

SELL

JEDINÝ ČESKÝ B2B MAGAZÍN O TRHU S DOMÁCÍMI SPOTŘEBIČI – 12 LET NA TRHU



**ČÁST PRODEJEN
EXPERT SE ZMĚNÍ
V DUBNU NA
ELECTRO WORLD**
Details změn
přibližuje Peter Weiss

**SPOTŘEBIČE JSOU
NADÁLE PRODEJNÍM HITEM**
Problémy s dopravou z Číny ovšem
mají na mnohé firmy nemalý dopad



**BUDOUCNOST
NEZÁVISLÉHO
TRHU?**
Martin Desort ze
společnosti Orbico
o změnách, před
kterými nikdo
neunikne



**KUVINGS
ROZŠÍŘUJE SVÉ
PORTFOLIO**
Specialista
na pomalé
odšťavňovače
vstoupil do
segmentu grilů či rýžovarů, říká o své
značce její zakladatel Kim Jong Boo

SKUPINY VÝROBKŮ
Péče o krásu
Čističky vzduchu
Úzké a vrchem plněné pračky

100 let výjimečného
designu a inovací
značky Braun

Příběh firmy, který se začal
psát v malé frankfurtské dílně

NOVÝ ODPADOVÝ ZÁKON JE KONEČNĚ TADY

VÝROBCI I PRODEJCI
MAJÍ DALŠÍ POVINNOSTI. JAKÉ?



**PŘÍSPĚVKY
KOLEKTIVNÍMU
SYSTÉMU NEJSOU
VŠE. VÝROBCE SI MUSÍ
PLNĚNÍ ZÁKONNÝCH
POVINNOSTÍ HLÍDAT,
ŘÍKÁ ROMAN TVRZNÍK
Z ELEKTROWINU**





BRAUN

60
dní
ZÁRUKA VRÁČENÍ PENĚZ

Vyzkoušejte žehličky
a tyčové mixéry Braun.
BEZ STAROSTÍ.

Společnost Braun Household nabízí zákazníkům **60denní záruku vrácení peněz**. Tato aktivita trvá od 1. 1. do 30. 6. 2021 a vztahuje se na kategorii tyčových mixérů, napařovacích žehliček a parních generátorů. Zákazník má tak možnost vyzkoušet po dobu 60 dní vybrané produkty Braun a v případě nespokojenosti je vrátit a získat peníze zpět.

CO MUSÍ ZÁKAZNÍK UDĚLAT?

1

Nakoupit Braun

Zákazník si zakoupí vybrané produkty* Braun v období **od 1. 1. 2021 do 30. 6. 2021**.

2

Registrovat se

Následně si zaregistruje výrobek Braun do 14 dní od nákupu na promo.braunhousehold.cz. Tato registrace mu umožní využít výhodu Záruky vrácení peněz.

3

Vařit, mixovat, žehlit

Po dobu 60 dní od nákupu může zákazník vyzkoušet zakoupený výrobek Braun a ověřit si, zdali mu vyhovuje.

4

A pokud není spokojený?

V případě, že se zákazník registroval, může výrobek vrátit do 60 dní od nákupu prostřednictvím tištěného formuláře.

Akce se vztahuje na tyčové mixéry MultiQuick (kromě řady MultiQuick 1), dále na napařovací žehličky TexStyle (kromě řady TexStyle 3), na modely parních generátorů CareStyle (kromě řady CareStyle 1)* a nově také na produkty z limitované designové edice Braun 100 let zakoupené v období od 1. 1. 2021 do 30. 6. 2021.

* Aktuální seznam všech výrobků Braun, na které se akce vztahuje, a kompletní informace o aktivitě najdete na promo.braunhousehold.cz.



VÁŽENÍ ČTENÁŘI,

po tradiční zhruba dvouměsíční pauze vychází první číslo nového ročníku SELLu. Hned na úvod musím říct, že když jsem psal před Vánoci poslední úvodník, doufal jsem, že v době distribuce tohoto vydání již budou minimálně otevřené obchody a život v zemi se bude postupně vracet trochu k normálu. Aktuální vývoj je bohužel přesně opačný a retail, který nemá odpovídající pozice na internetu, se ocitl v poměrně složité situaci. Pokud jsem loni psal, že oněch pár týdnů „lockdownu“ nemůže fundamentálně změnit trh ani chování spotřebitelů, tak nyní musím konstatovat, že už jsme v úplně jiné situaci. Z týdnů se staly měsíce – retail finančně krvácí, množství lidí, kteří u nákupů na internetu už trvale zůstanou, s každým dalším týdnem uzavírek roste, velcí prodejci nadále posilují své pozice na úkor menších konkurentů a celková konsolidace trhu pokračuje. Pandemie koronaviru nejspíš v průběhu dalších měsíců poleví, jak ukazují čísla ze zbytku světa, a očkování nás ze současného zmaru nakonec přece jen vysvobodí bez ohledu na nevědecké výkřiky a dezinformace šířené hlavně na sociálních sítích. Trh se mezitím v oblasti služeb posouvá mílovými kroky vpřed – Alza například během nedávné prezentace finančních výsledků kladla velký důraz na rozšiřování výdejních boxů a další zrychlování doručení zboží. Zákazníci z toho na jednu stranu budou těžit, na druhou je ale dopady koronaviru připravují a ještě připraví o větší diverzitu trhu. Stačí se podívat do země, kde dominuje Amazon. Už v roce 2019 se objevila studie společnosti Freedvisor, z níž vyplynulo, že 89 % Američanů spíš nakoupí zboží na Amazonu než u jiného prodejce. V Česku žádný prodejce naštěstí takto nedominuje, nicméně zmíněná Alza se v mnohém u Amazonu inspirovala a svou pozici chce nadále posilovat. Její dominantní postavení už vnímá spousta lidí z branže jako problém – samozřejmě nemohu nikoho citovat, protože si nikdo nemůže veřejně proti Alze vystoupit. Nechci určitě znít jako zaujatý vůči jednomu konkrétnímu prodejci – ostatně já sám nakupuji primárně na Alze, protože je to pohodlné a v naprosté většině případů je celý proces nákupu i doručení zboží na jedničku. Jsem si ale současně vědom toho, že mezi výrobci a distributory sílí dlouhodobě obavy z přílišného soustředění tržní síly v rukou jednoho hráče, který navíc díky koronaviru ještě zvýšil tempo svého růstu.

Příjemné čtení přeje
Lubor Jarkovský



Lubor Jarkovský
šéfredaktor

8



14



24



Obsah

1/2021

3 Editorial

6 Novinky

Zajímavosti ze světa bílé techniky

8 Braun mění trh již 100 let

13 Oslavte 100 let Braunu s výročními edicemi úspěšných produktů

14 Martin Desort, business unit manažer Orbico: Transformace trhu bude pokračovat. Budoucnost nezávislých prodejců závisí na jejich schopnosti přizpůsobit se situaci

16 Skupina výrobků

Novinky v segmentu péče o krásu

22 Trendem v zastříhovačích Rowenta je všestrannost!

24 Z části prodejen EXPERT se v dubnu stane Electro World. Franšizanti první jmenované značky údajně nadšením nehýří

26 Peter Weiss, jednatel expert ČR:

„EXPERT“ pokračuje dál a přidá odběrná místa. S NAY budeme více spolupracovat v oblasti sortimentu ECG

28 Skupina výrobků

Čističky vzduchu

29 Představujeme nové čističky vzduchu

Rohnson. Značka nadále posiluje svou pozici v tomto segmentu

33 Dokonalá filtrace vzduchu s čističkami a odvlhčovači Black+Decker

35 Čistička vzduchu DOMO
s filtrem HEPA i ionizátorem

36 Prodeje rostou dál. Problémy
v logistice, výrobě a skokový nárůst cen
dopravy z Číny ovšem představují pro trh
bobtnající problém

39 IGGI není obyčejný napařovač.
Hygienická novinka Laurastar používá
solistikovanou konstrukci. Nahlédněte
do nitra revolučního zařízení

40 HOOVER H-PURIFIER 700
Chytré řešení pro zdravé ovzduší
ve vaší domácnosti

42 Kim Jong Boo, zakladatel firmy
Kuvings: Kuvings silně investuje do vývoje
a pyšní se spoustou patentů. Zjednodušili jsme
čištění odšťavňovačů i zvýšili bezpečnost

44 Nový odpadový zákon zapadá
do širší snahy vytvořit funkční
cirkulární ekonomiku. Na výrobce
jsou kladeny stále větší požadavky

48 Roman Tvrzník, předseda
představenstva kol. systému
Elektrowin: Smlouva s kolektivním
systémem není všechno. Výrobci si musí plnění
legislativních povinností sami hlídat.
Nový odpadový zákon považují za přínosný

50 Skupiny výrobků
Úzké předem plněné a vrchem plněné pračky

55 Malé svými rozměry, velké funkcemi
Slim pračky Beko

57 Parní péče a až 20letá záruka na motor
Seznamte se s novými modely praček Whirlpool

YDAVATEL • MAMURI HUNGARY KFT. • ZODPOVĚDNÝ YDAVATEL
JEDNATEL SPOLEČNOSTI MAMURI HUNGARY KFT. • ŠÉFREDAKTOR
LUBOR JARKOVSKÝ • REDAKTOŘI • VLASTIMIL RŮŽIČKA • JINDŘICH
LAUSCHMANN • KOREKTOR • JAROSLAV TESAŘ • FOTO • ARCHIVY
VÝROBCŮ • GRAFIKA • TAMÁS VIG • REDAKCE • VIŠŇOVÁ 12, PRAHA 4,
140 00 • TELEFON • +420 777 166 495 • EMAIL • INFO@REDEDITIONS.CZ
WEB • WWW.REDEDITIONS.CZ • DISTRIBUCE V ČR • SEND PŘEDPLATNÉ, S.R.O.
TISKÁRNA • PRE-PRESS & PRESS STUDIO, JAKUB KUBŮ, ČESKÁ REPUBLIKA • ISSN
ISSN 1786-6782 • EV 16/08

42



44

48



De'Longhi má nového obchodního ředitele pro Česko a Slovensko. Stal se jím Stanislav Brázda

Středoevropská pobočka De'Longhi Group má pro český a slovenský trh nového obchodního ředitele. V pondělí 1. února nastoupil na tuto pozici Stanislav Brázda, působící v sektoru domácích spotřebičů téměř 19 let. V srpnu 2002 začal pracovat na zdejšímu trhu pro společnost Whirlpool Corporation jako manažer klíčových zákazníků. Ve Whirlpoolu působil až do poloviny roku 2015, kdy se následně stal obchodním a marketingovým manažerem luxusní značky Gaggenau, patřící do portfolia BSH.



Do De'Longhi tak přichází zkušený manažer, jehož nástup je součástí transformace, kterou De'Longhi ve zdejšímu regionu od loňska prochází po odchodu Andrey Nataleho. Ten se vydal rozvíjet pro De'Longhi kávové trhy v Asii.

Italská firma vytvořila v našem regionu zcela nový cluster s centrálou v Polsku, pod níž spadají i český a slovenský trh. Tým vede Jakub Gawronski, se kterým jsme loni v létě přinesli rozhovor, v němž nám pozadí změn a další plány objasnil (SELL 6/2020). Stanislav Brázda bude zodpovědný za vedení českého a slovenského obchodního týmu De'Longhi.



Divize domácích spotřebičů Philips půjde nejspíš na burzu. Covid totiž zkomplikoval jednání s přímými zájemci

Pandemie koronaviru zkomplikovala nizozemskému Philipsu jeho plánovaný prodej divize domácích spotřebičů. Zájem projevovalo především několik čínských firem, pro jejichž zástupce je ale složité se dostat do Evropy nejen za účelem samotných jednání, ale také kvůli kompletnímu prověření (due diligence) nabízené divize. Číňané v jednáních pokračují, jsou ale poměrně opatrní v dalším posunu jednání – zásadní je pro ně možnost navštívit továrny a osobně se setkat s managementem Philipsu. Konkrétně mají zájem například TCL nebo CDH Investments and Hillhouse Capital. Jednání prý probíhají také s evropskými společnostmi.

Složité situace každopádně vede Nizozemce ke zvažování dalších možností, jak divizi prodat. Jednou z nich je klasické IPO na burze, s nímž už má Philips bohaté zkušenosti. Tímto způsobem ze svých struktur vyčlenil před pár lety divizi osvětlení. Philips si už dokonce vybral poradenskou firmu Lazard, která by mu s veřejnou nabídkou akcií měla pomoci. Odhadovaná hodnota divize je 3 miliardy eur.

Stavba rumunské továrny Haier jde podle plánu. Koncem jara zahájí produkci. Výhledově může zahýbat s tržními podíly v segmentu chlazení

Čínský Haier dokončuje stavbu nového výrobního závodu zaměřeného na segment chlazení, o němž nás informoval už loni v létě šéf české pobočky firmy Jan Šach (interview v SELLu 5/2020). Nová továrna by měla zahájit produkci v závěru letošního jara a bude v ní vznikat chladicí a mrazicí technika pro všechny tři evropské značky Haieru, tedy pro Candy, Hoover a Haier. Po roce 2022 by mělo každoročně z výrobních linek sjíždět 600 000 spotřebičů ročně. Modulární koncepce závodu ovšem umožní do budoucna zvýšit produkci až na 1 milion kusů. V oblasti nedaleko města Ploiesti, 70 km od Bukurešti, také poskytne továrna práci 800 lidem – po dosažení plné výrobní kapacity. Haier do závodu investuje více než 70 milionů eur.



Haier zdůrazňuje, že továrna v Rumunsku patří mezi nejmodernější na světě a bude produkovat i nejmodernější techniku vybavenou konektivitou a pokročilými technologiemi pro optimální uchovávání jídla. Pro Haier jde v Evropě o klíčový projekt, od něhož si slibuje výrazné posílení v segmentu chlazení na evropském trhu. Číňané mají nepochybně šanci výrazněji tržní podíl získat, a to zejména na úkor tradičních značek, které leckdy chlazení nakupují od třetích stran nebo disponují staršími výrobními platformami.

#PURIFY

HYGIENICKÝ
ÚČINEK PÁRY

ZABÍJÍ 99.9%

VIRŮ

BAKTERIÍ A ROZTOČŮ



NEPUŠŤTE VIRY PŘES PRÁH

LAURASTAR

Braun mění trh již 100 let

BRAUN

Německá legenda ovlivnila svět designu,
technologie i fungování domácností



Letos v únoru uplynulo přesně jedno století od chvíle, kdy německý mechanik Max Braun otevřel svou první dílnu ve Frankfurtu nad Mohanem. Během následujících desetiletí se z firmy, která dodnes nese jeho jméno, stal globální symbol kvality, nadčasového designu a inovací přinášejících užitek milionům lidí po celém světě. Některé vynálezy, s nimiž přišel Max Braun a jeho následovníci, se skutečně zapsaly do dějin. Například planžetový holicí strojek, radiopřijímač s integrovaným reproduktorem nebo ikonický citrusovač, jehož funkční design je tak dokonalý, že se na výrobku za více než 50 let prakticky nic nezměnilo.

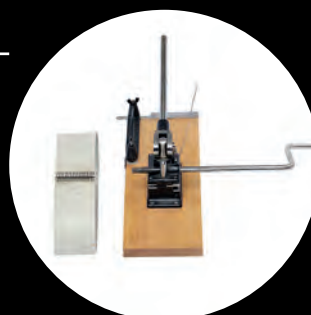
1921 – skromný začátek stoleté cesty

Max Braun zakládá ve Frankfurtu nad Mohanem svou první vlastní dílnu, kde vynalezl mimo jiné konektor hnacího řemene, jakousi „sešíváčku“, která mohla zkrátit, prodloužit, nebo dokonce opravit hnací řemeny v dílnách a továrnách. Braunovi se podařilo novinku díky účasti na mezinárodních výstavách a schopnosti komunikovat v angličtině prodat do dalších zemí a dosáhnout s ní mezinárodního úspěchu.

Zakladatel Max Braun

1929 – nástup rozhlasu a Braunovo řešení „vše v jednom“

Firma Max Braun rozšířila výrobní kapacity a přidala do svého portfolia kompletní radiopřijímače a gramofony. Na trhu se její řešení vymykala díky integraci rádia a přehrávače desek do jednoho zařízení. Stejně tak udivoval Braun přenosnými rozhlasovými přijímači.



*Spojovací systém pro
převodový řemen (1921)*



*Gramorádio Cosmophon
777C (1934)*

1935 – vznik slavného loga Braun

Vzniká legendární logo Braun s vystupujícím písmenem „A“, které se od té doby výrazně nezměnilo a firma ho používá dodnes. V té době ale začíná stále více ovlivňovat budoucnost firmy nastupující národní socialismus v Německu. Následný začátek druhé světové války negativně zasahuje do rostoucích mezinárodních aktivit firmy.

Vývoj loga Braun (1952)



1945 – obnova továren a opětovné nastartování mezinárodního obchodu

Max Braun se obává o budoucnost své společnosti, ale navzdory obrovským dopadům války je připraven ji zachránit. Již dlouho nosí v hlavě plán, jak firmě zajistit další úspěšné fungování v poválečné realitě – chce se zaměřit na výrobu suchých holicích strojů. Ve druhé polovině 40. let se Braun věnuje obnově válkou zničených továren a opětovnému navazování narušených mezinárodních vztahů. Ve firmě se také začínají aktivně angažovat jeho dva synové Artur a Erwin.



1950 – rok, kdy **Braun změnil svět holení**

Braun uvádí svůj první planžetový holicí strojek S 50, který navrhl ještě samotný Max Braun. Dodnes jsou to právě holicí strojky, s nimiž spotřebitelé značku primárně spojují. Tehdejší novinka byla revoluční v tom, že umožnila bezpečné suché holení, a to i lidem s citlivou pokožkou. Základní princip fungování zůstal u planžetových strojků stejný dodnes.

První holicí strojek s planžetou S 50 (1950)



1951 – **bratři Braunové přebírají otěže**

Po náhlé a nečekané smrti Maxe Brauna se ujímá vedení firmy starší z jeho synů Erwin, tehdy třicetiletý, zatímco mladší Artur dostává v šestadvaceti letech na starost technickou a výrobní část byznysu. V té době byli bratři zodpovědní už za 800 zaměstnanců, jejichž počet nadále stoupal. V následujících letech došlo k postupnému rozšiřování výroby a dalších oddělení firmy, takže v roce 1960 zaměstnávala už 3 000 lidí.

Bratři Erwin a Artur Braunové

1953 – **stolní mixér, jak ho známe a používáme dodnes**

Jedním ze symbolů 50. let se na Západě stal mléčný koktejl. Braun k tomuto trendu přispěl svým mixérem Multimix, který dokázal zpracovat suroviny s efektivitou, již tehdy dosahovala pouze průmyslová zařízení. Navíc byl tento model už tehdy dodáván s odnímatelným skleněným džbánem – designový prvek, který si stolní mixéry ponechaly dodnes.

Mixér Multimix (1953)



1954 – **dámská péče o pleť** jako ze stroje času

Hned rok po představení Multimixu uvedl Braun na trh svůj první výrobek čistě pro ženy. Takzvaný Smoothy sloužil k masírování obličeje a využíval vibrací, teploty a infračerveného světla k péči o pleť. Dokonce sloužil k účinnější aplikaci krémů a balzámů. O desítky let tak předběhl dobu, protože úspěšnou renesanci zažil tento typ produktu až v posledních letech v rámci povedené řady Braun FaceSpa Pro.

Masážní přístroj Smoothy (1954)

1955 – **multimediální centrum 50. let**

Dnes považujeme multifunkčnost různých elektrozařízení za standard. Například z televizorů se staly všestranné přehrávače rozličného obsahu, ale před 70 lety byla situace na trhu velmi odlišná. Braun FS-G v podobě televizního přijímače kombinovaného s rádiem a přehrávačem gramofonových desek byl hotovým zjevením. A to i díky inovativnímu modulárnímu designu, který umožňoval majiteli poskládat jednotlivé komponenty různým způsobem – horizontálně vedle sebe nebo vertikálně na sebe.

Multimediální systém FS-G (1955)



1957 – **kuchyňský robot, který se prodával 34 let**

Už v první polovině 50. let vznikl kuchyňský robot KM3, který výrazně usnadňoval práci v kuchyni a zbavoval své majitele namáhavého manuálního hnětení těsta. Inovovaná verze KM3/31 s vylepšeným a patentovaným motorem byla natolik úspěšná a současně nadčasová, že se v mírně upravených a dále vylepšených verzích dodávala na trh až do roku 1991.

Kuchyňský robot KM3/31 (1957)



1962 – **designová perla**, která definovala barevné provedení elektroniky na další desetiletí

Tento pánský holicí strojek zná z obrázků, ale možná i osobní zkušenosti spousta z nás. Jeho přímočarý čistý design dnes působí přirozeně až blízce. Přitom tehdy se stal SM 31 skutečně průkopnickým produktem. Určil barevné schéma pro další elektroniku včetně radiopřijímačů, hudebních přehrávačů nebo fotoaparátů. SM 31 ale zaznamenal také obrovský obchodní úspěch, protože ho firma Braun prodala několik milionů kusů.

Holicí strojek SM 31 (1962)

1966 – Braun vstupuje do světa **tyčových mixérů**

V polovině 60. let koupil Braun španělskou firmu Pimer a záhy uvedl na trh ponorný mixér MiniPimer MR2. Důvodem akvizice byla tentokrát především politika – Frankova diktatura totiž uvalila na zahraniční produkty vysoká cla. Koupě lokálního španělského výrobce pomohla tento problém německé firmě vyřešit.

1967 – americká investice pro další rozvoj značky **Braun**

Růst firmy Braun během 50. a 60. let byl skutečně překotný, nicméně vedení postupně narazilo na limity vyplývající z její struktury a financování. Konkurence na globálním trhu sílila a pro Braun bylo stále složitější udržet nastavenou latku v oblasti inovací a investic do jejich vývoje. Po sérii jednání s několika velkými společnostmi prodali bratři Braunové majoritní podíl své společnosti americké firmě Gillette, jejíž korporátní zázemí umožnilo značce Braun další globální rozvoj.



1968 – **Braun do celého světa**

Po převzetí Braunu ze strany americké společnosti Gillette panovala v německé centrále nervozita. Co lze od Američanů čekat? Zachovají jednotlivá oddělení? Nebude se americký průmyslový obr s tehdy šestkrát větším obrátem zajímat pouze o výrobu holicích strojků? Braun ovšem žádný útlum nečekal. Gillette Němcům zpřístupnil nové prodejní kanály ve 145 zemích a sám na druhou stranu těžil ze špičkového designu a technologií, k nimž získal přístup. Hlavnímu designérovi Braunu Dieteru Ramsovi byla ponechána tvůrčí svoboda a jeho oddělení se nadále přímo zodpovídalo managementu, jak už zavedli bratři Braunové.

Designér Dieter Rams

1970 – **modernizace** vývoje a první testovací oddělení

Pod taktovkou nového vlastníka vzniklo v Kronbergu, kam byla koncem 60. let přesunuta centrála firmy, zcela nové testovací oddělení. Přední specialisté společnosti Braun zde v rámci několika týmů vyvíjeli a zkoušeli prototypy nových výrobků a nástrojů. Výrazně se tím zvýšila efektivita vývoje jak po stránce času, tak investic.



1972 – **citrusovač**, který nepotřeboval žádná vylepšení

V tomto roce představil Braun novinku v podobě odšťavňovače MPZ 22, známého také jako „Citromatic“. Jeho design, jednoduchost použití i čištění a popularita vedly k tomu, že se bez jakýchkoliv změn či aktualizací prodával celé dvě dekády. Teprve po 20 letech od uvedení Braun původní design mírně upravil.

Citrusovač MPZ 22 (1972)



1973 – reorganizace mezinárodních aktivit a **japonský úspěch**

Braun založil svou mezinárodní divizi už v roce 1969 s cílem efektivně řídit zakládání lokálních poboček. Jednou z nejzásadnějších se stala ta japonská, která vznikla v roce 1973 a navázala na práci, kterou zde od 50. let vykonávala zastupitelská kancelář firmy. Čistý a jednoduchý německý design byl u japonských spotřebitelů vnímán velmi pozitivně, a tak se stalo Japonsko pro Braun velmi rychle třetím největším trhem po Německu a USA.

