

Provádíte teď v Evropě nějaké akvizice?

Haier plánuje pokračovat v růstu jak v geografickém rozsahu, tak v oblasti služeb, které nabízí svým zákazníkům. Nicméně nemáme teď bezprostřední plány otevřít nové výrobní místo ve východní Evropě.



A plánujete otevřít nějaký výrobní závod ve střední nebo východní Evropě v budoucnu?

Dle naší strategie není toto v současnosti prioritou v kategorii bílého zboží, i když střední a východní Evropa může být oblastí výroby, kterou nelze do budoucna ignorovat.

Právě teď se zaobíráme možností zde vyrábět televizory, ale ještě není nic rozhodnuto.

Je moudré, že přemýšlíme globálně a snažíme se přizpůsobit každé zeměpisné oblasti podle nejlepšího scénáře, ve smyslu výroby dle tamní situace. Dnes jsou naše evropské spotřebiče vyráběny v Číně a v Itálii. Brzy budeme mít výrobky z našich továren v Thajsku. A zítra může dojít zase k dalšímu vývoji.

Dostaly se k nám také informace, že Haier zvažuje úplné převzetí firmy Fisher & Paykel Appliances, která působí na Novém Zélandu. Můžete k tomu něco říci?

Haier měl v F & P už 20% podíl. Plně převzetí je možností, která je stále v jednání.

Vraťme se ale do Evropy, konkrétně do střední a východní. Ve kterých zemích máte vlastní pobočku? A ve kterých jste přítomni pouze prostřednictvím distributora?

Jak už jsem řekl, nedávno jsme otevřeli pobočku pro Polsko. Došlo k tomu letos v srpnu. Působíme v dalších zemích střední Evropy prostřednictvím distributorů. V současnosti je Haier přítomen ve všech středoevropských zemích s klimatizací nebo velkými spotřebiči.

Chcete na tom něco změnit a posílit své postavení vytvořením dalších poboček jakožto součástí své strategie expanze? Zejména v České republice, protože zde máte jen distributora.

V krátkodobém výhledu neplánujeme



otevřít pobočky v těchto zemích. Chceme spíše posílit naši podporu partnerům a distributorům díky logistickým možnostem naší polské pobočky, což pomůže v rozvoji Haieru na těchto trzích.

A co Maďarsko? Náš magazín tam působí také. Proč jste odešli z tohoto trhu? A máte v plánu se tam vrátit?

V Maďarsku je na trhu složitá situace, v posledních letech byl navíc dost nestabilní, což nás přimělo ho opustit. Současná blízkost naší polské pobočky nám pomůže se prostřednictvím distributora do Maďarska vrátit ještě před koncem roku 2012.

Jak vidíte středoevropský trh obecně? Jaké jsou vaše cíle v této části Evropy? Mohl byste porovnat jednotlivé země?

Obecně je a bude střední Evropa silnou štafetou růstu západní Evropy, kde jsou trhy poměrně stabilní. Bohužel je ekonomika středoevropských trhů docela závislá na dobrém zdraví západoevropských trhů. Polsko díky své silné ekonomice odolává krizi dobře. Česká republika je na tom podobně díky svým obchodním vztahům s Německem. Další potenciální trhy, jako je Maďarsko a Rumunsko, procházejí nelehkými časy.

Jak zatím hodnotíte tento rok? A co očekáváte od toho příštího?

V Evropě Haier stále roste velmi rychle se zhruba 30–40% ročním růstem obrátu v bílém zboží. V černé technice

je situace jiná a liší se země od země kvůli silnému poklesu trhu s televizory v některých regionech. Nicméně na evropské úrovni zůstáváme ve srovnatelném růstu jako v bílém zboží. Takto silný postup nám umožnil za tři roky ztrojnásobit podíl na trhu.

Pro rok 2013 doufáme v silný růst opět díky uvedení mnoha nových a inovativních produktů v kategorii mytí, chlazení a TV. A také díky rozšíření našich produktových řad domácích řešení.

Jaké nové produkty bychom měli vyhlížet v roce 2013? A co je z následujícího vaší prioritou? Energetická účinnost? Funkce? Design? Všimli jste si na IFA neobvyklých chladniček..., například s mramorovým povrchem.

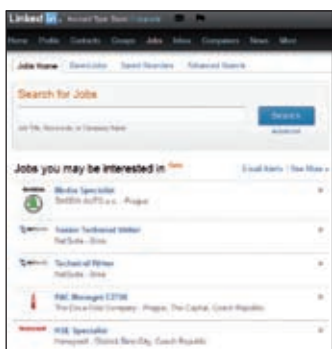
Strategií Haieru byly vždy kvalita, inovace a design a získali jsme v těchto kategoriích mnoho mezinárodních ocenění. V roce 2013 uvedeme na trh více energeticky účinných výrobků v třídě A+++ a s prodlouženou zárukou na hlavní součástky. Můžete také očekávat chladicí výrobky s ohromujícím designem s matnými a skleněnými dvířky u myček, novou řadu praček s antibakteriální zásuvkou a těsněním dvířek, sušičky s tepelným čerpadlem a novou řadu televizorů s tenkým rámem a sklem.

Všechny naše produkty jsou vyvíjeny v našich výzkumných centrech v Evropě a naše továrny rozesteté po celém světě nabízejí zákazníkům nejlepší poměr mezi kvalitou, inovacemi a cenou ve všech tržních segmentech. A jak už jsem zmínil před chvílí, tím, že vycházíme z lokálních tržních průzkumů, naše výzkumná centra cílí na vývoj produktů, které jsou dokonale přizpůsobeny potřebám a očekáváním evropských spotřebitelů.



Základy sociální sítě

LINKEDIN NENÍ SICE NEJVĚTŠÍ ZE VŠECH POUŽÍVANÝCH SOCIÁLNÍCH SÍTÍ, MEZI TĚMI, KTERÉ JSOU NA VRCHOLU POPULARITY A MEDIÁLNÍ POZORNOSTI, JE OVŠEM SÍTÍ NEJSTARŠÍ. DNES SPOLEČNĚ PROZKOU MÁME, K ČEMU SLOUŽÍ A JAK S NÍ ZACHÁZET, POKUD CHCETE, ABY PRO VÁS BYLA PROSPĚŠNÁ.



LinkedIn je sociální síť založená v roce 2003 v Kalifornii Reidem Hoffmanem a týmem lidí z PayPalu a SocialNet.com. Po celých osmi letech existence a vývoje, v květnu 2011, LinkedIn vstoupilo na burzu. Dnes jde o veřejně obchodovanou společnost, která sice není mezi sociálními sítěmi zdaleka největší, ale rozhodně se jí daří a vypadá to, že bude i v budoucnu.

LinkedIn je v první řadě síť určenou profesionálům, pro obchodní a pracovní komunikaci a networking. Tomu odpovídá i povaha všech funkcí a způsob, jak se LinkedIn používá. Především zde nenajdete žádné osobní příspěvky jako na jiných sociálních sítích, uživatelé na LinkedIn jsou motivováni směrem profesionálním, a tak se věnují hlavně hledání práce, získávání kontaktů nebo zviditelňování své osobní či firemní značky, čemuž odpovídá publikovaný obsah. I samotné profily jsou namířeny pracovní, obsahují tedy současně i minulé pracovní pozice, představení se, kontakty, zkušenosti a dovednosti. Dovednosti si uživatel sice vyplňuje primárně sám, ostatní jej ale mohou doporučit u těch dovedností, o nichž jsou přesvědčeni, že jimi disponuje, nebo mu doporučit zcela nové dovednosti, které by si na svůj profil mohl přidat.

V souvislosti s profilem stojí za zmínku jedna důležitá věc. Pokud chcete Lin-

kedIn plně využít, je dobré mít profil

vyplněný kompletně. Čím více informací o sobě poskytnete, tím větší je šance, že vás ostatní uživatelé najdou a že je zaujmou, ať už půjde o profesionální kontakt, obchodní příležitost, nabídku spolupráce či snad pracovní nabídku. Výhodou LinkedIn v tomto ohledu je, že vás systém sám upozorní, které části profilu vyžadují pozornost a doplnění.

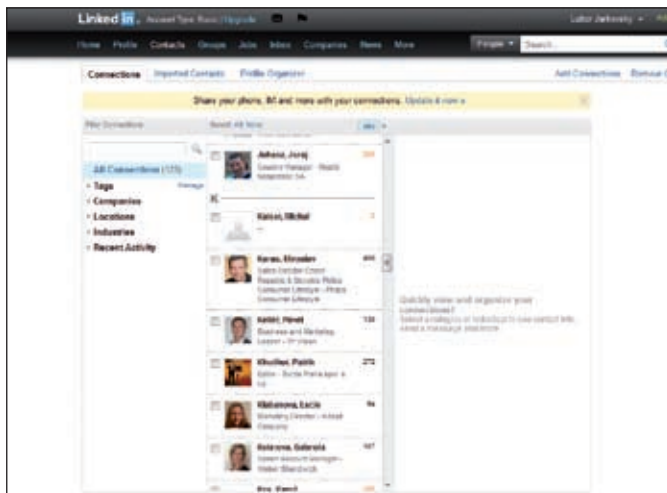
A co dělat, abyste LinkedIn využili co nejlépe? V tomto ohledu se určitě vyplatí věřit někomu, kdo se komunikací přes LinkedIn profesionálně zabývá. Zmiňme proto rady, které ve svém nedávném článku na webu Social Media Today nabídl Chuck Hester, konzultant pro LinkedIn v oblastech médií a osobního a firemního brandingů:

1) Chodte na LinkedIn každý den ve stejný čas

Věnovat LinkedIn 15 až 30 minut denně by mělo být minimum, pokud chcete dosáhnout smysluplných výsledků. V ideálním případě se pak vyplatí, aby šlo každý den o stejný čas. Získáte tím jistou předvídatelnost, kdy vaše příspěvky budou ostatní očekávat.

2) Publikujte

Stejně jako v případě Twitteru, i na LinkedIn se vyplatí publikovat. Budete-li



sdílet každý den, nebo obden, to už je jen na vás, důležitá je ale pravidelnost, viz předchozí bod.

