

INFO MARKET



AGD RTV IT FOTO LIGHT

Numer 4 (108)/2018 **kwiecień**

ISSN 2083-9030



BOSCH
Technologia bliżej nas

Innowacyjna technologia.
Perfekcyjny efekt.

Nowa linia urządzeń do zabudowy Serie I 8
to idealny wybór do Twojej wymarzonej kuchni.
Szczegóły na: www.bosch-home.pl



Bosch.
Nr 1 w Europie
w dużym segmencie
gospodarstwa
domowego*



reklama



ROZWÓJ TECHNIKI HDR W TELEWIZORACH

str. 52



Targi Ambiente 2018

reklama

PARTNER STRATEGICZNY:

MediaMarkt

ORGANIZATOR:

**PTAK
WARSAW
EXPO**



**ELECTRONICS
SHOW**



MIEDZYNARODOWE TARGI
ELEKTRONIKI UŻYTKOWEJ

13-15 Kwietnia 2018

WWW.ELECTRONICS-SHOW.COM /WARSAWELECTRONICSSHOW



ABC Data Technology Trends

reklama



POBIERZ NUMER!



IM www.infomarket.edu.pl

f www.facebook.com/infomarket1



AIR3D

NOWA GENERACJA SUSZAREK
DLA OPTYMALNEJ STYLIZACJI

REMINGTON



PHILIPS

SpeedPro Max

Odkurzacz
beprzewodowy

Szybko. Szybciej. SpeedPro Max z nasadką 360°



Czas
pracy do
65
minut*

Philips SpeedPro Max
– szybki bezprzewodowy odkurzacz
z podświetlaną nasadką 360°
zasysającą kurz z każdej strony.

*W zależności od modelu, w trybie normalnym z nasadką 360°

Wolnostojąca kuchnia działa tak szybko!

Amica



Dziś liczy się każda sekunda – także w kuchni. Dlatego **kuchenska wolnostojąca Amica** pozwala Ci wygodnie oszczędzać czas na każdym kroku.

Wykorzystaj funkcję **Szybki nagrzew**, która w 4 minuty rozgrzeje piekarnik do 150°C. Wolisz dziś gotować niż piec? Każde z pól grzejnych wyposażone jest w funkcję **Booster**, która zwiększa jego moc. Dlatego gotowanie jest krótsze – a więc i zdrowsze, bo więcej substancji odżywczych zostaje w potrawach. Dzięki **łatwoczyszczącej się emalii EasyClean** czyszczenie kuchenki zajmuje teraz kilka sekund!

Jednak nowoczesna kuchnia powinna być nie tylko funkcjonalna, ale i bezpieczna, nawet dla najmłodszych. Trzy szyby zamontowane w drzwiach kuchni gwarantują **Chłodny front**. Ryzyko oparzenia ograniczono do minimum również dzięki **Prowadnicom teleskopowym**, które zapewniają stabilność gorącej blasze. Ponadto piekarnik ma aż **10 różnych funkcji**, w tym **rozmrzanie**, a **klasa energetyczna A** gwarantuje oszczędności na rachunkach.

Z kuchnią Amica gotujesz szybko i bezpiecznie. I masz więcej czasu... na własne przyjemności.

www.amica.pl



Przyspieszenie termo-bieda-jądrowe

Przyspieszenie we wszystkich obszarach osiągnęło w Polsce prędkość nie tyle już niesłychaną, co i nie-mierzalną. Nie ma dnia, a w zasadzie to nawet już godziny, kiedy nie dociera do nas informacja, jak jest dobrze, a ma być jeszcze lepiej. Dynamizm i skala przemian zapędziła mnie do Milanówka, gdzie mieszka tato (ech, jaka szkoda, że nie w Sulejówku), a ponieważ jest w wieku i stanie ducha takim, że zakłada obecnie w domu bibliotekę, pomyślałem, że „wypożyczyć” coś na temat. Okazja przednia. Wpadam więc do ojca i mówię: Słuchaj, potrzebuję coś o ekonomii w Polsce, coś o cudzie gospodarczym, no i może o awansie ekonomiczno-społeczno-duchowo-narodowym całej naszej polskiej rodziny. „Starszy” posępniał, spadł mu na nos okulary, ale po chwili pewnym głosem wykrzyknął: Tylko E. Gierek i tylko „Przerwana dekada”. — Biorę! — odkrzyknąłem. — I bardzo dobrze! — dowrzasnął ojciec. — Kawały opowiadał, a ludzie i tak na Śląsk „maluchem”, i to dwupasmówką, pojechali.

No, myślę, kurde, ma chłopina rację, bo już naród nie musi po lasach na pielgrzymkę z dzikimi świniami bez butów chodzić, tylko mknie „asfaltówką”. Gdy czytałem tę skądiną ciekawą lekturę (polecam), przypomniały mi się dwa kawały: ekonomiczny i społeczny. W tym pierwszym jedzie gość „mercem”, w złocie tonie, ale trawia go nalogi. Zatrzymuje się więc przed „monopolem” i idzie kupić flaszencę oraz cygarety. Wchodząc, wpada na totalnego żula, brudnego, śmierzdzącego i chudego. I tak patrzy na niego i patrzy i nagle jak nie krzyknie: Zenek, to ty?! Pamiętasz technikum kolejowe?! To ja, Witek! Rany Julek, co tam u Ciebie? Aleśmy poszli przez te lata do przodu, co? Zenek ledwo uniósł głowę i z osłabienia wydobyl z siebie wątył głos i przemówił do Witka: Witek, nie jadłem od tygodnia. Na co Witek zdruzgotany: Człowieku, to ty weź się i zmuś. No, tak nie można.

Jeśli chodzi o drugą historyjkę, to usłyszałem ostatnio w radio, że czeka nas kolejna rewolucja. Tym razem u bram naszych domostw czeka na nas termomodernizacja. No i tu przed oczami mam kawał, jak to w zakładzie psychiatrycznym tumult, rwetes, harmider i ogromne poruszenie. Po korytarzu ucieka jeden z pacjentów, walcząc w przerażeniu o życie. Goni go zaś pokaźna grupa pozostałych pensjonariuszy z nożami, siekierami i innymi „akcesoriami”. Czoło grupy pościgowej dogania wszędzie ordynator i pyta pierwszego z goniących: Panowie, co się tu u licha dzieje? — Panie doktorze, panie doktorze — ledwo oddychając mówi reprezentant nagonki — robimy bombę termojądrową. Termę już mamy!

Piotr Krakowiak,
redaktor naczelny

Samsung Inkubator wspiera startupy

W Samsung Inkubatorze w Rzeszowie rozpoczęła się druga edycja cyklu inkubacyjnego. Spośród blisko trzydziestu zgłoszeń wybrano cztery projekty, które skorzystają z pomocy firmy Samsung w ramach specjalnego programu wsparcia startupów. Samsung Inkubator to miejsce dla polskich przedsiębiorców, którzy tworzą rozwiązania z zakresu inteligencji rzeczy (IoT), przemysłu 4.0 i uczenia maszynowego. Korzyści z udziału w projekcie czerpią teraz uczestniczące w nim startupy, ale powstał on także z myślą o przyszłych użytkownikach tworzonych tam rozwiązań. Kluczowym kryterium wyboru zespołów był właśnie potencjał pomysłu. Poza nim oceniano również moż-

liwości wejścia na rynek, zaawansowanie prac inżynierskich oraz spójność z ideą Inkubatora. — Ambicją firmy Samsung jest wyposażenie do 2020 roku wszystkich produktów w technologię inteligencji rzeczy. Samsung Inkubator w Rzeszowie jest kuźnią takich pomysłów. Dlatego konsekwentnie poszukiwaliśmy startupów, dzięki którym IoT będzie bardziej dostępne — mówi Magdalena Olborska, CSV and partnership manager. — Stawiamy przede wszystkim na ogólnodostępne innowacje, dzięki którym technologia, jaką jest IoT, trafi do szerokiego grona użytkowników w domach, biurach i innych miejscach. Wśród zakwalifikowanych startupów znalazły się następujące zespoły:



Fot. Samsung

Gospodarka w liczbach

4599,72 zł — tyle wyniosło przeciętne wynagrodzenie brutto w lutym bieżącego roku, jak podał GUS.

5,9 mld zł — tyle grupa PGNiG planuje przeznaczyć w bieżącym roku na inwestycje.

1,4 proc. — tyle wyniosła inflacja w lutym w ujęciu rdr wg danych GUS.

10 proc. — o tyle wzrosło produkcja budowlano-montażowa w 2018 r. w ujęciu rdr wg prognoz Ministerstwa Przedsiębiorczości i Technologii.

- Dandelion. Jest to projekt mający na celu stworzenie systemu czujników, które będą kontrolować aktualny stan przewożonych towarów. Umożliwią one rejestrację i przesyłanie wszelkiego rodzaju danych na temat wilgotności, temperatury, przechylenia opakowań, siły wstrząsów i położenia GPS w czasie rzeczywistym. Da to właścicielowi ładunku pełną kontrolę i dostarczy informacji, w jakim miejscu i z czyjej winy nastąpiło ewentualne uszkodzenie produktu.
- Imbue Light. Ten startup opracowuje system do sterowania oświetleniem LED. Wykorzystany do tego specjalny sterownik pozwala użytkownikowi na włączenie różnorodnych efektów świetlnych. Będzie on mógł sterować jasnością, czę-

stotliwością zmian oraz kolorem efektu. Sterownik ma też wbudowany mikrofon. Dzięki niemu można zarządzać diodami za pomocą dźwięku. Umożliwia to również włączenie funkcji, która steruje światłem w rytm muzyki.

- InMotion Labs. Zajmuje się zautomatyzowanym sterowaniem kamer i sensorów na potrzeby rynków B2B i B2C. InMotion wdrożyło już m.in. technikę termowizyjnego analizowania dostępności biurek w strefach hot-desk. Obecnie startup jest w trakcie rozwijania systemu skanującego stan karose-rii przed naprawą i po niej oraz okularów live-feed dla mechaników samochodowych. Opracowuje także technikę analizującą zapelnienie półek w sklepach.

Pierwsza niedziela bez handlu w CH

Zakaz handlu w niedzielę to dość gorący ostatnio temat w branży handlowej i wiele osób analizowało potencjalne skutki wprowadzenia tej ustawy w życie. Siedzi i centra handlowe szukały rozwiązań na obejście kontrowersyjnego przepisu. Jednak czy wszystkie pomysły się sprawdzą i jakie będą konsekwencje dla branży, będziemy mogli sprawdzić najwcześniej za kilka miesięcy. A jak właściciele centrów handlowych i sieci handlowe przygotowują się do nowej sytuacji? Międzynarodowa firma doradcza JLL zapytała właścicieli największych galerii handlowych w Warszawie, jakie są ich plany na niehandlowe niedziele. Wszyscy zadeklarowali, że ich centra będą otwarte w niedziele w standardowych godzinach pracy — wśród najemców są tacy, których zakaz handlu nie obowiązuje, dlatego zarządcy i właściciele muszą umożliwić firmom działającym zgodnie z prawem normalne funkcjonowanie ich lokali. Z kolei już tylko 30 proc. z nich zapowiedziało wydłużenie godzin pracy centrów w piątki i soboty. Są to Arkadia, Galeria Mokotów czy Wola Park.

Bardziej kreatywne pomysły na obejście zakazu to między innymi zmiana funkcji budynku z centrum handlowego na dworzec, gdyż zakaz handlu nie obejmuje terenu dworców. Na pomysł ten wpadli właściciele Galerii Metropola w Gdańsku, znajdującej się tuż obok stacji kolejowej Gdańsk Wrzeszcz. Aby formalnie stać się dworcem i móc legalnie handlować, właściciele dobudowali po-

czekalnię, kasy biletowe oraz punkt informacji pasażerskiej. Tak też Galeria Metropola stała się pierwszym w Polsce „dworcem handlowym” i najprawdopodobniej była jedynym centrum w Polsce, w którym zakaz handlu w ostatnią niedzielę nie obowiązywał, bo blisko połowa sklepów funkcjonowała jak w zwykły dzień. Według najnowszej interpretacji przepisów o zakazie niedzielnego handlu przy stacjach benzynowych mogą działać tylko sklepy wbudowane w tę stację. Tak jak np. nowy koncept sklepów Piotr i Paweł Po Drodze, który powstał we współpracy z siecią stacji paliw BP. Targowiska, wystawy, festyny, jarmarki, wszelkiego rodzaju imprezy — tego ustawa nie zabrania i nie nakłada żadnych ograniczeń, dlatego możemy spodziewać się wzmocnionych wydarzeń tego typu ze strony centrów handlowych. Z takich akcji słynie m.in. warszawskie centrum Blue City. Zakaz handlu obejmuje 32 wyłączenia, takie jak m.in. lokale gastronomiczne, takie jak restauracje, kawiarnie, lodziarnie, cukiernie, piekarnie, a także kwaciarnie, sklepy na stacjach paliw i na dworcach, sklepy z pamiątkami i dewocjonaliami, poczty, apteki, wszelkiego rodzaju obiekty rozrywkowe w tym kina, kręgielnie, kluby fitness, sale zabaw dla dzieci, szkoły tańca itp. Dozwolony jest także handel w sklepach, w których klientów obsługiwać będą właściciele lokali. Możliwy jest również handel przez Internet i według interpretacji przepisów pracownicy sklepów internetowych

mogą pracować — pakować i dowozić zakupy do domu klientów. Ustawa o zakazie handlu w niedzielę jest z prawnego punktu widzenia bardzo niedoskonała. Zawiera sporo luk wymagających dopracowania. Dlatego można spodziewać się szybkiej nowelizacji ustawy w celu wyeliminowania wszelkich nieścisłości. Wątpliwości dotyczą m.in. wspomnianego handlu przy dworcach, jak i możliwości otwierania showroomów czy też pracy wykonywanej przez pracowników sklepów internetowych. W ustawie nie doprecyzowano również, jaki procent sprzedaży może stanowić pieczywo wypiekane w sieciach typu Lidl czy Biedronka. W pierwszą niehandlową niedzielę w Polsce zespoły JLL odwiedziły kilka galerii w Warszawie, Krakowie, Trójmieście i Wrocławiu, aby sprawdzić, czy centra handlowe faktycznie opustoszały. Zdecydowana większość właścicieli i najemców bardzo rygorystycznie podeszła do nowych przepisów. Większą, aczkolwiek i tak znacznie mniejszą niż zazwyczaj, odpowiedzialność zaobserwowano w centrach z rozbudowaną ofertą rozrywkową i gastronomiczną. Sale zabaw dla dzieci i organizowane tam uroczyny, szkoły tańca, kluby fitness czy nawet centra medyczne to istotne czynniki przyciągające ludzi do centrum handlowego. Wzmocniony ruch był widoczny również w centrach przy dworcach kolejowych, takich jak Galeria Krakowska, Złote Tarasy czy wspomniana już Metropola w Gdańsku. W Galerii Krakowskiej wszystkie

lokalne gastronomiczne cieszyły się bardzo dużą popularnością. Funkcjonowała również Biedronka (zlokalizowana na dworcu), do której kolejki ustawały się na zewnątrz. Ci, którzy mogli otworzyć swoje placówki, skorzystali z tego prawa, z kilkoma jednak wyjątkami. Na przykład w Złotych Tarasach swoich lokali nie uruchomiły sieci Tchibo, Wedel czy Express Marche. W Galerii Mokotów natomiast nie działała np. kawiarnia Etno Cafe. Przyczyną może być lokalizacja lokali w pustych alejkach w pobliżu sklepów modowych i w oddaleniu od głównych ciągów pieszych i stref gastronomicznych. W gdańskiej Metropolii działało ok. 50 proc. sklepów, w tym delikatesy Metropola, ale bez możliwości sprzedaży alkoholu. Niektóre punkty gastronomiczne również go nie sprzedawały, co wynika z odrębnych przepisów dotyczących sprzedaży napojów alkoholowych w pobliżu dworców.

Mimo wszystko według obserwatorów ostatnia niedziela była najlepszą pod względem frekwencji od otwarcia tego centrum w październiku 2016 r. W pozostałych galeriach działały również punkty serwisowe typu dorabianie kluczy, salony kosmetyczne i fryzjerskie, pojedyncze banki czy myjnie samochodowe. Zanotowano też kilka przypadków działających sklepów, w których klientów obsługiwali właściciele. Niemniej czynnikiem, który z pewnością zaburzył wyniki galerii handlowych w pierwszym dniu zakazu handlu, była piękna pogoda. Weekend 10–11 marca, a w szczególności niedziela, był pierwszym od dawna, podczas którego termometry wskazywały miejscami ponad 15 °C. Polacy woleli iść na spacer do parku niż do pustej galerii handlowej.

Źródło: JLL



Wydanie kwietniowe InfoMarketu składa się z:

- grzbietu głównego magazynu informacyjnego „InfoMarket”;
- poradnika zakupowego „InfoProdukt. Suszarki”;
- poradnika zakupowego „InfoProdukt. Klimatyzacja”;
- poradnika zakupowego „InfoProdukt. Zdrowie”.



LAMPY BIURKOWE TIROSS — POSTAW NA NOWOCZESNOŚĆ!



Mocne, energooszczędne źródło światła **LED**, o regulowanym natężeniu i barwie a także rozmaite funkcje, takie jak port USB do ładowania telefonu — to tylko niektóre z cech naszych uniwersalnych lamp biurkowych. Zajrzyj na stronę **tiross.com** i przekonaj się jak funkcjonalne są nasze lampy.

Amica

Prezentuje rekordowe wyniki za 2017 r.

Dla marki Amica rok 2017 był okresem wyjątkowo udanym mimo wielu przeciwności, z jakimi borykał się cały rynek. Dzięki konsekwentnej ekspansji geograficznej i poszerzeniu portfola produktów odnotowano duży wzrost przychodu i efektywności biznesowej.

Producent zanotował po czterech kwartałach 2017 r. rekordowe wyniki finansowe. Mowa o prawie 2,654 mld zł skonsolidowanej sprzedaży, co oznacza wzrost o 7 proc. wobec rezultatu z roku 2016. Grupa Amica wypracowała jednocześnie solidne wyniki finansowe – blisko 188 mln zł wyniku EBITDA oraz ponad 146 mln zł zysku brutto.

Jak podkreśla zarząd wroclawskiej spółki, rezultaty te byłyby wyraźnie lepsze, gdyby nie... konserwatywne podejście księgowe. Otóż w IV kwartale dokonano odpisu w wysokości 7,7 mln zł (100 proc.) na należność od upadłego klienta w Rosji z powodu długotrwałego procesu jej odzyskania (obecnie trwa postępowanie sądowe mające na celu odzyskanie należnej zapłaty od ubezpieczyciela).

Odnótowano także wzrost zaksięgowanego narastająco po czterech kwartałach 2017 r. zysku netto o 35 proc. (mierząc rdt) – do ponad 146 mln zł. Warto podkreślić, że to najwyższy wynik w historii firmy! W zysku netto ujęte zostało bowiem łącznie 54,7 mln zł aktywu podatkowego związanego z dokonanymi inwestycjami we Wronkach i w Kostrzyńsko-Słubickiej SSE, z czego 8,8 mln zł w IV kwartale. W tym okresie (październik – grudzień) przychody grupy Amica wzrosły o 12 proc., do 750 mln zł, co pozwoliło na wygenerowanie aż 45 mln zł EBITDA oraz zaksięgowanie 27 mln zł zysku netto.

— Rok 2016 jest wysoką bazą porównawczą, a mimo to w okresie czterech kwartałów roku 2017 zwiększyliśmy przychody i zanotowaliśmy rekordowy zysk netto. Jednocześnie wyniki roku 2017 obciążone są czynnikami o charakterze przejściowym, jak miks produktowy i geograficzny oraz zmniejszenie zapasów u dystrybutorów w Polsce. Co jednak ważne, rentowność EBITDA znalazła się w założonym przedziale 7–8 proc. – podkreśla Wojciech Kocikowski, wiceprezes zarządu ds. finansowych w Amica SA.

Wiceprezes zarządu ds. finansowych w Amica SA. Więcej o wynikach oraz planach naszego największego rodzimego producenta AGD napiszemy w kolejnych wydaniach magazynu „InfoMarket” oraz na witrynie www.infomarket.edu.pl.

Amica

Beko

Przedłuża umowę sponsorską z klubem FC Barcelona

Marka Beko kontynuuje współpracę z legendarnym klubem FC Barcelona i jednocześnie rozpoczyna kampanię „Jedz jak mistrz”. Globalnym ambasadorem akcji został znany piłkarz Gerard Piqué, a przesłaniem jest zachęcanie dzieci do zdrowszego odżywiania oraz walki z otyłością.

Umowa, ogłoszona na konferencji prasowej w budynku Auditori 1899, mieszczącym się na terenie słynnego stadionu Camp Nou, ustanawia Beko oficjalnym partnerem treningowym FC Barcelony. — Jest nam niezmiernie miło przedłużyć naszą współpracę z FC Barceloną, jednym z najlepszych klubów piłkarskich na świecie. Beko, podobnie jak FC Barcelona, ma długą i chwalebą historię ciągłych starań o podwyższanie standardów i wchodzenia na nowe pola działania. Uważamy, że sport to niesamowita siła jednocząca ludzi przez wspólne wartości i ducha zwycięstwa oraz motywująca do samorozwoju. Z tego względu jesteśmy niezwykle dumni, że podczas następnych lat rozwoju będziemy mieli u boku FC Barcelonę – komentował Ali Y. Koç, wiceprezes Koç Holding.

Razem z klubem Beko rozpoczęło niedawno także globalną inicjatywę „Eat Like a Pro” („Jedz jak mistrz”), która ma położyć kres sytuacjom, w których to dzieci wybierają niezdrowe hamburgery, frytki, słodczyce czy chipsy zamiast zdrowych, pełnowartościowych posiłków. — Jestem niezwykle podekscytowany swoją rolą ambasadora w tak ważnej i przełomowej kampanii. Jako że zacząłem grać w bardzo młodym wieku, szybko nauczyłem się doceniać wagę zdrowego odżywiania się, a teraz – jako dla ojca dwójki dzieci – ta sprawa jest dla mnie jeszcze ważniejsza – podkreślił Gerard Piqué.



AB

Zaprasza na 5. edycję targów Innovation Days

Odbijające się po raz piąty targi AB Innovation Days weszły już na stałe do kalendarza najważniejszych imprez branży AGD/RTV. Tegoroczna edycja odbędzie się w dn. 16–17 czerwca w Mikołajkach w Hotelu Gołębiowski.

W mazurskiej scenarii wiodący dystrybutor IT, RTV/AGD i elektroniki użytkowej w Europie Środkowo-Wschodniej – firma AB SA oraz jej partnerzy będą prezentować najnowsze trendy w branży. Zostaną również przedstawione kategorie produktów, które będą się dynamicznie rozwijać w najbliższych miesiącach. Odwiedzający będą mogli posłuchać interesujących debat i dyskusji ekspertów, a także liderów rynku. Wydarzenie oprócz producentów zgromadzi również przedstawicieli sieci handlowych oraz sklepów.

— To już piąty raz, kiedy organizujemy AB Innovation Days. Obserwując na co dzień, jak dynamicznie rozwija się nasza dystrybucja sprzętu RTV i AGD, osobiście nie mogę już się doczekać tego wydarzenia.

AB INNOVATION DAYS 5 LAT

Poprzednie edycje potwierdziły, że decyzja o organizacji tak dużych i ważnych targów była strzałem w dziesiątkę. W jednym miejscu można bowiem zobaczyć nowości i premierowe pokazy sprzętu, poznać głos liderów rynku i wymienić się doświadczeniami. Jednak tak jak w biznesie najważniejsi są ludzie, tak samo osiągnięty przez nas sukces w dystrybucji RTV i AGD opiera się na dedykowanym zespołach handlowych. Dzięki niemu lepiej rozumiemy rynek i potrafimy skutecznie odpowiadać na potrzeby naszych partnerów. Serdecznie zatem zapraszamy na jubileuszowe AB Innovation Days, abyśmy wspólnie porozmawiali o tym, co inni dopiero pokazują – mówi Andrzej Przybyło, prezes zarządu AB SA.

Nie zabraknie także znanego z poprzednich edycji telewizyjnego Studia AB, prowadzonego przez prezentera Macieja Kurzajewskiego. Zwieńczeniem targów będzie uroczysta gala, w trakcie której zaproszeni goście będą się bawili w przy muzyce legendarnego zespołu Boney M.

CECED Polska

Kongres branży AGD już w maju!

CECED Polska serdecznie zaprasza na tegoroczny Kongres AGD, który odbędzie się w dniach 23–24 maja w Fabryce Grohmana, w siedzibie Łódzkiej Specjalnej Strefy Ekonomicznej. Spotkanie będzie okazją do rozmowy o rynku, zachodzących na nim przemianach oraz roli producentów i dostawców AGD dla gospodarki całego kraju.

Polska czerpie wyjątkowe korzyści ze sprzedaży i samej produkcji artykułów gospodarstwa domowego. Wytwarzanie około 22 mln urządzeń dużego AGD rocznie, plasuje Polskę na pierwszym miejscu w Unii Europejskiej. W 30 fabrykach w Polsce zatrudnionych jest około 25 tys. osób. Rynek i społeczność branży, potrzebują forum do wymiany spostrzeżeń, rozmów biznesowych i debaty. Właśnie dlatego CECED Związek Pracodawców AGD wraz z Łódzką Specjalną Strefą Ekonomiczną, organizuje po raz pierwszy wydarzenie, które w jednym miejscu zbierze najważniejszych przedstawicieli i ekspertów z tego sektora rynku.

W Kongresie wezmą udział także reprezentanci rządu i samorządów, z którymi będzie można dyskutować na takie tematy jak przemysł 4.0, problemy w łańcuchu dostaw, zatrudnianie polskich pracowników produkcyjnych i specyfika HR. Podczas kongresu, specjaliści i prele-

genci opowiedzą także o e-commerce w segmencie AGD, a także o gospodarce obiegu zamkniętego.

Podczas drugiego dnia wydarzenia odbędzie się Mixer AGD, czyli spotkanie branżowych producentów z poddostawcami oraz usługodawcami, m.in. start-upami oferującymi innowacyjne produkty i usługi. Kongresowi towarzyszyć będzie również „Giełda Innowacji”, czyli ekspozycja mająca na celu zaprezentowanie nowoczesnych rozwiązań, które mogą mieć zastosowanie w optymalizacji działalności firm z sektora AGD (prezentowane będą nowoczesne technologie dotyczące m.in. automatyzacji produkcji, logistyki, magazynowania, big data czy optymalizacji procesów).

AGD
KONGRES



Pralko-suszarka CANDY Bianca

Doskonałe rezultaty działania w rekordowym czasie

Wybierz pralko-suszarkę Candy Bianca, oszczędź czas, energię i miejsce w swojej łazience

Urządzenie podpowie Ci:

- jaki program prania i suszenia wybrać,
- jak skrócić wybrany program, nawet do **59 minut**,
- jak wyprać ubrania już w 20°C z **systemem Mix Power Jet**.



INTUICYJNY WYMIAR PRANIA I SUSZENIA

Pralko-suszarka
Candy Bianca BWD 596PH3

zoom simply | Fi SMART RING
CONNECTED TO YOUR LIFE



CANDY

SZCZEGÓŁY NA WWW.CANDY.PL

Teka

40-lecie działalności firmy w Portugalii

Oddział marki Teka w Portugalii świętował niedawno 40-lecie swojej obecności na tamtejszym rynku. Wyczekiwany od dawna jubileusz celebrował cały zespół pracowników!

Pod koniec lutego firma Teka Portugal celebrowała ważną datę w swojej działalności – jubileusz 40 lat jej istnienia! Z tej okazji w fabryce uznano i cenionego w Portugalii producenta odbyła się huczna uroczystość, która zgromadziła niemal wszystkich pracowników (także tych, którzy są z firmą od samego początku jej istnienia). Przy symbolicznym kieliszku szampa, muzyce na żywo, przy której śpiewano portugalską wersję „Parabéns pra você” (wszystkiego najlepszego), a także spadającym confetti bawili się nie tylko pracownicy administracji, biurowi czy produkcyjni, ale także obecny zarząd.

Warto podkreślić, że nasz polski oddział wkrótce także będzie miał powody do dumy. Za rok bowiem polska spółka obchodzić będzie ćwierćwiecze działalności – jest już z nami od 25 lat! Teka Polska obecna jest na rynku dokładnie od 1994 r.



Bosch

Miłosny wątek Akademii Smaku...

„Z miłości do kuchni” to nowa odsłona warsztatów kulinarnych Akademii Smaku, która od 14 lutego, a więc od walentynek, zdobywa coraz większą popularność w sieci. Przecież wszystko, co dobre, zaczyna się w kuchni...

Producent wyszedł z założenia, że w kuchni, jako centralnym miejscu domu, toczy się życie domowników. Przez gotowanie wyrażamy miłość, przepraszamy, dziękujemy...

To w kuchni spotykamy się z przyjaciółmi, gotujemy z mężem czy żoną, przekazujemy tradycje kulinarne naszym pociechom. Takie właśnie wartości jak miłość, radość i tradycja marka Bosch chce zaprezentować w najnowszej odsłonie kampanii Akademii Smaku, w której zadebiutowała Sonia Bohosiewicz. Oprócz znanej aktorki telewizyjnej oraz teatralnej w Akademii Smaku wystąpi także tradycyjnie Mateusz Gessler. W tegorocznej odsłonie nie mogłoby zabraknąć także znanego szefa kuchni Tomasza Lacha.



Miłość do kuchni ma różne oblicza i dlatego każdy z trzech ambassadorów będzie uosabiał jeden ze stylów gotowania: sprytny, szybki i mistrzowski. Gospodarze kampanii wyjdą także poza swoje kuchnie, by odkryć regionalne gospodarstwa i zgłębić tajniki tradycyjnej kuchni polskiej.

Głównym celem kampanii jest zaangażowanie fanów do dzielenia się własnymi kuchennymi historiami. Warto dodać, że stro-

na www.akademiasmaku.pl jest uzupełniana o nowe autorskie przepisy, ale również porady dotyczące sprzętu AGD. Użytkownicy otrzymają jeszcze więcej filmów wideo oraz lepiej dopasowane treści na urządzenia mobilne. Za koncept kreatywny odpowiada agencja reklamowa Insignia.

Miele

Od 90 lat w segmencie odkurzaczy

Ceniona i uznana także w Polsce marka Miele obchodzi w tym roku 90. rocznicę wprowadzenia odkurzaczy do swojej oferty. Od ponad stu lat firma z Westfalii charakteryzuje się innowacyjnym podejściem i najlepszą jakością wykonania swojego sprzętu.

Cechą charakterystyczną marki Miele jest fakt, że stawia ona od początku swej działalności przede wszystkim na jakości i trwałość swoich urządzeń, w tym odkurzaczy. Sprzęt, który oferuje, jest także wynikiem pasji i zaangażowania najbardziej doświadczonych inżynierów oraz stosowania najnowocześniejszych rozwiązań i technologii. Dzięki temu produkty Miele są w stanie sprostać oczekiwaniom nawet najbardziej wymagających klientów.

Warto podkreślić, że wszystkie komponenty wykorzystywane do produkcji odkurzaczy są wielokrotnie testowane i ulepszone, tak aby końcowy produkt zachował najlepszą jakość i najdłuższą trwałość. Konstrukcja i obudowa testowane są w specjalnych laboratoriach firmy. Odkurzacze poddawane są testom, podczas których sprawdza się ich wytrzymałość – blisko 16 500 uderzeń o ścianę i przejazdów przez próg zapewnia trwa-



łość sprzętu na najwyższym poziomie. Trzeba przyznać, że jest to liczba imponująca.

Oprócz tego odkurzacze marki Miele to także najlepsza jakość sprzątnia. W sprężeniu montowane są mocne silniki, zapewniające optymalny przepływ powietrza, a także innowacyjne worki HyClean 3D, filtry chroniące silnik oraz filtry wylotowe. Warto dodać, że dzięki temu prze-filtrowane zostaje aż 99,9 proc. drobnego pyłu, a co za tym idzie, osiągamy maksymalny poziom czyszczenia w trakcie odkurzania. W ofercie marki znajdziemy także odkurzacze bezworkowe oraz roboty sprząające.



iRobot

Aktualizacja aplikacji iRobot HOME

Firma iRobot stale udoskonala komunikację ze swoimi urządzeniami. Ostatnio wprowadziła nową aktualizację, która sprawia, że roboty z modułem łączności bezprzewodowej są kompatybilne z systemami Amazon Alexa oraz IFTTT.