1977 – **kalkulačka**, která inspirovala Steva Jobse

Klenutá, mírně vyčnívající tlačítka kapesní kalkulačky Braun ET 33 byla ve své době světovou novinkou. Dokonce se stala o několik desetiletí později inspirací pro aplikaci „Kalkulačka“ v iPhoneu. Jony Ive a Steve Jobs poslali Dieteru Ramsovi iPhone jako poděkování a poctu za design, jímž se sami inspirovali.

Kalkulačka ET 33 (1977)



1979 – „klik“ a vousy jsou zastříženy

Dnes považujeme u holicích strojků výsuvný zastříhovač za standardní výbavu, a to bez ohledu na značku. Na konci 70. let šlo ale o žhavou novinku – Braun si výsuvný mechanismus zastříhovače dokonce nechal patentovat. Model strojku Micron plus měl také protiskluzový povrch a planžetu, již bylo možné vyjmout a vyměnit za novou bez použití šroubováku.

Holicí strojek Micron plus (1979)

1981 – tyčový mixér, jak ho známe i dnes

Dalším dokladem opravdu nadčasového designu z dílny Braun je ponorný mixér MR 6. Výrobek se v základu neliší od současných moderních mixérů tohoto typu, které dnes používají domácnosti po celém světě a vnímají je jako nepostradatelnou výbavu své kuchyně.

Tyčový mixér MR 6 (1981)



1982 – šikmá rukojeť fénu jako standard pro celý trh

Na začátku 80. let uvedl Braun do prodeje nový vysoušeč vlasů PGS 1200, který měl jako první na světě šikmou rukojeť. Proč? Při vývoji byly zohledněny požadavky na ergonomii a designéři a technici zjistili, že se s takovým fénem vysoušejí vlasy pohodlněji. Dnes je šikmá rukojeť na trhu již rozšířeným standardem.

Vysoušeč vlasů PGS 1200 (1982)

1985 – fenomenální úspěch na domácí půdě

V polovině 80. let byl každý čtvrtý výrobek značky Braun prodán na domácím německém trhu a každý druhý v rámci západní Evropy.

1990 – dvě akvizice ve Francii a posílení v oblasti péče o krásu

V listopadu tohoto roku koupil Braun dvě francouzské společnosti, Silk-Épil a Epilance, čímž rázem získal velmi silnou pozici v kategorii výrobků sloužících pro péči o tělo. K dámským holicím strojčkům se tak v portfoliu Braunu velmi rychle přidaly epilátory, které v rámci řady Silk-épil uvádí na trh dodnes.

1990 – „sbohem drahé hi-fi“

V tomto roce také provedl Braun zásadní rozhodnutí – prodat svou slavnou divizi hi-fi, která se v té době již soustředila téměř výhradně na německy hovořící země v Evropě. Celých 95 procent prodejů připadalo na ně a na těchto trzích se výrobkům Braun dařilo navzdory silící globální konkurenci. Skvělé prodeje v jedné oblasti světa ovšem nedokázaly udržet divizi v ziskovosti. Braun se s ní rozloučil limitovanou edicí hi-fi sestavy „Last Edition“, které bylo vyrobeno pouze 5 000 kusů a jejíž cena odpovídala ceně menšího auta. Mezi sběrateli se rychle stala vyhledávaným kouskem.

1995 – dámská epilace s jednoduchým ovládáním

V segmentu dámských epilátorů vyčnívá model Silk-épil EE 300, který konsolidoval jednotlivé ovládací prvky do posuvného voliče. Jednoduché ovládání poutalo ke strojku ještě větší pozornost spotřebitelů.

Epilátor Silk-épil EE 300 (1995)



1999 – první samočištění holicího strojku

Potřeba udržovat holicí strojek čistý vedla k nápadu zbavit této činnosti uživatele a automatizovat ji. Syncro System 7570 se stal vůbec prvním pánským holicím strojkem na trhu s funkcí samočištění pomocí dodávané základny. Vyšší modely strojků Braun jsou dodnes dodávány na trh s čisticí základnou, která se stará i o mazání a dobíjení strojku.

Holicí strojek s čisticí stanicí (Braun Syncro_7570_1990)

2005 – integrace do **Procter & Gamble**

Největší výrobce spotřebního zboží na světě koupil v roce 2005 společnost Gillette, jejíž součástí byl i německý Braun. Značce to zajistilo budoucnost na rychle se měnícím globálním trhu, kde je zázemí jedné z velkých světových korporací důležitou výhodou v konkurenčním boji.

2012 – italské **De'Longhi** vstupuje do hry

Firma z Trevisa a přední světový výrobce kávovarů získal od Procter & Gamble značku Braun, její patenty a výrobní závody v kategoriích kuchyně a péče o prádlo, což umožnilo jejich další rozvoj. Procter & Gamble nadále vyvíjí a produkuje výrobky Braun v segmentech osobní péče, jako jsou holicí stroje, epilátory či fény.



2014 – pět holicích prvků pro **nejefektivnější holení**

Dodnes úspěšně prodávaná vlajková řada holicích strojů Braun dorazila na trh v roce 2014. Series 9 jako první nabídla pět synchronizovaných holicích prvků, díky kterým oholí v jednom tahu víc vousů než kterýkoliv jiný stroj na trhu. O tuto pozici přitom Braun nepřišel ani sedm let po uvedení této řady.

Holicí stroj Series 9 (2014)

2016 – **první a jediný** tyčový mixér s posuvnou nohou

Zásadním nedostatkem běžných ponorných mixérů je to, že nemusí vždy zpracovat všechny suroviny na úplném dně nádoby. Důvodem je, že je jejich rotující nůž ode dna příliš vzdálen. Braun proto přišel u své řady MultiQuick 9 se systémem ActiveBlade, kde se pouhým stiskem přiblíží nůž ke dnu. Výrobek se dodnes prodává a nedávno se dočkal inovované řady s ještě výkonnějším 1200W motorem.

Tyčový mixér MultiQuick 9 (2016)



2018 – tak trochu jiný **parní generátor**

Braun CareStyle Compact zaujal na trhu svými nebývale kompaktními rozměry a oslovil i zákazníky, kteří dříve o parním generátoru kvůli jeho velikosti neuvažovali. Do segmentu parních generátorů ale vstoupil Braun už v roce 2015, kdy uvedl na trh první modely s žehlicí plochou 3D FreeGlide, která je v zadní části mírně zdvihnutá, takže se při pohybu dozadu uživatel nezasekne o zipy nebo knoflíky. Tuto žehlicí plochu používají všechny modely generátorů Braun.

Oslavte **100 let** Braunu s výročními edicemi úspěšných produktů

BRAUN 100
years

Značka Braun si pro své letošní významné jubileum připravila speciální designová provedení rozličných produktů jak v segmentu osobní péče, tak kuchyně a péče o prádlo. Kolekcí tvořenou nejúspěšnějšími a nejinnovativnějšími výrobky poslední doby chce Braun podtrhnout také mimořádnou kvalitu a spolehlivost svých zařízení. Jako bonus na ně získají jejich majitelé prodlouženou 5letou záruku.

Pánské holení a zastříhování

Svůj první planžetový holicí strojek uvedl Braun na trh už v roce 1950 a od té doby se stal v této kategorii jednou z nejsilnějších globálních značek. Akcentovat to bude i limitovaná edice holicích strojů v rámci řad **Series 3, Series 5, Series 7 a Series 9**.

Poslední jmenovaný vlajkový model patří mezi absolutní špičku ve své kategorii. Dokonale hladkou tvář má v jeho případě na starosti komplexní sestava holicích prvků – na vnějších částech hlavy se nachází planžety přiléhající při holení co nejblíže k tváři. Zlatá část je

zastříhovačem potaženým titánem – jeho úkolem je nadzvednout a odstříhnout přilehlé vousy. Stříbrný zastříhovač je speciálně nastaven pro holení vousů rostoucích do různých směrů. Kovová část před tímto zastříhovačem chrání kůži před podrážděním.

Mnohé pány také nepochybně zaujme praktický zastříhovač vousů z řady **BT7** s přesným otočným ukazatelem délky střihu (39 nastavení po 0,5 mm) nebo některá z multifunkčních zastříhovacích sad **MGK5** či **MGK7** s velkým množstvím dodávaného příslušenství pro přesné tvarování vousů a zastříhování na všech částech těla.

Dámská epilace

Epilátory Braun zajišťují hladkou pokožku po dobu několika týdnů milionům žen po celém světě. V rámci limitované edice se můžete těšit na modely **Silk-épil 5**, **Silk-épil 9** i **Silk-épil 9 Flex**, který je nejlepším epilátorem Braun v historii. Jde o první epilátor s plně flexibilní hlavou naklápějící se ve všech směrech. Epilace složitějších oblastí okolo kotníků nebo kolen je rázem jednodušší. Snáze se se strojkem pracuje ale celkově, protože nemusíte přizpůsobovat úhel držení a pozici ruky vy jemu. Místo toho se přizpůsobuje on vám.

V kolekci nemůže chybět ani nejmodernější systém odstraňování chloupků pomocí technologie IPL. Model **Silk-expert Pro 5** v bílé barvě s decentními stříbrnými detaily obstarává nejvyšší možnou míru bezpečí pomocí technologie SensoAdapt™, která snímá 80× za vteřinu odstín pokožky a automaticky upravuje intenzitu záblesků. Epilace je díky tomu bezpečnější a současně účinnější. Dále stojí za pozornost dlouhá životnost přístroje – 400 000 záblesků odpovídá 24 letům běžného používání.

Žehlení

Před dvěma lety uvedl Braun na trh vůbec první skutečně kompaktní parní generátor **CareStyle Compact**. Ten zaujal i zákazníky, kteří do té doby o koupi tohoto typu výrobku neuvažovali, protože pro ně všechny generátory byly příliš velké a těžké. CareStyle Compact ovšem nabídl v rekordně kompaktních rozměrech vysoký výkon – tlak 5 barů, parní ráz 400 g a konstantní parní výstup 125 g/min. Dvojnásobek ve srovnání s napařovací žehličkou.

Model z limitované edice nese označení **IS 2058 BK** a najdete u něho systém iCare se správnou teplotou pro všechny typy látek a zaoblenou žehlicí plochu 3D FreeGlide Eloxal Plus (nezasekává se o knoflíky nebo zipy při pohybu dozadu).

Kdo nadále preferuje klasickou žehličku, má pro něj Braun výroční model **TexStyle 5 SI 5088 BK** s příkonem 2 800 W se stejnou žehlicí plochou, jakou používá popisovaný generátor.

Kuchyně

Týčové mixéry Braun se na trhu vymykají svým nadstandardním dílenským zpracováním a některými jedinečnými funkcemi. Řeč je zejména o řadě **MultiQuick 9** s technologií ActiveBlade – první mixovací nohou na světě, v níž se pouhým přitlakem přiblíží nože ke dnu nádoby. Žádné suroviny jim neuniknou a veškerý obsah nádoby je dokonale rozmixován. Přidejme ještě motor Active PowerDrive s vysokým 1200W příkonem a plynulou regulací výkonu. A samozřejmě bohaté příslušenství, v němž nechybí mixovací nádoba, sekáček, šlehací metla a v rámci výroční edice designový stojánek na mixér. Model v tomto provedení má označení **MQ 9125 XS**.

Do cenově dostupnější kategorie bude spadat ponorný mixér **MultiQuick 3 Vario** s kódovým označením **MQ 3135 BK**. U něho zmíníme 11 rychlostí chodu, přídatnou mlecí čepel PowerBell Plus, sekáček, šlehací metlu a mixovací nádobu.

Milovníkům jedinečného designu a výrobků „s příběhem“ je určen citrusovač **CJ 3050** v černém provedení, který se svým provedením a tvarem téměř neliší od původní verze MPZ 22 z roku 1972.

Prodloužená 5letá záruka

V rámci oslav 100 let značky Braun získávají zákazníci možnost registrovat do akce zahrnuté modely na webových stránkách Braun a Braun Household. Po registraci získají prodlouženou 5letou záruku, kterou Braun zdůrazňuje kvalitu a spolehlivost svých výrobků.



Martin Desort: Transformace trhu bude pokračovat. Budoucnost nezávislých prodejců závisí na jejich schopnosti přizpůsobit se situaci

Fundamentální změny na trhu, dopady pandemie, mnohonásobné zdražení dopravy z Asie i pozice značek Braun a Bissell, taková byla témata našeho rozhovoru s Martinem Desortem, který působí už pět let ve společnosti Orbico jako business unit manažer pro Česko a Slovensko.



Ještě v závěru loňského roku to vypadalo, že by se díky očkování mohla situace v průběhu dalších měsíců trochu stabilizovat a normalizovat. Aktuální vývoj ale napovídá, že tomu tak nejspíš nebude. Zdá se tedy, že se změny v určitých tržních mechanismech budou dál prohlubovat a například tradiční retail je v kritické situaci. Jak vnímáte situaci vy? Co očekáváte od letošního roku, pokud jde o prodejní kanály?

Na základě vývoje minulého roku lze předpokládat, že online bude i v tomto roce jediným spolehlivým prodejním kanálem, který bude nadále upevňovat svou pozici. Když se podíváme do okolních zemí, je evidentní, že jde o globální trend. Stačí se podívat na čísla z posledních let, kdy rostly internetové prodeje v Evropě o 2 % ročně, zatímco v roce 2020 to bylo 11 %. E-commerce se dostal na 40% podíl z celkových prodejů, přičemž v Česku jsme téměř na 60 %. To nám potvrzuje ochotu spotřebitelů tento prodejní kanál plně akceptovat, ale nejen to. Potvrzuje také kvalitu našich online prodejců, kteří byli schopni loňský enormní nápor zvládnout.

V případě prodejců typu „klikni a vyzvedni“ pravděpodobně nenastanou zásadní změny – například v podobě masového rušení prodejních míst. Nadále budou investovat do internetového prodeje, který, dnešní optikou, dlouhodobě zanedbávali. Stejně tak budou pracovat s výhodou spojenou s jejich sítí prodejen – tedy výdejními místy. Nemůžeme se na prodej dívat jen optikou Prahy, protože garance lokálního prodejce má pro mnoho zákazníků stále svou hodnotu. Právě z těchto důvodů si nemyslím, že tradiční

řetězce přistoupí k trhu s jinou strategií, než se kterou přišly v roce 2020. Jiná situace může nastat v případě nezávislých prodejců, kteří prodej realizují pouze přes kamennou prodejnu. Tady pravděpodobně rozhodne konkrétní situace – měsíční náklady, zda mají provozovnu ve vlastním objektu, věk majitelů a tak dále. Také záleží na tom, zda svůj obchodní model přizpůsobí dnešní době, kupříkladu svou prezencí na některém z rozvíjejících se „market places“.

Prodejní kanály se nadále konsolidují a pandemie tento proces ještě urychlila. V zásadě lze říct, že silní se stávají ještě silnějšími. Některé prodejce zvyšují kvůli tomu svůj tlak na dodavatele a kladou si další podmínky. Vy pracujete v branži už dlouhé roky. Jak se situace v tomto ohledu za posledních 10 let změnila? Leckdo už hovoří i o „neúměrné tržní síle a zneužívání dominantního postavení“.

Zneužití, či raději, řekněme, využití síly v byznysu není nic neobvyklého, a tak se taková situace dala očekávat a vlastně už je několik posledních let na trhu živým tématem. Pamatujeme si určitě všichni dobu, kdy jsme měli zákazníky rozdělné na levnější a dražší. Kvůli změně obchodních modelů, kdy čistý online se snaží nabízet prodejní či výdejní místa a naopak kamenné obchody usilují o pozici v online světě a oba kanály vidí příležitost v navyšování kvality poskytovaných služeb, dochází k tomu, že se rozdíl v nákladech jednotlivých prodejních konceptů stírají. Samozřejmě vím, na co konkrétně ve své otázce narážíte, ale nejsem si jist, zda jsou jednotliví dodavatelé

schopni s tím něco dělat. Mohou se každopádně situaci přizpůsobit a vhodně na ni reagovat.

Velkým tématem se stala loni i Čína – a to nejen kvůli covidu jako takovému, ale kvůli tomu, že se ukázala možná až přílišná závislost západních firem na tamních výrobních kapacitách.

Západní svět již delší dobu vidí, jaký má přesun výrobních kapacit mimo Evropu dopad, ale je otázkou, zda by bylo v otevřené ekonomice možné udržet koncové ceny výrobků o 30, 40 nebo třeba i 50 % vyšší, aby se zdejší výroba branží vyplatila, a zda by se na našich trzích neetablovaly nové značky s levnější produkcí.

Již několik měsíců také trvá krizová situace v dopravě zboží z Asie. Cena kontejneru dokonce zdražila až šestinásobně. Jak to ovlivňuje vaše dodávky? Některé firmy z branže už otevřeně přiznávají, že budou zdražovat. Co vy? I když je většina našich produktů vyráběna v Německu, tak se určitě jedná o téma, které má i v případě firem produkujících v EU své důsledky. Narážím například na nákup jednotlivých komponent pocházejících z Asie. U technologicky jednodušších produktů pochopitelně využívá značka Braun výrobních možností mimo Evropu – a v těchto případech budeme muset navýšení nákladů na dopravu promítnout do prodejní ceny. Jako zástupce distributora bych řekl, že naše situace je v tomto specifická, protože nejsme v pozici, abychom dělali některá strategická rozhodnutí, která si mohou dovolit výrobci s vlastním zastoupením v České či Slovenské republice. Další, a neméně dů-

ležitá oblast, již sledujeme v souvislosti s cenotvorbou, je hodnota koruny. Není vyloučeno, že se bude opakovat situace z roku 2020 i letos. Všichni si pamatujeme změnu kurzů loni v březnu, kdy došlo k oslabení koruny vůči euru o 10 %, a vůči dolaru dokonce o 14 %. Naše měna je nyní téměř na „předcovidových“ hodnotách, ale další vývoj záleží na spoustě faktorů včetně kondice ekonomiky, politických rozhodnutí a tak dále.

Loňský rok přinesl na trhu velké množství překotných změn. V segmentu domácích spotřebičů dodáváte na český trh výrobky Braun/Oral-B a Bissell. Co rok 2020 znamenal pro tyto značky z hlediska jejich pozic a portfolia?

Z našeho pohledu se jednalo o velice úspěšný rok, a to jak v České, tak Slovenské republice. Celý segment malých domácích spotřebičů rostl hodnotově o 23 % u nás, respektive o 14 % u našich východních sousedů. Tohoto výsledku bylo dosaženo primárně díky internetovým prodejem – v segmentu e-commerce rostlo SDA o víc než 50 %. Orbico bohužel nenabízí všechny produktové kategorie malých spotřebičů, ale tržně významný podíl máme v rámci značky Braun. S tou se nám dařilo dobře a v některých kategoriích jsme rostli, v jiných minimálně udrželi pozici z roku 2019. Pouze v kategorii IPL došlo k poklesu, který byl způsoben opakovaným výpadkem dodávek z výroby. Značku Oral-B zastupujeme na českém trhu pouze částečně, ale obecně mohu říct, že je segment ústní hygieny dlouhodobě rostoucí.

Které produktové skupiny v rámci zmíněných značek v pandemii nejvíce rostly?

Loni se v rámci péče o krásu nejvíce dařilo IPL. Tato kategorie se dostala z 20 % podílu na obratu v roce 2019 na 24 % a téměř se stala nejvýznamnější produktovou skupinou. Zajímavé je určitě i to, že dříve zcela dominující segment pánských holicích strojků se propadl o nějakých 5 %. Zjevný je trend přesunu zájmu spotřebitelů k jiným typům produktů, jako jsou úspěšné multifunkční holicí a zastříhovací sady a další stylingová řešení. Co se týče klasických strojků, udržuje si Braun nadále tržní podíl nad 40 %. A ještě musím zmínit rozšíření naší nabídky ústních sprch, kde jsme zaznamenali prodejní úspěchy, stejně jako u bateriových kartáčků na zuby.

Letos slaví značka Braun opravdu významné výročí – 100 let své existence. Tématu se věnujete ve své rozsáhlé prezentaci, tak se zeptám spíše přímo vás. Co pro vás Braun znamená? Co symbolizuje?

Jednoduše řečeno, pro mě značka Braun ztělesňuje prémiovou kvalitu. Za těch pět let, co pro společnost Orbico pracuji, jsem měl možnost opakovaně navštívit vývojové centrum Braun a musím říct, že slova o pověstné německé preciznosti nejsou rozhodně prázdna. V oboru celkově pracuji už víc než 20 let a mohu z osobní zkušenosti potvrdit, že je vždy výhodou, když nabízíte produkt, který má svou historii a patří mezi špičku na trhu.

A co vysavače?

Trochu v nadsázce mohu říct, že jsem předpokládal, že v období lockdownu budou úspěšnější jiné kategorie než robotické vysavače. Že si budou chtít zákazníci vynahradit zavřená fitness centra, ale evidentně zvítězila naše lenost (směje se, pozn. red.). Ne, teď vážně. Evidentně zvítězil zájem o inovace, nákup trendy produktů, a tak pokračovaly roboty v růstu. Loni dokonce o 60 % a staly se nejsilnější kategorií v oblasti vysavačů. Značka Bissell, která nový robotický vysavač už představila a jeho uvedení v Česku chystá, potvrdila svůj dlouhodobý meziroční růst – například v kategorii multifunkčních vysavačů dokonce o 10 %. Nejde samozřejmě o dominantní kategorii na trhu, protože tvoří pouze 8 % z celkového objemu prodeje vysavačů. Přesto je to pro nás důležitý úspěch. Mezi nejúspěšnější patří produktová řada CrossWave pro mokrý úklid a také novinka roku 2020, model HydroWave. Jedná se o speciální čistič koberců.

Braun je vaším jasným číslem jedna, ale Bissell stojí v rámci vašeho portfolia značek trochu v jeho stínu. Bissell v redakci dlouhodobě vnímáme jako značku s obrovským potenciálem. Letos bychom se měli dočkat nějakých novinek včetně vámi zmíněného robotického vysavače. Kdy by měl dorazit na trh?

Rozhodně s vámi souhlasím, protože když vidím, co se značkou rodina Bissellů za těch 140 let její existence dokázala, je to úžasné. Nemůžeme pochopitelně srovnávat pozici, kterou má v celosvětovém měřítku, kde je v některých segmentech číslem jedna, s pozicí u nás. Prvním signálem, že to myslí



Bissell v Evropě opravdu vážně, byla v roce 2019 její účast na veletrhu IFA v Berlíně. Z hlediska historie značky jde o nedávnou záležitost, takže nemůžeme porovnávat její pozici s některými dalšími značkami, které nabízíme. Plánovaná expanze do nových produktových kategorií a chuť značky růst jí dává možnost stát se v příštích letech významným hráčem také v Česku. Již prodávané multifunkční tyčové vysavače ukazují technologický náskok, který český zákazník umí ocenit. Protože u robotických vysavačů dochází k obměně celého portfolia, které je v Americe již několik let prodáváno, stále není sortiment pro náš region finalizován. Sám se na robot Bissell těším a určitě pro něj najdu místo i u sebe doma.

Máme i informace o chystaném uvedení čističek vzduchu této značky. To je segment, do kterého teď urychleně vstupuje spousta značek včetně mnoha obchodníků. Bissell jako výrobce vysavačů, které filtrují vzduch, má ale pro uvedení čističek přece jenom i odborný a technologický základ. Můžete nám k těmto chystaným novinkám říct něco víc?

Určitě se jedná o segment, na který se moc těšíme. Bez ohledu na probíhající pandemii potvrzují delší dobu čísla z trhu, že se jedná o zajímavou příležitost, jak si jednoduše najít cestu k dalším zákazníkům. Hlavním benefitem naší nové modelové řady je design, který by měl být důstojným konkurentem ke stávajícím „plastovým“ řešením jiných značek. Všechny zmíněné novinky našim čtenářům na stránkách SELLu podrobně představíme v průběhu tohoto roku.

Novinky v segmentu péče o krásu. Značky reagují na zvýšenou poptávku na trhu

S drobnou vánoční přestávkou trvá uzavření obchodů a služeb už několik měsíců. Výsledkem je pokračující zvýšený zájem spotřebitelů o rozličné spotřebiče v segmentu osobní péče a péče o krásu. Mnohé firmy proto rychle rozšiřují svá portfolia o nové modelové varianty či do některých produktových kategorií vůbec poprvé vstupují. V následujícím přehledu jsme se zaměřili primárně na chystané nebo v nedávné době uvedené výrobky. U některých značek jich bylo tolik, že jsme se rozhodli jim v přehledu věnovat větší prostor, abychom žádný z produktů nevynechali.