3) Odpovídejte včas

Rychlost, se kterou reagujete na soukromé zprávy a pozvánky, může být klíčová pro dojem, který v ostatních uživatelích zanecháte. Rychlá reakce je vždy lepší než reakce pomalejší.

4) Sledujte skupiny

Skupiny jsou jedním z nejmocnějších nástrojů pro získání kontaktů na lidi z vašeho oboru, profesionály či obchodní partnery. Právě komunikace ve skupinách vám může pomoci sehnat ty nejcennější kontakty, které LinkedIn nabízí.

LinkedIn má díky svému profesionálnímu zaměření pro budování osobní značky potenciál, kterému se může rovnat snad jen Twitter. V některém z dalších článků se v návaznosti na dnešní obecný úvod podíváme na vhodný způsob využívání LinkedIn podrobněji a zamysleme se i nad způsoby, jak může být dobrý nejen pro jednotlivce, ale i značky a firmy jako celek.

*Jindřich Lauschmann,
redaktor tyinternety.cz*



Zatočte s bakteriemi! UV-C antibakteriální vysavače Raycop vám pomohou



TRH S VYSAVAČI JE VYSOCE KONKURENČNÍ PROSTŘEDÍ. BĚŽNÝ VYSAVAČ NABÍZEJÍ DESÍTKY ZNAČEK A NAJÍT NĚJAKÝ VÝJIMEČNÝ MODEL, KTERÝ BY ZÁKAZNÍKY V OBCHODĚ NA PRVNÍ POHLED ZAUJAL, NENÍ VŽDY SNADNÉ. MEZI TAKOVÉ BEZESPORU PATŘÍ ANTIBAKTERIÁLNÍ VYSAVAČE RAYCOP, KTERÉ NABÍZEJÍ MAXIMÁLNĚ HYGIENICKOU PÉČI O DOMÁCNOST.

Vysavače Raycop jsou určeny speciálně pro čištění postelí a čalouněného nábytku, přičemž při vysávání zabíjejí 99,9 % bakterií. V prvním kroku Raycop sterilizuje povrch textilií a matrací UV-C sterilizační lampou. V dalším pak dvojitý vibrační klepač uvolní roztoče, kteří jsou hákovitě zakleslí mezi vlákna tkanin. Roztoči, jejich výkaly a další nečistoty jsou poté vysáty a uvězněny v plastové omyvatelné nádobce na nečistoty. Mikroalergická filtrace s HEPA filtrem H13 zabrání vypuštění alergenů zpět do vzduchu.

Síla UV-C záření

Vysavače Raycop používají takzvané sterilizační UV-C záření, které zničí většinu bakterií jako E. coli a Staphylococcus aureus, všech virů a u roztočů ničí jejich rozmnožovací schopnosti. Raycop je první oceněný produkt vybavený UV-C sterilizační lampou a využívá UV-C technologii pro bezchemické čištění lůžkovin, matrací a dalších textilií.

Čištění postele a lůžkovin bývá často podceňováno či přehlíženo. Každou noc ale sdílíme své lože s 2 miliony roztočů a bakterií, které na nás během spánku útočí. Vysavače Raycop pomáhají udržet postel dokonale čistou, čímž lze předejít mimo jiné alergickým reakcím.

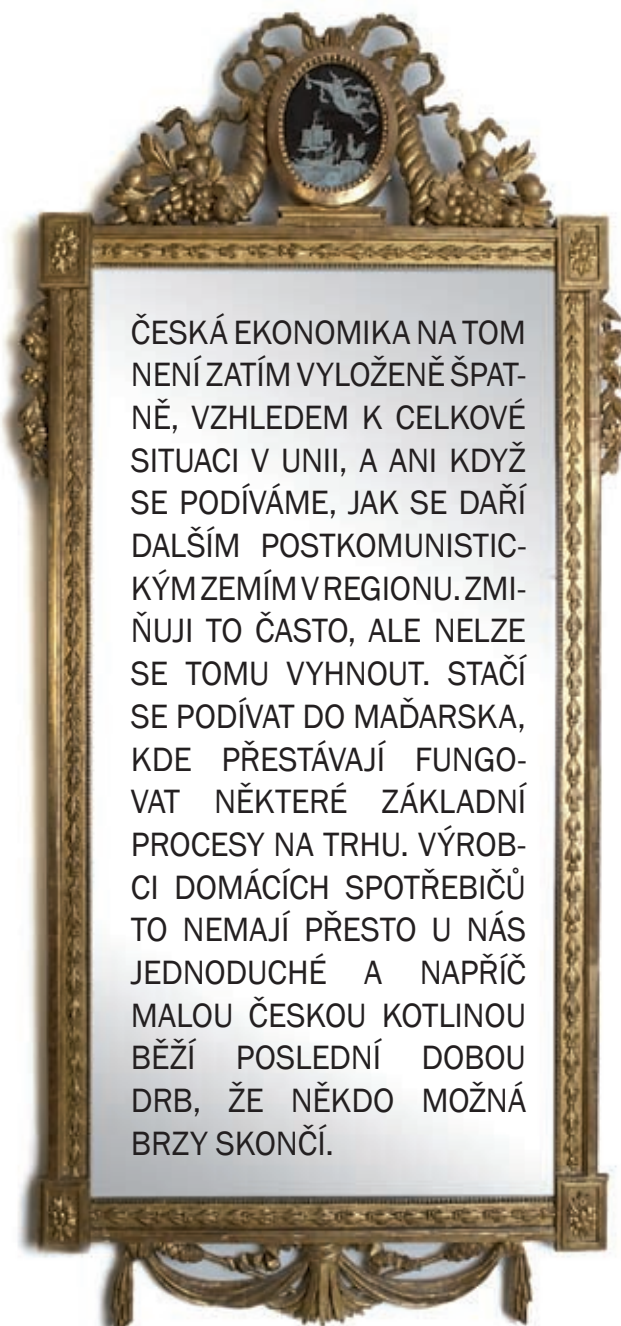


Nabídka pro každého

Cena vysavačů Raycop začíná už na 3 990 Kč v případě modelu GENIE (BG-200), který používá stejně jako všechny ostatní 3stupňový systém čištění, UV-C sterilizační lampu, vibrační kartáč a cyklonové sání o výkonu 300 W. Nechybí ani HEPA filtr H13. Vyšší model SMART (BK-130) patří k nejpopulárnějším z nabídky a po celém světě ho používá 400 tisíc domácností. U něho dosahuje sací výkon 350 W a doporučená cena je 4 990 Kč. Když se podíváme na další přístroje, nalezneme v katalogu ještě modely HERA (AP-200) a MAGNUS (MG-100). První jmenovaný se vyznačuje ergonomickým designem, dvojitým vibračním klepačem a přídatnou rukojetí, díky které se snadněji používá. Sací výkon má také 350 W. Doporučená cena činí 5 990 Kč. Designový model Raycop MAGNUS zaujme na první pohled elegantním černým provedením s červenými prvky. Jedná se o přístroje s nejvyšším sacím výkonem na úrovni 450 W. Navíc má LED displej a je dodáván s odkládacím podstavcem. Samozřejmě má také dvojitý vibrační kartáč pro zajištění vyšší účinnosti.

Vysavače Raycop dodává na český trh společnost BLAKAR trading, s. r. o., kterou také kontaktujte v případě zájmu rozšířit sortiment svého obchodu o tuto unikátní úklidovou techniku. BLAKAR trading v Česku dále distribuuje robotické vysavače značek iClebo a CleanMate a také automatické bezdotykové koše a dávkovače mýdla Helpmation.

Půjde někdo z kola ven?



ČESKÁ EKONOMIKA NA TOM NENÍ ZATÍM VYLOŽENĚ ŠPATNĚ, VZHLEDEM K CELKOVÉ SITUACI V UNII, A ANI KDYŽ SE PODÍVÁME, JAK SE DAŘÍ DALŠÍM POSTKOMUNISTICKÝM ZEMÍM V REGIONU. ZMIŇUJI TO ČASTO, ALE NELZE SE TOMU VYHNOUT. STAČÍ SE PODÍVAT DO MAĎARSKA, KDE PŘESTÁVAJÍ FUNGOVAT NĚKTERÉ ZÁKLADNÍ PROCESY NA TRHU. VÝROBCI DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ TO NEMAJÍ PŘESTO U NÁS JEDNODUCHÉ A NAPŘÍČ MALOU ČESKOU KOTLINOU BĚŽÍ POSLEDNÍ DOBOU DRB, ŽE NĚKDO MOŽNÁ BRZY SKONČÍ.

Být šéfredaktorem B2B časopisu zaměřeného na trh s domácími spotřebiči znamená, že se každou chvíli setkávám s manažery rozličných firem, ať už na straně výrobců či prodejců. Během podzimu navíc uzavíráme s partnery kontrakty na následující rok a probíhá řada schůzek a jednání. Nehledě na to, že jenom v posledním říjnovém týdnu proběhly dvě hlavní akce pro trade – veletrh HP Tronicu v Brně a notoricky známý Fast Day v Jihlavě. Za tu dobu jsem tak měl možnost mluvit s desítkami lidí v různých pozicích a překvapivě často při hovoru zazněla informace, že bychom se mohli v dohledné době dočkat určité čistky na tuzemském trhu. Samozřejmě někdy padly i konkrétní názvy značek a firem, ale tento text nemá za cíl někoho poškodit. Drb je totiž velmi mocný a také velmi nebezpečný nástroj. Nehledě na to, že konotacemi se slovem drb určitě nejsou výrazy jako „důvěryhodná informace“ nebo „fakt“. A všichni víme, jak to v byznysu chodí. Takový drb může být jen prostou pomluvou, která má poškodit konkurenta. Ne vždy se hraje čistě a férově, takže já nechci, aby bylo toto zamyšlení nástrojem nečistého konkurenčního boje.