Przypomnijmy, że Amazon Alexa to system, który pozwala na sterowanie robotem przy pomocy głosu. Od teraz można rozpocząć, wstrzymać czy zakończyć sprząanie dzięki krótkim i prostym komendom w języku angielskim. System głosowy jest kompatybilny z robotami marki, w których zaimplementowano moduł łączności bezprzewodowej.

IFTTT (If This Then That) to kolejna innowacja w automatyzacji pracy robotów Roomba. Dzięki niej użytkownicy robotów marki iRobot mogą np. automatycznie zakończyć lub rozpocząć cykl pracy urządzenia, a także wstrzymać sprząanie, jeśli zajdzie ta-

ka potrzeba. Warto dodać, że dzięki funkcjonującej, darmowej platformie IFTTT użytkownicy mogą szerzej wykorzystywać możliwości aplikacji i kompatybilnych z nią urządzeń.

Aplikacja iRobot HOME pozwala nie tylko na niezwykle prostą i komfortową obsługę urządzeń, ale i pomaga w programowaniu harmonogramu na cały tydzień, kontaktowaniu się z pomocą techniczną czy zakupie akcesoriów i części. Jej atutem jest fakt, że dzięki stałemu podłączeniu do sieci oprogramowanie robotów jest aktualizowane automatycznie.



Elastyczność się opłaca!

www.sharphomeappliances.com

4-drzwiowa chłodziarka SHARP SJ-F1526E0I (typu French Door) z regulowaną pojemnością stref chłodzenia i zamrażania to doskonałe rozwiązanie zarówno dla dużych rodzin, jak i tych mniejszych, które tylko okazjonalnie potrzebują dodatkowego miejsca do przechowywania żywności. Całkowita pojemność netto urządzenia to aż 526 litrów (poj. chłodziarki 362 l, poj. zamrażarki 164 l). Dzięki systemowi AdaptiZone możemy zrezygnować z niepotrzebnej przestrzeni redukując pojemność do zaledwie 172 litrów, co pozwoli nam obniżyć rachunki za energię. Z kolei zaawansowane technologie chłodzenia AdvancedNoFrost i Advanced Cooling umożliwiają dłuższe przechowywanie żywności, zachowując jej świeżość i doskonały smak.

SHARP
Be Original.

Kärcher

Jubileusz 25-lecia polskiego oddziału

Już blisko 25 lat polski rynek może cieszyć się z pełnej i wszechstronnej oferty domowych oraz profesjonalnych urządzeń marki Kärcher. Z okazji srebrnego jubileuszu firma zaprezentowała okazjonalne logo i przygotowała limitowaną edycję myjki do okien.



Oczywiście, to pierwsze z wielu działań, jakie towarzyszyć będą tej wyjątkowej marce i firmie. Dokładna data jubileuszu powstania polskiego oddziału przypada jesienią bieżącego roku i bez wątpienia wiele razy i obszerniej będziemy informować o rocznicowych wydarzeniach.

Niemiecka marka Kärcher działa prężnie od ponad 80 lat na rynku europejskim i światowym. Oferuje profesjonalny sprzęt czyszczący, a jej dynamiczny rozwój sprawił, że dziś oferuje ona zarówno odkurzacze, parownice, środki czyszczące, szorowarki, urządzenia do czyszczenia suchym lodem, zamiataarki, jak i pompy czy systemy nawadniania.

W Polsce marka jest oficjalnie obecna od 1993 r., choć jej produkty znane były i cenione także wcześniej. Obecnie, w ramach działań jubileuszowych, firma przygotowała edycję limitowaną myjki do okien. Model wyróżnia o 40 proc. dłuższy czas pracy na jednym ładowaniu w stosunku do standardowej wersji WV 2. Urządzenie zostało zaprojektowane tak, aby wizualnie spajać charakter marki – czarny kolor połączony z żółtymi gumkami oraz jubileuszowe logo „25 Lat Kärcher Polska” sprawiają, że produkt jest kwintesencją stylu firmy. Więcej o urządzeniu napiszemy w kolejnym wydaniu „InfoMarketu” (5/2018).

Thomas

Najwyższe noty dla Cycloon Hybrid Pet & Friends

Niemiecki magazyn „Technik Zu Hause” przetestował najnowszy odkurzacz marki Thomas. Specjaliści przyznali odkurzaczowi Cycloon Hybrid Pet & Friends najwyższe noty we wszystkich kategoriach – efektywności odkurzania, wyposażenia, obsługi i praktyczności.

Odkurzacz marki Thomas polecany jest głównie posiadaczom zwierząt. Zdaniem magazynu „Technik Zu Hause” urządzenie nie tylko doskonale radzi sobie z nieprzyjemnymi zapachami, często wydzielanymi przez zwierzęta, lecz także precyzyjnie zbiera sierść. Tym, na co zwrócili uwagę niemieccy specjaliści, jest fakt doskonałego pochłaniania pyłu i zapachu, a co za tym idzie – wyraźniej świeższe powietrze. Ponadto sprzęt bardzo dobrze radzi sobie ze zbieraniem wody i płynów różnego pochodze-

nia. Pod względem wyposażenia odkurzacz także sprawdza się doskonale – jest łatwy w obsłudze, zwrotny i szybki. Ponadto jego czyszczenie odbywa się niezwykle sprawnie. Odkurzacz hybrydowy został także poddany próbie na różnych powierzchniach. Okazało się, że bardzo dobrze radzi sobie zarówno z twardymi podłogami, jak i miękkimi dywanami. Niemieccy testerzy byli także bardzo zadowoleni z funkcji ssania na mokro. Sprzęt został oceniony jako praktyczny i godny polecenia nawet najbardziej wymagającym.



MPM

Sam Cook – nowa marka w ofercie

Firma MPM poszerzyła swoją ofertę o nową markę i nową linię produktów z segmentu premium. Sam Cook, bo o niej mowa, to profesjonalny sprzęt do gotowania, który powstał zarówno na bazie doświadczeń najlepszych szefów kuchni, jak i firmy z Milanówka.

Linia Sam Cook to propozycja dla najbardziej wymagających klientów. Produkty zostały stworzone przy współpracy z wieloma profesjonalistami, toteż przeznaczone są dla prawdziwych miłośników kulinarnych nowinek. Sam Cook obejmuje np. innowacyjną metodę gotowania sous-



-vide, która jest wykorzystywana w najbardziej prestiżowych restauracjach na świecie. Metoda ta polega na wolnym gotowaniu w stałej i obniżonej temperaturze wody w próżniowo zamkniętych woreczkach foliowych. Dzięki takiemu sposobowi potrawy nie tylko zachowują niepowtarzalny smak, lecz także wszelkie witaminy i składniki odżywcze.

Wśród wielu produktów, które zaprezentujemy w najbliższym czasie, Sam Cook proponuje m.in. termocykulator do sous-vide, model PSC-20. Proste w obsłudze urządzenie jest w stanie zapewnić nie tylko wspaniały smak, lecz także walory zdrowotne przygotowywanego jedzenia dzięki równomiernej temperaturze i idealnemu obiegowi wody i pary. Znajdująca się w zestawie pakowarka próżniowa PSC-30 ułatwia przechowywanie produktów i sprawia, że pozostają one świeże i łatwo się je konserwuje.

Adler Europe

Sponsoruje „Jeden z dziesięciu!”

Producent sukcesywnie promuje swoje produkty w różnych kanałach, od niedawna także w ATL, w tym w telewizji. Producent na przełomie marca i kwietnia podjął się sponsoringu znanego i lubianego programu „Jeden z dziesięciu”.

Adler Europe został sponsorem programu w dniach od 29 marca do 18 kwietnia 2018, stając się fundatorem nagród dla uczestników. Teleturniej „Jeden z dziesięciu” emitowany jest od poniedziałku do piątku w programie TVP 1 ok. godz. 18.50 w czasie największej oglądalności, czyli w tzw. prime time. Telewizja Polska o przeniesieniu programu z TVP2 do TVP1

poinformowała widzów na początku stycznia tego roku. Średnia oglądalność programu wynosi 2,89 mln. widzów, będąc z pewnością dobrym narzędziem do wypromowania marki wśród konsumentów. Program jest prowadzony przez p. Tadeusza Szuka i cieszy się nieustającym powodzeniem od lat.

W każdym odcinku, pomiędzy 2 rundą eliminacyjną, a finałem wyemitowany zostanie billboard sponsorski producenta, w którym zaprezentowane zostaną takie produkty jak czajnik AD 1225, multicooker CR 6408, strzyżarka AD 2822 oraz AD 2825. Obecność w telewizji wspierana jest też innymi formami promocyjnymi, m.in. kampanią internetową czy prasową.



NIEMOŻLIWE SPRZĄTANIE JEST MOŻLIWE.

Kärcher WV – mycie bez smug i zacieków.

Błyskawiczne mycie szklanych powierzchni w domu akumulatorem myjką WV to gwarancja doskonałych efektów: szyby bez smug, praca bez zmęczenia, a podłoga bez kropli rozlanej wody! Wybierz swoją WV – białą, żółtą lub czarny jubileuszowy model 25 LAT KÄRCHER POLSKA!

www.karcher.pl



KÄRCHER

makes a difference

MISSION: IMPOSSIBLE

TYLKO W KINACH

©2018 Paramount Pictures. All Rights Reserved.



Materiały zdjęciowe: Amica

Maciej Bartłomiej Kamiński

– wiceprezes ds. zarządzania produktami w Amica Handel i Marketing.

Ukończył wydział Telekomunikacji Politechniki Poznańskiej, a także podyplomowe studia z zarządzania i marketingu Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie. Wcześniej pracował m.in. dla Play czy Samsunga, odpowiadając za zarządzanie działami produktowymi. W firmie Amica pracuje od maja 2016 r.

Redakcja: Trzeba przyznać, że w Amice sporo się dzieje – z jednej strony rozwijają Państwo zaplecze logistyczne, z drugiej przejmujecie spółki zagraniczne.

Maciej Bartłomiej Kamiński: Dużo się dzieje, to prawda. Jeśli spojrzymy na ostatnie dwa lata, Amica pokazuje, że odniesione już sukcesy rynkowe chce przekuć w jeszcze większą obecność w Europie Zachodniej. Właśnie z tego powodu w ostatnich latach kupiliśmy spółkę CDA, a także dystrybutora AGD we Francji – spółkę Sideme. Tylko w ten sposób możemy rozwijać się w Polsce i wykorzystać wszystkie możliwości nowego centrum logistycznego i magazynu wysokiego składowania. Z mojego punktu widzenia, jako osoby odpowiedzialnej za zarządzanie produktami, ważne jest oczywiście to, że równolegle z kanałami dystrybucji i zapleczem produkcyjno-logistycznym rozwijamy także same produkty, które stanowią o sile naszych marek.

No właśnie, i o to chciałabym zapytać. Urządzenia DreamWash (pralki, suszarki), które zade-

AMICA

Trendy w pralnictwie, nowe, innowacyjne suszarki do ubrań

biuowały na IFA 2017, cieszą się coraz większym uznaniem, a przecież od lat bardziej kojarzono Was ze sprzętem kuchennym. Proszę powiedzieć, skąd ta zmiana i tak mocne skupienie się obecnie na tym segmencie rynku?

Amica zawsze była obecna w tej kategorii. Przez wiele lat mieliśmy własną fabrykę oraz pomysł na pralnictwo. Produkowane przez nas urządzenia były dobrze dopasowane do rynku – z takim pazurem – ciekawymi funkcjami oraz interesującym designem. Rynek się jednak zmienia, więc zdecydowaliśmy się, żeby rozwijać te produkty nieco inaczej – samodzielnie, jeżeli chodzi o koncept, ale z naszymi partnerami, jeżeli chodzi o produkcję. Chcemy, aby nasza marka była jeszcze bardziej widoczna, tym bardziej że pralnictwo jest dzisiaj wyjątkowo istotne. To druga po chłodnictwie kategoria w dużym AGD. W związku z tym w ciągu ostatnich dwóch lat zweryfikowaliśmy nasze podejście do pralek, bazując na tym, że mamy w odniesieniu do nich duże kompetencje, jeśli chodzi o R&D (badania i rozwój – przyp. red.) – mamy inżynierów, którzy projektowali pralki i dalej cały czas obserwują trendy w pralnictwie. Mamy też doświadczonych produkt managerów, którzy doskonale radzą sobie na tym wymagającym rynku. Możemy więc myśleć o tej kategorii w sposób kompleksowy. Zweryfikowaliśmy także samo podejście – jeszcze niedawno byliśmy graczem, który szedł za rynkiem, teraz jednak chcemy iść przed nim. W związku z tym wprowadziliśmy nową linię produktów DreamWash. W tej chwili oferujemy tylko pralki, ale już niebawem pojawią się suszarki. Oznacza to, że chcemy naprawdę zawalczyć o tę ważną kategorię, w której nasze udziały kiedyś sięgały 5–6 proc. Mamy ambicję i możliwości, aby znacznie ten wynik poprawić.

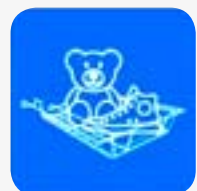
Obecnie produkujecie swoje wyroby w Azji. Jaki w praktyce Amica ma wpływ na proces produkcyjny i kto jest odpowiedzialny za projekt techniczny, a kto np. za wizualny?

Jeżeli chodzi o całe myślenie o produkcie, ma to zawsze dwie nogi. Po pierwsze, istotna jest strona konsumencka. Produkt managerowie, którzy są w moim pionie odpowiedzialni za pralki i śledzą wszystkie światowe trendy, przyglądają się temu, co dominuje na rynku i go napędza. Jednocześnie wspólnie z kolegami z działu R&D i zakupów analizujemy, którzy dostępni na rynku najlepsi producenci mogą nie tylko dostarczyć nam wysokojakościowych produktów, ale także – wspólnie z nami, według na-

szych oczekiwań i wskazówek – rozwijać produkt. To, że nie posiadamy własnej fabryki, nie zwalnia nas z odpowiedzialności za jakość produktów. Zależy nam, żeby spełniały one oczekiwania klientów przez długie lata, a tym samym – by Amica była marką wiarygodną w każdej kategorii produktów. Mamy duże zobowiązanie związane ze sprzętem grzejnym, jaki produkujemy – jest on gwarancją jakości i kompetencji naszej marki. W związku z tym, wprowadzając na rynek kolejny produkt, wkładamy w to pasję i ogromny wysiłek. Po analizie rynku i trendów następuje bardzo żmudny proces testów. Potem sprawdzamy, jaką historię serwisową ma testowany produkt, rozmawiamy z naszym partnerem, co powinniśmy zmienić, usprawnić. Odwiedzamy fabryki i analizujemy cykle produkcyjne – chcemy mieć pełną kontrolę nad tym, co w nich dla nas powstaje. W wypadku ostatniej naszej inwestycji w linię DreamWash poszliśmy nieco dalej – zainwestowaliśmy także we własny design. Wspólnie z naszym dostawcą zdecydowaliśmy się wdrożyć dużo zmian

Nowe suszarki - charakterystyka

Suszarki bębnowe urozmaicają ofertę polskiego producenta, stając się też naturalnym uzupełnieniem zestawu pralniczego DreamWash. Wśród najważniejszych rozwiązań funkcjonalnych znalazł się system suszenia parowego SteamTouch, który pozwala parze wnikać we włókna, rozluźniając je, prostując i czyszcząc. Tkaniny są też wyraźnie mniej pogniecione. Wygodę i precyzję przy uzupełnianiu wody zapewnia użycie dozownika AquaDose. Dzięki bezszczotkowemu silnikowi nowej generacji – Logic Drive 2.0 – suszarka nie tylko pracuje ciszej, ale i ma dłuższą żywotność. Jest też energooszczędna, czego potwierdzeniem jest klasa efektywności energetycznej A+++.



krywa temperaturę i wilgotność wsadu, dostosowując automatycznie czas suszenia.

w konstrukcji i wyglądzie produktu. Zarówno elektronika, jak i pokrętło, panel, okno czy rozwiązanie pompy spustowej – wszystko to, podobnie jak wiele innych elementów technicznych oraz wizualnych, zostało zaprojektowane specjalnie dla nas i w dużej mierze z naszym R&D, podobnie jak same funkcje użytkowe, choćby zastosowany generator pary czy system do automatycznego dozowania OptiDose. I wszystko to wiązało się z dużymi inwestycjami po naszej stronie. Naszym celem było stworzenie bezkompromisowego produktu, który będzie miał najbardziej zaawansowane technicznie funkcje i będzie dostępny w cenie, która zmienia układ sił na rynku.

Porozmawiajmy o wspomnianej funkcjonalności, bo przy temacie pralek DreamWash jest o czym mówić.

Rzeczywiście, wprowadziliśmy na rynek pralki z kilkoma bardzo użytecznymi funkcjami. Z pewnością trzeba powiedzieć o silniku, bo ten temat to z mora wielu producentów. Postawiliśmy na BLDC (bezszerotkowy silnik zasilany napięciem stałym – przyp. red.), który powoli staje się standardem, i okazało się to dobrym rozwiązaniem. Zapewnia cichą pracę, jest wydajny i bezawaryjny – działa nawet przez 20 lat. Nie mogę też nie wspomnieć o funkcji Add+, czyli o opcji dodawania ubrań w trakcie prania. To bardzo ważne, ponieważ pierzemy zazwyczaj w ramach domowych porządków i często już po uruchomieniu cyklu prania znajdujemy dodatkowe rzeczy – skarpetkę czy dziecięce ubranko. Amica wychodzi klientom naprzeciw, oferując funkcję Add+, której główną zaletą jest sygnalizowanie możliwości otwarcia drzwi na wyświetlaczu w czasie rzeczywistym. Rozwiązanie to pozwala na dodanie rzeczy niezależnie od ich rozmiaru, co znacząco zwiększa funkcjonalność pralki względem podobnych rozwiązań dostępnych na rynku. Podobnie OptiDose, czyli funkcja automatycznego dozowania detergentów – wystarczy wlać je w odpowiedni dozownik i nie trzeba martwić się o to, kiedy i ile detergentu dodać w trakcie prania. Chodzi oczywiście również o dobór właściwej ilości do poszczególnych programów. Zazwyczaj klienci używają za dużo środków piorących i zmiękczających.

A to przecież wiąże się z dodatkowymi wydatkami...

Dokładnie! Wpływa też negatywnie na środowisko. Trzeba pamiętać, że każde użycie detergentu obciąża środowisko naturalne. Aspekt dodatkowy to oczywiście efekt ekonomiczny.

Proszę opowiedzieć też o funkcji parowej, ponieważ nie zastosowaliście tradycyjnej grzałki, lecz generator pary. To zdecydowanie lepsze rozwiązanie...

Para w profesjonalnych pralniach faktycznie ma kluczowe znaczenie. Często gracze z „wysokiej półki ce-

Najnowsze suszarki polskiej marki stanowią innowacyjną propozycję w dość konkurencyjnej cenie. Wśród ważnych rozwiązań funkcjonalnych znalazło się odświeżanie tkanin parą, suszenie delikatnych tkanin czy też zastosowanie bezszczotkowego silnika BLDC.

nowej” stosowali takie rozwiązania w swoich produktach, jednak nie były one dostępne we wszystkich segmentach cenowych, w których pojawiają się nasze produkty. Ponieważ widzimy bardzo duże korzyści płynące z tego typu rozwiązań, takie jak mniej zagniecione i świeższe ubrania, puszyste ręczniki, łatwiejsze prasowanie, postanowiliśmy ambitnie wyjść trendowi naprzeciw. Nawiązując jednak do technologii wytwarzania pary, to może być ona wywarzana na kilka sposobów. Powiedziała Pani o grzałce głównej w wannie urządzenia, co jest najprostszym rozwiązaniem – podgrzana woda generuje parę i ta jest przekazywana do bębna. Nasza konkurencja w większości stosuje właśnie takie rozwiązanie. My jednak postawiliśmy na dużo lepszą jakość i zdecydowaliśmy się na osobny generator pary. Jest to urządzenie, które wytwarza odpowiednią ilość pary, a następnie transferuje ją do bębna. W naszych pralkach podczas jednego cyklu para jest stosowana dwukrotnie – na początku, żeby wspomóc wnikanie detergentu do tkaniny, i pod koniec, żeby wyprane tkaniny były bardziej puszyste i delikatne. Dodatkowo wyróżnia je liczba programów, w których można wykorzystać parę – to jest kolejna unikalna cecha nowych pralek. Zdecydowaliśmy się na te rozwiązania, ponieważ wydaje nam się, że oferowanie konsumentowi bardzo praktycznych funkcji i tym samym pokazywanie w innym świetle pozycji marki Amica w tej grupie produktowej to właściwa droga. Ważne jest też, że w trosce o konsumenta stawiamy na jakość i nie wybieramy drogi na skróty. W tym projekcie musieliśmy się solidnie wysilić, aby udowodnić klientowi, że nasze produkty mają unikalne i potrzebne funkcje i wyprzedzają rynek.

Nawiązując do wspomnianych rozwiązań, czy nie obawialiście się krytyki ze strony konkurencji, wprowadzając funkcję określoną jako Add+?

Z całym szacunkiem dla naszej konkurencji – bo jednak to oni marketingowo wypromowali pewną konstrukcję – my poszliśmy jednak w inne rozwiązanie. Wnikliwie przeanalizowaliśmy, co jest prawdziwą potrzebą konsumenta, i zadaliśmy sobie ważne pytanie, czy rozwiązanie zastosowane przez naszych konkurentów do końca spełnia oczekiwania użytkownika. Jeśli znajdzie zapomnianą skarpetkę, włoży ją przez to małe okienko, ale



już z jeansami albo dużą bluzą będę musiał się mocno nagimnastykować, aby je tam wepchnąć, co ostatecznie pewnie i tak się nie uda. W związku z tym wspólnie z inżynierami przedyskutowaliśmy, które rozwiązanie byłoby najlepsze, i doszliśmy do wniosku, że lepiej będzie zastosować funkcję pauzy. Pozwala to na włożenie zapomnianych rzeczy przez otwarcie drzwi pralki podczas rozpoczętego już prania. Nasze pralki wyróżnia jasna sygnalizacja, która jest komunikowana przez specjalną ikonę na wyświetlaczu. Dzięki temu użytkownik nie musi zgadywać, kiedy może otworzyć drzwi pralki w trakcie trwania cyklu. Co najważniejsze, funkcja Add+ pozwala nie tylko dodać, ale także wyjąć – jest to o tyle istotne, że jeżeli np. w białym praniu przez przypadek pojawi się kolorowa tkanina, to dzięki naszej funkcji możemy uratować białe tkaniny i ją łatwo wyciągnąć. Czy obawiamy się krytyki? Nie, po prostu wchodzimy w otwartą konkurencję z innymi graczami na rynku i pokazujemy własne, przemysłowe rozwiązania. Ostatecznie decydują klienci.

A czego szukają dzisiejsi konsumenci, co dzisiaj jest największym trendem w pralnictwie?

To jest bardzo trudne pytanie, ponieważ konsumenci nie są jednakowi. Osobiście wydaje mi się jednak, że rynek jest kształtowany w dużej mierze przez użytkowników, którzy mają liczne rodziny, więc piorą dużo i często. Tacy użytkownicy dużo wiedzą o praniu i dużo wymagają od swojej pralki. Myśląc właśnie o nich, my, czyli producenci AGD, chcemy ułatwiać ich życie i czy-





grupie produktowej. Równolegle do pralek rozwijaliśmy z naszym partnerem linię suszarek z pompą ciepła. Niebawem pojawi się na rynku – myślę, że w ciągu kilku następnych tygodni – całkowicie nowe portfolio suszarek. Będzie ono dostępne zarówno w Polsce, jak i na pozostałych rynkach. Stawiamy na to, aby suszarka była w pełni kompatybilna z designem pralek DreamWash. Dodatkowo stawiamy też na funkcję, którą promujemy w naszych pralkach – na funkcję pary. Chcielibyśmy też, aby klienci zestawiali naszą pralkę z suszarką jako jeden zestaw pralniczy, który łączy specjalna szuflada separująca (łącznik). Dzięki temu będą dysponowali pełną gamą urządzeń, które połączone stanowią całość zarówno jeżeli chodzi o funkcjonalność, jak i design.

■ Czy planują Państwo dodatkowe wsparcie marketingowe suszarek, w postaci choćby akcji konsumenckich?

Już wprowadzając nową linię pralek, Amica zaznaczyła w branży swoją obecność, również jeśli chodzi o działania marketingowe. Skupiliśmy się na targetowanych działaniach komunikacyjnych, których celem było dotarcie do tych użytkowników, którzy poszukują dobrej pralki. O tym, że zostaliśmy dostrzeżeni i zaoferowaliśmy rynkowi świetny produkt, świadczy chociażby fakt, że pralka Amica Dream Wash zdobyła drugie miejsce w kategorii AGD w największym w Polsce plebiscycie „Tech Awards 2017”, w którym ocenie zostały poddane wszystkie urządzenia AGD, niezależnie od kategorii. Jeśli chodzi natomiast o dalszą komunikację i plany marketingowe, to na inaugurację sprzedaży suszarek zaplanowaliśmy kolejną odsłonę kampanii wspierającą pralnictwo marki Amica. W działaniach komunikacyjnych skupimy się na zaprezentowaniu naszych kompleksowych kompetencji w pralnictwie przez pryzmat suszarek. Jeżeli chodzi o promocje konsumenckie, to na dzisiaj nie planujemy takich akcji. Wiedząc, że posiadamy świetny produkt w dobrej cenie, nie widzę sensu deprecjonowania jego jakości przez akcje lub obniżki cenowe.

Rozmawiała Magda Strzykalska ■

Konsumenci nie mają jednakowych preferencji zakupowych, jednakże widocznym trendem na dzisiejszym rynku jest kupowanie urządzeń, w których wypierzemy i wysuszymy dużą ilość odzieży. Ważnymi funkcjami są także dodawanie ubrań w trakcie trwającego już cyklu prania oraz pranie szybkie. Co ważne, rynek detergentów zmierza także w kierunku zainteresowania środkami płynnymi, dlatego i na systemy automatycznego dozowania stawia dziś Amica.

nić je prostszym. Dla nich ważne są krótkie programy, pozwalające na jak najbardziej efektywne pranie lekko zabrudzonej odzieży – co ważne, w ofercie mamy krótki program pełny – jeden z najkrótszych na rynku. Mówiąc o trendach, należy wspomnieć o możliwości dodawania ubrań w cyklu prania – ta funkcja niedługo stanie się standardem. Idąc dalej, wierzę, że funkcją pożądaną jest automatyczne dozowanie detergentów. Z tego chociażby powodu, że sam rynek detergentów zmierza w kierunku większego zainteresowania tymi środkami w płynie. W Polsce wygląda to trochę inaczej niż na Zachodzie, tam wraz z pralkami duży gracz sprzedają także swoje płyny czy kapsułki piorące – idą więc w „case usługowy”. Wydaje mi się, że jednak dużo ważniejsze jest to, by klient sam wybierał najlepszy detergent, a nie był do tego „zmuszany”. Istotnym trendem, na który powinniśmy zwrócić uwagę, jest poziom hałasu generowany przez produkty. Otacza nas hałas, w związku z tym im cichsze urządzenie, tym lepiej. Również ważny jest poziom zużywanej energii elektrycznej i wody. Im mniej, tym lepiej. Na koniec należy obowiązkowo wspomnieć o wzornictwie i użytecznych nowinkach technicznych, takich jak choćby wprowadzany przez nas system parowy.

■ Porozmawiajmy na koniec o suszarkach do ubrań. Aktualnie w Waszej ofercie jest ich niewiele. Wspomniał Pan, że ma to się zmienić. Komunikowali Państwo także na IFA. Kiedy więc w praktyce zostanie poszerzona linia suszarek do ubrań?

Rynek suszarek niezwykle szybko się rozwija. Do tej pory, chociaż mamy w ofercie suszarki, rozwijaliśmy tę kategorię nieco wolniej. Wynikało to przede wszystkim z redefinicji całego pralnictwa, które od wprowadzenia serii DreamWash postrzegamy dużo szerzej. Mogę zapewnić, że dokładnie i rzetelnie przyjrzelśmy się tej



Poznaj ciche okapy CIARKO

odkryj doskonałą jakość zamkniętą w pięknej formie

Oryginalny kształt, energooszczędność oraz najlepsze podzespoły i komponenty. Idealne rozwiązanie dla najbardziej wymagających użytkowników.



Zapoznaj się z naszą ofertą:
www.ciarko.pl

Moondraft

TESTUJEMY SYSTEM MIELE@HOME

Miele



↑ Spotkanie otworzył dyrektor sprzedaży i marketingu Miele Sp. z o.o., Wojciech Wołonciej, który podkreślił, że system Miele@home, mimo że dostępny w sprzedaży od niedawna, po raz pierwszy został zaprezentowany rynkowi już 17 lat temu!



↑ Apartament pokazowy ABB został zaprojektowany w oparciu o światowy otwarty standard KNX, dlatego m.in. urządzeniami zamontowanymi w pomieszczeniu można sterować nie tylko z paneli dotykowych i włączników, ale także urządzeń mobilnych.

Świat nieustannie pędzi do przodu, a najlepszym tego dowodem jest seria Miele@home, która nie tylko pozwala kontrolować sprzęt AGD zdalnie, ale także zarządza nim z poziomu urządzeń przenośnych. To rozwiązanie łączy urządzenia Miele w jedną sieć i rewolucjonizuje sposób ich obsługi. Dzięki mobilnemu sterowaniu za pomocą aplikacji Miele@mobile, nowoczesnym funkcjom i technice sieciowej system Miele@home wspiera użytkowników w planowaniu ich dnia, nadaje nową jakość życia i zapewnia bezpieczeństwo. Podłączenie urządzeń Miele w jedną sieć odbywa się za pomocą WiFiConn@ct, co oznacza bezpośrednie połączenie z routerem WLAN w domu. Aby móc korzystać ze wszystkich zalet mobilnego zarządzania urządzeniami w domu, wy-



↑ O nowym systemie ABB, do którego podłączono sprzęty wyposażone w Miele@home, opowiedzieli kierownik showroomu – Monika Komalska oraz Krzysztof Sasin – specjalista ds. nowoczesnych rozwiązań z zakresu automatyki budynkowej ABB.

O rynku mieszkań luksusowych i o samym trendzie zdalnego sterowania sprzętami AGD rozmawialiśmy podczas konferencji z Wojciechem Wołonciejem, dyrektorem sprzedaży i marketingu w Miele. Serdecznie zapraszamy do obejrzenia filmu.



↑ Dla zaproszonych gości gotował znakomity szef kuchni, korzystając z niezawodnych urządzeń Miele ArtLine.

Experience o powierzchni 170 m² został wyposażony nie tylko w urządzenia domowe z systemem Miele@home, ale także w inne „inteligentne” rozwiązania – zdalnie sterowane oświetlenie, rolety, klimatyzację czy bioko-

minek, o czym opowiedzieli i co zaprezentowali podczas konferencji sami przedstawiciele ABB. Projekt showroomu oprócz Miele wsparły takie marki jak Philips Lighting, Modular Lighting Instruments, Kinnarps, Rolety Buben-dorff, Saint-Gobain Building Glass Polska, Dakin, Bang & Olufsen, Hypnos Beds, Zajc Kuchnie oraz Decoflame.



↑ Ksenia Grzywacka, szkoleniowiec Miele, przybliżyła bogatą funkcjonalność Miele@home i jej aplikacji, która oferuje możliwość szybkiego i wygodnego sterowania pralką, suszarką czy zmywarką.

starczy bezpłatna aplikacja Miele@mobile, dostępna na urządzenia z systemem Android oraz iOS. Wspomniany system marki Miele został zintegrowany z pionierskim systemem marki ABB – i-bus KNX, który spełnia najwyższe wymagania dotyczące zastosowań w nowoczesnym sterowaniu domem i budynkiem. Między innymi o tym rozmawialiśmy podczas ostatniego spotkania, które odbyło się w nowym showroomie marki ABB, przy Duchnickiej 3. Apartament pokazowy ABB Living Space



← Aplikacja informuje użytkowników także o kończącym się zapasie detergentów, np. płynów do prania czy zmywania. Dzięki funkcji ShopConn@ct produkty te będzie można w szybko i wygodnie zamówić online z poziomu ekranu smartfona lub tabletu.

we are the **AIR**chitects

PARTNER STRATEGICZNY

MediaMarkt

ORGANIZATOR

PTAK
WARSAW
EXPO
INTERNATIONAL EXHIBITION & CONGRESS CENTRE

Al. Katowicka 62, 05-830 Nadarzyn, Polska

Miejsce: Łódzka Specjalna
Strefa Ekonomiczna

Adres: ul. Tymienieckiego 22G,
90-349 Łódź

AGD
K O N G R E S

Pierwszy Kongres AGD

23-24 maja 2018 / Łódź

NAJWIĘKSZY CEO SUMMIT W BRANŻY AGD



Ponad 200 kluczowych osób z grona producentów, dostawców, dystrybutorów, rządu i samorządu.
Trendy i wyzwania w pięciu ważnych tematach: przemysł 4.0, e-handel, zasoby ludzkie, łańcuch dostaw, gospodarka obiegu zamkniętego.

