

SELL

KYRIAKOS TSELIDIS:

NA ČESKÉM TRHU
ROHNSON NADÁLE ROSTE.
OČEKÁVÁME ÚSPĚŠNÝ
ZÁVĚR ROKU.

BSH MÁ NOVOU TOVÁRNU V RUSKU

BAUHAUS

VĚHLASNÁ ŠKOLA DESIGNU,
KTERÁ PŮSOBILA POUZE
14 LET

ČESKÁ EKONOMIKA STÁLE VE ZNAMENÍ TÁPÁNÍ

SKUPINA VÝROBKŮ:

ROBOTICKÉ VYSAVAČE
VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKY
FOOD PROCESORY

REKLAMA NA FACEBOOKU MÍŘÍ UŽ I DO MOBILNÍCH TELEFONŮ

VÝSLEDKY GFK TEMAX ZA DRUHÉ ČTVRTLETÍ



iRobot PŘEDSTAVUJE
NOVÉ VYSAVAČE ROOMBA
PŘICHÁZÍ SÉRIE 600

SRPEN
2012



receditions



PLUS X AWARD®

A Hotpoint Ariston dishwasher is integrated into a modern kitchen. The kitchen features light-colored wooden cabinets and a countertop with various items: a glass decanter with red wine, a bowl of pomegranates, a basket of lemons, and a stack of white plates. The dishwasher is silver with a digital display and control buttons on the top panel.

Hotpoint

Naše myšlenky pro váš domov.



Intelligentní řešení pro vás i váš domov

Nové vybavení vnitřních košů

Nový třetí posuvný prostor v horní části, zvýšená stěna spodního koše, držáky na objemné nádobí, rozložitelný košík na příbory pro optimální a bezpečné využití celého vnitřního prostoru.

Maximálně tichý chod

Exklusivní systém ExtraSilent pro maximální tichost s omezením hluku na pouhých 42dB.

12 programů pro 14 sad nádobí

Vnitřní prostor až pro 14 sad nádobí a výběr ze 12 programů pro perfektní umytí nádobí a efektivní využití času.

Intelligentní Sensor System

Sensor System pro dosažení maximální účinnosti mytí a pro maximální optimalizaci vybraného cyklu při jakékoliv míře zašpinění nádobí.

Energetická třída A++

Úspora energie, vody a zdokonalené výsledky díky novému systému sušení.

VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

právě sedím v hotelovém pokoji v srdci Berlína a chystám se vyrazit na letošní ročník veletrhu IFA. Očekávám, že po jeho skončení se opět dozvíme o zdolných rekordech v návštěvnosti i počtu vystavovatelů, ale čísla nejsou všechno. IFA je v našem regionu, Berlín je autem vzdálen 4 hodiny klidné jízdy, největším veletrhem, který před pár lety rozšířil své zaměření také na domácí spotřebiče. Každý rok se proto na místě divím, proč je zde tak málo českých firem, proč jsou zde někteří tak krátce a proč se u některých větších značek někoho zodpovědného za Česko vůbec nedočkáte. Vždyť 4 hodiny se jede autem i do Ostravy, takže berlínský veletrh IFA můžeme částečně považovat za domácí..., máme ho skutečně za humny. Až budete číst tyto řádky, bude již berlínské výstaviště na letošní ročník IFA pouze vzpomínat, já ovšem nyní doufám, že až vstoupím do té dočasné Mekky obchodu s technickým zbožím, narazím na více českých zástupců firem než v předchozích letech. A samozřejmě se nemohu dočkat všech těch nových technologiemi nabitých spotřebičů, které budu moci prozkoumat a vyzkoušet. Takže se pomalu rozloučím a jdu naleštit objektiv u své zrcadlovky, abych mohl do příštího vydání SELLu připravit obrazově i informačně bohatou reportáž.

Příjemné čtení přeje



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

12



Obsah

Srpen 2012

03 Editorial

06 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

07 Zprávy ze světa

09 iClebo Arte

Nový robotický vysavač od října na českém trhu

10 Gadgety

12 iRobot představuje nové vysavače Roomba

Přichází série 600

14 Skupina výrobků

Robotické vysavače

18 Kyriakos Tselidis, sales director Electra trade:

Na českém trhu Rohnson nadále roste. Očekáváme úspěšný závěr roku.

20 Design - Podle vzoru Bauhaus

21 Mobilní svět vstupuje do hry domácích spotřebičů

22 Myčky Hotpoint – praktické, výkonné, šetrné

24 Skupina výrobků

Myčky nádobí – 60 cm

27 Myčky Fagor opět mezi nejlepšími

18



29 Myčky BEKO

Inovace pokračují

31 GfK - Myčky na českém trhu**32 Ekonomické novinky****33 Dokonale čisté nádoby s myčkami
Blomberg****34 Facebook má novou mobilní
reklamu. Jak funguje?****36 Baumatic Take Away Today**

Revoluční novinka v prodeji vestavných
spotřebičů

38 Názorový koutek:

PR agentury v Česku

Proč mnohé nesplní očekávání svých
klientů?

**40 International
Lookaround**

András Tamássy, vedoucí regionu
jihovýchodní Evropy Electroluxu.:
Ústřední role

**42 Česká ekonomika stále
ve znamení tápání****44 Nová retro kolekce De'Longhi
Icona Wintage****46 Skupina výrobků extra**
Food procesory**50 Skupina výrobků plus**
Myčky nádobí – 60 cm

Whirlpool představil nové úsporné myčky

Myčky nádobí se stávají stále běžnější výbavou domácností. Především při pořízování nových bytových prostor, ale ani při rekonstrukci stávajících nemůže myčka v moderní kuchyni chybět. Whirlpool nedávno odhalil novinky, které spadají do energetické třídy A++ a pojmom až 14 sad nádobí. Mezi jejich další přednosti patří unikátní pulzní systém PowerClean, který vyčistí i tu nejhorší špínu z hrnců, pánví a plechů bez nutnosti je předmývat. V zadní části dolního koše se totiž nacházejí vysokotlaké vodní trysky, které jsou právě k odstranění připečeného jídla určeny. Nová řada myček disponuje už třetí generací technologie PowerClean, která dosahuje vysoké efektivity také díky přítomnosti funkce 6. smyslu. Myčky samy poznají, jak je nádobí špinavé, a tomu přizpůsobí tlak vody. Současným trendem je také přidávat do myček třetí příborovou zásuvku, která nahrazuje standardní košík ve spodní části myčky a uvolňuje místo pro vložení dalšího nádobí. Nehledě na to, že se v samostatné zásuvce umyje lépe.



Mezi novinkami nalezneme jak vestavné, tak volně stojící myčky. Z vestavných byste neměli při výběru nového zboží minout model ADG 8793 A++ PC TR IX. Za dlouhým označením se skrývá myčka na 14 jídelních sad, vybavená 6. smyslem, technologií PowerClean a třetí příborovou zásuvkou. Ještě nesmíme zapomenout, že má myčka přední panel v designu CUBE Fusion, takže ji lze sladit s dalšími spotřebiči této řady. Z volně stojících myček patří mezi uváděné novinky modely ADP 8693 A++ PC TR6SWH (bílá) a ADP 8693 A++ PC TR6SIX (nerez). Obě pojmu 13 sad nádobí, jinak se od vestavné varianty prakticky neliší.



Nové logo eco+ pro úsporné spotřebiče

Značka Siemens přichází v segmentu domácích spotřebičů s novým logem eco+. Hlavním účelem repositioningu loga je jasnější komunikace energetických úspor směrem ke koncovým spotřebitelům. Motto „Úspornější, výkonnější“ naznačuje, že energetická úspora spotřebiče nemá vliv na jeho výkon. Ať už jde o spotřebu elektrické energie nebo vody – pračky, sušičky, myčky, chladničky či mrazničky Siemens dokážou díky technologickému pokroku šetřit nejen peníze domácností a firem, ale také přírodu a její zdroje. Technologický vývoj Siemensu prověřený v praxi deklaruje například to, že energeticky nejúspornější spotřebič vyrobený v roce 2012 může být až o 73 % úspornější než spotřebič vyrobený v roce 1996, tedy před 15 lety.

Aktivní kyslík v chladničkách Hotpoint prodlužuje čerstvost potravin

Na český trh míří zajímavá novinka v řadě chladniček Evolution od Hotpointu. Právě přicházející modely jsou vybaveny nově technologií Active Oxygen, která snižuje šíření bakterií a mikroorganismů až o 90 %. Vznik nepříjemných pachů je navíc omezen až o 70 %. Kouzlo tkví v uvolňování aktivních tříatomových molekul kyslíku (ozon O₃), přispívajících bez při-



dané spotřeby energie k prodloužení trvanlivosti a kvality potravin. I více než po jednom týdnu můžete mít potraviny čerstvé jako v den nákupu. Active Oxygen zpomaluje proces zrání ovoce a zeleniny, zabraňuje šíření bakterií v masu, rybách a mléčných výrobcích. K použití nové technologie stačí



funkci vybrat na displeji či ovládacím panelu. V zapnutém módu se aktivuje každé 4 minuty, ve vypnutém každých 26 minut.

Jednou z nových ledniček s touto technologií je model Evolution EBMH 18321 V O3 v energetické třídě A++.

Nespresso začíná s prodejem dosud nejlevnějšího kávovaru ve své historii

Společnost Nespresso představila v druhé polovině srpna dalšího člena své už poměrně bohaté nabídky kávovarů. Po modelu Lattissima+ pro milovníky mléčných specialit přichází novinka, která nezaujme pouze zajímavým designem s možností měnit tvar kávovaru, ale především cenou. Nespresso nový model „U“ prodává za velmi nízkých 2 990 Kč a snaží se tak oslovit velice početnou skupinu spotřebitelů,

kteří nebyli doposud ochotni do systému Nespresso investovat. Model U se díky svým malým rozměrům a možnosti měnit polohu nádobky na vodu vejde prakticky do jakékoliv kuchyně, včetně těch panelákových. Používá čerpadlo s tlakem 19 barů a nabízí stejně kvalitní kávu jako jakýkoliv jiný kávovar Nespresso. Přístroj přichází také s několika novinkami – automatickou perforací



kapsle, automatickým uložením 3 nejoblíbenějších velikostí šálků a odnímatelnou magnetickou podložkou šálku (pro přípravu mléčné kávy do vyšší sklenice). Kávovary vyrábí pro Nespresso tradiční partneři Krups a DéLonghi. Krups dodává barevná provedení Pure Cream a Pure Grey, DéLonghi potom Pure Black a Pure Orange.

Electrolux nakonec Daewoo Electronics nezíská

Dlouho to vypadalo, že třetího největšího výrobce domácích spotřebičů v Jižní Koreji pohltí švédský Electrolux. Nakonec ale zvítězila nabídka domácí skupiny Dongbu. Daewoo Electronics byla původně Daewoo Group, ale v roce 1999 zkrachovala, přičemž po sobě zanechala propast o velikosti 80 miliard dolarů. Původní věřitelé se pokoušeli Daewoo Electronics prodat dlouhou dobu, například v roce 2005 přišly nabídky z minimálně 19 zemí. Zájem měly například společnosti Whirlpool, indický Videocon či turecký Vestel. Už to vypadalo, že firmu koupí poslední jmenovaný za 726 milionů dolarů, jenže nakonec z obchodu sešlo. Druhé kolo nabídek přišlo v roce 2009 a vyšly z něho jako nejpravděpodobnější kandidáti zmínovaný Electrolux a také íránský



Entekhab, který se posunul v jednání nejdále. Společnost by akvizicí obešla sankce proti Íránu, protože by z ní rázem byl mezinárodní gigant. Jenže to pro Íránce bylo asi příliš velké sousto a nedokázali předložit plán financování, takže na scénu opět

vstoupil Electrolux. Jeho nabídka se ovšem věřitelům Daewoo Electronics nezdála dostatečná, a proto přišlo v polovině roku 2012 třetí kolo „aukce“. Z něho nakonec vyšla vítězně Dongbu Group s nabídkou 326 milionů dolarů.



GE má v Americe vadné myčky, mohou způsobit požár

Zhruba 1,3 milionu myček z výrobních linek GE Appliances ve svém nitru skrývá vadu ohřívací části a může způsobit požár. Hlášeno bylo již 15 případů selhání tohoto prvku, potřebného k ohřevu vody na mytí. Navíc tři z toho způsobily velké škody na majetku. Ke zranění či dokonce úmrtí ale naštěstí nedošlo. GE proto musí u všech vadných myček provést výměnu problémového dílu. Náprava chyby probíhá ve spolupráci s U. S. Consumer Product Safety Commission.



Arçelik se v první polovině roku dařilo

Turecký obr, do kterého patří i značky BEKO a Grundig, hlásí, že během první poloviny roku 2012 zvýšil svůj obrat o více než 39 %. Celkově činil obrat 5,2 miliardy TRY (cca 2,8 miliardy USD), což je ve srovnání s první polovinou roku 2011 nárůst

o zmíněných 39 %. Když se podíváme samostatně na kategorii domácích spotřebičů, činil obrat 3,26 miliardy TRY (1,8 miliardy USD). Největší část obratu vzniká v domácím Turecku, a to přes 50 %. Na druhém místě je západní Evropa se zhruba 28 % a na třetím východní Evropa a Společenství nezávislých států s 12,5 %.

Kávovar JURA Impressa J9 získal cenu za design

Prémiový přístroj pro přípravu espressa a mléčných kávových specialit, jako cappuccino či caffè latte, se pyšní další cenou. Model Impress J9 One Touch s barevným LCD displejem a dotykovým ovládáním získal cenu Innovation Honor

v kategorii designu výrobku při třetím ročníku ICON Honors. ICON Honors



oslavuje úspěchy, přínos a inovace v oblasti výrobků pro domácnost a dárkových předmětů.

iRobot zvýšil obrát o 50 %

Americký výrobce domácí robotické techniky a profesionálních robotů hlásí v rámci produktů pro domácnosti meziroční růst v USA na úrovni 40 %. Firma uvádí, že jedním z hlavních důvodů bylo spuštění reklamní kampaně v druhém čtvrtletí tohoto roku. Mezinárodně rostl iRobot při srovnání Q2/2012 a Q2/2011 o 55 %. Firmě se podařilo zvýšit kvalitu výrobků, a tím snížit počet vrácených kusů, což jsou další příčiny významného růstu. iRobot nyní upravil svá očekávání pro celý rok 2012. Výše obrátu by se měla pohybovat mezi 365 až 375 miliony dolarů.



Nová továrna BSH otevřena v Petrohradě

Bosch und Siemens Hausgeräte alias BSH má další výrobní kapacitu pro produkci praček. V ruském Petrohradu otevřela firma za účasti svých špiček novou továrnu, která se bude zaměřovat na pračky se zmenšenou hloubkou primárně pro ruský trh. Roční výrobní kapacita by se měla pohybovat kolem 350 tisíc kusů

a společnost BSH investovala do továrny 33 milionů eur. Výrobní linka praček zaměstnává nyní kolem 250 lidí a doplňuje zdejší výrobu chladniček, kterou BSH otevřela v roce 2007. Kromě nové výroby praček bylo letos v Petrohradě

ještě otevřeno distribuční centrum. Společnost BSH kromě zprávy o otevření petrohradské továrny informovala také o svém úspěchu v oblasti energeticky vysoce efektivních spotřebičů. V roce 2011 prodala v Evropě celkem 3,5 milionu spotřebičů, z čehož celých 28 % spadá do kategorie vysoce efektivních. Firma chce do roku 2015 dosáhnout v Evropě 35% tržního podílu v této kategorii.

Honda přichází do Evropy s robotickými sekačkami trávy

Po robotických vysavačích přichází s největší pravděpodobností doba robotických sekaček trávy. V minulém vydání jsme vás informovali o novince ze stáje Bosch a nyní se na internetu objevila zpráva o modelu značky Honda. Novinka s označením Miimo má být první vlaštvou od Hondy pro evropský trh. Sekačka má pracovat v podstatě kontinuálně a sekat pouze 2–3 mm trávy, přičemž proces by se měl opakovat automaticky několikrát týdně. Sekačka jezdí po trávě náhodně a měla by zlepšit růst trávy a snížit množství plevelů. Navigace v prostoru probíhá pomocí inteligentních senzorů, přičemž prostor pro sekání je nutné předem ohraničit speciálním kabelem. Ten se samozřejmě schová pod trávu a sekačka ho svými senzory detekuje, takže nepřejede mimo vyhrazený prostor. Podobně jako robotické vysavače se sekačka sama vrací do dobíjecí základny v případě potřeby. Honda ještě zdůrazňuje, že sekání trávy pomocí Miimo je ekologičtější a energeticky méně náročné. Sekačka bude v Evropě dostupná začátkem roku 2013 ve dvou provedeních (pro 300m perimetr a 500m perimetr).





iCLEBO *Arte*

Nový robotický vysavač od října na českém trhu



Novinka iClebo Arte, která bude pro české obchodníky dostupná už během pár týdnů, přichází s celou řadou vylepšení. Především to je ale druhá generace kamerového mapovacího systému YUJIN ROBOT SLAM. Tento inovovaný systém mapování přináší zrychlení a zefektivnění úklidu oproti předchozí generaci. Pokud měl zákazník doposud dilema, zda si koupit robotický vysavač s inteligentním algoritmem úklidu, nebo s kamerovým mapovacím systémem, iClebo Arte tuto otázku vyřešil spojením obou systémů dohromady.

Společnost Yujin Robot vyvíjí robotické vysavače již více než 20 let a patří k lídrům na celosvětovém trhu nejen v robotice pro domácnost. Zároveň také vyvíjí roboty průmyslové, vojenské či robotické hračky.

Když se potkají dva světy

Jak už bylo řečeno v úvodu, iClebo Arte je mimořádným přínosem do světa robotických vysavačů, protože používá oba běžně rozšířené systémy úklidu. Inteligentní algoritmus zajišťuje, že robot přejede místa vícekrát, ale nedochází při něm k mapování prostoru. Kamerový systém zase zajišťuje mapování, jenže robot jím vybavený přejede dané místo pouze jednou. Spojením obou systémů vznikl takzvaný režim MAX, kdy iClebo Arte uklízí nejprve pomocí kamerového mapovacího systému a následně se přepne do inteligentního algoritmu úklidu. Došlo tak k zefektivnění úklidu celkově a současně vyslyšení přání zákazníků, kteří chtěli robot používající oba systémy.

Nový robot

iClebo Arte má zcela přepracovaný systém ovládání a celý podvozek vysavače je upraven, aby překonával větší překážky (až 2 cm vysoké). Celý robotický vysavač má navíc menší výšku, a to 8,9 cm, aby lépe vyhovoval požadavkům zákazníků. Mezi další novinky patří LED LCD displej s dotykovým ovládáním, nová větší nádoba na nečistoty, kterou vyjmete i jednou rukou, nový nárazník i boční kartáčky. U novinky došlo mimo jiné ke snížení hlučnosti na 55 dB. Majitelé také uvítají novou nabíjecí základnu s možností uschování adaptéru do jejího nitra. Zapomenout nesmíme ani na mop, jehož přítomnost vysavač automaticky pozná a nevyžaduje žádné speciální nastavení. A vylepšení se dočkal i systém sání a sběru nečistot, také byla snížena spotřeba (menší váha vysavače, efektivnější motory). Celkově jde tedy o mimořádný robotický vysavač, který by neměl chybět v nabídce žádného prodejce domácích spotřebičů.

Zaostřeno na gadgety

SVĚTLO ZDARMA?

Solární energie patří v současnosti k často skloňovaným pojmům. Ať už kvůli technologickému pokroku nebo státní podpoře, která dala vzniknout v Česku nespočtu elektrárén. My vám ale představujeme drobný produkt v podobě solární žárovky. Nechte ji pár hodin na slunci a ona vám pak poskytne až 2,5 hodiny vysoce jasného světla nebo 8 hodin tlumeného světla. Na internetu se prodává za 22,49 eura. Hledejte Nokero Pivot Solar Light Bulb.



SOLÁRNÍ NABÍJEČKA PRO MOBILY A DALŠÍ ZAŘÍZENÍ

A u sluneční energie ještě zůstaneme. Na internetu nás také zaujala tato solární nabíječka značky Pico. Jedná se o jednoduché zařízení s USB portem a schopností dobíjet pomocí několika adaptérů celou řadu přístrojů včetně chytrých mobilů a MP3 přehrávačů. Samotná nabíječka má v sobě dobíjecí baterie, z nichž teprve putuje energie do připojených přístrojů. Můžete ji tedy na slunci dobít a posléze oživit jednotlivé přístroje prakticky kdykoliv.