Na druhou stranu zaznívala úvaha nad koncem některého z výrobců příliš často, abych ji mohl zcela ignorovat. Aktuální ekonomická situace rozhodně možný konec spíše podporuje, než by ho vylučovala. A to jak z hlediska českého trhu, tak jiných zemí. Je sice pravda, že například podle GfK objemově tuzemský trh s velkými ani malými spotřebiči neklesá, nicméně koncové ceny se neustále snižují, marže klesají a zisky padají, i když ne úplně všem a ve všech oblastech. Obecně to tak ale konstatovat mohou. Každopádně trh s domácími spotřebiči na tom bezesporu není špatně jako ten se spotřební elektronikou, kde to jednotlivé firmy dotáhly nejen k dvoucifernému poklesu hodnoty, ale na několik let ho v mnoha kategoriích v podstatě zničily. „Spotřebku“ táhnou samozřejmě televize a u těch byli všichni ochotni klesnout k naprosto nesmyslně nízkým cenám, takže se teď televizory vyrábějí, spíše aby běžely továrny, než aby někdo něco vydělal. To není byznys, to je obchodní tragédie.

Šance pro dravce

Ale vraťme se zpět k domácím spotřebičům. Na českém trhu máme bezesporu dost silných firem, které jsou trvající krizi, přelévající se v různých podobách od roku 2008 až do současnosti, schopny přežít. Některé v ní dokonce viděly nemalý potenciál, protože právě období recese někoho oslabí víc než jiné. A to je ta správná chvíle, kdy lze velmi snadno schramstnout nějaká ta procenta tržního podílu a těžit z nich pak v budoucnu, až se takříkajíc dočkáme lepších časů. Nebylo proto pro mě velkým překvapením, když například Whirlpool uvedl loni na český trh německou značku Bauknecht a Indesit zase značku Scholtès. Jenže zatímco jedni investují, slabší firmy se dostávají ve zhoršené ekonomické kondici státu, stagnujícím stavebnictví a nechuti lidí utrácet do svízelné situace... často do začarovaného kruhu, jehož obvod se stále zmenšuje jako smyčka okolo krku oběšence. V první fázi se to projevuje především seškrtnutím rozpočtu na marketing a postupným vyklizením pozic na stránkách časopisů a v dalších reklamních kanálech. Chápu, že vymazat značnou část excelové tabulky je rychlé řešení, které okamžitě přinese úspory, ale je to také velmi krátkozraké řešení, jež pouze uspíší nevyhnutelný konec. Co sejde z očí, sejde z mysli. A ten, kdo v hospodářské krizi inzeruje, také většinou odejde jako vítěz. Pouze musí být dostatečně silný, aby byl období zvýšených výdajů a snížených příjmů schopen přežít. Říkám to už celé roky a budu to říkat i nadále. Škrtnutí většiny rozpočtu pro marketing je manažersky nejhloupější řešení situace, protože v každé větší firmě běží velké množství procesů, kterými prosakují ven mnohdy ještě větší sumy. Najít díry, zacpat je a zasáhnout do chodu kolosu je mnohem náročnější a složitější úkol, a proto se škrtá v marketingu. A pokud mluvíme o marketingu, tak na něj samozřejmě nehledím pouze optikou printového média, ale myslím také komunikaci v trade segmentu a kvalitu komunikace produktových manažerů s obchodníky. Právě poslední jmenované hraje velmi významnou roli a produktoví manažeři zde často provádějí čistokrevný marketing, byť velmi specificky cílený. Pokud ale nemají dostatečný prostor, kvalitní materiály a možnost pořádat pro partnery akce, dříve či později se to může negativně projevit. Rozeslat poštou katalogy na současném krizí zmenšeném kolbišti nestačí.

A jak je to tedy s naším oběšencem? Zatím nemám pocit, že by měl někdo do konce roku padnout. Záležet bude převážně na stavu centrál jednotlivých firem a leckdy i situaci v jejich mateřských zemích. Pokud k nějakému „úmrtí“ dojde během roku 2013, nebude to asi velkým překvapením. Sám už pár osobních tipů mám a jsem jen zvědav, který z nich to případně bude. Samozřejmě nikomu pád na samé dno nepřeji a doufám, že na nejhorší nedojde. Silní hráči by to určitě uvítali, protože by si rozdělili uvolněné pozice. Byznys je džungle a v džungli platí jen jeden zákon – přežít. Hodně štěstí v boji.



Lubor Jarkovský

KENWOOD

Kenwood expanduje do Kanady

Britský výrobce, patřící do italské skupiny De'Longhi, je specialistou na kvalitní kuchyňské roboty, ale ve svém portfoliu má celou řadu pomocníků pro vaření a přípravu jídel. Od října jsou jeho výrobky nově dostupné také na kanadském trhu. Firma se zde chce prosadit především s roboty, pro které nabízí nebývale velké množství příslušenství. Na kanadském trhu tak pestrá nabídka pro nadšené domácí kuchaře i profesionály dosud nebyla. Kenwood do své nabídky zařadil také vlajkovou loď Cooking Chef, což je robot s integrovanou indukční technologií pro ohřev pokrmů přímo v míse. Můžete tak rychle a snadno připravit polévku, již bude robot sám neustále míchat.

Kenwood patří celosvětově mezi přední značky s malými kuchyňskými spotřebiči, kterých prodá po celé planetě kolem 10 milionů ročně. Expanze do Kanady a oslovení dalších potenciálních zákazníků je tak logickým krokem pro další rozvoj značky.



Indesitu se ve 3. čtvrtletí dařilo

Výrobce domácích spotřebičů z italského Fabriana vydal oficiální zprávu o výsledcích firmy ve třetím čtvrtletí letošního roku. A Indesit se nemá rozhodně za co stydět. Příjmy ve třetím čtvrtletí stouply při srovnání se stejným obdobím v loňském roce o 4,6 %. Možná bude pro mnohé pře-



kvapením, že za pozitivním vývojem stojí dvouciferný růst firmy na evropských trzích, které se v současnosti potýkají s celou řadou problémů. Indesit se ovšem trefil do požadavků a potřeb spotřebitelů se svými novými modely. V konkrétních číslech dosáhl příjmy ve třetím kvartálu 797,6 milionu eur. Když se podíváme do západní Evropy, zjistíme, že zde rostly příjmy pouze o 1,4 %, kdežto ve východních zemích o téměř 10 %. Západní evropské státy přesto stále generovaly větší část příjmů. Do rodiny Indesit patří značky Indesit, Hotpoint a Scholtès.

iRobot hlásí spokojenost s rokem 2012

Americký výrobce profesionálních i domácích úklidových robotů považuje ještě před jeho skončením rok 2012 za velmi dobrý. V segmentu obranných a bezpečnostních robotů došlo sice k poklesu příjmů, ale celkově firma rostla. Ve třetím kvartálu 2012 v meziročním srovnání vzrostly příjmy z 120,4 na 126,3 milionu dolarů. Ovšem v rámci domácích robotů stouply příjmy o celých 33 %, za čímž stojí velký růst prodeje jak na domácím trhu v USA, tak ve zbytku světa. Colin Angle, generální ředitel iRobotu, zdůraznil, že úspěchy jsou také výsledkem



důležitých strategických rozhodnutí včetně akvizice společnosti Evolution Robotics, o které jsme vás informovali v minulém vydání SELLu. V roce 2013 očekává ale ještě další pokles poptávky v kategorii obrany a bezpečnosti. Restrukturalizace této části firmy byla proto nutná.



Prodeje spotřebičů Hitachi v Japonsku klesly

Že na tom není japonská společnost Hitachi úplně nejlépe, se obecně ví a dalším důkazem jsou i nedávno zveřejněné výsledky za druhé čtvrtletí fiskálního roku 2012, které pro Hitachi skončilo 30. září. Příjmy klesly v přímém srovnání se stejným obdobím loni z 2 422 036 jenů na 2 234 853, čistý zisk pak z 63 548 milio-

HITACHI Inspire the Next



nů jenů na 45 133 milionů. V rámci divize Digital Media & Consumer Products, kam patří i domácí spotřebiče, došlo k poklesu příjmů o 12 %. Jde o důsledek sníženého zájmu spotřebitelů o nové televizory a dalšího snížení cen výrobků s optickými mechanikami obecně ve světě. Kromě toho za to mohou slabší prodeje domácích spotřebičů a klimatizací přímo v Japonsku.

Chytré spotřebiče mají budoucnost

Firma Pike Research, zabývající se průzkumy trhu, očekává brzký nástup inteligentních spotřebičů, tedy „smart“ spotřebičů, které budou disponovat interaktivními a síťovými funkcemi. Zatím předpokládá, že k velkému nárůstu prodeje této techniky dojde po roce 2015. O pět let později už by se jich mělo na celém světě prodat zhruba 45 milionů kusů. Firma definuje smart spotřebiče jako velkou bílou techniku, používající inteligentní správu spotřeby energie. Zařízení bude



možné také ovládat na dálku a budou vybavena ještě dalšími pokročilými funkcemi, stojícími na počítačových čipech. K výměně dříve než po obvyklých 10 letech prý budou motivováni uživatelé pouze tehdy, pokud spotřebiče nabídnou výraznou úsporu a budou nabízeny za přijatelné ceny.



Nezávislí ředitelé nedoporučili prodej Fisher & Paykel

Vypadalo to, že čínský Haier zcela pohltí novozélandského výrobce domácích spotřebičů Fisher & Paykel. Z obchodu nebyla však celá řada investorů a akcionářů firmy nadšena. Je potřeba říci, že Haier už velkou část společnosti vlastní, nicméně ne nadpoloviční většinu. Nezávislí ředitelé celého holdingu pak začátkem října doporučili akcionářům, aby na nabídku Haieru nekývli. A to na základě analýzy, kterou si nechali ředitelé vypracovat. Nabídka Haieru 1,20 novozélandského dolaru za akcii se jim nezdá dostatečná. Cena se prý v reálu pohybuje někde mezi 1,28 až 1,57 novozélandského dolaru.

Sony opět ve ztrátě

Japonský výrobce spotřební elektroniky, počítačů, telekomunikační i rozličné profi techniky utrpěl loni rekordní ztrátu. Podle posledních informací se ale firmě nedaří příliš ani letos. Čistá ztráta dosáhla ve druhém čtvrtletí fiskálního roku téměř 200 milionů dolarů. Loni byla vestejném období skoro dvojnásobná, tudíž je vidět, že se projevila některá z úsporných opatření. Oslavovat v Sony zatím ale nemohou.