Dostupnost: v prodeji

Bellissima My Pro Beach Waves Multi GT21 100 (11634)

- Kulma na vlasy
- 4 druhy vln
- Keramický povrch

Italská značka Bellissima uvedla už loni na trh tuto speciální kulmu typu 4 v 1, která je vlastně vylepšenou verzí velmi úspěšného modelu My Pro Beach Waves (11619). Na inovovaný model se chce český distributor BVZ Commerce nyní ještě více zaměřit a postupně ho dolistovat u dalších obchodních partnerů. Oproti starší verzi se liší možností nastavit délku vln. Co se týče funkce 4 v 1, ta konkrétně znamená možnost vytvářet 4 úrovně vlnění vlasů. Kulma má keramický povrch a elektronicky řízenou teplotu mezi 170 °C až 230 °C.

Braun – 5 nových IPL a dvě kompaktní holítka

První IPL pro muže a unikátní přesná holítko pro obličej a tělo

Německá značka uvede v průběhu března hned několik nových produktů. Celkem zamíří do trhu 5 nových modelů IPL včetně vůbec prvního balení cíleného na muže a dvě unikátní dámská holítka pro snadné odstraňování chloupků v obličejí a na dalších citlivých místech.



Braun Silk-Expert Pro 5 PL5347

- IPL epilátor
- 400 000 záblesků
- 3 nástavce

Dostupnost: březen 2021

Braun nepřichází s novinkami coby náhradou za stávající modely, ale portfolio pouze rozšiřuje. Reaguje tak na zvýšenou poptávku po IPL. Nové varianty se vyznačují širší hlavou, kde se otvor k lampě zvětšil ze 3 cm na 4 cm při zachování bezpečnosti i technologie SnesoAdapt, která neustále skenuje odstín pokožky a upravuje podle toho intenzitu záblesků. Zvětšení hlavního nástavce samozřejmě urychluje celý proces odstraňování chloupků. Součástí nejvyššího modelu, který jsme do přehledu zařadili, jsou také 2 menší nástavce – jeden pro obličej a druhý pro bikiny. U pánské sady PL5115 je samozřejmě nenajdete.



Braun Face FS1000 a Braun Body BS1000

- Dámská přesná holítko
- Napájení jednou baterií

Dostupnost: březen 2021

Vedle nových IPL zamíří v druhé polovině března na trh také speciální obličejové holítko FS1000 určené k jemnému a velmi přesnému odstraňování chloupků. Braun v prezentaci zdůrazňuje kvalitní provedení a odolnou konstrukci. K napájení výrobku postačí jedna AA baterie, která je i součástí balení. Vedle tohoto modelu bude v prodeji také model Braun Body BS1000 určený k zastříhování chloupků v podpaží nebo oblasti třísel. Zdrojem energie je i v tomto případě tužková baterie. Součástí příslušenství je zastříhovací hlava zajišťující 4mm stříh.

Concept IL3020 Perfect Skin IPL epilátor

- 300 000 záblesků
- 2 nástavce

Česká značka Concept přichází na trh se svými prvními IPL epilátory, jejichž popularita v poslední době značně roste kvůli uzavřeným salonům krásy. IPL od Conceptu nabízí 5 úrovní intenzity a 2 režimy chodu – jeden pro hůře dostupná místa a druhý pro větší plochy, jako jsou nohy, ruce nebo záda. Nastavení usnadňuje integrovaný inverzní LCD displej. Součástí balení jsou i 2 nástavce, které umožní odstraňovat chloupky také v citlivých oblastech včetně horního rtu nebo brady. Concept nezapomíná ani na senzor na ochranu očí či pouzdro pro přenášení nebo uskladnění. Napájení je řešeno klasicky z elektrické sítě.

Dostupnost: březen 2021



**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

ECG ZV 1255 Ceramic Wide

- Žehlička na vlasy
- Extra široké žehlicí plochy
- Ionizace

Značka ECG přišla v posledních měsících na trh s několika novými produkty v kategorii osobní péče. Jedním z nejnovějších, který je v prodeji zhruba od konce ledna, je tato žehlička. Na první pohled zaujme svými širokými keramickými plochami – jejich velikost je 9 × 4,2 cm. Teplotu lze u ní nastavit mezi 120 °C až 210 °C, přičemž hodnota je zobrazena na integrovaném LED displeji. Novinka nepostrádá ani funkci ionizace. Přívodní šňůra o délce 1,8 m má 360stupňový kloub. Jako příslušenství je dodáváno tepelně odolné pouzdro.

**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

Dyson Airwrap Complete

- Kulmořén
- Bohaté příslušenství
- Speciální edice s měděným boxem

Britský Dyson vstoupil do světa domácích spotřebičů v kategorii péče o krásu a působí v ní podobnou revoluci jako v segmentu vysavačů. Vedle fénu Supersonic a nejnovější žehličky na vlasy Corrale má v nabídce také kulmořén Airwrap, který je nyní dostupný i ve speciální edici s detaily v barvě mědi. Základ výrobku tvoří digitální motor Dyson V9, který dosahuje až 110 tisíc otáček za minutu a zajišťuje vznik takzvaného Coandova efektu, díky němuž vlasy šetrně přilnou k povrchu kartáče. Airwrap také 40× za vteřinu kontroluje teplotu vzduchu, aby nepřesáhla 150 °C. Součástí příslušenství jsou: 30mm a 40mm nástavce Airwrap, tuhý vyhlazující kartáč, měkký vyhlazující kartáč, kulatý kartáč pro objem a vysoušeč pro prosušení vlasů před stylingem. Nechybí ani protiskluzová tepluvzdorná podložka a úložné pouzdro v barvě mědi. Součástí speciální edice je i taška a kartáček na čištění filtru.



Grundig Artemis

Nová beauty řada německé značky

Značka Grundig uvede v příštích týdnech na trh zcela novou řadu pro péči o krásu. Dominovat jí bude černá barva s detaily v barvě mědi. Zejména vysoušeče vlasů se vyznačují jedinečnými funkcemi, které stojí za pozornost a zákazníkům při výběru mohou zaujmout.

Dostupnost: březen 2021



**Grundig
HD 8080**

Vysoušeč vlasů s automatickým pozastavením/obnovením činnosti

Tento fén obsahuje senzor, díky kterému přináší jedinečnou funkci typu „start/stop“, kterou známe dnes z automobilového průmyslu. V případě vysoušeče to znamená, že při odložení se chod přístroje zastaví, ale když ho vezmete znovu do ruky, opět se zapne. Není tedy potřeba ho během tvorby účesu neustále manuálně zapínat a vypínat. Fén nabízí 3 úrovně teploty, studený vzduch, 2 rychlosti foukání a ionizátor. Nechybí ani keramická ochrana. Součástí balení je koncentrátor i difuzér. O chod produktu se stará motor typu AC s příkonem 2 300 W.



**Grundig
HD 7081**

Vysoušeč vlasů s navíjením kabelu do rukojeti

Druhý nový fén používá standardní DC motor s příkonem 2 100 W. Jeho speciálním prvkem je možnost navinout kabel do rukojeti, takže ho není potřeba klasicky obmotávat okolo samotného fénu. Stejně jako vyšší model má i tento 3 nastavení teploty, studený vzduch, 2 úrovně foukání a ionizátor. V balení nechybí koncentrátor ani difuzér.



**Grundig
HS 7030**

Žehlička na vlasy s keramickými plochami

S fény je v rámci řady Artemis designově sladěna i tato nová žehlička na vlasy, která je vybavena LCD displejem a možností nastavení teploty od 130 °C do 230 °C. Keramické žehlicí plochy s přírodními oleji jsou extra dlouhé a široké. Součástí výbavy je také ionizační funkce.



**Grundig
HS 7080**

Kulmofén se 4 nástavci a funkcí studeného vzduchu

Výčet novinek Grundig Artemis uzavírá tento kulmofén s pravou i levou rotací, ionizací a keramickým povlakem s přírodními oleji. K dispozici jsou 2 tepelné výkony a 4 nástavce (30 mm, 40 mm, 50 mm, tryska). K fixaci účesu lze použít funkci studeného vzduchu. Přírodní kabel má otočný 360stupňový kloub.

dyson airwrap

**Kudrny. Vlasy. Hladké. Vyfoukané.
Bez extrémních teplot.**

Styler Dyson Airwrap™ zcela proměňuje svět vlasového stylingu. Díky kombinaci našich výkonných digitálních motorů s aerodynamikou jsme dokázali využít jev známý jako Coanda efekt pro vlnění, rovnání a vyhlazování vlasů - bez extrémních teplot.

www.dyson.cz



**Nyní v exkluzivní
dárkové edici**



Panasonic ES-LT67

- Pánský holicí strojek
- Lineární motor
- 3 břity

Nový model strojku v příjemném modrém provedení staví na lineárním motoru, který udržuje stabilní rychlost stříhu bez ohledu na hustotu vousů a zbývající energii baterie. Holicí hlava obsahuje 3 břity z japonské oceli. Středová část hlavy slouží ke stříhu delších vousů, zatímco vnější planžety si poradí s těmi nejkratšími chloupky. Břity se vyznačují nano úpravou a broušením do sklonu 30°, což ještě zvyšuje účinnost a preciznost holení. Samotná holicí hlava nese název Multi-flex 12D a pohybuje se ve 12 směrech, takže se velmi přizpůsobuje konturám obličeje. Obsahuje i speciální snímač hustoty vousů, který upravuje chod motoru. Součástí strojku je i výsuvný zastříhovač.



Philips OneBlade Pro QP6650

- Multifunkční zastříhovač
- Tvář i tělo
- 3 nástavce

Nová generace prodejního hitu jménem OneBlade dorazí již koncem března také na český trh. Strojek určený k péči o tvář i další části těla má inovovaný design. V prezentované variantě bude dodáván s dobíjecím stojánkem a cestovním pouzdrem. Kromě standardní ochranné hlavice bude součástí balení ještě nástavec na tělo se stříhem o délce 3 mm a přesný zastříhovač s nastavením stříhu mezi 0,4 mm a 10 mm ve 14 krocích. Integrovaná Li-Ion baterie vydrží při plném nabití na 120 minut nepřetržitého provozu přístroje. Dobíjení trvá pouze 60 minut.

Dostupnost:
březen/duben 2021

Remington Hydraluxe Pro S9001

- Žehlička na vlasy
- Systém pro hydrataci vlasů
- Precizní nastavení teploty

Nová žehlička značky Remington dorazila na trh koncem ledna a přichází s takzvanou technologií Hydracare Mist, která přispívá k zachování rovnováhy hydratace při stylingu. V podstatě je toho dosaženo pomocí páry, již žehlička vytváří. Proto v ní najdete i malou nádržku na vodu. Každý pramen vlasů je navíc před žehlením uvolněn a vlasy nejsou namáhány. Remington deklaruje, že se zapnutou funkcí Hydracare Mist a nastavenou teplotou na 170 °C nedochází k žádnému měřitelnému poškození vlasů. Žehlička má ale samozřejmě více nastavení – celkem 5 teplot až do 230 °C. Otočný přírodní kabel má délku 3 m.

Dostupnost:
novinka již v prodeji





Rowenta Ultimate Experience

Rozšíření úspěšné produktové řady

Rowenta přijde na začátku jara na trh se dvěma novými modely. Unikátně řešenou kulmou ve tvaru „L“ a fénem, s nímž lze masírovat pokožku hlavy.



Rowenta

Ultimate Experience Air Care CF4310F0

Kulma s inovativním provedením

Dostupnost: březen 2021

Nová kulma Rowenta přichází s novou koncepcí ve tvaru „L“ a na první pohled může připomínat vysoušeč vlasů. Firma zvolila tento tvar, aby zvýšila uživatelský komfort a usnadnila proces tvorby loken nebo vln. Snižuje se totiž napětí v paži, a styling vlasů je tak o poznání pohodlnější a snazší. Rowenta navíc přidává ještě technologii Fresh Flow, která pomocí jemného proudu vzduchu chrání vlasy před nadměrným horkem. Teplotu lze nastavit od 130 °C do 230 °C (v 8 krocích), přičemž v základu se používá šetrná teplota 170 °C.



Rowenta

Ultimate Experience

Scalp Care CV9240F0

Vysoušeč vlasů s masážní funkcí

Tento nový fén kromě vysoušení vlasů nabízí možnost masáže pokožky hlavy pomocí jemných vibrací. Prokrvení pokožky přispívá k posílení vlasů a současně je pozvedá od kořínků, takže lze při tvorbě účesu dosáhnout většího objemu. Vysoušeč je navíc vybaven digitálním bezkartáčovým motorem s příkonem 2 200 W, takže je vysoušení velmi rychlé a účinné. Konkrétně můžete vybírat ze 3 teplot a 2 úrovní rychlosti. V příslušenství najdete i 7mm nástavec pro dokonalé vyfoukní rovného účesu a 11mm nástavec pro nadýchané vlasy.

Dostupnost: březen 2021

Trendem v zastříhovačích Rowenta je všestrannost!

Trh s hybridními zastříhovači stále roste, zejména díky pestré poptávce na straně spotřebitelů a neustálému rozšiřování sortimentu na straně výrobců. Každý muž má tak možnost vybrat si přesně podle svých představ. Nebo snad žena?

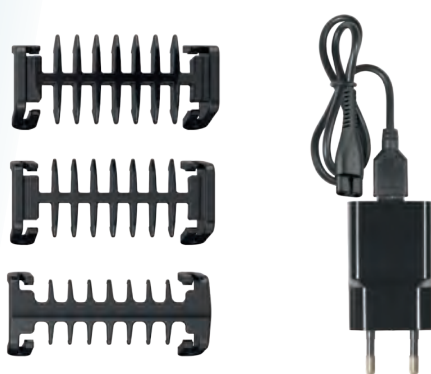
„Jako výrobce širokého portfolia v péči o mužskou krásu si často klademe otázku, zda strojky kupují sami muži, nebo jejich drahé polovičky. I proto se snažíme srozumitelně komunikovat k čemu jsou určeny: Hybridní zastříhovače Rowenta mají hned několik benefitů, které ocení každý. Jejich všestrannost při stylingu je jednoznačná – zastříhují, tvarují a holí, naše novinka Forever Sharp Ultimate má navíc nástavec na na tělo, díky kterému holí do hladka. Po nabití vydrží baterie 120 minut. Zaměřujeme se nejen na preciznost a přesnost při zastřížení v jednom tahu, ale také na udržitelnost. Při testu v laboratorních podmínkách jsme nově změřili, že při průměrném použití naší super vybavené novinky Forever Sharp, vydrží břity ostré 15 let, není je potřeba průběžně měnit,“ vysvětluje Eva Kožušníková, produktová manažerka značky Rowenta. Dokonale upravených vousů lze dosáhnout komfortně a bez starostí o pořezání či podrážděnou pokožku. Hitem jsou hybridní zastříhovače vousů, se kterými vytvoříte přesný styl podle vašich představ a není u nich potřeba měnit ostří! Vysoce kvalitní nerezové břity s titanovým povrchem jsou totiž samoostříci.

Multifunkční zastříhovač Forever Sharp (TN6000) je pomocník extrémně ostrý a nepostradatelný, se kterým můžete tvarovat, zastříhávat či holit vousy jakékoli délky bez podráždění pokožky.

Model Forever Sharp Comfort (TN6040) k pohodlnému používání přidává ještě jistotu vždy elegantního vzhledu vousů – oproti předchozímu



modelu má rozšířenou výbavu hřebenových nástavců pro dokonalé zastřížení vousů o jakékoli délce (1-2-3-5-6 mm): pro upravené krátké vousy, třídní strniště nebo desetidenní husté vousy. Součástí je i nástavec pro pohodlné holení vousů



i těla, který chrání pokožku díky optimální účinnosti a pohodlnějšímu skluzu zmírňuje riziko pořezání a podráždění pokožky. 3v1 má zároveň speciálně zkonstruovanou profilovou čepel, která zajistí precizní tvarování i na těžko dostupných místech, proto se nemusíte bát atraktivních vzorů! S oboustrannou čepelí se vám podaří.

Pro perfektní kontrolu nad vaším stylem a splnění náročnějších požadavků poslouží **Rowenta Forever Sharp Ultimate (TN6200)**. Hybridní zastříhovač, který disponuje třemi specializovanými nástavci na vousy – precizní holící strojek pro detailní lemování vousů s přesností 0 mm (zvláště na tvářích a krku), nástavec pro hladké oholení těla, pro krátké vousy bez podráždění pokožky či pořezání a tradiční čepel pro středně dlouhé vousy. V balení je také sedm hřebenových nástavců pro délku vousů od 0,4 mm do 17 mm.



Zastříhovač díky Lithium-iontové baterii vydrží až 120 minut provozu bez dobíjení, což představuje přibližně dva měsíce běžného provozu. Na jedno zastřížení jej díky funkci rychlonabíjení s použitím USB kabelu dobijete za neuvěřitelné 4 minuty! Rychlost motoru je až 8 000 otáček za minutu – dokonale přesné výsledky jsou zaručeny jedním tahem! A na digitálním displeji kdykoli zjistíte stav baterie. Jeho použití je snadné a velmi komfortní, neboť je lehký, přesně padne do ruky a samozřejmě je 100% vodotěsný. Součástí je i pouzdro na uložení všech nástavců a dobíjecího kabelu, což se stává už standardem pro maximalizaci pohodlí.





Z části prodejen **EXPERT** se v dubnu stane **Electro World**. Franšízanti první jmenované značky údajně nadšením nehýří



Slovenská společnost NAY vstoupila v roce 2017 do mezinárodní skupiny Expert International, která působí už ve 22 zemích světa, převážně v Evropě, ale expandovala třeba i do Jižní Afriky. Od té doby se v pravidelných intervalech objevovaly na trhu spekulace, jakým způsobem se toto spojení promítne na českém a slovenském trhu. Obě firmy po celou dobu „zaručené zprávy“ o svém případném spojení dementovaly. Naše redakce se v průběhu posledních let na situaci několikrát ptala přímo Petera Weisse, jednatele expert ČR, ale i on vždy všechny septandou šířené informace označoval za nepravdivé. Postupně se vždy ukázalo, že nepravdivé opravdu byly. Ve světle toho je trochu paradoxní, že nedávné oznámení o prodeji 21 prodejen sítě expert přišlo nečekaně jako blesk z čistého nebe ve formě oficiálního dopisu obchodním partnerům. Nepředcházely mu vůbec žádné spekulace. Dohoda společností expert ČR a NAY byla natolik dobře utajena, že její oznámení podle dostupných informací překvapilo dokonce mnohé franšízanty a provozovatele nezávislých obchodů pod značkou expert.

Co transakce znamená pro trh?

Zprávy o změně přinesla už 18. ledna většina mainstreamových médií, která ale pouze mírně upravila či citovala oficiální tiskovou zprávu společnosti NAY. Psát zde sáhodlouhý úvod o tom, že se z 21 prodejen

K+B Expert stane 1. dubna Electro World a že zbývajících 29 zůstává pod značkou expert, proto nebudeme. O tom už všichni víte a nepochybně jste o tom četli někde na internetu. Jediné, co je potřeba zdůraznit, je, že NAY kupuje pouze prodejny spadající pod společnost K+B Expert, která patří do prodejního uskupení expert ČR s.r.o. Nezávislých prodejců provozujících své obchody pod značkou expert se prodej netýká.

Z pohledu naší redakce je transakce zásadnější, pokud jde o budoucnost značky expert a velkoobchodu K+B Progres. Proto jsme také oslovili Petra Weisse, s nímž přinášíme na straně 26 rozhovor.

Pro Electro World jde samozřejmě také o důležitý krok, protože značka výrazně posílí svou pozici v retailu na českém trhu a pronikne mimo velká města, na která se doposud výhradně soustředila. Není také žádným tajemstvím, že když před lety společnost NAY Electro World v Česku přebírala, slibovala si od něj určité mnohem víc – předpoklady bohužel zůstaly z větší části nenaplněny...

Podíváme-li se ještě dále do minulosti, přesněji řečeno do roku 2002, kdy vstupoval Electro World do Česka, byla jeho propagace postavena především na rekordních prodejních plochách. Z devízy se však postupně stala spíše brzda, protože retailové trendy nabraly zcela opačný směr a velkoformátové prodejny se staly určitým reliktem minulosti.

Když se přesuneme do současnosti, je nutné ještě říct, že je Electro World pod stále větším tlakem ze strany e-commerce a v poslední době i svého hlavního konkurenta – Datartu. HP Tronic zvládl po koupi sítě Datart vyřešit počáteční problémy s logistikou a naskladňováním zboží, z nichž Electro World dokázal krátkodobě těžit. Zlínští ale zakoupenou síť postupně rozběhli a velmi povedená kampaň posledních měsíců úspěch a sebevědomí značky jen podtrhla, stejně jako její jasný tah na branku. Electro World potřebuje podobný impuls také. Zda to bude koupě 21 prodejen expert a rychlý průnik do oblastí menších měst, ukáže až čas. Budoucnost byznysu ve velkých nákupních centrech koncentrovaných u lidnatějších měst nevypadá nyní příliš růžově. Lidé ve městech nakupují na internetu kvůli koronaviru ještě víc a mnohem častěji využívají doručení až domů. Spousta z nich už u nákupů online zůstane, obzvláště pokud jde o elektroniku. Jsme přesvědčení, že velká nákupní centra se budou muset změnit a přizpůsobit nové realitě, která přijde po konci pandemie. Ta, která bojovala o přežití už před „koronou“, velmi pravděpodobně skončí. Pro Electro World v jeho současné podobě představují každopádně probíhající rychlé změny problém. Koupě menších prodejen expert se proto jeví ve světle zmíněného jako rozumný krok.

Franšízanti o dohodě prý nevěděli

Co se týče sítě expert, pro ni samotnou znamená změna dresu u téměř poloviny prodejen pochopitelně oslabení. Z několika nezávislých zdrojů, které si nepřály být v článku jmenovány, máme navíc potvrzeno, že majitelé nezávislých obchodů působících na trhu pod značkou expert se o prodeji dozvěděli až v den oficiálního oznámení, což celkem logicky nenesli úplně lehce. Jelikož jsou mnozí z nich, například Marie Holoubková nebo Miloš Jankovský, provozovateli hned několika obchodů expert a jsou členy dozorčí rady expert ČR, působí celá situace vcelku zvláště. Informace o obavách franšízantů, co vše prodej částí sítě přinese a jaké na ně bude mít dopady, Peter Weiss popírá, jak se můžete dočíst v již zmíněném následujícím rozhovoru, který nám v průběhu února poskytl. Naše redakce je ale přesvědčena, že franšízanti být v klidu rozhodně nemohou. Podle našich zdrojů se hlavně obávají ztráty síly značky expert, jejíž síť prodejen se v dubnu výrazně zmenší. Naše zdroje hovoří o tom, že by měl pro franšízanty klesnout centrální listing z 90 % na 50 %, což by jim dalo volnější ruce. Peter Weiss ale tuto informaci označil za nepravdivou. Navíc dodal, že během interních jednání vůbec nezazněla, natož aby byla na stole.

Nervozita na straně nezávislých prodejců obecně, tedy bez ohledu na značku, pod kterou na trhu působí, je pochopitelná. Posilování velkých e-shopů a některých sítí s elektrem a s tím spojený další tlak na ceny měly na nezávislý trh v poslední dekádě značně negativní dopady. Konkurovat v našich podmínkách Alze je asi stejné jako konkurovat v Německu Amazonu. Mnoho prodejců proto buď svůj obchod během druhého desetiletí nového století zavřelo, nebo se (hlavně nyní) stává v rámci systému „marketplace“ partnerem Alzy či Mallu, které tento typ služby nabídly po vzoru eBay či Amazonu. Pandemie koronaviru a s ním spojená karanténní opatření alias „lockdowny“ pak skutečně decimují i poslední zbytky nezávislého trhu, který byl v drtivé většině bytostně závislý na retailu. Na internetu buď vůbec nepůsobil, nebo pro něj šlo o okrajovou záležitost, protože mimo velká města internetové nákupy do příchodu covidu nebyly tak populární.

Prodejci působící na trhu pod značkou expert jsou nervózní oprávněně – už před „koronou“ byli s ohledem na trendy na trhu a nadále posilující e-commerce vystaveni stále ostřejší konkurenci a tržním změnám, které jdou vstříc spíše dominantním hráčům na trhu. Peter Weiss ale upozorňuje, že celá síť expert získávala v posledních letech tržní podíl, a to i díky takzvanému Digital Competence Center v rámci celého Expert International. Je také pravdou, že dominantní subjekty

v čele s Alzou mají největší sílu ve velkých městech a vesnice se snaží dobývat až nyní, například překotným rozšiřováním výdejních schránek. Pozice menších prodejců, například i těch v rámci sítě expert, jsou v regionech nadále poměrně silné, ačkoliv pandemie a dlouhé uzavření prodejen posledních měsíců jejich byznysu rozhodně neprospívá.