MODERNÍ TECHNOLOGICKÉ A DESIGNOVÉ „VYCHYTÁVKY“ NA NÁS DNES VYKUKUJÍ NA KAŽDÉM ROHU. INTERNET JE JIMI VŠAK DOSLOVA ZAPLAVENÝ, AŽ UŽ SE JEDNÁ JEN O POUHÉ STUDIE A NÁVRHY ČI SÉRIOVĚ VYRÁBĚNÉ ZBOŽÍ. PRONIKNĚTE S NÁMI DO SVĚTA COOL VYNÁLEZŮ, KTERÉ VÁM ULEHČÍ ŽIVOT A ZÁROVEŇ OSLNÍ NÁVŠTĚVY.



NÁSTROJ PRO MISTRY GRILU

Léto se nám už sice chýlí ke konci, ale při troše štěstí budeme moci žhavit zahradní grily ještě několik týdnů. Pokud nemáte doma pořádné náčiní na obracení masa a jeho servírování, určitě se podívejte na tento unikátní nástroj. Jedná se o obracečku se 3 funkcemi – obracení, chycení a napíchnutí. Vidličku navíc uživatel efektně vysouvá ven. Stake 3-in-1 BBQ je vyroben z kvalitního broušeného kovu a úchyt má z tvrdého dřeva. Prodává se za 43 eur.



HRANÍ NA MOBILU PRO NÁROČNÉ

Pokud patříte mezi milovníky videoher a už jste vyměnili své kapesní Nintendo za iPhone, určitě často zápasíte s ovládáním některých her na dotykovém displeji. Řešením je iCade Mobile, který učiní z vašeho iPhone v podstatě herní konzoli. Telefon do této vychytávky jen vsunete a máte k dispozici tradiční hardwarová tlačítka pro ovládání. Mobil můžete dokonce otáčet, aby orientace displeje odpovídala požadavkům hry.



STOLOVÁNÍ V ŠACHOVÉM STYLU

Patříte mezi milovníky královské hry jménem šachy? Pak si určitě pořídte tyto kvalitní mlýnky na sůl a pepř, které vám zpříjemní domácí hodování. Král je určen na pepř a královna na sůl, přičemž jsou oba mlýnky vyrobeny z kvalitního kaučukového dřeva a používají keramický mlecí mechanismus.



UNIVERZÁLNÍ KUTILSKÝ NÁSTROJ ZE ŠVÝCAR

Pokud nepatříte mezi nejvybavenější domácnosti a často vám při různých opravách chybí některé druhy nářadí, mohl by vám pomoci Swiss Tech Multi Tool. Nabízí 19 funkcí včetně šroubováku (6 velikostí), imbusu (2 velikosti), štípaček, kleští, pravítka, ručního vrtáku, otvíráku lahví a dalších. Prodává se jen za 27 eur.



RÁNO S ÚSMĚVEM

Také se v brzkých ranních hodinách budíte zasmušilí a nepříjemní, ale po šálku dobré kávy doslova záříte a těšíte se na nový den? Pro vás, ale i pro ty, kteří touží po efektní hračce, je určen tento hrnek. V běžném stavu je černý a zamračený, ale když do něho nalijete horký nápoj, zabarví se jeho povrch do žluta a dokonce se objeví usměvavý emotikon. Za necelých 22 eur může být váš.



IFR monitoring

Monitoring & Analysis
IFR EUROPE LTD. MAGYARORSZÁG
1163 Budapest, Cziráki u. 26-32
Tel.: +36 1 401 03 31
Fax.: +36 1 401 03 30
hungary@ifrmonitoring.com
www.ifrmonitoring.com

Firma IFR dělá takzvaná „shelf share analysis“ ve více než čtyřiceti zemích. Zkoumá produkty v oblasti domácích spotřebičů, ale i kancelářskou techniku, audio-video produkty nebo foto a telekomunikační technologie.

Výraz „shelf share“ je anglický výraz pro skladové zboží. „Shelf analysis“ – skladová analýza – zkoumá přítomnost jednotlivých produktů na skladě, jejich životnost, cenový vývoj, technologii a pozici na trhu.

S ohledem na rozvíjející se trh firma IFR MONITORING nabízí analýzy, které jak výrobcům, tak i prodejcům umožňují vytvářet si jasný obraz o aktuálním stavu trhu. Systém „shelf share“ dává k dispozici informace již 12–14 dní po shromáždění údajů.

Následující tabulky jsou výtažkem z dat zpracovaných firmou IFR.



představuje nové vysavače Roomba

Přichází série 600

SPOLEČNOST IROBOT, GLOBÁLNÍ LÍDR V ROBOTICE, PŘEDSTAVUJE NOVÝ ROBOTICKÝ VYSAVAČ ROOMBA SÉRIE 600. NOVÁ ROOMBA DOSTALA DO VÍNKU SBĚRNÝ KOŠ AEROVAC, VYLEPŠENOU AERODYNAMICKOU PODOBU KARTÁČŮ PRO DÚKLADNĚJŠÍ A EFEKTIVNĚJŠÍ ÚKLID A TAKÉ POUTAVÝ MODERNÍ DESIGN. ROOMBA SÉRIE 600 VSTOUPÍ NA ČESKÝ TRH NA ZAČÁTKU PODZIMU 2012.

„iRobot doposud prodal přes 8 milionů domácích robotů na celém světě díky tomu, že si napříč celým portfoliem robotů na suchý i mokrý úklid dává záležet na výkonu domácích pomocníků a také na tom, aby společnost iRobot přinášela pravidelné inovace,“ poznamenal Michal Škrábal, CEO společnosti iRobot.

„Naši zákazníci chtějí produkty, které jsou vysoce kvalitní a zároveň fungují na základě nejnovějších technologií, proto vždy hledáme taková řešení, která naplní očekávání našich zákazníků. Roomba série 600 je výsledkem pečlivého výzkumu a zpětné vazby od zákazníků.“ Nová série 600 doplňuje vrcholnou sérii Roomba 700 a přibližuje efektivní robotický úklid ještě většímu množství lidí napříč celým světem.

iRobot Roomba série 600: zážitek z úklidu od začátku do konce

Robotický vysavač iRobot Roomba standardně používá patentovaný 3stupňový systém úklidu, jenž zajišťuje efektivní sběr nečistot a prachu z koberců, dlažby či laminátové nebo dřevěné podlahy. Série 600 k tomu přidává technologii AeroVac s maximálně účinným sběrným košem, která je schopna vysát drtivou většinu nečistot z vylepšených kartáčů a zajistit dokonalé rozvrstvení nečistot ve sběrném koši.

Nová podoba čistící hlavy a sběrných kartáčů vychází ze zkušeností z robotických vysavačů nejvyšší série 700, kde se podařilo maximalizovat efektivitu úklidu a snížit například počet vlasů či podobných nečistot zamotaných do kartáčů. Robotické vysavače iRobot Roomba série 600 jsou navíc navrženy tak, aby si poradily se zvířecí srstí či nepořádkem z koberců, a to mnohem efektivněji než předchozí generace robotických vysavačů iRobot.





Co přesně se změnilo?

- Nová technologie AeroVac optimalizuje proudění vzduchu tak, aby se sběrný koš zaplňoval rovnoměrně. Tím se podařilo snížit frekvenci vyprazdňování koše.
- Inovované kartáče a optimalizované proudění vzduchu zabráňuje zamotávání vlasů a dalších podobných nečistot do kartáčů, tím se redukuje údržba kartáčů ze strany uživatele a prodlužuje jejich životnost.
- Série 600 přichází s vylepšeným moderním designem a několika novými barevnými variantami.

Další charakteristiky

- Funkce načasování úklidu umožní přednastavit Roombu tak, aby uklízela 7× týdně v době, kdy je to pro uživatele nejvhodnější (model 650 a výše).
- Nová série robotických vysavačů používá technologii úklidu a navigace v místnosti iAdapt, což je patentovaný systém softwaru a senzorů od společnosti iRobot. Pro dosažení dokonalého úklidu vysává Roomba každé místo podlahy vícekrát.
- Technologie Dirt Detect za pomoci akustických senzorů odhalí nejšpinavější místa, kterým se Roomba následně věnuje důkladněji.
- Když je úklid dokončen, zajede Roomba automaticky do nabíjecí základny Home Base a začne se dobíjet.
- Virtuální zdi slouží k vytvoření neviditelné bariéry, kterou Roomba nepřejede, což udrží robota v pokoji, který chcete uklidit, a nepustí tam, kde uklízet zrovna nechcete.
- Robotické vysavače Roomba nové série 600 budou k dostání na podzim 2012 v oficiální distribuci.

iRobot navrhuje a vyrábí roboty, kteří mění svět. Domácí roboti iRobot pomáhají lidem při úklidu. Armádní a průmysloví roboti chrání ty, kteří jsou v ohrožení života. Naši roboti, ať už armádní nebo domácí, v sobě mají zabudovaný systém iRobot Aware® neboli systém umělé robotické inteligence. Tato patentovaná technologie v sobě zahrnuje pokročilé koncepty navigace, pohybu, manipulace a vyhodnocování situací. Pro více informací o společnosti iRobot navštivte stránky www.irobot.cz.





Moderní sluhové

Robotické vysavače pro úklid bez námahy

PŘESTOŽE UŽ MÁME NEJSPÍŠ NEJVĚTŠÍ BOOM OKOLO ROBOTICKÝCH VYSAVAČŮ ZA SEBOU, STÁLE JDE O VELMI ZAJÍMAVOU PRODUKTOVOU SKUPINU. TRH SE POSTUPNĚ VYČISTIL OD VĚTŠINY AŽ PODVODNÝCH ZNAČEK, NABÍZEJÍCÍCH NEJLEVNĚJŠÍ A NEPŘÍLIŠ INTELIGENTNÍ ČÍNSKÉ ROBŮTKY. A NAOPAK JE DO SVÝCH NABÍDEK ZAŘAZUJÍ NĚKTERÉ ZNAČKY RENOMOVANÉ.

Mnoho lidí hledělo dlouhou dobu na robotický vysavač s despektem. První vlaštovky se na trhu objevily už krátce po roce 2000, ale tehdy šlo spíš o technologické výstřelky, s patřičně posazenou cenou. Dnes jsou ovšem úklidové roboty pro domácnosti celkem běžnými zařízeními a spotřebitelé je navíc už přijali. Trh nicméně stále ukrývá obrovský potenciál, především v těch, kteří ještě stále nevěří, že by mohl robot kvalitně a spolehlivě uklízet.

Na druhou stranu nemalé množství spotřebitelů robot už pořídilo a jsou s ním spokojeni. Samozřejmě ne všichni, protože robotickým uklížečům zhoršily reputaci již v úvodu zmíněné levné čínské přístroje. Vedoucí značky pracují na nápravě a daří se jim to úspěšně, protože jejich roboty uklízejí spolehlivě a dobře.

Umělá inteligence

Robotický vysavač může mít rozdílně kvalitní dílenské zpracování a konstrukci, jeden či dva boční kartáčky a další prvky. Kvalita úklidu záleží ale hlavně na jeho umělé inteligenci a schopnostech pohybu v místnosti. Samozřejmě že žádný model na trhu nespadne ze schodů či nesjede z balkonu. Zásadní je jednak způsob úklidu, konkrétně jeho systém, a pak to, jak si poradí s nohama stolu a židlí, prahy dveří, třásněmi koberců, kabely od elektroniky a dalšími překážkami.

Nejprve tedy k systému. Roboty, které nepoužívají umělou inteligenci v pravém slova smyslu, ale pouze náhodně jezdí místností či opisují určité předem nastavené geometrické trasy, nesplní většinou očekávání zákazníků. Zásadní je, aby měl robot vlastní inteligenci, zpracovávající data z rozličných senzorů a na základě nich volil trasy, reagoval na překážky atd. Pokud například jeho kartáč navine třásně či kabel, měl by to robot poznat a reagovat. K zahazení není ani funkce detekce nečistot a schopnost soustředit se na určité oblasti intenzivněji.

Jednotliví výrobci používají odlišné způsoby snímání místnosti. Někteří sázejí na infra- a ultrazvuk, jiní na kamery a někdo jednotlivé technologie kombinuje. V zásadě není podstatný způsob získávání dat, nýbrž výsledek v podobě čistých podlah a koberců.

Doplňek k tradičnímu vysavači

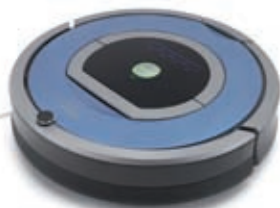
Robotický vysavač nelze chápat jako náhradu za běžný manuální vysavač. Už z principu se robot nemůže dostat všude – pod některé skříně, za ně, přes určité překážky atd. Uklidí tedy pouze dostupnou plochu, tudíž se uživatel úklidu nevyhne. Přínos robota je hlavně ve snížení frekvence manuálního uklízení a možnosti mít většinu ploch stále čistou. Celá řada robotů totiž disponuje časovačem a můžete je v týdenních cyklech naprogramovat, aby v určitý den a v určitou hodinu zahájily úklid. Pro práci ve více místnostech se hodí takzvané virtuální zdi, kterými jsou v základu vybaveny zpravidla jen přístroje vyšší třídy. Virtuální zeď umožňuje buď úplné zamezení vstupu robota do určité místnosti, případně povolí jeho vstup až po skončení úklidu v aktuálním prostoru. Zamezuje se tím snížení efektivity úklidu, kdy robot neorganizovaně přejíždí z jedné místnosti do druhé.

O robot je potřeba se starat

Nemalý problém robotických vysavačů je také jejich údržba. Proč problém? Uživatelé si totiž často neuvědomují, že musejí robot čistit, a to minimálně jednou za týden až dva v závislosti na frekvenci používání. Bez údržby klesá účinnost sání a sběru nečistot kartáčem. Při prodeji byste měli tento fakt spotřebiteli vždy zdůraznit – nejenže tím snížíte četnost zbytečných reklamací, ale současně pomůžete robotickým vysavačům jako produktové skupině. Pozitivní zkušenost s roboty předaná z uživatele na případného zájemce je samozřejmě nejlepší reklamou.

iRobot ROOMBA 790

Vlajková loď nabídky amerického výrobce používá k úklidu patentovaný systém iAdapt, který využívá 42 různých senzorů monitorujících místnost 67× za vteřinu. Reagovat může robot více než 40 druhů pohybů. Obojí platí pro všechny robotické vysavače této značky. Nejvyšší model je dodáván navíc s pokročilým ovládacím centrem a celým balíkem náhradních dílů. Dostanete k němu i tři majáky pro vytváření virtuálních zdí či navádění do základny. Z funkcí stojí za zmínku akustická a optická detekce nečistot Dirt Detect 2. generace či systém Antitangle proti navíjení kabelů a třásní. Robot lze naprogramovat pro úklid v určitý den a čas, používá nový sběrný koš AeroVac a nechybí mu ani HEPA filtr.



iRobot ROOMBA 760

Nejnižší model z řady 700 byl uveden na trh spolu s vlajkovou lodí letos na jaře. Po stránce funkcí se oba přístroje neliší – 760 také používá systém úklidu iAdapt, aktivní detekci nečistot Dirt Detect, systém Antitangle či sběrný koš AeroVac. Lze u něho také použít časovač úklidu. Dodáván je se standardní dobíjecí základnou a dálkovým ovladačem. Kromě toho k němu iRobot ještě přidává jednu virtuální zeď.



CleanMate QQ-2LT

Robot nižší cenové kategorie je novinkou v nabídce této značky. K úklidu používá 3fázový systém, během kterého vysává, kartáčuje a dezinfikuje UV světlem. Po skončení úklidu sám dojedezí do základny, aby se dobil. Nechybí mu samozřejmě senzory proti pádu ze schodů ani nádobka na prach, kterou lze umývat vodou. Z funkcí ještě jmenujme týdenní plánovač. V příslušenství naleznete dálkový ovladač.



ECG RV 220

Levnější robotický vysavač se sacím výkonem 25 W nabízí 5 uklízacích módů a pracuje s 3fázovým úklidem podlah. Výrobce k němu dodává dobíjecí základnu, sonickou zeď a dálkové ovládání. Doba nabíjení trvá 3 hodiny a vysavač je pak schopen pracovat 70 až 80 minut. Plánovat úklid lze až na týden dopředu a robot jednoduše naprogramovat.





iCleo Smart

Robotický vysavač této značky používá k orientaci v prostoru a úklidu takzvaný „Vision Mapping System“. Pomocí kamery si vytvoří mapu vaší domácnosti a následně podle ní optimalizuje cestu úklidu. Dokonce vidí, které části ještě nebyly uklizeny. Robot používá Li-on baterii s dlouhou životností, má senzory rozpoznání schodů a je vybaven mopem z mikrovláknem. Filtrace je 4stupňová včetně HEPA filtru. Z nabídky funkcí jmenujme uklízací módy – automatický, kobercový, „Climb“ s přejezdem prahů a nerovností a „Mopping“ pro úklid hladkých ploch pomocí mpu.



RobZone ROOMY GOLD Premium

Nejvybavenější model značky RobZone nabízí v první řadě



širokou sadu příslušenství – 2 nabíjecí základny, 3 virtuální zdi, dálkové ovládání, 3 antistatické mopy, 3 sady filtrů, voucher na náhradní baterii a další drobnosti. Při úklidu používá 7stupňový systém úklidu, konkrétně vytře prach mopem, dezinfikuje podlahu UV lampou, zametá hlavním rotačním kartáčem, vymete kouty bočním kartáčkem, setře hrubé nečistoty silikonovou stěrkou, absorbuje pachy a ničí bakterie 5fázovou filtrací s aktivním uhlíkem a vysaje i velké plochy díky nadstandardně velkému sběrnému koši. K úklidu používá 3 pravidelně se střídající algoritmy a orientuje se pomocí infra a dotykových senzorů.

Hoover ROBO.COM RBC 006

Tradiční americká značka vysavačů zařadila do své nabídky také robotický vysavač, který používá infračervenou navigaci AAI. Disponuje 9 programy – 4 automatickými (úklid celé místnosti, spirála, podél stěn a zig zag „náhodně“), dále turbo programem, programem s přesným časovým nastavením na zahájení úklidu v konkrétní hodinu a den a také programy pro úklid ve spirále, automatické zahájení sání po nabití baterie a konečně manuální sání. Ve výbavě nechybí HEPA filtr, dálkové ovládání, 2 postranní kartáčky či víceúčelový kartáč.



Sencor 9031BK CLEENO

Velmi levný robotický vysavač značky Sencor nabízí systém 3 rotačních kartáčů (gumový, postranní rotační a mop), 2 rychlosti pro pečlivý nebo rychlý úklid a 4 programy (pohyb náhodným směrem, spirálový, podél stěn a přímý pohyb). Ve funkční výbavě mu nechybí ani časovač a takzvaný vymezovač prostoru, aby vysavač nemohl jet dál než 4, 6 či 8 m (zabránění přejetí do jiné místnosti nebo pádu ze schodů apod.).



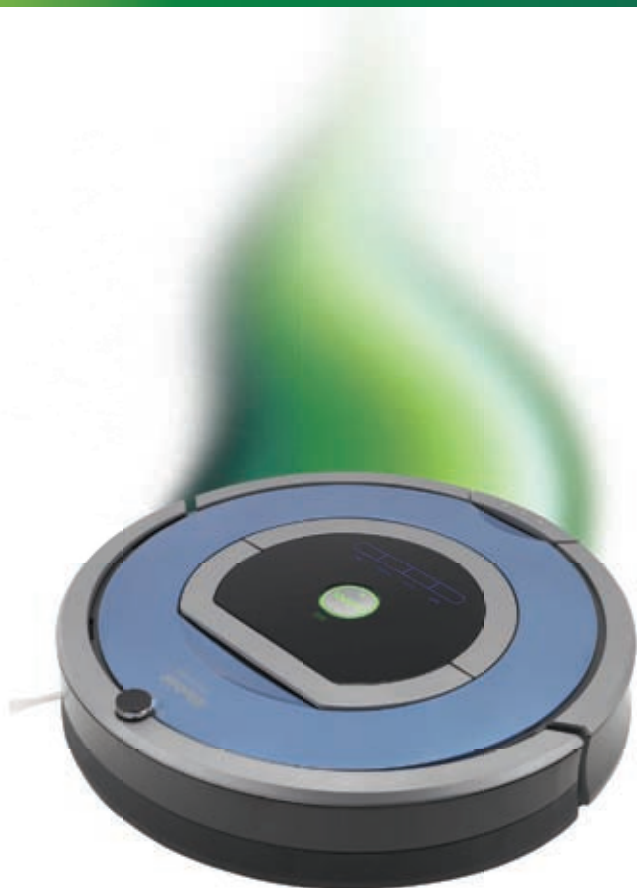


iRobot®
www.irobot.cz

iRobot Roomba
nejlepší robotický vysavač

Více času na odpočinek.