BSH možná postaví v Africe první továrnu

Africká Ghana zakázala od ledna 2013 dovoz použitých chladniček a německý koncern na vývoj v zemi reagoval velmi promptně. Zvažuje, že postaví v Ghaně továrnu, která by pro místní trh, ale i další africké státy produkovala zbrusu nová chladicí zařízení. Investoři reprezentující firmu prý vedou jednání s ghanskou energetickou komisí a dalšími činiteli. Kofi Agyarko, předseda komise, poznamenal: „Investoři jsou připraveni, ale chtějí vidět, jak efektivně dokážeme zákaz uplatňovat. Použité chladničky je vždy odrazovaly. Spolupracujeme s těmi, kteří s použitými chladničkami obchodují, aby začali importovat pouze nové zboží.“



Domácí veletrh HP Tronic 2012

NA BRNĚNSKÉ VÝSTAVIŠTĚ DORAZILO DO JEDNÉ Z HAL NĚKOLIK DESÍTEK FIREM, KTERÉ ZDE PREZENTOVALY PRODEJČŮM SVÉ VÝROBKY. NA DEALERSKÉ AKCI SAMOZŘEJMĚ NEMOHL CHYBĚT ANI ČASOPIS SELL, JAKOŽTO JEDINÝ MAGAZÍN PRO VÝROBCE A PRODEJCE DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ V ČESKU. PŘI PROCHÁZENÍ ROZLEHLOU HALOU JSME SE POCHOPITELNĚ ZAMĚŘILI NA NÁŠ TEMATICKÝ SEGMENT.

Na veletrh HP Tronic dorazila celá řada značek z kategorie domácích spotřebičů a mezi nimi samozřejmě i věrní partneři našeho časopisu. Na místě jsme se setkali s čelnými představiteli jednotlivých firem a měli možnost pohovořit o nových produktech, dění ve firmě, situaci na trhu a dalších zajímavých tématech. Podívejte se, co všechno firmy v Brně prezentovaly.

Baumatic

Značkazaměřená primárně na designové kuchyňské spotřebiče ukazovala svou širokou nabídku vestavné techniky, která se dělí do několika řad. K vidění byly také letos uvedené „skleněné“ chladničky, které už několikrát na stránkách SELLu prezentovala. Kromě spotřebičů zaujala u stánku část s mopedem VESPA. Kdo se na něm nechal zástupci Baumaticu vyfotit, byl zařazen do slosování o víkendový zájezd do Říma pro dva. Produkty nám na místě představili obchodní ředitel Luboš Filip (na fotce) a koordinátorka marketingu Lenka Košková.

BEKO

U prezentace stále sílící značky na českém trhu na sebe strhávaly pozornost sličné blondýnky, které rozdávaly katalogy a letáky s aktuální nabídkou firmy. Přítomni byli ale samozřejmě také manažeři české pobočky, se kterými jsme měli možnost krátce pohovořit. Ze spotřebičů musíme zmínit nové úsporné pračky,



například model WMB 91242 LC ve třídě A++, či známé čtyřdveřové chladničky, které firma s každou novou generací nadále vylepšuje.

De'Longhi a Kenwood

U tradičně bohatě navštěvované zóny italského koncernu se bylo rozhodně na co dívat. Krásné dívky zde servírovaly návštěvníkům vynikající kávu z automatických kávovarů, pro které je značka De'Longhi známá po celém světě. K vidění byla jak vlnková loď PrimaDonna Exclusive, tak kompaktnější přístroje. Nechyběla ukázka pestré nabídky snídaňových setů včetně novinky Icona Vintage, žehlicích systémů a žhavé novinky v podobě čističky vzduchu, která dle barevnosti LED diodek informuje uživatele o čistotě vzduchu v místnosti. Čističky vzduchu AC 230 a AC 150 používají TiO2 filtr, UV světlo, HEPA filtr, uhlíkový filtr a ionizátor. Z nabídky Kenwoodu byly ve světle reflektorů nejvíce kuchyňské roboty. Informace na místě podával početný tým z českého zastoupení v čele s Šárkou Kohoutkovou.

Fagor

Španělský výrobce domácích spotřebičů se veletrhu také zúčastnil a prezentoval na místě svou skutečně pestrou nabídku

ku malé i velké domácí techniky. K vidění byly například nové vestavné trouby či kulaté a barevné mikrovlnné trouby. Z managementu bylo na místě hned několik důležitých postav. Nás prezentací provedl Josef Kunický a nová posila marketingu firmy pan Schneeweiss.



Indesit

Zajímavou prezentaci si připravil pro akci také italský Indesit, jenž dal největší prostor značce Hotpoint. Ta totiž slaví na českém trhu nemalé úspěchy. Asi největším je její zařazení do nabídky sítě kuchyňských studií Oresi, o čemž informujeme v novinkové sekci na straně 6. Z volně stojících spotřebičů se nám nejvíce líbila nová chladnička z řady Quadrio a set zcela nových modelů pračky a sušičky z řady Aqualtis. Výrobky nám prezentoval sám country manažer pro Česko a Slovensko Jan Šach a marketingová manažerka Lucie Klabanová.

Whirlpool

V expozici americké značky nám padla do oka nová 70 cm široká chladnička s mrazákem nahoře. Zaujala jak nerezovým provedením, tak chytře řešeným dotykovým ovládáním a funkcí 6. smyslu. Nese označení Whirlpool WTV 4597 NFC IX. Podrobně nám ji a další novinky, včetně spotřebičů značky Bauknecht, představila produktová manažerka Whirlpoolu Adéla Shejbalová.

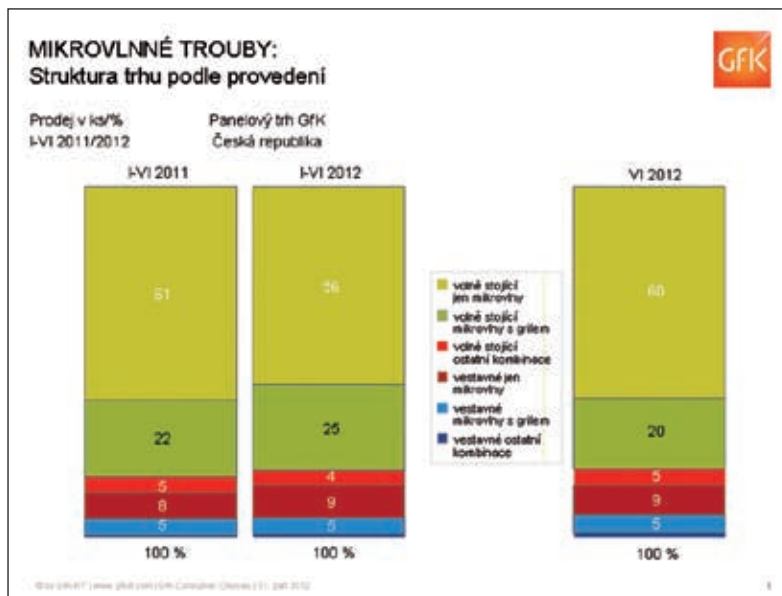
Zelmer

Výčet firem uzavírá polský výrobce domácích spotřebičů, u kterého jsme mohli ochutnat čerstvou ovocnou šťávu z odšťavňovače JuiceMaker, představeného letos na jaře. Ten se vyznačuje patentovaným systémem pomalého lisování. U prezentace, která obsahovala i další zajímavé výrobky včetně úspěšných vysavačů Zelmer, jsme se také setkali se Sandrou Horynovou, zodpovědnou za marketing Zelmer Central Europe.



MIKROVLNNÉ TROUBY NA ČESKÉM TRHU PODLE GfK

MEZIROČNÍ SROVNÁNÍ¹ PRVNÍ POLOVINY ROKU ZŮSTALO VE SLEDOVANÝCH DISTRIBUČNÍCH KANÁLECH² U MIKROVLNNÝCH TRUB V Kladných číslech. V OBJEMU NAROSTL TENTO SORTIMENT O 5 %, PŘÍRŮSTEK TRŽEB PŘITOM DOSÁHL 1 %. KUPUJÍCÍ ZAPLATILI ZA MIKROVLNNÉ TROUBY V PRVNÍCH ŠESTI MĚSÍCÍCH LETOŠNÍHO ROKU V PRŮMĚRU³ 2 400 KORUN⁴, TEDY O 100 KORUN MĚNĚ NEŽ PŘED ROKEM.



Meziroční pokles průměrné ceny generovaly prodeje mikrovlnných trub s grilem a dále ostatní kombinace, např. s horkým vzduchem. Do obou těchto typů výrobků investovali v první polovině letošního roku kupující v průměru o 500 až 600 korun méně než před rokem. Naopak přístroje vybavené pouze mikrovlnami zaznamenaly mírný meziroční nárůst průměrné ceny.

Těžiště objemu prodeje:

volně stojící provedení

Prodeje vestavných mikrovlnných trub⁵ (do výšky 45 cm) představovaly v první polovině tohoto roku 15 % celkového objemu prodeje. Podíl tohoto segmentu meziročně mírně posílil, i když podstatná část sortimentu se nadále prodávala ve volně stojícím provedení. Za něj v první polovině letošního roku zaplatili spotřebitelé v průměru 1 600 korun, zatímco do vestaveb investovali téměř 7 tisíc korun.

Výrobky pouze s mikrovlnným ohřevem

Na českém trhu zatím vedou jednoduché přístroje, tedy volně stojící provedení, které je vybaveno pouze mikrovlnami. To se v první polovině letošního roku podílelo na celkovém objemu prodeje komodity více než 50 %. Také v hodnotovém srovnání tento segment ještě vedl, i když jeho podíl dosáhl v uvedeném období necelých 30 %. Meziroční srovnání objemu i hodnoty prodeje však

u tohoto sortimentu skončilo v červených číslech.

Na druhé straně výrobky vybavené pouze mikrovlnami, avšak ve vestavném provedení zaznamenaly meziročně téměř pětinnové zvýšení obrátu. Tento sortiment představoval necelou desetinu objemu prodeje komodity, zatímco v hodnotě obsáhl čtvrtinu. Jednalo se přitom o meziročně nejdynamičtější rostoucí segment mikrovlnných trub, který se v červnu 2012 prodával v průměru za 6 700 korun.