Franšízanti expertu jsou každopádně v situaci, že se se značkou, která je sjednocuje a dává jejich byznysu v regionech sílu a hodnověrnost, nemohou rozkmitřit. Navíc už vlastně ani nemají možnost utéct jinam, protože expert je poslední sítí, která umožňuje nezávislým prodejcům využívat velké známé značky a současně si uchovat značnou míru autonomie. HP Tronic s nezávislými provozovateli prodejen Euronics

Seznam prodejen Expert, které se 1. dubna změní na Electro World

expert elektro Blansko
expert elektro Česká Lípa
expert elektro České Budějovice
expert elektro Český Krumlov
expert elektro Hodonín
expert elektro Chomutov
expert elektro Jičín
expert elektro Jihlava
expert elektro Kolín
expert elektro Litvínov
expert elektro Louny
expert elektro Mladá Boleslav
expert elektro Pardubice
expert elektro Plzeň
expert elektro Praha 9
expert elektro Příbram
expert elektro Sokolov
expert elektro Šumperk
expert elektro Teplice
expert elektro Ústí nad Labem

tak trochu zatočil a i poslední odpůrci přebarvení svého obchodu na Datart budou muset sklopit hlavu, což pro ně mimochodem znamená, že místo majitelů, kteří o svém byznysu rozhodují, z nich budou jen šéfové prodejen. Hořká pilulka, kterou nikomu z nich nezávidíme. Koronavirus jim podle posledních zpráv z trhu koupil nějaký čas navíc, protože se plány na rebranding zbývajících prodejen Euronics, například Romana Sikory v Českém Těšíně, zhruba o rok posouvají. Ale zpět k expertu. Jeho nezávislí prodejci nejsou v jednoduché situaci, koronavirus má na ně nemalý dopad a do toho přišla náhlá zpráva o prodeji nemalé části sítě prodejen. Slavit nikdo z nich určitě nemůže.

Centrála expertu bude pravděpodobně propouštět

Obchodní partneři sítě expert očekávali oznámení zásadních informací po 17. únoru, kdy proběhla interní jednání v centrále expert ČR. Zásadní novinky ovšem schůzka nepřinesla, alespoň žádné uveřejněné a otevřeně komunikované.

Někteří obchodní dodavatelé, tedy výrobci a distributoři, při telefonních hovorech s naší redakcí přemítali nad současnou vyjednávací pozicí expertu, přes který kvůli snížení počtu jeho prodejen bude do trhu putovat méně zboží. Polemiky se vedou také o možné spolupráci K+B Progres a NAY na velkoobchodní úrovni.

Na zmíněné schůzce ze 17. února byla také tématem redukce týmu na centrále expertu v Klíčanech. Jelikož se síť prodejen zmenší, nebude potřeba k jejímu obhospodařování tolik lidí. Nepopulární krok je z logiky věci nejspíš nevyhnutelný.

Šance pro ECG a K+B Progres

Kde vidíme jednoznačně pozitivní efekt převzetí 21 prodejen expert, je na straně velkoobchodu K+B Progres, kde se vedení i celý tým budou moci soustředit výhradně na distribuci zboží. Současně má dostat ještě větší prostor značka ECG, která by měla ve větší míře proniknout do celé sítě NAY v Česku a na Slovensku.

Lubor Jarkovský



Peter Weiss: „EXPERT“ pokračuje dál a přidá odběrná místa. S NAY budeme více spolupracovat v oblasti sortimentu ECG

Měsíc leden, který bývá na byznysové zprávy i produktové novinky v segmentu domácích spotřebičů tradičně poněkud skoupý, se letos stal onou výjimkou potvrzující pravidlo. V polovině měsíce rozvířila na trhu vody zpráva o koupi části prodejní sítě expert ČR ze strany slovenské společnosti NAY. Co to znamená pro budoucnost značky expert u nás? A lze očekávat užší spolupráci velkoobchodu K+B Progres a NAY? Zeptali jsme se jednatele první jmenované Petera Weisse.



zice v rámci rozhodování vaší společnosti. Ti budou nadále působit na trhu pod značkou expert?

Značka „expert“ bude na českém trhu pokračovat a bude se právě soustředit na partnery a podílíky, kteří mají silnou lokální pozici. Jsme jediná síť, která nabízí nezávislým prodejcům elektro možnost se spojit se silnou mezinárodní skupinou, a přitom zůstat individuálním podnikatelem, ne nájemcem nebo zaměstnancem „vlastního obchodu“.

Nebude mít na značku expert tato změna negativní dopad, když z 50 prodejen bude najednou na trhu působit pod touto značkou pouze prodejen 29?

Počítáme s tím, že krátkodobě náš podíl na trhu kamenných prodejen klesne, ale budeme se ještě více soustředit na růst omnichannelu a doplnění sítě prodejen prostřednictvím lokací typu „klikni & vyzvedni“.

Někteří franšízanti a provozovatelé prodejen expert mají podle zákulisních informací obavy, že bude NAY přespříliš zasahovat do nákupu zboží a cenotvorby. Ostatně Electro World na trhu neplatí za nejzodpovědnější řetězec – často používá v konkurenčním boji agresivní cenovou politiku, na což pak zbytek trhu musí reagovat, a připravuje se tak o marži. Co byste jim k tomuto řekl?

Jsme v úzkém kontaktu s našimi partnery a nemohu potvrdit informace o jakýchkoliv obavách. Strategii firmy expert ČR budeme nadále tvořit společně a zcela nezávisle na společnosti NAY. Dokonce jakákoliv domluva mezi NAY a námi by byla protizákonná. Kolegy z Electro Worldu znám a nemám pocit, že

by zastupovali nezodpovědný řetězec. Naopak, soustředí se na rozvoj služeb a prodej kvalitních výrobků. To nemohu určitě říct o všech účastnících soutěže na trhu.

Máme informace, že se chystají třístranná jednání s partnery, kde bude zastoupen expert, NAY a daný obchodní partner. Kdy se tato jednání o další spolupráci rozběhnou?

Víc, než jsem řekl v předchozí odpovědi, už vám neřeknu. Jakákoliv domluva mezi námi a NAY by byla nezákonná.

Bude mít aktuální změna nějaké dopady na velkoobchod K+B Progres a jeho činnost? Co pro něj změna znamená?

K+B Progres bude pokračovat ve strategii distribuce zboží typu elektro i „neelektro“ do všech významných kanálů v České a Slovenské republice. Síť expert ČR zůstane naším největším odběratelem. Produkty naší vlastní značky ECG a značek, které zastupujeme, dodáváme úspěšně do všech zemí v Evropě. Na těchto činnostech se nic měnit nebude.

Co od přechodu části prodejen „expert“ pod značku Electro World a užší spolupráce s NAY očekáváte?

Očekáváme, že skupina NAY se může ještě víc soustředit na retailový trh a získat silnější pozici jak v Česku, tak na Slovensku. Skupina K+B se bude specializovat na distribuci zboží prostřednictvím všech moderních forem prodeje. K+B Progres bude s firmou NAY pochopitelně ještě více spolupracovat v oblasti prodeje sortimentu značky ECG. Ten bude pevnou součástí sortimentu v jejích prodejních sítích a poskytne nám možnost rozšířit portfolio ve vyšší kvalitativní kategorii.

V druhé polovině ledna byl oznámen chystaný prodej 21 prodejen sítě expert, které patří pod K+B Expert, s. r. o., společnosti NAY, a. s. O tomto spojení se na trhu spekulovalo už celé roky. Co k tomuto kroku vedlo právě teď? Nepřispěla k tomu například aktuální pandemie, která způsobuje retailu nebývale vysoké ztráty a propady tržeb?

V rámci Expert International jsme s firmou NAY spojení již několik let, ale konkrétní podoba lokální transakce se rozhodla až koncem roku 2020. Aktuální situace nepřispěla, protože naše branže nebyla doposud pandemií tak negativně ovlivněna. Naopak firma K+B Expert měla v poslední době velmi dobré tržby a její tržní podíl rostl.

Máme z trhu informace, že by se tyto prodejny měly po 1. dubnu letošního roku změnit na Electro World. Je to pravda?

Ano, máte pravdu, od 1. dubna 2021 se tyto prodejny změní na Electro World.

Značka „expert“ ale nezaniká – 29 prodejen provozují franšízanti. Některé jsou dokonce podílíky a mají silné po-



Amica
for living

NOVÉ MYČKY AMICA

Nejmodernější funkce pro hygienicky
čisté a suché nádobí.

www.amica-group.cz



Čističky vzduchu se vezou na covidové panice. Do segmentu vstupují další značky

Přestože jsme se čističkám vzduchu věnovali v SELLu poměrně nedávno, konkrétně loni na podzim, rozhodli jsme se jim věnovat znovu. Důvodem je překotná reakce trhu na zvýšenou poptávku – mnoho firem dál rozšiřuje svou nabídku o nové modely nebo do této kategorie vůbec poprvé rychle vstupuje. Nikoho asi nepřekvapí, že se v čističkách začaly nově angažovat hlavně některé obchodní značky.

Čističky vzduchu jsou velmi praktickým a užitečným produktem, což platí obecně, nikoliv pouze pro současnou pandemickou situaci. Popravdě nákup čističky kvůli ochraně před COVID-19 považujeme za trochu přehnaný, i když faktem je, že zejména modely s filtry HEPA H13, UV-C lampami a ionizátory mohou riziko nákazy snížit, pokud například v dané domácnosti někdo s covidem je. Čističky tohoto typu nelikvidují pouze SARS-CoV-2, ale prakticky všechny viry a bakterie. Za chvályhodné považujeme, že si mnohé firmy uvědomily, že dříve dostačující obecná informace o přítomnosti „HEPA filtru“ bez uvedení jeho přesného typu přestala stačit, a v popisech produktů to často napravily. Některé z různých důvodů nemohou používat přímo označení HEPA, ale minimálně uvádějí účinnost filtračního systému, takže má zákazník při výběru lepší informace než před pár měsíci.

Prodejně se čističkám loni velmi dařilo. Letos určitě

nelze očekávat takové výkyvy a skokové růsty jako loni, přesto bude jistě o čističky vyšší zájem než před příchodem koronaviru. Ondřej Černý, senior consultant client solutions CZ/SK z GfK, pro SELL loňský vývoj komentoval těmito slovy: „COVID-19 v loňském roce akceleroval poptávku po samostatných čističkách vzduchu. Tyto přístroje, bez kombinací se zvlhčovači, odvlhčovači a chlazením, zaznamenaly za období leden až listopad 2020 meziročně nárůst okolo 60% v kusech a 80% v hodnotě. Přímá souvislost s koronavirem je zřetelná i z měsíčních trendů, kdy k nejvýraznějším meziročním nárůstům došlo v březnu a pak znovu v podzimních měsících.“

Zmínit pak ještě musíme, že se v příštích měsících chystají na trh čističek vstoupit další firmy – potvrzen máme příchod těchto produktů od značek Beko či Bissell. Na trh se dostanou nejdříve během léta. Podrobnosti přineseme v některém z příštích vydání SELLu.

Black+Decker BXAP60E

- EPA E12
- 60 m³/h
- Místnost až 20 m²
- 19–43 dB(A)

Jelikož naleznete podrobnou prezentaci většiny nových čističek a odvlhčovačů vzduchu značky Black+Decker v tomto vydání na straně 39, zařazujeme do přehledu nejmenší a cenově nejdostupnější model, který ve zmíněném článku není podrobně popsán. Jedná se o velmi kompaktní čističku se zajímavou konstrukcí – samotná čistička je vsazena ve stojanu a lze ji naklápět a nastavit tak směřování vzduchu. Ve spodní části se nachází po celém obvodu LED proužek indikující 4 barvami pro zpříjemnění atmosféry v místnosti. Co se týče výkonu, jsou na výběr 3 rychlosti ventilátoru a extra tichý noční režim. Čistička používá předfiltr a filtr EPA E12.



**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

Představujeme nové čističky vzduchu Rohnson.

Značka nadále posiluje svou pozici v tomto segmentu

Když před několika lety vstupoval Rohnson na trh čističek vzduchu, nabízel jeden jediný model. Ten se však stal velmi rychle prodejním hitem a pevným základem pro etablování značky v oblasti úpravy vzduchu. V současnosti už má Rohnson komplexní portfolio čističek tvořené celou řadou různých modelů, ale nejen to. Vstoupil také do kategorií zvlhčovačů, odvlhčovačů nebo aroma difuzérů a dále rozšířil nabídku příslušenství, které například umožňuje přidat k odvlhčovačům také funkci čističky. Pokud jde o čističky jako takové, hned zkraje letošního roku uvedla firma dvě zajímavé novinky.

Rohnson R-9440 Sterilizer UVC+ION

Tato čistička s válcovým designem je už skladově dostupná a o čistotu vzduchu se stará hned několika způsoby. Obsahuje totiž 3 pevné filtry – prachový předfiltr, filtr HEPA s účinností 99,9 % a schopností zachytit částice menší 2,5 mikrometru a uhlíkový (pachový filtr). Na procházející vzduch ale působí ještě sterilizační UV-C lampy a ionizátor do něj uvolňuje negativně nabitě částice (ionizaci lze vypnout). Model R-9440 tak odstraňuje dokonce 93,5 % organických těkavých látek, které jsou pro lidský organismus opravdu škodlivé.

O kvalitě vzduchu v místnosti informuje inteligentní barevný ukazatel, přičemž lze volit z 5 rychlostí ventilátoru. Při nejnižším nastavení vydává čistička hluk pouze na úrovni 24 dB(A), a můžete ji tedy používat i v noci bez obav z toho, že vás během spánku bude rušit. Ve spánkovém režimu se navíc zhasne displej. Samozřejmostí je digitální časovač na dobu až 8 hodin. Na potřebu výměny filtrů vás čistička upozorní – jejich nahrazení za nové je přitom velmi jednoduché a zvládne ho každý. Tento model doporučujeme do místností o velikosti 30 m² nebo menších.



**Čistička vzduchu
Rohnson R-9440**

**Videoprezentace
novinky**

The graphic shows a video player interface with a thumbnail of the Rohnson R-9440 air purifier. The thumbnail text reads: 'Rohnson Sterilizer UVC+ION Air purifier Take a Breath of Fresh Air R-9440'. Below the thumbnail are four icons: a bell for 'Filter Status Indicator', a fan for '5 Working modes', a sun for 'UV light', and a plus sign for 'Ion'.

VIDEO



<https://bit.ly/3ad6vul>

Rohnson R-9460 UV-C + H13 HEPA + ION

Druhou novinkou je model, který dorazí na sklad v průběhu března. Objednat ho ale můžete u českého zastoupení značky už teď. Také se jedná o válcový model, jenž se od předchozího popisovaného liší nejen vzhledem, ale i některými specifikacemi. Najdete u něj 3 pevné filtry včetně HEPA H13, který vykazuje i vysokou účinnost v zachycování virů. Rohnson ani zde nezapomíná na UV-C lampy a ionizátor. Čistička je také vybavena časovačem a režimem spánku, ve kterém má její hluková hodnota 29 dB(A). I tento model je vhodný pro místnosti do 30 m².

V nabídce Rohnson nadále zůstávají úspěšně prodávané čističky R-9700 PURE AIR Wi-Fi, R-9600 PURE AIR, R-9450 Steril Air UVC+ION i speciální čistička do auta R-9100 Car Air Purifier.

Pro objednávky a více informací kontaktujte společnost Electra Trade.



Concept**Perfect Smart Air CA2010**

- HEPA H13
- 350 m³/h
- Místnost až 45 m²
- 30–60 dB(A)

Česká značka Concept reagovala na loňské skokové zvýšení poptávky po čističkách vzduchu a uvedla hned několik modelů. Koncem roku pak přibyla ještě tato varianta se smart funkcemi a konektivitou. Čistička používající 7stupňový filtrační systém disponuje senzorem znečištění vzduchu a možností kontroly a ovládání na dálku přes mobil. Připojit ji můžete ke své domácí wifi, takže získáte k zařízení přístup prakticky odkudkoliv. Součástí výbavy je také ionizátor a UV lampa – oba prvky lze ovládat samostatně a v případě potřeby některý z nich vypnout. Nechybí časovač až na 12 h, 3 nastavení rychlosti ventilátoru a „smart“ režim s automatickou úpravou výkonu podle aktuálního stavu vzduchu v místnosti. Kromě toho detekuje čistička také množství světla – ve tmě se sama přepne do tichého nočního režimu a vypne veškeré podsvícení displeje atd.



Dostupnost:
novinka již v prodeji

**DOMO
D0264AP**

- EPA E11
- 130 m³/h
- Místnost až 20 m²
- 37–55 dB(A)

Kompaktní čistička belgické značky DOMO je ideální pro použití v menších místnostech, kde filtruje vzduch přes filtr typu EPA 11 (dříve se označoval jako HEPA 11 a DOMO ve svém popisu nadále používá toto značení) a aktivní uhlíkový filtr. Současně vypouští čistička do proudu vzduchu záporně nabití ionty, které generuje integrovaný ionizátor. Ovládací panel nabízí 3 rychlosti chodu a samostatný režim „Spánek“, v němž běží ventilátor na nejnižší výkon a současně se vypne veškeré podsvícení. Modré podsvícení čističky lze také vypnout.

Dostupnost:
novinka již v prodeji

Dyson**Pure Humidify+Cool**

- HEPA H13
- 130 m³/h
- Místnost až 26 m²
- 41,5–61,5 dB(A)

V závěru loňska uvedl britský Dyson na trh svou první čističku vzduchu kombinovanou se zvlhčovačem. Stejně jako jeho ostatní čističky používá kruhový 360° filtr, který je tvořen uhlíkovou vrstvou zachycující plyny a pach a filtrem HEPA H13, ve kterém ulpí i ty nejmenší částice. Co se týče zvlhčovače, nachází se v něm UV lampa, která zbavuje každou kapku 99,9 % bakterií, takže se do vzduchu dostává opravdu jen čistá voda. Nechybějí senzory optimalizující chod podle stavu ovzduší v místnosti. Pure Humidify+Cool lze také připojit do domácí sítě a ovládat na dálku přes aplikaci Dyson Link. Výše zobrazené údaje jako výkon či doporučená velikost místnosti nejsou oficiální – Dyson používá jinou metodiku měření. Čističku doporučuje oficiálně do místností s objemem 81 m³.



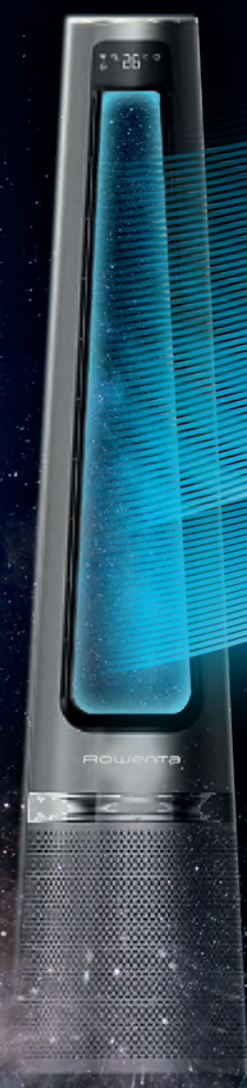
Dostupnost:
novinka již v prodeji

Rowenta®

ECLIPSE

2v1

ČISTIČKA VZDUCHU
+ VENTILÁTOR



2 v 1 | Až **99,95 %** * | **32** DB(A) ** | **12** rychlostí

* Externí laboratorní test: 99,95% filtrace $\geq 0,1$ mikronů po 2 hodinách, při nejvyšší rychlosti.

** Při minimální rychlosti.

Electrolux Pure A9 PA91-604DG

- HEPA H13
- 620 m³/h
- Místnost až 129 m²
- 17–49 dB(A)

Už loni jsme do přehledu zařadili tento model čističky z úspěšné řady Pure A9 od švédského Electroluxu. Firma žádné novinky od té doby nepředstavila, ale čistička je natolik designově i technologicky zajímavá, že ji nemůžeme vynechat. Pure A9 zaujme systémem filtrů, které lze dle aktuálních potřeb vyjmát, přičemž čistička dokáže poznat jejich reálné využití. Pokud po čase filtr vrátíte na místo, systém ho pozná a přesně ví, jaká tomuto filtru zbývá životnost. Nemůže se tak stát, že budete některé filtry měnit zbytečně brzy. Čistička také pracuje s takzvanou technologií AirSurround. Ta vytváří plynulý spirálový proud vzduchu – účinnější cirkulace přispívá k lepšímu a rychlejšímu čištění. I tento model má připojení k wi-fi a můžete ho ovládat či kontrolovat ze svého telefonu. Ve specifikacích si ještě všimněte velmi nízké maximální hlučnosti.



Dostupnost: v prodeji



Hoover H-PURIFIER 700 HHP75CAH011

- HEPA H13
- 330 m³/h
- Místnost až 110 m²
- 21–52 dB(A)

Nové modely čističek vzduchu, s nimiž značka Hoover do této kategorie vstoupila, jsme měli možnost poprvé vidět na loňském značně minimalistickém ročníku veletrhu IFA. Jednotlivé modely již dorazily na český trh, a to včetně tohoto, který kombinuje funkci čističky a zvlhčovače vzduchu. Přístroj s poměrně vysokým výkonem používá 3stupňový filtrační systém, jehož součástí je předfiltr, filtr HEPA H13 a uhlíkový filtr. Využít lze i speciální funkce dezinfekce povrchů a předmětů pomocí funkce H-Biotics – vyžaduje koupi speciálního roztoku, který čistička postupně rozptýluje do vzduchu. Kromě toho lze do integrované nádržky nalít i esenciální olej a provonět domácnost – jeden olej je součástí balení. Multisenzorový systém kontroluje stav ovzduší včetně poléhavého prachu, plynů, teploty a úrovně vlhkosti. Čistička dokonce zastoupí detektor oxidu uhelnatého. Díky připojení k wi-fi a možnosti ovládání přes aplikaci hOn má uživatel možnost zařízení ovládat a kontrolovat na dálku.

**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

Panasonic F-VXR70G

- HEPA H13
- 402 m³/h
- Místnost až 52 m²
- 18–54 dB(A)

Druhý nejvyšší model z portfolia japonského Panasonicu používá 5 inteligentních senzorů, které optimalizují filtraci vzduchu. Senzor přítomnosti člověka reaguje na pohyb, aby čistička zachytila nečistoty rozvířené ve vzduchu. Senzor světla umožňuje automatickou změnu výkonu podle denní doby. Samozřejmostí jsou pak senzory čistoty vzduchu, vlhkosti a pachů. Dále je tento model vybaven technologií nanoe, která vypouští miliardy nabitých částic do vzduchu – ty potom velmi účinně likvidují v celé místnosti bakterie a viry, ale i pachy a různé alergen. Čistička také reaguje na stav ovzduší, a to do té míry, že pokud detekuje větší množství prachu, který se drží spíše při zemi, pootevře ve spodní části otvor, aby prach ještě účinněji filtrovala.



Dostupnost: v prodeji

Dokonalá filtrace vzduchu s čističkami a odvlhčovači Black+Decker



Americká značka Black+Decker představila několik nových modelů čističek a odvlhčovačů vzduchu. Nedávno se novinky prostřednictvím českého distributora značky, společnosti BVZ Commerce, dostaly také na zdejší trh a obchodníci je už mohou objednávat. Novinky s funkcí čištění vzduchu se mimo jiné vyznačují použitím vysoce účinných filtrů HEPA 13, které zachytí 99,97 % i těch nejmenších částic.

Čistička Black+Decker BXAP350E

Výkonný model určený do místností o velikosti až 80 m², protože dokáže přefiltrovat až 350 m³ vzduchu za hodinu. Filtraci řeší Black+Decker pomocí předfiltru, vysoce účinného filtru HEPA 13 a uhlíkového filtru. Vše doplňují ještě dvě UV-C lampy, které procházející vzduch sterilizují. Aktivně tedy pomáhá odstraňovat ze vzduchu bakterie, plísňe i viry. Nechybí ani senzor čistoty vzduchu monitorující i částice o velikost 2,5 mikronu. Čistička nabízí několik režimů chodu včetně nočního, ve kterém její hluknost nepřesahuje jen těžko slyšitelných 22 dB(A).