Digitalizacja i ekosystem połączonych ze sobą urządzeń, to nie jest świat jutra lecz nasza rzeczywistość. Współczesność wymaga od branży AGD dynamicznego rozwoju, który jest możliwy dzięki inwestycjom w obszarze R&D.



Konrad Pokutycki
Prezes Zarządu
CECED Polska

Firmy z sektora AGD utworzyły w Łódzkiej Specjalnej Strefie Ekonomicznej ponad 5000 miejsc pracy, co czyni tę branżę strategiczną dla rozwoju regionu.



Marek Michalik
CEO Łódzka Specjalna
Strefa Ekonomiczna S.A.

Wyzwań i tematów do dyskusji o branży jest bardzo dużo. Przyjedziemy do Łodzi w mocnym składzie!



Tomasz Sypytkowski
CEO Electrolux
Poland Sp. z o.o.

Przemysł AGD to także cała sieć poddostawców. Liczymy na owocne rozmowy podczas Kongresu.



Piotr Skubel
CEO Amica Handel
i Marketing Sp. z o.o.,
Wiceprezes Amica S.A.

Małe AGD wyznacza dziś trendy oraz styl życia. Dyskusja na forum pozwoli je bardziej przybliżyć i zrozumieć. Po debacie zapraszam na kawę :)



Radosław Matuszewski
CEO SEB Groupe Sp. z o.o.

Organizując pierwszy kongres AGD, ustanawiamy święto branży i rozpoczynamy nową świecką tradycję.



Wojciech Konecki
Dyrektor Generalny CECED
Polska, Wiceprezes Krajowej
Izby Gospodarczej

MIĘDZYNARODOWE
TARGI ELEKTRONIKI
UŻYTKOWEJ
13-15 kwietnia 2018

ELECTRONICS
SHOW

WWW.ELECTRONICS-SHOW.COM

/WARSAWELECTRONICSSHOW

PARTNERZY:

NASK

ZIPSEE
CYFROWA POLSKA

cecedPolska
Związek Pracodawców AGD

INDUSTRY 4.0

E-COMMERCE

HR

SUPPLY CHAIN

CIRCULAR ECONOMY

ORGANIZATORZY:

cecedPolska
Związek Pracodawców AGD

ŁÓDZKA
SPECJALNA
STREFA
EKONOMICZNA

SAMSUNG. Zmywarki do zabudowy Waterwall 2.0

Ulepszone funkcje, wyjątkowa jakość zmywania

W ofercie marki Samsung pojawiła się nowa linia zmywarek ze znanej nam już serii. Waterwall 2.0 wnosi na rynek kolejną porcję ciekawych rozwiązań i funkcji, została także zaprojektowana z dbałością o każdy niemal detal. Trzonem rozwiązania pozostaje nadal innowacyjna listwa natryskowa, która zapewnia wyjątkową jakość zmywania. Teraz została ona dodatkowo wzbogacona o szereg rozwiązań automatycznych.

Waterwall, czyli technika tzw. ściany wody, odróżnia się od tradycyjnych rozwiązań tym, że strumień wody nie jest kierowany na naczynia po okręgu z jego centralnej dolnej, górnej czy środkowej części, ale precyzyjnie przesuwany się od jednej do drugiej ściany zmywarki (stąd nazwa). Wysokie ciśnienie pozwala uzyskać idealną czystość od krawędzi do krawędzi, przez co użytkownik nie musi np. płukać naczyń przed włożeniem ich do zmywarki.

Co ciekawe i godne odnotowania, urządzenie wyposażone jest przy tym w funkcję Zone Booster, która dzieli urządzenie na dwie strefy i pozwala na zmywanie wielu rodzajów naczyń jednocześnie. Dla przykładu: rozwiązanie to pomaga myć mocnym strumieniem wody bardzo zabrudzone garnki obok delikatnej porcelany bądź kieliszków.

W serii zmywarek Waterwall 2.0 Samsung oferuje nową funkcję – automatyczne suszenie Air Flow, które włącza się po zakończonym zmywaniu. Dzięki dodatkowemu wentylatorowi naczynia są dokładnie wysuszone. Gdy ukończone zostaną wszystkie etapy cyklu zmywania, drzwi zmywarki uchylą się same, by uwolnić parę i przyspieszyć wysuszenie naczyń. Nie zabrakło także rozwiązań oszczędzających czas zmywania – tutaj producent zastosował cykl Codzienny 55, który pozwala przeprowadzić pełny cykl zmywania i suszenia w zaledwie 55 minut. Nowa odsłona zmywarek to także skuteczne zmywanie przy znacznej oszczędności energii oraz poboru wody. Model pracuje w klasie efektywności energetycznej A+++, a podczas jednego standardowego cyklu zmywania, pobiera zaledwie 9,7 l wody. Producent informuje, że to o ponad 30 proc. lepszy wynik niż w starszych modelach.

Zmywarki Waterwall 2.0 dostępne są w różnych wersjach. Do wyboru są modele wolnostojące, do zabudowy z odkrytym frontem i do pełnej zabudowy, które doskonale dopełnią każdą nowoczesną aranżację kuchenną.



VESTFROST. Winiarka do zabudowy WSS 22

Jakość trunków w rękach specjalistów

Marka Vestfrost to od lat synonim znakomitej specjalizacji w segmencie chłodnictwa. Po przekształceniach brand znalazł się w rodzinie marek koncernu Vestel i kontynuuje bogate tradycje.

Na kształt i zakres obecnej oferty wpływ mają znaczący potencjał koncernu Vestel i zdobyte przez lata doświadczenie Vestfrosta. W rezultacie otrzymujemy świetny produkt o znakomitych parametrach. Model WSS 22 ma pojemność 22 butelek (w standardzie wielkości butelki bordeaux). Producent zastosował w urządzeniu sterowanie elektroniczne z nowoczesnym wyświetlaczem LCD (z regulacją od 4°C do 18°C).

Model wyposażono także w przyściemiane szkło z filtrem UV, które chroni wino przed szkodliwym promieniowaniem, które negatywnie wpływa na smak, kolor i aromat trunku. Aby jednak wyeksponować kolekcję, producent zadbał o energooszczędne i nieoddziałujące na temperaturę wina oświetlenie LED.

Dla efektywnej ekspozycji butelek zadbano też o półki z naturalnego dębu, które redukują drgania, choćby podczas otwierania i zamykania drzwi. Zastosowano także dodatkowe ich tłumienie przez specjalny kompresor. Wśród elementów, które znacząco zwiększają komfort chłodzenia, znalazły się filtry pochłaniające zapachy z aktywnym węglem, a także alarm otwartych drzwi. Jest także możliwość zmiany kierunku otwierania drzwi. Urządzenie pracuje w jednym z najlepszych parametrów – klasa efektywności energetycznej to A, a poziom hałasu zaledwie 43 dB(A).

MAAN. Okap do zabudowy Skiper

Nowoczesność w klasycznej obudowie

Prezentowany model rodzimego producenta okapów nie tylko pozbędzie się nadmiaru pary wodnej oraz nieprzyjemnych zapachów podczas gotowania, ale i znakomicie sprawdzi się od strony projektowej.

Nie od dziś wiadomo, że wzornictwo to aspekt dla klientów w wypadku okapów kluczowy. Znakomicie zdaje sobie z tego sprawę marka Maan i podążając za modami i trendami, ale i gustami Polaków, łączy nowoczesną formę z ulubionymi kolorami czy bryłami okapów. Skiper to przykład udanego modelu, przeznaczonego do montażu szafkowego, w którym wykorzystano klasyczny materiał, jakim jest stal nierdzewna. Okap wyposażono w standardowe rozwiązania, które są zarazem oczekiwane i cenione przez klientów. Mowa o LED-owym, energooszczędnym oświetleniu, mechanicznym sterowaniu z trzema trybami pracy (push-button), a także funkcji turbo, która na biegu in-

tensywnym osiąga wydajność ok. 310 m³/h. Producent wyposażył okap w filtry przeciw tłuszczowe, które dla komfortu użytkowników można myć w zmywarce. Urządzenie przystosowane jest do pracy w trybie wyciągu lub pochłaniacza. Model atrakcyjnie cenowo pracuje w klasie efektywności energetycznej C/B.



freggia.pl

Kompaktowy i sprytny



Model OEME45B

Ekλεκtyczny piekarnik do zabudowy Freggia OEME45B z serii Compatto ma jedynie 45 cm szerokości.

To urządzenie zaprojektowane z myślą o małych kuchniach, które zapewnia najwyższy komfort użytkowania i wygodnego pieczenia. Dzięki powiększonej objętości wnętrza swobodnie można zmieścić w nim naczynia o standardowych wymiarach.

Piekarnik wyposażony jest w najlepsze technologie pieczenia od Freggia, a jego nowoczesny design stylowo wpisze się w zabudowę kuchenną.

Italia w każdym calu

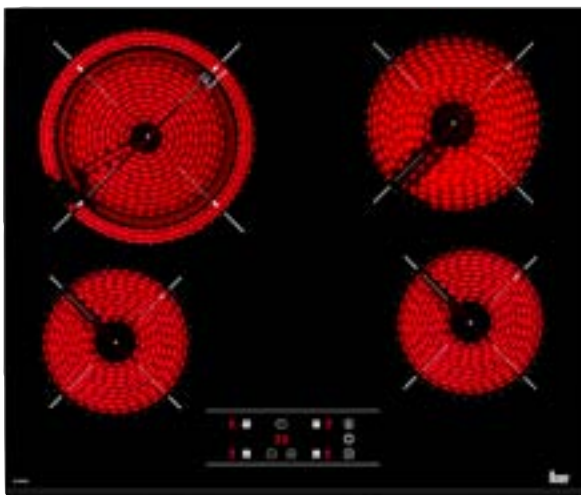
freggia

TEKA. Płyta ceramiczna TZ 6420

Z niezależnym timerem

Płyty ceramiczne to znane i sprawdzone od lat urządzenia, na które nadal jest popyt. Preferujący tę technikę słusznie podkreślają jej zalety, związane choćby z naturalną emisją ciepła.

Są one także bardziej przystępne cenowo. A to często ważny argument, bowiem nie wszyscy mogą pozwolić sobie na płytę indukcyjną, która wymaga od użytkownika odpowiednich garnków czy określonego przyłącza. W większości płyt ceramicznych elastyczność ta jest znacznie większa. Na szklanej, podgrzewanej powierzchni możemy używać niemal wszystkich rodzajów naczyń, bez potrzeby jakiegokolwiek wymiany – tak samo jak w modelach gazowych. Znając więc potrzeby dzisiejszych klientów, Teka wprowadziła model o szerokości 60 cm ze sterowaniem sensorowym.



Intuicyjność obsługi zwiększa czytelny wyświetlacz w czerwonym kolorze. Zastosowano także funkcję timera z sygnalizacją dźwiękową, odmierzającą czas przygotowywania potrawy. Dostępna jest także funkcja szybkiego zagotowania, która zwiększa moc grzewczą – funkcja ta jest idealna do skrócenia czasu gotowania zawartości dużych garnków. Dodatkową funkcją modelu jest wskaźnik zalegania ciepła, który umiejętnie wykorzystany przynosi wiele korzyści, w tym tych związanych z oszczędnością energii.

AKPO. Okap przyścienny Saturn

Szykownie, w klasycznym stylu

Najnowszy model naszego czołowego wytwórcy okapów to połączenie klasycznej bryły i formy z wyjątkowym, efektownym wykonaniem.

Okap Saturn łączy bowiem czarną blachę malowaną proszkowo ze szklanym frontem w tym samym kolorze. Takie zestawienie znakomicie sprawdzi się w każdym niemal stylu kuchni. Okap Saturn to przy tym kolejny elegancki okap przyścienny Akpo, w którym tradycyjna konstrukcja łączy się z minimalistycznym designem oraz wysokimi parametrami technicznymi. W efekcie otrzymujemy wydajny, a przy tym łatwy w obsłudze produkt. Urządzenie ma pięciostopniowy zakres prędkości, który w zależności od warunków panujących nad płytą, można wygodnie zmienić z poziomu intuicyjnego, dotykowego panelu sterowania typu Touch Control. Wystarczy więc delikatnie dotknąć opuszką palca dany piktogram umieszczony na froncie wykonanym z szkła hartowanego, by urządzenie



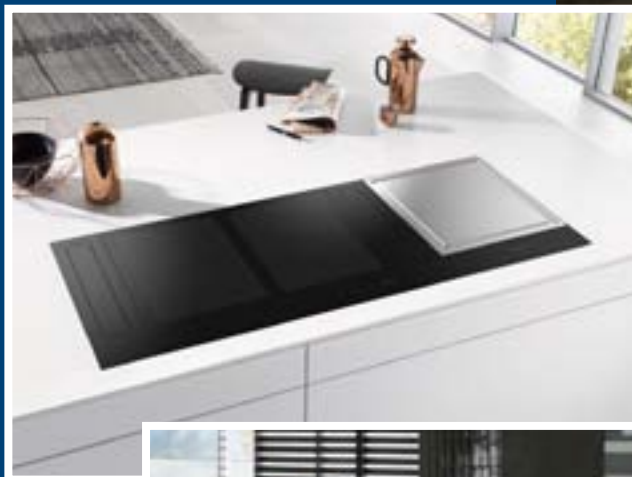
nie zmieniło swoje parametry pracy. Z panelu można też wybrać oświetlenie liniowe LED (4 W), które w sposób efektowny ale i energooszczędny oświetla blat z płytą. Poziom hałas urządzenia przy normalnej pracy osiąga 51 dB(A) i wzrasta do 61 dB(A) przy biegu najwyższym. Okap jest przy tym bardzo wydajny i oszczędny – oczyszcza bowiem 450 m³ powietrza w ciągu godziny, pobierając przy tym zaledwie 144 W. Szerokość okapu to 60 cm.

MIELE. Płyty domino SmartLine

Modułowa elegancja płyt

Płyta indukcyjna, płyta gazowa, teppan yaki, wok indukcyjny oraz idealnie pasujący wzornictwem wyciąg nabladowy – ta wszechstronna oferta Miele w segmencie do zabudowy już niebawem pojawi się w portfolio producenta. SmartLine to idealny zestaw sprzętów dla miłośników kulinariów, ale także wielkich estety, ceniących jakość wykonania urządzeń.

Linia SmartLine cechuje się czarnym szkłem, a niektóre elementy wykończenia stalowymi dodatkami. Płyty można zamontować tradycyjnie na blacie albo zintegrować je na równi z nim. Klienci dzięki SmartLine mogą realizować niemal wszystkie kulinarne pomysły – od tradycyjnego przygotowania potraw, przez smażenie, na technice azjatyckiej z wykorzystaniem teppan yaki kończąc. Z pewnością płyty należą do niezwykle intuicyjnych w obsłudze dzięki sterowaniu SmartSelect, a funkcja Stop&Go ochroni potrawy przed przypaleniem, gdyby klient musiał przerwać na chwilę



gotowanie. W niektórych modelach jest także funkcja Recall, która zachowuje przez 10 sekund w pamięci urządzenia jego ustawienia. W składzie SmartLine znajdziemy płyty indukcyjne PowerFlex (CS 7612 FL i KM 6329) w rozmiarach 38 lub 62 cm, płytę gazową (CS 7102 FL), wok indukcyjny (CS 7611 FL) z systemem ControllInduct, który powoduje utratę właściwości ferromagnetycznych woka powyżej temperatury 250 °C (to zapobiega przegrzewaniu się tłuszczów), a także teppany taki (CS 7632 FL) z dwiema strefami grzejnymi. Dbają one o naturalny aromat potraw.



akpo



www.akpo.pl

Przedsiębiorstwo Produkcyjno-Handlowe AKPO s.j., 05-080 Izabelin-Laski; ul. Łąkowa 9, tel.: +48/ 23 671 34 70, +48/ 23 671 36 52; fax: +48/ 23 671 34 72; e-mail: biuro@akpo.pl

AMICA. Pralka DAW7123DCIBT SteamTouch

Pranie parowe w przystępnej cenie

Seria DreamWash z sukcesem podbija rynek. I nie jest to zaskoczeniem, bowiem Amica nie tylko bardzo efektywnie i zarazem efektownie skroila ofertę, ale i niezwykle silnie wspiera sprzedaż nowych grup produktów.

Mocno akcentowany jest tutaj choćby program parowy, który dostępny jest u marki Amica w bardzo konkurencyjnej cenie. Wśród wielu modeli ciekawą propozycją dla osób ceniących jakość i skuteczność prania, ale także wygładzania tkanin jest prezentowana dziś pralka DAW7123DCIBT z funkcją SteamTouch. Samo rozwiązanie polega na dystrybowaniu pary wodnej w kilku cyklach prania. Jak wiemy, para nie tylko neutralizuje nieprzyjemne zapachy i zabija bakterie, ale także znakomicie wygładza tkaniny – co ważne, w wielu wypadkach nie ma dzięki tego typu programom konieczności prasowania! Para użyta podczas prania wnika we włókna i rozluźnia je, sprawiając dodatkowo, że ubrania stają się miękkie i delikatne – zwłaszcza rękawiczki. Inną, również wysoko po-



zycjonowaną funkcją najnowszymi pralkami DreamWash jest Add+. Pozwala ona na dodanie prania w trakcie już trwającego cyklu. Prezentowana pralka ma także ciekawe rozwiązanie MaxLoad. Dzięki tej funkcji wyświetlacz pokazuje użytkownikowi maksymalny załadunek – pełną pralkę (FUL), pół (HLF) lub liczbę kilogramów. Teraz klienci już zawsze będą wiedzieć, ile odzieży można włożyć do bębna w danym programie, aby osiągnąć najlepsze rezultaty. Oczywiście, wspomniane wyżej rozwiązania zostały wsparte systemem AutoSensor, który dzięki czujnikowi automatycznie dobierze wodę do programu oraz rodzaju i ilości odzieży. Urządzenie ma także cichy silnik BLCD – LogicDrive 2.0, funkcję prania szybkiego (Skróć czas) oraz ustawienia czasu zakończenia prania (Gotowe za...), pranie deszczowe, bezpieczny dla tkanin bęben SoftDrum z funkcją automatycznego czyszczenia oraz sygnalizację dźwiękową zakończenia prania. Pralkę można nabyć w cenie poniżej 2000 zł!

SIEMIENS. Chłodziarko zamrażarka KG39NAX3A

HomeConnect – możliwości na miarę XXI wieku

Najbardziej zaawansowane lodówki to kunszt techniki i wzornictwa. Świetnym przykładem jest najnowszy model Siemens, który łączy wyjątkową platformę HomeConnect z perfekcyjnie wykonaną obudową w ciemnym inoksie.

Jednym z najnowszych rozwiązań jest system freshSense, dzięki któremu lodówka z wykorzystaniem czujników natychmiast reaguje na zmiany temperatury (częste otwieranie drzwi lodówki negatywnie wpływa na przechowywane produkty). System mierzy wszelkie parametry, a wspomniane czujniki „przejmują kontrolę” nad chłodzeniem. Oprócz ważnego dziś systemu NoFrost zastosowano także multiAirflow, który utrzymuje równomierną cyrkulację powietrza w komorze lodówki, aby zachować stałą temperaturę niezależnie od jej poziomu. W prezentowanej lodówce jest także filtr airFresh z systemem antiBacteria, który neutralizuje zapachy wewnątrz i zabija wszelkie bakterie. Nieprzyjemne substancje pochodzące z żywności o intensywnym za-



pachu są absorbowane, a powietrze pozostaje czyste i świeże – bez konieczności wymiany filtra przez cały okres eksploatacji urządzenia. Wyposażeniem są także szuflady dbające o odpowiednio niską temperaturę i optymalną wilgotność – hyperFresh oraz hyperFresh Plus. Najnowszą, przyszościową na tym rynku funkcją jest jednak platforma HomeConnect i możliwość zdalnego monitoringu i kontroli lodówki z poziomu smartfona. Wystarczy jedynie dokupić wyposażenie dodatkowe, jakim jest

przystawka z modulem WLAN. Wśród dodatkowych udogodnień znalazły się funkcje supermrożenia superFreezing i superchłodzenia superCooling, łatwe w czyszczeniu i odporne na stłuczenia półki safetyGlass, półka do przechowywania butelek bottleRack, alarm optyczny i akustyczny w przypadku wzrostu temperatury w zamrażarce oraz pozostawienie otwartych drzwi. Producent zastosował także oświetlenie LED na bocznych ściankach oraz na górze urządzenia.

SAMSUNG. Pralka WW90M741NOO

QuickDrive w wersji grafitowej!

Oferta pralek z innowacyjnym bębnem QuickDrive sukcesywnie się powiększa. Tym razem koreańska marka zaprezentowała pralkę w wersji grafitowej inoksu, która oprócz wzornictwa przyciąga także wieloma ciekawymi rozwiązaniami. Dzięki specjalnej konstrukcji bębna pralka QuickDrive znacząco skraca czas prania – nawet do 50 proc.!

korzyści płynące z oszczędności czy troski o ochronę środowiska.

Duże znaczenie w samej konstrukcji pralki QuickDrive ma bęben, w którym zaimplementowano dodatkowy komponent – do głównego bębna dołączono pulsator, czyli niezależnie obracającą się płytę tylną. Pranie porusza się w różnych kierunkach, dzięki czemu zabrudzenia są usuwane szybciej i skuteczniej. Specjalnie wyprofilowany bęben i dodatkowa dysza skracają czas płukania oraz wirowania, gwarantując ochronę tkanin i kolorów.

Oprócz tego w modelu zastosowano znane z innych pralek Samsunga systemy prania bąbelkowego z aktywną pia-



ną EcoBubble oraz nową konstrukcję drzwi z możliwością dodawania odzieży już w trakcie aktywnego procesu prania – AddWash. W dobie pędu życia nowoczesnych konsumentów producent nie zapominał także o programach krótkich – Su-

per Szybki znacząco skraca czas prania, a pełny cykl pralka osiąga w zaledwie 39 min. Zastosowano także pranie parowe, które usuwa 99 proc. bakterii i alergenów bez użycia detergentów. Aby jeszcze bardziej wesprzeć higieniczność cyklu prania, producent zastosował funkcję czyszczenia bębna, która usuwa pozostałości detergentów z bębna, membrany oraz szyby drzwi bez ręcznej konserwacji – Crystal Blue. Program czyszczenia wykorzystuje gorącą wodę i szybkie obroty wirowania, eliminuje także nieprzyjemne zapachy. Program przypomina nawet, kiedy bęben wymaga czyszczenia (co 40 cykli).

Ważną funkcją w prezentowanej pralce jest sterowanie zdalne – aplikacja podpowie, jaki program będzie najbardziej odpowiedni dla konkretnego rodzaju tkanin, intensywności zabrudzeń czy ilości prania, pozwoli także aktywować pranie z niemal każdego zakątka ziemi z dostępem do Internetu. Klasa efektywności energetycznej: A+++ - 40 proc. Pojemność bębna: 9 kg.

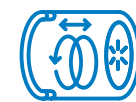


Samo zużycie energii jest mniejsze o 20 proc., co czyni prezentowany model, podobnie jak resztę produktów z tej serii, wyjątkowo efektywnym energetycznie. Element ten jest dziś znaczącym atutem, bowiem konsumenci coraz częściej, poza wyjątkowym wzornictwem, zakresem programów czy jakością wykonania, zwracają uwagę właśnie na

SAMSUNG

QDrive™
Quick

Idealnie czyste pranie nawet o połowę szybciej



Nawet o połowę **szybsze** i **skuteczne** pranie dzięki rewolucyjnej konstrukcji bębna QuickDrive™



Nawet o 20% **mniejsze** zużycie energii oraz oszczędność wody



Zdalna kontrola i dobór optymalnego programu z aplikacją **Smart Control**



www.pralki.samsung.pl

AddWash™ | **ecobubble™**
TECHNOLOGY

HITACHI. Chłodziarkozamrażarka French Door WB800PRU6X

Łączy elegancki design i wygodę

Dom Bianco od niedawna dumnie promuje nowe lodówki Hitachi – nie ma się czemu dziwić, są one wyjątkowo zaawansowane, piękne i... pojemne. A to dziś dla klientów szczególnie ważne podczas wyboru sprzętu chłodniczego.

Funkcjonalność i wygoda w codziennym użyciu oraz niespotykane, mieniające się drobinki brokatu na tafli czarnego szkła sprawiają, że prezentowana lodówka typu french door to prawdziwy skarb w każdej kuchni. Produkty marki Hitachi lokowane są w segmencie średnio-wyższym. Cechują się więc wyjątkową jakością i funkcjonalnością – a to bez wątpienia jest atutem japońskiego producenta.

W prezentowanej lodówce zastosowano choćby dwa inwerterowe wentylatory obiegu powietrza Dual Fan Cooling, system No Frost czy filtr węglowy eliminujący przykre zapachy Nano-Titanium. To jednak nie wszystko. W lodówce dostępne jest też elektroniczne sterowanie z systemem Eco Thermo Sensor, które wykorzystuje zaawansowane czujniki, nieustannie mierzące najmniejsze nawet zmiany temperatury – zarówno we wnętrzu urządzenia, jak i na zewnątrz. Mikrokomputer dostarcza sygnał do sprężarki czy silnika wentylatora, aby jak najszybciej reagować na zmiany, które mogą nastąpić po otwarciu drzwi. Eco Thermo Sensor odpowiada także za automatyczną regulację temperatury, bez potrzeby manualnego ustawienia jej we wnętrzu. Energooszczędną eksploatację zapewnia zaawansowana technologia VIP (Vacuum Insulation Panel) - panel z wysoką izolacją próżniową, który gwarantuje wyjątkową efektywność chłodzenia produktów, a także zapobiega przedostawaniu się zewnętrznego ciepła lub ucieczce zimnego powietrza. Do dodatkowych rozwiązań funkcjonalnych należą alarm otwartych drzwi chłodziarki i zamrażarki, jasne, energooszczędne oświetlenie LED, funkcja szybkiego mrożenia (Quick Freezing), a na szczególną uwagę zasługuje specjalna szuflada Aero-Care z platynowym katalizatorem, która pozwala utrzymać świeże warzywa i owoce przez 7 dni!



Ponadto, głęboka (59 l) szuflada Aero-Care wyposażona została w uchwyt Open-Assist, który ułatwia otwieranie przy niewielkim

wysiłku, nawet przy pełnym obciążeniu szuflady. Komora chłodziarki ma także szufladę z regulowaną wilgotnością dla dłuższego przechowywania warzyw i owoców, lub mięsa czy ryb.

Wyjątkowo szerokie wnętrze chłodziarki (77 cm) pozwala przechowywać duże naczynia i pojemniki, umożliwiając w ten sposób łatwy i wygodny do nich dostęp. Więcej przestrzeni, więcej wygody i więcej świeżości w eleganckim designie – tak podsumować można jeden z flagowych modeli french door. Klasa efektywności energetycznej: A+++, głośność: 46 dB(A). Sugerowana cena to 9 299 zł.



GORENJE. Kuchnia gazowo-elektryczna MEK512S

Pyszności i smakowitości dzięki HomeMade

Prezentowana podczas ostatnich targów IFA seria kuchni wolnostojących cieszy się coraz większym uznaniem zarówno wśród klientów, jak i przedstawicieli branż. Solidność i doświadczenie marki widać w tym produkcie szczególnie.



Dzięki HomeMade, bo o nim mowa, konsumenci mogą przygotować potrawy niemal jak w tradycyjnym, opalanym drewnem piecu. Wszystko to dzięki specjalnemu wyprofilowaniu wnętrza, tak aby cyrkulacja powietrza była jak najlepsza i jak najbardziej równomierna. Charakterystyczny zaokrąglony kształt to jeden z atutów najnowszych kuchni Gorenje. Dodatkowo producent zastosował rozwiązanie MultiLevel, dzięki któremu można osiągnąć najtrudniejszy chyba dziś kulinarny cel – pieczenie różnych potraw na czterech poziomach grzania jednocześnie bez wymieszania się smaków i zapachów. Automatyczna dystrybucja powietrza gwarantuje równomierne wypieki na każdym poziomie, nie tylko dzięki wspo-

mnianemu kształtowi komory, ale także rozwiązaniu MultiAir. We wnętrzu zastosowano także bardzo odporną i gładką powłokę emaliowaną SilverMatte, która nie tylko jest odporna na zniszczenia, ale także pozwala łatwiej zachować czystość piekarnika. O to ostatnie zadba AquaClean – program do czyszczenia komory. MEK512S wyposażono też w dość dużą powierzchnię grzewczą BigSpace dzięki zoptymalizowaniu kształtu samej kuchni – do 70 l, można upiec więc nawet 7-kilogramowego indyka w całości. Oprócz dość przystępnych dla klientów rozwiązań funkcjonalnych należy także wymienić IconLED, czyli programator z dotykowym sterowaniem, elektryczną zapalarkę gazu we wszystkich palnikach, funkcję podtrzymywania ciepła czy szybkiego nagrzewania, szufladę do przechowywania akcesoriów oraz potrójne przeszklenie drzwi CoolDoor. Klasa efektywności energetycznej: A.

dyka w całości. Oprócz dość przystępnych dla klientów rozwiązań funkcjonalnych należy także wymienić IconLED, czyli programator z dotykowym sterowaniem, elektryczną zapalarkę gazu we wszystkich palnikach, funkcję podtrzymywania ciepła czy szybkiego nagrzewania, szufladę do przechowywania akcesoriów oraz potrójne przeszklenie drzwi CoolDoor. Klasa efektywności energetycznej: A.

BOSCH. Pralka WAT 24340PL

Z funkcją dodawania tkanin w trakcie prania

Prezentowana pralka z linii Serie | 6 pozwala oszczędzić domowy budżet, redukując pobór wody i energii, a także jakże ważny czas. Ma przy tym wiele wygodnych i praktycznych rozwiązań, jak choćby opcję dodawania tkanin w trakcie prania.

Stosowane przez wielu producentów rozwiązanie jest ważne i bardzo komfortowe w codziennym praniu. W wypadku marki Bosch po naciśnięciu przycisku funkcji Start/Pauza bęben zatrzymuje się i zwalnia blokadę drzwi. Wówczas można otworzyć drzwi pralki i dołożyć dowolną ilość prania bez obawy, że zalejemy pomieszczenie, w którym znajduje się urządzenie. Dodatkowo inżynierowie marki Bosch wzięli pod lupę możliwość optymalizowania poboru energii elektrycznej, a także czasu prania. Dzięki systemowi VarioPerfect i funkcjom TimePerfect i EcoPerfect każdy może wyprać ubrania szybko lub oszczędnie – zmniejszając zużycie energii do 50 proc. oraz skracając czas prania do 65 proc. Dużą zaletą jest też ActiveWater Plus – funkcja precyzyjnego zarządzania poborem wody – za pomocą czujników za-

ładunku. Wśród dodatkowych funkcji należy wymienić funkcję programowania czasu zakończenia prania, a także zabezpieczenie przed dziećmi. Dostępny jest także sygnał akustyczny informujący o zakończeniu programu. Sama konstrukcja pozwala wyciszyć pranie – nie tylko dzięki silnikowi, ale także obudowie AntiVibration. Pralka pracuje w parametrach klasy efektywności energetycznej A+++ - 30 proc. Załadunek pralki to 8 kg.



Japońska niezawodność od ponad 100 lat.



Prawdziwy luksus w Twojej kuchni

Seria Hitachi Luxury typu Side by Side z najnowocześniejszą technologią VIP, zapewnia najwyższą wydajność i znakomitą oszczędność energii. Inteligentny czujnik Eco Monitoring Sensor wykrywa nieobecność użytkownika włączając tryb oszczędzania energii. Technologia Touch open lub Slide open pozwoli jednym dotknięciem otworzyć automatycznie drzwi chłodziarki i zamrażarki. Oddzielna komora z trzema szufladami o wysokiej wilgotności gwarantuje długotrwałą świeżość warzyw i owoców. Filtr Nano Titanium działa przeciwbakteryjnie, zapobiegając powstawaniu pleśni i nieprzyjemnych zapachów. Chłodziarko-zamrażarki oferują łatwość użytkowania, wygodny dostęp, doskonałą jakość, a ich wyjątkowa konstrukcja i imponująca pojemność sprawiają, że są one prawdziwym skarbem w Twojej kuchni.