Mikrovlnný ohřev v kombinaci s grilem a ostatní kombinace

Tržby volně stojících mikrovlnných trub s grilem meziročně vzrostly o necelou desetinu a na celkovém obrátu komodity se v první polovině letošního roku podílely 20 %. Za tyto výrobky zaplatili kupující letos v červnu 2 100 korun, do vestavného provedení investovali o dalších 3 800 více. To však v hodnotě meziročně ztratilo zhruba pětinu, ač v množství srovnání byl tento segment ještě 4 % v kladných číslech.

Ostatní kombinace mikrovlnných trub představovaly v první polovině roku 2012 přibližně 5 % kusových prodejů komodity a tvořilo je ve větší míře volně stojící provedení. Průměrná investice do ostatních kombinací dosáhla v první polovině letošního roku 6 400 korun, což se odrazilo na hodnotovém vyjádření zhruba 15 %.

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

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

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

³ Vážena počtem prodaných kusů.

⁴ Cena zaokrouhlena na stovky korun.

⁵ Mikrovlnné trouby s výškou nad 45 cm jsou zařazeny do sledované skupiny vestavných trub.



Je libo kávu nebo čaj? Cremesso představuje pestrý sortiment horkých nápojů v kapslích

KAPSLOVÝ SYSTÉM CREMESSO PRO PŘÍPRAVU KÁVY I ČAJE ZÍSKÁVÁ V ČESKU DALŠÍ VĚRNÉ ZÁKAZNÍKY A ROZŠIŘUJE SE DO DOMÁCNOSTÍ NAPŘÍČ REPUBLIKOU. ŠIROKÁ NABÍDKA PŘÍSTROJŮ I KAPSLÍ S KÁVOU A ČAJI USPOKOJÍ I NÁROČNĚJŠÍ SPOTŘEBITELE. MOŽNOST PRODÁVAT NEJEN PŘÍSTROJE, ALE TAKÉ SAMOTNÉ KAPSLE POSKYTUJE OBCHODNÍKŮM PROSTOR PRO SKUTEČNÝ BYZNYS VE SVĚTĚ KAPSLOVÉ KÁVY A ČAJE A ZÁKAZNÍKŮM VÝBORNOU DOSTUPNOST JEJICH OBLÍBENÝCH CHUTÍ.

Cremesso se po celosvětovém úspěchu prosazuje i na českém trhu. Důvody jsou jasné: maximální kvalita na minimální ploše, prvotřídní káva, prémiový čaj v praktických kapslích, pověstná švýcarská preciznost, ekonomický a ekologický provoz. Převratnou změnou je i samotný způsob prodeje, kdy zákazník na jednom místě zakoupí kávovar i kapsle – jednoduše, bez dlouhého hledání. Všechny kávovary Cremesso jsou vybaveny úsporným režimem Energy Save, který se automaticky spustí minutu po posledním použití. Spotřeba elektrického proudu se tím sníží na neuvěřitelných 0,3 W za hodinu, k zahřátí pak stačí pouhých 15 vteřin. Není divu, že jsou kávovary Cremesso energeticky nejefektivnějšími svého druhu.

Káva ze všech koutů světa

Cremesso má v sortimentu kapsle s deseti druhy káv špičkových odrůd kávovníků z proslulých světových plantáží a tři čaje – samozřejmě pravé čaje, žádné instantní náhražky. Káva Cremesso byla jako první na světě certifikována asociací UTZ, což znamená, že byla vypěstována šetrně k přírodě

a s důrazem na společenskou zodpovědnost vůči lidem, kteří se na jejím pěstování podílejí. Majitelé plantáží tak musí svým zaměstnancům zajistit důstojné životní podmínky, zdravotní péči, školní docházku pro děti atd. Z kódu každého balení kávy Cremesso lze na internetu vysledovat, z kterých konkrétních plantáží káva pochází. Vedle stabilní nabídky Cremesso pravidelně prezentuje také limitované edice z kolekce World Tour – Cesta kolem světa s premiovou jednodruhovou kávou z nejlepších světových lokalit. Kapsle Cremesso neobsahují hliník, a lze je tedy zlikvidovat jako běžný domácí odpad.

V říjnu představilo Cremesso dvě nové kávy, a rozšířilo tak původní nabídky osmi druhů o další dva. Novinkami jsou Fortissimo a Vaniglia. Fortissimo – jemná arabika a prémiová robusta ze Střední a Jižní Ameriky, Afriky a Asie – je charakterizováno plným a zralým tělem, umně zkombinovaným s intenzivním aroma. Vaniglia – souznění vynikajícího espresa a jemné vůně vanilky pro smyslný požitek ze 100% arabiky pocházející ze Střední a Jižní Ameriky, Afriky a Asie.





cremesso
+ OF SWITZERLAND



Unikum v kapslovém světě – čaj
Úspěšný koncept švýcarských kapslových kávovarů Cremesso nabízí také kapsle s čajem. Zajistit náležitou extrakci čaje během krátké chvíle průtoku vody přes kapsli umožňují profesionální technické parametry kávovaru Cremesso a patentovaný systém speciálně upravených kapslí. Přístroj stačí krátce propláchnout stiskem tlačítka a je nachystán k přípravě kvalitního čaje. Původní výběr dvou čajů rozšířila letos v říjnu ještě jedna novinka v podobě kořenitého a příjemně natrpklého Ceylon Pekoe. Pečlivě vybrané čajové lístky ze Srí Lanky zaručují maximální užitek z tohoto skvělého cejlonského černého čaje. Původní dva čaje ale stojí samozřejmě také za pozornost a ochutnání. V prvním jsou různé druhy ovoce harmonizovány s vůní černého rybízu, jahod a ibišku, takže je ideální volbou pro všechna roční období a obzvláště rády jej mají děti. V bylinném čaji je koncentrováno sedm druhů léčivých

bylinek ze švýcarských Alp, doplněných osvěžující mátou. A nejde o žádné instantní náhražky – čaje Cremesso obsahují výhradně autentické přírodní suroviny, o čemž se lze snadno přesvědčit otevřením kapsle. Unikátní systém pro uchování chuti a aroma zaručuje dokonalý užitek.

Jaký přístroj?

Letos na podzim rozšířila sortiment kávovarů nová řada Caffé Latte se dvěma modely pro přípravu espresa i mléčných kávových specialit stiskem jednoho tlačítka. Zákazník má na výběr dvě barevná provedení – Burgundy Red a Titan Silver. Kromě toho zůstávají nadále v nabídce řady Compact Automatic a Compact Manual a minimalistická řada Uno, všechny oceněné red dot design award.

Kávovary i kapsle Cremesso můžete pro svůj obchod objednávat u českého zastoupení značky, které má na starost Potten & Pannen – Staněk group.



www.cremesso.cz



Tamás Baritsa

Maďarská základna

MOMERT PŮSOBÍ NA DOMÁCÍM MAĎARSKÉM TRHU A DALŠÍCH TRZÍCH 45 LET. ZNAČKA JE ZNÁMÁ PRO SVÉ KÁVOVARY A VÁHY, ALE PORTFOLIO MALÝCH DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ MÁ MNOHEM ŠIRŠÍ. S TAMÁSEM BARITSOU, OBCHODNÍM ŘEDITELM SPOLEČNOSTI, JSME HOVOŘILI O TRHU A POZICI MOMERTU V RŮZNÝCH SEGMENTECH.

Jak hodnotíte výsledky Momertu po první polovině roku s ohledem na těžké ekonomické problémy?

Toto není první rok, kdy musíme bojovat s nepříjemnou situací, takže pro nás nebylo žádným překvapením, že trh opět poklesl. Naši stálí zákazníci, akce schopný obchodní tým a produktová nabídka, která je stále známější mezi obchodníky, tudíž může být lehce prodávána koncovým zákazníkům s dobrým profitem, to vše nám dává možnost dalšího růstu.

Jak jednáte na zahraničních trzích coby maďarská firma? Jak je pro vás tato část byznysu důležitá?

Uvnitř Momertu má export velkou tradici. Na konci 20. století vyráběl závod v Dunaújvárosi 5 % vah vyprodukovaných v celém světě. Drželi jsme si obchodní vztahy, ale dnes naši

Hungarian base

MOMERT HAS BEEN PRESENTED ON THE DOMESTIC AND FOREIGN MARKET FOR 45 YEARS. THE BRAND IS KNOWN FOR ITS COFFEE MACHINES AND SCALES, BUT THE SMALL DOMESTIC APPLIANCE PORTFOLIO IS A LOT WIDER. WE TALKED WITH BARITSA TAMÁS, COMMERCIAL DIRECTOR OF COMPANY, ABOUT THE MARKET AND MOMERT'S ROLE IN THE DIFFERENT SEGMENTS.

How do you see the Momert's results after the first half of the year with respect to hard economic circumstances?

This is not the first year when we have to fight with the hard situation, so it wasn't surprise for us that the market dropped again. Our stable clients, our competitive sales team and our product portfolio, which become more and more well-known for costumers, so it could be sold easily with profit to end users, all this gives us possibility of growth.

As a Hungarian company, how do you act on foreign markets, how important is this aspect for you?

Inside of Momert the export has serious tradition. In the end of the 20th century the factory in Dunaújváros made 5 % of scales produced in the world. We kept the business relationships, but today our foreign partners choose Momert because of the quality. The Hungarian products are famous worldwide; we are trying to make this image even stronger. We have several clients from outside of European Union, even other continents as well. You can find Momert's products in the North America, Africa and Middle East too.

How crowded is the baby care market in Hungary? How does Momert play on this field? What kind of products do you have?

As all other segments this is also full of competitors. Not only in Hungary but everywhere in Europe. In Hungary birth-rate is declining for years, which is disadvantage for this segment, so more and more producers try to sell to less and less consumers. Momert is able to keep its market position with their domestically made baby scales, but we also sell imported products with our brand. It seems the Hungarian market accepted it well. For example our range includes feeding bottle sterilizer, home and travel bottle warmer, baby monitor and breast pump.

Momert is well known for their scales. What are the end user expectations today regarding kitchen and personal

scales? What are the specifications that make the scale high end product?