Žádný čas na vysávání.



Kyriakos Tselidis:

Na českém trhu Rohnson nadále roste. Očekáváme úspěšný závěr roku.

SE ZNAČKOU ROHNSON SE PŘI VÝBĚRU PRODUKTŮ DO REDAKČNÍCH PŘEHLEDŮ SETKÁVÁME ČASTO. VYRAZILI JSME PROTO NA PRAŽSKÝ SMÍCHOV, KDE S NÁMI O FIRMĚ, JEJÍM POSTAVENÍ VE SVĚTĚ I V ČESKU A V NEPOSLEDNÍ ŘADĚ O NOVÝCH PRODUKTECH PROMLUVL KYRIAKOS TSELIDIS, SALES DIRECTOR ČESKÉ POBOČKY.



Značka Rohnson nepatří mezi nováčky na českém trhu. Můžete ji přesto krátce představit?

Na základě průzkumu zdejšího trhu v roce 2002 se naše společnost rozhodla využít mezery v nabízeném sortimentu a otevřít pobočku i v Praze. Díky skvělému poměru cena/výkon si brzy naše spotřebiče našly cestu k mnoha spokojeným zákazníkům. Nejprve jsme oslovili menší odběratele a velkoobchody, ale během krátkého času jsme se dohodli na spolupráci i s předními řetězci.

V Česku distribuujete výrobky společnosti Electra Trade. Jaký je její vztah k centrále celé skupiny Vassilias Group? A jaké další značky skupiny máte v Česku v nabídce?

Electra Trade je dceřinou společností firmy Vassilias SA, která má další pobočky v Rumunsku, Bulharsku a Srbsku. Kromě domácích spotřebičů Rohnson dovážíme i značku Hair Majesty. Ta se soustředí na výrobky z oblasti péče o vlasy. Značku Hair Majesty znají především profesionální kadeřnice, kadeřnické velkoobchody, ale i světoznámé kosmetické firmy, které od nás tyto výrobky odebírají na podporu různých kampaní. Hair Majesty má dvě sekce, klasickou řadu, která je běž-

ně k dostání v prodeji u našich obchodních partnerů, a profesionální řadu, takzvanou Hair Majesty Professional, zaměřenou především na kadeřníky.

Co je vlastně Vassilias Group? Jak a kdy vznikla? Jaké jsou její kořeny a historie?

Společnost Vassilias založil v roce 1982 pan Nikolaos Vassilias v Athénách. Od prvních počátků se zabývá prodejem elektrospotřebičů. Díky velmi

patří společnost Vassilias mezi největší distributory domácích spotřebičů na řeckém trhu a kromě vlastních značek je například i výhradním distributorem předního světového výrobce vysavačů Dyson. Mezi největší úspěchy společnosti Vassilias patří bezesporu propagace, prodej a vybudování servisní sítě žehlicích systémů Stirella. Dnes je i díky masivní reklamní kampani značka Stirella pojmem a lidé běžně používají obrát „jdu si koupit stirellu“ namísto „žehlicího systému“. Výrobky Rohnson a Hair Majesty jsou nyní dostupné de facto ve všech prodejnách na celém území Řecka, asi tak jako v dobách své největší slávy místní domácí spotřebiče českého výrobce.

Domácí Řecko není už delší dobu v jednoduché hospodářské situaci. Opravdu je situace v reálu tak špatná, jak prezentují zpravodajská média? Jak se daří firmě na domácím trhu v posledních letech?

Jsem pevně přesvědčen, že to, jak prezentují zdejší média situaci v Řecku, je velice nešťastné.

Hodně mých známých během posledních několika týdnů Řecko navštívilo a všichni se vrátili s nádhernými zážitky, mile překvapení a s úsměvem na tvářích, že to, co si o aktuální situaci



dynamickému rozvoji firmy a sílící pozici na řeckém trhu se portfolio nabízených značek rozrůstá. Společnost zastupuje přední světové značky, ale po čase se rozhodne jít svou vlastní cestou. Nyní

v Řecku představovali na základě informací, které mají, je zcela odlišné. Je totiž důležité oddělovat situaci, ve které se nachází řecký stát, a lidi, kteří v něm žijí. Mám za to, že mi nepřísluší se hlouběji pouštět do úvah a rozborů například o řeckém státním dluhu. Raději bych odkázal na některá nezávislá média a názory odborníků, které se dají dohledat i v češtině, například Britské listy. Debata se totiž snadno může zvrtnout ke spekulacím, nerostnému bohatství, obchodu se zbraněmi, nemalým ziskům na „půjčkách“ Řecku apod. Společnost Vassilias je jedním z nejsilnějších distributorů malých elektrospotřebičů na řeckém trhu, máme vlastní kanceláře a cca 15 000 m² vlastních skladových prostor. To, že naše výrobky patří mezi ty cenově velmi přijatelné, nám v této nelehké době pomáhá. Lidé tak mnohdy spíše sáhnou po osvědčeném a cenově dostupném spotřebiči Rohnson než po drahé značce.

Jaký vy sám očekáváte vývoj v následujících měsících?

Oproti loňskému roku zaznamenáváme zhruba 7% nárůst v prodeích. Věřím, že díky některým novinkám, které uvádíme na trh, a možnosti oslovit obchodní partnery, se kterými ještě nespolupracujeme, máme optimistické plány do budoucna. Následující měsíce patří mezi ty nejsilnější v roce, proto věřím, že nás čeká slibný konec roku.

Došlo ve struktuře či chodu firmy k nějakým změnám v důsledku současných ekonomických turbulencí?

K ničemu, co by stálo za zmínku. Tak jako každá správná firma bedlivě sle-

dujeme vývoj na trhu a v souladu s tím reagujeme na danou situaci jak personálně, tak strategicky.

Představte v krátkosti našim čtenářům své produktové portfolio pro český trh. Z čeho všeho mohou vybírat?

Výrobky Rohnson se zaměřují především na kuchyň a domácnost, konkrétně nabízíme grily, mikrovlnky, odsavače par, konvice, odšťavňovače, vysavače, žehličky, ventilátory, topení a další. Hair Majesty se nese ve znamení péče o vlasy, pro kterou vyrábíme stroje, kulmy, žehličky na vlasy a další zařízení. Kvalitu našich spotřebičů občas zdůrazní úspěchy v testech. Jako například odšťavňovač Rohnson R-427, jenž získal označení „Tip iTestu“ v redakčním testu iDNES.cz, mlýnek na maso s lisem na ovoce a zeleninu Rohnson R-508, který zvítězil v testu v deníku Právo, nebo vítěz iTestu, strojek na vlasy Hair Majesty HM-1020.

Kde jsou produkty vyráběny? Máte vlastní výrobní kapacity?

V roce 1993 se začaly v Itálii, Číně, Tchaj-wanu a Koreji vyrábět první spotřebiče značky Rohnson. K dnešnímu dni se toho příliš nezměnilo, ale převážná část našeho sortimentu se vyrábí v Číně. Tam máme i svou kancelář

s inspektory a techniky, kteří hlídají kvalitu zboží, především dozorují a kontrolují výrobky před nakládkou jednotlivých kontejnerů na loď.

Do jaké cenové třídy se vaše výrobky řadí? Respektive na jaké spotřebitele primárně cílíte?

Výrobky Rohnson a Hair Majesty oslovují širokou škálu spotřebitelů a řadí se do střední cenové třídy. Ani hračky, ani předražené výrobky, prostě kvalitní spotřebiče v již zmíněném poměru cena/výkon.



Představili jste v poslední době nějaké novinky? Případně máte přichystáno něco nového pro podzimní trh?

Ano, každoročně chystáme několik novinek a v průběhu roku je uvádíme na trh. Aktuálně je to nízkootáčkový odšťavňovač Rohnson R-450 vitaMAX, který s menším příkonem a otáčkami nabídne více šťávy než klasické vysokootáčkové odšťavňovače. Jsme nadšení jak z reakce koncových zákazníků, tak ze spokojenosti našich odběratelů. Dalším výrobkem, který nás mile potěšil, je nerezový tyčový mixér Rohnson R-555. Díky bohaté výbavě a opět příznivé koncové ceně se mu daří více než dobře. Oba výše uvedené výrobky též podporujeme celostránkovou inzercí například v časopisech Elle, Marianne Bydlení, Appetit apod. Na podzim a zimu již tradičně chystáme tepelné spotřebiče. Letos se budeme prezentovat dvanácti výrobky a nejednou novinkou na trhu. Za zmínku jistě stojí infrazářič s konvektorem v jednom. Jedná se o model Rohnson R-8010. Díky této nové technologii se daný prostor vyhřeje až o 30 % rychleji. Ušetříte jak čas, tak peníze.

Co byste vzkázal svým partnerům či potenciálním partnerům?

Rád bych poděkoval všem našim obchodním partnerům za dosavadní spolupráci. Moc si vážím lidského, profesionálního a korektního přístupu většiny lidí, se kterými mám tu čest spolupracovat. Český trh vnímám jako velmi kultivovaný a konkurenčně zdravý.



Podle vzoru Bauhaus

OBCHODY BAUHAUS DÁVAJÍ ZAPOMENOUT PŮVODNÍMU VÝZNAMU SLOVA, TEDY NÁZVU VELKÉ MEZINÁRODNÍ ŠKOLY DESIGNU. ZÁKLADNÍ KONCEPCE, ESTETIKA A SMYSL DESIGNU SE MĚNÍ.



a trubková židle (vyrábí společnost Steeldomus), jsou vysoce žádané a značka je velmi úspěšná. V obchodech Bauhaus je však neheledejte.

„Hranice vkusu se posunula. Vítězí rychlá a jednoduchá řešení, která nemají ambice na stálost či nadčasovost. Design musí především prodávat,“ sděluje Markus Bader v časopise Architekt & Wohnen a vzpomíná na věhlasnou německou školu.

Trocha historie

Přestože zmíněný časopis sleduje převážně moderní bytový design, často si všímá také prvotních principů tvorby a posouvá běžné (masové) spotřební zboží do roviny „individuální“. Umělecká škola Bauhaus je pro většinu prezentovaných architektů a designérů stále inspirativní, je základem pro další tvorbu. „Škola oslaví za pár let sté výročí a na díla se dá stále dívat. Připomíná dobu, kdy se o výrobcích neuvažovalo jako o jednorázovém spotřebním zboží na jednu sezonu,“ podotýká architekt Hermann Tilke na vzpomínkové akci k výročí narození zakladatele Bauhausu, architekta Waltera Gropiuse. Připomněl také, že spojením dvou německých uměleckých škol se Bauhaus stal nejvýznamnějším evropským centrem rozvoje řemesel, umění, designu a architektury a jeho věhlas stále trvá.

Diskuse o designu

V diskusi k článku se na internetových stránkách takřka ihned objevila paralela s obchody Bauhaus a kritika současného konzumního světa. Diskutující připomínají myšlenky původního manifestu (1919), které jsou v přímém protikladu k elitářskému a konzumnímu pojetí designu, výtvarného umění a architektury. Poukazují na řadu prototypů, které mají dodnes status designérské ikony. Nutno však připomenout, že řada výrobců i dnes úspěšně vychází z estetiky elementárních geometrických tvarů, kde výtvarnou kompozici návrhů tvoří čtverec, obdélník, kruh či trojúhelník, a ze základních barev – červené, modré, žluté, černé, bílé a šedé. Princip je označován jako styl Bauhaus a výrobky podle tohoto originálního designu, například stolní lampa s opalizujícím sklem

Osobnosti školy designu

Walter Gropius navrhl unikátní školní komplex, který slučoval umění, řemesla a techniku, zahrnoval design, architekturu a urbanismus. Jeho následovníci pak (především Mies van der Rohe) výrazně posilují výuku architektury a designu. V roce 1933 je Bauhaus po nátlaku NSDAP uzavřen a Mies van der Rohe jej otevírá jako soukromý institut v Berlíně, který však existuje pouze několik měsíců. Na škole vyučovaly desítky významných evropských výtvarných umělců – malířů, designérů, architektů (Vasilij Kandinskij, Marcel Breuer, László Moholy-Nagy, Paul Klee, Oskar Schlemmer a další). Myšlenky německé školy inspirovaly i mnohé příslušníky české umělecké avantgardy třicátých let. Výstav se účastnili architekti Josef Chochol, Jaroslav Fragner, Jaromír Krejcar, Jan Koula či Vít Obrtel. Přednášel zde i český teoretik umění Karel Teige.

Vlastimil Růžička

Bauhaus

- Založen 1919 ve Vymaru architektem Walterem Gropiusem
- Připravuje umělce pro průmyslovou výrobu spojením Akademie krásného umění a Školy užitých umění
- Bauhaus působil 14 let, vychoval pouze 1 250 studentů, ale jeho vliv trvá dodnes
- Program Bauhausu a manifest (1919):
 - ustanovit architekturu jako rozhodující fórum designu
 - povznést roli řemeslných dovedností na úroveň krásného umění
 - zdokonalit průmyslové výrobky pomocí spojeného úsilí umělců, pracovníků v průmyslu a řemeslníků

Mobilní svět vstupuje do hry domácích spotřebičů



„Rychlý technologický vývoj se nevyhnul ani kuchyním. Proto byl tradiční design elektrospotřebičů podroben pečlivé revizi. Lidé se v současné době neobejdou bez smartphonů, operačních systémů Android, iOS či Windows Phone a služeb jako Facebook a YouTube, což zapříčinilo zcela nové vnímání reality. Téměř všichni očekávají změny v ovládání elektrospotřebičů,“ vysvětluje novinářům šéfdesignér společnosti Siemens Gerhard Nüssler. Lidé tráví v kuchyních čím dál více času, roste zájem o vaření a touha po inteligentních spotřebičích. Nekupujeme už klasické kuchařky, ale stahujeme recepty z internetu. Naučili jsme se plně využívat počítače nejen v práci, ale i v běžném životě.

„Aplikace, které usnadňují vaření, se už objevily. Nyní se hledají cesty, jak je společně se zákazníky vylepšovat,“ podotýká Nüssler a jako příklad uvádí prémiové řady trub a varných desek. Mají funkci, ve které si může uživatel

vybrat z více než 68 programů na přípravu jídel. Stačí pouze jeden zvolit a o zbytek se spotřebič postará sám. Čidla navíc přesně odhadnou, kdy je jídlo připravené. Nic se nemůže připálit či rozvařit.

„Není se čemu divit, že uživatelské rozhraní spotřebičů je nyní nejvíce diskutovaným tématem designérů. Je to jeden z hlavních konstrukčních úkolů do dalších let. Musíme vytvořit kvalitní uživatelské rozhraní, které lidem usnadní život,“ říká Nüssler a dodává, že dobrým příkladem jsou iPhone, u kterých díky kvalitnímu designu a dobrému uživatelskému rozhraní začíná „ta pravá zábava“. Tyto změny však kladou velký důraz na vyškolené a kreativní pracovníky. Gerhard Nüssler se domnívá, že je důležité, aby se do nových projektů zapojovali mladí studenti, kteří mají dobré nápady, ale často nejsou jejich projekty realizovány. Mobilní svět tedy vstupuje do hry i mezi domácími spotřebiči. Nikdo se

CHYTRÉ TELEFONY, SOCIÁLNÍ SÍTĚ A VIRTUÁLNÍ REALITA FORMUJÍ SOUČASNÝ SVĚT. ČÍM DÁL ČASTĚJI SE VYUŽÍVAJÍ I V MÍSTECH, KDE BY JE ČEKAL JEN MÁLOKDO. DIGITALIZACE ZMĚNILA NÁŠ ZPŮSOB ŽIVOTA, NAŠE PREFERENCE I OČEKÁVÁNÍ. V ROCE 2015 BUDE PODLE PŘEDBĚŽNÉHO ODHADU PRŮMYSLU 80 PROCENT NĚMECKÝCH DOMÁCNOSTÍ TZV. ON-LINE. PODLE PRŮZKUMU Z ROKU 2011 SI KUPUJE KAŽDÁ TŘETÍ NĚMECKÁ DOMÁCNOST SMARTPHONE.



Siemens Chefdesigner Gerhard Nüssler

však nemusí bát, že se ovládací panely změní v jednu velkou virtuální realitu vesmírné lodi Enterprise. „Klasické užitečné prvky rozhodně ponecháme. Dbáme především na praktičnost a jednoduchost ovládání, která musí být zachována i v novém designu digitálního věku,“ uzavírá Gerhard Nüssler.

Vlastimil Růžička

MYČKY HOTPOINT PRAKTICKÉ, VÝKONNÉ, ŠETRNÉ

MYČKY NÁDOBÍ HOTPOINT PŘINÁŠEJÍ INTELIGENTNÍ MYCÍ PROGRAMY A INOVATIVNÍ SYSTÉMY, KTERÉ JSOU NAVRŽENY TAK, ABY CO NEJVÍCE USNADNILY PÉČI O DOMÁCNOST A RODINU. VYBAVENY JSOU UNIKÁTNÍ TECHNOLOGIÍ HIGH DEFINITION, KTERÁ KOMBINUJE PRVOTŘÍDNÍ INOVACE DESIGNU, FUNKCÍ, VLASTNOSTÍ A VÝKONU PRO CO NEJÚČINNĚJŠÍ A NEJKVALITNĚJŠÍ MYTÍ. PŘEDSTAVUJE NOVÉ FLEXIBILNÍ ŘEŠENÍ VNITŘNÍCH KOŠŮ FLEXILOAD, INTELIGENTNÍ SENSOR SYSTEM PRO DOSAŽENÍ MAXIMÁLNÍ ÚČINNOSTI MYTÍ A MINIMÁLNÍ SPOTŘEBY ENERGIE A VODY, VÝKONNÝ MOTOR FLEXIPOWER NEBO TICHÝ CHOD DÍKY SYSTÉMU EXTRASILENT. TO VŠE S VÝSLEDKEM PERFEKTNĚ UMYTÉHO NÁDOBÍ, MINIMÁLNÍ SPOTŘEBY A MAXIMÁLNÍ ŠETRNOTI K ŽIVOTNÍMU PROSTŘEDÍ.

Maximální využití vnitřního prostoru

Nové flexibilní vybavení vnitřních košů umožňuje optimální využití každé jejich části. Spodní koš, jehož stěna je zvýšena o 2,5 cm a dráty zesíleny o 5 mm, je doplněn o praktické výsuvné a sklopné držáky na objemné nádobí, které zajistí optimální umístění a perfektní stabilitu. Správnou polohu pro hrnce najdete díky držákům Zig-Zag. Košík na příbory je možné rozložit a posunout dle aktuální potřeby. 2 + 4 horní sklopné a polohovatelné držáky na drobné sklenice či šálky umožní lepší využití prostoru. Skvělou novinkou je třetí odkládací posuvná plocha umístěná na vrchu koše. Je určena pro malé nádobí a pro příbory. Doplněna je o držáky ve tvaru příborů pro jejich lepší polohování.



Supervýkonný motor a aktivní senzory

Pro optimalizaci mycí účinnosti v každém okamžiku byl vyvinut motor nové generace a vysoké výkonnosti, tak silný, jak je potřeba: mění provozní rychlost a tlak vody v závislosti na typu znečištění nádobí tak, aby bylo zaručeno dokonalé umytí. Motor kromě toho umožňuje dosažení tlaku vyššího o 160 % oproti tlaku u tradičních motorů pro získání ještě větší účinnosti při intenzivních mycích cyklech. Flexipower se vzájemně doplňuje se systémem Sensor System, který automaticky stanoví úroveň zašpinění měřením zakalení vody a následně reguluje množství vody, tlak trysek, tep-



www.hotpoint.cz

www.facebook.com/indesit.cz.sk



lotu a délku cyklu. Myčka tak dosahuje maximální účinnosti mytí podle míry zašpinění nádobí. Navíc exklusivní systém ExtraSilent zaručuje maximální tichost s omezením hluku na pouhých 42 dB.