INVERTER × Dual Fan Cooling





Rozmowa z

Konradem Krasnodębskim,

dyrektorem marketingu w firmie MPM agd S.A.

Konrad Krasnodębski w firmie MPM agd S.A. pracuje od 2011 roku. MPM to polska firma i marka zmechanizowanego sprzętu AGD z blisko 30-letnią tradycją. Od niedawna oficjalny dystrybutor specjalistycznej marki Haus & Luft.

Redakcja: Ostatnie miesiące dla rodzinnej firmy MPM obfitowały w wiele ciekawych i zarazem pozytywnych wydarzeń. Ostatnie kwartały to dla Was chyba wyjątkowo udany okres?

Konrad Krasnodębski: Zdecydowanie tak. Z pełnym przekonaniem mogę powiedzieć, że miniony, 2017 rok, ale i pierwszych kilka miesięcy tego roku to dla nas bardzo udany, wręcz przełomowy czas! Wydarzyło się wiele rzeczy,

„Włączmy gościnność”

ale po kolei: przede wszystkim wypracowaliśmy nową strategię komunikacji marki i sprzętu, wprowadzając hasło „Włącz gościnność”. Proste, lecz świetne hasło, prawda? Ponadto zostaliśmy dystrybutorem specjalistycznej marki Haus & Luft, zajmującej się głównie jakością i komfortem otaczającego nas powietrza – któremu w ostatnim czasie wszyscy dajemy popalić i które w zamian daje popalić nam... Dlatego w pierwszej kolejności wprowadziliśmy urządzenia do oczyszczania

powietrza, bardzo potrzebne na naszym rynku i w naszym kraju. Ku naszemu ogromnemu zadowoleniu bardzo dobrze przebiły się one przez konkurencję w tym segmencie. Idąc za ciosem i wykorzystując koniunkturę, zamierzamy wprowadzić też urządzenia do nawilżania i uzdatniania powietrza. Pod koniec roku wprowadziliśmy także nową linię produktów z segmentu premium pod nazwą Sam Cook. Marka ta powstała z połączenia bogatych i różnorodnych doświadczeń marki MPM oraz doświadczeń profesjonalnych szefów kuchni z najlepszych restauracji i restauracji hotelowych. Aktualnie jest duże zapotrzebowanie na profesjonalne urządzenia do gotowania, ponieważ ludzie, chociażby pod wpływem rozmaitych kulinarnych talent show, wychodzą więc naprzeciw tym ambicjom i oczekiwaniom właśnie pod postacią marki Sam Cook, którą w tym roku chcemy rozwi-



Fot. Haus & Luft (x2)

Firma MPM wprowadziła do swojej oferty specjalistyczną markę Haus & Luft. W jej portfolio znajdują się urządzenia do oczyszczania i poprawy jakości powietrza.

jać. Reasumując: tak, ostatnich kilka kwartałów to dla nas okres niezwykle pracowity, ale i udany.

■ Za nami także duża kampania „Włącz gościnność”. Czy przyniosła ona spodziewane rezultaty? Jak ocenili ją klienci i kanał dystrybucji?

Marka Sam Cook to nowy brand w ofercie firmy MPM. Obejmuje on profesjonalne urządzenia do gotowania, przeznaczone dla miłośników kulinariów oraz przygotowywania żywności.



Fot. Sam Cook (x3)

Należy zaznaczyć, że była to kampania stricte wizerunkowa i oczywiście przyniosła oczekiwane rezultaty, choć na ostateczne i pełne efekty takiej kampanii trzeba czasami poczekać kilka lat. Chciałbym podkreślić, że nie jest ona zakończona i będzie kontynuowana w 2018 r., i mamy nadzieję, że także w latach przyszłych. Co więcej, będzie się ona stale rozwijała. Na pewno nie pokażemy przy tym tego, co już zostało pokazane, bo to nie w naszym stylu. Odpowiadając na drugą część Pani pytania, bardzo cieszymy się, że została ona tak entuzjastycznie odebrana przez naszych kontrahentów, jak i klientów ostatecznych. Usłyszeliśmy wiele ciepłych słów. Pragnę w tym miejscu dodać, że zmiana wizerunku marki MPM jest naturalną kontynuacją zmian w obszarze naszych produktów, które nie tylko są obecne w domach, ale towarzyszą codziennej gościnności przy podejmowaniu gości, przyjaciół czy znajomych – krótko mówiąc: w codziennym życiu. Nasze produkty ułatwiają codziennie widywanie się ze sobą. Chcemy nakłonić naszych klientów i ludzi w ogóle do powrotów do spotkań w tzw. realu, a nie tylko świecie wirtualnym. Mamy w sobie optymizm, który każe nam sądzić, że wcale nietrudno spotkać się z kimś twarzą w twarz. Przecież wystarczy zaprosić go na filiżankę herbaty... A właśnie ten powrót do spotkań w rzeczywistości jest dla nas bardzo istotny, gdyż jesteśmy firmą rodzinną i polską. Gościnność jest mocno zakotwiczona w naszych umysłach, korzeniach, także firmy MPM.

■ Mówiąc o tym, że klienci dobrze odebrali Waszą kampanię, chciałabym zapytać, czy mają Państwo może jakieś badania na ten temat? Jeśli tak, to co one mówią?

W chwili obecnej jesteśmy w trakcie takich badań i wiele czasu bez wątpienia poświęcimy ocenie akcji w jej kompleksowym ujęciu. Bez wątpienia z pierwszych reakcji, z którymi spotykamy się na co dzień, wynika, że dawno nie było tak innej reklamy sprzętu AGD. Mówiąc „innej”, mam na myśli: odchodzącej od ekspozycji samych wartości technicznych i cech produktu, a skupiającej się na emocjach i kontaktach międzyludzkich. Reklamy uwypuklające jedynie cechy techniczne to już raczej marketingowy przeżytek i po prostu nuda. Reklamy, nawet sprzętu AGD, a może zwłaszcza sprzętu AGD, muszą poruszyć w odbiorcy jakąś emocjonalną strunę, żeby spośród milionów innych dostępnych produktów zechciał wybrać i kupić właśnie nasz produkt. My najwyraźniej pociągnęliśmy za odpowiednią strunę, uzyskując ogromny wydzwięk. Kampania odbiła się sporym echem, zwłaszcza w sferze on-line i mediach społecznościowych, stąd wnosimy, że klientom się bardzo spodobała. Przede wszystkim trzeba podkreślić, że opierała się ona na bardzo ciekawym mechanizmie przenoszącym komunikację z telewizji do kanału online, co udało się rewelacyjnie zrobić.

■ To prawda. A czy była jakaś sfera, która Was w trakcie realizacji tego wyjątkowego programu szczególnie zaskoczyła?

Najbardziej nam zależało na nietuzinkowym wydzwięku kampanii. Naturalne więc wydawało się nam, żeby postawić na cechę, jaką jest gościnność. Niesamowitym doświadczeniem była dla nas praca przy produkcji spotu, z tego względu, że osoby występujące w spocie to



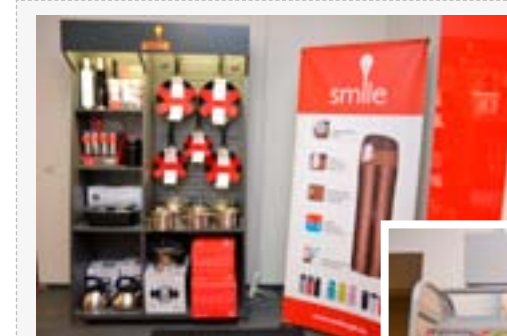
Fot. MPM (x3)



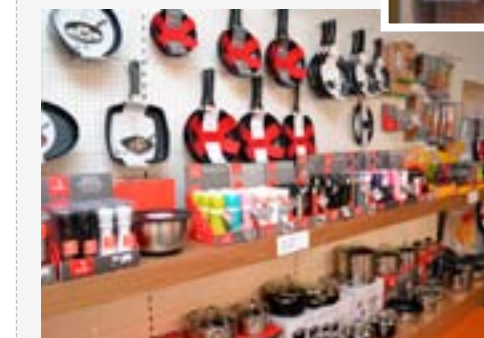
obcokrajowcy, którzy osiedlili się w Polsce. To nie są aktorzy, to są prawdziwe historie, choć przyznam, że na początku naszym zamysłem było to, aby wystąpili profesjonalści, a nie naturszczycy.

Jednak po rozmowach z agencją doszliśmy do wniosku, że postawimy jednak na naturszczyków. I to był strzał w dziesiątkę! Ci ludzie naprawdę czuli i czują się w Polsce ugostzeni. Słowo „dziękuję”, wielokrotnie pojawiające się w spocie, było szczere. To ludzie, którzy „uwikłani” są w Polskę w historii rodzinne, miłosne i przez to na pewnym etapie swojego życia uznali, że nasze państwo jest dobrym miejscem do życia, i po prostu tu zostali. Urzekło nas to na tyle, że na tym zbudowaliśmy komunikację. Chcieliśmy, żeby historie obcokrajowców na polskiej ziemi w ten sposób połączyły się i spłotyły ze sprzętem AGD. Bez zbędnej i dorabianej ideologii, ale

Warto wiedzieć...



Marka Smile obejmuje obszerne portfolio urządzeń nielektrycznych, które zostały wyodrębnione z marki MPM. Oferta jest stale rozwijana i powiększana.



Fot. Smile (x3)

Marka MPM była prekursorem i nadal pozostaje ważnym graczem na rodzimym rynku drobnego AGD. Mimo dynamicznego rozwoju innych kategorii segment ten nadal pozostaje dla firmy kluczowy.

z ludźmi z krwi i kości, za którymi stoją realne historie, a nie tylko fantazja scenarzystów i speców od marketingu. Zaskoczyli nas swoją ekspresją, świetnie się spisali i moim zdaniem zagrali nawet lepiej, niż zrobiliby to aktorzy. Duże brawa i duża wdzięczność dla współpracujących z nami agencji za trafność spotu.

■ Mówiąc o realizowanych przez Państwa projektach na dużą skalę, warto wspomnieć także o programie Smart Dom, który jako pierwsza marka AGD zrealizowaliście wraz z Polsatem. Jak dziś rozwija się sprzedaż w tym programie?

Jesteśmy nie tylko pierwszą, ale cały czas jedyną firmą, które dostarcza duży sprzęt AGD. Można go kupić w 450 placówkach Cyfrowego Polsatu i Plusa. Ten projekt również wiązał się z ogromną ilością pracy, ale jesteśmy dumni, że to właśnie nas Plus wybrał jako markę, która będzie wyłączną marką sprzedawaną w ramach pakietu Smart Dom. Ten wybór jest dla nas nobilitujący, co chyba zrozumiałe. Mogę jedynie domniemywać, ale myślę, że o współpracy zdecydowało to, że spełniliśmy wszystkie

postawione wymagania, a były one naprawdę wysokie. Polsat i Plus to wymagający partnerzy i zarazem niezwykle skuteczni. Myślę, że wśród wielu łączących nas cech jest fakt, że jesteśmy elastyczni i zarówno marka MPM, jak i Plus są markami polskimi. No i każdą z nich

zarządza jeden właściciel. A to ważne. Podsumowując, jesteśmy zadowoleni ze sprzedaży w tym programie oraz z efektu wizerunkowego, jaki dzięki niej osiągnęliśmy.

■ Optymistyczny jest fakt, że według wielu firm badawczych najdynamiczniej rozwija się w Europie rynek drobnego AGD. Jak wygląda to z Państwa perspektywy?

Z naszej perspektywy zdecydowanie to się potwierdza. Obroty rosną z roku na rok i są to bardzo duże wzrosty.



Choć trzeba podkreślić, że poszczególne kategorie sprzętu AGD rozwijają się nierównomiernie. To cecha szczególna tego segmentu rynku – niektóre grupy produktów „gasną”, inne równomiernie, powoli zwiększają swą masę, a pojawiają się też nowe, zupełnie niespodziewane i niebywale dynamicznie rozwijające się grupy drobnego AGD. Być może ten ogólny wzrost wynika z powiększania się gospodarstw domowych. Sądzę, że jest to także efekt tego, że gotowanie jest teraz szalenie modne. Ludzie uwielbiają gotować, pojawiają się coraz to nowe trendy w żywieniu czy w ogóle trend zdrowego odżywiania. Rosnące zainteresowanie kulinariami sprawiło, że pojawiło się mnóstwo programów kulinarnych. Te z kolei przełożyły się na fakt, że jako konsumenci chcemy mieć coraz więcej sprzętu, który pomoże nam w rozwoju naszych kulinarnych zainteresowań i aspiracji. Wszystkie te trendy odczuwamy bardzo mocno – oczywiście w pozytywnym tego słowa znaczeniu.

Wspomniał Pan metaforycznie, że niektóre kategorie „gasną”. O jakich grupach produktów mówimy?
Jest ich bez wątpienia wiele. Z naszego punktu widzenia coraz mniejszym zainteresowaniem cieszą się np. roboty wieloczynnościowe. Wypierane są też żelazka,



W segmencie dużego AGD firma osiąga dziś znaczące przyrosty. Warto dodać, że w tym roku duży sprzęt AGD marki MPM obchodzi swoje dziesięciolecie istnienia.

a w ich miejsce „wskakują” generatory pary. To wszystko trendy z Europy Zachodniej, docierające do nas z opóźnieniem, ale są one bardzo wyraźne. Marka MPM to synonim polskiego sukcesu w branży AGD. Firma była jedną z pierwszych prywatnych marek, która wprowadziła drobny sprzęt zmechanizowany, ale dziś to już nie jedyny wasz asortyment! Rzeczywiście, byliśmy poniekąd prekursorami nad Wisłą w drobnym AGD. I do dziś dzień jest to trzon naszej sprzedaży, aczkolwiek rozwijamy także z dużym powodzeniem inne sektory szeroko pojętego AGD. Jak Państwo zapewne wiedzą, stale

poszerzamy ofertę MPM nie tylko o nowe urządzenia domowe i kuchenne, ale i te służące do pielęgnacji. Drugim poletkiem, które przeradza się już dziś w obszerną i znaczącą kategorię, jest duży sprzęt AGD, wprowadzony przez nas w 2008 r., a więc już... dekadę temu. Ten segment szalenie się rozwija i w nim notujemy spore wzrosty. Trzecim obszarem działań jest nasze najmłodsze „dziecko”, a więc marka Smile.

Proszę nam więcej opowiedzieć o tej marce i sferze jej działań.
Marka Smile narodziła się jakieś 4–5 lat temu i wciąż dynamicznie się rozwija. Obejmuje swoim asortymentem sprzęt nieelektryczny. Tak naprawdę wszystko zaczęło się od noży ceramicznych i po-

jemników silikonowych. Obecnie w ofercie znajdują się także wszelkiego rodzaju termosy, które odniosły olbrzymi sukces, ale też bidony, garnki, patelnie, młynki, zestawy noży. Ten sprzęt jest bardzo atrakcyjny, kolorowy, z pewnością może się podobać. Postanowiliśmy uporządkować naszą ofertę, nie chcemy mieszać sprzętu nieelektrycznego z elektrycznym, dlatego część sprzętu MPM przenosimy właśnie do marki Smile.

Porozmawiajmy o Państwa inwestycjach w 2018 r. Będzie to i w tym obszarze dla Was okres szczególny. Czy może Pan zdradzić jakieś bliższe szczegóły?
Myślę, że nie jest tajemnicą, że główną i znaczącą dla nas obecnie inwestycją jest centrum logistyczne z linią produkcyjną, budowane w Żyrardowie. Będą w nim też część biurowa, sala konferencyjna, rampy podjazdowe. Centrum ma mieć 10 tys. metrów kwadratowych powierzchni, a jego budowa zakończy się we wrześniu bądź październiku tego roku. Na pewno inwestycją była i jest nowa linia produktów marki Sam Cook i do ważnych kroków w tym obszarze zaliczyłbym także rozwój marki Haus & Luft, o której wspominałem na początku.

Przyznam, że wszystko to brzmi wyjątkowo imponująco! Na zakończenie naszej rozmowy proszę nam jeszcze krótko określić strategiczne cele i wyzwania, jaki stawiacie sobie na ten rok i kolejny.
Cele i wyzwania stawiamy sobie nieustannie, niezależnie do tego, czy kończymy rok, czy go zaczynamy. Jest to bowiem dla nas proces trwały, praktycznie nie mający nigdy końca. Tylko w ten sposób można cały czas utrzymywać się w czołówce. Z pewnością celem i planem, który stawiamy na pierwszym miejscu, jest kontynuacja kampanii „Włącz gościnność” oraz wprowadzenie marki Sam Cook. Celem nadrzędnym, marketingowym jest poprawa wizerunku w sieci online oraz poprawa opisów produktowych. Nad tym pracuje teraz większość firm, ponieważ jest to bardzo istotne dla klienta. To nasz najważniejszy tegoroczny punkt, wiążący się z wielką ilością pracy, a co za tym idzie – powiększeniem działu marketingowego. Wspomnianym zaś stałym i nigdy niekończącym się dla nas celem jest osiągnięcie jak największych sukcesów i tworzenie tego z nutą refleksji, emocji i wspomnianej, gościnności.

Dziękuję Panu bardzo za miłą rozmowę i życzę realizacji wszystkich Państwa projektów i założeń.
Ja również dziękuję i pozdrawiam Czytelników „InfoMarketu”.

„On ma moc!”
„Godny polecenia.”

★★★★★ 4,72/5

98% Użytkowników poleciłoby bezprzewodowy odkurzacz Athlet swoim znajomym. Sprawdź go i Ty!

Zyskaj kolejnego przyjaciela domu.
Więcej na www.bosch-home.pl

Nieograniczona skuteczność!

„Mam go od 2 tygodni i nie mogę się z nim rozstać.”



Ambiente 2018

– kolejna odsłona targów nad Menem



Od 2 do 13 lutego we Frankfurcie odbyły się największe targi dóbr konsumpcyjnych na świecie. Podczas kilkudniowej imprezy można było zobaczyć wszelkie nowości i innowacje zarówno z zakresu produktów, wyposażenia domów i ogrodów, jak i designerskie dekoracje, a także ciekawe upominki.

W roku 2018 w targach frankfurckich uczestniczyło aż 4441 wystawców z 89 krajów całego świata. Warto dodać, że ponad 80 proc. z nich pochodziło spoza Niemiec, a to sprawia, że Ambiente to zdecydowanie największe dziś targi międzynarodowe. Dzięki tak ogromnej różnorodności przenikać się mogły trendy, rozwiązania i innowacje z całego świata, a co za tym idzie, targi jak zwykle miały nowoczesny i edukacyjny charakter. Tym, co niezwykle cieszy, jest fakt, że z Polski zaprezentowało się w tym roku aż 56 firm! Rok 2018 przyniósł także rekordową liczbę zwiedzających, która wyniosła prawie 135 tys. Imponujący był też wachlarz krajów, które wzięły udział w imprezie – było ich aż 168 z łącznej liczby

około 200, jakie obecnie prawnie funkcjonują na świecie. Wynik jest więc niebywały!

„The most international ever”

W tym roku krajem partnerskim (siódmym z rzędu) targów została Holandia. Wcześniej były to Dania, Francja, Japonia, Stany Zjednoczone, Włochy, a także Wielka Brytania. Wtórno dodać, że Holandia to kraj, który nie tylko słynie z innowacyjnych i niekonwencjonalnych rozwiązań, lecz także wyróżnia się wyjątkowym wzornictwem. Tym bardziej cieszy fakt, że w tym roku można było obejrzeć ciekawą wystawę eksperymentalną zaaranżowaną przez holenderskiego projektanta Roberta Bronwassera,

której temat przewodni brzmiał: „Zrób to po holendersku”, gdzie projektant zestawiał formy i funkcje w całkiem nowym kontekście.

Zakres tematyczny targów

Zakres tematyczny targów został podzielony na trzy różne strefy – Dining, Living oraz Giving. W zależności od przeznaczenia zostały zaprezentowane różnego rodzaju dobra konsumpcyjne. Dining to najnowsza oferta nakryć stołowych, naczyń czy sztućców, a także produktów do gotowania, wypiekania czy urządzeń elektrycznych. Ponadto w tej strefie można było znaleźć ofertę artykułów z tworzyw sztucznych, a także produktów przeznaczonych do utrzy-

mywania czystości. Obszar Living prezentował z kolei całkowicie nowe spojrzenie na wyposażenie nie tylko domu, lecz także ogrodu. Na targach znalazły się nie tylko nowości produktowe, lecz także gotowe koncepcje na wystrój domu, a także najmodniejsze style i trendy wnętrzarskie. W strefie Giving można było natomiast znaleźć wszelkiego rodzaju prezenty i upominki – biżuterię, dodatki, walizki i torebki, akcesoria kosmetyczne czy najmniejsze gadżety. Produkty przeznaczone do kuchni czy jadalni, artykuły gospodarstwa domowego, a także elementy dekoracyjne i designerskie oraz upominki zajęły ponad 308 000 m² powierzchni targowej. Sprawilo to, że targi Ambiente, jak co roku, były niespotykanym i wyjątkowym wydarzeniem, podczas którego można było zapoznać się z niemal wszystkimi nowościami i innowacjami na rynku.

Co nowego na rynku powłok do naczyń kuchennych?

Podobnie jak w zeszłym roku, kiedy to zaprezentowano rewolucyjny Teflon™ Profile, także w tym roku Chemours i marka Teflon™ zaprezentowały się na Targach Ambiente 2018. Tegoroczny przekaz był skoncentrowany na innowacjach w obrębie już istniejących dwu- i trójwarstwowych systemów „non-stick” Teflon™, pod hasłami „The best an egg can get” („Z miłości do jajka”) oraz „The best a ca-

ke can get” („Z miłości do ciasta”). Mogliśmy zobaczyć, jak niesamowitą przemianę przeszła powłoka Teflon™ Classic, która w testach na wytrzymałość osiąga nawet o ponad 66 proc. lepsze rezultaty od swojej poprzedniej wersji. Warto dodać, że nowy wzmocniony Teflon™ Classic zaczął opuszczać fabryki firmy Chemours w już marcu 2018 r.

Na Ambiente 2018 Chemours pokazało także trzy rozwiązania dla producentów cukierniczych i piekarniczych form: Teflon Select (wielowarstwowa powłoka nakładana metodą „roller – coat”), Teflon Platinum (wzmocniona dwuwarstwowa powłoka piekarnicza nakładana metodą natryskową), a także Teflon Platinum Plus – pierwsza trójwarstwowa powłoka do form piekarniczych, nakładana metodą natryskową ze wzmocnieniami ceramicznymi w poszczególnych warstwach. Z entuzjazmem mówiono także na temat komercyjnego sukcesu powłoki Teflon Profile, w przypadku której węgiel krzemu nadaje powierzchni naczyń twardość diamentu. Wilbert Broeksmit, global marketing manager Teflon Branded Coatings, podczas swojego wystąpienia zwrócił uwagę na fakt, że firma wciąż doskonali swoje produkty, tak aby były one jak najbardziej zgodne z oczekiwaniami rynku, co przyczynia się również do sukcesów partnerów biznesowych firmy.

Podczas targów firma Chemours zaprezentowała więc efekty połączenia blisko osiemdziesięcio-

letniego doświadczenia z nowoczesnym i nowatorskim podejściem.

Rok 2018 przyniósł także rekordową liczbę zwiedzających, która wyniosła prawie 135 tys. Imponujący był też wachlarz krajów, które wzięły udział w imprezie – było ich aż 168 z łącznej liczby około 200, jakie obecnie prawnie funkcjonują na świecie.

Polskie marki na Ambiente 2018

Targi Ambiente były także wyjątkowe dla marki Krosno, która nie tylko zaprezentowała nowe logo, materiały wizerunkowe oraz makiety dla przyszłych opakowań linii Premium i Casual, lecz także niezwykle atrakcyjne portfolio na rok 2018. Wyjątkowa była również oprawa wizualna stoiska, która zrobiła niemałe wrażenie na zwiedzających. Krosno Glass wyróżniało się przede wszystkim nietuzinkowym połączeniem drewna, pochodzącego z Bieszczad, a także metalu i szkła. Warto dodać, że o estetyczne wrażenia

w aranżacji stołów zadbały Marta Zojka Michalik i Anna Nowak – Cooka.

Na targach nie zabrakło także firmy Adler Europe. Na jej stoisku firmowym można było zapoznać się z niezwykle bogatym portfolio produktów sygnowanych markami Adler, Camry czy Mesko. Podziwiać mogliśmy wiele nowości, a wśród nich czajniki, wagi łazienkowe, wyciskarki czy ekspresy do kawy. O wszystkich tych produktach będziemy wkrótce pisać. W numerze przedstawimy także wybrane nowości z dynamicznie powiększającej się oferty polskiej spółki.

Tradycyjnie nie zabrakło również firmy Aquaphor, która zaprezentowała nowe modele dzbanków filtrujących, zaawansowane technicznie wkłady (zawierające włókno Aqualen), jak również systemy uzdatniania wody.

W trakcie targów zaprezentowało się wiele polskich, znanych marek i firm. Wszystkie to trzeba nie tylko docenić, ale i pogratulować im wspaniałego, profesjonalnego reprezentowania naszego kraju i wyjątkowego w wielu wypadkach wpisania się w two-

żenie nowoczesnego rynku konsumpcyjnego artykułów gospodarstwa domowego. Dodamy, że dzięki targom Ambiente udział ten ma wymiar nie tylko europejski, ale i światowy. O polskich markach mówiono wiele i dobrze. A to miłe i niezwykle przyszłościowe.

Karolina Skutnik



ZESTAW: TOSTER T0245B, CZAJNIK C245C



STYLOWO I PRAKTYCZNIE!

Niebanalna stylistyka i elegancja idą tu w parze z funkcjonalnością i bezpieczeństwem użytkowania. Urządzenia zostały wykonane z zastosowaniem wysokiej jakości podzespołów.



eldom.eu

PRAKTYCZNIE W KAŻDYM DOMU



RUSSELL HOBBS. Wolnowar Chalkboard 24180-56

Zdrowo, smacznie i ze stylem

Wolnowary to popularne urządzenia do przygotowywania posiłków w zdrowy sposób. I nie nikogo nie przeraża przedrostek „wolno”, bo wiem w tym wypadku to po prostu idealny wręcz sposób obróbki produktów spożywczych, a nie zapowiedź marnotrawstwa cennego czasu, jak na pierwszy rzut oka mogłoby się zdawać.



Urządzenie o wyjątkowym wyglądzie sprawdzi się znakomicie w nowoczesnej, ale także stylowej kuchni i zarazem wszędzie tam, gdzie ceni się zdrową kuchnię i radość gotowania.

Chalkboard 24180-56 ma pojemność 3,5 l, dzięki czemu można w nim przygotować do 4 porcji zdrowych i aromatycznych posiłków. W praktyce oznacza to, że

nawet jeśli będą przygotowywać się wolniej, to za jednym razem możemy przygotować posiłki na... 4 dni, co w ostatecznym rozrachunku przynosi wiele korzyści – oszczędność czasu, energii, ale też unikanie zamieszania w codziennym przygotowywaniu obiadu czy kolacji.

Model ma trzy ustawienia temperatury: niska, wysoka i utrzymywanie ciepła, co jest przydatne, gdy nastawia się urządzenie i np. wychodzi z domu albo gotuje się potrawę wymagającą naprawdę długiej obróbki termicznej. Wolnowar



ma szklaną pokrywę, przez którą można doglądać gotujących się pyszności i kontrolować ich stan.

Ciekawym rozwiązaniem jest powłoka garnka z czarną matową tablicą (podobną do tych powłok, jakie mają szkolne tablice), po której można pisać kredą. W zestawie z urządzeniem znajdują się dwie laski kredy. Tu zapewne pojawi się pytanie: po co pisać po garnku kredą? Chociażby po to, żeby go ozdobić według własnej wizji i pomysłu lub żeby zostawić jakąś miłą wiadomość dla rodziny pod swoją nieobecność, a dla wyjątkowo zapominalskich – po to, by napisać, jaką potrawę się przygotowało. Prawda, że pomysłowe, ze smakiem i oryginalnym stylem?

Model ma nieszlizgające się nóżki, co jest ważnym elementem bezpieczeństwa przy tego typu urządzeniach. Wolnowar łatwo się czyścić, ponieważ garnek jest wymowiany. Ma eleganckie wzornictwo, a dzięki oryginalnemu dodatkowi w postaci kredy można je uczynić eleganckim i nietypowym.

Model ma nieszlizgające się nóżki, co jest ważnym elementem bezpieczeństwa przy tego typu urządzeniach. Wolnowar łatwo się czyścić, ponieważ garnek jest wymowiany. Ma eleganckie wzornictwo, a dzięki oryginalnemu dodatkowi w postaci kredy można je uczynić eleganckim i nietypowym.

CONCEPT. Wielofunkcyjny garnek CK 9090

Gotuj na wiele sposobów

Wielofunkcyjny garnek marki Concept to urządzenie, w którym możemy nie tylko gotować, ale też smażyć, podpiekać, dusić, gotować na parze, a nawet... piec ciasto!

Możemy w nim także przygotować fondue, czyli właściwie można robić wszystko, co tylko się zamarzy. To bardzo duże ułatwienie i oszczędność przestrzeni, ponieważ zamiast kilku urządzeń ma się jedno. Model ma 10 automatycznych funkcji oraz formę do wypieku babki. Do formy wystarczy wlać ciasto, a resztę zrobi urządzenie, i to w niecałą godzinę! Jego obsługa jest niezwykle prosta, a objętość wynosi 4 l. Garnek ma wbudowany timer, na którym ustawiać można czas pracy urządzenia. Krótkie przyciśnięcie odpowiedniego guzika zwiększa czas pracy o minutę, natomiast długie o 10 minut. Rozmiar modelu jest niewielki, co oznacza, że z powodzeniem zmieści się on nawet w małej kuchni. Sprawdzi się także poza domem, na przykład w domkach letniskowych czy na camping, dzięki czemu nawet

w takich miejscach nie trzeba będzie rezygnować z wymyślnych i różnorodnych potraw. Co istotne, garnek ma nieprzylepającą powierzchnię, co oszczędzi kłopotu i nerwów z czyszczeniem. Zbiornik i akcesoria można śmiało myć w zmywarce. Urządzenie zostało wyposażone w wygodne uchwyty i antypoślizgowe nóżki. W zestawie znajduje się specjalna kratka do przygotowywania potraw na parze. To ukłon w stronę amatorów zdrowego odżywiania. Wśród akcesoriów znajdują się także kosz do smażenia, łyżka cedzak i zestaw sześciu widelców do fondue.



ELDOM. Wyciskarka Perfect Juicer PJ700 viigo

Z certyfikatem BPA Free

Wyciskarka wolnoobrotowa marki Eldom to doskonały sposób na szybkie i zdrowe przygotowywanie soków. Jest niezwykle wydajna, cicha i prosta w obsłudze.

Marka Eldom wychodzi naprzeciw oczekiwaniom osób, które cenią sobie zdrowy styl życia i pełnię witamin. Dlatego jest to właśnie model wolnoobrotowy i dlatego też powstał z bezpiecznych dla zdrowia tworzyw i ma certyfikat BPA Free, który daje pewność, że do jego produkcji użyto tworzyw wolnych od bisfenolu A. Wyciskarka dostosowuje prędkość pracy do rodzaju produktu – jest to odpowiednio 45, 50 lub 55 obrotów na minutę. Dzięki wolnemu tempu pracy owoce i warzywa ściskane są dokładnie i zachowują wszelkie wartości odżywcze oraz witaminy. Pozytywny sok jest gęsty i choć mniej klarowny, to zdrowszy niż ten uzyskany z tradycyjnych wyciskarek. Urządzenie zostało zaprogramowane aż do dziewięciu trybów pracy. Warto dodać, że producent przewidział dodatkową, 5-letnią gwarancję na dwukierunkowy silnik o mocy 200 W. Produkt został wyposażony w prosty w obsłudze panel dotykowy. Dodatkowo w zestawie znajdziemy pojemnik na sok i na odpadki – oba o pojemności 1 l.



SCARLETT®
Keep home comfortable!