Momert brand has not been only about the scale for years. We extend our small domestic appliances portfolio every year. And our previously mentioned baby care division is quite strong. We also can mention our special scales like pet scales and barrel scales. Of course we have wide kitchen and personal scale portfolio as well. Today a good personal scale works automatically, so you don't have to switch on, you just have to stand on it and it scales. The 180kg measuring range is also a basic feature today. The models which are able to calculate the body fat ratio are not so popular. This is parallel with the Hungarian trends, so the consumers look for cheaper products. We can say that the solar scales are the premium ones. Probably this is the direction of the future, because you don't have to change battery. Current solar scales are able to operate with the normal 60 watt light. Regarding kitchen scales the glass covered model are common nowadays. In this category the 5 kg measuring range is the minimum expectation, but there are ones with 15kg. We have also a model like this. All Momert kitchen scales have glass cover with touch control, so there are no mechanic parts which could break down.

Could you tell us something about your future plans as well?

We launched few models in the field of food preparation, which are successful, and we are also renewing our assortment in baby care and health categories. New thermometers, blood pressure monitor and bottle warmer got into our portfolio this year. We will step into the market this year with a premium humidifier; we expect it to become the most popular in its class in a short time. In the coming years, we want to strengthen the domestic production further. Of course, the developments are safely kept, so all I can tell you is that one of these products will be a 21st century equivalent of an old tool, which could be previously found in every household.



zahraniční partneři volí Momert kvůli kvalitě jeho produktů. Maďarské výrobky jsou známé po celém světě a my se snažíme, aby byl tento obraz ještě silnější. Máme několik klientů mimo Evropskou unii, dokonce i na dalších kontinentech. S našimi výrobky se můžete setkat v Severní Americe, Africe i na Blízkém východě.

Jak konkurenční je v Maďarsku trh v oblasti péče o dítě? Jak si stojí Momert na tomto poli? Jaké výrobky nabízíte?

Stejně jako ve všech ostatních segmentech je i zde plno konkurentů. Nejen v Maďarsku, ale v celé Evropě. V Maďarsku klesá porodnost už celé roky, což je pro tento segment samozřejmě nevýhodou. Více a více výrobců se snaží prodat menšímu a menšímu množství spotřebitelů. Momert je schopen si udržet svou pozici pomocí v Maďarsku vyráběných kojeneckých vah, ale prodává také importované produkty pod svou značkou. Naš sortiment například zahrnuje sterilizátor lahví na krmení, domácí i cestovní ohřívač na lahve, baby monitor a odsávačky.

Momert je dobře znám díky svým vahám. Jaká jsou očekávání koncových zákazníků v oblasti kuchyňských a osobních vah? Jaké specifikace posouvají váhu do nejvyššího segmentu?

Momert už se netočí celé roky jenom kolem vah. Rozšiřujeme své portfolio malých domácích spotřebičů každý rok. A naše zmiňovaná „baby divize“ je také silná. Mohu také zmínit některé naše speciální váhy, jako váhy pro domácí mazlíčky a profesionální váhy. Samozřejmě že máme široké portfolio kuchyňských a osobních vah. Dobrá osobní váha dnes pracuje automaticky, takže ji nemusíte zapínat. Jen si na ni stoupnete a ona vás zváží. Rozsah do 180 kg je dnes brán také za standard. Modely, které počítají tělesný tuk, nejsou příliš populární. To jde ruku v ruce s maďarskými trendy, kdy hledají spotřebitelé levnější výrobky. Dá se asi říci, že solární váhy patří do prémiového segmentu. Možná právě tam směřuje budoucnost, protože u nich není potřeba měnit baterie. Současné solární váhy fungují i při normálním 60W světle. Co se týče kuchyňských vah, ty ze skla patří dnes k běžným. V této kategorii je vážení až do 5 kg minimálním očekáváním a najdeme na trhu i modely schopné vážít do 15 kg. Všechny kuchyňské váhy Momert jsou ze skla s dotykovým ovládáním, takže v nich nenaleznete žádné mechanické části, které by se mohly rozbit.

Mohl byste nám říci něco o vašich budoucích plánech?

Uvedli jsme na trh několik modelů v oblasti přípravy jídla. Ty jsou velmi úspěšné. Dále také obnovujeme naši nabídku zařízení z péče o dítě a zdraví. Do našeho katalogu se dostaly nové teploměry, tonometry a ohřívače lahví. Na trh také vstoupíme ještě letos se zvlhčovačem vyšší třídy. Očekáváme, že půjde rychle o nejpopulárnější výrobek ve své kategorii. V dalších letech chceme dál posílit domácí produkci. Samozřejmě si vývoj bedlivě střežíme, takže vám teď mohu prozradit pouze to, že jeden z těchto produktů bude ekvivalentem starého nástroje pro 21. století. Dříve jste se s ním mohli setkat v prakticky každé domácnosti.



MIKROVLNKY NEJEN PRO OHŘEV

MIKROVLNNÁ TROUBA SE STALA SYNONYMEM PRO RYCHLÝ OHŘEV UŽ PŘIPRAVENÉHO JÍDLA. DNES JE TO VŠAK JEN JEDNA Z MNOHA FUNKCÍ, KTERÉ TOTO ZAŘÍZENÍ DOKÁŽE POSKYTNOUT – LÉPE VYBAVENÉ MODELY JSOU SCHOPNY NAHRADIT V MENŠÍ DOMÁCNOSTI I KLASICKOU TROUBU.

Princip ohřevu pomocí mikrovlnných vln je starší, než by se mohlo zdát, a zcela překvapivě začíná v Praze. Na Přírodovědecké fakultě Univerzity Karlovy popsal profesor Augustin Žáček princip oscilace magnetronu. Tento fyzikální jev našel uplatnění v mnoha oborech lidské činnosti, mimo jiné také v radarové technologii. Technici spravující radarové antény na britském pobřeží během druhé světové války si všimli, že se jim v kapse rozpouštějí čokoládové tyčinky. Odtud byl už

jen krůček ke komerčnímu využití. To uvedl do praxe Percy Spencer v roce 1946, o rok později pak následovala první komerčně prodávaná mikrovlnná trouba. Nelze si ji však představovat jako doplněk domácnosti, jaký známe dnes. Původní model byl téměř dva metry vysoký, vážil kolem 400 kilogramů a stál 3 000 dolarů. Používal se proto výhradně v restauracích.

Invaze do světa kuchyní

Do domácností se trouby podívaly až v polovině padesátých let, ale i přes znatelné zmenšení se jednalo o záležitost pro nejmajetnější. Zlom přišel až s novou generací magnetronů produkovaných v Japonsku, které byly nejenom menší, ale také levnější. Cena tak klesla pod 500 dolarů a mikrovlnné trouby začaly být masovou záležitostí, která se zpožděním dorazila do Evropy a k nám do Česka až začátkem devadesátých let. Právě během poslední dekády dvacátého století také došlo k výraznému vývoji mikrovlnných trub, které si k původní funkci ohřevu přibraly některé nové. Jednou z prvních, kterou dnes najdeme i v těch nejlevnějších modelech, je gril – jednoduché topné těleso umístěné na horní části dopomůže vytvořit na pokrmech tolik žádanou kůrčičku. S grilem se pojí i další obvyklá funkce nazvaná Crisp. Jejím cílem je vytvoření křupavého povrchu například na pizze nebo hranolcích. Z toho důvodu se při ní používá speciální pečicí plech, který se vlivem mikrovln rozžhaví, a pokrm se tak peče z obou stran dokřupava. Celý proces je v tomto případě výrazně rychlejší než při použití klasické trouby.

Další funkcí, kterou si lepší mikrovlnné trouby půjčují od těch klasických, je horký vzduch. Ten se hodí zejména při pečení – příprava pomocí vzduchu je rychlejší a také je nižší riziko připálení.

Samozřejmě nesmíme zapomenout na hit poslední doby, kterým je příprava jídel v páře, bez přidaného tuku. Opakovat její výhody, jako je uchování živin a chuti, by bylo nošením dříví do lesa, důležitý je fakt, že takto vybavená trouba ušetří v kuchyni spoustu místa, které by jinak zabral parní hrnec.

Výše popsané funkce lze různě kombinovat. Proto lepší trouby nabízejí kromě manuálního nastavení i nejrůznější programy. Stačí tak vybrat druh jídla, způsob jeho přípravy a o ostatní se postará trouba za vás a některé k tomu dokonce přidávají váhovou automatiku.

Vývoj mikrovlnných trub pokračuje samozřejmě i v oblasti designu. Jednotliví výrobci se snaží mezi sebou odlišit. Sázejí často na ušlechtilé materiály, jako je nerezová ocel, občas se pustí do nějakého odvážnějšího barevného provedení a na trhu lze dokonce nalézt přístroje, u kterých byste na první pohled rozhodně nehádali, že se jedná o mikrovlnnou troubu.

AEG**MCC2581E-M**

Tato mikrovlnná trouba o příkonu 1 400 W v sobě kombinuje funkce, jako je rozmrazování, grilování a dokonce také horkovzdušné pečení. To vše lze navzájem kombinovat, a připravit tak chutný pokrm s minimem námahy. S tím pomáhá celá řada přednastavených programů. Vše se ovládá prostřednictvím velkého a dobře čitelného LCD displeje. Další zajímavostí je zvětšený objem 25 l, což přináší větší volnost pro přípravu větších pokrmů. Proces přípravy jídel dále usnadňuje boční otevírání dveří anebo nerezový vnitřek.

**Bauknecht****MW 79 IN**

Volně stojící mikrovlnná trouba Bauknecht s označením MW 79 IN disponuje množstvím zajímavých doplňkových funkcí. Jednou z nich je i vaření v páře. Ta je ideální pro zeleninu, ryby nebo rýži, protože takto připravené potraviny si uchovávají svou chuť i živiny. Jako praktické příslušenství se dodává nádoba na vaření v páře, která odolává teplotám od -40 °C do 120 °C a lze ji mýt v myčce. Další pokročilou funkcí je Crisp pro upečení pokrmů dokrupava shora i zespodu (k tomu slouží i dodávaný zapékací talíř) a také systém horkovzdušného pečení Rapid nebo funkce rychlého rozmrazování.