Úspora času i peněz

Studie uvádějí, že mytím nádobí pod tekoucí vodou spotřebujeme cca 30 litrů vody. Nové myčky značky Hotpoint mají spotřebu vody sniženou na 10 litrů. Jejich kapacita je 14 sad nádobí, takže zatímco v dřezu umýváme nádobí i několikrát za den, myčku stačí zapnout pouze jednou denně. Myčky dosahují energetické třídy až A++ a nabízejí úsporu až 20 % v porovnání s třídou A. K úsporám při mytí v myčce je kromě nižších nákladů na energii a vodu nutné přičíst také ušetřenou cenu za teplou vodu, bez které se při mytí nádobí v dřezu neobejdeme.

...a ještě trocha technologie

Myčky Hotpoint jsou vybaveny novým systémem sušení s využitím ventilátoru a kondenzační komory. Po opláchnutí teplou vodou odchází vlhký vzduch vnitřním odtahem pryč z vany pomocí ventilátoru, který je umístěn na dně kondenzační komory. Vlhký vzduch jde do kondenzační komory přes vnitřní odtah, zkondenzuje a odchází. Výsledkem je perfektně usušené nádobí. Novinkou ve vybavení interiéru myček je také tvar ostřikova-



cích ramen a trysek, které zajistí správné rozstříkování vody, a inovovaný 3úrovňový filtr. Vybrat si můžete z 12 programů, např. Ultraintensive pro silně zašpiněné nádobí, Baby Cycle pro dokonalou hygienu a dezinfekci dětských kojeneckých lahviček a dudlíků nebo Special Guest pro umytí nádobí, které používáte pouze při slavnostních příležitostech, a to za 36 minut.



Efektivní mytí nádobí ve volně stojícím stylu

MYČKA NA NÁDOBÍ SE JEVÍ JAKO VELMI JEDNODUCHÉ ZAŘÍZENÍ – STAČÍ DO NÍ NASKLÁDAT NÁDOBÍ, SPUSTIT JI A POČKAT NĚKOLIK DESÍTEK MINUT. ZA DOKONALÝM MYTÍM SE VŠAK SKRÝVAJÍ DESETILETÍ VÝVOJE A POKROČILÉ TECHNOLOGIE. V POSLEDNÍCH LETECH NAVÍC DOŠLO K VÝRAZNĚJŠÍMU POSUNU V OBLASTI SNIŽOVÁNÍ SPOTŘEBY VODY A ENERGIE.

Základní rozdělení myček spočívá v jejich velikosti, respektive šířce. Nejrozšířenější kategorií jsou ty s šířkou 60 cm, které pojmu minimálně 10 sad nádobí. Samozřejmě lze při troše hledání odhalit v nabídce i menší šířky 55 nebo 45 cm. V prvním případě jde

o malé stolní zařízení, které je spíš specialitou v rámci trhu s těmito spotřebiči. Druhá jmenovaná skupina zastává mnohem významnější pozici a je vhodná v případě nedostatku prostoru nebo menšího počtu osob v domácnosti. 45cm myčky, kromě toho, že nemají takovou nabídku funkcí, nemají ani výrazně nižší pořizovací cenu a provozní náklady. A pokud by byly nasazeny často v provozu, mytí v nich by bylo méně efektivní než u větších modelů. Totéž lze říci i o výše zmíněné kategorii kompaktních 55cm myček. Vzhledově i rozměrově připomínají troubu a jsou schopny pojmout maximálně 4 až 5 sad nádobí. Hodí se tak pro domácnosti s malým provozem. Jejich výhodou ale je, že se dají umístit do libovolné výšky, při jejich plnění tak není nutné ohýbat se až k zemi.

Výbava

Co se vnitřního vybavení myček týče, dělicím znakem mezi nižší a vyšší třídou je přítomnost senzorové technologie. Každý výrobce ji nazývá trochu jinak, i technické detaily se mohou lišit, ale princip zůstává stále stejný. Voda stékající po nádobí se podrobuje při odtoku analýze a myčka zjišťuje, kolik v ní je zbytků jídla a mastnoty. Pokud je nádobí málo zašpiněné (například skleničky apod.), zvolí myčka sama nižší teplotu, tlak a délku mycího cyklu než například u připálených pánví. To vede nejenom k lepším výsledkům, ale také k nezanedbatelné úspoře vody a energie. Takto vybavené myčky pak nezdědka patří mezi ty nejúspěšnější na trhu. Porovnat jednotlivé modely různých výrobců lze jen hrubě, protože základní údaje o spotřebě se týkají referenčního programu. V případě volby automatického, řízeného inteligentními senzory, může být spotřeba ještě nižší. Myčky obecně nabízejí stále širokou paletu programů. Například ekologický, kdy je k mytí použita nižší teplota. Stejně tak lze v nabídce většiny modelů najít i nějaký ten program, který používá teplotu 70 °C nebo vyšší pro zničení bakterií.

Kromě už zmiňovaných senzorů to mohou být myčky vybavené takovými specialitami jako UV lampou pro dezinfekci nádobí po skončení mycího cyklu anebo výměníkem tepla sloužícím k sušení za pomoci tepla vygenerovaného při mytí.

Na druhé straně tu máme vylepšení, která nestojí moc peněz, ale jejich přínos je nezanedbatelný. Jedná se především o variabilitu uspořádání vnitřního prostoru. Standardem je polohovatelný horní koš, a to i v situaci, kdy je naplněný. Čím dál častěji se také používá samostatný třetí šuplík na příbory místo košíku, který pak nezabírá místo ve spodní přihrádce. Jednotliví výrobci také přicházejí s vylepšeními samotných košů, aby lépe odpovídalo reálnému používání. Někteří zase zvětšují vnitřní prostor myčky, přidávají třetí ostřikovací rameno nebo vylepšují ta stávající o další prvky. Rozmanitost trhu lze v oblasti myček označit za skutečně velkou, z čehož těží hlavně spotřebitel.

Amica**ZWA 628 W**

Volně stojící myčka o šířce 60 cm poskytuje prostor pro 12 sad nádobí. Při jejich mytí spotřebuje 13 l vody a 1,05 kWh elektrické energie, což zařízení řadí do energetické třídy A. Myčka nabízí 8 různých programů, mezi nimiž najdeme intenzivní mytí při teplotě 70 °C, ekologický program, poloviční program anebo předmytí. Horní koš lze výškově nastavit do 4 různých poloh. Přístroj je dále vybaven systémem pro změkčování vody, zabezpečením proti úniku vody, ukazatelem nedostatku soli a leštidla, odloženým startem anebo možností připojení teplé vody.

**Bauknecht****GSF WH Touch**

Volně stojící myčka s šířkou 60 cm je připravena pojmout 13 sad nádobí, přičemž pro jejich mytí má připravenou nejednu moderní technologii. Jednou z nich je systém senzorů hlídajících zašpinění vody, což optimalizuje proces mytí. Myčka se řadí do energetické třídy A+. Pro zvláště odolnou špinu je zde nachystáno 24 vysokotlakých trysek, které si daleko lépe poradí s připálenými zbytky jídla na nádobí, a to bez zvýšení spotřeby vody. Myčka disponuje celkem 7 programy a samozřejmě jí nechybí ani systém pro zabránění úniku vody.

**Baumatic****BDWF670SL**

60 cm široká myčka na nádobí ve stříbrném provedení nabízí místo pro 14 sad nádobí, pro které je připraveno celkem 7 mycích programů. Mezi nimi naleznete i program pro křehké sklo, intenzivní nebo úsporné mytí a také namáčení. Spotřeba vody při referenčním programu dosahuje 12,5 l na jeden cyklus a produkovaný hluk 49 dB. Mezi další funkce patří odložený start a funkce poloviční náplně. Čelnímu panelu dominuje LCD displej a samozřejmě nechybí pojistky proti přetečení ani možnost výškově nastavit horní koš. Zařízení spadá do energetické třídy A+.

**BEKO****DFN 1001 X**

Mezi hlavní přednosti této myčky s nerezovou povrchovou úpravou patří její úspornost. Spotřeba 0,9 kWh na cyklus znamená energetickou třídu A++. Spotřeba vody dosahuje hodnoty 10 l. Nízká je také úroveň hlučnosti, která činí 44 dB. Na čelním panelu naleznete textový LCD displej, s jehož pomocí se ovládají všechny podstatné funkce. Mezi ně patří například turbo sušení, indikace nedostatku soli a leštidla. Program myčka nabízí pouze jeden, je však plně automatický a pomocí systému senzorů se přizpůsobí vloženému obsahu a jeho zašpinění.

**Lexikon****Energetická třída**

Zařazení do energetické třídy udává, jak úsporný či neúsporný spotřebič je. Označuje se písmeny A až F, přičemž A je nejvíce úsporný, F nejméně. Vzhledem k technologickému pokroku byly loni stanoveny v EU nové energetické třídy, které výrobci už dříve neoficiálně používali. Nad třídou A se tedy ještě nachází A+, A++ a nejúspornější A+++.

Senzory

Pokročilejší myčky jsou vybaveny senzory snímajícími zaplnění myčky a intenzitu zašpinění nádobí. Podle toho zvolí optimální mycí program a efektivní dávkování prostředku. Kontrolována je odtékající voda.



BEKO DFN 6838

60cm myčka značky BEKO nabízí nejenom úsporný provoz, ale i řadu pokročilých technologií pro mytí nádobí. Má celkem 8 mycích programů, mezi nimiž lze nalézt plně automatický, rychlý anebo intenzivní používající teplotu 70 °C. Myčka nese označení energetické třídy A++ a při referenčním programu spotřebuje 10 l vody na jeden cyklus. Na LCD displeji lze nastavit například odložený start, poloviční náplň nebo turbo sušení. Myčka v bílém barevném provedení má výškově nastavitelný horní koš, ochranu proti přetečení a její hlučnost je 43 dB.



Blomberg GSN 9583 XB630

Myčka z energetické třídy A+++ je připravena na 13 sad nádobí. Její povrch je vyveden v nerez s úpravou proti otiskům prstů a s dominantním LCD displejem na čelním panelu. K dispozici je celkem 10 programů. Ty začínají předmytím, jemným mytím při teplotě okolo 30 °C, přes rychlé, úsporné až k tomu plně automatickému, řízenému senzorovou technologií, anebo intenzivnímu s teplotou vody 70 °C. Dále se nabízí možnost odloženého startu, poloviční náplně nebo turbo sušení. Nechybí ani indikace nedostatku soli a leštidla. Vrchní koš je výškově nastavitelný, přítomný je i třetí zásuvkový šuplík na příbory.



Bosch SMS69U02EU

Myčka německého výrobce se šířkou 60 cm je připravena pojmout 13 sad nádobí a pracuje v energetické třídě A++. Spotřeba vody přitom činí pouhých 9 l. K dispozici je celkem 6 programů, kromě předmytí a rychlého programu jsou to automatické programy řízené senzorovou technologií, u kterých se liší použitá teplota. Myčka dále nabízí zajímavé doplňkové funkce, například IntenzivZone, kdy je na spodním koši použit vyšší tlak pro lepší umytí připáleného nádobí. Dále je to poloviční náplň, zrychlené mytí a také výměník tepla, který využívá zbytkovou energii z mytí pro následné sušení.



Brandt DFH 1030E

Volně stojící myčka značky Brandt disponuje prostorem pro 13 sad nádobí. Spotřeba vody dosahuje 11 l a elektrické energie 0,85 kWh, což zařízení řadí do energetické třídy A++. Pomocí elektronického programátoru lze vybrat některý ze 7 programů. K dispozici je i program automatický, kdy senzory hlídají úroveň znečištění vody, ale také rychlý půlhodinový program pro mytí křehkého skla anebo naopak připáleného nádobí a také rychlý hodinový program, který za cenu zvýšení spotřeby vody a energie umyje obsah za 60 minut oproti 90. Zajímavostí je speciální povrch stropu, který odpuzuje vodu, a ta při sušení nestéká zpátky na nádobí. Nabízí se i odložený start a zásobník jak na tablety, tak sypké nebo tekuté prostředky.

Programy

Různé programy umožňují přizpůsobit mycí cyklus aktuálním potřebám. Můžete například jen rychle opláchnout nádobí s nezaschlými zbytky, ušetřit energii a vodu na úkor času anebo naopak zvolit rychlé či velmi intenzivní mytí.

Referenční program

Jedná se o program, který musejí mít všechny myčky na trhu, aby je bylo možné jednoduše a objektivně porovnat. Program Eco 50 může mít u různých myček odlišné trvání. Uváděná spotřeba energie a vody u každé myčky se vždy týká tohoto programu, pokud není uvedeno jinak.

MYČKY FAGOR OPĚT MEZI NEJLEPŠÍMI

V POSLEDNÍM DŮKLADNÉM TESTOVÁNÍ MYČEK, ZVEŘEJNĚNÉM V PRESTIŽNÍM ČASOPISU DTEST V LOŇSKÉM ROCE, STANULY MYČKY FAGOR V KONEČNÉM HODNOCENÍ MEZI NEJLEPŠÍMI. NOVÁ GENERACE MYČEK FAGOR, UVÁDĚNÁ V TĚCHTO DNECH NA ČESKÝ TRH, POSOUVÁ TYTO SPOTŘEBIČE O ÚROVEŇ VÝŠE, A OPĚT SE TAK ZAŘAZUJÍ

K ABSOLUTNÍ ŠPIČCE. MEZI NOVINKAMI ZAUJMOU MODELY S ENERGETICKOU TŘÍDOU A+++, SPOTŘEBOU VODY POUHÝCH 6 LITRŮ NA CYKLUS NEBO S HLUČNOSTÍ JEN 39 DBA. TYTO HODNOTY JSOU VÝSLEDKEM MĚŘENÍ NEZÁVISLÝCH AUTORIZOVANÝCH LABORATOŘÍ, CERTIFIKOVANÝCH K POTVRZENÍ TĚCHTO VÝJIMEČNÝCH PARAMETRŮ.



FAGOR ES40IT

13 sad nádobí
Spotřeba 6 l vody
/ 0,94 kWh na cyklus
Technologie Water Saver
Spodní rameno Cyclone
Hlučnost 42 dBA
Třídy energetická, mytí,
sušení A++, A, A
DPC 18 990 Kč



FAGOR ES36

13 sad nádobí
Energetická třída A+++
Spotřeba 10 l vody
/ 0,8 kWh na cyklus
Hlučnost 46 dBA
Spodní rameno Cyclone
Třídy mytí, sušení A, A
DPC 14 990 Kč



FAGOR ES34IT

14 sad nádobí
Dělitelná vyjímatelná
zásuvka na příbory
Spotřeba 11 l vody
/ 0,94 kWh na cyklus
Spodní rameno Cyclone
Hlučnost 47 dBA
Třídy energetická, mytí,
sušení A++, A, A
DPC 14 990 Kč



FAGOR ES38X

13 sad nádobí
Hlučnost 39 dBA
Spotřeba 8,8 l vody
/ 1,05 kWh na cyklus
Spodní rameno Cyclone
Třídy energetická, mytí,
sušení A+, A, A
DPC 17 990 Kč



Velkokapacitní horní
koš SPACE



Vyjímatelná zásuvka
na příbory



Příhrádka na mycí prostředek
umístěná pod horním košem



www.fagor-elektro.cz





Brandt DFH 1044

Myčka Brandt v bílém barevném provedení nabízí místo pro 14 sad nádobí, o které se postará v energetické třídě A+ a při spotřebě vody 10 l na cyklus. Vše se ovládá prostřednictvím elektronického programátoru s LCD displejem, na kterém se ukazuje čas do konce programu. Těch je k dispozici celkem 8 společně se 7 různými teplotami. Vybrat můžete například program pro křehké sklo, ekologický, rychlý hodinový anebo také Power-Jet pro silně připálené nádobí, který kombinuje působení vyššího tlaku vody společně s vysokou teplotou. Vše lze spustit s časovým odstupem jedné až 24 hodin.



Candy CDP 6853

Tento model italské značky je vybaven senzorovou technologií. Spadá do energetické třídy A+ a spotřebuje 10 l vody na jeden mycí cyklus. Myčka s digitálním displejem je vybavena 3 koši a také 12 mycími programy. Najdeme mezi nimi předmytí, jemné mytí skla, intenzivní mytí při použití vody ohřáté na 75 °C, samozřejmě také automatický program řízený senzory anebo speciální noční program, při jehož použití produkuje spotřebič hluk pouze 43 dB. Zvolit můžete odložený start až o 23 hodin, nechybí ani ukazatele nedostatku soli nebo leštidla, stejně tak jako ochrana proti vytečení.



ECG EDF 6055 W

Volně stojící myčka nádobí s šířkou 60 cm pojme 12 sad nádobí. Se spotřebou 0,95 kW/cyklus spadá do energetické třídy A+. Spotřeba vody je 12 l na cyklus. Nabízí celkem 5 mycích programů a za chodu vydává hluk na úrovni 52 dB. Do výbavy patří samočisticí nerezový mikrofiltr, pojistka proti přetečení, pojistka proti záplavě, zakryté topné těleso, nastavitelný horní koš, sklopné přihrádky na talíře, nastavitelná výška nožiček a také možnost vestavy pod pracovní desku.



Electrolux ESF6800ROX

Tento model volně stojící myčky od Electroluxu překvapí mnohými technologickými novinkami. Kupříkladu je u ní možné i v průběhu mytí zkrátit dobu cyklu až na polovinu ve chvíli, kdy potřebujete čisté nádobí rychleji. Dále se jedná například o automatické otevírání dveří po skončení cyklu a také senzorový systém. Myčka patří do energetické třídy A+++ a spotřebuje 10 l vody na cyklus. Systém FlexiLift umožňuje nastavit výšku horního koše do nižší a vyšší polohy, dokonce i když je plně naložený. Myčka pojme 12 sad nádobí.

Hlučnost

Parametr hlučnosti je důležitý, pokud chcete myčku používat i v noci. 30 dB odpovídá šepotu, 40 dB tlumenému hovoru, 50 dB obracení stránek novin a 60 dB běžnému hovoru.

AquaStop

AquaStop je komplexní systém prevence úniku vody z myčky, který je schopen předcházet riziku vyplavení. Jeho základem je dvojitý elektroventil na přívodní hadici, který je v případě problémů schopen zablokovat přívod vody do myčky.

BEKO



Myčky BEKO Inovace pokračují



Společnost BEKO patří k nejrychleji rostoucím výrobcům bílé techniky na českém trhu. Myčky z dílny BEKO se vyznačují pokročilými funkcemi včetně programu BEKO BabyProtect, velmi nízkou spotřebou vody i energie a nadstandardní kapacitou. Neměly by proto chybět v nabídce žádného prodejce domácích spotřebičů, ze širokého sortimentu si vybere opravdu každý.

BEKO nabízí na českém trhu kompletní sortiment myček. Jak volně stojící a vestavné, tak modely se šířkou 45 a 60 cm. U volně stojících má zákazník na výběr myčky v bílém, stříbrném, či nerezovém provedení. Hlavní devízou myček BEKO jsou jejich funkce a technické specifikace.

Active Wash

Zcela ojedinělý program, který zajišťuje díky speciálnímu čerpadlu a ventilu dvojitý tlak vody použitý při mytí. Nižší tlak vody pro horní koši poskytuje šetrné a přitom dokonale umytí jemného nádobí, jakým jsou například skleničky či porcelán. V dolní koši je naopak tlak vody až o 60 % vyšší, tudíž dochází k intenzivnímu mytí hrnců či pánví.

BEKO Baby Protect

Speciální program pro dokonalou hygienu je vhodný k mytí dětského či kojeneckého nádobí. Program získal certifikaci společnosti LGA a zničí 99,9 % virů a bakterií. Myčky disponují také antibakteriálním těsněním, zvyšujícím úroveň hygieny. Program BEKO BabyProtect naleznete i u dalších spotřebičů BEKO, jako například praček a sušiček, které se s maximální péčí postarají o prádlo dětí a alergiků.

Extrémně nízká spotřeba

Nejnovější myčky BEKO, které postupně přicházejí na náš trh, se chlubí spotřebou již od 6 litrů vody na jeden mycí cyklus či energetickou třídou ještě o 10 % úspornější než A+++ . Téměř všechny myčky BEKO mají energetickou třídu A++ a myjí nádobí vysoce efektivně.