Gofrownica



Ciesz się smakiem pysznych gofrów zawsze wtedy, gdy masz na to ochotę



- moc 750 W
- chłodne w dotyku uchwyty
- wygodny schowek na przewód
- nieprzywierająca powierzchnia płyt
- zabezpieczenie przed przegrzaniem
- element grzewczy sterowany termostatem

EUROGAMA

Wyłączny importer i dystrybutor produktów Scarlett w Polsce

Aleje Jerozolimskie 200/222

02-486 Warszawa

Tel. :+48 22 824 44 93

E-mail: biuro@eurogama.eu

STADLER FORM. Oczyszczacz powietrza Roger

Efektywna i efektowna troska o zdrowie

Stadler Form we wszystkich swych produktach urzeka wyjątkowym wzornictwem i jakością wykonania. Produkty sygnowane tą marką są także znakomicie wyspecyfikowane od strony techniczno-funkcjonalnej. Nie inaczej jest z kolejną propozycją marki specjalizującej się w urządzeniach do poprawy jakości powietrza w domach.



Oczyszczacz Roger nawiązuje nazwą do rodziny już funkcjonujących na rynku innych produktów marki Stadler Form (Viktor, Oskar, Anna itd.). Jest to urządzenie skutecznie oczyszczające powietrze i utrzymujące jego jakość na najwyższym poziomie dzięki nowoczesnym technikom oraz zastosowanym w produkcie systemom filtracji.

Roger sam stale mierzy jakość powietrza i dostosowuje swój tryb pracy do potrzeb otoczenia. Umieszczony w centralnej części urządzenia wskaźnik informuje o bieżącej jakości powietrza, zmieniając kolor. W produkcie zaimplementowano także czujnik gazu oraz cząstek PM 2,5. W urządzeniu wykorzystano filtr wstępny oraz Dual Filtr, który łączy w sobie techniki filtrów HE-PA 11 oraz działanie aktywnego węgla. Filtr ten został opracowany i stworzony we współpracy z niemiecką firmą Freudenberg, która jest dziś jednym z kluczowych specjalistów w dziedzinie filtracji w Europie. Oprócz precyzyjnego oczyszczania powietrza z lotnych związków organicznych, drobnych pyłów, wirusów i bakterii filtr eliminuje nieprzyjemne zapachy.

Warto dodać, że model Roger można stosować z powodzeniem w pomieszczeniach o powierzchni do 74 m². Producent zapewnia, że bardzo wysoki współczynnik dostarczania czystego powietrza (tzw. CADR) oznacza, że oczyszczacz jest w stanie w ciągu godziny wymienić powietrze od trzech do pięciu razy. Jest to produkt polecany więc także alergikom. Urządzenie wyposażone jest w pięć poziomów pracy, tryb automatyczny oraz tryb nocny, w którym jest możliwość przyciemnie-



nia i wyłączenia kontrolki. Ponadto system HEPA Reset przypomina o wymianie filtra.

Warto zwrócić uwagę także na wzornictwo oczyszczacza. Bez wątpienia wyjątkową cechą wszystkich urządzeń sygnowanych logo Stadler Form jest ich design. W wypadku modelu Roger charakteryzuje się on prostą, ale wyjątkowo elegancką i wysublimowaną formą, która na plan pierwszy wysuwa lekką bryłę urządzenia. Ową lekkość, powab i swoistą dostojność produktu podkreśla uniwersalny i zarazem niezwykle porządkujący przestrzeń biały kolor obudowy.

Za dystrybucję urządzeń Stadler Form w Polsce odpowiedzialna jest spółka DLF, znana m.in. z reprezentowania w naszym kraju takich marek jak iRobot, Breville czy Foodsaver.

ADLER. Oczyszczacz powietrza AD 7961

Zdrowe powietrze przede wszystkim

Nowy oczyszczacz powietrza marki wpisuje się w trend walki z ogromnym problemem zanieczyszczonego powietrza i wszechobecnymi alergenami.

Moc urządzenia to 450 W, a dzięki swojej wydajności pozwala ono szybko oczyścić powietrze z pyłków, sierści i zarasków w pomieszczeniach o powierzchni do 20 m². Urządzenie jest wyposażone w potrójny system filtracji. Pierwszy z filtrów, a więc HEPA, wykonany został z włókien ze szkła spiekane, co oznacza, że stanowi barierę dla niemalże 100 proc. cząstek większych niż 0,3 mikrona i aż 95 proc. cząstek o wielkości między 0,1 a 0,3 mikrona. Drugi z filtrów to lampka UV, emitująca światło ultrafioletowe, zabijające mikroorganizmy, które nie zostały zatrzymane przez filtr HEPA. Trzeci natomiast to filtr fotokatalityczny, neutralizujący substancje chemiczne, takie jak choćby benzen,



formaldehyd czy ksylen. Ponadto filtr ten neutralizuje nieprzyjemne zapachy, takie jak dym papierosowy. Urządzenie ma 3 tryby szybkości filtrowania powietrza, a co więcej – opcję niezależnego uruchomienia filtracji za pomocą lampy UV. Oczyszczacz ma również jonizator, dzięki któremu powietrze jest nie tylko oczyszczone, ale też zjonizowane, a w takim powietrzu wolniej rozwijają się wszelkie wirusy, bakterie czy zarodniki grzybów i pleśni. Dlatego właśnie oczyszczacz szczególnie polecany jest alergikom, rodzinom z małymi dziećmi, posiadaczom zwierząt czy osobom, które cierpią na częste infekcje dróg oddechowych. Masa urządzenia wynosi 2,5 kg.



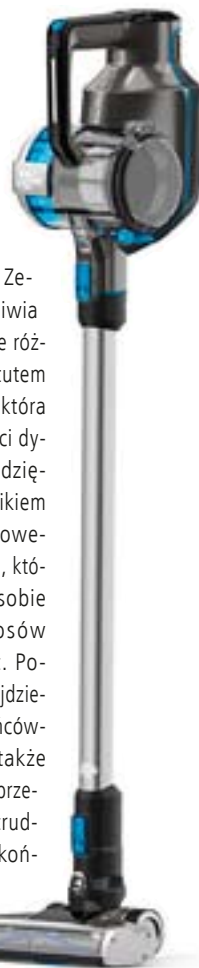
DIRT DEVIL. Odkurzacz bezprzewodowy DD777-2 Blade 32V Total

Nowa jakość i wygoda odkurzania

Bezprzewodowy odkurzacz bezwolkowy Dirt Devil to przede wszystkim higieniczne i komfortowe sprzątanie, ale także precyzja i wygoda w codziennym użytkowaniu i przechowywaniu.

Kompaktowe rozmiary, niską wagę, skuteczną technikę cykloniczną uzupełniają wydajny i szybko się ładujący akumulator litowo-jonowy. Dzięki nowoczesnej konstrukcji kurz z łatwością można wyrzucić do kosza na śmieci. Nie jesteśmy także zobligowani do wymiany filtra, który z łatwością możemy umyć pod bieżącą wodą. Wygodę odkurzania zawdzięczamy w dużej mierze szerokiemu zakresowi funkcji oraz systemowi bezprzewodowemu, dzięki któremu nie musimy przepinać sprzętu do poszczególnych kontaktów w trakcie pracy. Zastosowany w urządzeniu akumulator litowo-jonowy jest wydajny a jego praca stabilna – w miarę rozładowywania się sprzętu, utrzymuje on stale niezbędne do pracy napięcie. Cykl pracy na jednym ładowaniu wynosi ok. 45 minut. Czas ładowania to na-

tomiast 4 godziny, biorąc pod uwagę fakt, że urządzenie zostało całkowicie rozładowane. Zestaw szczotek umożliwia precyzyjne sprzątanie różnych powierzchni. Atutem jest elektroszczotka, która z powodzeniem czyści dywany i wykładziny, dzięki napędzanemu silnikiem elektrycznym, obrotowemu wałkowi. To opcja, która doskonale radzi sobie ze zbieraniem włosów czy sierści zwierząt. Ponadto w zestawie znajdziemy małą ssawkę, końcówkę do parkietów, a także ssawkę szczelinową, przeznaczoną do miejsc trudnodostępnych oraz końcówkę z włosem do tapicerki.



NOWA ROOMBA® 980

MOC, KTÓRA ODMIENI TWÓJ SPOSÓB SPRZĄTANIA



Nowy robot odkurzający ROOMBA® 980 pracuje nawet do 2 godzin*, odkurzając cały poziom domu i ładując się w miarę potrzeby, dopóki sprzątanie nie zostanie ukończone. Roomba 980 zwiększa moc ssącą na wykładzinach i dywanach, gdzie skrywa się kurz i brud. Z łatwością usuwa uciążliwą sierść i włosy. Sprawnie porusza się po domu, skutecznie omijając przeszkody i schody oraz odkurzając pod meblami. Dzięki aplikacji iRobot HOME możesz między innymi ustawić harmonogram sprzątania i rozpocząć odkurzanie podłóg z dowolnego miejsca. Dowiedz się więcej o nowym robocie Roomba 980 na www.irobot.pl

iRobot
Roomba®

Robot odkurzający

*Przetestowane na twardych podłogach w Laboratorium iRobot. Czas pracy może się różnić.

ZNAJDŹ NAS NA [f](#) [t](#) [y](#) [o](#) [u](#) [t](#) [e](#) [i](#)

©2017 iRobot Corporation. Wszystkie prawa zastrzeżone. iRobot i Roomba są zarejestrowanymi znakami handlowymi iRobot Corporation.

BABYLISS PARIS. Suszarka do włosów Digital Sensor 6500E

„Inteligentna” suszarka – zdrowe i piękne włosy

Suszarka do włosów to produkt, który nieodłącznie towarzyszy wszystkim kobietom, ale także coraz częściej i panom, dla których długie włosy są atrybutem ich własnego stylu i cechą wyglądu. Dobrą suszarkę powinny charakteryzować takie przymioty jak dobra jakość wykonania, efektywność suszenia, jego komfort i wygoda oraz troska o zdrowie i stan włosów.

dziennej pielęgnacji suszarka w sposób aktywny dobiera parametry swej pracy do rodzaju i stanu włosów, które są suszone czy modelowane.

Nie od dziś wiadomo, że przesuszanie włosów, nadmierna temperatura ich suszenia, a nawet niewłaściwy strumień powietrza przy danym procesie modelowania i stylizacji mogą być szkodliwe dla ich stanu i wyglądu. Z tego powodu suszarka BaByliss została wyposażona w funkcję Digital Sensor, która automatycznie dostosowuje strumień powietrza czy zakres temperatury tak, aby nie tylko wysuszyć włosy sprawnie i szybko, lecz także nie uszkodzić ich struktury. W praktyce wygląda to tak, że urządzenie osiąga optymalną i stałą temperaturę strumienia powietrza (70 °C) na całej powierzchni suszenia – bez tzw. „gorących punktów”, które niszczą strukturę włosa. Kontrolowanie temperatury (skądinąd 70 °C to najzdrowsza opcja dla włosów) jest możliwe dzięki cyfrowemu czujnikowi, w który wyposażona jest suszarka.

Zasysanie powietrza, kompresja i napędzanie odbywają się w tej samej osi, dlatego przepływ powietrza jest jednolity i ma optymalną moc. Tak precyzyjne suszenie jest możliwe dzięki silnikowi najnowszej generacji, który zaimplementowano w urządzeniu. Produkt BaByliss został wyposażony także w funkcję jonizacji, która neutralizuje elektryzowanie, co często jest pro-



blemem podczas suszenia. Już na etapie suszenia włosy stają się miękkie, gładkie i błyszczące.

Do produktu dołączone są trzy nakładki – z cienkim koncentratorem dla precyzyjnego suszenia, nakładka do precyzyjnego prostowania już na etapie suszenia, a także dyfuzor, przeznaczony do układania loków. Warto też dodać, że w urządzeniu zaimplementowano filtr redukujący hałas, przez co suszarka jest wyjątkowo cicha.

Bez wątpienia najnowsza suszarka marki BaByliss – specjalisty w tym segmencie rynku – to praktyczna, dobra jakościowo i niezwykle korzystna dla zdrowia włosów propozycja. Model Digital Sensor 6500E jest produktem nowej generacji, z obszaru tzw. urządzeń inteligentnych. W praktyce oznacza to, że w co-

REMINGTON. Lokówka Keratin Protect Wand C183V6

Szybko, bezpiecznie i profesjonalnie

Lokówka Keratin Protect to profesjonalne i innowacyjne urządzenie do stylizacji włosów, dzięki któremu włosy będą nie tylko wyglądać pięknie, lecz także zachowają zdrowie.

Stylizacja na gorąco pozwala na osiągnięcie różnorodnych i ciekawych efektów, jednak do tej pory zwykle kojarzy się ze sporym obciążeniem dla włosów. Firma Remington wychodzi naprzeciw wszelkim stereotypom i prezentuje nową lokówkę, która pozwala nie tylko na precyzyjne ułożenie włosów, lecz także na zachowanie ich zdrowia w szybki i skuteczny sposób. Wszystko to dzięki zaawansowanej technice wykorzystanej w urządzeniu. W lokówce zaimplementowano grzałkę stożkową, która zawiera keratynę i olej migdałowy. W trakcie stylizacji składniki te są uwalniane bez-



pośrednio do włosa, co skutkuje poprawą ich elastyczności i sprężystości. Ponadto funkcja PRO+ pozwala na ułożenie fryzury już w temperaturze 185 °C, a jak wiadomo – im mniejsza temperatura, tym zdrowsze włosy. Niemniej maksymalna wartość grzania wynosi 210 °C. Końcówkę lokującą można ustawić w zakresie od 19 do 28 mm, co pozwala zdecydować o grubości loków czy fal. Urządzenie zostało wyposażone także w powłokę Grip Tech, która zapobiega ześlizgi-

waniu się włosów z lokówki, a tym samym zwiększa komfort jej użytkowania. Dla zapominalskich zdecydowanym plusem jest również funkcja automatycznego wyłączenia urządzenia po 60 minutach pracy. Warto dodać, że produkt został objęty aż 5-letnią gwarancją producenta.



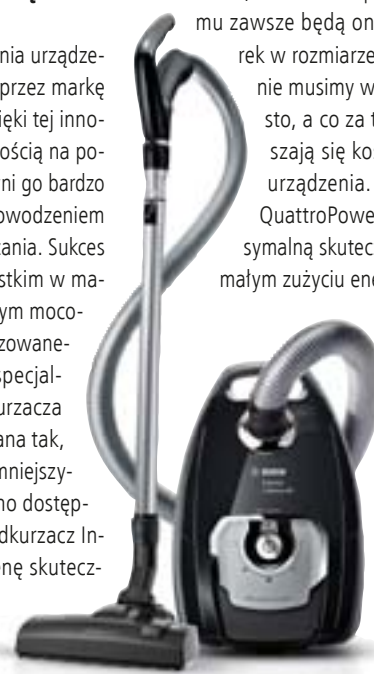
BOSCH. Odkurzacz In'genius ProSilence BGL85S330

Niezwykłe cichy i skuteczny

Nowy odkurzacz In'genius ProSilence marki Bosch to obecnie jeden z najcichszych odkurzaczy na rynku. Jego atutami są dobra jakość wykonania i najnowocześniejsze rozwiązania.

Tym, co bezsprzecznie wyróżnia urządzenie na rynku, jest opracowany przez markę Bosch system SilenceSound. Dzięki tej innowacji odkurzacz pracuje z głośnością na poziomie zaledwie 57 dB(A), co czyni go bardzo cichym. Dzięki temu można z powodzeniem słuchać muzyki w trakcie odkurzania. Sukces produktu kryje się przede wszystkim w materiałach izolacyjnych, elastycznym mocowaniu silnika, a także zoptymalizowanemu przepływowi powietrza i specjalnym akcesoriom. Szczotka odkurzacza została specjalnie zaprojektowana tak, aby poradzić sobie nawet z najmniejszymi szczelinami i miejscami trudno dostępnymi. Nie dziwi więc fakt, że odkurzacz In'genius otrzymał najlepszą ocenę skuteczności odkurzania podłóg twardych – „A”. Sprzątanie ułatwią również

obrotowe kółka, długi kabel (12 m), a także miękki zderzak, chroniący meble przed obiciem. Ponadto w rurze teleskopowej zaimplementowano małe akcesoria – ssawki szczelinowe, do mebli i tapicerki, dzięki czemu zawsze będą one pod ręką. Worek w rozmiarze XXL sprawia, że nie musimy wymieniać go często, a co za tym idzie zmniejszają się koszty eksploatacji urządzenia. Ponadto system QuattroPower zapewnia maksymalną skuteczność nawet przy małym zużyciu energii elektrycznej.



Warto także dodać, że odkurzacz został wyposażony w najwyższej klasy filtr HEPA, który jest przyjazny dla alergików.

AIR3D

NOWA GENERACJA SUSZAREK
DLA OPTYMALNEJ STYLIZACJI

NOWA AIR3D, SUSZARKA NOWEJ GENERACJI

Remington dba o Twój styl od pokoleń. Tym razem przenosimy Cię do nowej generacji suszarek do włosów, zaprojektowanych dla **doskonałej stylizacji bez zmartwień o zniszczone ciepłem włosy.**

Przedstawiamy suszarki AIR3D, zaprojektowane, aby osiągnąć wysoką wydajność suszenia i stylizacji. Konstrukcja pustego rdzenia oferuje doskonały przepływ powietrza i optymalne temperatury dla Twojej stylizacji w porównaniu ze standardową suszarką.

Oznacza to, że możesz tworzyć zaawansowane stylizacje i zachować efekt idealnie wystylizowanych włosów na dłużej. **Z AIR3D przyszłość suszenia nabiera nowego kształtu.**



REMINGTON® 80 YEARS *young*

PHILIPS. Pilnik do stóp Pedi Advanced BCR430/00

Gładkie stopy bez wysiłku

Urządzenia do pielęgnacji stóp to coraz bardziej dynamicznie rozwijający się segment rynku drobnego AGD. Wiele pojawiło się tu marek i produktów. Bez wątpliwości, aby użytkownik był zadowolony z efektów ich działania, musi to być sprzęt dobrze zaprojektowany, solidnie wykonany i mieć odpowiedniej jakości końcówki. Niestety, bywa z tym bardzo różnie...

W wielu wypadkach rozczarowanie wpływa na złe postrzeganie tego typu rozwiązań w ogóle. Dlatego warto polecać rzetelne marki i sprawdzone rozwiązania i wyroby. Bez wątpliwości do takich zaliczyć należy pilniki marki Philips, w tym najnowszy model Pedi Advanced BCR430/00. Nie ma tu mowy o kompromisach jakościowych czy funkcjonalnych.

Gładkie i zadbane stopy to podstawa kobiecej pielęgnacji. Niestety, często utrzymanie dobrego stanu stóp wymaga sporo czasu, którego na co dzień brakuje. Pedi Advanced to pilnik do stóp nowoczesnej generacji, który z łatwością usuwa zrogowaciały naskórek. Ogromną zaletą tego produktu jest to, że może on być stosowany zarówno na sucho, jak i na

mokro. Sprawia to, że bardzo łatwo używa się go w trakcie kąpieli lub prysznica. Produkt jest niezwykle poręczny i nie wyslizguje się z ręki dzięki specjalnie dobranym materiałom i ergonomicznej obudowie.

W urządzeniu zaimplementowano bardzo precyzyjną krawędź, która z łatwością dociera nawet do bardzo trudno dostępnych miejsc. Obrotowy dysk sprawia, że usuwanie zbędnej skóry staje się nie tylko bardzo precyzyjne, lecz także szybkie, proste, a przede wszystkim bezpieczne. W wypadku używania elektrycznego pilnika do stóp Pedi Advanced nie ma mowy o nieumyślnym uszkodzeniu zdrowego naskórka, ponieważ urządzenie zostało zaprojektowane tak, aby delikatnie i skutecznie pozbyć się jedynie zbędnych, zrogowaciałych warstw skóry. Pilnik wyposażono w różne poziomy szybkości, co sprawia, że każdy może dostosować tarcie do własnych potrzeb.

W urządzeniu zaimplementowano zasilanie akumulatorowe i sieciowe. Ładowanie jest szybkie, a bateria wydajna. Produkt jest także niezwykle prosty do utrzymania w czystości. Dysk do usuwania zgrubień łatwo się wypina i czyści za pomocą wody i specjalnej szczoteczki.

MIELE. Odkurzacz Complete C3 PowerLine SGFF3

Najlepsza jakość sprzątnia i higieny od 90 lat

Produkt marki Miele to z pewnością godny uwagi sprzęt nie tylko ze względu na dobrą jakość wykonania, ale także wyjątkową ochronę zdrowia domowników.

Odkurzacz został zaprojektowany tak, aby był maksymalnie wydajny i higieniczny. Jest to możliwe dzięki rewolucyjnemu silnikowi Power Efficiency oraz systemowi zaawansowanych filtrów. Warto tu nadmienić, że w odkurzaczu silnik został specjalnie wytłumiony (System Silence) co oznacza, że odkurzanie jest niezwykle ciche. Ponadto w produkcie zaimplementowano elektroniczną regulację siły ssania, wyświetlacz poziomu mocy i ergonomiczny uchwyt Eco Comfort ze zintegrowanym wygodnym pędzlem do kurzu, który przeznaczony jest do odkurzania przedmiotów delikatnych, mało odpornych na zarysowania czy stłuczenia, jak np. ramy obrazów czy monitory. Praktyczny system blokady pozwala na bezpieczne połączenie części (ssawka podłogowa, rura ssąca i uchwyt) jednym kliknięciem. Długi kabel (12 m) spr-



wia, że zasięg odkurzania staje się wyjątkowo duży. Wszystko to sprawia, że zdecydowanie zwiększa się komfort sprzątnia. Odkurzacz doskonale radzi sobie zarówno z twardymi podłogami, jak i z dywanami. Dzięki filtrowi HEPA AirClean polecany jest dla alergików. Urządzenie filtruje nawet bardzo drobny kurz i alergeny, co pozwala na zachowanie maksymalnej higieny powietrza.

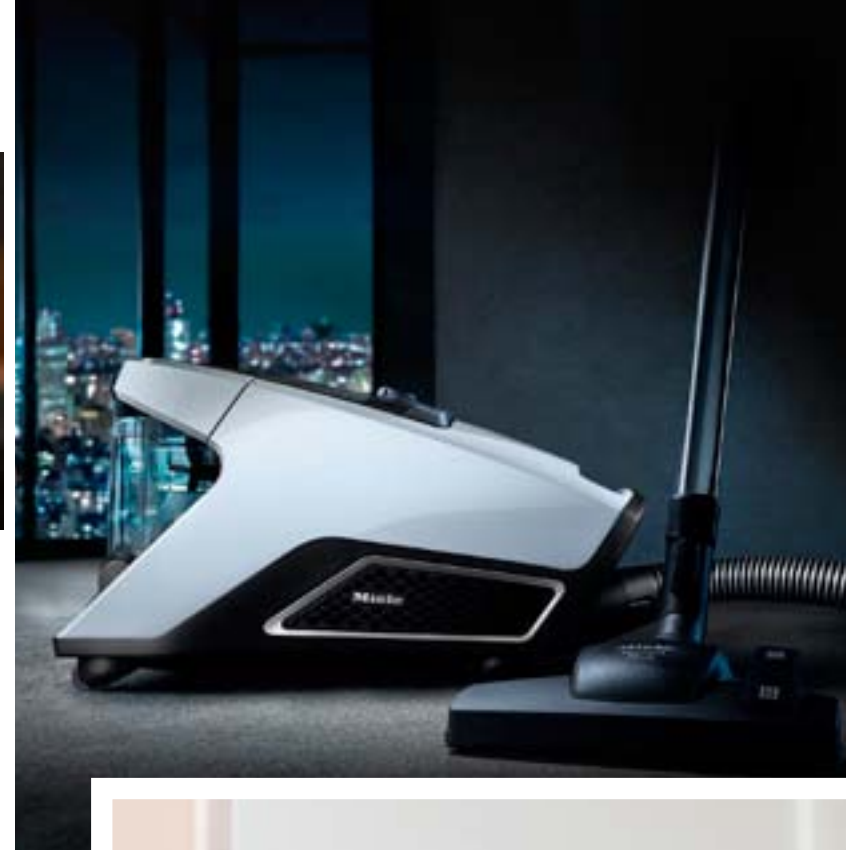
THOMAS. Odkurzacz Cycloon Hybrid Pet & Friends

Pomocny rodzinom ze zwierzętami

Odkurzacz marki Thomas łączy w sobie technikę cyklonową i wodną. To efektywny odkurzacz bezworkowy polecany przede wszystkim rodzinom, które posiadają zwierzęta.

W zeszłym miesiącu zaprezentowaliśmy ofertę nowych modeli odkurzaczy hybrydowych. Dziś przedstawiamy bliżej jedną z wersji odkurzacza. A jest nią Thomas Cycloon Hybrid Pet & Friends. Ten wyjątkowy na rynku model wychodzi naprzeciw oczekiwaniom wszystkich miłośników zwierząt. Skutecznie radzi sobie nie tylko ze standardowym sprzątniem, lecz także sierścią zwierząt na tapicerce czy dywanie. Może on odkurzać zarówno na sucho (trzykomorowy filtr cyklonowy easyBox), jak i na mokro z użyciem filtra wodnego. Co więcej, można nim także zbierać płyny na bazie wody. Jest to więc odkurzacz wielofunkcyjny, który poradzi sobie z niemal każdym zabrudzeniem. Filtr wodny Aqua FreshBox jest niezwykle higieniczny, także odkurzacz doskonale sprawdza się również w wypadku osób cierpiących na alergię. System filtrów, do których należy system filtra wodnego Aqua FreshBox, filtr higieniczny

HEPA 13, Mikro-filtr powietrza wylotowego, a także filtr przeciwpylkowy i filtr z aktywnym węglem sprawiają, że znacznie poprawia się jakość powietrza w pomieszczeniu, a zapach jest świeży i przyjemny. Wszystko to dzięki temu, że kurz, sierść czy inne zanieczyszczenia wiązane są w wodzie, a więc nie unoszą się w powietrzu. Z łatwością więc można pozbyć się wszelkich zabrudzeń, a efekty odkurzania zadowolą nawet tych najbardziej wymagających. W zestawie użytkownik znajdzie komplet specjalnych szczotek i ssawek, które znacznie ułatwiają sprzątnie nawet trudnodostępnych miejsc.



Pierwszy bezworkowy odkurzacz Miele Blizzard CX1

Blizzard CX1 to pierwszy odkurzacz Miele bez tradycyjnego worka na kurz. Charakteryzuje się dużą skutecznością odkurzania przy zachowaniu najwyższych standardów higieny. Model wyróżnia wyjątkowa solidność wykonania oraz najwyższe parametry techniczne.

Urządzenie wykorzystuje technologię Vortex, a więc powietrznego monocyklonu, dzięki któremu przepływ powietrza jest zawsze optymalny i nie zmniejsza się wydajność urządzenia. Niezwykle skuteczna jest tu także separacja kurzu. W praktyce siła odśrodkowa powietrza, które przechodzi z prędkością ponad 100 km/h, oddziela większe zabrudzenia od drobnych, a dzięki filtrowi pyłowemu Gore® CleanStream® jest on przechwytywany do osobnego pojemnika, co gwarantuje najwyższy poziom higieny.

Przepływ powietrza jest cały czas monitorowany przez specjalne czujniki. W razie rozpoznania zanieczyszczenia i niewystarczającego przepływu powietrza automatycznie uruchamia się funkcja ComfortClean, a po około 20 sekundach odkurzacz jest ponownie gotowy do pracy. Filtra nie trzeba wymieniać, należy go czyścić (zwykle 1–2 razy w roku), o czym oczywiście przypomina sygnalizator. Odkurzacz opróżnić można w sposób szybki, wygodny i bez kontaktu z kurzem dzięki znanemu i sprawdzonemu u Miele mechanizmowi Click2Open. Modele Blizzard CX1 Parquet PowerLine oraz Blizzard CX1 Comfort Ecoline wyposażone są również w trwały filtr wylotowy HEPA AirClean Lifetime, wychytujący najmniejsze cząsteczki kurzu i pyłu i aż do 99,999 proc. alergenów*.

Miele ma w ofercie trzy modele odkurzacza: **Blizzard CX1 Red EcoLine**, **Blizzard CX1 Parquet PowerLine** oraz **Blizzard CX1 Comfort Ecoline**. Różnią się one mocą oraz wyposażeniem.

* zgodnie z normą EN 60312-1

www.miele.pl

Bosch

Oszczędzanie przez zmywanie!

To możliwe, ale uwaga – tylko do kwietnia. Każdy bowiem, kto do końca tego miesiąca zakupi zmywarkę uznanej marki Bosch i odpowie kreatywnie na zadane pytanie, może wygrać zwrot ceny zakupu nowego urządzenia!



Na wstępie trzeba zaznaczyć, że akcja Boscha odbywa się w wybranych sieciach sprzedaży. Jej zasady są bardzo proste: wystarczy, że klient kupi zmywarkę w okresie od 1 marca do 30 kwietnia tego roku i do 15 maja br. zarejestruje swój zakup na stronie www.eksperci-od-zmywarek.pl oraz prześle wypełniony formularz zgłoszeniowy łącznie z dołączonymi danymi (także ze skanem lub zdjęciem potwier-

dżającym zakup zmywarki) wraz z odpowiedzią na zadane pytanie. Może w ten sposób zdobyć zwrot ceny zakupu nowej zmywarki.

Samo pytanie brzmi: „Nasze zmywarki oszczędzają wodę i energię. Opisz nam, jakie Ty masz sposoby na dbanie o środowisko?”. Autorzy najlepszych 25 odpowiedzi (maksymalnie 800 znaków) otrzymają zwrot ceny zmywarki na konto podane w formularzu. Lista laureatów zostanie ogłoszona na stronie konkursu do 30 czerwca br.

Miele

Odbierz swój prezent...

...za zakup ekskluzywnego ekspresu do zabudowy marki Miele. Producent bonifikuje zakup kilogramowym opakowaniem wymienionej kawy Black Edition No. 1 oraz książką „Kawowe przyjemności z Miele”.



Aby delektować się pyszną kawą, potrzebne są nie tylko najlepsze jej gatunki i wyjątkowej jakości ziarna, ale i możliwie jak najlepszej jakości ekspres. W wypadku Miele

możemy mówić o absolutnych wyżynach, tak od strony technicznej, jak i funkcjonalnej, stąd znakomita kawa gwarantowana!

Miele zachęca do skorzystania z promocji, w której ową kawę można otrzymać do zakupionego ekspresu w gratisie, tak jak i książkę „Kawowe przyjemności z Miele”, w której opisano nie tylko przepisy na różnorodne napoje kawowe, lecz także dekoracje sztuki coffee art. To wyjątkowa pozycja i dzięki niej można stworzyć niezapomniane kreacje kawowe.

Aby otrzymać wspomniane prezenty, wystarczy, że klient zarejestruje swój zakup, podając numer seryjny ekspresu do zabudowy i załączając dowód zakupu. Akcja promocyjna rozpocznie się 1 marca i potrwa do 31 grudnia 2018 r.

Zelmer

Wiosenne porządki z „królem wielofunkcyjności”

Specjalnie na wiosnę marka Zelmer przygotowała niezwykle atrakcyjną promocję – przy zakupie odkurzaczy piorących z linii Aquawelt Plus i Aquawelt Pro każdy otrzyma aż 150 zł premii.

Zarówno linia Aquawelt Plus, jak i Aquawelt Pro to propozycje dla wymagających. Wielofunkcyjne odkurzacze, które producent określa mianem „kró-



lów wielofunkcyjności”, umożliwiają nie tylko odkurzanie na sucho, lecz także zbieranie wody i błota, pranie i czyszczenie tapicerki oraz dywanów. Sprzęty z obu tych linii mogą pracować w trybie workowym lub bezworkowym z wykorzystaniem filtra wodnego. Czystość wydychanego powietrza zapewnia podwójny system filtracji: filtr EPA oraz filtr wodny.

Do odkurzaczy dołączona jest również turboszczotka, która

efektywnie zbiera sierść, toteż propozycja jest skierowana także do miłośników zwierząt. Ponadto w obu liniach zaimplementowano antyzapachowy worek Saftbag z węglem aktywnym, pochłaniającym nieprzyjemne zapachy.

Linia Pro to także duży zasięg odkurzania (aż 10 m) oraz wytrzymały i elastyczny wąż Flexi – wzmocniony opłotem z jedwabnych nici. A wszystko to w atrakcyjnej pro-



mocji, która trwa od 2 marca do 30 kwietnia 2018 r. lub do wyczerpania zapasów. Produkty i regulamin promocji są dostępne na stronie producenta – zelmer.pl.

Amica

Do 450 zł zwrotu

Z początkiem marca producent rozpoczął akcję promocyjną wspierającą sprzedaż wybranych piekarników, płyt grzewczych, okapów, a także zmywarek i lodówek. Przy zakupie odpowiedniego zestawu klient może otrzymać zwrot gotów-ki o wartości 200, 300, a nawet 450 zł!