**Baumatic****BTM25.5SS**

Mikrovlnná trouba s grilem a horkým vzduchem je vybavena celkem 10 různými funkcemi, mezi nimiž najdeme přípravu zeleniny, ryb, masa a dalších pokrmů. Vnitřní objem trouby o příkonu 900 W je 25 l a povrch vnitřku je vyroben z nerez. Vše se ovládá pomocí několika knoflíků a otočného ovladače, údaje se zobrazují na LCD displeji. Po skončení programu se ozve zvukový signál. Povrchová úprava je odolná proti ulpívání otisků prstů. Jako příslušenství se dodává grilovací mřížka.

**Brandt****CE 3282SP**

Model trouby od francouzské značky je mimo jiné určen také pro pečení chleba, a to pomocí 6 přednastavených receptů. Uživatel k tomu dostane s troubou také speciální příslušenství. Kromě toho jde o troubu s horkým vzduchem a grilem, která má nadstandardní objem 32 l. Vybavena je dále elektronickým programováním, 8 autorecepty a 3 pozicemi pro uložení vlastních receptů.

**Lexikon****3D mikrovlny**

Novější způsob distribuce mikrovlnného záření uvnitř trouby. Ten je rovnoměrnější než ty předcházející, z čehož plyne, že jídlo bude lépe a rovnoměrněji ohřáté

Výkon

Určuje množství práce vykonané za časovou jednotku. Čím tedy bude výkon trouby vyšší, tím kratší bude potřeba čas na ohřátí stejného množství potravin. Někdy se odděleně udává výkon mikrovlnné a grilovací části.

Gril

Je topná spirála, která vytváří teplo pomocí vlastního elektrického odporu, a ohřívá tak potraviny pomocí klasického způsobu – sálavým teplem. Obvykle bývá umístěn na svrchní části, může však procházet i středem trouby.



De'Longhi MW 50 CV

Mikrovlnná trouba s výkonem 800 W a vnitřní kapacitou 21 l je vybavena 5 různými druhy ohřevu: pouze mikrovlny, pouze gril, jejich kombinace, program pro pizzu a také vaření v páře. K tomu je ještě potřeba přičíst schopnost rozmrazování potravin. Jako další funkci lze zmínit časovač s rozsahem až 30 minut, který je opatřen zvukovým signálem po doběhnutí nastavené hodnoty. Jako příslušenství se dodává grilovací rošt, otočný talíř s průměrem 24,5 cm, táč na pizzu a nádobí pro vaření v páře.



DOMO DO 2015 G

Mezi standardně vypadajícími mikrovlnnými troubami tento model určitě jen tak nezapadne – ať už díky netradičním barvám, anebo extravagantnímu designu, který se veze na retrovlně. Co se však vzbavy týče, jde o moderní zařízení, takže nechybí nic podstatné. Mikrovlny nabízí výkon 800 W, gril pak 1 000 W. Vnitřní objem pojme 20 l, otočný talíř má průměr 24,8 cm. K dispozici je 5 programů pro nastavení mikrovln a 8 programů pro automatické vaření. Nechybí ani funkce rychlého startu anebo rozmrazování podle váhy anebo podle času. Po skončení programu se mikrovlnná trouba ohlásí zvukovým signálem.



Electrolux EMS 21400 W

Volně stojící mikrovlnná trouba nabízí výkon 800 W a 18,5 l vnitřního prostoru. Průměr otočného talíře je

27 cm. Zařízení je dále vybaveno grilem o výkonu 1 000 W. K dispozici je 11 výkonových stupňů a časovač do 90 minut. To vše se nastavuje otočnými ovladači a ukazuje se na rozměrném LCD displeji, který slouží i jako hodiny. K dispozici jsou i přednastavené programy, například ty pro rozmrazování. Vnitřek trouby je vyroben z lakované oceli a jako příslušenství se dodává grilovací rošt.



Fagor SPOUT-28UV

Zapomeňte na všechno, co si myslíte o mikrovlnných troubách. Tento model totiž vypadá zcela jinak. Jeho inspirace první umělou družicí Země není samoúčelná – netradiční tvar nejenom šetří místo, ale také usnadňuje vkládání a vyndávání potravin. Otočný talíř má průměr 28 cm a pro větší efekt a snadnější kontrolu je prosvětlen. Ovládacímu panelu dominuje rozměrný LCD displej, na kterém lze navolit buďto rozmrazování, anebo jednu ze 2 úrovní výkonu mikrovln. K dispozici je také časovač do 60 min. anebo rychlý půlminutový ohřev.

Dětská pojistka

Tato funkce zabránuje (většinou prostřednictvím stisku několika kláves) náhodnému spuštění mikrovlnné trouby. Někdy může být její součástí i pojistka proti náhodnému otevření dvířek.

Přednastavené programy

U mnohých mikrovlnných trub nemusíte při přípravě pokrmu spoléhat jen na vlastní nebo doporučené časové odhady, ale i na přednastavené programy v paměti mikrovlnky. Stačí jen zadat množství pokrmu, jeho charakteristiku a zbytek za vás udělá automatika.



Na mikrovlnách Baumatic

SPOLEČNOST BAUMATIC, SPECIALISTA NA VESTAVNÉ SPOTŘEBIČE A DODAVATEL KVALITNÍ VOLNĚ STOJÍCÍ DOMÁCÍ TECHNIKY, MÁ VE SVÉ PESTRÉ NABÍDCE HNED NĚKOLIK MODELŮ KLASICKÝCH MIKROVLNNÝCH TRUB. A CHYBĚT NEMOHOU ANI TROUBY S MIKROVLNNÝM OHŘEVEM V ŘADĚ KOMPAKTNÍCH SPOTŘEBIČŮ S VÝŠKOU 46 CM.

Mikrovlnná trouba už dnes neslouží pouze k ohřevu jídel, ale díky integraci grilu, a u nejvybavenějších modelů dokonce horkého vzduchu, s nimi můžete i péct či kvalitně připravit mraženou pizzu apod. Baumatic má proto pestrou nabídku mikrovlnek, z níž si každý spotřebitel vybere tu svou.

Kompaktní trouby

Stále populárnější kompaktní spotřebiče s výškou 46 cm jsou vhodné do menších bytů či pro mladé páry a svobodné. V této kategorii spotřebičů naleznete jak multifunkční mikrovlnné trouby, tak trouby klasické a parní, myčky nádobí, automatické kávovary či dokonce vakuovací přístroj a šokový zmrazovač a zchlazovač. Z mikrovlnných trub můžete u Baumaticu vybírat ze 4 modelů různých designových řad. Z Premium Line jsou to modely BMC455TS a BMC461SS s dotykovým ovládním, grilem, horkým vzduchem, 7 funkcemi pečení, přednastavenými i vlastními recepty a velkým objemem 34 l. Trouby se vyznačují bočními titanovými/aluminiiovými lištami a stylovým kouřovým sklem.

Levnější alternativou je trouba BMC460BGL s klasickým ovládním otočnými voliči a červeným LED displejem. Poskytuje ještě větší objem 44 l a je vybavena grilem a horkým vzduchem. Designově zcela odlišná je pak trouba BMC450SS s nerezovými horizontálními prvky a tradičními voliči. Taktéž jde o troubu s grilem a horkým vzduchem. Její objem je 44 l.



Tradiční mikrovlnky

Ve standardní řadě mikrovlnných trub nabízí Baumatic vestavné i volně stojící modely. Nejvybavenější vestavná BMC253SS má objem 25 l, 10 funkcí a digitální programovatelné hodiny. Ve funkční výbavě má jak gril, tak horký vzduch. U modelu BMC255SS najdete kromě mikrovln ještě gril, které ohřívají či pečou pokrmy ve vnitřním prostoru o objemu 25 l. Kdo hledá menší troubu s grilem, může zvolit BMG200SS s objemem 20 l. Zcela základní variantu bez horkého vzduchu a grilu tvoří potom model BMM204SS.

U volně stojících stojí za pozornost určitě model BTM25.5SS s grilem a horkým vzduchem, vnitřním objemem 25 l a 10 funkcemi. V nabídce nechybějí ani varianty pouze s grilem či zcela standardní trouby jenom pro mikrovlnný ohřev. Všechny se však vyznačují elegantním designem, vnitřním povrchem z nerez a celkově vysoce kvalitním provedením.



Siemens HF24G541

Volně stojící mikrovlnná trouba od Siemensu nabízí objem vnitřního prostoru 25 l a 900 W výkonu při mikrovlnném ohřevu, respektive

1 200 W při grilování. Lze použít jeden z 5 výkonových stupňů anebo se spolehnout na váhovou automatiku. Ta nabízí programy pro rozmrazování anebo kombinaci mikrovln a grilu. Funkce s názvem cookControl skýtá 7 desítek různých programů pro nejrůznější druhy pokrmů: stačí jen zvolit druh jídla a nastavit jeho hmotnost. Skleněný otočný talíř má průměr 31,5 cm a vnitřní povrch je vyroben z ušlechtilé oceli.



Whirlpool FT 381 SL

Tato mikrovlnná trouba nabízí průměr otočného talíře 32,5 cm a vnitřní objem 28 l.

Všechny její funkce se ovládají na postranním panelu, kde se vedle tlačítek nachází i rozměrný LCD displej. Z nabídky funkcí jmenujme především Jet Menu Crisp, která funguje jako výběr z předvolených potravinových tříd. Pokud se uživatel rozhodne pro manuální nastavení, pak má k dispozici funkce jako Crisp, gril, horkovzdušný ohřev, vaření v páře a samozřejmě mikrovlnný ohřev. Součástí trouby je i bohaté příslušenství, které zahrnuje crisp talíř, jeho držák, paňák, grilovací mřížku a mřížku na pečení.



Rohnsen R 2303 Megawave

Elegantně zpracovaná mikrovlnná trouba v zrcadlovém designu značky Rohnsen nabízí výkon

900 W pro mikrovlny, 1 000 W pro gril a 23 l vnitřního prostoru. Ten lze lépe využít, protože na rozdíl od jiných modelů zde chybí otáčecí talíř. Ten je nahrazen keramickým antibakteriálním dnem. Všechny funkce lze ovládat jednoduše jedním tlačítkem, informace se zobrazují na přehledném displeji. Z dalších funkcí můžeme jmenovat rozmrazování, zvukovou signalizaci anebo možnost současného ohřevu dvou talířů najednou.