Velká kapacita

Po velké večeři bývá hodně nádobí, které se nemusí vejít do myčky najednou. Proč ale mýt nadvakrát a spotřebovávat zbytečně vodu a energii navíc, když jsou tu myčky BEKO. 45 cm široké myčky, které pojmu běžně 9 sad nádobí, jsou v případě značky BEKO na 10 sad nádobí. A myčky se šířkou 60 cm umyjí místo běžných 12 sad dokonce 13 až 15 souprav nádobí.

Kompletní automatika

Zcela jedinečný model DFN 1001 X One Touch je plně automatická myčka, která si na základě údajů celé řady senzorů sama stanoví optimální parametry mycího programu. Stačí proto stisknout jediné tlačítko a o veškeré nastavení mycího cyklu se postará ona sama.

Prémiová výbava

Většina myček BEKO má už 3 sprchovací úrovně pro dokonalejší umytí nádobí v horní koši. Kromě toho je stále více modelů vybaveno 3. výsuvným košem na příbory či malé šálky.

Tichost, nízká spotřeba a dlouhá životnost

Za tyto všechny atributy vděčí myčky BEKO speciálnímu BLDC motoru pracovního čerpadla. Umožňuje mnohem dokonalejší řízení chodu motoru, otáček, a tím pracovního tlaku čerpadla. Bezkartáčový BLDC motor, který většina myček BEKO používá, zajišťuje nízkou hladinu hluku či spotřebu energie, vysoký výkon, jednoduchou a efektivní regulaci provozu a dlouhou životnost.

Vhodné pro podstavbu

U všech modelů volně stojících myček můžete jednoduše odmontovat horní desku, takže je lze podstavit pod pracovní desku kuchyňské linky.

www.facebook.com/bekocr

www.bekocr.cz

BEKO



Hotpoint LDFA++ 12H14 X EU

Myčka s energetickou třídou A++ pro 14 jídelních souprav se chlubí množstvím pokročilých technologií. Patří mezi ně Flexi Power, což je nová generace motoru, Dual Space, který umožňuje plně využít prostor spodního koše pro obzvlášť velké talíře a příbory. Horní koš se zvedne o 5 cm jediným jednoduchým pohybem. Speciální program umožňuje mýt i věci určené pro nejmenší se zvláštní péčí o naprostou čistotu. Programů je celkem 12 a najdeme mezi nimi oplachování, rychlý půlhodinový, speciální program pro křehké sklo anebo noční program se sníženou hlučností. Nechybí ani časovač odloženého startu.



Indesit DFP 5841 NX EU

Myčka se standardní šíří 60 cm a třídou energetické účinnosti A+ nabízí kapacitu pro 14 sad nádobí. Z 8 mycích programů lze vybrat ten správný na digitálním displeji. Nalezneme mezi nimi oplachování, program

pro sklo, ekologický, intenzivní rychlý a také rychlý trvající 25 minut. Mycí teploty se v závislosti na programu pohybují mezi 40 a 70 °C. K dispozici je dále odložený start, ukazatel zbývajících doby a také ukazatele nedostatku soli nebo leštidla. Lze nastavit i poloviční náplň a také používat tablety typu 4 v 1. Horní koš je výškově nastavitelný.



Fagor ES2+2

I zástupce od Fagoru je vybaven senzorovou technologií, tudíž automaticky upravuje spotřebu vody i energie. Variabilní je také vnitřní uspořádání. Výšku horního koše lze nastavit, i když je zcela naplněný, stejně snadno sklopite držáky. Myčka pojme až

14 sad nádobí, a co se programů týče, nabízí jich celkem 7. Kromě těch automatických je k dispozici i hodinový – ten se o plnou myčku nádobí postará za méně než 60 minut, a to bez jakýchkoli kompromisů v kvalitě mytí. Spotřeba vody 12 l/cyklus, hlučnost 47 dB.



Siemens SN26U893EU

Myčka německého výrobce spadá do kategorie přístrojů se štítkem A+++. Do svých útroby pojme 13 jídelních sad a při použití ekologického programu na jejich mytí spotřebuje pouze 7 l vody. Hlučnost činí 44 dB. Přístroj nabízí celkem 6 programů, přičemž

většina z nich využívá senzorovou technologii. Ve výbavě se dále nacházejí speciální funkce. Jedná se například o systém sušení Zeolith, který využívá minerálu schopného pohlcovat vlhkost, systém VarioSpeed umožňující zkrátit dobu mytí až na polovinu, dávkovací asistent pro optimální distribuci mycího prostředku v tabletách.

UV lampa

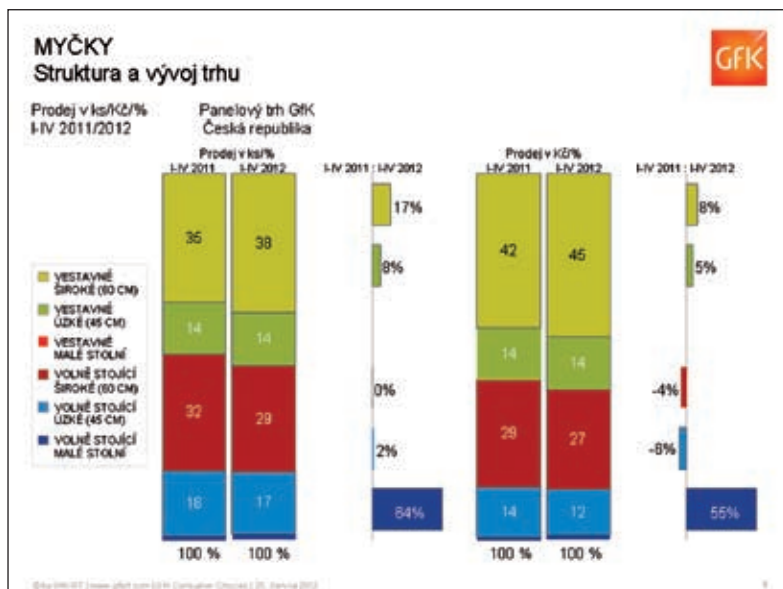
Některé modely jsou vybaveny lampou produkující ultrafialové záření, která se automaticky spustí po každém mycím cyklu. Zničí se tak většina bakterií, které by mohly v myčce zůstat.

Výměník tepla

Výměník tepla je zabudován do stěn a slouží jako kondenzátor při sušení nádobí, kdy se na chladném povrchu stěn sráží voda. Při mytí se odpadním teplem ohřívá voda pro další cyklus.

MYČKY NA ČESKÉM TRHU

**ZA PRVNÍ TŘETINU LETOŠNÍHO
ROKU SE V POROVNÁNÍ SE STEJNÝM
OBDOBÍM LOŇSKÉHO ROKU¹
PRODALO MYČEK O NECELOU
DESETINU VÍCE, I KDYŽ ZA CENU
V PRŮMĚRU² O 5 % NIŽŠÍ. TRŽBY
S VESTAVNÝMI MYČKAMI PŘITOM
VZROSTLY O 8 %, ZATÍMCO VOLNĚ
STOJÍCÍ MYČKY ZAZNAMENALY
4% POKLES OBRATU – TREND
ZCELA OPAČNÝ PŘI POHLEDU NA
MEZIROČNÍ VÝVOJ O ROK NAZPĚT.**



Meziroční srovnání loňského roku s rokem 2010 ukázalo ve sledovaných distribučních kanálech³ kladný, téměř 20% objemový přírůstek myček, ten však doprovázel značný pokles cen, který se promítl i do záporného výsledku srovnání tržeb vestavných myček. Vývoj v letošní třetině roku se vyznačoval celkově mírnějšími změnami. Průměrná cena vestavných myček klesala obdobným tempem jako u volně stojících výrobků a podobně ani jednotlivá provedení – široké (60 cm), „slim“ či malé stolní myčky – se v tempu poklesu aktuálního meziročního srovnání průměrné ceny prakticky nelišila.

Růst podílu vestavných myček

V první třetině minulého roku představoval podíl volně stojících myček 51 % celkového objemu trhu, v letošní třetině se již snížil na 48 %, v dubnu ještě o další dva procentní body.

Podíl vestavného provedení rostl meziročně jak u myček plné 60cm šíře, tak i u užších typů. V letošním dubnu se vestavby podílely na celkovém objemu myček u širokého provedení skoro 60 %, u „slim“ výrobků téměř z poloviny. V průměru zaplatili v tomto měsíci kupující za vestavné myčky 11 800 korun⁴, za volně stojící modely v průměru o 3 100 korun méně.

Zájem o energeticky úsporné modely

V průměru zaplatili spotřebitelé v letošní první třetině roku za myčku 10 300 korun, což bylo zhruba o 600 korun méně než před rokem. Podobně jako u celé širší technického zboží, také u myček nabídka umožňovala, aby se v rostoucí míře prodávaly technicky lépe vybavené modely – tedy s menší spotřebou energií či například nižší hlučností, ale za cenu v průměru nižší než ve stejném období předchozího roku. Objemový podíl energetické třídy A++ se meziročně přibližně zdvojnásobil, podíl třídy A+ vzrostl téměř 5krát. Podíl prodeje myček energetické třídy A tak v prvních čtyřech měsících letošního roku představoval necelých 60 % objemu a zaznamenal meziroční snížení téměř o 30 procentních bodů.

Vývoj cen ve znamení poklesů

Takřka 60 % z celkových množstevních prodejů myček tvořily výrobky v ceně do 10 tisíc korun. Meziroční nárůst kusových prodejů tohoto segmentu představoval necelou pětinu, v hodnotě rostl nižším tempem. Objemový podíl prodeje dražších myček – přibližně od 14 tisíc korun – se však meziročně nesnížil. Nejlevnější cenový segment rostl především na úkor cenově následující kategorie, a to od 10 do 12 tisíc korun.

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

GfK: Trh s technickým zbožím nadále klesá

Meziroční propad ve druhém čtvrtletí dosáhl 10 %, malé a velké spotřebiče ale rostou

NELEHKÁ SITUACE NA MNOHÝCH EVROPSKÝCH TRZÍCH POKRAČUJE A VÝJIMKOU NENÍ ANI TEN ČESKÝ. PODLE VÝSLEDKŮ GfK TEMAX ZA DRUHÉ ČTVRTLETÍ DOŠLO K DALŠÍMU POKLESU HODNOTY TRHU, KTERÝ SE TÝKÁ PŘEDEVŠÍM INFORMAČNÍCH TECHNOLOGIÍ, SPOTŘEBNÍ ELEKTRONIKY A KANCELÁŘSKÉ TECHNIKY. DOMÁCÍ SPOTŘEBIČE JSOU NA TOM O POZNÁNÍ LÉPE.

V meziročním srovnání se propadl trh s technickým zbožím ve druhém čtvrtletí o 10,1 %, první polovina roku 2012 pak zaznamenala celkově pokles o 10,4 %. V černých číslech zůstávají ze sledovaných kategorií pouze velké a malé domácí spotřebiče. Další kategorie – spotřební elektronika, foto, informační technologie, telekomunikace a kancelářská technika – klesají. Některé dokonce dvouciferným tempem.

Domácí spotřebiče s mírným růstem

Trh v druhém čtvrtletí letošního roku rostl o 2,3 %. Tento nárůst je stále tvořen především nárůstem průměrné ceny, což je dáno nárůstem prodeje spotřebičů s vyšší cenou, zejména kávovarů, kuchyňských robotů a mixérů a vysavačů. Tyto 3 produktové skupiny jsou z hlediska nárůstu trhu nejdůležitějšími skupinami v kategorii malých domácích spotřebičů.

Ve druhém čtvrtletí roku 2012 byl vývoj v sektoru velkých domácích spotřebičů s pozitivním růstem 0,6 % hodnoty. Internetový prodej rostl i nadále, zatímco tradiční prodeje byly v prodejní hodnotě mírně negativní. Pouze kategorie pračky vykazovala pokles v hodnotě, ale v kusovém vyjádření rostla. Volně stojící spotřebiče obecně zaznamenaly nižší růst než vestavné spotřebiče, které pokračovaly v růstu i ve 2. čtvrtletí roku 2012.

Další technické zboží ve znamení propadu

Zatímco výrobci a prodejci domácích spotřebičů mohou být s výsledky GfK TEMAX vzhledem k současné situaci poměrně spokojeni, ostatní už o poznání méně. Trh s informačními technologiemi zaznamenal v meziročním srovnání druhého čtvrtletí pokles o velmi vysokých 20 %. Tento negativní

vývoj je možné připsat zejména prudkému propadu v prodeji přenosných počítačů. Jako do značné míry konkurenční produkt pro přenosné počítače, zejména pak pro netbooky, se ukazují tablety. Ty jsou jedinou skupinou, která meziročně roste. Všechny hlavní segmenty trhu zároveň zaznamenávají pokles průměrných cen, i když ne v takové míře jako během roku 2011.

Dobře na tom není ani spotřební elektronika, kde se obrát ve sledovaných distribučních kanálech snížil o 15 % oproti stejné periodě roku předcházejícího. Žádná kategorie v rámci spotřební elektroniky nevykazuje meziroční nárůst. Oproti minulým rokům je již nižší cenová eroze. Klíčová kategorie, ploché televizory, má v kusech jen mírný pokles. U ostatních kategorií existují rostoucí subsegmenty, například Blu-ray přehrávače, domácí kina s Blu-ray a multimediální MP3/MP4 přehrávače, nicméně nedokážou kompenzovat propady zbytku trhu.

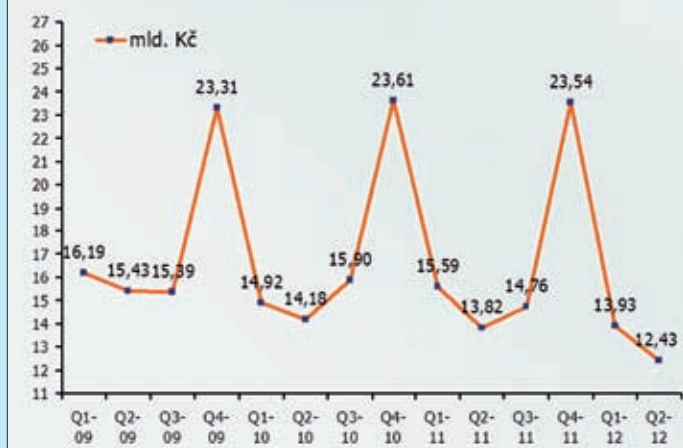
U fototechniky došlo jen k mírnému propadu. Rostoucím segmentem byly fotoaparáty s výměnným objektivem, tj. digitální zrcadlovky a kompakty s výměnným objektivem. Negativní vývoj naopak zaznamenaly kompakty s pevným objektivem, které však z hlediska váhy na celkovém obrátu zůstávají nejdůležitějším segmentem.

V obrátovém vyjádření zaznamenal trh s mobilními telefony v druhém čtvrtletí roku 2012 zmírnění poklesu. Zůstal ale nadále v červených číslech vlivem klesající průměrné ceny telefonů.

Výčet uzavírá kancelářská technika, která od začátku roku meziročně klesá dvouciferným tempem. Tento negativní vývoj pokračoval i ve druhém čtvrtletí, které uzavřelo na 24% poklesu celkové prodané hodnoty zboží ve srovnání se stejným obdobím předchozího roku. Propad prodeje postihuje bez výjimky všechny sledované kategorie.

Zdroj: GfK Retail and Technology

Vývoj obrátu u zboží dlouhodobé spotřeby



Velikost trhu, podíl na obrátu, růst obrátu v porovnání s minulým rokem	Q3 2011	Q4 2011	Q1 2012	Q2 2012	Q2 12 / Q2 11	Q1-2 2012	Q1-2 12 / Q1-2 11
	mld. Kč	mld. Kč	mld. Kč	mld. Kč	+/- %	mld. Kč	+/- %
Spotřební elektronika (CE)	3.072	5.600	2.759	2.370	-15,4%	5.129	-19,2%
Foto (PH)	590	827	412	580	-0,1%	992	-7,6%
Velké domácí spotřebiče (MDA)	3.347	3.824	3.111	2.921	-0,6%	6.032	-1,3%
Malé domácí spotřebiče (SDA)	984	2.258	1.091	966	-2,3%	2.057	-1,4%
Informační technologie (IT)	4.426	7.430	4.301	3.423	-20,2%	7.724	-15,7%
Telekomunikace (TC)	1.960	3.112	1.867	1.820	-1,2%	3.687	-4,7%
Kancelářská a výpočetní technika (DE)	377	491	393	349	-24,0%	742	-24,9%
GfK TEMAX® Česká Republika	14.757	23.542	13.934	12.429	-10,1%	26.362	-10,4%

Dokonale čisté nádobí s myčkami Blomberg

SPOLEČNOST BLOMBERG JE JEDNÍM Z NEJVĚTŠÍCH SVĚTOVÝCH VÝROBCŮ V SEKTORU DOMÁCÍCH ELEKTROSPOTŘEBIČŮ. SPOTŘEBIČE TÉTO NĚMECKÉ ZNAČKY S VÍCE NEŽ 120LETÝMI ZKUŠENOSTMI SE VYZNAČUJÍ OVĚŘENOU KVALITOU VÝROBY, UNIKÁTNÍMI INOVACEMI A MODERNÍM DESIGNEM. NEJINAK JE TOMU I V SEKTORU VOLNĚ STOJÍCÍCH A VESTAVNÝCH MYČEK NÁDOBÍ, KDE ZNAČKA BLOMBERG NABÍZÍ NA ČESKÉM TRHU VÝROBKY SE ŠPIČKOVÝMI PARAMETRY.

Vynikající uspořádání vnitřního prostoru

Myčky Blomberg se vyznačují praktickým vnitřním prostorem, který umožní pohodlně umýt až 15 sad nádobí. K vynikajícímu řešení vnitřního prostoru přispívá například přídatná horní zásuvka pro uložení příborů nebo kávových hrníčků. I při použití této zásuvky je možné do bočních držáků horního koše vložit vysoké sklenice. Zásuvku lze snadno vyjmout v případě, že budete potřebovat do horního koše umístit větší nádobí. Ve stropu nad zásuvkou je umístěno plnohodnotné ostríkovací rameno pro perfektní umytí příborů. Velký horní koš Smart Rack je možné pohodlně výškově nastavit bez nutnosti vyjmutí z vodicích lišt. Obsahuje také speciální držáky umožňující bezpečné uložení skleniček se stopkou. Dalším šikovným pomocníkem je speciální košík na příbory, který je možné rozdělit na 3 části. Ty lze libovolně rozmístit v myčce nebo použít pouze některou z částí. Spodní koš pak díky sklopným držákům nabízí dostatek prostoru i pro ty největší hrnce a pánve.



Inovacemi k úsporám

Hlavní devízou myček Blomberg je tiché a úsporné DC čerpadlo s elektronicky řízeným bezkartáčovým DC motorem, vyvinutým s myšlenkou šetřit váš čas a energii:

- při účinnosti mytí A umyje 15 sad nádobí v energetické třídě A+++,
- se spotřebou vody min. 6 l na jeden mycí cyklus,
- při účinnosti mytí A umyje 15 sad nádobí během 55 minut.

Myčky Blomberg proto patří k nejúspornějším, nejrychlejším, nejtisším a nejúčinnějším myčkám na světě. Díky inovativní technologii DC čerpadla můžete v rámci jednoho mycího programu mýt v horním koši křehké sklo a porcelán nízkým tlakem vody a zároveň ve spodním koši zapečené plechy a pánve vysokým tlakem vody.

Při tomto programu je tlak na spodní trysce o 60 % vyšší, což zaručuje dokonalý výsledek mytí. Za zmínku jistě stojí také automatický program, při kterém myčky díky svým citlivým senzorům vyhodnotí množství a míru znečištění nádobí a tomu přizpůsobí nastavení mycího cyklu.

Vybrané modely myček Blomberg nabízejí funkci automatického otevření dveří po ukončení cyklu pro snadnou manipulaci a odvětrání myčky.

Spotřebiče Blomberg jsou dlouhodobě synonymem německé kvality a spolehlivosti, potvrzením jejich kvality je poskytovaná 4letá záruka.

**Blomberg**

Facebook má novou mobilní reklamu. Jak funguje?