W przypadku rozszerzenia zestawu o dodatkowe urządzenie – w tym wypadku okap za min. 349 zł – zwrot ten wynosi 300 zł. Jeśli jednak konsument zdecyduje się na pełne wyposażenie swojej kuchni w produkty marki Amica, złożone z piekarnika, płyty grzewczej, okapu, zmywarki oraz lodówki za min. 1299 zł – wartość zwrotu wyniesie aż 450 zł.

Aby skorzystać z promocji, należy zarejestrować zakupy na stronie internetowej producenta mailowo bądź też wysyłając zgłoszenie pocztą. Po weryfikacji wszelkich danych oraz dowodów zakupu organizator prześle na podany w formularzu adres kartę przedpłaconą o wartości 200, 300 lub 450 zł, w zależności od liczby zakupionych sprzętów.

Vestfrost

Kuchnia ze smakiem i nagrodami

Vestel sukcesywnie rozszerza ofertę urządzeń marki Vestfrost na naszym rynku. Podobnie jest z liczbą sklepów, w których można kupić te wyjątkowe urządzenia. Do kanałów dystrybucji dołączyła ostatnio także firma Euro-Net.



Reprezentuje ona naszą najstarszą i zarazem jedną z najbardziej uznanych sieci RTV Euro AGD i stała się ona wyłącznym partnerem najnowszej akcji promocyjnej Vestfrost – „Kuchnia pełna smaku”.

Akcja trwa od połowy lutego i dzięki niej przy zakupie wybranej kuchni wolnostojącej producenta można otrzymać zestaw noży oraz książkę Jamiego Olivera w prezencie. Promocją objęte są modele kuchni gazowo-elektrycznych: 5C4019TwCigc, V-5C4019TwCWgc, V-5C4022tw-

nigc oraz V5C4022twWgc. Aby otrzymać bonifikaty, należy zarejestrować zakup na stronie internetowej promo.vestfrosthomes.eu, podając najważniejsze dane informacyjne, dołączając także skan dowodu zakupu oraz numer seryjny urządzenia.

Nagrody będą wysyłane przesyłką kurierską na koszt organizatora, firmy Vestel Poland, która jest autoryzowanym dystrybutorem urządzeń marki Vestfrost. Akcja promocyjna obok salonów RTV Euro AGD i kanału internetowego sieci, obejmuje także sklep internetowy OleOle i potrwa do 7 maja br. Liczba nagród jest ograniczona.

Twoja przeWAGA w kuchni.



Zintegrowana waga i timer!

uWAGA! Poznaj zalety zintegrowanej wagi w robotach OptiMUM. Dzięki niej łatwo i precyzyjnie możesz odmierzyć każdą ilość składników od razu w misie, kielichu blendera, czy też na tacy maszynki do mielenia. Wbudowane sensory i automatyczne programy pomogą uzyskać zawsze perfekcyjny efekt.

Więcej na: www.bosch-home.pl



Prosty przepis na perfekcyjny efekt

Akademia Smaku

+



+



Polecam

Hatens Gessler



www.bosch-home.pl

Eldom

Wyjątkowe pomoce kuchenne

Książkę kucharską i wagę kuchenną otrzymają klienci przy zakupie wielofunkcyjnego urządzenia kuchennego MFC2000 Perfect Mix marki Eldom.

Warto podkreślić, że w wielofunkcyjnym urządzeniu marki Eldom można siekać, blendować, gotować, miksować, ubijać, gotować na parze czy podsmażać. Krótko mówiąc, Perfect Mix jest kulinarnym „niezbędnikiem” w domowej kuchni.

Niezastąpione, poza pasją i zamiłowaniem do gotowania, są także wagi kuchenne czy sprawdzone przepisy. I taki też zestaw otrzyma każdy przy zakupie MFC2000 Perfect Mix. Książka kucharska „Perfect Mix – inspiracje wydanie III” zawiera aż 62 przepisy, w tym 23 autorskie p. Kingi Paruzel. Ponadto nabywcy urządzenia marki Eldom



otrzymają wagę kuchenną WK310 piko, łączącą w sobie funkcjonalność (waga produktu do 5 kg) i elegancki wygląd. Waga wskazuje z dokładnością do 1 g, a czytelny wyświetlacz LED zwiększa komfort jej użytkowania.

Russell Hobbs

Odbierz 40 zł za blender

Tylko do 8 kwietnia br. w sklepach sieci RTV Euro AGD można otrzymać 40 zł rabatu przy zakupie jednego z czterech wybranych blenderów marki Russell Hobbs.

Z rabatu można skorzystać zarówno przez Internet, jak i udając się do sklepów stacjonarnych RTV Euro AGD. Akcją objęte zostały cztery blendery tej renomowanej marki – są nimi: Nutri Boost, Mix&Go Juice, AuraMix & Go, a także Explore Mix & Go.

Aby skorzystać z rabatu, wystarczy zamówić przez Internet wybrany blender, a jego cena automatycznie obniży się w koszyku o 40 zł. W sklepie stacjonarnym jest to również proste – należy zapytać o rabat



sprzedawcy, a on udzieli go na miejscu. Zamówienie można złożyć również przez telefon. Promocja nie łączy się z innymi kodami rabatowymi.

Sound United

Zwrot gotówki za multiroom

Firma Sound United – właściciel marki Denon – zorganizowała promocję, w której zwraca część pieniędzy wydanych na zakup urządzenia z linii Heos by Denon.

Wystarczy kupić dowolny amplituner kina domowego marki Denon kompatybilny z systemem multiroom Heos, a w ciągu 3 miesięcy od daty zakupu nabyć sprzęt marki Heos by Denon i otrzymać za niego zwrot 10 proc. wydanych pieniędzy.

Z systemem Heos kompatybilne są amplitunery Denon AVC-X8500H, AVR-X6400H, AVR-X6300H, AVR-X4400H, AVR-X3400H, AVR-



-X2400H, AVR-X1400H. Szczegóły promocji dostępne są na stronie internetowej www.soundunited.com/cashback. Akcja promocyjna potrwa do 31 maja 2017 r.

Polskim dystrybutorem sprzętu marki Denon jest firma Horn Distribution.

Cyfrowy Polsat

Nowe pakiety Ipli

Wraz z nową odsłoną strony www Ipli pojawiły się nowe pakiety i promocje.

Nowością jest pakiet Ipla HBO z 5 kanałami telewizyjnymi HBO i Cinemax oraz 4 AXN, a także bogatą, liczącą na start ponad 5 tysięcy pozycji, biblioteką filmów i seriali z oferty HBO. Ponadto w serwisie pojawiły się nowe pakiety: Ipla Extra Premiery i Ipla TV. Pakiet Ipla HBO zawiera łącznie aż 11 kanałów telewizyjnych: 5 HBO, Cinemax HD i Cinemax 2 HD oraz 4 AXN, a także bibliotekę kilku tysięcy filmów i seriali z oferty HBO, która będzie sukcesywnie poszerzana. Za pełen atrakcyjnych kanałów i treści pakiet Ipla HBO widzowie zapłacą tylko 35 zł miesięcznie.

Nowy pakiet Ipla Extra Premiery w odświeżonej i rozbudowanej formie zastąpi dotychczasowy pakiet Ipla Extra. Dzięki pakietowi Ipla Extra Premiery użytkownicy wyłączą reklamy we wszystkich treściach w serwisie je zawierających, a do tego obejrzą przedpremierowe odcinki najpopularniejszych seriali i programów znanych z anten Polsatu. Za ten pakiet użytkownicy zapłacą 10 zł miesięcznie, a klienci Plusa 5 zł.



Pojawił się też nowy pakiet Ipla TV, oferujący bogactwo kanałów, czyli 87 stacji telewizyjnych. W promocji przez pierwsze 3 miesiące pakiet będzie kosztował 50 zł miesięcznie, potem jego cena wyniesie 60 zł. Klienci Plusa i Cyfrowego Polsatu w promocji otrzymają pakiet za 25 zł na 3 miesiące, później zapłacą 30 zł.

Użytkownicy wciąż będą mogli wybierać dotychczasowe, popularne pakiety, m.in. Ipla Sport, Ipla Filmy i Seriale, Ipla Dzieci, Ipla Wiedza i News i inne. Wszystkie pakiety (poza Ipla Eleven Sports), w tym nowe Ipla HBO, Ipla Extra Premiery, Ipla TV, będzie można wypróbować przez 14 dni bez żadnych opłat. Wszystkie pakiety będą dostępne w opcji 30-dniowej. Użytkownicy mogą zatem wybrać pakiety dopasowane do swoich preferencji i zainteresowań.



BORN INNOVATIVE

Promocja



PREZENT
ŻELAZKO PAROWE

DOBRANA PARA

Znajdź idealny odkurzacz Hoover i odbierz wyjątkowy prezent!



Technologia inspirowana Twoimi potrzebami.

Hoover

Wiosenne porządki z odkurzaczami Hoover

W najnowszej promocji Hoovera „Dobrana para” przy zakupie jednego z aż 35 modeli odkurzaczy można otrzymać w prezencie żelazko parowe. Z tym duetem konsumenci posprzątają nawet najtrudniejsze zakamarki w domu, dbając przy tym o nieskazitelny stan swoich ubrań.

W najnowszej promocji „Dobrana para” producent zachęca do wiosennych porządków, zwłaszcza że przełom marca i kwietnia to idealny moment na sprzątanie mieszkania. Naj-



pierw najlepiej ustalić listę pomieszczeń i elementów wyposażenia, które chcemy posprzątać, następnie powinniśmy przygotować niezbędne akcesoria – zarówno środki czyszczące, jak i odpowiednie urządzenia. Dobrze dobrany odkurzacz może znacznie uprościć proces sprzątania, zwłaszcza jeśli wyposażony jest w specjalne końcówki, które zadbać o czystość całego mieszkania – od podłogi aż po sufit.



Aby skorzystać z promocji, należy zakupić jeden z 35 dostępnych modeli odkurzaczy workowych, bezworkowych lub pionowych marki Hoover, a w nagrodę producent daje żelazko parowe TIM 2500 z powłoką ceramiczną, która zapewnia rewelacyjne efekty prasowania. Wśród objętych akcją odkurzaczy są choćby pionowy, innowacyjny model Rhapsody oraz skuteczne odkurzacze cylindryczne Reactiv oraz Telios Extra.

Promocja trwa do 31 maja 2018 r.

Więcej informacji znajduje się na stronie: www.hoover.pl/promocja.

Szczegóły promocji na www.hoover.pl/promocja.

Promocja w wybranych sklepach AGD od 15.03.2018 do 31.05.2018 r. lub do wyczerpania puli nagród.

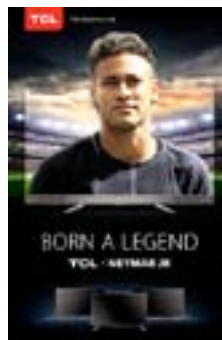
Szczegóły w regulaminie promocji dostępnym na www.hoover.pl/promocja oraz w siedzibie Candy Hoover Polska Sp. z o.o. Liczba nagród ograniczona.

TCL

Nejmar Jr. ambasadorem marki

TCL, trzeci na świecie producent telewizorów i wiodąca marka elektroniki użytkowej, ogłosił, że Neymar Jr., jeden z najbardziej wpływowych i rozpoznawalnych na świecie sportowców, został globalnym ambasadorem marki.

Ekskluzywna współpraca z Neymarem jest najnowszą inicjatywą TCL nawiązującą do rozbudowanego programu sponsoringu sportowego w wymiarze globalnym. Podstawowym bowiem celem firmy jest integracja z rosnącą społecznością i realizowanie zobowiązań wobec konsumentów na całym świecie. Umowa została pod-



pisana na dwa lata, podczas których Neymar Jr. pojawi się w telewizyjnych i drukowanych reklamach największych podmiotów grupy TCL, w tym TCL Multimedia (odpowiedzialnej za telewizory) czy sprzętu AGD, a także weźmie udział w szeregu zasięgowych, globalnych, internetowych i offlineowych kampanii marketingowych marki. Obie strony połączą siły również w działaniach charytatywnych. Umowa z 26-letnim brazylijskim gwiazdorem jest częścią globalnej strategii marki TCL i pomoże jej w dotarciu do szerokiej grupy młodych fanów sportu na całym świecie oraz wzmocni globalną rozpoznawalność marki TCL.

Cyfrowy Polsat

Nowa szata graficzna i funkcje Ipli

Wystartowała nowa odsłona Ipli, największego serwisu rozrywki internetowej w Polsce, który oferuje widzom największą bazę legalnych treści wideo, live i kanałów TV.

Strona www.ipla.tv zmieniła się, by zapewnić użytkownikom większą wygodę i komfort korzystania z serwisu. Ma teraz nowoczesną, czytelną szatę graficzną. Duże zdjęcia, przyjazna ikonografia, wyeksponowane najważniejsze elementy serwisu sprawiają, że strona jest przejrzysta i wygodna w użytkowaniu. Możliwość oglądania Ipli na smartfonie, tablecie, komputerze i urządzeniach smart TV daje wolność wyboru – kiedy i jak chcemy oglądać ulubione treści. Str-



na zawsze dopasuje się do rozdzielczości danego urządzenia, a możliwość kontynuowania oglądania materiału na innym urządzeniu (opcja Oglądaj dalej) pozwoli wygodnie przełączać się między nimi. Dzięki temu użytkownicy nie będą tracić czasu na konfigurację, szukanie treści czy przewijanie materiału do momentu, w którym skończyli oglądanie. Ipla dostosuje się do ich potrzeb, pozwalając jeszcze prościej korzystać z bogatej oferty serwisu. Ipla jest teraz jeszcze bardziej intuicyjna. Proponuje treści najlepiej dopasowane do potrzeb i zainteresowań użytkowników dzięki rozpoznawaniu jego preferencji. Serwis dostosowuje się do użytkownika poszczególnymi elementami, np. układem czy kolejnością prezentowania treści.

nc+

Telewizja elastyczna

Platforma nc+ wprowadza ofertę „Telewizja elastyczna”, w ramach której nowi klienci pakietu Comfort+ mogą do niego dobrać i dowolnie zmieniać dodatkowe pakiety telewizyjne w cyklach miesięcznych przez cały czas umowy.

W pakiecie Comfort+ klienci otrzymują dostęp do 112 kanałów, z czego 55 w HD. Miesięczna cena za ten pakiet to 39,99 zł. Korzystając z oferty „Telewizja elastyczna”, klienci będą mogli dobrać do tego pakietu opcje dodatkowe i zmieniać je nawet w cyklu miesięcznym. Ta-

kie rozwiązanie pozwoli na zachowanie pełnej kontroli nad posiadanym pakietem i da możliwość elastycznej zmiany oferty w zależności od aktualnych potrzeb.

Do wyboru są pakiety: Dopelnienie do Extra+ (zawierający 37 kanałów), Canal+ (8 kanałów), Eleven Sports (3 kanały), HBO (3 kanały) i HBO Go oraz Multi ManPack (12 kanałów i 2 kolekcje).

Na przykład decydując się na pakiet Comfort+ (112 kanałów) z Dopelnieniem do Extra+ (37 kanałów) oraz 8 kanałami Canal+, klient zapłaci w danym miesiącu 109,99 zł. Jeśli zrezygnuje z opcji dodatkowych, to w kolejnym miesiącu zapłaci tylko

Samsung

Pierwsze na świecie kino z ekranem Cinema LED 3D

Zmodernizowane kino sieci Arena Cinemas w Zurychu to pierwsze w Europie miejsce, w którym zainstalowany został ekran Cinema LED 3D firmy Samsung.



Nowy ekran Samsung Cinema LED 3D utrzymuje stałą jasność zapewniającą doskonałą widoczność napisów, obrazów i wszelkich szczegółów – także podczas oglądania w okularach 3D. W odróżnieniu od standardowych rozwiązań dostosowanych do treści trójwymiarowych ekran Samsung Cinema LED gwarantuje niezmienną jasność odbioru niezależnie od tego, z którego miejsca na widowni oglądany jest film.

Samsung Cinema LED to pierwszy ekran kinowy HDR z certyfikatem Digital Cinema Initiatives. Ekran liczy niemal 9 mln pikseli na powierzchni o wymiarach 10,3 × 5,4 m, co przekłada się na niespotykaną do tej pory jakość obrazu. Prezentowa-

wane obrazy nabierają niesamowitej ostrości dzięki rozdzielczości 4K (4096 × 2160) i szczytowym poziomom jasności, niemal 10-krotnie wyższym (146 fL) niż powszechny kinowy standard (14 fL). Dodatkowo ekran wzmacnia wyświetlane treści za pomocą funkcji HDR.

Ekran Samsung Cinema LED, który zaprezentowany został w lipcu 2017 r., funkcjonuje do tej pory w kinach w Seulu i Busan (Korea) oraz w Szanghaju (Chiny). Partnerstwo z Arena Cinemas umożliwiło pierwszą implementację ekranu w Europie, a zarazem pierwsze na świecie zastosowanie ekranu kinowego LED 3D.

TechniSat

Era telewizji cyfrowej postępuje

Na stronie magazynu TechniSat Online zamieszczono wyniki badań organizacji Medienanstalten – ALM GbR na temat rynku telewizji w Niemczech.

W Niemczech największą popularnością cieszy się telewizja kablowa – 45,9 proc., a 45,7 proc. notuje satelitarna. Rozwija się także telewizja naziemna DVB-T2 HD, jednak odsetek gospodarstw korzystających z telewizji naziemnej zmniejszył się w porównaniu z ubiegłym rokiem. Cyfrowo nadawanych jest pra-

wie 90 proc. programów TV. Jednym z powodów wzrostu HDTV było przejście na standard DVB-T2 HD w telewizji naziemnej, które rozpoczęło się 29 marca 2017 r. w wielu obszarach miejskich. 73,8 procent gospodarstw już przeszło na standard DVB-T2 HD. 25,2 mln gospodarstw odbiera telewizję w jakości HD. Ponad jedna trzecia (35,7 proc.) niemieckiej populacji korzysta z usług VoD, aż 71,3 proc. z nich stanowią osoby w wieku 14–29 lat. Stałe rośnie popularność cyfrowego radia DAB+, które rozpoczęło nadawanie w Niemczech 6 lat temu.



Samsung

Zaprezentował sprzęt RTV na rok 2018

Podczas imprezy First Look w Nowym Jorku firma Samsung ujawniła szczegóły dotyczące nowej oferty sprzętu audio i telewizorów, które trafią na rynek jeszcze w tym roku.

W tym roku w ofercie Samsunga pojawiają się cztery nowe urządzenia audio, które dostarczą niepowtarzalnych i dopasowanych do preferencji użytkowników wrażeń. Będą to soundbary HW-N950, HW-N650 i HW-NW700 oraz designerski głośnik bezprzewodowy VL550 z unikatowym kontrolerem.



Soundbar HW-N950 pozwala na przetwarzanie dźwięku w innowacyjnym systemie Dolby Atmos (z dźwiękiem 7.1.4-kanałowym). Model HW-N650 został zaprojektowany głównie z myślą o fanach grania na dużym ekranie. Wykorzystuje technikę Acoustic Beam, dzięki której będzie można odnieść wrażenie, jakbyśmy znajdowali się niemal w centrum akcji. Trzeci z nowych soundbarów, czyli HW-NW700, wyposażono w system mocowania ściennego, dzięki któremu urządzenie będzie doskonale prezentować się w duecie z telewizorem Samsung QLED TV.

Podczas First Look dowiedzieliśmy się więcej na temat flagowych QLED TV, a także rozszerzonej linii telewizorów UHD, Premium UHD i modeli z dużą przekątną ekranu. Wśród nowych rozwiązań znajdziemy m.in. asystenta głosowego Bixby, technikę DFA (Direct Full Array) oraz tryb Ambient.

Spotify

Radio w świecie Far Cry

Na platformie Spotify wystartowało Hope County FM – niepokorna radiostacja, która przybliży świat gry Far Cry 5, pozwala słuchaczom poczuć klimat Montany i wygrywać atrakcyjne nagrody.

Audycje publikowane dwa razy w tygodniu to historie mieszkańców Hope County z opowieści o Montanie, która jest miejscem akcji gry Far Cry 5, oraz wywiady ze znanymi twórcami



z polskiej sceny YouTube'a – AdBusterem i Rojsomem, a także specjalistą od sztuki przetrwania – Konstantym Młynarczykiem. Poszczególne programy będą okraszone dużą dawką energetycznej amerykańskiej muzyki, która na pewno przypadnie do gustu wszystkim fanom gitarowych i elektronicznych brzmień. Dodatkowo za pośrednictwem specjalnie stworzonej strony internetowej www.hope-countyfm.pl słuchacze mają możliwość zdobycia atrakcyjnych nagród rzeczowych.

Zappiti

Nowa aplikacja

Firma Zappiti, producent multimedialnych odtwarzaczy plików, zaprezentowała nową aplikację sterującą o nazwie Zappiti Music, współpracującą z odtwarzaczami Zappiti.

Umożliwiła ona oglądanie filmów i słuchanie muzyki w łatwy i wygodny dla użytkownika sposób. Dzięki Zappiti Music można odtwarzać pliki audio zgromadzone na dowolnym urządzeniu podłączonym do domowej sieci internetowej lub bezpośrednio z lokalnej pamięci podłączonej do odtwarzacza Zappiti. Możliwe jest wyszukiwanie plików i zarządzanie nimi (kopiowanie, wycina-



nie, wklejanie, zmiana nazwy itp.). Można również tworzyć playlisty oraz skróty do folderów. Aplikacja Zappiti Music jest kompatybilna z odtwarzaczami Zappiti Player 4K i 4K HDR. Działa zarówno na urządzeniach mobilnych pracujących z systemem operacyjnym Android, jak również iOS. Żeby z niej korzystać, nie trzeba włączać telewizora. Wystarczy wybrać odtwarzacz Zappiti, z którym ma współpracować, a cała kolekcja muzyczna widoczna będzie na ekranie urządzenia mobilnego – tabletu lub smartfona.

Mio

Liderem polskiego rynku wideorejestratorów

Marka Mio świętuje 15 lat obecności na polskim rynku. W tym czasie nie tylko zdołała przekonać użytkowników do urządzeń ze swojego portfolio, ale także wywalczyć pozycję największego rynkowego dostawcy kamer samochodowych.



Kluczem do sukcesu marki, która w 2017 r. sprzedała w Polsce o 38 proc. więcej wideorejestratorów niż rok wcześniej, okazały się innowacyjne rozwiązania techniczne, dbałość o dobrego jakością i funkcjonalność oferowanych urządzeń. Odnoszone sukcesy na polskim rynku systematycznie wzrosły obroty sprawiają, że tajwański producent niezmiennie należy do grona najbardziej liczących się graczy w kategorii nawigacji samochodowych. Ostatnio jednak to nie te urządzenia, a wideorejestratory są motorem napędowym marki. Aż trudno uwierzyć, że jeszcze kilka lat temu na zakup kamer samochodowych decydowali się nieliczni użytkownicy. Dziś jest to perspektywiczny segment rynku, o który walczą wielu producentów elektroniki motoryzacyjnej.

Obecnie Mio może pochwalić się ponad 50 proc. udziału w rynku wideorejestratorów pod względem wartości sprzedaży oraz 32-procentowym wzrostem obrotów od 2013 r., czyli od momentu rozszerzenia swojego portfolio o pierwsze urządzenia tego typu.

– Wideorejestratory Mio odróżnia od konkurencji innowacyjność, funkcjonalność i najwyższą jakością docenianą przez polskiego konsumenta. Jesteśmy dumni z bardzo pozytywnych opinii o urządzeniach wśród ekspertów i samych użytkowników. To właśnie powoduje, że rośnie zainteresowanie naszymi produktami pomimo cen znacząco wyższych od średniej rynkowej. A jest w czym wybierać – mówi Mariusz Manowski, CEE country director MITAC Europe.

Pioneer & Onkyo

Debiut na MWC 2018

Na targach Mobile World Congress, które odbyły się w dniach od 26 lutego do 1 marca w Barcelonie, po raz pierwszy można było zobaczyć sprzęt z portfolio marek Pioneer i Onkyo.

Dla firmy Pioneer & Onkyo Europe GmbH był to debiut na MWC. Zaprezentowała ona innowacyjne urządzenia, oparte na sztucznej inteligencji. Wśród nowości można było zobaczyć m.in. słuchawki z serii Rayz Pioneer oraz głośniki G3 i P3 Smart marki Onkyo. Model G3 wykorzystuje asystenta Google, natomiast głośnik P3 jest kompatybilny z systemem komunikacji głosowej Amazon Alexa. Urządzenia te pozwalają na wygodną obsługę domowego systemu rozrywki i sterowanie wybranymi urządzeniami za pomocą komend głosowych. Firma Onkyo nie tylko korzysta z gotowych rozwiązań technicznych, ale opracowała też własny „inteligentny” system sterowania głosowego. Pierwszymi modelami, które go wykorzystują, są głośniki VC-AX02 i VC-NX01.

Słuchawki Rayz Pioneera to pierwszy na świecie model z redukcją szumów, który pozwala na słuchanie muzyki lub prowadzenie rozmów telefonicznych z wykorzystaniem iPhone'a, przy jednoczesnym ładowaniu je-



go baterii. Bezplatna aplikacja Rayz umożliwia personalizację słuchawek, m.in. zapisywanie niestandardowych ustawień korektora graficznego, włączanie trybu Hear-Thru (przepuszczającego dźwięki otoczenia do ucha użytkownika) lub funkcji AutoPause (automatycznie wstrzymującej odtwarzanie muzyki po zdjęciu słuchawek).

SAMSUNG. Telewizory Ultra HD serii QLED TV

Ambient i Bixby – nowe funkcje

Telewizory QLED TV w odsłonię na 2018 rok zyskały nowe funkcje oraz rozwiązania, dzięki którym widzowie mogą spodziewać się jeszcze lepszych wrażeń wizualnych i łatwiejszej obsługi.

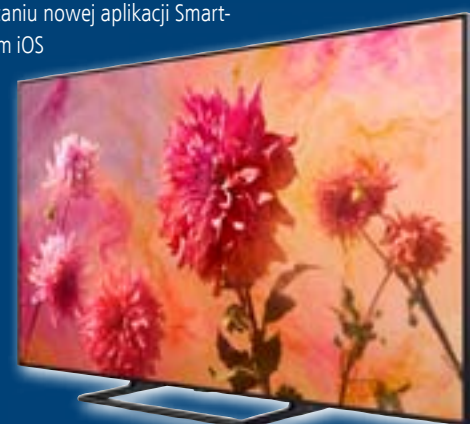
Dzięki połączeniu przełomowych elementów konstrukcyjnych, dobrej jakości obrazu i intuicyjnych funkcji Smart TV teraz już nic nie odciągnie uwagi widzów od ekranu. Z nowych funkcji na uwagę zasługuje tryb Ambient, który sprawi, że największy ekran w domu będzie pełnił funkcję osobistego centrum informacji, także wtedy, gdy widzowie nie oglądają filmu lub telewizji – odtworzy muzykę, wyświetli prognozę pogody, informacje o natężeniu ruchu ulicznego czy najnowsze doniesienia z kraju i ze świata. Jeśli telewizor zamontowany jest na ścianie, tryb Ambient pomoże „wtopić” ekran w przestrzeń – wyświetli wzór, który znajduje się na powierzchni za telewizorem. W ten sposób uzyskamy efekt niemal przezroczystego ekranu, który idealnie harmonizuje z wnętrzem.

Nowy One Invisible Connection (dla

modeli Q7 i wyższych z wyłączeniem Q8F) to jeden cieniutki przewód, który jednocześnie dostarcza do telewizora prąd i dane AV. Dzięki niemu widzowie zyskają więcej swobody w zakresie instalacji telewizora, który teraz nie musi być umieszczony bezpośrednio przy źródle zasilania czy danych. Dostępne będą różne wersje kabla, o długości nawet do 15 m. Zastosowane w serii QLED TV „inteligentne” rozwiązania zapewniają nowy sposób zmiany ustawień telewizora czy wyszukiwania treści. Dzięki wykorzystaniu nowej aplikacji SmartThings (na urządzenia z systemem iOS i Android) znacząco można będzie ograniczyć czas konfiguracji nowego telewizora. Nowy Universal Guide, czyli asystent programów, zintegruje treści od dostawcy telewizji kablowej, z VoD i usług transmisji strumieniowej w ramach jednego menu. Z kolei funkcja „inteligentnego” asystenta Bixby (usługa nie jest dostępna w Polsce) pozwoli za po-

mocą komend głosowych uruchomić ulubione programy i kontrolować kompatybilne urządzenia.

Telewizory QLED TV Q8F i Q9F wyposażone będą w nową technikę Direct Full Array (DFA), która odpowiada za idealny kontrast. Wykorzystuje ona panel z podświetleniem strefowym, który automatycznie dopasowuje się do treści, aby zapewnić głęboką czerń i czystą biel. W telewizorach z tej serii ulepszono m.in. kolor i kontrast. Urządzenia są zgodne ze standardem HDR10+. Tegoroczne modele QLED TV to: Q9F (65, 75, 88 cali), Q8F (55, 65, 75 cali), Q7C (55, 65 cali), Q7F (55, 65, 75 cali) oraz Q6F (49, 55, 65, 75, 82 cale).



VORDON. Multimedialny rejestrator mCAR 2

Nawigacja z rejestratorem i telefonem

W samochodach popularne są nawigacje połączone z rejestratorem. Możliwość prowadzenia rozmów telefonicznych i aplikacja zwiększają możliwości multimedialne.

mCAR 2 wyposażono w wygodny interfejs z 7-calowym dotykowym ekranem IPS, dostęp do bezprzewodowego internetu (kompatybilność z 3G / WCDMA / mikro-SIM), z funkcją hotspotu Wi-Fi (tethering), łączy Wi-Fi i Bluetooth. W urządzeniu zastosowano procesor ARM Quad Cortex 1,3 GHz z systemem Android, 1 GB RAM, 16 GB ROM. Na uwagę zasługują wbudowana nawigacja, i możliwość korzystania z GoogleMaps. W urządzeniu są zainstalowane programy do multimedii (filmy, muzyka, zdjęcia), a wbudowany transmiter FM pozwala na odtwarzanie dźwięku przez samochodowy zestaw audio. Ważną cechą jest możliwość

jednoczesnego wyświetlania i nagrywania obrazu dwoma kamerami (przód, tył). Zintegrowany G-Sensor aktywuje automatyczny zapis filmu w momencie wykrycia wstrząsu wraz z zabezpieczeniem pliku przed przypadkowym skasowaniem. Wbudowany mikrofon pozwala na działanie mCAR 2 jako zestawu głośnomówiącego. Aplikacja umożliwia zdalne zarządzanie urządzeniem mCAR 2 za pomocą smartfona. Do najważniejszych funkcji należą: podgląd obrazu, przeglądanie nagrań i zdjęć, powiadomienia o wykrytym ruchu, powiadomienia o zdarzeniu (wypadek), historia trasy, a także szybka lokalizacja urządzenia przy pomocy GPS.



TOSHIBA. Telewizor Ultra HD 43U6763DG

Aplikacje Netflix, Ipla i YouTube

Toshiba pozwala widzom doświadczyć magii kina w domu dzięki funkcjom smart TV i dobrej jakości dźwięku.



Toshiba 43U6763DG to najmniejszy telewizor z serii U67 z dwurdzeniowym procesorem. Ma wyświetlacz D-LED o przekątnej 43 cale i współczynnik jakości obrazu Total Picture Quality 1000. Aby ożywić najszybsze sceny akcji, telewizor wyposażono w technikę MEMC (Motion Estimation/Motion Compensation), która pozwala na szybkie i płynne odtwarzanie ruchu szybko poruszających się obiektów. Odbiornik TV umożliwia dostęp do portalu Toshiba z aplikacjami wideo

4K Netflix, YouTube, Ipla, a także odtwarzanie muzyki z całego świata. 43U6763DG ma wbudowane tuneiry DVB-T, DVB-C, DVB-S.

Do komunikacji z urządzeniami zewnętrznymi ma łączy: Wi-Fi, Bluetooth oraz złącza HDMI (x4), USB 3.0 (x1), USB 2.0 (x2), SCART, VGA, audio optyczne. Funkcja Mirroring służy do udostępniania treści z urządzeń mobilnych z systemem Android bezpośrednio na dużym ekranie. Telewizor ma głośniki stereo o mocy 2 x 10 W, które odtwarzają dźwięk systemów: Dolby Digital, DTS HD i DTS TruSurround, dzięki któremu dźwięk jest słyszalny z każdego kierunku. Telewizory mają smukłą konstrukcję, przez co idealne są do montażu ściennego. Zużycie energii w trybie czuwania wynosi 0,5 W, a w trybie pracy 54 W.

