**Průzkum: Barevné vypínače a zásuvky z neobvyklých materiálů chce 65 % Čechů**

**Praha, 18. října 2021 – Český zákazník je při výběru interiérových doplňků odvážný, nebojí se s designem vypínačů a zásuvek experimentovat a rád volí i výrazné prvky. Černé doplňky jsou lákavější spíše pro muže než pro ženy. Trendy vypínačů udávají barvy, materiál, ale hlavně funkčnost. Doba přeje i prodejům přístrojů se specifickou funkcí, antibakteriální vypínače by si ráda pořídila třetina dotázaných. Zjistil to průzkum agentury STEM/MARK pro společnost Schneider Electric.**

Češi nejsou ve výběru interiérových doplňků konzervativní. Už zdaleka nesahají jenom po klasických jednoduchých bílých vypínačích, jsou otevření novým trendům. Až 65 % dotázaných by se při zařizování interiéru nebálo barevných vypínačů a zásuvek, ani neobvyklých materiálů. *„Pozorujeme, že jsou zákazníci čím dál náročnější a vědí, že i tyto prvky pomáhají doladit interiér. Nabídka vzorů a materiálů je stále širší, klienti mohou vybírat například i z kovových, kamenných, skleněných nebo dřevěných rámečků,“* uvádí Robert Šimčík, produktový manažer divize Home&Distribution společnosti Schneider Electric. Experimentovat by se nebáli jak muži, tak ženy, a to všech věkových kategorií. Nejodvážnější, co do designu vypínačů a zásuvek, jsou lidé v Jihomoravském a Libereckém kraji. V těchto končinách by 8 z 10 lidí uvítalo hravý design a neobvyklé materiály.

**Covid přeje prodejům vypínačů a zásuvek s antibakteriální funkcí**

Třetina respondentů by uvažovala o pořízení vypínače, který díky přidaným iontům stříbra dokáže zamezit dalšímu přenosu chorob. Do 24 hodin vrchní úprava eliminuje více než 99,9 % všech bakterií a virů. Nejvíce tyto vypínače zajímají skupinu od 30 do 44 let. V této věkové kategorii by si antibakteriální vypínače do domácnosti pořídila více než třetina dotázaných. Epidemie nemoci covid 19 výrazně zvedla prodeje přístrojů tohoto typu. *„Jen za první tři měsíce letošního roku jsme prodali téměř stejný počet antibakteriálních zařízení jako za celý rok 2020. Za první tři kvartály tohoto roku si pak zákazníci zakoupili již téměř dvojnásobek antibakteriálních přístrojů jako za loňských dvanáct měsíců,”* říká Šimčík.

**Černá klasika**

Třetině mužů se líbí představa mít v interiéru černý vypínač nebo zásuvku. Muži celkově ocení černé doplňky více než ženy. Většina lidí, která by si černý design zvolila do své domácnosti, je mladší 44 let. Starší generaci je v tomto ohledu konzervativnější a tato představa se jí spíše nelíbí. *„V nabídce máme antracitové vypínače již mnoho let, a přestože se nejedná o zcela černou barvu, tak i u těchto tmavě šedých jsme poslední 4 roky zaznamenali růstový trend. V loňském roce jsme uvedli na trh černou barvu u řad Asfora a Sedna. Tato černá varianta dvojnásobně překračuje prodeje například hliníkové barvy,“* konstatuje Šimčík. Na stránkách [www.vypinac.cz](http://www.vypinac.cz) si přitom může kdokoliv navolit specifickou představu provedení vypínačů. V nabídce je nepřeberné množství kombinací, které svým charakterem dokonale doplní jakýkoliv charakter domu, například i stávající historické interiéry.



**Top trendy u vypínačů a zásuvek**

I trendy v oblasti vypínačů a zásuvek se rychle vyvíjí. Vzhled sám o sobě ale nestačí, musí jít ruku v ruce s chytrými řešeními a moderní domácností. Velmi populární jsou letos přírodní motivy jako například vzhled kamene, břízy nebo městské džungle. Dále se zvedá poptávka po vzhledu bílého skla nebo leštěného zlata.

Čím dál častější je také instalace USB nabíjecího konektoru. Uživatelé si ho s oblibou umisťují místo běžných zásuvek vedle postele, kde pohodlně přes noc nabíjí chytré telefony. K dispozici jsou i verze s USB-C konektorem, který využívá stále více mobilních přístrojů. Díky většímu proudu 2,4A se mobily nabíjejí podstatně rychleji.

Trendem jsou v poslední době také vypínače a zásuvky s automatickým spínáním světel. Detektory pohybu umístěné

v místnosti zaznamenají pohyb a automaticky sepnou čidlo. Vzhled vypínače *Městská džungle*

**Ekologický design**

I designové výrobky Schneider Electric se vyrábí z převážně z přírodních materiálů jako je například břidlice, kůže, kámen nebo aluminium. *„Poptávka po udržitelných materiálech stále stoupá. Schneider Electric je celosvětově nejudržitelnější společností, v praxi to znamená, že více než 50 % surovin pochází z recyklovaných zdrojů a 100 % materiálu je interně znovu použito, aby nevznikal žádný odpad. Ve fázi balení podnikáme kroky k optimalizaci obalů výrobků a materiálů, abychom předešli vzniku odpadu,“* oznamuje Šimčík. Produkty odpovídají nejvyšším nárokům moderního interiéru, jako jsou vzhled, funkčnost, bezpečí, ale i šetrnost k přírodě. Jenom úsporné vypínače mohou významně zvýšit uživatelský komfort a přispět k úsporám. Detektor pohybu, například, automaticky zapne a vypne osvětlení nejenom v závislosti na přítomnosti osob, ale i světelných podmínkách. Efektivní využití energie pak může šetřit elektrickou energii, a tím i finanční výdaje zákazníků.

**O průzkumu:**

Průzkum společnosti Schneider Electric proběhl on-line a zúčastnilo se ho 1 029 respondentů ve věku 18–61 let v reprezentativním zastoupení podle pohlaví, věku, regionu a ekonomické aktivity. Sběr dat probíhal v červnu 2021.

 **O společnosti Schneider Electric**

Vizí společnosti Schneider Electric je umožnit každému co nejlépe využívat energii a dostupné zdroje, proto přinášíme pokrok a udržitelnost do všech oblastí života. Žijeme v souladu s heslem Life Is On. Naším posláním je být vám digitálním partnerem ve sférách udržitelnosti a energetické účinnosti. Řídíme digitální transformaci prostřednictvím integrace předních světových procesních a energetických technologií, produktů propojujících cloud s koncovými zařízeními, ovládacích prvků, softwaru a služeb napříč životním cyklem. Naše řešení umožňují integrovanou správu firem, domácností, budov, datových center, infrastruktury a průmyslu. Jsme nejlokálnější z globálních společností. Jsme zastánci otevřených standardů a partnerských ekosystémů, které sdílejí naše hodnoty smysluplného účelu, inkluze a zmocnění (Meaningful Purpose, Inclusive and Empowered).

Více na [www.se.com](http://www.se.com) a www.vypinac.cz.

 

Discover Life Is On

**Zdroje:**

* [Schneider Electric CZ](https://www.se.com/cz/cs/)

**Hashtags:** #LifeIsOn #SmartEV #BusinessContinuityMadeEasy

**Sledujte nás na:    ** 