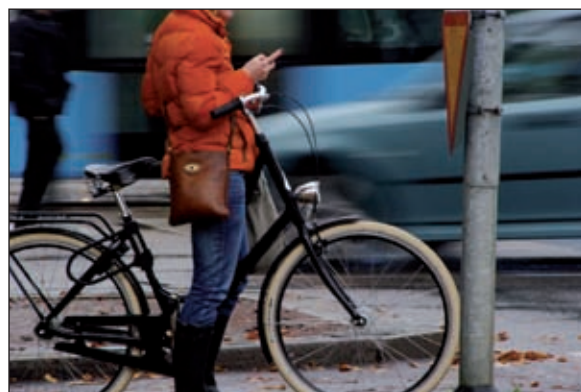
JAK SE FACEBOOK POMALU BLÍŽÍ MILIARDĚ UŽIVATELŮ, ZDÁ SE, ŽE BY MĚL EXISTENČNÍ JISTOTU SPÍŠ NABÝVAT NEŽ POZBÝVAT, OVŠEM PONĚKUD PŘEKVAPIVĚ TOMU TAK NENÍ. SOCIÁLNÍ SÍŤ STÁLE BOJUJE S PŘETAVENÍM MOBILNÍCH UŽIVATELŮ VE FINANČNÍ PŘÍJMY, A JAK JDE ČAS A POČTY MOBILNÍCH UŽIVATELŮ POMALU, ALE O TO JISTĚJI NARŮSTAJÍ, ZAČÍNÁ V TOMTO OHLEDU BÝT STÁLE NERVÓZNĚJŠÍ.

Řešením, které Facebook pro klid akcionářů představil, je mobilní reklama. Cíleně čistě na mobilní přístroje sociální síť představila teprve nedávno, na začátku června tohoto roku. Času nicméně uběhlo dost na to, aby se dostavily první poznatky, jaké má mobilní reklama výsledky. Nejzajímavějšími z těchto zkušeností se jeví dvě vůbec první studie, které se mobilními Sponsored Stories cíleně zabývaly a které jejich výkonnost srovnávaly s ostatními formáty reklamy na sociální síti. Co je na kombinaci těchto studií nejlepší, je fakt, že každá reklamu zkoumala úplně jiným způsobem, podle jiných kritérií a sledovala jiné její výkonnostní parametry.

Studie od AdParlor, jedné z čelných agentur starajících se o reklamní kampaně na největší sociální síti, nese název State of Facebook Mobile Advertising. Řeší výhradně tradiční on-line ukazatele, jakými jsou cena, proklikovost a konverze, díky ní lze mobilní Sponso-

red Stories dobře srovnávat i s reklamou mimo Facebook. Oproti tomu EyeTrackShop zajímalo mnohem víc to, jakým způsobem lidé reklamu na svých displejích a monitorech sledují, jak dlouho s ní pracují a jak dobře si ji pamatují. K tomuto účelu agentura vyvinula speciální technologii, s jejíž pomocí sleduje dobrovolníky, na jaká místa a jak dlouho upírají na stránkách s reklamou svoje pohledy. Další relevantní informace získává agentura ještě doplňujícím testem.

Stejně jako jsou rozdílné postupy, jak obě studie k mobilním Sponsored Stories na Facebooku přistupovaly, tak jsou také odlišné jejich výsledky. Studii od AdParlor nezbývalo než u reklamy v mobilních News Feedech pochválit opravdu velmi vysokou proklikovost, která v kombinaci s nižší cenou za proklik a poněkud



nižšími konverzemi oproti reklamě na PC rozhodně pro zadavatele znamená využitelný formát.

EyeTrackShop naopak jednoznačně odvodil, že je mobilní reklama na největší sociální síti méně zajímavá než tradiční reklama, protože ji uživatelé častěji vůbec nezaznamenají, sledují ji kratší čas a méně si ji pamatují. U tabletů tyto závěry neplatily, mobilní reklama na iPadech byla, pokud jde o zaznamenání reklamy a čas věnovaný jejímu prohlížení, o hodný kus výkonnější než reklama na PC.

Studie číslo jedna

Pojďme se nejprve podívat na studii od AdParlor. Podle té mají mobilní Sponsored Stories na Facebooku na on-line reklamu vpravdě neuvěřitelnou proklikovost 1,32 procenta. V kontextu toho, že PC reklama na Facebooku se pohybuje kolem 0,1 procenta prokliků, a běžná bannerová reklama napříč internetem nemívá často ani to, jde skutečně o úžasný výkon. I sama studie ovšem připouští, že to může mít několik ne zcela pozitivních důvodů. Předně, na dotykovém displeji je mnohem snadnější se uhmátnout a na reklamu kliknout omylem. A navíc reklama v mobilním News Feedu je natolik nová, že si ji uživatelé,





díky jejímu sociálnímu kontextu a nezvyku, snadno spleťou s organickým (neplaceným) obsahem.

Jelikož proklik ne vždy znamená úspěch (uživatel stále nemusí udělat to, co by od něj zadavatel rád viděl), je třeba měřit i konverzní poměr reklam. Ten vypovídá o tom, kolik prokliknuvších se uživatelů udělá to, proč jim reklama byla zobrazena, ať už jde o nákup, kliknutí na tlačítko Like nebo jakoukoliv jinou akci, kterou se reklama snaží vyvolat. Právě konverzní poměr mají reklamy v mobilním News Feedu poněkud nižší než reklamy pro PC.

K tomuto účelu studie měřila proklikovost u reklam, které měly za cíl získání nových fanoušků značky. Zatímco u Sponsored Stories na PC se fanoušky stalo 90 procent prokliknuvších se uživatelů, a napříč veškerou reklamou pro osobní počítače tak učinilo 74,5 procenta, mobilní reklama přinesla ve stejné situaci konverze jen 68,5 procenta. To je ovšem vyváжено její cenou, která vycházela oproti PC reklamám o poznání lépe, takže slabší konverze dotahovala. (Přesněji, Sponsored Stories na PC stále vycházely při přepočtu na cenu za fanouška o něco lépe než mobilní Sponsored Stories, reklama bez sociálního kontextu naopak v tomto srovnání oproti oběma dalším formátům propadla.)

Studie číslo dvě

Druhá na řadě je studie od EyeTrackShopu, jak už bylo řečeno v úvodu. Především proto, že reklamu v mobilním News Feedu hodnotí ze zcela jiného úhlu pohledu. Díky způsobu, jak agentura ve své studii reklamu a její potenciál posuzuje, totiž lze do jisté míry odhadnout, jak se výkon mobilních Sponsored Stories bude vyvíjet v budoucnu.

Podle závěrů studie EyeTrackShop bude

Facebook muset pro úspěšnou monetizaci mobilního prostředí přijít s něčím lepším, než jsou mobilní Sponsored Stories. Tento formát reklamy má na iPhonech, asi vůbec nejrozšířenějším modelu chytrých telefonů, ve všech třech měřených ohledech – zaznamenání reklamy, doba jejího sledování a její zapamatování – mnohem slabší výsledky než reklama sociální sítě pro PC. Zaznamenání reklamy bylo o 6 procent nižší, čas strávený jejím studiem o 14 procent nižší a zapamatování bylo pozadu dokonce o 20 procent.

Naopak studie chválí výkonnost reklamy na iPadech, kde díky větším displejům docházelo k jejímu zaznamenání o 18 procent častěji než na PC a uživatelé jí věnovali dokonce o 29 procent více času. V zapamatování tablety ztrácely oproti PC 3 procenta.

Co doporučit?

Pro zadavatele zjištění obou studií znamenají především to, že i mobilní reklama má svá specifika, a přestože má svoje vhodné použití, na většinu kampaní podle prvních zkušeností nebude ideálním řešením. Pokud jde čistě o cenu kampaně, bude ve většině případů výhodnější nakoupit běžné Sponsored Stories, které vykazují lepší cenu na jednotlivou kon-



verzi (alespoň u získávání nových fanoušků). Výjimku budou tvořit případy, kdy bude samo o sobě výhodné cílit na mobilní uživatele, například pokud jde o získání fanoušků pro aplikaci do telefonu. Zároveň ale platí, že mobilní Sponsored Stories jsou pozadu jen o krůček a že na stejný objem zobrazených reklam bude díky vyšší proklikovosti jejich efekt mnohonásobně víc znát, což může někdy být jejich rozhodující výhodou.

Pokud jde o získání povědomí, povedou si mobilní reklamy poněkud hůř, zde totiž vstupují do hry zjištění od EyeTrackShop. Menší míra zaznamenání reklamy, menší čas jí věnovaný a hlavně nižší zapamatování budou mít za následek, že mobilní Sponzorované příběhy si při budování povědomí vždy povedou hůř než reklama na PC. Vysoká proklikovost a nízká cena za proklik bohužel situaci v tomto směru nijak zvlášť nepomohou.

*Jindřich Lauschmann
redaktor, TyInternety.cz*



TAKE AWAY TODAY



Revoluční novinka v prodeji vestavných spotřebičů

Ještě donedávna platilo, že vestavné spotřebiče chodí lidé kupovat do kuchyňských studií, případně k větším prodejcům elektroniky a domácích spotřebičů. Nyní si ale mohou koupit vestavnou varnou desku spolu s troubou v jednom balení v běžných obchodech. Jednoduchý nákup a snadný výběr této novinky dává dalším prodejcům možnost, jak chytře rozšířit sortiment o dosud nenabízený druh spotřebičů.

Takzvaná koncepce Take Away Today je na českém trhu zcela ojedinělá a současně jedinečná. Baumatic ji poprvé testoval na britském trhu a po tamním úspěchu ji přináší také do České republiky. Základem je snaha vnuknout zákazníkovi myšlenku okamžitého nákupu, který samozřejmě přinese prodejci okamžitou tržbu. Produkty dodává Baumatic v jednom boxu s graficky zpracovaným zevnějškem

a přehledným popisem. K prodeji nepotřebujete školeného prodáváče, protože je vše včetně fotek prezentováno přímo na krabici. Zákazník tak jednoduše naloží box na vozík a může jet k pokladně, aniž by musel čekat na vydání zboží či jeho dodání domů. Právě jednoduchost a přímocílost prodeje, respektive eliminace celé řady článků nutných běžně k prodeji vestavných spotřebičů, činí z Take Away Today skutečně efektivní koncepci. Název nabízí prodejcům ke všemu velký prostor pro chytrou marketingovou komunikaci.

Zařad'te novinku do své nabídky

Nepatříte mezi prodejce vestavných spotřebičů? Máte zájem profitovat z rozumných marží, které jsou v oblasti vestaveb stále aktuální? Kontaktujte nás a zařad'te Take Away Today do nabídky svého obchodu. Dopřejte svým zákazníkům možnost jednoduchého a rychlého nákupu vestavných spotřebičů v jednom boxu.



**TAKE
AWAY
TODAY**


Baumatic®
APPLIANCE CHIC

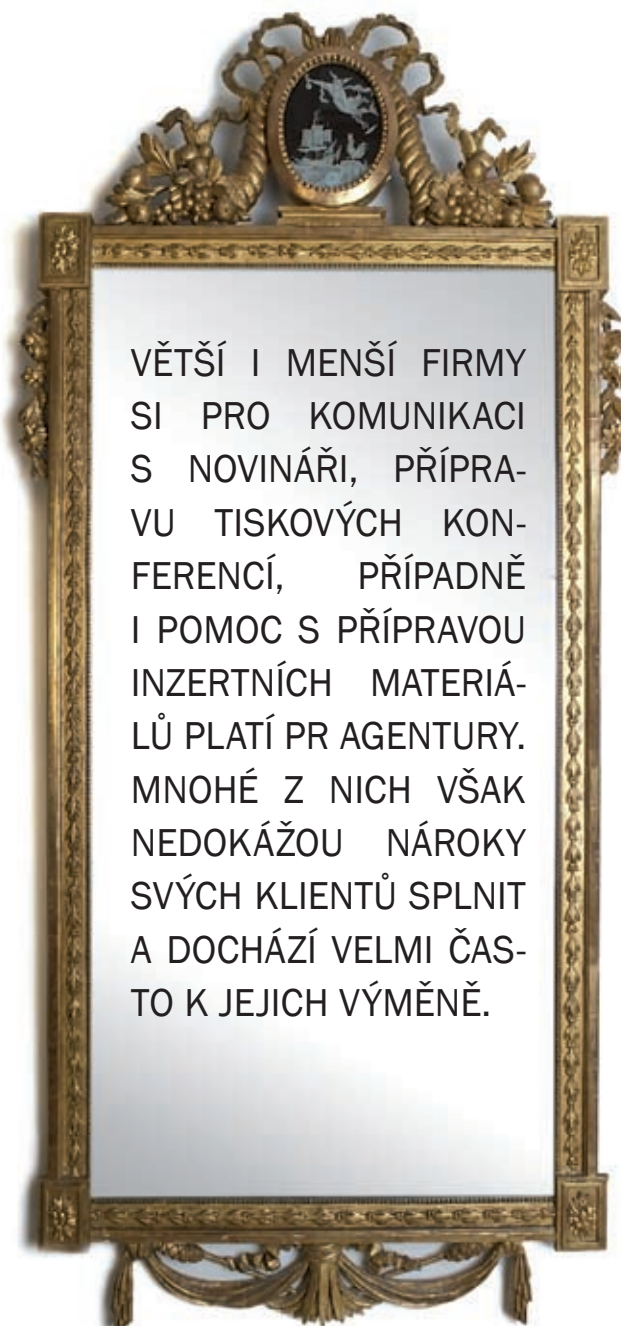


5
LET

PRODLOUŽENÁ
ZÁRUKA

PR agentury v Česku

Proč mnohé nesplní očekávání svých klientů?



VĚTŠÍ I MENŠÍ FIRMY SI PRO KOMUNIKACI S NOVINÁŘI, PŘÍPRAVU TISKOVÝCH KONFERENCÍ, PŘÍPADNĚ I POMOC S PŘÍPRAVOU INZERTNÍCH MATERIÁLŮ PLATÍ PR AGENTURY. MNOHÉ Z NICH VŠAK NEDOKÁŽOU NÁROKY SVÝCH KLIENTŮ SPLNIT A DOCHÁZÍ VELMI ČASTO K JEJICH VÝMĚNĚ.

PR agentura by se měla starat o veřejný obraz firmy, kterou zastupuje. Dnes se od ní očekává aktivní komunikace, což v případě některých agentur znamená pouze rozesílání tiskových zpráv. Přitom 21. století nabízí mnohem širší možnosti, především díky novým technologiím a komunikačním nástrojům. Množství českých PR agentur za poměrně vysoké sumy, které inkasuje, pracuje dle mého názoru velmi zkosnatělým způsobem. Pozvat skupinu novinářů na tiskovku, kam se většina, přiznejme si to, přijde stejně jen najíst a zavzpomínat si na předkrizové období, kdy firmy servírovaly lososa a sushi, umí každý. Udělat ovšem tiskovku, která přinese reálné výsledky v podobě hodnotných článků, je kumšt. Stejně jako napsat zajímavou tiskovou zprávu.

Tiskové zprávy na hranici spamu

S příchodem počítačů, internetu a e-mailové komunikace se stalo běžným rozesílat tiskové zprávy elektronicky. Pohodlný, rychlý a především jednoduchý způsob informování novinářů, publicistů a obecně médií o dění v soukromém i veřejném sektoru je dnes považován za standard. Nepřináší však dnešní doba vícero možností, které by nezahlcovaly schránku? Když si vzpomenu, jak jedna z největších českých PR agentur informuje každoročně o novinkách nejmenované korejské značky na veletrhu CES, nenapadá mě jiný výraz než „SPAM“. V období konání této akce v Las Vegas jsem obdržel celou řadu zpráv o jednotlivých produktech. Chápu, že mají Korejci hodně divizí a hodně novinek, ale nešlo by například informování shrnout do jedné denní zprávy, newsletteru, s odkazy na speciálně připravený web, kde by novinář našel veškeré informace včetně fotografií v tiskové kvalitě? Jistě, je to složitější, je to nákladnější, ale jen máloco může v těchto aspektech konkurovat wordovému dokumentu a pár kliknutím myši v e-mailovém klientu. Z hlediska originality, vizuálních možností webu, jeho funkcí i přehlednosti by však byla navrhovaná varianta určitě v médiích vítanější. Nehledě na to, že když vám od jedné agentury přijde v jeden den kolem

pěti tiskových zpráv, přestáváte je vnímat. I obyčejný newsletter, pouze s odkazy na jednotlivé dokumenty tiskových zpráv, by byl posunem vpřed.

A čistě za sebe ještě dodám, že pokud se tisková zpráva roztahuje na dvě či dokonce více stran textu, začnu nejprve hledat do novinkové sekce alternativu u jiných značek/agentur, protože prokousávat se 5 000 znaky textu nemá v uzávěrkovém šílenství a finiši s novinkovou sekcí nikdo čas. Samozřejmě pokud nejde o nějakou technologickou bombu, o které se zkrátka psát musí.

Tisková zpráva má být podle mě stručná, informovat srozumitelně o událostech či základních vlastnostech produktu. Pro podrobné seznámení by měl být k dispozici delší popis produktu či jednotlivých technologií na webu s tím, že bude uveden odkaz právě v tiskové zprávě.

Žranice za desítky tisíc

Jak probíhá standardní tisková konference v oblasti technického zboží? Novináři se sejdou, vyslechnou krátkou prezentaci, dostanou najíst, při odchodu dárek s tiskovými materiály a jdou na další tiskovku, z jejich pohledu v horším případě zpět do redakce. Dream job? Pro mnohé ano. Jen málokterá firma umí uspořádat originální či něčím výjimečnou tiskovku. Například lídr českého trhu s kapslovou kávou patří mezi čestné výjimky a tradičně pořádá degustační seance – vždy se kombinuje káva s nějakou zajímavou pochutinou. A pokud pořádá klasickou tiskovku, směřuje ji často do večerních hodin a spojí s party a netradičním programem. Ale i v dopoledních hodinách je možné udělat tiskovou konferenci, která zaujme jinými aspekty než jen dobrým cateringem. Chce to zapojit trochu kreativního myšlení a vymanit se ze spárů stereotypů. Pokud ale probíhá tiskovka, jak jsem popsal v úvodu, nemá nijak velký dopad. Značná část médií dnes píše primárně o společnostech, které inzerují..., je těžká doba a bez výrazné podpory inzerentů by print neměl šanci přežít. Takže mnozí novináři se jdou na akci pouze najíst, napít a popovídat si s kolegy. Ano, tak to zkrátka je.

Vlastní zdroje vs. agentura

Jen výše zmíněné dvě kategorie činností PR agentur v oblasti segmentu domácích spotřebičů ukazují, že hledím na jejich činnost velmi kritickým okem. A evidentně nejen já, protože mnohé firmy už na agentury zanevřely a raději volí „in-house“ řešení. Vlastní zaměstnanec má mnohem jednodušší přístup k firemním informacím, vytvoří si k vlastní společnosti osobní vztah, zkrátka kope za daný tým. Pokud chce firma šetřit, uspořádat pouze jednu dvě tiskovky za rok, k tomu nějaké dealerské dny a rozeslat jednu až dvě tiskové zprávy měsíčně, PR agentura se jí nemusí vyplatit. Samozřejmě je třeba někde sehnat aktuální databázi médií a novinářů..., takže jí v zásadě stačí přetáhnout nějakého dosavadního zaměstnance agentury.

Na druhou stranu lidé pracující v agentuře těží z týmové práce, mají často přístup k celé řadě informací a pro komplexní PR je agentura samozřejmě lepší. Nesmí ovšem omezovat svou činnost na strojové rozesílání tiskových zpráv a pořádání nezajímavých tiskovek. V Česku působí řada kvalitních agentur, které mají velmi aktivní přístup k řešení požadavků klienta a nefungují pouze jako vykonavatel jeho vůle. Naopak navrhuji vlastní řešení na základě dlouholetých zkušeností v oboru a hlavně mají v týmu kreativce, kteří jsou schopní i na hřišti s těsnými rozpočtovými mantinely vymyslet zajímavý program. S takovými se mi spolupracuje samozřejmě nejlépe a oni při čtení těchto řádků určitě vědí, že mám na mysli právě je.



Lubor Jarkovský



András Tamássy

Ústřední role

REGIONÁLNÍ STRUKTURA ELECTROLUXU SE V LETOŠNÍM ROCE VÝRAZNĚ ZMĚNILA. MAĎARSKO HRÁLO PŘI APLIKACI NOVÉHO SYSTÉMU DŮLEŽITOU ROLI. NA ZMĚNY A JEJICH VLIV JSME SE ZEPTALI ANDRÁSE TAMÁSSYHO, VEDOUcíHO REGIONU JIHOVÝCHODNÍ EVROPY ELECTROLUXU.

Electrolux nedávno restrukturalizoval svou regionální strukturu. Co se změnilo? A jaká je role Maďarska v novém systému?