K dispozici jsou 3 rychlosti chodu, automatický režim i 8hodinový časovač. Digitální ovládání se nachází na svrchní straně – panel mimo jiné barevně indikuje stav vzduchu v místnosti či potřebu výměny filtrů.

Vedle výkonného modelu do větších prostor najdete v nabídce Black+Decker ještě kompaktní čističku BXAP60E, která je doporučena do místností o velikosti maximálně 20 m². Její hluknost začíná na 19 dB(A). K filtraci používá předfiltr a filtr EPA 12.

Čistička a odvlhčovač Black+Decker BXDH20E

Druhou novinkou v nabídce je tato kombinace, která slouží jak k čištění, tak k odvlhčování vzduchu. Zajímavé je, že i tento model používá filtr HEPA 13 spolu s nylonovým filtrem, které mají za úkol výrazně redukovat množství alergenů a nečistot z proudu procházejícího vzduchu. Funkci odvlhčování lze používat v kontinuálním režimu s odvodem pomocí hadice nebo tradičně, kdy kondenzát končí ve 4litrové nádrže. Z funkcí jmenujme speciální režim pro vysoušení oblečení – produkt se hodí do domácností bez sušičky prádla, kde se suší prádlo tradičně a přílišná vlhkost vzduchu zde způsobuje problémy. Nastavit můžete udržování úrovně vlhkosti vzduchu mezi 30 % až 80 %. Výkon odvlhčování je až 20 litrů za den. Hluknost 43 dB(A). K dispozici je časovač a možnost naprogramovat chod výrobku až na 24 hodin.

Odvlhčovač Black+Decker BXDH12E

Posledním uváděným výrobkem je tradiční odvlhčovač bez čištění vzduchu, který má kompaktnější rozměry. Výkon odvlhčování je 12 litrů za den a nádržka na kondenzát má objem 1,8 litru. Ani zde nechybí režim pro sušení oblečení a možnost kontinuálního odvodu vody pro nepřetržitý provoz v případě potřeby.

Všechny prezentované výrobky a další spotřebiče značky Black+Decker objednávejte pro své obchody u společnosti BVZ Commerce.



Philips Serie 800 AC0830/10

- HEPA H13 ekvivalent
- Místnost až 22 m²
- 35–61 dB(A)
- 190 m³/h

Koncem loňského roku uvedl nizozemský Philips na trh několik nových čističek vzduchu. Jednou z nich je i tento model. Jedná se o kompaktní řešení pro menší místnosti. Philips v čističce používá filtr nazvaný NanoProtect s účinností 99,5 % pro částice 0,003 mikronu. To je 800× menší velikost, než jakou mají částice PM_{2,5}, na které se většinou deklaruje účinnost čističek. Odhadujeme, že je účinnost filtru minimálně na úrovni HEPA H13 nebo vyšší. Filtr odstraňuje díky uhlíkové vrstvě také plyny a těkavé látky, jako například benzen. Používat můžete čističku v automatickém režimu, v němž je její výkon optimalizován na základě senzoru čistoty vzduchu. V nočním režimu se sníží chod ventilátoru a vypne podsvícení. Případně má uživatel k dispozici ještě režim Turbo pro kontinuální maximální chod.



Dostupnost:
novinka již v prodeji



Rohinson R-9460

- HEPA H13
- Místnost až 30 m²
- 29–48 dB(A)
- 120 m³/h

Značka Rohinson se v posledních letech významně etablovala na trhu produktů z kategorie „úprava vzduchu“. Silné portfolio nemá pouze v čističkách, ale také zvlhčovačích nebo odvlhčovačích. Tato novinka s válcovým designem se chlubí filtračním systémem, který obsahuje prachový předfiltr, vysoce účinný filtr HEPA H13 a uhlíkový filtr. Vše doplňuje ještě UV-C lampa pro sterilizaci procházejícího vzduchu a ionizátor. Rohinson uvádí 99,9% účinnost filtrace částic PM_{2,5} a 93,5% účinnost filtrace těkavých organických látek. V nastavení můžete vybírat ze 4 rychlostí ventilátoru. Nechybí noční režim s vypnutým displejem a časovač na 2, 4 a 8 hodin.

Dostupnost:
novinka již v prodeji

Rowenta Eclipse 2V1 QU5030F0

- HEPA H13 ekvivalent
- Místnost až 48 m²
- 32 48 dB(A)
- 120 m³/h

Značka Rowenta aktuálně přichází se zbrusu novými modely čističek vzduchu řady Eclipse inspirovanými designem, který prosadil na trhu britský Dyson. Eclipse může sloužit nejen k čištění vzduchu, ale i obyčejné ventilaci. Leckoho určitě zaujme svým „bezopatkovým“ designem, který u ventilátorů nadále není běžný a zatím ho nabízí primárně právě firma Dyson. Model Rowenta nabízí 12 rychlostí chodu a filtrace vzduchu na úrovni HEPA H13 s účinností 99,95 % pro částice do velikosti 0,1 mikronu. Oscilaci lze nastavit v úhlech 30°, 60° a 120°. Chod pak můžete naprogramovat až na 12 hodin dopředu. Součástí výbavy je také integrované relaxační osvětlení – lze vypnout.

Dostupnost: březen 2021

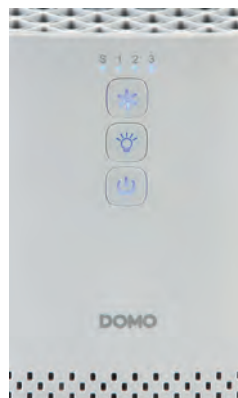




NOVINKA

ČISTIČKA VZDUCHU DOMO S FILTREM HEPA I IONIZÁTOREM

Značka DOMO nově rozšířila svou nabídku o kvalitní čističku vzduchu DO264AP, která využívá dvojitý filtrační systém s aktivním uhlíkovým filtrem a filtrem HEPA, který vykazuje více než 99% účinnost v zachycování nejmenějších částic včetně bakterií, virů nebo cigaretového kouře. Nechybí ani ionizátor. Čistička má velmi kompaktní rozměry a nenápadný design.



Proč doporučit zákazníkovi čističku DOMO DO264AP?

- Aktivní uhlíkový filtr – zachycuje výpary chemikálií, nepříjemné pachy a nečistoty
- HEPA filtr H11 – vysoce účinný filtr, který zachytí i pyl, kouř, bakterie nebo viry s účinností vyšší než 99 %
- Integrovaný ionizátor vypouští záporně nabitě ionty, které se aktivně podílejí na čištění vzduchu
- Vzduchový výkon: 130 m³/h
- Doporučený prostor: 50 m³ / 20 m²
- 3 rychlosti chodu (při stupni I zůstává vypnuté podsvícení)
- Hlučnost: 37 dB(A) – 55 dB(A)
- Efektívní modré podsvícení (lze vypnout)



Ceny kontejnerové dopravy z Asie loni raketově stouply. Během února se dokonce vyšplhaly v případě některých firem na těžko uvěřitelných 16 000 dolarů. Loni v února činila cena cca 2000 dolarů.

Prodeje rostou dál. Problémy v logistice, výrobě a skokový nárůst cen dopravy z Číny ovšem představují pro trh bobtnající problém

Při letním pohledu na výsledky GfK za několik posledních měsíců se může zdát, že by měli výrobci a distributoři technického spotřebního zboží bujaře oslavovat. Především domácí spotřebiče a výpočetní technika hlásí kontinuálně dvouciferné meziroční nárůsty hodnoty prodeje. Slavit může ovšem málokdo. Nedostatek komponent pro výrobu realizovanou v Evropě i finálních produktů produkovaných v Asii, stejně jako cena kontejnerů z Číny přesahující 10 000 dolarů vedly už některé firmy k tomu, že tok zboží zastavily. Ať už nedobrovolně kvůli nedostatečné produkci ve vlastních továrnách, nebo kvůli šestinásobnému zdražení kontejnerové dopravy. Největší problém mají aktuálně všechny obchodní značky, jejichž celý byznys na nákupu výrobků v Asii stojí.

Zájem spotřebitelů nepolevuje – především domácí spotřebiče jsou nadále v hledáčku zákazníků a stěžovat si nemohou ani výrobci nebo prodejci mobilů a výpočetní techniky. Trh je však přesto v nemalých problémech, a to nejen ten s technickým spotřebním zbožím. Nedostatek čipů má negativní dopady na vše od automobilového průmyslu až po trh s grafickými kartami a hotovými počítačovými sestavami. Nebývalá poptávka po některých klíčových komponentách a celkově zvýšená globální poptávka po hmotných produktech, často produkovaných v Číně, zvýšila tlak na logistiku. Výsledkem je nedostatek lodí i kontejnerů a celkem logicky zvýšené ceny do-

pravy. Cena kontejneru ovšem nestoupla o pár procent, ani desítky procent, ale jak už jsme psali v závěru loňského roku, je mnohonásobně vyšší. A růst cen se ke všemu od prosince nezastavil – v závěru února informovaly některé firmy, že dosáhla už 16 000 dolarů. To představuje problém jednak pro dodavatele levných výrobků, kde hraje každá koruna roli, jednak pro dodavatele velkých domácích spotřebičů, které jsou objemné a jejich krabice mají velké rozměry. Současně tvoří nemalou část celkového objemu obalu vzduch – to platí hlavně pro lednice a mrazáky. Alternativní možnost přepravy vlakem vzhledem k vysokým nákladům nic neřeší.

Bude se zdražovat, některé výrobky budou nadále nedostatkové

Firmy zaměřené na středí a zejména vyšší cenový segment zatím ceny nezvedají a negativní vývoj na trhu vykrývají v rámci svého zisku. Manévrovací prostor mají, především u vysokomaržového zboží. Tam ale pochopitelně většina kategorií a značek v segmentu domácích spotřebičů nespádá. Když pomineme problém s dopravou a výrobou, stále visí od loňska ve vzduchu téma kurzu eura, které se oproti situaci loni na jaře a na podzim, kdy překročilo hranici 27 Kč, dostalo opět blíže předcovidovým hodnotám. Nejistota dalšího vývoje pandemie je ale značná

a firmy nemohou vyloženě spoléhat na to, že nenastane opět období s výraznější volatilitou nebo nedojde na základě nějaké nečekané situace opět ke skokovému oslabení koruny.

Vše zmíněné vede k tomu, že některé firmy už ceníky aktualizovaly, jiné se

k tomuto nepopulárnímu kroku chystají. Nic jiného jim nezbývá. Na druhou stranu – přestože je zvýšení cen nejvíc na očích, situace s kontejnerovou dopravou z Asie nebo nedostatečné dodávky zboží z evropských továren jsou mnohem palčivějšími problémy. Například některé firmy

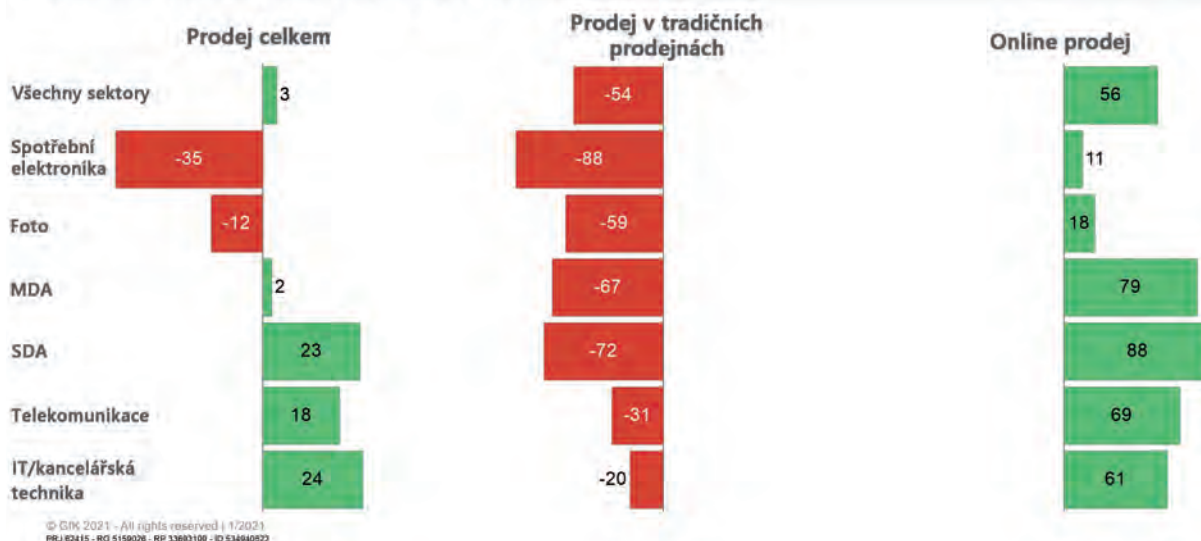
dovážející chladničky z Číny by musely dodávané modely zdražit až o několik tisíc korun, což by učinilo jejich zboží jen těžko prodejnými. A tak přikročily k těžkému rozhodnutí přestat produkty dovážet a vyčkávat, co přinesou následující týdny a měsíce. Oficiálně nikdo

Vývoj trhu technického spotřebního zboží v Česku

Listopad 2020 vs listopad 2019



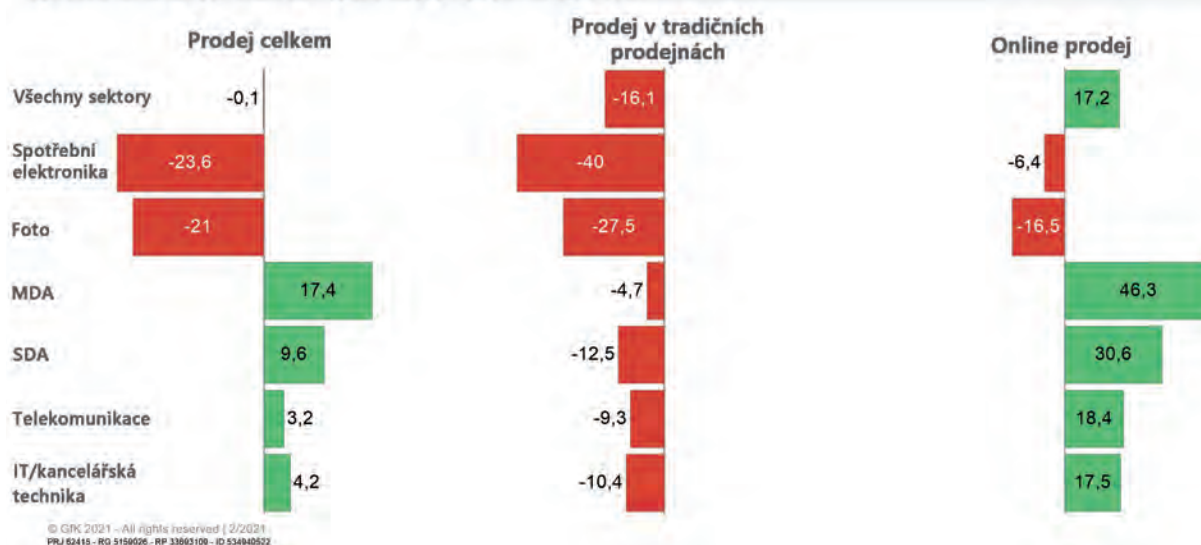
Procentuální srovnání hodnoty prodeje za uvedené období



Prosinec 2020 vs prosinec 2019



Procentuální srovnání hodnoty prodeje za uvedené období



Na výsledcích trhu za listopad a prosinec 2020, které nám společnost GfK poskytla, je vidět jasný dopad na uzavření kamenných prodejen. Ty byly po část prosince otevřené. Ondřej Černý, senior consultant market insights z GfK, pro náš časopis data za prosinec komentoval následovně: „Podle mezinárodních standardů měl prosinec 2020 pět týdnů místo obvyklých čtyř. To však ovlivňuje meziroční srovnání. Po očištění vycházejí prodeje v kamenných prodejních meziročně nižší napříč sektory, celkovým prodejem výrazně pomáhá internet. Propad spotřební elektroniky je způsoben předloňskou rekordní poptávkou po televizích.“



nic příliš komentovat nechtěl a většina rozhovorů s naší redakcí proběhla s požadavkem na nejmenování v textu. Většina každopádně doufá, že se situace během jara zlepší. Zde je ale podle našeho názoru přání otcem myšlenky, protože objektivně zatím není pro zlevnění dopravy žádný důvod a nemyslíme si, že dojde ve vývoji pandemie k tak zásadnímu a rychlému obratu, abychom se během jara dočkali toho, že kontejnery výrazně zlevní. U koronaviru ale jeden nikdy neví. Nepředvídatelnost je asi jedinou jistotou a nejlépe vodami pandemie plavou ti, kteří jsou schopni extrémně rychlých změn a reakcí. Vidět je to ostatně na české e-commerce scéně, kde z loňského vývoje nejvíce těžila dominantní Alza.

Alzák sílí a trh nervózně přihlíží

Česká jednička už celé roky ukazuje, že její růst není jen o masivních investicích do marketingu a překotné expanzi. Kdyby tomu tak bylo, musel by být Mall dávno v černých číslech a ovládat všechny trhy ve střední Evropě. Alza si zákazníky získává díky svým inovativním a praktickým

službám, rychlé dostupnosti zboží (loni bylo 36 % objednávek ihned k odběru), přehlednému webu, spolehlivé mobilní aplikaci i takovými detaily, jako je možnost přímo z mobilu aktivovat vyzvednutí zboží, než člověk na danou pobočku vůbec dorazí, takže na místě nemusí skoro čekat. Nedávno oznámené výsledky firmy za rok 2020 znamenaly 24% růst v Česku, 36% na Slovensku, 27% v Maďarsku a v řádu stovek procent na dalších trzích, kam firma pozvolna expandovala – řeč je například o Rakousku nebo Německu. Navíc Alza oznámila, že do pěti let chce působit v 10 zemích Evropské unie, dále podporovat partnerský portál Marketplace a rozšiřovat síť AlzaBoxů, díky níž proniká do menších měst. S ohledem na loňský vývoj a jarní a podzimní lockdown se pak nelze ani divit rekordnímu zisku 37,3 miliardy korun (+28 % v meziročním srovnání).

Před úspěchem Alzy nelze než smeknout. Každá mince má ale dvě strany a odvrácenou stranou úspěchu je silné „korporátnění“ Alzy a podle informací z trhu i značně silová pozice při vyjedná-

vání s partnery. Mít v Alze zalistované výrobky je pro dodavatele stále složitější, respektive nákladnější. Mnozí hovoří o neúměrném tlaku, kterému čelí v oblasti marží, poplatků za zalistování a peněz na marketing, které musejí jednotlivé firmy Alze dodávat. Podobné jednání samozřejmě nemá pouze Alza, ale dlouhodobě na něj naši redakci upozorňují partneři také v případě Mallu, který má trochu jinou motivaci a pozici s ohledem na červená čísla. Výsledek je však stejný.

Celkově pro trh není určitě pozitivní, když na něm bude jeden silně dominantní hráč. Pro zákazníky je určitě dobrou zprávou, že vedle Mallu, který i přes ztrátovost zůstává významným subjektem, za nímž stojí velmi silná jména českého byznysu, se podařilo stabilizovat, a dokonce značně posílit pozici Datartu. Za největší úspěch HP Tronicu považujeme to, že Datart přestal být vnímán jako kamenný prodejce s „nějakým“ e-shopem, ale skutečně multichannel platforma se silným retailovým zázemím, silným e-shopem a silným portfoliem služeb.

Lubor Jarkovský



IGGI není obyčejný napařovač. Hygienická novinka Laurastar používá sofistikovanou konstrukci. Nahlédněte do nitra revolučního zařízení

Požadavky na hygienu v domácnostech v posledním roce výrazně vzrostly. Nejde jen o ochranu dýchacích cest nebo dezinfekci rukou. Stouply prodeje čističek vzduchu nebo parních čističů podlah, stejně jako parních praček a dalších hygienických pomocníků. Zásadním nástrojem pro účinnou dezinfekci textilu a předmětů se schopností eliminovat 99,9 % bakterií a virů je i Laurastar IGGI. První a jediný skutečně hygienický napařovač využívající takzvanou páru DMS. Tři nezávislé laboratoře u ní potvrdily téměř stoprocentní účinky proti bakteriím či roztočům. Jedna pak dokonce eliminaci virů včetně koronaviru. Že není IGGI ledajaký výrobek a ve svém nitru skrývá pokročilé technologie, se můžete přesvědčit sami.



Chod hygienického napařovače IGGI je elektronicky řízen, aby byla zajištěna vysoká teplota páry a s tím spojený účinek.



Pára vzniká v bojleru pod vysokým tlakem, který je důležitý pro následné pronikání horké vody v plynném stavu do hloubky textilních vláken. Pára dosahuje v bojleru 145 °C.



Důmyslný mechanismus umožňuje jednoduchým stisknutím spouštět výdej suché jemné páry neboli anglicky dry microfine steam (DMS). Pára je v plynném stavu a díky vysoké teplotě neobsahuje kapalnou vodu, která v textilu zůstává a zbytečně ho zvlhčuje. Textile po ošetření napařovačem IGGI jsou sušší, hygienicky čisté a nevzniká v nich prostředí pro následné opětovné množení bakterií.



Laurastar IGGI byl oceněn prestižní iF Design Award 2020. Výrobek je dostupný ve dvou barevných provedeních (červeném a bílém) a v několika sadách s doplňkovým příslušenstvím. Objednávat ho pro své obchody můžete u oficiálního českého distributora značky Laurastar – u společnosti BaSys CS.



H-PURIFIER 700

Chytré řešení pro zdravé ovzduší ve vaší domácnosti.

Značka Hoover představuje zcela novou kategorii v rámci svého portfolia – čističky vzduchu **H-PURIFIER**. Na trh uvádí čtyři modely s odlišnou výbavou – čističku vzduchu **H-PURIFIER 300**, čističku vzduchu s aroma difuzérem **H-PURIFIER 500** a nejvyšší řadu čističek vzduchu s funkcí aroma difuzéru a zvlhčovače **H-PURIFIER 700**. Kvalita vnitřního vzduchu je negativně ovlivněna prachem, pyly a plyny emitovanými čisticími a kosmetickými výrobky. Nejnovější produkt společnosti Hoover pravidelně monitoruje kvalitu ovzduší v domácnosti a zbavuje jej nežádoucích alergenů a plynů. Společně s chytrým připojením k mobilní aplikaci hOn tak přináší perfektní řešení proti sezónním alergiím, pro rodiny s dětmi i osoby trpícími respiračními chorobami.

360° proudění vzduchu a třístupňová filtrace

Válcový tvar **H-PURIFIER 700** umožňuje efektivnější proudění vzduchu v rozpětí 360° ve srovnání s plochými čističkami vzduchu, čistička je vhodná i do velkých pokojů, garantuje **vyčištění 20 m² místnosti za 9 minut**. Třístupňovou filtraci **H-Trifilter** tvoří vnější vrstva, která funguje jako primární filtr pro zachycení prachu a zvířecích chlupů, H13 HEPA filtr tvoří druhou vrstvu a zachycuje nejmenější částice až do velikosti 0,3µm jako jsou prachové částice PM 10 a PM 2,5, bakterie, plísňe, pyly, roztoče. Aktivní uhlíkový filtr je třetí vrstvou a postará se o pachy a nebezpečné plyny, NO₂, VOC, CH₂O.

Multisenzorový monitoring kvality vzduchu a hladiny CO

Inteligentní senzory s **laserovou technologií** kontrolují kvalitu vzduchu v reálném čase, nepřetržitě monitorují teplotu a relativní vlhkost v domácnosti. Hlídají úroveň znečišťujících látek (PM 10 a PM 2,5), plynů (VOC), oxidu uhelnatého. Indikátor hladiny polévatého prachu (PM) detekuje množství částic PM 10 a PM 2,5 jednou za sekundu a sensor přítomnosti plynů (těkavých organických sloučenin), které mohou pocházet z čisticích prostředků, rozpouštědel, kosmetiky a nábytku, každých 20 sekund. **Sensor hladiny CO** vás upozorní při překročení limitu akustickým signálem a zároveň notifikací v mobilní aplikaci hOn.