SAMSUNG



Soundbar **Sound⁺**

Usłysz każdy detal obrazu.



ABC Data Technology Trends 2018

Spółka ABC Data to jeden z największych krajowych dystrybutorów sprzętu i rozwiązań IT oraz elektroniki użytkowej i AGD. 14 marca firma zorganizowała drugą edycję znanej i cenionej konferencji Technology Trends.

W hali warszawskiego Expo XXI zebrali się kilkudziesięciu czołowych partnerów współpracujących z ABC Data oraz kilkuset kontrahentów warszawskiej spółki z całej Polski. Mogli oni przyjrzeć się najnowszym rozwiązaniom i produktom oraz wysłuchać niemal trzydziestu interesujących prelekcji w jedenastu blokach tematycznych. Technology Trends 2018 było również wyjątkowe ze względu na prezentowany asortyment. To właśnie podczas tej edycji na konferencji zadebiutowały elektronika użytkowa oraz sprzęt AGD. Jest to zdecydowane potwierdzenie rosnącego zaangażowania w te branże polskiego dystrybutora. Konferencję otworzył i przywitał zgromadzonych gości Andrzej Kuźniak, wiceprezes zarządu ABC Data S.A. Pierwszą prelekcję poprowadziła była minister cyfryzacji Anna Streżyńska – obecnie prezes zarządu MC2 Solutions. Była ona poświęcona cyfrowej rewolucji oraz wynikającym z niej wyzwaniom stojącym przed Polską. Z kolei Maciej Piekarski z GfK Polonia zaprezentował, jakie trendy techniczne będą przodować w Polsce w 2018 r., wśród nich znalazły się m.in. smart home oraz wirtualna rzeczywistość.

Konferencję Technology Trends otworzył Andrzej Kuźniak, wiceprezes zarządu ABC Data.

Innowacje w IT

ABC Data, jako dystrybutor rozwiązań i produktów IT, dużą część konferencji poświęciła właśnie temu rynkowi. Na stoiskach partnerów mogliśmy znaleźć takie wyposażenie jak sprzęt sieciowy, komponenty komputerowe, akcesoria czy nośniki pamięci. Jak przystało jednak na konferencję Technology Trends, nie zabrakło także nowinek. Firma HBOT 3D prezentowała drukarki 3D. Goście odwiedzający stoisko mogli bliżej poznać sprzęt, zobaczyć go w akcji oraz dowiedzieć się, jakie elementy można przy ich pomocy wyprodukować i wykorzystać. Bardziej spragnionych wiedzy na głównej scenie czekała prezentacja przeprowadzona przez Katarzynę Musiał, marketing



Fot. Paweł Czarniecki

manager w firmie 3D Printers. Z kolei firma ASRock swoją prelekcję poświęciła wykorzystaniu ich sprzętu w pozyskiwaniu kryptowalut. Nie mogło oczywiście zabraknąć marki Xiaomi, której ABC Data jest przecież autoryzowanym dystrybutorem na polskim rynku. Goście mogli przyjrzeć się nie tylko znakomitemu smartfonom. Chiński producent coraz śmielej wkracza również na nowe rynki, takie jak elektryczne pojazdy, smartwatche, słuchawki i głośniki, a także sprzęty smart home, np. kamery IP. W dobie rosnącego zagrożenia związanego z cyberprzestępczością nie zapomniano także o poświęceniu paru chwil kwestii bezpieczeństwa i zarządzania siecią. Zagadnienia te można było zgłębić zarówno na stoiskach, jak i prezentacjach firm Zyxel i Aten.

RTV i AGD – udany debiut

Choć ABC Data już od kilku lat zajmuje się dystrybucją elektroniki konsumenckiej i sprzętu AGD, i to z coraz większymi sukcesami, to Technology Trends 2018 było pierwszą konferencją, podczas której prezentowała ona sprzęt partnerów z tej branży. Trzeba przyznać, że w dobie coraz dynamiczniej rozwijającej się cyfryzacji tych dziedzin było to znakomite uzupełnienie tematyki targów. Na konferencji pojawiły się m.in. takie marki jak Beko, Candy, Hoover, Adler, Camry, Mesko, Philips TV, Philips Lighting, Sencor, Remington, Russell Hobbs, Maclean, GreenBlue i NewStar. Stoisko marki Beko przyciągało pyszną wypiekaną na miejscu pizzą. W ten sposób producent promował piekarniki z unikalną funkcją Pizza Pro, która pozwala na

specjalnym dołączonym do zestawu kamieniu upiec prawdziwą pizzę w zaledwie 5 minut. Uwagę gości na stoisku Beko przyciągały również chłodzarki z zamrażarką. Przyciągał do nich atrakcyjny design, a zatrzymywały na dłużej funkcje jak Everfresh+, specjalna komora, która dzięki dokładnej regulacji wilgotności przedłuża świeżość warzyw nawet do 30 dni oraz NeoFrost, która eliminuje powstawanie lodu na żywności i w urządzeniu. Dwa lub trzy niezależne parowniki i wentylatory zapewniają idealną temperaturę i poziom wilgotności zarówno w strefie chłodzącej jak i mrozącej. Nie zabrakło też sprzętu smart home. Candy prezentowało znaną już platformę simply-Fi, konsekwentnie wzbogacając o kolejne produkty, którymi można sterować z poziomu smartfona. Jednym z nich był piekarnik Watch&Touch z 19-calowym wyświetlaczem, który można wykorzystać np. jako bazę przepisów czy przeglądarkę internetową. Oprócz tego Philips prezentował nowoczesne telewizory OLED UHD z HDR i platformą Android TV, a także „inteligentne” oświetlenie Hue, sterowane ze smartfona. Strefa AGD i elektroniki użytkowej wzbudziła bardzo duże zainteresowanie ze strony odwiedzających. Jest to także potwierdzeniem rosnących kompetencji ABC Data w tej branży i coraz większego zaangażowania w tych sektorach.



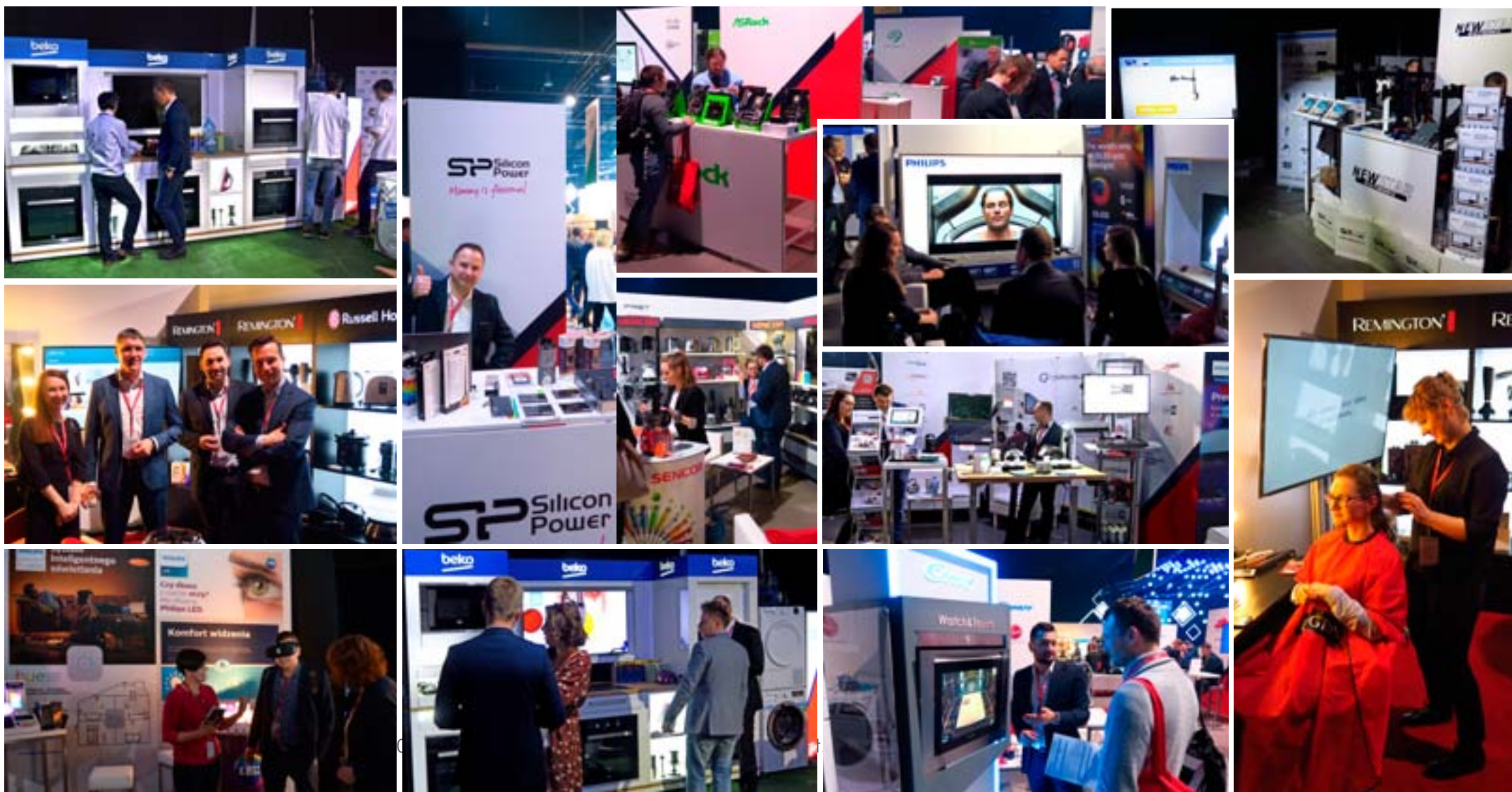
Fot. Paweł Czarniecki

Wieczór uświetnił koncert zespołu Enej.

Uroczysta gala

Zwieńczeniem ABC Data Technology Trends była uroczysta wieczorna gala. W jej trakcie wręczono nagrody wyróżniającym się partnerom dystrybutora. Tytułem „Best Partner of The Year” wyróżniono firmę S&T Polska. Nagrody przyznano także w takich kategoriach jak „Best of Computers & Software Partner ABC Data”, „Best of Components Partner ABC Data”, „Best Security Partner ABC Data”, „Best SMB Partner of The Year Partner ABC Data”, „Best of RTV AGD Partner ABC Data” czy „Most Innovative E-commerce Solution Partner ABC Data”. Po części oficjalnej gali przyszedł czas na rozrywkę. Specjalnie dla gości ABC Data Technology Trends zagrał zespół Enej.

Zgromadzeni goście mogli przyjrzeć się najnowszym produktom i wysłuchać interesujących prelekcji.



AGD/RTV na Technology Trends



Artur Rzyśko – CE Business Unit Director w ABC Data S.A.

Redakcja: To debiut branży RTV/AGD na ABC Data Technology Trends. Skąd pomysł, aby powiększyć zakres tematyczny?

Artur Rzyśko: ABC Data Technology Trends to targi, które mają na celu pokazanie najnowszych rozwiązań oraz trendów w branży nowych technologii. Już dziś wielu Polaków na co dzień korzysta z urządzeń domowych, które można określić mianem inteligentnych. Przykładem mogą być telewizor z funkcją Smart, pralka oraz piekarnik sterowane smartfonem czy multimedialne rozwiązania oświetleniowe. I właśnie dlatego postanowiliśmy po raz pierwszy zaprosić naszych partnerów z branży IT, RTV i AGD na wspólne wydarzenie. ABC Data współpracuje bezpośrednio z największymi i najbardziej znanymi w Polsce i na świecie producentami. Wszyscy, którzy odwiedzili tegoroczną edycję ABC Data Technology Trends, mogli zapoznać się z ich ofertą.

Jak Pan i partnerzy ABC Data S.A. oceniacie udział branży RTV i AGD w tegorocznej wystawie?

Osiągnęliśmy wcześniej założony cel: udało nam się zaprezentować możliwości, jakie płyną z połączenia rozwiązań z segmentów IT oraz RTV i AGD. Klienci odwiedzający targi mogli na własne oczy zobaczyć i przekonać się, jak bardzo zależne od siebie są te branże. Obecność tak szerokiego portfolio produktów i rozwiązań w jednym miejscu dała naszym partnerom możliwość wymiany poglądów i doświadczeń z ich własnych obszarów działania.

Czy po sukcesie tegorocznej edycji można spodziewać się w przyszłości imprezy poświęconej już docelowo branżom RTV i AGD?

Mając na uwadze rozwój branży RTV i AGD w ABC Data, targi branżowe to jeden z pomysłów, które planujemy zrealizować w przyszłości. Należy pamiętać, że ABC Data aktywnie działa nie tylko w Polsce, ale również w siedmiu innych państwach Europy Środkowej i Wschodniej, gdzie blisko współpracujemy z producentami sprzętu RTV i AGD. Wykorzystamy ten fakt, by zaprezentować ich ofertę naszym partnerom i klientom w tych krajach.



Telewizory z HDR

■ Szereg telewizorów ma w opisie funkcji skrót HDR. Czy we wszystkich urządzeniach oznacza on to samo, wyjaśniamy w artykule. W sklepach oprócz telewizorów Ultra HD HDR pojawiają się także Full HD HDR.

Coraż więcej telewizorów ma swojej ofercie telewizory HDR, system może być montowany w telewizorach Ultra HD i Full HD.

Trochę teorii o HDR

Większa rozdzielczość wyświetlacza, zwiększająca czterokrotnie liczbę pikseli, nie wystarczy już do uzyskania obrazu lepszej jakości, zbliżonego do możliwości odbioru przez ludzkie oczy. Oprócz zwiększonej rozdzielczości potrzebne są lepsze kolory i dynamika obrazu. Jakość koloru zależy od jasności i kontrastu, który w obrazie 4K musi być znacznie zwiększony, aby szczegóły w jasnych i ciemnych obszarach obrazu zostały zauważone. Aby zwiększyć kontrast, konieczne jest zwiększenie jasności obrazu, określane przez ogólne pojęcie High Dynamic Range. Słońce wytwarza światło o ogromnej jasności. Ludzki wzrok jest w stanie rejestrować obraz o jasności odpowiadającej luminancji od

0,000 001 cd/m² do 100 000 000 cd/m². Według założeń zakres HDR ma obejmować luminancję od 0,01 do 10 000 cd/m², czyli dynamika zmian będzie wynosić 10⁹ czyli 100 000 razy. Dotychczasowe kinowe urządzenia wideo mają luminancję znacznie mniejszą niż 100 cd/m², a telewizyjne średnio 100–300 cd/m². Z dotychczas obowiązującej normy Rec. 709 wynika, że nie wszystkie kolory mają optymalne nasycenie. Jej założenia spełniały dotąd monitory CRT, ale dla przemysłu filmowego i telewizyjnego są one niewystarczające. Obraz ruchomy wymaga luminancji na poziomie 10 000 cd/m² i poziomu czerni 0,0005 cd/m², co daje kontrast 2 000 000:1. Obecne luminancja jest na poziomie 100 cd/m² (kontrast 20 000:1). Najlepsze telewizory z HDR mają luminancję obrazu 1500 - 2000 cd/m².

Standardy TV HDR

Systemy HDR są opracowywane przez organizację Society of Motion Picture and Television Engineers (SMPTE) oraz ITU – agencję technik informacyjnych i komunikacyjnych w ramach Organizacji Narodów Zjednoczonych (ONZ). Koordynują one światowe standardy w 193 krajach w porozumieniu z producentami telewizorów i firmami zajmującymi się nadawcą techniką telewizyjną. W telewizorach są stosowane trzy standardy: HDR10/10+, HDR Dolby Vision i HLG (Hybrid Log-Gamma), a rozwijany jest czwarty Technicolor HDR.

■ HDR10 i HDR 10+

Standard HDR10 jest podstawowym, otwartym, co oznacza, że każdy producent może go stosować w telewizorach Ultra HD, projek-

torach oraz odtwarzaczach Blu-ray Ultra HD. W oparciu o niego opracowano standard Ultra HD Premium, określający, jakie wymagania mają spełniać telewizor i odtwarzacz Blu-ray. Dzięki normie Ultra HD Premium nieznaną się na technice osoby kupujące telewizor nie będą musiały analizować skomplikowanych danych każdego odbiornika TV, ponieważ stowarzyszenie UHD Alliance przyznaje certyfikaty, a telewizory są oznaczane stosownym logiem.

Kupując telewizory różnych producentów, ma się pewność, że spełnia on wymagania HDR. W danych technicznych telewizorów LCD należy sprawdzić wartość luminancji obrazu – największe to 1000-2000 cd/m², chociaż mogą być podane mniejsze wartości, a telewizor jest traktowany jako HDR. Firmy nienależące do stowarzyszenia Ultra HD Premium oznaczają swoje telewizory logiem 4K HDR.

UWAGA! Poszukując telewizora Ultra HD z najlepszym obrazem, należy szukać na nim naklejki „Ultra HD Premium”. Oznacza ona, że obraz spełnia wymagania dla tej klasy TV, także wymagania HDR.

■ 20th Century Fox, Panasonic i Samsung rozwijają partnerstwo HDR10+

Powstała kolejna wersja standardu HDR – HDR10+, która uwzględnia zmienne meta-

dane dla każdej klatki obrazowej, jak jest to w Dolby Vision. Za pomocą metadanych o rozpiętości tonalnej HDR10+, można udostępnić użytkownikom telewizorów obsługujących HDR10+ dużo wierniejszą wizję filmowców. Dzięki zastosowaniu HDR10+ uzyskuje się nasycenie, precyzyjnie odwzorowanie kolorów i głębszy kontrast. Oznacza to, że kiedy oglądamy seriale czy filmy, detale danej sceny widzimy w sposób wyrazisty i szczegółowy, co sprawia, że obraz jest bardziej rzeczywisty.

W celu popularyzacji standardu HDR10+ powstała platforma założona przez firmy 20th Century Fox, Panasonic i Samsung. Ponad 25 podmiotów z różnych branż wyraziło duże zainteresowanie wsparciem platformy HDR10+, co wpłynęło na popularyzację standardu. Amazon Prime Video, jako pierwszy dostawca usług przesyłania strumieniowe-



W celu popularyzacji standardu HDR10+ powstała platforma założona przez firmy 20th Century Fox, Panasonic i Samsung.

go dostarczający HDR10+, udostępnił całą bibliotekę Prime Video HDR w technice HDR10+. Warner Bros Home Entertainment także będzie wspierać to rozwiązanie. W swoich zasobach ma ponad 75 tytułów 4K HDR.

Dla producentów telewizorów standardu HDR/HDR10+ nie wymagane są opłaty licencyjne jak jest to dla standardu Dolby Vision. Towarzyszącemu temu program certyfikacji zagwarantuje, że produkty zgodne z HDR10+ będą spełniać wymagania dotyczące wysokiej jakości obrazu, a także wiernie oddadzą zamiar reżyserów i operatorów filmowych. Certyfi-

kowany produkt będzie opatrzony logo HDR10+. Najważniejsze aspekty programu licencyjnego to:

- Korzyści dla twórców filmowych i telewizyjnych oraz producentów urządzeń, takie jak m.in. precyzyjne odwzorowanie obrazów z maksymalną dokładnością, nawet na ekranach, które mogłyby mieć trudności z wyświetlaniem treści HDR10.
- Brak opłat licencyjnych rozliczanych od sztuki.
- Symboliczna roczna opłata administracyjna dla producentów urządzeń, producentów układów SoC i dostawców usług dystrybucji treści.
- Specyfikacja techniczna, specyfikacja testowa, specyfikacja logo HDR10+, patenty od trzech firm bezpośrednio związanych ze specyfikacją techniczną i specyfikacją testową.
- Certyfikacja urządzeń będzie wykonywana przez autoryzowany ośrodek badawczy niezależnej firmy.

Po otwarciu programu licencyjnego HDR10+ firmy założycielskie będą wdrażać technikę HDR10+ we wszystkich przyszłych wydaniach filmów Ultra HD, w wybranych telewizorach, odtwarzaczach/nagrywarkach Blu-ray Ultra HD i innych produktach.

■ HDR Dolby Vision

Drugi standard – HDR Dolby Vision został opracowany przez amerykańską firmę Dolby Vision, która jest między innymi producentem sprzętu kinowego. Różnica między dwoma standardami HDR sprowadza się do tego, że HDR10 określa jedną wartość jasności obrazu przy realizacji filmu, a w systemie Dolby Vision dobierana jest ona niezależnie dla każdej klatki. Od strony technicznej HDR10 korzysta ze statycznych metadanych – są to niezbędne dla wyświetlacza informacje, takie jak ustawienia jasności sprzętu, z którymi pracował reżyser filmu. W systemie HDR Dolby Vision stosuje się funkcję Display Mapper (Intelligent Mapping Engine). Każdy piksel obrazu HDR Dolby Vision ma dokładnie określoną jasność, pakiet dynamicznych metadanych oraz informacje o używanym ekranie. Funkcja Intelli-



Prime Video, jako pierwszy serwis streamingowy wdrożył standard HDR10+ dostępny we wszystkich telewizorach Samsung UHD z 2017 roku.



Standard HDR10+ umożliwi odwzorowaniu obrazów z maksymalną dokładnością na odbiornikach Ultra HD Premium, oraz na innych typach telewizorów.

■ Technicolor HDR

Jest przyszłościowym systemem HDR, który eliminuje ograniczenia wcześniejszych standardów. Prawdziwą zaletą systemu Technicolor HDR jest niezależność od krzywej EOTF. Obecnie na rynku są różne typy treści HDR, w tym format Sony S-Log, krzywa Gamma i krzywa PQ dla BBC / NHK. Technicolor HDR przejmuje wszystkie z nich, a także SDR, jako dane wejściowe, a następnie normalizuje i dostarcza wszystkie z nich na dowolnym urządzeniu HDR i SDR. Wszystko w jednym strumieniu, zapewniając kompatybilność wsteczną z urządzeniami HDR bez ich modyfikacji. Minimalizuje wpływ przepustowości łącza i konieczność przesyłania dwóch strumieni danych HDR i SDR.

■ HDR z anteny telewizyjnej

Duże nadzieje wiąże się z trzecim standardem – Hybrid Log-Gamma, opracowanym przez nadawców TV BBC i NHK (publiczna telewizja japońska). Treści o zwiększonej dynamice obrazu można kodować w sygnale telewizyjnej naziemnej i satelitarnej, materiał HDR może być dostarczany także złączem HDMI, ale w wersji HDMI 2b. HLG pozwala łączyć w sygnale telewizyjnym metadane SDR i HDR. Dzięki niemu telewizor bez obsługi HDR ignoruje metadane HDR, a ten z obsługą jest w stanie je rozpoznać i wykorzystać. Nadawcy nie będą musieli dublować kanałów z dodaną obsługą HDR i bez niej. Co ważne, w telewizorach wystarczy zmienić oprogramowanie, aby odbierać materiały HDR. Pierwsze testowe transmisje satelitarne były prowadzone przez współpracę firmy LG z operatorem SES (Eutelsat), a obraz był wyświetlany na telewizorach OLED oraz firmy Samsung i operatorem satelitów Astra. Jednym z kanałów nadającym materiały promocyjne wideo HDR jest Hotbird 4K2 HDR 13° E (Eutelsat).

HDR – zmiany konstrukcyjne w wyświetlaczach

O jasności obrazu w telewizorach decydują konstrukcja wyświetlacza oraz rodzaj podświetlenia LED, które jest źródłem światła białego wytwarzanego przez diody LED. Ile światła wytworzą, zależy od ich mocy i sterowania. W technice HDR duża luminancja jest wymagana tylko chwilowo w wybranych miejscach obrazu wynikających z treści wideo, dlatego stosuje się sterowanie impulsowe, które umożliwia wytworzenie dużej jasności światła przez krótki czas, co uniemożliwia przegrzanie lub spalanie diod. Samo zwiększanie jasności nie spowoduje polepszenia jakości obrazu. Zwiększając tylko jasność w telewizorze, tracimy szczegóły i nasycenie kolorów. HDR to także nowe, szersze przestrzenie barwne. Najnowszą przestrzeń kolorów – Rec. 2020 opracowano dla telewizji 4K (Ultra HD). W celu spełnienia wymagań przestrze-



Fot. Hitachi

Telewizor Hitachi 55HL15W69 ma system HDR10.

ni barw według norm Rec. 2020 i DCI-P3, w wyświetlaczach LCD zaczęto stosować nowy rodzaj podświetlenia, zawierający kropki kwantowe, wytwarzające światło o szerszym spectrum barw. W produkcji wyświetlaczy o zwiększonej palecie kolorów (Wide Color Gamut) konieczne jest zastosowanie nowej generacji podświetlenia LED z nanokryształami – kropkami kwantowymi, stosowanymi przez firmy Samsung i TCL, lub nowej generacji LED wytwarzających światło o szerszym zakresie kolorów (np. Panasonic, LG). Wszystko to pociąga za sobą jeszcze jedną zmianę – konieczność zwiększenia dokładności (głębi) bitowej transmitowanego sygnału do 10 lub nawet 12 bitów zamiast dotychczas stosowanych 8, co przekłada się na większą liczbę odcieni kolorów. W standardzie Full HD dokładność bitowa wynosiła 8 bitów, co dawało 2⁸, czyli 256, odcieni jednego koloru, a dla trzech podstawowych kolorów RGB dawało 16,7 mln. Przy 10 bit zwiększa się ich liczbę do 1,07 mld, a przy 12 bitach jest to już 68,71 mld odcieni kolorów.

Rewolucyjne zmiany w obrazie zostały wprowadzane po opracowaniu nowej krzywej EOTF dla obrazów 4K, aby zwiększyć ilość szczegółów w ciemnych i jasnych fragmentach obra-

zu przy zwiększonej jasności obrazu ze 100 cd/m² do 1000 cd/m² i kontraście 1:10 000 i przetwarzaniu 10-bitowym.

Niestety, opracowano kilka krzywych (jest kilka standardów), które są stosowane przez różnych producentów sprzętu wideo, co może prowadzić do tego, że zapisany materiał wideo HDR nie będzie mógł być poprawnie odtworzony przez nasz telewizor.

HDR w telewizorach OLED

Telewizory OLED spełniające normy Ultra HD Premium mają obraz o mniejszej luminancji niż LCD – 540 nt jasności szczytowej i mniej niż 0,0005 nt poziomu czerni. Aby w pełni cieszyć się jakością HDR, trzeba oglądać obraz w ciemnym pomieszczeniu. Jakość obrazu HDR na telewizorach LG OLED dodatkowo poprawia funkcja indywidualnego regulowania jasności pikseli matrycy OLED (Pixel Dimming). W przeciwieństwie do paneli LCD, w których podświetlenie LED jest regulowane lokalnie na całych fragmentach ekranu, w matrycy OLED każdy piksel pracuje niezależnie. Diody organiczne pozwalają wyświetlić wyraźne, żywe barwy oraz detale, które są dobrze widoczne nawet wtedy, gdy bezpośrednio obok siebie znajdują się niewielkie jasne obiekty oraz bardzo ciemne obszary (np. rozgwieżdżone niebo). Na ekranie telewizora LCD wokół jasnych miejsc wystę-

puje poświata (brzegi jasnych obszarów są rozmyte), wynikająca z lokalnego podświetlenia matrycy. Podobny efekt diody LED tworzą przy wyświetlaniu całkowicie czarnego obrazu – jaśniejsze obszary przypominające efekt winietowania pojawiają się przy górnej oraz dolnej krawędzi ekranu. Telewizory LG OLED są zgodne z HDR10 i Dolby Vision.

Telewizory HDR Full HD

Dotychczas wiązano technikę HDR tylko z telewizorami Ultra HD 4K. Na ten krok zdecydowała się firma Sony w modelach 2017 roku WE75 o przekątnych 49 i 43 cale, WE66 (49 i 40 cali) oraz WE61 31 cali o jeszcze mniejszej rozdzielczości ekranu – HD ready. Także w 2018 r. telewizory serii WF66 Full HD obsługują formaty HDR10 i HLG.



Fot. TCL

Telewizor TCL U65P6006 wyróżnia 10-bitowy panel LCD i odtwarzanie materiałów wideo HDR10 i HLG.

HDR w praktyce

Niestety, dla celów marketingowych pojawiło się wiele telewizorów z etykietką HDR, których producenci uważają, że będzie zauważalny efekt HDR. Rozpiętość wartości luminancji jest bardzo duża:

- **350 – 500 cd/m²** – obraz z zauważalnym efektem HDR, przy górnych wartościach da się zauważyć większą jasność i więcej odcieni w bielach;
- **500 – 750 cd/m²** – lepszy efekt HDR;
- **750 – 1000 cd/m²** – efekt HDR jest wyraźny, ilość szczegółów w jasnych polach jest bardzo duża (Ultra HD Premium);
- **1000 – 2000 cd/m²** – efekt HDR w najlepszych telewizorach serii QLED Samsunga.

Niektórzy producenci podają także wartości procentowe informujące o zakresie odtwarzanych barw zgodnie ze standardem Rec. 2020 czy DCI. Zazwyczaj podawane wartości są zawyżone ze względów marketingowych.

Jerzy Justat ■

Gdzie szukać materiałów wideo z HDR

Aby na obrazie telewizora uzyskać efekty HDR trzeba do telewizora dostarczyć materiał wideo HDR. Najlepszy materiał wideo HDR pochodzi z płyt Blu-ray i serwisów VoD jak Netflix, Amazon Prime, YouTube oraz gier. Są też pierwsze kanały satelitarne. Większość telewizorów HDR smart TV ma aplikacje, które umożliwiają dostęp do filmów HDR.

Z serwisami VoD konkurują odtwarzacze Blu-ray 4K HDR, do których można kupić płyty z filmami nagrane w wersji HDR. Aby telewizory mogły pokazać zalety obrazu HDR, muszą odtwarzać materiał wideo w tym standardzie.

W sprzedaży pojawiły się konsole do gier Microsoft Xbox One S i Sony PS4 Pro, które umożliwiają odtwarzanie gier HDR. Konsoła PS4 Pro odtwarza gry w natywnej jakości 4K, natomiast Xbox One S natywnie nie obsługuje 4K, a odtwarzanie gier w jakości 4K odbywa się przez odpowiednie renderowanie obrazu w jakości Full HD, a następnie jego skalowanie, co jest gorszym rozwiązaniem. Popularność zyskują także odtwarzacze multimedialne 4K HDR.

Przy decydowaniu się na zakup telewizora, biorąc pod uwagę tworzenie się wymagań technicznych dla urządzeń i działania marketingowe firm, jedynym wiarygodnym kryterium jest ocena obrazu filmu HDR w wersji bez i z HDR z odtwarzacza Blu-ray 4K, serwisu VoD wyświetlanego na różnych telewizorach z HDR. Jeżeli zauważamy zwiększoną ilość szczegółów, wtedy warto zainwestować w taki telewizor. Pomocny dla osób, które chcą mieć obraz najlepszej jakości, jest certyfikat Ultra HD Premium.

TOSHIBA



Żyj przygodą na ekranie telewizora Toshiba U67

Dzięki telewizorom Toshiba z serii U67 akcja na ekranie jest jeszcze bardziej wciągająca. Czterokrotnie większa przejrzystość obrazu w porównaniu z telewizorami HD sprawia, że oglądany w rozdzielczości Ultra HD 4K obraz ożywa. A jeśli nagranie nie ma jakości 4K, można skorzystać z funkcji poprawy jakości obrazu.



NETFLIX

YouTube

ipla

FILMBOX

ULTRA HD

MONITOR AUDIO. Kolumny głośnikowe Studio

Innowacyjny model podstawkowy

Brytyjski producent kolumn głośnikowych – firma Monitor Audio – zaprezentował podstawkowe kolumny głośnikowe Studio. Zostały one zaprojektowane, aby zapewnić wydajne i pełne szczegóły brzmienie, które zwykle kojarzone jest ze znacznie większymi modelami.

Model Studio to 2-drożna, 4-omowa konstrukcja. Charakteryzuje się bardzo szerokim pasmem przenoszenia, które rozciąga się od 48 Hz aż do 60 kHz.

Kolumny wykorzystują obudowę wykonaną ze sztywnych płyt MDF. Podwójny bass-refleks w systemie HiVe II (od ang. High Velocity) pozwala uzyskać szybki przepływ powietrza oraz małe zniekształcenia dźwięku.