Zelmer 29Z010

Za zrcadlovými dvířky této mikrovlnné trouby se ukrývá objem 20 l. Potraviny lze připravovat jedním ze 24 automatických progra-

mů. K výběru programu slouží sada tlačítek, pro nastavení času pak otočný ovladač. K dispozici je pět výkonových stupňů a také rozmrazování. Mikrovlny mají příkon 800 W, gril pak 1 000 W. Otočný talíř má průměr 27 cm a materiálem vnitřního prostoru je smalt. Jako příslušenství je v krabici přibaleno také rošt grilu.

Defrost (Rozmrazování)

Speciální program, který reguluje výkon mikrovlnné trouby tak, aby došlo pouze k rozmrazení vložené potraviny, nikoli však k jejímu ohřevu.

Horký vzduch

Ventilátory umístěné v troubě se starají o rovnoměrnou distribuci horkého vzduchu. Ohřev tak probíhá jako v klasické troubě, a je tedy vhodný například pro pečení.

Pára

Moderní mikrovlnné trouby disponují i generátorem páry, která pak ohřívá potraviny. Má se za to, že je tento způsob nejšetrnější k vitamínům a jiným důležitým látkám obsaženým v jídle.



Vestavné multifunkční mikrovlnné trouby Hotpoint Luce – elegance a styl na 45 cm

DÁVNO JSOU PRYČ DOBY, KDY MIKROVLNNÉ TROUBY SLOUŽILY POUZE K OHŘEVU POTRAVIN. DNES JE JIŽ MNOHO Z NICH VYBAVENO MOŽNOSTÍ PEČENÍ PROSTŘEDNICTVÍM GRILU NEBO HORKÉHO VZDUCHU S MNOHA AUTOMATICKÝMI PROGRAMY, A TAK VELMI ČASTO NAHRAZUJÍ V DOMÁCNOSTECH KLASICKÉ TROUBY. MODERNÍ DESIGN DLE POSLEDNÍCH SVĚTOVÝCH TRENDŮ JE JIŽ POUHOU TŘEŠNIČKOU NA DORTU. NE JINAK JETOMU U KOMPAKTNÍCH MULTIFUNKČNÍCH MIKROVLNNÝCH TRUB ŘADY LUCE ZNAČKY HOTPOINT.

Mikrovlnné trouby Hotpoint řady Luce jsou moderní, inovativní, šetrné, praktické a uživatelsky nenáročné. S ohledem na design v kombinaci skla a oceli, způsob pečení a inovativní funkce reagují na veškeré potřeby moderní kuchyně a svým uživatelům poskytují maximální komfort. Můžete v nich připravovat pokrmy nejen na bázi mikrovln, ale také prostřednictvím horkého vzduchu nebo grilu, a to s možností libovolného kombinování. Automatické funkce jsou přednastaveny pro jednotlivé typy a hmotnosti potravin a různé způsoby úpravy. V případě nedostatku prostoru v kuchyni tak máte k dispozici mikrovlnnou a klasickou troubu v jednom. Vnitřní objem trub je až 40 litrů, otočný talíř má průměr 36 cm. Mikrovlnné trouby Hotpoint jsou vybaveny systémem automatického ochlazování trou-

by po dokončení programu, součástí příslušenství je smaltovaný plech a rošt upravený na míru vnitřnímu prostoru mikrovlnné trouby. Zajímavý elegantní design dokresluje netradičně pojatý panel dotykového ovládání s moderním digitálním displejem.

Vestavné mikrovlnné trouby Hotpoint Luce patří do speciální kolekce kompaktních spotřebičů s výškou 45 cm. Ta obsahuje pyrolytickou troubu, mikrovlnné trouby, kávovar a vinotéku s kapacitou 24 lahví ve sladěném designovém provedení nerez a sklo, se stejným typem madla a ovládacího panelu. Díky tomu lze vestavné kompaktní spotřebiče Hotpoint Luce kombinovat do elegantních setů, které každé kuchyni vdechnou osobitý a neotřelý styl a splní očekávání i toho nejnáročnějšího uživatele.

AUTOMATY NA ESPRESO

DE'LONGHI


**MAGNIFICA
ESAM 4500**

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

DE'LONGHI


**PERFECTA ESAM
5400 EX1**

NÁDRŽKA NA VODU	1,7 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1450 W

DE'LONGHI


**PERFECTA
ESAM 5500.B**

NÁDRŽKA NA VODU	1,7 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1350 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA AVANT
ESAM 6700 EX1**

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

DE'LONGHI


**PRIMADONNA
ESAM 6620**

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

DE'LONGHI


**PRIMADONNA S
ECAM 26.455M**

NÁDRŽKA NA VODU	2 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1450 W

DE'LONGHI


**PRIMADONNA
ESAM 6700 EX1**

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

DOMO


DO 429 K

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

ELECTROLUX


ECG6600

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

ELECTROLUX


ECG6200

NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	NE*
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1350 W

FAGOR


CAT-44 NG

NÁDRŽKA NA VODU	1,5 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1350 W

JURA


GIGA 5

NÁDRŽKA NA VODU	2,6 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	2300 W

JURA

**IMPRESSA J9.TFT
ONETOUCH**

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

JURA

**ENA 9 ONETOUCH**

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

JURA

**ENA MICRO 9**

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

JURA

**ENA MICRO 1**

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

JURA

**IMPRESSA J9 ONE
TOUCH CAPPUCCINO**

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

JURA

**IMPRESSA Z7 ONE
TOUCH CAPPUCCINO**

NÁDRŽKA NA VODU	2,8 L
DISPLEJ	ANO
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	ANO
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1350 W

MELITTA

**CAFFEO CI**

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

MELITTA

**CAFFEO LOUNGE**

NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	NE
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1400 W

NIVONA

**CAFEROMATICA
855**

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

NIVONA

**CAFEROMATICA
830**

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

NIVONA

**CAFEROMATICA
767**

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

NIVONA

**CAFEROMATICA 757**

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

*Podsvětlené ikony

AUTOMATY NA ESPRESO

NIVONA



CAFEROMATICA 635

MODEL	
NÁDRŽKA NA VODU	1,8 L
DISPLEJ	NE
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1400 W

PHILIPS SAECO



HD8751

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

PHILIPS SAECO



HD8752

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

PHILIPS SAECO



HD8838/09

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

PHILIPS SAECO



HD8854

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

PHILIPS SAECO



HD8856

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

PHILIPS SAECO



HD8946

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

PHILIPS SAECO



HD8750/19

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

PHILIPS SAECO



HD8852/09

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

PHILIPS SAECO



HD8857/09

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

SIEMENS



**EQ.5 MACCHIATO
TE503201RW**

NÁDRŽKA NA VODU	1,7 L
DISPLEJ	NE
AUTOPŘÍPRAVA MLÉČNÝCH KÁV	NE
SAMOČIŠTĚNÍ/ODVÁPŇENÍ	ANO
MLÝNEK	ANO
PŘÍKON	1600 W

ZELMER



CM 4003ALS

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

SELL 2013

Prodej exkluzivních pozic již zahájen

JEDINÝ ČESKÝ B2B MAGAZÍN PRO VÝROBCE
A PRODEJCE DOMÁCÍCH SPOTŘEBIČŮ



Na začátku listopadu 2012 zahájil časopis SELL prodej předních obálek včetně exkluzivního prostoru a uzavírání ročních inzertních balíčků. Zajistěte si některou z předních obálek a prezentujte obchodním partnerům i potenciálním partnerům své produkty na nejlepších pozicích v magazínu. Většina nejlepších pozic byla už prodána.

Výhody včasného uzavření roční spolupráce:

- Možnost získat některou z předních obálek. Ke každé obálce je jako bonus poskytnut prostor pro 2stránkový článek uvnitř časopisu
- Celoroční redakční podpora značky či značek ve Vašem portfoliu – zařazování produktů do přehledů, prostor v novinkové sekci
- Kontinuální prezentace značky v SELLu ve všech číslech v roce 2013
- Nadstandardní prostor ve srovnávacích tabulkách na konci každého čísla
- Výrazné cenové zvýhodnění při uzavření celoroční spolupráce

Proč být v magazínu SELL?

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

Chystané novinky

V příštích měsících zahájíme digitální distribuci časopisu, která doplní tradiční tisk, a výrazně rozšíříme čtenářskou základnu. Magazín bude distribuován formou newsletteru do e-mailových schránek vybraných profesionálů. Každý čtenář si vybere mezi efektní flashboovou verzí či tradičním PDF, které už jsou obě nyní volně dostupné na webových stránkách www.redections.cz. Tištěná verze na kvalitním křídovém papíře bude samozřejmě zachována v původním nákladu 3 000 kusů.



V příštím čísle SELL:

Poslední letošní vydání zamíří na vaše stoly v rozšířené podobě ještě před Vánocemi. Zaměříme se v něm primárně na vestavné spotřebiče, ale chystáme také pro SELL méně tradiční obsah. Nebudeme prozrazovat více, vše se dozvíte, až otevřete příští číslo.



PRIMADONNA

EXCLUSIVE

Chocolate



S novým kávovarem PrimaDonna Exclusive ESAM 6900.M De'Longhi získáte jediným stiskem tlačítka sametové italské Espresso, nadýchané Cappuccino, krémové Latté Macchiato či lahodnou horkou čokoládu. Stačí jeden dotyk a proměníte každý okamžik v nezapomenutelný zážitek.

www.delonghi.cz

De'Longhi

Better Everyday

JURA Switzerland
EST. 1931



jura

ENA Micro 1 Simply Espresso

Super-kompaktní, jedno-šálkový automatický kávovar je navržen tak, aby uměl připravit skvělé espresso a aby zabíral co nejméně místa.

ena
micro 1

Můžete jej předprogramovat na tři velikosti šáleků, každý s výběrem dvou stupňů síly kávy. Aromakryt udržuje kávová zrna čerstvá, Aroma+ mlýnek je jemně rozele a Micro spařovací jednotka připraví kávu podle ideálních parametrů. Inteligentní systém předehřívání zaručí, že je Vaše káva, pokrytá lehkou cremou, vždy připravována správně horká.



JURA – Když miluješ kávu



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