Zvlhčovač vzduchu a aroma difuzér

Zabudovaný **zvlhčovač vzduchu** v nejvyšší řadě **H-PURIFIER 700** s nádržkou na vodu o velikosti 1,2 l zajistí správnou úroveň vlhkosti pro lepší dýchání. V nastaveních lze zvolit relativní **vlhkost 40, 55 a 70 %**. Další nastavení na míru lze provést v **mobilní aplikaci hOn**, která kromě ovládání na dálku sbírá data o čistotě vzduchu v domácnosti nebo například upozorní, kdy je potřeba vyčistit filtr nebo doplnit nádržku zvlhčovače. Součástí je také **aroma difuzér** s esenciálními oleji pro provonění domova. Vybrat si můžete z několika vůní H-ESSENCE, lahvička esenciálního oleje je součástí balení. Snadno si můžete nastavit intenzitu vůně buď přímo na displeji nebo rovnou v aplikaci hOn. Praktický je **Noční režim** pro čistotu vzduchu i v průběhu spánku bez vyrušení. Rodiny s dětmi ocení dětský zámek.



Desinfekce prostoru a funkce pro alergiky

Speciální přírodní roztok probiotik H-BIOTICS pomáhá s desinfekcí povrchů a zbavuje tak váš domov veškerých bakterií. H-BIOTICS je po zapnutí funkce rozšířen do vzduchu a přispívá k desinfekci povrchů a objektů v místnosti a zabraňuje šíření nebezpečných mikroorganismů jako jsou mikrobi a bakterie. Alergici ocení možnost vytvoření vlastního profilu v nové aplikaci hOn. Nastaví si nejběžnější alergenů, na které jsou citliví a čistička bude hlídat přesně to, co potřebují, přizpůsobí tomu své fungování a systém notifikací a pomůže zajistit čistější a zdravější prostředí. Aplikace informuje také o venkovním znečištění. Tato čistička vzduchu je první vlnou chystaného **H-ABITAT** – trojici propojených spotřebičů. H-SCANNER pro monitoring kvality vzduchu a úrovně usazeného prachu, který dá automaticky pokyn čističce vzduchu H-PURIFIER 700 a robotickému vysavači H-GO 700.



NOVINKY HOOVER PRO ČISTOU A ZDRAVOU DOMÁCNOST BEZ ALERGENŮ



H-PURIFIER 300
HHP30C011



H-PURIFIER 500
HHP50CA011



H-PURIFIER 700
HHP70CAH011



H-PURIFIER 700
HHP75CAH011

Hoover. Clean the way you live | www.hoover.cz



Stáhněte si novou aplikaci hOn



Kim Jong Boo: Kuvings silně investuje do vývoje a pyšní se spoustou patentů. Zjednodušili jsme čištění odšťavňovačů i zvýšili bezpečnost

Značka Kuvings patří mezi dlouholeté specialisty v segmentu odšťavňovačů – konkrétně pomalých šnekových odšťavňovačů. Díky českému distributorovi značky, společnosti TRAMINAL, se nám podařilo spojit s majitelem firmy. Kim Jong Boo nám přiblížil filozofii své společnosti a některé inovace, které odlišují výrobky Kuvings od konkurence – řeč byla zejména o chytrém způsobu čištění nebo inovovaném plnicím otvoru, který zvyšuje uživatelský komfort i bezpečnost.



Ještě před pár lety byla většina prodávaných odšťavňovačů odstředivkového typu. Lisování za studena nabízely pouze specializované značky. Nastal ale zlom a i mainstreamové značky malých domácích spotřebičů se začaly na pomalé odšťavňovače zaměřovat. Čím se od nich liší vaše řešení? Proč by měli prodejci zalistovat vaše produkty?

Moderní úspěšný člověk inklinuje často k tomu, že konzumuje vysokokalorická jídla z fast foodu, což může vést k nerovnováze v oblasti nutriční výživy. Čerstvá zelenina a ovoce jsou bohaté na vitaminy, vlákninu, enzymy a další zdravé prospěšné látky. Mohou pomoci s nápravou oné nutriční nerovnováhy. Čerstvá šťáva z ovoce a zeleniny je organismem rychleji strávena a rychleji probíhá i vstřebávání zdravých prospěšných látek, jako jsou vitaminy C, A, B, vápník, draslík nebo železo. Bez ohledu na to, o jaký druh surovin jde, tedy zda jsou měkké, nebo mají tvrdou slupku, je lze pohodlně zpracovat pomocí šneku a sítka odšťavňovače Kuvings. Naše výrobky uchovávají ve šťávě prospěšné látky, protože jsou vybaveny jedinečnými a patentovanými prvky pro pomalé odšťavňování.

Pokračující pandemie způsobila, že spotřebitelé mají zvýšený zájem o různé parní čističe, nebo dokonce pračky s parními funkcemi. Výrobci reagují uváděním dalších výrobků tohoto typu. Jak se podepsal koronavirus na vašem segmentu? Čím na situaci reagujete vy? O co se snažíme, je vývoj zařízení, která přispějí ke zdraví našich zákazníků. A to kdykoliv a kdekoliv. Proto také přinášíme na trh nový odšťavňovač Kuvings Health Friend Smart alias MOTIV1, který využívá senzory a aplikaci analyzující tělesný tuk. Přímo v domácnosti, což se určitě v situacích, jako je ta současná ohledně koronaviru, hodí. Aplikace také nabízí recepty, tipy, a dokonce videa pro fitness aktivity.



Novinka Kuvings MOTIV1 je dostupná také pro české prodejce na speciální objednávku. V případě zájmu kontaktujte českého distributora – společnost TRAMINAL, www.atranet.cz

Hodně lidí se zdráhá odšťavňovač používat kvůli jeho složitému čištění. Čistí se vaše odšťavňovače snáze? Představili jste v této oblasti nějaké zajímavé inovace?

Ke každému odšťavňovači dodáváme veškeré nástroje potřebné k odstranění zbytků dužiny ze sítka. Jedním z těchto nástrojů je otočný čistící kartáč – stačí dát sítko pod tekoucí vodu a otáčet kartáčem i samotným sítkem v jednom a druhém směru. Jakmile jsme tento nástroj vyvinuli a představili, začali jsme ho přibalovat ke všem našim odšťavňovačům. Už jen toto ukazuje náš náskok v oblasti inovací u odšťavňovačů. Navíc nyní chystáme další praktické vylepšení, které čištění ještě víc usnadní. K tomu ale zatím neprozradím víc.



Otočný čistící kartáč, který firma Kuvings vyvinula, usnadňuje údržbu odšťavňovače.

Kdybyste měl porovnat pomalý odšťavňovač s odstředivkovým? Jaké jsou hlavní výhody první jmenované kategorie, již se Kuvings intenzivně věnuje?

U našich odšťavňovačů je díky unikátní technologii Kuvings minimalizována ztráta nutričních látek, k níž dochází při oxidaci. Právě pomalý způsob odšťavňování přispívá k udržení čerstvosti a chuti džusu, protože do tekutiny proniká minimum kyslíku. Především vitaminy, minerály a enzymy padají za oběť oxidace. Samotný džus je vhodný ke konzumaci, protože ho organismus snáze stráví – hůře se tráví dužina, kterou odšťavňovač odděluje. Pomalé odšťavňovače jsou také tišší.

V nabídce máte také vysokorychlostní vakuový stolní mixér. Co nabízí ve srovnání s konkurencí?

Základem je výkonný motor, který zajišťuje, že jsou suroviny dokonale zpracované, takže se nápoj dobře pije. Vakuovací prvek navíc odstraní z nádoby vzduch ještě před samotným mixováním. Drink obsahuje méně pěny, má hezčí barvu a intenzivnější chuť. Opět se dostáváme k již popisované oxidaci. Zmínil jsem hlavní výhody našeho řešení, které stojí na velkých investicích do vývoje a výzkumu. Ostatně máme po celém světě spoustu patentů – konkrétně 1 400 v 80 zemích.

Kuvings se také zařadil mezi firmy, které mají v nabídce moderní a technologicky vyspělé vakuové mixéry.



Na trhu je všeobecně známo, že specializovaní výrobci často vyrábějí produkty pro různé velké značky, které chtějí mít danou kategorii v portfoliu. Co vy a OEM byznys?

S našimi originálními technologiemi a kontrolou kvalitu se také kontinuálně zlepšuje i OEM a ODM oblast. Do technologií investujeme, dovolím si říci, až agresivně. V důsledku toho roste naše kompetentnost v oboru malých domácích spotřebičů a máme velmi stabilní pozici. Kromě toho ale věnujeme velkou pozornost samotné značce Kuvings coby



prémiovému řešení, zvyšujeme o ní povědomí a reagujeme na veškeré trendy a změny.

Do redakce se nám donesla i informace, že chystáte nějaké novinky, a dokonce významné rozšíření svého portfolia o další kategorie malých domácích spotřebičů. Na co se můžeme od značky Kuvings tedy těšit?

Nově se věnujeme inovacím v oblasti multifunkčních elektrických grilů, rýžovarů s funkcí oddělení sacharidů nebo trub pro pečení ryb. Produktové kategorie budeme dále rozšiřovat, abychom zákazníkům přinášeli další užitečné výrobky reflektující změny životního stylu.

Co byste ještě řekl obchodním partnerům, ale i koncovým zákazníkům, pokud jde o nejbližší budoucnost značky Kuvings?

Chceme nadále sledovat a následovat přicházející stravovací a zdravotní trendy. Klíčová je pro nás ovšem bezpečnost,

protože pokud nejsou výrobky bezpečné, mohou být sebehezčí, ale spotřebitel je neocení. Vyvinuli jsme proto jako vůbec první plnicí otvor s klapkou, která zabráňuje zraněním způsobeným tím, že uživatel sáhne do extraktoru. Vstup má díky tomu nadstandardní průměr 82 mm, který musel být dříve z bezpečnostních důvodů výrazně menší, 34 mm. Kuvings se dočkal za tuto inovaci uznání také během IEC konference. Nadále proto pokračujeme ve vývoji a snaze přinést našim partnerům i zákazníkům řešení pro zdravý životní styl.

Inovovaný plnicí otvor u odšťavňovačů Kuvings je větší a současně bezpečnější.





Nový odpadový zákon zapadá do širší snahy vytvořit funkční cirkulární ekonomiku

Na výrobce jsou kladeny stále větší požadavky

Na rok 2021 výrobci (nejen) domácích spotřebičů jen tak nezapomenou. A to nejen kvůli pokračující pandemii koronaviru. Hlavním důvodem je množství legislativních změn, jejichž příchod se koncentroval do několika málo měsíců hned zkraje letoška. O celoevropských nařízeních Evropské komise týkajících se nových štítků a ekodesignu jsme již podrobně psali v závěru loňského roku – ta vstupují v platnost právě v době vydání tohoto čísla, konkrétně 1. března. Už od ledna pak platí nový odpadový zákon a zákon o výrobcích s ukončenou životností (dále ZVUŽ). Celkem se tak výrobci domácích spotřebičů týkají tři opravdu klíčové změny, které budou mít výrazný dopad na celý trh a jeho další vývoj.

Všechny v úvodu zmíněné změny spolu bytostně souvisí, protože mají za cíl snížit dopad elektrozařízení na životní prostředí v průběhu jejich celého životního cyklu a i po jeho skončení. Evropa chce jít světu příkladem a nepřímě tlačit na další země, aby ji následovaly. Tlak pociťují i vzdálené oblasti včetně Číny, kde spousta výrobků vzniká. Pokud je chtějí Číňané dodávat na unijní trh, musí splnit zdejší přísné a nyní ještě přísnější normy. Můžeme samozřejmě vést debatu o tom, kde mají nové energetické štítky slabiny nebo kde to už Unie v rámci ekodesignu přehání, ale celkově je její snaha pochopitelná. Pro výrobce nicméně znamená zvýšené náklady, které se budou muset dříve či později projevit na trhu, tedy na cenovkách v obchodech. Případné zdražení spotřebičů či televizorů není vzhledem k dlouholeté erozi cen určitě negativní zprávou, i když koncoví zákazníci to nepochybně uvidí jinak...



Proč je nový zákon důležitý?

O chystané nové odpadové legislativě jsme psali v SELLU i deníku E15 během posledních let už několikrát. Párkrát to dokonce vypadalo, že legislativa zamíří do Poslanecké sněmovny, ale vždy došlo k nějakému zvratu, který schvalovací proces zastavil. Ať už to byl konec jednoho kabinetu a nástup nového, nebo přílišný lobbying odpadových firem, s jejichž návrhy a změnami v zákoně měly problém další strany jednání. Nový ZVUŽ byl nakonec ve Sněmovně schválen až na sklonku loňského roku a začal platit hned od 1. ledna roku letošního. Radek Hacípek, generální ředitel APPLiA CZ, přijetí komentoval těmito slovy: „Zásadní je, že po dlouholetých pokusech, spoustě odvedené práce, a především díky výrazným kompromisům, ale konstruktivním postojům všech zúčastněných subjektů, například členské základny Svazu průmyslu a Hospodářské komory ČR, tento zákon prošel, byl schválen a začal platit. Jistě bude výrazně akcentována řada nedostatků, především chybějící prováděcí předpisy, vyhlášky, ale pro výrobce domácích spotřebičů je existence tohoto zákona a jeho znění dobrou zprávou.“

Optimismus sdružení APPLiA CZ má dobrý důvod. Dlouho totiž panovaly obavy, že výrobci nebudou mít dostatečný vliv na plnění povinností, které jim ze zákona vyplývají. Nakonec byla přijata verze, díky níž mají možnost sami, ale především prostřednictvím kolektivního systému plnit tyto povinnosti. A mít vliv na sběr, a dokonce kontrolu nad tím, jak jsou výrobky demontovány a recyklovány. Od roku 2023 je také povinná certifikace zpracovatelů odpadu, kteří musí pro získání certifikátu splnit přísné podmínky. Bude tak zaručeno, že je s odpady, a to i těmi nebezpečnými, nakládáno správně a vše je ekologicky zpracováváno. Pokud jde o kolektivní systémy, v jejich případě je významnou novinkou povinnost zveřejnění smlouvy pro členy kolektivního systému. Podrobněji vysvětluje tuto problematiku přímo Roman Tvrzník, předseda představenstva kolektivního systému Elektrowin, v rozhovoru na straně 48.



V čem se ZVUŽ týká vás?

Prodejci i výrobci domácích spotřebičů a dalších elektrozařízení mají od 1. ledna letošního roku některé nové povinnosti, které s sebou přinesl nový zákon o výrobcích s ukončenou životností. Přinášíme přehled nejzásadnějších změn, které byste měli vést v patrnosti. Nově totiž hrozí i sankce. Plnění povinností může kontrolovat kromě České inspekce životního prostředí nově také Česká obchodní inspekce a některé další subjekty. Kompletní seznam novinek již vydaly některé kolektivní systémy a rozeslaly je svým členům. My jsme do článku vybrali jen nejdůležitější prvky.

Klíčové nové povinnosti posledních prodejců dle ZVUŽ

1. Povinný odběr elektrozařízení – poslední prodejce musí zajistit, aby měl konečný uživatel při nákupu nového elektrozařízení možnost bezplatně odevzdat vysloužilý výrobek podobného typu a použít v rámci principu „kus za kus“. Tedy při koupi jedné nové lednice může odevzdat jednu starou lednici. Nově se tato povinnost týká také profesionální techniky, tedy spotřebičů, které nejsou určeny k použití v domácnosti.

2. Místa zpětného odběru musí odevzdat výrobek s ukončenou životností pouze zpracovateli, kterého určí výrobce, respektive kolektivní systém. Dále musí na náklady výrobce označit veřejné místo zpětného odběru nápisem, který na možnost odevzdání výrobků upozorní. Pokud je poslední prodejce provozovatelem místa zpětného odběru, ale zároveň není zpracovatelem, nesmí zpětně odebraný výrobek rozebírat nebo do něj jinak zasahovat.

3. Informační povinnosti – poslední prodejce, a to i v případě prodeje přes internet, je povinen písemně informovat konečné uživatele o zajištění zpětného odběru výrobků po ukončení jejich životnosti. Výrobce domácích elektrozařízení totiž plní informační povinnost prostřednictvím posledních prodejců. Z toho také vyplývá pro prodejce povinnost písemně informovat spotřebitele o požadavku, aby vysloužilá elektrozařízení nebyla vyhazována do komunálního odpadu, dále o způsobu zajištění zpětného odběru, úloze konečných uživatelů v opětovném použití elektrozařízení a recyklaci, možných škodlivých vlivech nebezpečných látek obsažených v těchto produktech a významu grafického symbolu pro zpětný odběr.

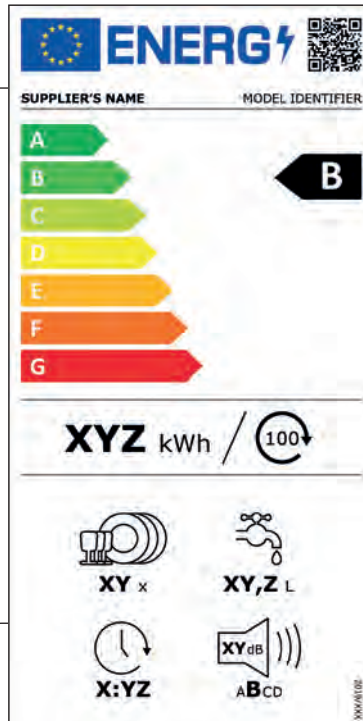
4. Výrobky se zabudovanými bateriemi – u těchto zařízení musí poslední prodejce zajistit, aby byl společně s výrobkem zákazníkovi předán návod, jak může akumulátory sám spotřebitel nebo jakýkoliv kvalifikovaný profesionál bezpečně vyjmout.

5. Oddělené uvádění nákladů – nově musí být u elektrozařízení na faktuře nebo účtence odděleně uváděn recyklační příspěvek. Netýká se to cenovek na prodejních nebo v internetových obchodech. A zákon naopak výslovně zakazuje oddělené uvádění příspěvků v případě baterií a akumulátorů.

6. Sankce – poslednímu prodejci může být také nově uložena pokuta až 500 000 Kč, pokud zpětně neodebírá výrobky s ukončenou životností, nepředá bez zbytečného odkladu odebraný výrobek do systému zpětného odběru nebo neuvádí při prodeji nového elektrozařízení zpětné náklady na zpětný odběr. Pokuta až 1 000 000 Kč pak hrozí, jestliže neplní některou z povinností týkajících se informování spotřebitelů o zpětném odběru, nezajistí konečnému uživateli možnost bezplatně odevzdat odpadní elektrozařízení nebo nesplní povinnost pro zajištění předávání návodu snadného a bezpečného vyjmutí akumulátorů/baterií z elektrozařízení.

Klíčové nové povinnosti výrobců elektrozařízení dle ZVUŽ

- 1. Povinnosti při výrobě** – výrobce je povinen navrhovat a konstruovat elektrozařízení tak, aby je bylo možné snadno demontovat, aby z nich neunikaly nebezpečné látky do okolí a bylo možné z nich látky vyjmout. Zajímavá je také povinnost vyrábět zařízení tak, aby v nich bylo použito co nejvíce recyklovatelných materiálů.
- 2. Zřízení místa zpětného odběru** – kromě již dříve platné povinnosti zřídit veřejné místo zpětného odběru v obcích nad 2 000 obyvatel mají výrobci nově povinnost zřídit toto místo také v každé obci, která o to projeví zájem, tedy bez ohledu na její počet obyvatel. Provozovatelem místa zpětného odběru může být i poslední prodejce, pokud u něj výrobce místo zpětného odběru zřídí. Výrobce je přitom povinen místo zpětného odběru v místě posledního prodejce nebo jeho bezprostřední blízkosti zřídit, pokud poslední prodejce o zřízení veřejného místa zpětného odběru projeví zájem.
- 3. Informační povinnosti** – výrobce musí provádět osvětovou a propagační činnost. Minimální požadavky stanoví Ministerstvo životního prostředí vyhláškou.
- 4. Vedení evidence** – výrobci musí nově vést evidenci množství vybraných výrobků, které uvedli na trh, a to i tehdy, plní-li své povinnosti v kolektivním systému. Vést evidenci musí tedy každý výrobce samostatně. Uchovávat údaje z evidencí a roční zprávu o výrobcích s ukončenou životností musí výrobce po dobu 7 let.
- 5. Kolektivní plnění** – výrobce nesmí uzavřít smlouvu o kolektivním plnění pro vybrané výrobky s více kolektivními systémy. Jinými slovy nelze vykazovat uvedení na trh v jedné produktové kategorii do více kolektivních systémů.
- 6. Sankce** – i výrobcům nyní hrozí pokuty, a to až 5 000 000 korun. Touto sumou mohou být trestáni prohřešky, jako je nevedení evidence, neinformování konečných uživatelů dle ZVUŽ či nezajištění financování nakládání s elektrozařízením. Cílem sankcí je zajistit ještě důslednější dodržování všech povinností, které z nového zákona vyplývají.



Co přináší nové energetické štítky

Od 1. března platí nové energetické štítky pro segmenty chladniček, mrazniček, vinoték, praček, pračkosušiček a myček. Nejviditelnější a nejvíce rozebíranou novinkou je návrat k původním třídám A–G. Zrušení tříd A s notoricky známými „plusky“ ale není vlastně to nejpodstatnější. Nové štítky také obsahují srozumitelnější informace, jako je spotřeba energie a vody na 100 standardních cyklů u myček, praček či pračkosušiček. Nahrazuje se tím diskutabilní odhadovaná roční spotřeba, kterou používaly štítky staré. Další zásadní novinkou je přítomnost QR kódu, který po načtení přeměruje uživatele do databáze EPREL, kde jsou k dispozici další technické detaily daného výrobku.

A negativa nových štítků? Vadí nám na nich hlavně to, že se týkají jen zmíněných produktových kategorií, nikoliv všech „oštítkovaných“ velkých domácích spotřebičů. Zejména považujeme za chybu, že sušičky prádla budou ještě minimálně rok používat štítky staré. Podrobně jsme se rozboru nových štítků věnovali v loňském SELLu 8/2020.

Klíčové prvky inovovaného ekodesignu

Vedle nových energetických štítků a nové odpadové legislativy vstoupily v platnost nové požadavky na ekodesign zařízení – týká se stejných kategorií jako nové štítky, tedy veškerého chlazení, praček, pračkosušiček a myček. Ekodesign nově přináší nemalé nároky na opravitelnost produktů – jednak usnadnit jednoduché úkony samotným spotřebitelům a zajistit snadný přístup k náhradním dílům. Radek Hacaperka z APPLiA k tomu doplňuje: „Výrobce musí zajistit nejen dostupnost náhradních dílů, ale také musí být schopen dodat spotřebiteli patřičné informace, jak tyto jednoduché technické úkony provést. Nutno říct, že výrobci tak již převážně činí. Výše uvedené náhradní díly jsou dostupné v autorizovaných servisech výrobců a jsou k dispozici i pro prodej v distribučních kanálech výrobců. Zde ovšem záleží i na odběratelích, prodejcích, aby náhradní díly zařadili do svých nabídkových portfolií.“

Důležitou změnou je též povinnost uvolnit technickou dokumentaci kvalifikovaným servisům, aby pozáruční opravy nezajišťovaly pouze autorizované servisy. Výrobci navíc musí držet náhradní díly skladem pod dobu 7 nebo 10 let (v závislosti na typu komponenty). I tomuto tématu jsme se věnovali v podrobném článku v SELLu 8/2020.





Pračky Whirlpool Fresh Care+ Prádlo zůstane díky síle páry svěží a bez bakterií až 6 hodin po skončení cyklu.

Nová technologie Steam Hygiene
odstraňuje až 99 % bakterií a alergenů.

Díky přidání páry na konci vybraných pracích cyklů jsou tkaniny sterilizovány a zbaveny nečistot i při nižší teplotě praní. Prádlo je zároveň nadýchané a dokonale čisté.
www.whirlpool.cz, www.freshcare.cz

Cashback až 1 000 Kč na vybrané modely praček
Whirlpool FreshCare+. Akce platí od 1. 3. do 30. 4. 2021

Program Steam Hygiene je k dispozici pouze u vybraných modelů, například model FFD 9448 BCV EE.



Whirlpool
SENSING WHAT MATTERS

Roman Tvrzník: Smlouva s kolektivním systémem není všechno. Výrobci si musí plnění legislativních povinností sami hlídat. Nový odpadový zákon považují za přínosný

Koncem loňského roku byla po letech debat a odkladů schválena nová odpadová legislativa. Co znamenají změny, které vstoupily od 1. ledna v platnost? Odpovídá Roman Tvrzník, předseda představenstva kolektivního systému Elektrowin. Během rozhovoru se vrací i k loňské kauze okolo (ne)sběru vysloužilých zařízení značky Samsung, na jejímž řešení se Elektrowin dodnes podílí.