Původně byly ve struktuře Electroluxu pouze dva regiony: východní a západní Evropa. Po provedení změn v letošním roce bylo vytvořeno 12 uskupení. Tyto útvary se liší ve velikosti. Je tam jeden, který se skládá pouze z jedné země, ale také tam jsou některé, které sdružují 14 zemí, jako uskupení jihovýchodní Evropy. Maďarsko se stalo jeho centrálou.

Co bylo důvodem změn? A jaké čekáte výsledky?

V předchozím systému mohly větší trhy snadno uplatnit své specifické potřeby, zatímco menší země to měly složitější,

Central role

A REGIONAL STRUCTURE OF ELECTROLUX HAS CHANGED SIGNIFICANTLY THIS YEAR. HUNGARY ALSO PLAYED AN IMPORTANT ROLE IN THE APPLICATION OF THE NEW SYSTEM. ABOUT THE CHANGES AND THEIR EFFECTS WE ASKED TAMÁSSY ANDRÁS, HEAD OF THE SOUTH EAST EUROPEAN REGION OF ELECTROLUX.

Electrolux has recently restructured their regional structure. What has been changed and what is the role of Hungary in the new system?

Previously there were two regions in the structure of Electrolux: Eastern Europe and Western Europe. After the changes, which were made this year, 12 so-called clusters have been created. These departments vary in size, there is one which consists of only one country, but there are some, which brings together 14 countries, such as South East European cluster. Hungary became the center of it.

What was the reason of the changes, and what results are expected?

In the previous system larger markets could easily assert their specific needs, while it was more difficult to do so for the smaller countries regarding local parameters. The new structure differentiates the markets themselves, and so it allows each country to maximize efficiency and reach greater flexibility. In fact, this is what we expect from the restructuring.

Why did Hungary become the regional center, as the domestic market is not exactly „Mecca” of the white goods trade?

Not on European level or globally, but within the region the main market is the Hungarian one from the perspective of Electrolux. On European level the company has the largest market share and highest production facilities in Hungary. It was also an important consideration that in Hungary there is know-how and extensive experience of regional leaders, as many colleagues for many years have worked in various international positions. With this background Hungary had a big chance to become the center of the region and it did.

If you compare Hungarian market with other countries in the region, what could you tell us about it?

Of course, there are differences between countries, but in general, the market conditions are the similar. Because of the falling demand and price pressure more and more trading partners get into a difficult situation. Due to financial

problems the markets became more concentrated, and with that the financial risks are growing. Practically this is the situation on almost every European market.

Obviously every market is different but can you benefit from the experience from individual country somewhere else as well? Let's say for a major product launch, as was the recently shown Electrolux Inspiration range?

Of course, the experiences of each country are useful in all areas, especially in the context of the introduction of a product. There are guidelines regarding the Inspiration, but this does not mean that there is no space to create something unique, as different possibilities motivate to find different solutions. One thing is for sure: The Inspiration is the most important development project in the recent years which is based on three years research and development, so in all countries this product launch gets particular attention this year. The development of Inspiration was based on the experiences of our professional division (large kitchen and laundry products). You will find so many user-friendly solutions and technologies from the professional world in the devices. But these appliances will get into flats, houses, homes, so high quality design was essential as well.

The new product line is very innovative as we can see. But can it be successful in the current market conditions as well? In other words, is innovation an effective instrument against the negative trend?

Inspiration is very innovative supported by the above-mentioned characteristics. We hope that even in the current market conditions the new product line can be successful on the market, so, our expectations are very high. And about the idea that innovation can fight against the negative market trends, I can say that we believe that product development is a major tool against the price competition.



pokud jde o lokální parametry. Nová struktura rozlišuje trhy samotné, a tak umožňuje, aby každá země maximalizovala svou efektivitu a dosáhla větší flexibility. A to vlastně od restrukturalizace očekáváme.

Proč se stalo Maďarsko regionálním centrem? Zdejší trh není zrovna „Mekkou“ obchodu s bílým zbožím.

Na evropské úrovni nebo globálně ne, ale v rámci regionu je z pohledu Electroluxu maďarský trh hlavní. Z hlediska Evropy máme v Maďarsku největší tržní podíl i největší výrobní kapacity. Při rozhodování hrál důležitou roli fakt, že máme v Maďarsku know-how a velmi zkušené regionální manažery, jelikož mnozí kolegové pracovali po mnoho let na různých mezinárodních pozicích. S tímto základem mělo Maďarsko velkou šanci stát se centrem regionu a tak se také stalo.

Když porovnáte maďarský trh s ostatními zeměmi v regionu, co o něm můžete říct?

Samozřejmě jsou tu rozdíly mezi zeměmi, ale obecně platí, že podmínky na trhu jsou podobné. Vzhledem k poklesu poptávky a tlaku na cenu se dostává stále více obchodních partnerů do obtížné situace. Kvůli finančním problémům se trhy staly koncentrovanější, s čímž dál rostou finanční rizika. Taková situace je téměř na všech evropských trzích.

Každý je samozřejmě jiný, ale lze využít konkrétních zkušeností z jednotlivých zemí někde jinde? Řekněme pro uvedení zásadního výrobku na trh. Jako například nedávno představné řady Electrolux Inspiration?

Jistě že jsou zkušenosti každé země užitečné ve všech oblastech, a to zejména v souvislosti s představením produktu. Existují závazné pokyny týkající se řady Inspiration, ale to neznamená, že neexistuje prostor pro vytvoření něčeho jedinečného. Rozličné možnosti motivují k nalezení rozličných řešení. Jedna věc je jistá, Inspiration je nejdůležitější projekt za poslední roky, stojí na třech letech výzkumu

a vývoje, takže startu řady věnujeme velkou pozornost ve všech zemích. Vývoj Inspiration stojí na našich zkušenostech z profesionální divize (velké kuchyňské spotřebiče a přístroje pro péči o prádlo). Nová řada přináší mnoho uživatelsky přátelivých řešení a technologií z profi světa. Neméně důležitý je u nich promyšlený a kvalitní design, protože budou mířit do bytů a domů běžných uživatelů.

Jak vidíme, nová produktová řada je velmi inovativní. Může ovšem dosáhnout úspěchu i při současných tržních podmínkách? Jinak řečeno, je inovace účinným nástrojem proti negativním trendům na trhu?

Řada Inspiration je velmi inovativní, jak už bylo řečeno před chvílí. Doufáme, že i v současných podmínkách může dosáhnout na trhu úspěchu, takže naše očekávání jsou velmi vysoká. A ještě k myšlence, že inovace mohou bojovat proti negativním trendům na trhu. Mohu říci, že jsme přesvědčeni, že vývoj nových produktů je hlavním nástrojem proti cenové konkurenci.

Česká ekonomika stále ve znamení tápání

OHLÉDNUTÍ ZA SOUČASNÝM VÝVOJEM DOMÁCÍ EKONOMIKY NABÍZÍ VCELKU UKLIDŇUJÍCÍ POHLED. INFLACE SE V ČERVNU NACHÁZELA 0,1 PROCENTNÍHO BODU POD OČEKÁVÁNÍM, TLAK NA INFLACI VESMĚŠ ŽÁDNÝ. CENTRÁLNÍ BANKA TEDY MŮŽE PRAKTIKOVAT UVOLNĚNOU MĚNOVOU POLITIKU A VYROVNÁVAT NEPŘÍZNIVÉ DOPADY FISKÁLNÍ RESTRIKCE. JENŽE TAK JEDNODUŠE SE VĚCI NEMAJÍ.



Běžný účet se uzdravuje

Série pozitivně překvapujících dílčích výsledků o českém běžném účtu nadále pokračuje. Je sice pravda, že jsme za květen zaznamenali deficit, ale mnohem nižší, než odborníci z bankovního sektoru očekávali. Ve srovnání s loňským květnem jde o zlepšení v objemu 15 mld. korun, deficit činí 23,3 miliardy. Za příznivým výsledkem stála bilance výnosů, která zaznamenala překvapivě nízký schodek. To ale není všechno. Hlavní překvapení se koncentrovalo do bilance výnosů, která vykázala defi-

cit ve výši 23,4 mld. korun. Chtělo by to zdůraznit, že se jedná o zanedbatelnou částku, i když řád desítek miliard takový výrok přece jen znevažuje. V květnu byly podle ČNB vyplaceny dividendy z přímých investic ve výši 12 mld. korun. Výsledek může souviset s nižší ziskovostí domácích podniků, případně s jejich snahou přibrzdit odvody prostředků zahraničním vlastníkům. Ostatní položky běžného účtu byly pak ve srovnání s dříve zveřejněnou prognózou Komerční banky nepatrně horší. Obchodní bilance skončila v přebytku 10,5 mld. korun

a od začátku letošního roku dosahuje úrovně 90,8 miliardy. Je to skoro dvakrát více než vloni. Finanční účet v květnu skončil v přebytku, Miroslav Frayer z Economic and Strategy Research pro SELL hovoří o přebytku 31,6 mld. korun. Přímé zahraniční investice vykázaly aktivní saldo v úhrnu 10,5 miliardy, z toho saldo reinvestovaného zisku činilo 7,7 mld. korun. Devizové rezervy se snížily o 43,1 miliardy. Příčinu vidí Frayer v poklesu devizových vkladů klientů u ČNB a dodává: „Po loňském deficitu běžného účtu ve výši 2,9 procenta HDP očekáváme v roce 2012 další zlepšení, tentokrát by měl výsledek atakovat hodnotu sahající pod 2 procenta HDP, zejména díky bilanci se zbožím. U bilance služeb, výnosů a transferů předpokládáme zhoršení.“ Za pět měsíců letošního roku je ale pozitivním překvapením vývoj bilance výnosů, která by však letos vůbec nemusela vykázat zhoršení. Schodek na běžném účtu by měl být profinancován přebytky na finančním účtu a také by výsledek mohl být dán přílivem nových přímých zahraničních investic.

Co víme o domácím peněžním sektoru?

Celková data o pohybech na finančním účtu peněžních domů ukazují, že Českou republiku problémy s vnější nerovnováhou aktuálně netrápí. Svědčí o tom následující údaje:

- Na rozdíl od polských a snad ještě více maďarských bank mají české banky přebytek externích aktiv nad pasivy. Nejsou tolik závislé na financování ze zahraničí.
- Vývoj současné míry nezaměstnanosti naznačuje stabilizaci úvěrových rizik.
- Guvernér ČNB Miroslav Singer uvedl, že rizika ČNB se v současnosti posunula směrem dolů. Společně s Vladimírem Tomšíkem hlasoval pro snížení sazeb.

Na druhé straně by nebylo dobré pomínout přetrvávající rizika, která by při eskalaci mohla nastartovat vysoký stupeň recese. Patří k nim:

- Zvýšení podílu úvěrů na bydlení na úkor spotřebních úvěrů.
- Rizikovitost úvěrů se pohybuje v blízkosti maximálních hodnot.
- Vývoj míry nezaměstnanosti naznačuje pro nejbližší měsíce minimálně stabilizaci úvěrových rizik.
- Dynamika úvěrů na bydlení klesla z 35 procent v roce 2008 na loňských 6 procent. Kromě recese za tím stojí nepříznivý demografický vývoj české populace.

Ceny nadále rostou

Mezimoňní spotřebitelská inflace se v červnu zvýšila na 3,5 procenta. Podle údajů ČSÚ meziměsíční růst spotřebitelských cen v oddílu potravin a nealkoholické nápoje ovlivnilo zvýšení cen zeleniny, vzestup činil 13,5 procenta. Z toho ceny brambor vzrostly o 58,1 procenta a ceny kořenové a košťálové zeleniny jsou nyní vyšší o 2,8 procenta. V rozmezí 1,2 až 2,0 procenta vzrostly ceny mouky, hovězího masa, ryb, sýrů, ostatních mléčných výrobků, kávy a čaje. V oddílu tabák vzrostly ceny tabákových výrobků o 1,4 procenta. Některé jiné ceny ale též poklesly. Na snižování jejich cenové úrovně působil hlavně pokles cen v dopravě, kde do prvních červencových dnů pokračoval pokles cen pohonných hmot, v červnu činil 2,2 procenta. Připomeňme, že průměrná cena motorové nafty (35,72 Kč/l) byla v červnu nejnižší od počátku roku 2012. V oddílu odívání a obuv se snížily ceny oděvů o 1,1 a obuvi o 1,9 procenta. Ceny zboží úhrnem vzrostly o 0,2 a ceny služeb o 0,3 procenta. Celkový vývoj spotřebitelských cen by neměl pro ČNB představovat problém. Inflace se v červnu nacházela 0,1 procentního bodu pod její prognózou, poptávkové tlaky do inflace neexistují a celková vyšší inflace je způsobena dočasnými faktory. „Očekáváme, že centrální banka ponechá svoji klíčovou sazbu na rekordně nízké úrovni 0,5 procenta minimálně do konce roku 2013,“ sdělil nám Jiří Škop z Komerční banky.

Makroekonomické údaje

V době přípravy tohoto textu byly červencové výsledky hospodaření ještě v nedohlednu. Porovnávali jsme někdejší prognózy s pozdější skutečností. Náhledem do tabulky Vybrané indikátory makroekonomiky v květnu a červnu 2012 můžeme posoudit, jak dalece se předpovědi shodují se skutečností, nebo se k ní alespoň blíží. Ještě připomínáme, že údaje o zahraničním obchodu byly stanoveny národní metodikou.

Vybrané indikátory makroekonomiky v květnu a červnu 2012

	Předchozí skutečnost	Předpověď agentury Reuters	Předpověď Coci-té Generale Group
Meziměsíční inflace (%)	0,2	0,0	0,1
Mezimoňní inflace (%)	3,2	3,3	3,5
Míra nezaměstnanosti (%)	8,2	8,1	8,1
Běžný účet (mld. Kč)	5,3	-13,8	-27,4
Zahraněční obchod (mld. Kč)	6,7	8,6	8,7
Průmyslová výroba (%)	2,2	-1,5	-3,4
Stavebnictví (%)	-2,7	nezapojili se	-8,0

Nezaměstnanost na dně

V souladu s očekáváním klesla červnová míra nezaměstnanosti na 8,1 procenta, když o měsíc dříve byla o desetinu vyšší. Dosáhla tak své nejnižší úrovně od loňského října. Během června se tak počet nezaměstnaných snížil o více než sedm a půl tisíce na necelých 475 tisíc. Pokles míry nezaměstnanosti byl přitom zaznamenán ve všech 71 okresech. Zajímali jsme se o příčiny tohoto stavu, z Economic and Strategy Research nám odpověděl analytik Jan Vejmelek. „Za poklesem nezaměstnanosti stojí výlučně dozvuk nástupu sezonních prací v jarním období. Pozitivní sezonní vývoj ovšem maskuje skutečnost, že celková situace na trhu práce se v posledních měsících zhoršuje, což odhaluje pohled na časovou řadu očištěnou o sezonní faktory. Hospodářská recese se promítá do neochoty vytvářet pracovní místa. Počet volných pracovních míst se během června snížil o 886; oproti loňskému červnu je jich však stále o 4 363 více. Statistika říká, že na jedno volné pracovní místo nyní připadá 11,1 uchazeče, což je o desetinu více než v květnu. Klesající trend tohoto ukazatele, kterého jsme byli od loňského prosince svědky, tak byl ukončen.“ Míra nezaměstnanosti dosáhla v červnu svého lokálního dna. Pozitivní sezonnost se totiž vyčerpala a již v červenci jsme mohli mezi novými nezaměstnanými vidět další čerstvé absolventy. S tím souvisí ještě jeden méně příznivý aspekt. Ke konci roku budou ubývat pracovní místa sezonního charakteru. „Přitom s letošním hospodářským poklesem pracovní místa spíše zanikají, takže očekáváme, že míra nezaměstnanosti se ke konci roku přehoupne přes devítiprocentní úroveň. Míru nezaměstnanosti ke konci roku odhadujeme na 9,4 procenta,“ uvedl ještě pro SELL Jan Vejmelek. Dodejme, že v loňském prosinci činila nezaměstnanost v České republice 8,6 procenta.

Cenové prognózy

Dá se říci, že nejvýraznější cenové skoky máme za sebou. Poptávkové tlaky v české ekonomice neexistují, inflační tlaky

nehrozí ani u mzdových nákladů. Největší neznámou pro následující měsíce jsou ceny ropy a nová úroda. Domácí úroda bude podle prvních odhadů sklizně spíše špatná, důležitá však bude úroda v dalších zemích. Spotřebitelská inflace se bude v následujících měsících držet těsně nad třemi procenty, výraznějších změn se dočkáme na začátku příštího roku. „V příštím roce by měla inflace dosáhnout v průměru pouze 2,4 procenta, skutečný dopad změny DPH odhadujeme ve výši 0,7 procenta,“ prognózoval pro nás analytik Komerční banky Jiří Škop.

Celkové odhady vývoje českého průmyslu

Průmyslu jako celku se v posledním loňském kvartálu sice dařilo, avšak tento úspěšný trend se zastavil. Od počátku letošního roku jako bychom byli jiným státem, je třeba sundat si růžové brýle. V období leden až duben zaznamenáváme stagnaci a od května je dynamika průmyslové výroby dokonce v červených číslech, statistika výroby duben až květen hovoří o propadu ve výši 0,4 procenta. V mezimoňním vyjádření je produkce nižší o 3,4 procenta. A to není zanedbatelný údaj. Obzvláště když si uvědomíme, že se jedná o první mezimoňní pokles od roku 2009. Stavebnictví? V dubnu pokles 2,7 procenta, ale v květnu mezimoňně o varujících 8 procent. A vyhlídky pořád nejsou růžové, protože poptávka zdaleka neodpovídá produkčním kapacitám firem. De facto se v hodnocení promítá spotřeba, včetně domácností. Ta je dána poklesem reálných mezd a také nejnovějšími vládními opatřeními, cílové sledujícími snižování deficitu. Analytici z Economic and Strategy Research očekávají pro letošek stagnaci maloobchodních tržeb a hovoří o riziku, směřujícím spíše k horším výsledkům. V té souvislosti můžeme připomenout, že ještě vloni maloobchodní tržby vzrostly o celá 2 procenta.

Miroslav Hruška

Nová retro kolekce De'Longhi Icona Vintage

Luxusní snídaňová kolekce De'Longhi Icona patří na trhu ke skutečným ikonám. Tyto kovové spotřebiče s lakovaným tělem a chromovými detaily v retro designu se staly celosvětovým fenoménem. Set obsahující pákový kávovar, rychlovarnou konvici a toaster se drží již několik let na špičce prodeju nejen v Evropě, ale také v Austrálii či Asii. Nadčasová elegance řady Icona dokázala propojit domovy napříč kontinenty.



icona
VINTAGE

V návaznosti na tento úspěch přichází společnost De'Longhi na trh s novou exkluzivní kolekcí Icona Vintage s nezaměnitelným designem, který v sobě zahrnuje použití pečlivě vybraných materiálů s elegantními chromovými prvky a luxusními detaily.

Název Icona jako ikona italského designu, elegance a životního stylu. Vintage jako atribut definující kvalitu a hodnotu objektu z minulosti, který se stal objektem kultovním. Jinými slovy „ikonickým“.

Elegance, důmysl a retro design – objekty z minulosti ožily ve 4 nových výjimečných edicích Icona, v nichž se snoubí minulost a současnost, a s nimiž je vnášen nový život do srdce každého domova.

Vřelé kouzlo minulosti. STORICA

Černá jemná kůže a detaily ve zpracování starého dřeva přinášejí oživení původní černé řady Icona. Tradiční ře-



meslná zručnost byla obnovena díky unikátnímu podmanivému designu, který přivádí vřelé kouzlo časů minulých spolu s příjemně stráveným časem u snídaně.

Nadčasová elegance. DOLCE VITA

Krémové provedení a mahagon sladěné se stylovým chromovým obložením – tímto spojením vznikne produkt vyznačující se nadčasovou elegancí, nekomplikovaností a sofistikovaností.



Lakovaný povrch v pastelově krémové barvě s texturovanými detaily vás zaručeně ohromí. Inspirací pro vznik této řady byla doba Dolce Vita v Římě, která zde ožívá v jemných pastelových tónech a texturovaných dotykových bodech.

Přirozená harmonie. OLIVIA

Tato tradiční vintage kolekce se inspirovala jarními výlety na skútru mimo město, které s sebou přinášely nové zážitky na italském venkově ve zcela jedinečných barvách.