W obudowie zamknięto dwa płaskie 4-calowe przetworniki nisko-średniotonowe RDT II (Rigid Diaphragm Technology) z techniką C-CAM (Copper Clad Aluminum Magnesium). Cechują się one dużą sztywnością i odpornością na duże wychylenia przy zachowaniu niewielkiej masy. Między nimi znajduje się jeden wstęgowy przetwornik wysokotonowy wykonany w opatentowanej technice MPD (Micro Pleated Diaphragm). Jego działanie przypomina pracę superszybkiego akordeonu, co sprawia, że dźwięk jest realistyczny, wzbogacony o wysokie harmoniczne. Tweeter zastosowany w modelu Studio zapewnia przetwarzanie sygnału audio do częstotliwości znacznie przekraczających zakres słuchu człowieka.

Zwrotnica zastosowana w kolumnie Studio została zbudowana w oparciu o bardzo dobrej jakości kondensatory po-

lipropylenowe i wyselekcjonowane laminowane cewki indukcyjne z rdzeniem powietrznym. Częstotliwość podziału zwrotnicy wynosi 2,7 kHz.

Uzupełnieniem eleganckiej konstrukcji kolumn Studio są solidnie wykonane zaciski głośnikowe, stosowane dotychczas w jednej z najlepszych serii kolumn firmy Monitor Audio – Platinum II. W zaciskach elementem przewodzącym jest rodowana miedź, zapewniająca doskonałą przewodność elektryczną i odporność na utlenianie. Terminale obsługują wtyki bananowe, a także przewody o przekroju do 4 mm (7 AWG).

Kolumny głośnikowe Studio dostępne są w trzech satynowych odcieniach – szarym, białym i czarnym. W ofercie firmy dostępna jest również opcjonalna podstawka w białym lub czarnym wykończeniu.



HIFIMAN. Słuchawki Sundara

Nowa membrana, nowa jakość dźwięku

Model Sundara marki HiFiMan to kolejny etap ewolucji techniki magnetycznej w wykonaniu tego producenta. Słuchawki te zaskakują dojrzałym, ciepłym i barwnym brzmieniem. Wyraz „sundara” w sanskrycie dosłownie oznacza „piękno”.

Głównym elementem elegancji słuchawek Sundara, które wyszły z laboratorium dr Fang Biana, jest zupełnie nowa membrana – o 80 proc. lżejsza od tej zastosowanej w przełomowym dla firmy modelu HE-400. Przełożyło się to na kompletnie nową jakość brzmienia – szersze realne pasmo przenoszenia i bardziej precyzyjny, detaliczny dźwięk. Kolejną nowością jest hybrydowy pałak, który charakteryzuje się precyzyj-



ną regulacją, niewielką masą oraz wygodą użytkowania. Metalowe wykonanie z proszkowym malowaniem zapewnia klasyczny wygląd i solidność na długie lata. Superlekka membrana umożliwiła stworzenie słuchawek o skuteczności 94 dB, co pozwala na swobodne podłączenie ich do przenośnego odtwarzacza muzyki lub telefonu wyposażonego w odpowiednie wyjście słuchawkowe. Model Sundara najlepiej sprawdzi się we współpracy z компактowymi, przenośnymi wzmacniaczami z przetwornikami DAC, dlatego standardowo został wyposażony we wtyk jack 3,5 mm. W komplecie znajduje się przejściówka na duży jack (6,3 mm). Sugerowana cena modelu Sundara wynosi 2099 zł.



MARANTZ. Przedwzmacniacz AV8805

Wielokanałowo z 4K Ultra HD

Marantz zaprezentował nowy procesor do kina domowego – model AV8805. W 13-kanałowym urządzeniu zastosowano starannie dobrane komponenty oraz innowacyjne funkcje i rozwiązania techniczne.

Model AV8805 przeznaczony jest do współpracy z zewnętrznym wzmacniaczem mocy lub aktywnym zestawem kolumn głośnikowych. Wykorzystuje niezależne dla wszystkich kanałów moduły HDAM (Hyper Dynamic Amplifier Module) pracujące w topologii Current Feedback. Umożliwia bezprzewodowe przesyłanie sygnału audio za pośrednictwem standardów Wi-Fi i Bluetooth. Urządzenie obsługuje najnowsze systemy dźwięku przestrzennego, w tym Dolby Atmos i DTS:X. Po aktualizacji oprogramowania, która ma zostać udostępniona użytkownikom, będzie możliwa obsługa systemu Auro-3D. Dzięki zaimplementowaniu w osiemu ka-

nałach 32-bitowych cyfrowo-analogowych przetworników AK4490 udoskonalono jakość dźwięku. Marantz AV8805 ma również zaawansowaną, kompatybilną ze standardem 4K Ultra HD sekcję wideo. Jest ona zgodna z najnowszym standardem HDMI i specyfikacją HDCP 2.2 dla wszystkich 8 wejść HDMI. Przedwzmacniacz wyposażono również w udoskonalony kanał dźwięku zwrotnego (eARC). Z wykorzystaniem złącza RS-232C z certyfikatem Crestron Connected urządzenie można podłączyć bezpośrednio do zewnętrznego systemu sterowania. Szybka i łatwa integracja z automatyką Crestron możliwa jest dzięki definiowalnemu IP. Marantz AV8805 wyposażono także w zaawansowany system korekcji Audyssey MultEQ XT32.



POLK AUDIO. Subwoofery HTS 10 i HTS 12

Basy prosto z USA

Amerykański producent sprzętu audio – firma Polk Audio – wprowadza na rynek nową serię subwooferów. W ofercie polskiego dystrybutora – firmy Rafko – znalazły się dwa nowe modele – HTS 10 i HTS 12.

Seria subwooferów HTS łączy w sobie najważniejsze rozwiązania techniczne opracowane przez Polk Audio z nową jakością wykonania i wzornictwem nawiązującym do najlepszych amerykańskich wzorców. Wzmacnianą obudowę z płyt MDF postawiono na stabilnym cokole wyposażonym w deflektor ciśnienia akustycznego.

Stanowi on część systemu PowerPort, który pozwala na podniesienie skuteczności basu do 3 dB oraz uniknięcie szmerów bass-refleksu przy zbyt dużym ciśnieniu wytwarzanym wewnątrz obudowy. Subwoofery wyposażono w membrany znane z serii Signature. Kompozytowe przetworniki, po raz pierwszy użyte w serii RTI, poprawiono, sto-



suując nowy składnik wzmacniający w postaci minerału o nazwie mika, który służy m.in. do produkcji ceramiki. Głośnik napędzany jest czterowarstwową cewką, zaś zawieszenie zbudowano z wytrzymałego włókna aramidowego conex (o podobnych właściwościach jak kevlar czy nomex). Przetwornik elektroakustyczny poddano optymalizacji za pomocą techniki laserowej. Subwoofery wykorzystują wzmacniacze klasy D. Wyposażone są w regulację fazy i częstotliwości odciecia oraz złącze wyzwalające (tzw. trigger) dla poprawy integracji subwoofera z systemem kina domowego. Model HTS 10 (sugerowana cena 1799 zł) wykorzystuje 10-calowy przetwornik niskotonowy. Charakteryzuje się mocą 100 W RMS i pasmem przenoszenia od 25 do 180 Hz. W modelu HTS 12 przetwornik niskotonowy ma 12 cali.

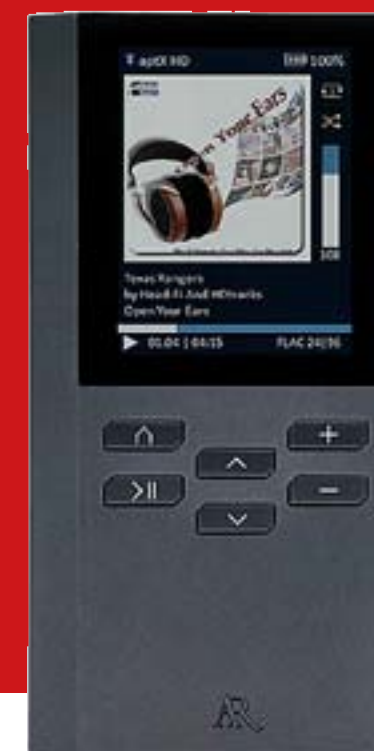
Większy z subwooferów ma 200 W RMS i pasmo przenoszenia od 22 do 180 Hz, a jego sugerowana cena detaliczna to 2199 zł.

ACOUSTIC RESEARCH. Odtwarzacz AR-M200

Maksimum dźwięku

Firma Rafko poinformowała o wprowadzeniu do sprzedaży nowego produktu marki Acoustic Research – odtwarzacza AR-M200.

AR-M200 to minimalistyczny odtwarzacz przenośny skierowany do bezkompromisowych audiofilów, którzy poszukują urządzenia o maksymalnej jakości dźwięku przy zachowaniu umiarkowanej, jak na standardy audiofilskie, ceny. Konstrukcję odtwarzacza oparto na najlepszych audiofilskich komponentach, znanych z kilkukrotnie droższych urządzeń najbardziej renomowanych producentów. Wśród nich na uwagę zasługują m.in. przetwornik cyfrowo-analogowy AK4490EQ firmy Asahi Kasei Microdevices, wzmacniacze operacyjne TPA 6120 firmy Texas Instruments czy przedwzmacniacz Burr-Brown OPA 2134.



W urządzeniu zastosowano potencjometr drabinkowy ze 150 progami głośności (krok 0,5 dB). Odtwarzacz wyposażono w zbalansowane wyjście słuchawkowe jack 4,4 mm (standard Sony Pentacore) oraz klasyczne wyjście jack 3,5 mm. Urządzenie wyróżnia

się natywną obsługą plików w jakości 192 kHz/24 bit. Ponadto obsługuje pliki DSD w jakości do 5,6448 MHz w trybie DoP DoP (DSD over PCM). Bateria o pojemności 1700 mAh zapewnia ponad 7 godz. ciągłego odsłuchu mimo zastosowania wzmacniacza słuchawkowego w klasycznej i niezwykle prądożernej klasie A. Urządzenie wyposażono w 2,4-calowy wyświetlacz. Funkcjonalność odtwarzacza została wzbogacona o moduł Bluetooth z dwustronną komunikacją, co jest unikalnym rozwią-

zaniem. Dzięki temu model AR-M200 może odbierać sygnał audio np. z komputera lub smartfona, a następnie wzmacniać go i przesyłać do podłączonych słuchawek. AR-M200 może także pełnić klasyczną funkcję nadajnika sygnału audio dla słuchawek wyposażonych w odbiornik Bluetooth. Kombinacja wzmacniacza w klasie A, wydajnego akumulatora i zaawansowanych technicznie podzespołów pozwala z wykorzystaniem AR-M200 obsłużyć praktycznie dowolne przenośne słuchawki nauszne oraz wszystkie słuchawki dokanałowe. Sugerowana cena detaliczna urządzenia to 1799 zł. Producent przewidział możliwość dokupienia etui ochronnego w cenie 199 zł.

TAGA HARMONY. Wzmacniacz TTA-500

Lampy po raz drugi

TAGA Harmony wprowadziła do sprzedaży drugi w swojej ofercie wzmacniacz lampowy – model TTA-500.

TTA-500 to hi-endowy model stereofoniczny o mocy 2×35 W, pracujący w klasie AB, zamknięty w solidnej, aluminiowej obudowie. W jego konstrukcji zastosowano cztery lampy EL34 w stopniu wyjściowym, lampę 12AX7 w sekcji przedwzmacniacza, a także dwie lampy sterujące 6SN7 oraz przełącznik trybu pracy (trioda/pentoda). Oba kanały wzmacniacza wykorzystują niezależne przetwornice i układy filtrów w stopniu zasilania. Wzmacniacz został zbudowany w oparciu o kondensatory sprzęgające światowej klasy producentów: Wima dla wejścia i do połączenia lamp sterujących z wyjściem wzmacniacza oraz kondensatory Rubycon w sekcji filtrowania zasilania. Połączane terminale głośnikowe i gniazda lamp zapewniają niemal bezstratną transmisję sygnału audio do głośników. Gniazda RCA dla wejść analogowych są solidnie wykonane z maszynowo obrabianego mosiądzu. Wejście przedwzmacniacza pozwala na wykorzystanie modelu TTA-500 jako końcówki mocy opartej na



lampach i połączenie go z systemem kina domowego (np. amplitunerem) do obsługi lewego i prawego kanału frontowego. Możliwe jest użycie tej samej pary kolumn głośnikowych w high-endowym zestawie stereo, a także w systemie wielokanałowym bez konieczności przepinania kabli czy zmiany wzmacniacza. Kabel zasilający jest odłączalny, co daje możliwość wymiany go na inny, zgodny z preferencjami użytkownika. Sugerowana cena urządzenia to 4699 zł.

MEE Audio. Słuchawki N1

Wygodne słuchawki dokanałowe

Do sprzedaży w Polsce trafiły nowe dokanałowe słuchawki bezprzewodowe N1 firmy MEE Audio, które zostały opracowane głównie z myślą o komforcie użytkownika.

N1 to funkcjonalny i łatwy w obsłudze model wykorzystujący standard Bluetooth (w wersji 4.0) do transmisji sygnału audio. Możliwe jest jednocześnie bezprzewodowe podłączenie do słuchawek dwóch urządzeń. Słuchawki doskonale sprawdzają się zarówno w codziennym użytkowaniu, jak i podczas uprawiania sportu. Obudowa przetworników została wykonana ze stopów lekkich metali. Słuchawki charakteryzują się klarownym brzmieniem z lekko podkreślonymi niskimi tonami. Dzięki sprytnym i prostym rozwiązaniom przewód słuchawkowy łączący przetworniki dokanałowe nie plącze się. Na przewodzie znajduje się 3-przyciskowy pilot z mikrofonem, z wykorzystaniem którego możemy prowadzić rozmowy telefoniczne po sparowaniu słuchawek ze smartfonem. Pilot pozwala również na regulowanie głośności i sterowanie odtwarzaną muzyką. Bateria z szybkim ładowaniem (do 2 godzin) pozwala

ła na cały dzień słuchania muzyki (do 8 godzin na jednym naładowaniu) – i to przy maśie całkowitej urządzenia wynoszącej jedynie 19 g! Czas czuwania to aż 180 godz. W komplecie znajdują się 3 rodzaje ergonomicznych wkładek dokanałowych, co pozwala dopasować ten element do preferencji użytkownika. Sugerowana cena detaliczna modelu N1 wynosi 249 zł.



TAGA HARMONY. Wzmacniacz TTP-300

Kompaktowy wzmacniacz gramofonowy

TAGA Harmony, polski producent kolumn głośnikowych i elektroniki audio, poinformował o wprowadzeniu do oferty kompaktowego wzmacniacza gramofonowego TTP-300.

Urządzenie wykorzystuje układy scalone o bardzo małych szumach własnych, zamknięte w sztywnej, stalowej obudowie z aluminiowym panelem. Solidna konstrukcja ma zapewnić odpowiednie ekranowanie przedwzmacniacza gramofonowego. Model TTP-300 charakteryzuje się ekstremalnie małą impedancją wyjściową oraz dokładną korekcją krzywej RIAA. Obsługuje gramofony wyposażone zarówno we wkładki typu MM (Moving Magnet), jak i MC (Moving Coil). Tryb pracy wzmacniacza (MM lub MC) wybierany jest za pomocą przycisku i sygnalizowany z wykorzystaniem kontrolki diodowych znajdujących się na panelu frontowym. Wzmacniacz został wyposażony w połączane terminale RCA, znajdujące się na tylnym panelu urządzenia. Oprócz wejścia gramofonowego dostępne jest też wyjście 2 × RCA.



Model TTP-300 wyróżnia się niewielkimi gabarytami. Wymiary urządzenia to zaledwie 5,4 × 11,3 × 11,3 cm. Wzmacniacz waży zaledwie 0,7 kg.

TRIANGLE. Subwoofery Thetis 380 i Tales 400

Moc niskich tonów

Francuski producent kolumn głośnikowych – firma Triangle – zaprezentował nowe modele subwooferów z linii Thetis i Tales. Subwoofery Thetis 380 i Tales 400 to najwięksi reprezentanci swoich linii produktowych.

Nowe subwoofery czerpią to, co najlepsze, z modeli dotychczas oferowanych przez firmę Triangle. Producent zoptymalizował układy wzmacniaczy, koncentrując się w nowych modelach na mocy, skuteczności i zakresie dynamiki. Model Thetis 380 to największy subwoofer w ofercie marki Triangle. Jego parametry techniczne są w stanie sprostać najbardziej wymagającym użytkownikom. Zastosowano w nim 12-calowy przetwor-

nik niskotonowy. Obudowa typu bass-reflex została zaprojektowana z wykorzystaniem czujników laserowych, co pozwoliło uniknąć niepożądanych wibracji i podbarwień dźwięku. Model Thetis 380 charakteryzuje się mocą 350 W RMS. Wyposażony został m.in. w wejście LFE, umożliwiające bezpośrednią współpracę ze wzmacniaczem lub amplitunerem kina domowego. Ma również wejścia przystosowane do podłączenia wzmacniaczy pozbawionych klasycznego wyjścia subwooferowego. Model Tales 400, podobnie jak Thetis 380, ma obudowę bass-reflex i 12-calowy głośnik niskotonowy zamontowany u podstawy kolumny. Oferuje moc 300 W RMS. Obydwa subwoofery zostały wyposażone w regulację fazy i częstotliwości odcięcia.



THE CHORD COMPANY. Złącza ChordOhmic

Wydajne połączenie

Producent hi-endowego okablowania – firma The Chord Company – zaprezentował nowe wtyki głośnikowe ChordOhmic, które mają poprawić wydajność kabli głośnikowych firmy Chord. Mogą być używane również z kablami innych producentów.

Nowe terminale głośnikowe zostały pokryte srebrem, które jest lepszym przewodnikiem od złota czy miedzi. Ma to zapobiegać stratom w jakości transmisji sygnału pomiędzy kolumnami a wzmacniaczem czy amplitunerem. Wykorzystując technikę opracowaną dla najlepszych, ale również bardzo drogiej kabli ChordMusic i Sarum T, posrebrzane wtyki zostały skonstruowane tak, aby zastąpić popularne połączane złącza stosowane w kablach Chorda. Wtyki ChordOhmic będą dostępne we wszystkich kablach głośnikowych firmy, począwszy od kabli Clearway. Firma The Chord Company, z siedzibą w angielskim Wiltshire, od wielu lat stosuje srebro w swoich bardzo dobrej jakości kablach,



WILSON. Kolumny głośnikowe Exclusive Line

Wyjątkowość w cenie, dobrej cenie

Firma Horn Distribution powiększa ofertę kolumn głośnikowych marki Wilson o nową serię Exclusive Line. Znalazły się w niej dwa modele – EL-8 i EL-4.

Kolumny Exclusive Line EL-8 to elegancie i smukłe konstrukcje podłogowe. Charakteryzują się pasmem przenoszenia od 40 Hz do 20 kHz. Zostały wykończone czarnym lakierem fortepianowym, co sprawia, że będą ozdobą eleganckiego salonu czy pokoju odsłuchowego. Kolumny EL-8 sprawdzą się zarówno w większych pomieszczeniach, jak i w miejscach, gdzie zachodzi konieczność ustawienia ich bliżej ścian. Producent dolażył wszelkich starań, aby po-

włoka lakiernicza została wykonana z zachowaniem najwyższych standardów.

Sztywna obudowa typu bass-reflex w modelu EL-8 charakteryzuje się małym rezonansem. Zastosowano w niej 1-calowy przetwornik wysokotonowy i dwa 6-calowe przetworniki nisko-średniotonowe z piankowym korektorem fazy. Rozwiązanie to skutecznie zmniejszyło masę membrany i znacząco poszerzyło charakterystykę częstotliwościową. Większy przepływ powietrza przez konstrukcję napędu cewki poprawia chłodzenie, a tym samym zwiększa wydajność przetwornika. Stabilna podstawa i solidne terminale głośnikowe zapewniają stabilne połączenie kolumn z systemami audio.

Model Exclusive Line EL-4 to kompaktowy odpowiednik kolumny podłogowej, równie elegancki i nowoczesny jak EL-8. Również wykorzystuje on obudowę typu bass-reflex z otworem umieszczonym z tyłu (nad terminalami głośnikowymi). W konstrukcji tych 2-drożnych zestawów głośnikowych zastosowano 1-calową wysokotonową tekstylną kopułkę, która współpracuje z 5-calowym przetwornikiem nisko-średniotonowym.



Rozwiązania techniczne wykorzystane w nowych zestawach głośnikowych marki Wilson sprawiły, że reprodukowana przez nie muzyka brzmi wyjątkowo realistycznie. Obszerna i adekwatnie głęboka scena dźwiękowa wydaje się nie być ograniczona ścianami pokoju odsłuchowego. Precyzyjnie osadzone pozorne źródła dźwięku, precyzyjna stereofonia i brak zniekształceń zapewnią komfort podczas każdego odsłuchu. Ceny detaliczne kolumn Exclusive Line EL-8 i EL-4 wynoszą odpowiednio 4998 i 1998 zł za parę.

Pierwsza na świecie seria odtwarzaczy mediów 4K HDR!

zappiti 4K

Mini HDR

Duo HDR

One

www.zappiti.com

AUDIOCENTERPOLAND

www.audiocenter.pl

XIAOMI. Smartwatch Amazfit Bip

Zegarek dla aktywnych

Oferowany przez Xiaomi smartwatch wyposażony w GPS oraz pulsometr.

Sprzęt charakteryzuje się również długim czasem pracy na baterii, który wynosi nawet 45 dni, a w stanie gotowości nawet cztery miesiące. Masa Xiaomi Amazfit Bip wynosi 32 g, jest więc lżejszy niż wiele tradycyjnych zegarków i nie ciąży na nadgarstku. Smartwatch umożliwia pomiar pulsu (według wskazań czujnika optycznego umieszczonego na spodzie urządzenia), a także analizę snu. Ponadto Xiaomi Amazfit Bip oferuje użytkownikowi kompas, barometr (do pomiaru wysokości) oraz trzyosiowy akcelerometr. Wygodna obsługa



zegarka jest możliwa dzięki kolorowemu ekranowi dotykowemu o przekątnej 1,28 cala, pokrytemu odpornym szkłem Corning Gorilla Glass trzeciej generacji. Amazfit Bip spełnia przy tym wymagania normy IP68. Oznacza to, że jest odporny na kurz i zachlapanie, co przyda się podczas biegania lub jazdy na rowerze w deszczu. Smartwatch wyświetla powiadomienia o połączeniach i wiadomościach przychodzących na sparowany smartfon, a także powiadomienia z aplikacji. Do wyświetlania szczegółowych danych treningowych i zmiany ustawień zegarka służy aplikacja Mi Fit, dostępna na urządzeniach z systemami Android i iOS. Xiaomi Amazfit Bip dostępny jest w czterech wersjach kolorystycznych: czarnej, białej, czerwonej oraz zielonej. Sugerowana cena detaliczna to 299 zł.

LAND ROVER. Smartfon Explore

Towarzysz podróżnika

Współpracujące firmy Land Rover i Bullitt Group zaprezentowały odporny smartfon Land Rover Explore.

Sprzęt wyposażono w akumulator o pojemności 4000 mAh, a obraz jest wyświetlany na 5-calowym ekranie Full HD. Pojemność baterii można niemal podwoić, dodając wchodzący w skład zestawu pakiet Adventure Pack. Znajdziemy w nim akumulator o pojemności 3600 mAh oraz dodatkową antenę, która znacznie poprawia dokładność GPS. Dodatkowo w zestawie jest aplikacja

Skyline firmy ViewRanger z przewodnikiem w rozszerzonej rzeczywistości. Inne dodatkowe akcesoria to akumulator o pojemności 4370 mAh czy uchwyt na rower. Współpraca z firmą Land Rover sprawiła, że wzornictwo sprzętu jest inspirowane modelem Discovery. Urządzenie przetestowano na upadek z wysokości 1,8 m, a klasa szczelności IP68 zapewnia ochronę nawet przed słoną wodą i pyłem. Producent nie zapomniał również o takich funkcjach jak możliwość obsługi ekranu dotykowego mokrymi palcami czy obsługa dwóch kart SIM.



SILICON POWER. Dysk SSD Ace A56

Pamięci 3D NAND i SLC cache

Oferowany przez Silicon Power dysk SSD znakomicie sprawdzi się np. jako uaktualnienie dla starszych notebooków.

Grubość wynosząca 7 mm pozwoli zainstalować go w większości urządzeń. Seria A56 wykorzystuje komórki pamięci 3D NAND TLC, które wspomagane są szybką pamięcią podręczną SLC. Rozwiązanie to gwarantuje większą wydajność i trwałość. Wydajną pracę nośnika zarządza zastosowany kontroler firmy Phison. Dostępne jest pięć wersji pojemnościowych: 64, 128, 256, 512 GB oraz 1 TB. Szybkość zapisu danych deklarowana przez producenta wynosi 530 MB/s w wypadku aplikacji ATTO. Współczynnik MTBF wynosi 1,5 mln godzin. O sprawność dysku dbają korekcja błędów ECC oraz system S.M.A.R.T.



AUDIOMASTER SL 900

Poczuj moc dźwięku podczas piłkarskich Mistrzostw Świata w Rosji 2018



TechniSat

AB

Rekordowe 8,5 mld zł przychodu w 2017 r.

W całym roku kalendarzowym 2017 grupa AB wypracowała niemal 115 mln zł wyniku EBITDA i 65 mln zł zysku netto przy rekordowych 8,5 mld zł przychodów ze sprzedaży.

W zdywersyfikowanym produktowo i geograficznie biznesie grupy AB w minionym kwartale, jak również w całym roku, wyróżniały się dynamiką wzrostu zarówno relatywnie nowe obszary produktowe, m.in. rozwiązania chmurowe czy akcesoria dla graczy, jak również bardziej dojrzałe projekty biznesowe, chociażby digital signage, sprzedaż z wartością dodaną w segmencie biznesowym (VAD) czy segment AGD/RTV. W grupie AB, która jest zdecydowanym nr 1 w dystrybucji produktów Apple w regionie CEE, widoczny był także pozytywny efekt premiery

iPhone'a X i iPhone'a 8, co pokazuje potencjał rynkowego popytu na produkty o charakterze innowacyjnym.

— *Generujemy solidne, stabilne wyniki finansowe oraz systematycznie powiększamy skalę i zasięg naszej działalności w oparciu o największe portfolio klientów w regionie CEE, aby długoterminowo maksymalizować zyski. W branży dystrybucji IT marże podążają bowiem śladem sinusoidy w zależności od natężenia konkurencji. Grupa AB przez ponad 27 lat swojej historii udowodniła, że z każdej fali zmian rynkowych potrafi wyjść jeszcze silniejsza. Obecnie umacniamy się na pozycji nr 1 w Polsce i regionie CEE oraz awansowaliśmy w czwartym kwartale na pozycję nr 8 w skali całej Europy – komentuje Andrzej Przybyło, założyciel, twórca sukcesu i prezes zarządu AB SA.*

Maxcom

Wyłącznym dystrybutorem Meizu w Polsce

Maxcom nawiązał współpracę z Meizu Telecom Company Limited, jednym z największych chińskich producentów smartfonów.

Polska firma będzie jedynym na rynku dystrybutorem chińskiej spółki w Polsce.

— *Z początkiem drugiego kwartału w naszej ofercie pojawi się nowa marka telefonów komórkowych. Początkowo smartfony Meizu będą dostępne w sieciach handlowych oraz sklepach telekomunikacyjnych. Z czasem trafią one też do oferty operatorów komórkowych, a w przyszłości na rynki zagraniczne*

ne – mówi Arkadiusz Wilusz, prezes Maxcomu. — *Do końca 2018 r. planujemy sprzedać ponad 100 tys. smartfonów nowej generacji marki Meizu – dodaje.*

Marka smartfonów, która zagości w ofercie spółki Maxcom, praktycznie nie jest jeszcze obecna na polskim rynku. Meizu w 2017 r. sprzedało 20 mln telefonów, z czego ponad 100 tys. smartfonów znalazło nabywców w Hiszpanii. Wynik ten potwierdza, że urządzenia trafiły w gust europejskich klientów.

Maxcom zdecydował się zastąpić będące dotychczas w ofercie tradycyjne smartfony nową generacją produktów. Smartfony marki

Maxcom przeznaczone dla osób starszych oraz modele wzmocnione zostaną w sprzedaży.

— *Nowa marka telefonów komórkowych w naszej ofercie pozwoli nam na skokowy wzrost skali działalności. Dzięki telefonom Meizu dotrzemy do grup odbiorców, którzy dotychczas nie korzystali z naszych produktów. Wierzmy, że wysoka jakość i nowoczesny design pozwoli telefonom Meizu powtórzyć na polskim rynku sukces marek Huawei i Xiaomi – mówi Andrzej Wilusz, wiceprezes Maxcomu.*



Xiaomi

4. pod względem popularności producentem smartfonów na świecie

Według nowo opublikowanego zestawienia IDC, dotyczącego sprzedaży smartfonów w ostatnim kwartale 2017 r., Xiaomi jest czwartym pod względem popularności producentem na świecie.

Firma zanotowała niemal dwukrotny wzrost sprzedaży w porównaniu z czwartym kwartałem roku 2016. Zestawienie „Worldwide Quarterly Mobile Phone Tracker”, opracowane przez IDC, wymienia producentów, którzy w trzech ostatnich miesiącach ubiegłego roku osiągnęli najlepsze wyniki, jeśli chodzi o ilość sprzedanych smartfonów. Ranking otwierają Apple, Samsung i Huawei, czwarta pozycja przypadła Xiaomi, zaś piąta – Oppo.



W ciągu roku liczba dostarczonych egzemplarzy smartfonów Xiaomi wzrosła niemal dwukrotnie – z 14,3 mln do 28,1 mln (7 proc. rynku). Firmie udało się osiągnąć ten rezultat w czasie, kiedy wszyscy pozostali producenci uwzględnieni w zestawieniu IDC odnotowali kilku- lub kilkunastoprocentowe spadki sprzedaży.

Silicon Power

Wyróżnione za wzornictwo i dystrybucję

Obchodząca w tym roku 15. urodziny firma Silicon Power na Distree Diamond Award zdobyła nagrodę dla najlepszego dostawcy w kategorii „Storage & Flash Memory”.



Jest to trzecie z rzędu wyróżnienie firmy. Oprócz tego dysk przenośny Bolt B80 zdobył drugie miejsce w kategorii „Best Product Design”. Distree EMEA by-

ło dla Silicon Power kolejnym owocnym wydarzeniem, spotkaniem z wieloma klientami oraz okazją do nawiązania kontaktu z nowymi dystrybutorami.

Nagrodą „iF Design Award 2018” został z kolei wyróżniony wszechstronny pendrive Mobile C50. Jego charakterystyczną cechą są trzy złącza USB – tradycyjne, typu C oraz mikro-USB. Dzięki temu można go podłączyć do praktycznie dowolnego sprzętu.

Blaupunkt

ABC Data dystrybutorem telefonów

Blaupunkt Competence Center Mobile Phones nawiązał współpracę ze spółką ABC Data. Przedmiotem umowy jest wprowadzenie do sprzedaży produktów z segmentu mobile.

Wraz z początkiem 2018 r. firma Blaupunkt rozpoczęła działania mające na celu wprowadzenie do Polski kolejnej grupy produktowej. Niemiecka marka chce wejść na rynek z dużym asortymentem telefonów, skierowanym do rozległego grona odbiorców. W portfolio marki Blaupunkt znajdują się zarówno telefony biurowe, specjalistyczne



oraz przeznaczone dla seniorów, jak i duże wybory smartfonów z Androidem o bardzo dobrych parametrach dostępnych w wielu wariantach kolorystycznych.

— *Często mówimy, że telefony Blaupunkt to jakość z najwyższej półki w cenie zarezerwowanej dla B-brandów. Do tego dochodzą innowacyjność i tradycja, stanowiące połączenie, które w przypadku naszej marki doskonale sprawdziło się na całym świecie. Mamy więc wszelkie powody sądzić, że podobnie będzie z segmentem mobile w Polsce – powiedział Marcin Harasim, country manager Blaupunkt Mobile & Smart Home Polska.*

STAR WARS



**BOSCH**

Technologia bliżej nas

Od teraz najtrudniejsze w pieczeniu jest czekanie.

PerfectBake

Nowa linia piekarników Serie | 8
z czujnikami **PerfectBake** automatycznie
ustawia i reguluje czas oraz temperaturę
podczas całego procesu pieczenia.
Odkryj więcej wysmakowanych detali
na www.bosch-home.pl



Łatwy przepis na **perfekcyjny efekt**



+



+



Polecam

*Hatensz
Gessler*www.bosch-home.pl