V závěru loňského roku došlo ke schválení nové odpadové legislativy, která se řešila už několik let. Dostali výrobci nakonec dostatek nástrojů k plnění povinností, které jim nový zákon ukládá? V minulosti se v kontextu s novým odpadovým zákonem řešila lobby odpadových firem a jejich snaha mít sběr a zpracování co nejvíce pod palcem...

Nový zákon přináší několik věcí. Na úvod bych zmínil nové kontrolní mechanismy pro státní orgány. Podle starého zákona nemohlo Ministerstvo životního prostředí (dále MŽP) případné hříšníky, tedy kolektivní systémy, v podstatě ani sankcionovat. To se změnilo a nyní mají různé kontrolní orgány spoustu nástrojů, jak na plnění zákona dohlédnout včetně případných postihů. Kromě toho nová legislativa konečně srovnala podmínky pro jednotlivé provozovatele kolektivních systémů. Ne všichni výrobci a kolektivní systémy přistupovali ke svým povinnostem, jak zákonodárce zamýšlel – někdo neodváděl příspěvky, ne všichni měli vytvořenou sběrnou síť a byly zde i náznaky, že se určité skupiny výrobců zvýhodňovaly. Systém podle starého zákona běžel 15 let a za tu dobu jsme všichni nasbírali spoustu zkušeností. Nový zákon je reflektuje. Za opravdu zásadní také považují to, že srovnává podmínky pro všechny subjekty na trhu. Všechny kolektivní systémy mají povinnost zveřejnit smlouvu a ceník, přičemž smlouva musí být shodná pro všechny členy kolektivního systému.

Jedna smlouva a jeden ceník. Transparentněji to už nejde. Existují nějaké výjimky?

Jedinou výjimkou je takzvaná ekomodulace – příspěvky by měly být modifikované podle dopadu produktu na životní prostředí. Zatím se o tom v podstatě diskutuje a jediným reálným výsledkem je požadavek, že musí být dostupné náhradní díly po stanovenou dobu a musí být možné produkty snáze opravit. Cílem je zvýhodnit výrobky, které splňují určitá kritéria, a ty ostatní, které je nesplňují, naopak znevýhodnit formou výše příspěvku. Co to přinese v realu a jak to bude přesně fungovat, ukáže až čas.

Cílem zákona je v obecné rovině nadále přispět k vytvoření cirkulární ekonomiky a dále zamezit tomu, aby elektronika byla likvidována neekologicky. Bude se ještě zvyšovat procento zpětně odebraných spotřebičů?

Evropská směrnice a zákon přímo ukládají výrobcům, že musí zajistit zpětný odběr 65 % toho, co uvedli na trh. V současnosti se pohybuje Česko ve sběru nad 50 % a do konce letošního roku by mělo splnit těch 65 %. Upřímně, to není samozřejmě reálné. S tímto problémem se ale potýká většina zemí Evropské unie. Česká republika má tedy stanovený cíl 65 % celkově. V kategoriích obrazovek, světel a zařízení pro tepelnou výměnu, jako jsou lednice nebo klimatizace, ovšem musí vybrat také minimálně 65 %. Čistě v těchto kategoriích, protože jde výrobky obsahující látky nebezpečné pro životní prostředí.

Nový zákon ukládá zpracovatelům elektroodpadu získat certifikaci, která potvrdí jejich způsobilost s odevzdanou vysloužilou technikou nakládat.

Co musí pro získání certifikátu udělat a splnit? Nehrozí, že klesnou zpracovatelské kapacity, protože některé firmy na certifikát nedosáhnou?

Firmy se musí na tuto certifikaci připravit, a tak je v zákoně stanoveno přechodné období trvající až do 1. července 2023. Všichni mají každopádně dost času certifikát získat. Aktuálně tu máme zhruba 150 firem, které zpracovávají elektroodpad, a pouze část z nich ho zpracovává odpovídajícím způsobem a plní všechny zákonné povinnosti. Tím dochází k tomu, že se s nebezpečnými látkami správně nenakládá a mohou lehce skončit v příkopě nebo na skládce, protože cílem těchto „zpracovatelů“ je získat pouze kovy. Firmy, které chtějí obdržet certifikaci, musí upravit zpracovatelské procesy a splnit parametry stanovené normami platnými v celé EU. Pro segment chlazení je nutná speciální technologie, vyžaduje to poměrně značnou investici, takže tomu se nebudou moct věnovat všichni. Zbytek spotřebičů je otázkou běžné demontáže a zde postačí mírně upravit již zavedené procesy. Někteří každopádně certifikací neprojdou, některým se ani nevyplatí. Otevírá se zde proto možnost pro velkokapacitní strojové zpracování ze strany větších firem, které budou do této oblasti investovat, a zlepší se tak kvalita a efektivita recyklačních procesů. Ještě bych chtěl zdůraznit, že získat certifikát není až tak složité, protože ho nedávno získal i menší zpracovatel v podobě chráněné dílny Charita Opava. Elektrowin už má navíc od roku 2016 ve smluvních podmínkách požadavek na dodržování norem ze strany zpracovatelů, kteří jsou tak na certifikaci připraveni.

Velká diskuse se při tvorbě zákona vedla také o tom, zda nemá být místo pro zpětný odběr na každých 10 000 obyvatel, nikoliv v každé obci nad 2 000, jak platilo doposud. Nový zákon ale limit 2 000 zachoval. Některé subjekty na zvýšení limitu tlačily. Proč? Nepříspělo by ke zhoršení sběru elektroodpadu?

Elektrowin má sběrnou síť již vybudovanou a máme smlouvy ve všech obcích nad 2 000 obyvatel. Na oněch 10 000 tlačily kolektivní systémy, které síť vybudovanou nemají. Abych byl konkrétní, například na Vysočině máme 95 sběrných míst. Kdyby mělo být sběrné místo na každých 10 000 obyvatel, stačilo by nám 57 míst, protože bychom více menších obcí pokryli jednu lokací. Je myslím pravděpodobné, že snížení počtu sběrných míst by vedlo ke snížení sběru. Nový zákon jde naopak vstříc požadavkům na vytvoření sběrných míst – každá obec, i do 2 000 obyvatel, může požádat kolektivní systém o uzavření smlouvy a kolektivní systém musí ze zákona s touto obcí smlouvu uzavřít. „Limit 10 000“ by způsobil, že by se kolektivní systémy soustředily na větší obce, čímž by získaly dostatečný počet obyvatel a splnily kvóty... Elektrowin má celkem 14 000 sběrných míst včetně škol a hasičů. Možností, kde vysloužilé zařízení odevzdat, je tedy spousta. Naším cílem je, aby byl sběr co nejjednodušší a nejefektivnější. Zachování limitu 2 000 tedy vítám.

Zákon hovoří tak, že povinnost zajistit sběr a zpracování mají výrobci. Ti samotní ho ale přímo nerealizují – sběr mají na starost tzv. kolektivní systémy prostřednictvím posledních prodejců, sběrných dvorů a dalších aktivit. Loni v létě se i v mainstreamových médiích hodně řešila situace okolo zpětného odběru výrobků Samsung, který změnil kolektivní systém. Proč vůbec tato situace nastala?

Přiznám se, že celé té situaci sám nerozumím. Samsung, jako zakladatel a akcionář kolektivního systému Asekol, měl po dobu 15 let přístup ke kompletním informacím, podílel se na všech rozhodnutích. O důvodech, proč odešel, nebudu spekulovat, ale nechápu, že když už se rozhodl Asekol opustit, vybral si REMA Systém a nás ani neoslovil v rámci nějakého výběrového řízení, což bych u takové obří korporace očekával. Navíc je faktem, že REMA nemá například vybudovanou dostatečnou sběrnou síť. Pro Samsung je tak složitější plnit zákonné povinnosti.

Asekolu pochopitelně vypadl poměrně významný zdroj příjmů a reakcí bylo, že odmítl odebrat televize Samsung. Osobně si nemyslím, že to bylo v pořádku, protože si vzal obce jako rukojmí. My jsme tehdy do těch jednání svolaných MŽP o tom, jak situaci vyřešit, také vstoupili a nabídli jsme, že když televizory a monitory značky Samsung Asekol z daných míst neodveze, tak to uděláme my. Chci ale zdůraznit, že my v této věci fungujeme pouze jako dopravce a předáváme vše REMA Systému, který se stará o zpracování a nám za dopravu platí. Neděláme to z peněz našich výrobců. Rozhodli jsme se pomoci s řešením celé situace také proto, že se tehdy řešila nyní již schválená odpadová legislativa a nechtěli jsme, aby ji něco ohrozilo. Současně jsme chtěli vyřešit problém obcím, které byly v nekomfortní pozici a za 15 let spolupráce si naši pomoc určitě zaslouží.

Může tedy nastat situace, kdy některý z výrobců uzavře smlouvu s určitým kolektivním systémem, který nemá vybudovanou dostatečnou sběrnou síť, a dostane pak pokutu za to, že neplní povinnosti dané zákonem? Chápeme správně, že být součástí kolektivního systému vlastně nestačí? Výrobce si musí hlídat, zda jsou povinnosti, které mu ukládá zákon a on je nechává na kolektivním systému, skutečně plněny?

Přesně tak. Je to vlastně jeden z nejčastějších omylů výrobců, kteří se domnívají, že uzavřením smlouvy s kolektivním systémem a placením příspěvků je vše vyřešeno. Zákon ovšem nic takového neříká. Výrobci mají rozšířenou zodpovědnost a ručí za plnění povinností, které jim zákon ukládá. Musí tedy hlídat to, zda kolektivní systém dělá vše, co dělat má. A ano, pokud něco kolektivní systém nesplní, může být výrobce pokutován. Je tedy v zájmu výrobce, aby kolektivní systém opravdu kontroloval a aktivně se o jeho činnosti zajímal.

Prodejcům i výrobcům přibýly nové povinnosti. U některých si firmy nebyly úplně jisté správným výkladem zákona. O které šlo?

Co se týče prodejců, tak to bylo hlavně oddělené uvádění příspěvku na účtence, které je nyní povinné. Týká se to ale pouze elektrozařízení, nikoliv baterek a akumulátorů. Někteří si také mysleli, že musí uvádět vyšší příspěvku úplně všude – od letáků, cenovek až po e-shop. Není



tomu tak. Zákon to vyžaduje pouze na účtence nebo faktuře. Jen pro doplnění – kontrola odděleného uvádění příspěvku je nově v kompetenci ČOI. Na straně výrobců se hodně řešila povinnost informovat spotřebitele o tom, jak bezpečně vyjmout z elektrozařízení baterii. Řeší to celkem přirozeně v návodu, kam přidali sekci věnovanou této problematice. A další zásadní novinkou je povinnost zpětného odběru také v segmentu profesionální techniky, a to na principu 1 : 1. Tedy komerční lednice za komerční lednici. Stejně jako spotřebitelé nemohou ani firmy při koupi pračky odevzdávat starou myčku. Celý zákon je postaven tak, aby se stíral rozdíl mezi spotřebním a profesionálním technickým zbožím.

Pandemie koronaviru trh s elektronikou poměrně překvapila. Loni na jaře rušili výrobci a dodavatelé objednávky zboží ze strachu, že lidé přestanou v panice a strachu nakupovat. Nastal ale pravý opak. Lidé po celém světě začali mnohem více investovat do svých domácností a na trhu nadále panuje globální nedostatek nejen domácích spotřebičů. Lidé při koupi nového produktu často vrací ten starý. Projevilo se to nějak na množství elektroodpadu, který jste loni vybrali?

Určitý paradox je, že stouplou uvedením produktů na trh zhruba o 15 %. Sběr se zvýšil loni ve srovnání s rokem 2019 o 10 %. To je značný skok. Stojí za tím již mnohokrát v médiích diskutovaná nezvyklá situace, kdy lidem zůstaly na účtech peníze na dovolené a jiné aktivity, které v pandemii nejsou možné nebo velmi omezené. Peníze tak přesměrovali do vylepšování svých domácností.

Stagnace trhu úzkých a vrchem plněných praček

Segment praní na tom nebyl v posledním roce vyloženě špatně. Spotřebitelé se ale hojně zaměřovali na pračky s funkcí páry s cílem pořídit spotřebič zajišťující zvýšenou hygienu praní. U „slimek“ a „vrchovek“ není pára příliš běžná, a tak se tyto modely prodávaly o něco hůře.

Za horšími prodeji úzkých a vrchem plněných praček nestojí podle nás ani tak jejich nižší kapacita, protože mnoho výrobců je dnes schopno vyrábět tyto pračky s kapacitami okolo 8 kg. Spíše jde o horší funkční a technologickou výbavu, i když některé značky, jako Candy, Beko, LG nebo Hoover, již mají i modely z této kategorie s konektivitou i parními funkcemi. Whirlpool nemá u úzkých a vrchem plněných praček konektivitu, nicméně v první jmenované kategorii nabízí pestrou paletu parních funkcí.

Jelikož jsme připravovali přehled během února, tedy v době, kdy ještě nebyly ke spotřebičům uveřejněny nové energetické štítky, přinášíme tak trochu hybridní výstup. U některých produktů máme od firem, které s naší redakcí úzce spolupracují, údaje z nových štítků, zatímco u jiných starší typ údajů. Třídy jako takové tentokrát spíše vynecháváme a soustředíme se na konkrétní údaje o spotřebě a další.



Dostupnost:
novinka již v prodeji

AEG L6SE26IWC

• 6 kg
• 1 200 ot./min.

• Hloubka 42 cm

• Invertorový motor

Nová generace úzkých praček AEG byla uvedena na trh už v závěru roku 2019, ale postupně se ještě rozšířila. Jednou z posledních novinek je tento model, který se dostal na trh koncem loňského podzimu. Jedná se o cenově dostupnější model bez konektivity a smart funkcí. Vsází na tradiční technologie, jako je ProSense zajišťující optimalizaci programů pro konkrétní náplň v bubnu nebo SoftPlus pomáhající s rovnoměrnou distribucí aviváže. Z doplňkových funkcí stojí za pozornost volba TimeSave (zkrácení programu) či Eco (snížení spotřeby vody a energie). Kromě standardních programů má uživatel na výběr i rychlý 20minutový (3 kg prádla) či speciální pro péřové bundy nebo outdoorové oblečení. Odhadovaná roční spotřeba pračky je 137 kWh a 9 999 l vody. Hlučnost: 49 dB(A) / 73 dB(A).

Amica PPS 61213 BW

• 6 kg
• 1 200 ot./min.

• Hloubka 40 cm

• Standardní motor

Extra úzká pračka Amica z řady Dream Wash patří mezi cenově dostupnější řešení. Nabízí ovládací panel s popisky v češtině a displejem. Programová nabídka obsahuje speciální programy pro praní outdoorového oblečení, košíl nebo tmavého oblečení. Uživatelé také určitě ocení 58minutový denní program či expresní 15minutový pro extra rychlé přeprání oblečení. Amica zdůrazňuje také přítomnost funkce Add+ pro pozastavení programu a přidání zapomenutého prádla do bubnu. Možnost přidání samozřejmě závisí na hladině vody. Odhadovaná roční spotřeba pračky je 153 kWh a 9 240 l vody. Hlučnost: 59 dB(A) / 76 dB(A).



Dostupnost: v prodeji



Beko HWUE 7636 CSX0W

• 7 kg
• 1 200 ot./min.

• Hloubka 49 cm

• Invertorový motor

V průběhu března by měla dorazit na trh novinka v podobě úzké pračky Beko, která zaujme hned několika vlastnostmi. Za prvé nabídne ovládací panel v češtině, dále pak parní péči o prádlo SteamCure a v neposlední řadě konektivitu v rámci systému HomeWhiz. Ke spojení s mobilem používá Bluetooth. V základu má pračka 14 programů, dalších 5 je k dispozici v aplikaci. Beko zdůrazňuje certifikaci Silver Woolmark pro praní vlny či možnost nastavení úrovně znečištění prádla. Beko ještě před 1. březnem poskytlo naší redakci údaje z nového energetického štítku k tomuto spotřebiči – spotřeba energie na 100 cyklů je 69 kWh. Spotřeba vody na cyklus 44 l. Hlučnost: 57 dB(A) / 74 dB(A).

Dostupnost:
novinka již v prodeji

GfK: Menší zájem o menší pračky

Kategorie praček vykázala v roce 2020 jen mírný růst, za který mohly předem plněné spotřebiče s hloubkou nad 48 cm a také pračky kombinované se sušičkou. Naproti tomu zájem o úzké a také vrchem plněné pračky byl loni meziročně téměř o desetinu nižší.

Úzké pračky jdou podobně jako ty standardní cestou stále vyšší úspornosti, do již odcházející třídy A+++ spadá devět z deseti prodaných spotřebičů. Liší se však důrazem na kapacitu – místo preference vyšší náplně prádla naopak u úzkých praček na-

rostl segment s kapacitou 6 kg, který je aktuálně nejprodávanější. Posun jsme zaznamenali u otáček při odstředování, více praček nabízí 1200 otáček. Průměrná cena mírně vzrostla na 7600 Kč.

Vrchem plněné pračky nabízejí úsporu místa v okolí spotřebiče, kapacita praní je podobně jako u úzkých nejčastěji 6 kg a každá čtvrtá poskytuje objem větší. Vzhledem k zájmu i o dražší modely např. s parními programy stoupla průměrná cena vrchem plněných praček téměř o 4 % na 8400 Kč.

Zdroj:
Ondřej Černý, GfK
ondrej.cerny@gfk.com



**5 let
záruka**

H-WASH 500 & H-DRY 500

Dlouhotrvající výkon, vysoká účinnost

Objevte perfektní duo pračky a sušičky, nově i ve verzi SLIM.

- Program Auto Care přizpůsobí cykly praní a sušení na míru typu tkanin a váhy náplně
- 9 speciálních pečujících cyklů pro nejšetrnější péči o vaše oblečení
- Odolný a úsporný invertorový motor s 11letou zárukou (v závislosti na modelu)
- Ovládání na dálku a jedinečné funkce v nové aplikaci hOn
- SLIM verze s kapacitou 7 kg prádla a hloubkou 45 cm u pračky a 46,5 cm u sušičky

Hoover. Wash the way you live | www.hoover.cz



Stáhněte si novou aplikaci hOn a využijte extra programy a tipy na údržbu





Candy RapidÓ SLIM R041274DWMCE/1-S

- 7 kg
- 1 200 ot./min.
- Hloubka 45 cm
- Invertorový motor

Pračka Candy z řady RapidÓ SLIM se vyznačuje kombinací otočného voliče s dotykovým ovládáním. Alternativně lze pračku nastavovat také přes mobilní aplikaci Simply-Fi. Podporována je dokonce funkce Snap&Wash – stačí telefonem vyfotit prádlo, aby aplikace odhadla jeho množství a druh. Následně navrhne optimální prací program. Uživatelé určitě uvítají přítomnost hned 9 rychlých pracích cyklů a přídatnou parní funkci. Candy nám k pračce poslalo v předstihu nový energetický štítek. Spotřebič se řadí do energetické třídy A, spotřebuje 45 kWh / 100 cyklů a 41 l vody na jeden cyklus. Hlučnost při odstředování činí 74 dB(A), což odpovídá třídě B.

Dostupnost: v prodeji

Concept PP6506s

- 6 kg
- 1 000 ot./min.
- Hloubka 41,6 cm
- Standardní motor

Český Concept vstoupil loni do segmentu péče o prádlo a uvedl několik modelů praček a jednu sušičku. Mezi pračkami nechybí ani slim řešení, které nepostrádá ovládací panel v češtině. Celkem má pračka 15 programů – ty doplňují další funkce jako odložený start, dětská pojistka nebo množstevní automatika (pračka detekuje 50% nebo menší zaplnění bubnu a upravuje podle toho spotřebu a délku cyklu). Odhadovaná roční spotřeba energie dosahuje 171 kWh a vody 9 990 l. Hlučnost: 61 dB(A) / 79 dB(A).



**Dostupnost:
novinka již v prodeji**



ECG EWF 1064 DD

- 6 kg
- 1 000 ot./min.
- Hloubka 49,7 cm
- Standardní motor

Značka ECG také představila v poslední době pár nových modelů praček. Tato slim varianta s pestrými nabídkou programů včetně „kojeneckého“ pro hygienické praní dětského prádla a cyklu pro alergiky nepostrádá funkci detekce polovičního zaplnění bubnu. Volitelně může uživatel aktivovat odložený start (až 23 h) nebo dětskou pojistku. Spotřeba pračky je 65 kWh / 100 cyklů a 43 l na cyklus. Hlučnost při odstředování nepřekročí hranici 76 dB(A).

**Dostupnost:
novinka již v prodeji**



Minimum času, energie a prostoru

Pračka se sušičkou Philco **PLWD 1385** vám zjednoduší život. Právě vypraný koš s prádlem nemusíte věšet, ani přendávat.

Vyperete až 8 kg a usušíte až 5 kg prádla. S programem 5 + 5 kg v rámci 1 cyklu. A s rychlým programem dokonce během 1 hodiny. Čas, energie a prostor, to jsou hlavní důvody, proč si pořídit tento skvěle vybavený model **s ovládacím panelem v češtině**, kontrolou vyvážení a množstevní automatikou.

Velmi oblíbený **program čištění bubnu** prodlouží životnost pračky. Mezi další funkce patří odložený start až 24 hodin, 1 300 otáček, 15 programů a dětský zámek.



- Energetická třída B • Náplň prádla praní/sušení 8/5 kg • Hlučnost praní/odstředování/sušení 60/79/62 dB • Roční spotřeba energie 1296 kWh • Roční spotřeba vody 27 200 l • 15 programů • Rychlý program (1 hodina praní a sušení) • Množstevní automatika
- Čištění bubnu • Odložený start 0-24 hod. • Dětský zámek • Rozměry výrobku (V x Š x H): 85 x 59,5 x 56,5 cm • DMOC 12 990 Kč



Dostupnost: v prodeji

Haier HW80-B14979

- 8 kg
- 1 400 ot./min.
- Hloubka 46 cm
- Přímý pohon

Loni uvedla na český trh značka Haier první modely nové generace praček I-Pro Series 7, které cílí na náročnější zákazníky. Odpovídá tomu jak dílenské zpracování těchto praček, tak jejich funkce a specifikace. Tento model má kapacitu na 8 kg prádla při hloubce pouhých 46 cm, čehož dosahuje i díky použití přímého pohonu. Díky němu je pračka velmi tichá – při praní vydává hluk maximálně 54 dB(A) a při odstředování velmi nízkých 69 dB(A). Haier přidává dvojité přímé sprchování SmartDualSpray, volitelnou parní technologii I-Refresh nebo osvětlení bubnu. Pomocí funkce iTime lze upravit dobu trvání programu. Za pozornost stojí také antibakteriální ošetření zásuvky na detergent a gumového těsnění dvířek. Nabídka programů čítá 14 položek. Odhadovaná roční spotřeba činí 119 kWh energie a 8 360 l vody.

Hoover H-WASH 500 SLIM HW4 37AMBS/1-S

- 7 kg
- 1 300 ot./min.
- Hloubka 45 cm
- Invertorový motor

Tento model značky Hoover disponuje konektivitou a podporou novější aplikace hOn, již nyní používají všechny nové smart spotřebiče značek Candy, Hoover i Haier. Praktickou novinkou je možnost skenování štítků oblečení a vytvoření virtuálního šatníku – aplikace je pak schopna navrhnout nejlepší program pro péči o toto oblečení. Samotná pračka nabízí 16 programů, další speciální mohou uživatelé aktivovat prostřednictvím aplikace. Ze standardní programové nabídky stojí za pozornost univerzální cyklus Total Care pro praní různobarevného prádla dohromady. Pračka optimalizuje spotřebu i délku praní podle množství náplně bubnu. Mezi doplňkovými funkcemi pak vyčnívají přídatná pára nebo volba Active Wash pro praní extra malé várky. Spotřeba energie na 100 cyklů činí 45 kWh. Na jeden standardní cyklus pračka potřebuje 41 l vody. V rámci nových energetických štítků se chlubí energetickou třídou A a třídou emisí hluku B. Konkrétně se při odstředování pohybuje hladina hluku na úrovni 76 dB(A).