Kombinace hnědé a zelené (barva olivovníků) je tou nej přirozenější. Tato barevná variace navrácí bezstarostnou a uvolňující atmosféru té doby zpět do života.

Pastelové lesklé kovové tělo s exkluzivními světle hnědými texturovanými detaily – to je decentní spojení obnovující kouzlo 50. let ve vaší kuchyni.



Rychlovarná konvice

- objem: 1,7 litru
- kovové lakované tělo
- základna otočná o 360°
- 3 stupně ochrany
- ukazatel hladiny vody
- vyjímatelný a omyvatelný vodní filtr
- skladovatelný kabel
- protiskluzové nožičky

Toastovač

- kovové lakované tělo
- 4 funkce: opékání, rozmrazování, opékání z jedné strany a funkce stop
- všechny funkce s neonovým podsvícením
- pozice „extra zdvih“
- extrémně hluboký tácek na drobky se systémem „otevírání stiskem“
- protiskluzové nožičky

Pákový espresso kávovar

- tlak 15 barů
- kovové lakované tělo
- „Cappuccino systém“ – integrovaná tryska pro napěnění mléka
- tlačítko pro automatické vypnutí
- 3 speciální kávové filtry s dvojitou stěnou pro ještě profesionálnější výsledky
- nová ECO funkce
- vyjímatelná odkapávací mřížka



Šnová atmosféra: ANITA

Capri, Portofino a další nádherné scenérie italského pobřeží s úchvatnými mořskými tóny se staly inspirací pro tuto barevnou řadu, která přináší chuť dalek do vaší kuchyně.

Lesklé nebesky modré kovové tělo v kombinaci s texturovanými hnědými detaily – jemné a zároveň výrazné stylové spojení, které zaručeně obstojí ve zkoušce času.

www.delonghi.cz

De'Longhi
Better Everyday



Univerzální pomocník do kuchyně – food procesor

ZA ANGLICKÝM NÁZVEM KATEGORIE KUCHYŇSKÝCH SPOTŘEBIČŮ SE SKRÝVÁ TO, CO BÝVÁ ČAS-TO OBECNĚ OZNAČOVÁNO JAKO KUCHYŇSKÝ ROBOT. V PODSTATĚ O ROBOT JDE, OVŠEM TEN SE SPODNÍM POHONEM A ZÁKLADNOU, NA KTEROU SE PŘIPOJUJÍ NEJRŮZNĚJŠÍ DRUHY PŘÍSLUŠENSTVÍ S JEDINÝM CÍLEM – ZASTAT KUCHYŇSKOU PRÁCI, KTEROU BY JINAK BYLO TŘEBA DĚLAT RUČNĚ.

Začneme terminologií. Zatímco klasickým robotům s ramenem, horním pohonem a velkou mísou říkáme tradičně „kuchyňské roboty“, food procesor má přece jenom odlišnou koncepci. V principu to je samozřejmě také robot, ale označení food procesor považujeme v redakci za přesnější. Už jenom proto, že tak lze jednoduše odlišit klasický kuchyňský robot s horním pohonem od toho se spodním, tedy od food procesoru.

VÝKON A PROVEDENÍ

Základem přístroje je tedy tělo s motorem, navržené tak, že na něj uživatel nasazuje mísy či další příslušenství. Zde se nejvíce projevují rozdíly mezi jednotlivými třídami. Základem je jednomotorový přístroj o výkonu nějakých 600–700 W, jehož tělo je vyrobeno z plastu. Lepší přístroje pak mají výkonnější pohon okolo 1 000 W a jsou vyrobeny z kovu. V tomto případě nejde jenom o estetické hledisko, ale také vyšší hmotnost, která při práci zaručuje větší stabilitu. Jednotlivé motory se od sebe také liší možnostmi nastavení. Standardem jsou

obvykle 2 rychlosti: pomalejší pro šlehání a přípravu těsta, ta rychlejší pro sekání, mixování a strouhání. Některé modely umožňují regulovat rychlost plynule, jiné zase tento úkol svěřují elektronice, která sama rozezná správné nastavení. Food procesory také bývají vybaveny takzvaným pulsním pohonem. Ten funguje tak, že robot běží jen po tu dobu, co tisknete a držíte k tomu určené tlačítko. Můžete tak přesněji regulovat například stupeň nakrájení zeleniny.

FUNKCE = PŘÍSLUŠENSTVÍ

Největší rozdíly pak najdeme v příslušenství, které je možné k podstavě s motorem připojit. Také zde panují rozdíly mezi jednotlivými cenovými kategoriemi. I nejlacinější přístroje používají nože z nerezové oceli, ale materiál u mís se liší. U těch levnějších to bývá plast, u dražších pak sklo, které se jen tak nepoškrábe a i po dlouhodobém provozu vypadá stále stejně dobře.

A co je tedy možno připojit a jaké činnosti s tímto příslušenstvím zastat? Jak už bylo řečeno, každý výrobce pojímá sestavu po svém. Obvykle se jedná o nejrůznější kombinace nádob a nožů, takže počet činností jde do desítek. Většinou v balení najdeme velkou nádobu, kterou lze opatřit háky, a připravovat tak těsto. Lze sem také připojit krájecí či krouhací kotouče a rychle si přichystat hranolky či nasekat zeleninu. A nabízí se také možnost zapojení takzvaného emulgačního disku, který slouží při přípravě majonézy nebo šlehačky.

Po připojení menší nádoby s ostrými noži na dně uděláme z food procesoru klasický mixér, který najde své využití v každé kuchyni při přípravě polévek, koktejlů či zdravých nápojů smoothie (zpravidla kombinace mléka, jogurtu a čerstvého ovoce).

Dále se příslušenství liší v závislosti na výrobci, modelu a cenové třídě. Lze však zobecnit, že prakticky každý food procesor by měl zvládnout následující: krájení, krouhání, drcení a míchání. Mnohdy bývá také součástí těchto zařízení odšťavňovač.

Liší se však obchodní politika. Někdy se setkáváme s přístupem „vše v jednom“, kdy se veškeré příslušenství nachází v jedné krabici a není problém dosáhnout oněch slibovaných 50 funkcí. Někdy se ale společně se základnou prodává jen to nejnútnejší a požadované vybavení si zákazník může vybrat sám. V nejlepším případě získá uživatel pestré příslušenství v základu, nicméně má výrobce v nabídce ještě rozličné speciality pro náročnější domácí kuchaře.



KENWOOD FPM270

Hlavní předností tohoto food procesoru je hřídel zabudovaná přímo v pracovní nádobě. To přináší snazší manipulaci a také zvýšení užitého objemu nádoby. Všechny odnímatelné části lze dát do myčky na nádobí, včetně nerezových sekacích nožů. Konkrétně se jedná o pracovní nádobu o objemu 2,1 l, nádobu mixéru s objemem 1,2 l, lis na citrusy, odstředivý odšťavňovač, multimlýnek, hnětací nástavec a kovové šlehačí metly. Vše pohání motor s příkonem 750 W – běžet může ve 2 rychlostech nebo pulsním provozu. Základna je vyrobená z broušeného kovu, mísy pak z plastu.

KENWOOD FP972

Nejvyšší model z řady food procesorů od Kenwoodu je vybaven systémem trojitého pohonu. Motor má příkon 1 200 W a ukrývá se v robustní základně z broušeného kovu, nádoby jsou pak vyrobeny z plastu odolného proti rozbití. Konkrétně se jedná o 3 pracovní nádoby s krouhacími disky různé hrubosti, skleněný mixér o objemu 1,5 l, lis na citrusy, odstředivý odšťavňovač, skleněný multimlýnek, šlehačí kovové metly, hnětací hák a úložný systém. Celkem tak lze tento food procesor využít k 50 různým funkcím. Všechny odnímatelné části lze samozřejmě mýt v myčce.



KITCHENAID ARTISAN 5KFPM770E

Tělo food procesoru z litého kovu ukrývá motor o výkonu 650 W a lze si vybrat z několika barevných variant. Stejně variabilní je i příslušenství. Do základu patří 2,4l mísa, 2,8l pracovní mísa a 950ml mísa s mininožem. Dále lze připojit nerezový nůž na sekání, odšťavňovač na citrusy, disky na plátkování a strouhání a také šlehač na vejce. Tím ovšem výčet nekončí, protože může uživatel přikoupit například disky na led, hranolky nebo jemné strouhání.

BOSCH MCM4200

Food procesor německého výrobce disponuje 800W motorem ukrytým v základně z umělé hmoty, jehož výkon lze plynule nastavovat otočným ovladačem. K základně s motorem můžete připojit plastovou průhlednou míchací mísu pro 0,5 kg těsta a přísady (max. množství těsta 1,5 kg), včetně průhledného krytu proti odstříkávání s plnicím otvorem, a pečovatadlo. Dále se v příslušenství nachází multifunkční nůž, plastový mixér o objemu 1,25 l, 4 vložky pro hrubé a jemné krájení, hrubé a jemné strouhání, kotouč na hranolky, lis na citrusy a také odšťavňovač.

MORPHY RICHARDS 48950 PROCESSOR

Elegantní tělo z odlitku jednoho kusu kovu v sobě ukrývá motor s příkonem 700 W a také prostor pro síťovou šňůru. Stroj disponuje 1 rychlostí a navíc pulsním pohonem. Mezi připojitelné příslušenství patří nádoba o objemu 2,5 l, jemné a hrubé struhadlo, tenký a silný plátkovač, malý a velký sekací nůž, hnětací a šlehačí nástavec. Vše je vyrobeno z nerezové oceli, přičemž můžete tyto nástroje uložit v praktické skřínce.



PHILIPS HR7762/00

Food procesor nizozemské značky je vybaven 750W motorem, který nabízí 2 nastavení rychlosti a také pulsní pohon. Nabídka příslušenství je bohatá a výrobce slibuje bezmála 30 různých funkcí. Základem jsou nerezové kotouče ke krájení, strouhání, granulování a krájení hranolků a také nárazuvzdorná nádoba odolná vůči intenzivnímu používání. Dále je to 1l nádoba mixéru, 2l mísa pro přípravu těsta a nádoba se sekáčkem o objemu čtvrt litru. Kovové části příslušenství jsou vyrobeny z nerezové oceli a lze je mýt v myčce nádobí.



RUSSELL HOBBS 19000-56

Tento food procesor si s ostatními jen tak nespletete, protože na svém těle elegantně kombinuje černou a červenou, a zapadá tak do designové řady Desire. V jejím rámci můžete pořídit ještě tyčový mixér, ruční šlehač a minisekáček. Food procesor je poháněn motorem s příkonem 750 W. K dispozici jsou 2 rychlosti pohonu a také pulsní provoz. Základem příslušenství je 1,5l nádoba s bezpečnostním víkem. Dále v balení naleznete krouhací disk (plátkovač), disk na jemné strouhání, disk na hrubé strouhání, metlu na těsto, plastový šlehač. Veškeré příslušenství lze samozřejmě mýt v myčce.



ZELMER FENOMEN 880

Hlavní předností food procesoru z dílny polského výrobce je elektronické řízení otáček. To se děje na základě připojeného příslušenství a vlastností vloženého materiálu. Zelmer s procesorem dodává 1l mixovací nádobu, 3l krouhač/strouhač, šlehač/hnětač na 1,5 kg těsta a různé nože, háky a kotouče. Motor má příkon 1 000 W, 12 rychlostních stupňů a také pulsní pohon. Přístroj lze použít i jako škrabku na brambory. Spotřebič dále disponuje ochranou před přetížením a náhodným otevřením.





The sins chic

VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKY - 60 CM

AEG

**F77010M0P**

MODEL

ENERGETICKÁ TRÍDA

SPOTŘEBA EL. E.

SPOTŘEBA VODY

POČET SAD NÁDOBÍ

HLUČNOST

BARVA

A+

1,02 KWH

10 L

12

44 DB

NEREZ

AMICA

**ZWA 628 W**

A

1,05 KWH

13 L

12

45 DB

BÍLÁ

BAUMATIC

**BDF665W**

A

1,05 KWH

12 L

12

49 DB

BÍLÁ

BAUMATIC

**BDF682SL**

A

1,08 KWH

16 L

14

49 DB

STŘÍBRNÁ

BAUMATIC

**BDWF670SL**

MODEL

ENERGETICKÁ TRÍDA

SPOTŘEBA EL. E.

SPOTŘEBA VODY

POČET SAD NÁDOBÍ

HLUČNOST

BARVA

A+

1,05 KWH

12,5 L

14

49 DB

STŘÍBRNÁ

BAUMATIC

**BDWF670W**

A+

1,05 KWH

12,5 L

14

49 DB

BÍLÁ

BAUMATIC

**BFD66W**

A

1,05 KWH

12 L

12

53 DB

BÍLÁ

BAUKNECHT

**GSF 7955 WH TOUCH**

A+

1,03 KWH

11 L

13

42 DB

BÍLÁ

BEKO

**DFN 1001 X**

MODEL

ENERGETICKÁ TRÍDA

SPOTŘEBA EL. E.

SPOTŘEBA VODY

POČET SAD NÁDOBÍ

HLUČNOST

BARVA

A++

0,9 KWH

10 L

12

44 DB

NEREZ

BEKO

**DFN 6632**

A++

0,92 KWH

10 L

13

45 DB

BÍLÁ

BEKO

**DFN 6838**

A++

0,92 KWH

10 L

13

43 DB

BÍLÁ

BEKO

**DFN 6838 S**

A++

0,92 KWH

10 L

13

43 DB

STŘÍBRNÁ

BEKO



DFN 71045 S

MODEL

ENERGETICKÁ TŘÍDA

SPOTŘEBA EL. E.

SPOTŘEBA VODY

POČET SAD NÁDOBÍ

HLUČNOST

BARVA

A+

1,02 KWH

7 L

12

40 DB

STŘÍBRNÁ

BEKO



DSFN 6530

A+

1,03 KWH

15 L

12

47 DB

BÍLÁ

BLOMBERG



GSN 9583 XB630

A+++

0,74 KWH

10 L

13

44 DB

NEREZ

BLOMBERG



GSN 9487 A

A+

0,97 KWH

13 L

15

43 DB

BÍLÁ

BOSCH



SMS60M18EU

MODEL

ENERGETICKÁ TŘÍDA

SPOTŘEBA EL. E.

SPOTŘEBA VODY

POČET SAD NÁDOBÍ

HLUČNOST

BARVA

A+

1,03 KWH

12 L

13

48 DB

NEREZ

BOSCH



SMS69U02EU

A++

0,92 KWH

9 L

13

40 DB

BÍLÁ

BOSCH



SMS84M32EU

A+

1,02 KWH

12 L

12

46 DB

BÍLÁ

BRANDT



DFH 1030E

A++

0,85 KWH

11 L

13

48 DB

BÍLÁ

BRANDT



DFH 1042

MODEL

ENERGETICKÁ TŘÍDA

SPOTŘEBA EL. E.

SPOTŘEBA VODY

POČET SAD NÁDOBÍ

HLUČNOST

BARVA

A+

0,95 KWH

12 L

14

44 DB

BÍLÁ

BRANDT



DFH 1044

A+

0,95 KWH

10 L

14

43 DB

BÍLÁ

BRANDT



DFH825XE1

A

1,05 KWH

14 L

12

47 DB

NEREZ

CANDY



CDP 6853

A+

1,04 KWH

10 L

15

43 DB

BÍLÁ

VOLNĚ STOJÍCÍ MYČKY - 60 CM

ECG

**EDF 6055 W****MODEL****ENERGETICKÁ TŘÍDA****SPOTŘEBA EL. E.****SPOTŘEBA VODY****POČET SAD NÁDOBÍ****HLUČNOST****BARVA**

A+

0,95 KWH

12 L

12

52 DB

BÍLÁ

ELECTROLUX

**ESF6800ROX**

A+++

0,81 KWH

10 L

12

39 DB

NEREZ

FAGOR

**ES2+2**

A++

0,97 KWH

12 L

14

47 DB

BÍLÁ

GODDESS

**DFA1267DX7**

A

1,05 KWH

16 L

12

52 DB

NEREZ

HAIER

**DW 12 PFE8S**

A

1,05 KWH

12 L

12

46 DB

NEREZ

HOTPOINT

**LDF 12314E B EU**

A+

0,98 KWH

10 L

14

42 DB

ČERNÁ

HOTPOINT

**LDF 12314E X EU**

A+

0,98 KWH

10 L

14

42 DB

NEREZ

HOTPOINT

**LDA++ 12H14 X EU**

A++

0,91 KWH

10 L

14

42 DB

NEREZ

HOTPOINT

**LFF 8214E EU**

A+

1,03 KWH

12 L

14

49 DB

BÍLÁ

HOTPOINT

**LFF 8214E X IB**

A+

1,03 KWH

12 L

14

49 DB

NEREZ

INDESIT

**DFG 051 S EU**

A

1,03 KWH

16 L

12

53 DB

STŘÍBRNÁ

INDESIT

**DFG 262 NX EU**

A

1,03 KWH

12 L

12

51 DB

NEREZ

INDESIT



DFP 5731 EU

MODEL	
ENERGETICKÁ TRÍDA	A+
SPOTŘEBA EL. E.	1,03 KWH
SPOTŘEBA VODY	12 L
POČET SAD NÁDOBÍ	14
HLUČNOST	49 DB
BARVA	BÍLÁ

INDESIT



DFP 5731 NX EU

A+
1,03 KWH
12 L
14
49 DB
NEREZ

INDESIT



DFP 5841 NX EU

A+
1,03 KWH
12 L
14
46 DB
NEREZ

SIEMENS



SN26M896EU

A++
0,92 KWH
6,5 L
13
44 DB
NEREZ

SIEMENS



SN26U893EU

MODEL	
ENERGETICKÁ TRÍDA	A+++
SPOTŘEBA EL. E.	0,67 KWH
SPOTŘEBA VODY	7 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB
BARVA	NEREZ

WHIRLPOOL



ADP 5310 WH

A
1,05 KWH
15 L
12
51 DB
BÍLÁ

WHIRLPOOL



ADP 6920 WH

A
1,05 KWH
15 L
12
48 DB
BÍLÁ

WHIRLPOOL



ADP 6930 IX PC

A
1,05 KWH
12 L
12
46 DB
NEREZ

WHIRLPOOL



ADP 6966 ECO IX

MODEL	
ENERGETICKÁ TRÍDA	A+
SPOTŘEBA EL. E.	1,03 KWH
SPOTŘEBA VODY	6 L
POČET SAD NÁDOBÍ	13
HLUČNOST	44 DB
BARVA	NEREZ

WHIRLPOOL



ADP 6966 ECO WH

A+
1,03 KWH
6 L
13
44 DB
BÍLÁ

WHIRLPOOL



ADP 7955 IX TOUCH

A-8%
0,98 KWH
11 L
13
44 DB
NEREZ

ZANUSSI



ZDF3020X

A
1,08 KWH
13 L
12
47 DB
NEREZ

IEGEN DIE BILDER.



V příštím čísle SELL:

V dalším vydání se budeme samozřejmě věnovat veletrhu IFA, který se konal na přelomu srpna a září v Berlíně. Chystáme pro vás rozsáhlou reportáž s informacemi o těch nejzajímavějších produktech rozličných značek. Dále se v čísle zaměříme na vrchem plněné pračky a vysavače.



ORIGINE
FRANCE[®]
GARANTIE



De Dietrich 
OBJETS DE VALEUR DEPUIS 1684

ELEGANTNÍ FRANCOUZSKÉ **MYČKY** DE DIETRICH

Myčky nádobí De Dietrich splňují i ty nejvyšší požadavky uživatelů a dokonale se přizpůsobí každému interiéru. Vynikají inteligentním elektronickým systémem, geniálně uspořádaným a objemným vnitřním prostorem, jedinečným výkonem a nadčasovým designem.

Díky vlastnímu oddělení výzkumu a vývoje, třem továrnám ve Francii, a také díky týmu designerů působících v Paříži, disponuje přes 180 spotřebičů značky De Dietrich certifikátem, zaručujícím původ výrobků ve Francii.

Právě s důrazem na kvalitu nabízí De Dietrich zákazníkům v České republice jedinečnou 50 měsíční záruku na všechny spotřebiče.



Více informací o výrobcích De Dietrich a aktuálních nabídkách získáte u autorizovaných prodejců De Dietrich nebo na
www.de-dietrich.cz

icona
VINTAGE



Italian way of life



De'Longhi
Better Everyday