Dostupnost: v prodeji



**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

LG F28V5GY0W

- 8,5 kg
- 1 200 ot./min.
- Hloubka 47,5 cm
- Motor s přímým pohonem

Nová pračka uvedená na trh zkráj letošního roku patří mezi technologicky vybavenější řešení. LG jí dalo do vínku dokonce wi-fi a systém Smart ThingQ, parní funkci Steam a základní verzi systému TurboWash (praní 5 kg už za 59 minut). Kromě toho se pračka chlubí technologií AI DD. Za touto zkratkou se skrývá systém detekující nejen objem vloženého prádla, ale i jemnost látek. Podle toho pak zvolí optimální nastavení pracích pohybů. Jak už je u LG zvykem, má pračka přímý pohon bubnu Direct Drive. Odhadovaná roční spotřeba je v případě tohoto modelu 144 kWh energie a 7 260 l vody. Hlučnost: 54 dB(A) / 70 dB(A).

Malé svými rozměry, velké svými funkcemi

beko

Slim pračky Beko

Slim pračky Beko mají rozměry, které dobře sednou do malých koupelen, ale přitom mají stejně dobré funkce jako jejich příbuzné s větší hloubkou.

Velkou výhodou je, že Beko má v sortimentu i **slim sušičky**, které lze dát na pračku s hloubkou skeletu už od 40 cm.

Slim sušičky Beko s hloubkou skeletu jen 46 cm jsou např. HDF 7434 CSRX, HDF 7412 CSRX.



STEAMcure

Pára SteamCure dokáže odstranit i odolné skvrny snadno, bez předpírání a šetrně. Prádlo osvěží a usnadní jeho žehlení.



HWUE 7636 CSX0W

Pára SteamCure | HomeWhiz s bluetooth pro stažení dalších programů | program pro odstranění skvrn | ProSmart™ invertorový motor s 10 lety záruky

A+++ | 7 kg | 1200 ot./min.
V x Š x H: 84 x 60 x 45/49 cm
(skelet/celková)



WUE 6636 CSX0C

Pára SteamCure | HomeWhiz s bluetooth pro stažení dalších programů

A+++ -10 % | 6 kg | 1200 ot./min.
V x Š x H: 84 x 60 x 40/44 cm
(skelet/celková)



Philco PLDS 126403 Crown

- 6 kg
- 1 200 ot./min.
- Hloubka 44 cm
- Standardní motor

Úzká pračka Philco s hloubkou 44 cm má přehledný displej a jednoduché tlačítkové ovládání doplněné tradičním otočným voličem programů. Popisky na ovládacím panelu jsou v češtině. Uživatel má možnost uložení vlastního nastavení, které nejčastěji používá. Samozřejmostí je přítomnost odloženého startu, předpírky či přidání extra máchání. Odhadovaná roční spotřeba energie je 153 kWh a vody 9 240 l. Hlučnost: 59 dB(A) / 76 dB(A).

Dostupnost: v prodeji

Samsung WW80R421HFW/LE

- 8 kg
- 1 200 ot./min.
- Hloubka 45 cm
- Invertorový motor

Samsung se chystá uvést v květnu nové modely úzkých praček, ale v době uzávěrky ještě nebyly známy jejich technické specifikace. Zařazujeme proto doproductovaný model, který zaujme 8kg kapacitou při hloubce 45 cm. Pračka je vybavena technologií Eco Bubble, která mísí prášek, vodu a vzduch, aby vytvořila aktivní pěnu. Schopná je tak prát účinně i v 15°C vodě. Kromě toho má i přídatnou funkci Bubble Soak – ta prádlo důkladně máchá v aktivní pění, aby byly odstraněny odolné skvrny. Mezi jednoznačné devízy řadíme určitě i parní programy. Samsung také zdůrazňuje design s Crystal Gloss dvířky nebo funkci Smart Check pro rychlou diagnostiku spotřebiče pomocí chytrého telefonu. Pěči o pračku usnadňují funkce StayClean Drawer (proplach zásobníku na detergenty) a EcoDrum Clean (eliminace nečistot a zápachu z bubny). Odhadovaná roční spotřeba je u tohoto modelu 157 kWh energie a 8 700 l vody. Hlučnost: 57 dB(A) / 73 dB(A).



Dostupnost: v prodeji



**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

Whirlpool FWSD 81283 SV EE N

- 8 kg
- 1 200 ot./min.
- Hloubka 47,5 cm
- Invertorový motor

Posledním produktem v přehledu je zástupce značky Whirlpool, který byl uveden na trh teprve před pár týdny. Jedná se o pračku spadající do řady FreshCare+, takže disponuje i stejnojmennou funkcí. Tu lze volitelně aktivovat před každým praním nebo v jeho průběhu. Jejím cílem je prádlo udržet po dobu až 6 hodin svěží po skončení praní pomocí provzdušňování a páry. Kromě toho lze použít také přídatnou parní funkci Steam Hygiene, která na konci pracovního cyklu zlikviduje v prádle až 99,9 % bakterií, případně funkci SteamRefresh pro osvěžení prádla v samostatném 20minutovém cyklu. Samozřejmostí je u značky Whirlpool funkce 6. smysl optimalizující práci cyklus (dobu, teplotu vody, otáčky) na základě zvoleného programu, množství prádla a savosti tkanin. Pračka ročně spotřebuje dle odhadu 195 kWh energie a 11 465 l vody. Hlučnost: 54 dB(A) / 81 dB(A).



Parní péče a až 20letá záruka na motor

Seznamte se s novými modely praček Whirlpool

V posledních měsících se v portfoliu společnosti Whirlpool objevilo hned několik nových modelů praček – a to jak předem plněných v rámci řady FreshCare+ s parními funkcemi, tak vrchem plněných, které používají bezřemenný motor ZEN DirectDrive, na nějž je poskytována vysoce nadstandardní 20letá záruka.



Pára je v kurzu aneb novinky FreshCare+

Loňský rok přinesl z celkem pochopitelných důvodů nebývale vysoký zájem o parní funkce u domácích spotřebičů a pračky nebyly výjimkou. Šetrná a současně hygienická péče o prádlo se v očích spotřebitelů stala ještě zásadnějším faktorem při výběru nové pračky. Whirlpool se na páru v tomto segmentu zaměřuje mnoho let, jak dokládá široká nabídka modelů **FreshCare+**, které jsou jednak schopné udržet díky síle páry prádlo zapomenuté v pračce **svěží až 6 hodin po skončení praní** a jednak ho v případě vybraných modelů také **osvěžit 20minutovým parním programem SteamRefresh** nebo dezinfikovat přídatnou funkcí **Steam Hygiene**, která v závěru pracího programu působí na obsah bubnu párou o teplotě až 80 °C. Zničeno je tak až 99,9 % bakterií.

Všechny zmíněné parní funkce nabízí například nový úzký model FreshCare+ **FWSD 81283 BV EE N** s hloubkou pouhých **47,5 cm** a kapacitou na **8 kg** prádla. Nepostrádá **invertorový motor** (10 let záruka), funkci **6. SMYSL** a systém **SoftMove** se speciálními pohyby bubnu šitými na míru každému typu látky. Za zmínku také stojí komfortní ovládání s **velkým LCD displejem** a menu v češtině.



Druhá nová slim pračka nese označení FreshCare+ **FWSG 71283 BV CZ N** a je vybavena bubnem s kapacitou na **7 kg** prádla. Její hloubka je **43,5 cm**. Orientaci v programové nabídce uživateli usnadní přítomný **česko-slovenský ovládací panel**, na němž naleznou kromě standardních i speciální programy. Například rychlý 30minutový, úsporný a šetrný 20°C či cyklus pro praní sportovního oblečení. Co se týče motoru, ale i 1200 ot./min pro ždímání, se pračky neliší. U tohoto modelu najdete taktéž funkce FreshCare+ a SteamRefresh. Oba modely jsou již k dispozici k objednání pro vaše obchody.



Extra tiché vrchovky s přímým pohonem

Kromě slim modelů si připravil Whirlpool novinky také v segmentu shora plněných praček. Mezi absolutní špičku ve své kategorii patří například **TDLRB 7222BS EU/N** se **7kg kapacitou** a inovativní **technologíí ZEN** s přímým napojením motoru na buben. Motor **ZEN DirectDrive** je velmi spolehlivý (20letá záruka), tichý

a účinný. Novinka se pyšní také funkcí **6. SMYSL** a **technologíí Colours 15°** pro zajištění toho nejlepšího výsledku praní při nízké teplotě s důrazem na zachování barev oblečení. Zákazníkům můžete doporučit i **6,5kg** model **TDLR 65242BS CS/N**, případně model **TDLRB 6242BS EU/N** na 6 kg. Všechny tyto novinky mají jednoduché otevírání bubnu **Soft opening** a ždímají prádlo při **1200 ot./min.**



Whirlpool od 1. března do 30. dubna spouští cashbackovou akci na předem plněné pračky z řady FreshCare+. Zákazníci mohou získat zpět až 1000 Kč.

**Brandt
BT2702MQN**

• 7 kg

• 1 200 ot./min.

• Invertorový motor

„Vrchovka“ francouzské značky je poháněna invertorovým motorem, který zvyšuje její spolehlivost a snižuje její hlučnost i spotřebu. Ovládací panel na svrchní straně je tvořen otočným voličem, dotykovými plochami a LED displejem. Co se týče programové palety, je na výběr 12 položek včetně rychlých cyklů OptiA 39 min a Flash 25 min. Volitelně lze aktivovat například funkce pro intenzivní praní nebo zkrácení programu. O optimalizaci praní se stará systém OPTI4, který vyhodnocuje typ prádla, jeho množství, stupeň zašpinění a tvrdost vody. Hlučnost pračky snižují 3D tlumiče i použití bezkartáčového motoru. Při praní vydává hluk na úrovni 50 dB(A) a při odstřeďování 79 dB(A). Rozměry: 85 × 40 × 60 cm (v × š × h).



Dostupnost:
novinka již v prodeji



Dostupnost:
novinka již v prodeji

**Candy
CSTG 282DE/1-S**

• 8 kg

• 1 200 ot./min.

• Standardní motor

Zkraje roku zamířila na trh tato pračka Candy, která patří mezi modely s nejvyšší kapacitou na trhu. 8 kg není u shora plněných praček nadále příliš běžných, stejně jako konektivita a smart funkce. Spojení s mobilním telefonem je v tomto případě řešeno přes Bluetooth – spárování usnadňuje systém NFC, takže stačí telefon jen přiložit k označenému místu na pračce. Konektivita je v tomto případě dostupná pouze pro telefony s androidem. V aplikaci je každopádně k dispozici více než 40 speciálních pracích programů nad rámec 16 standardních, které najdete přímo na ovládacím panelu pračky. 5 programů je rychlých s trváním do 1 hodiny. Roční spotřeba pračky je odhadována na 196 kWh energie a 9 850 l vody. Hlučnost: 61 dB(A) / 78 dB(A). Rozměry: 85 × 40 × 60 cm (v × š × h).

**Electrolux
PerfectCare 600 EW2T5261C**

• 6 kg

• 1 200 ot./min.

• Standardní motor

V závěru loňského roku se objevil v pestrém portfoliu vrchem plněných praček Electrolux tento model. K volbě programů slouží tradiční otočný volič doplněný displejem a tlačítky. Ovládací panel je kompletně v češtině. Nikoho asi nepřekvapí přítomnost množstevní automatiky nebo odloženého startu. Electrolux v popisu zdůrazňuje citlivou péči o vlnu potvrzenou modrým certifikátem Woolmark. Roční spotřeba této pračky je odhadována na 167 kWh energie a 9 490 l vody. Hlučnost: 57 dB(A) / 78 dB(A). Rozměry: 89 × 40 × 60 cm (v × š × h).



Dostupnost: v prodeji



Dostupnost:
novinka již v prodeji

**Hoover
H-WASH 300 H3TFSMP48TAMCE-S**

• 8 kg

• 1 400 ot./min.

• Invertorový motor

Další vrchem plněná pračka s vysokou kapacitou je dokonce vybavena invertorovým motorem a plnohodnotnou konektivitou s wi-fi. Na ovládacím panelu najdete 16 základních programů. Dalších více než 40 v aplikaci Wizard v mobilním telefonu. Hned 4 programy jsou rychlé s délkou do 1 hodiny. Uvnitř pračky se nachází speciální komora pro mísení pracího prostředku s vodou – vzniklá emulze je pak přímo vstříkována na prádlo v bubnu, díky čemuž lze prát při 20 °C se stejnou účinností jako v běžné pračce při 40 °C. Zmíňme také parní funkci či pomalé otevírání dvířek bubnu. Díky invertoru nepřesahuje hlučnost pračky 52 dB(A), při ždímání pak 79 dB(A). Rozměry: 85 × 40 × 60 cm (v × š × h).



Velká výbava i pro malé prostory s novou generací vrchem plněných praček Philco

Vrchem plněné pračky mají své skalní příznivce, ale i zapřisáhlé odpůrce. Zaberou méně místa, proto je volí většinou ti, kteří ho mají nedostatek. Odpůrci většinou argumentují konstrukcí, která navádí k horší stabilitě, vyšší hlučnosti apod. Značka Philco nyní rozšiřuje řadu vrchem plněných praček.

V pračkách používáme technologicky pokročilý **Crystal buben** se speciální vnitřní strukturou, a tak můžeme garantovat dokonalou péči o prádlo bez jeho mechanického poškození, čímž prodlužujeme životnost prádla. Druhým společným znakem nových vrchem plněných praček je **SoftOpening** a **brzda bubnu**. Díky automatické brzdě nebudete muset otáčet bubnem plným prádla a hledat dvířka. Buben se vždy zastaví tak, že ho vidíte a můžete ho otevřít. Díky funkci SoftOpening na dvířkách bubnu se nemusíte obávat přiskřípnutí prstů prudkým otevřením dvířek, jak tomu bývá u praček bez této technologie.

Maximální bezpečnost i úspora energie

Dva modely jsou v energetické třídě **D**, top model **s invertorovým motorem s 10letou zárukou** v energetické třídě **C**. Nízkou spotřebou nejenže šetříme peníze vynaložené na elektrickou energii, ale přispíváme i k ochraně životního

prostředí. V kombinaci s možností odložit start, nechat pračku prát v nižším tarifu ceny elektrické energie, není na trhu v této kategorii mnoho úspornějších praček. Ochranné a bezpečnostní prvky jako například ochrana proti přetečení a přepětí, kontrola vyváženosti prádla či zámek dveří, považujeme za samozřejmé.

Exkluzivní programové vybavení i pro alergiky

Ať už mluvíme o oblíbeném programu **Můj program**, kde si uložíte nejčastější nastavení programu, **Rychlé praní 15** v délce 15 minut pro praní například letního oblečení po uložení na zimu, **Předpírka** či **Extra máchání**. Naprostou jedinečností z hlediska programů je kombinace programu **Čištění bubnu** a **Dětské prádlo**. Toto ocení především rodiče dětí s citlivou pokožkou. Program Čištění bubnu dokáže v kombinaci se správným prostředkem na čištění automatických praček, vyčistit pračku

od usazených zbytků pracích prostředků a aviváží s příměsí zbytků textilií (v kombinaci s teplem a vlhkem ideální prostředí pro bakterie a mikroby) v místech, kde toho člověk není schopen. Tedy uvnitř přístroje. Ten se tím stává **hygienicky čistým**, tím pádem i výsledné praní ocení především lidé s velmi citlivou pokožkou a náchylností k vyrážkám.

Uživatelský komfort na 1. místě

Přehledný ovládací panel v českém jazyce, velký displej a především velká písmena uvítají všichni uživatelé. Jsme přesvědčeni, že díky kombinaci kvalitního zpracování, nízké energetické náročnosti, programové vybavenosti a velmi příznivé ceně budou základní model **PLD 126 D QTL** pro praní 6 kg prádla, stejně tak pračka **PLD 127 D QTL** pro praní 7 kg prádla i top model **PLDI 128 C QTL** velmi oblíbeny nejen u zákazníků, ale i u našich obchodních partnerů.

**Indesit
BTW B7220P EU/N**

- 7 kg
- 1 200 ot./min.
- Standardní motor

Už před časem představila značka Indesit také shora plněné pračky s funkcí Turn&Wash, díky níž stačí jen zvolit univerzální program a zahájit praní bez dalšího nastavování. Slouží k praní běžného denního prádla a trvá pouze 45 minut. Vedle něho jsou na výběr standardní programy i 5 rychlých cyklů s dobou trvání menší než 59 minut. Z doplňkových funkcí stojí za pozornost volba pro odstranění skvrn. Pračka má odhadovanou roční spotřebu energie 174 kWh a vody 8 900 l. Hlučnost: 60 dB(A) / 77 dB(A).

Rozměry: 90 × 40 × 60 cm (v × š × h).



Dostupnost: v prodeji

**Philco
PLD 12753 QTL**

- 7,5 kg
- 1 200 ot./min.
- Standardní motor

Na začátku loňského roku uvedla značka Philco tento model vrchem plněné pračky s ovládacím panelem v češtině. Na výběr má uživatel 16 programů, mezi nimiž najdete i rychlé cykly s trváním 15 nebo 45 minut. Nechybí zde položka Můj program, který usnadňuje výběr nejpoužívanějšího nastavení. Philco se ještě chlubí pozvolným otevíráním bubny nebo speciální funkcí pro čištění bubny. Odhadovaná roční spotřeba pračky je 185 kWh energie a 11 000 l vody. Hlučnost: 62 dB(A) / 78 dB(A). Rozměry: 87,5 × 40 × 61 cm (v × š × h).

Dostupnost: v prodeji

**ROMO
WTR1269A**

- 6 kg
- 1 200 ot./min.
- Standardní motor

Z katalogu české značky Romo jsme do přehledu vybrali tento model s kapacitou na 6 kg prádla. Pračka nabízí jednoduché ovládání v češtině a displej zobrazující nastavení teploty, otáček a času programu. Z funkcí a technologií je přítomna množstevní automatika, rychlé programy, jemné otevírání dvířek bubny a odložený start. Pračka by měla za rok spotřebovat 153 kWh energie a 8 940 l vody. Hlučnost: 58 dB(A) / 79 dB(A).

Rozměry: 85 × 40 × 60 cm (v × š × h).



Dostupnost: v prodeji

**Whirlpool
TDLRB 7222BS EU/N**

- 7 kg
- 1 200 ot./min.
- Přímý pohon bez řemene

Koncem loňského roku představil Whirlpool několik nových modelů shora plněných praček. Konkrétně tento se pyšní přímým pohonem, který nazývá americká značka jako ZEN a poskytuje na něj doživotní záruku. Pračka je díky němu spolehlivější, tišší a úspornější. Pozornost věnujte určitě i velkému displeji, bohaté nabídce programů s rychlými cykly a inteligentní technologii 6. smysl Colours, s jejíž pomocí pračka nastavuje nejvhodnější parametry praní. Nechybí speciální program Colours15° – ochrana barev a energetická úspora při zajištění stejně kvalitního praní jako v běžné pračce při 40 °C. Hlučnost při praní je 49 dB(A) a při ždímání 71 dB(A).

Rozměry: 90 × 40 × 60 cm (v × š × h)

**Dostupnost:
novinka již v prodeji**

CANDY

RapidÓ

NEJSNAŽŠÍ ZPŮSOB, JAK UŠETŘIT ČAS



Nové pračky Candy RapidÓ přináší **nejucelenější nabídku rychlých programů** na trhu. Pračka má z celkem čtrnácti základních programů **9 rychlých**, a to v rozmezí od 14 do 59 minut praní včetně cyklu pro velmi zašpiněné oblečení při 60°C. A jak vybrat nejlepší rychlý program? Prostě jen hromadu špinavého prádla **vyfoťte prostřednictvím funkce Snap & Wash** v mobilní aplikaci a pračka už si poradí. Navíc díky **většímu a výše umístěnému plnicímu otvoru** se nemusíte při manipulaci s prádlem tolik ohýbat a manipulace s prádlem je ještě snazší.

Stáhněte si nyní aplikaci simply-Fi

simply **Fi**
CONNECTED TO YOUR LIFE



**Také ve
SLIM verzi**



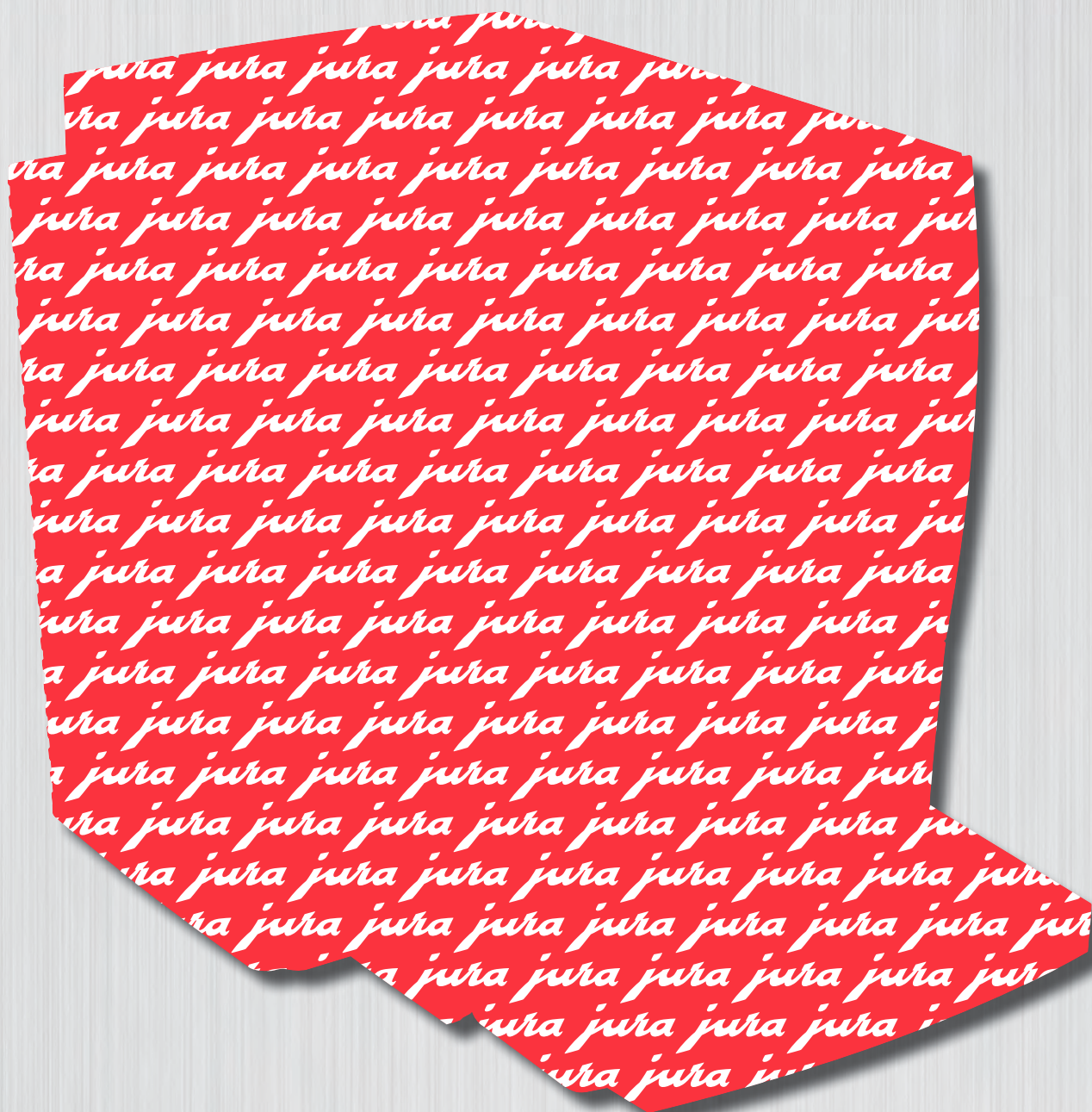
www.candycr.cz

V příštím čísle SELL:

Za měsíc se budeme v časopise věnovat populárnímu tématu kávovarů, kterým se v době covidové nebývale daří. Dokonce pro vás právě natáčíme jedno nové video, v němž se do světa přípravy kávy opět podíváme. O čem bude? Drobnou nápovědou vám může být reklama na následující straně. Z velkých spotřebičů se budeme věnovat myčkám nádobí.

Nejočekávanější novinka značky JURA pro rok 2021 přichází

Velká prezentace již v příštím vydání magazínu SELL





Dokonale sladěné



Nová barevná řada Stone Grey z edice Urban Colors

Tón této barvy byl inspirován barvou chodníků evropských hlavních měst. Dlážděné kamenné cesty se stovkami let historie v kombinaci s **moderními prvky**. To je **design a elegance**. Zkombinujte si v této barvě všechny spotřebiče od kávovaru přes troubu, varný panel až po baterii, a dodejte tak kuchyni opravdu **exkluzivní vzhled**.

Více na www.teka.cz

TEKA

Kuchyním dáváme duši