



Jiří Šimek

JEDNATEL ZNAČKY ORESI, NEJVĚTŠÍHO
SPECIALISTY NA KUCHYŇE

Dřevodekory jsou někdy hezčí než realita

Ve světě kuchyní je pořád co vymýšlet, aby nás vaření ještě víc bavilo. O aktuálních trendech jsme si povídali s Jiřím Šimkem. Jeho heslo „Oresi vám dá víc“ určitě znáte!

Co nabízíte jako novinky pro letošní sezonu?

Je známá věc, že masivní dřevo je v kuchyni problematický materiál. My nabízíme i řešení povrchů ve formě dýhy, která stejně dnes největší rozmach zažívají dřevodekory. Nábytkové desky se vzory inspirovanými grafikou skutečného dřeva se v posledních letech prudce vyvíjejí jak z hlediska designu, tak technologií. My už také ani nepoužíváme termíny jako imitace nebo napodobeniny přírody. Aktuální technologie totiž umějí zachytit a přenést do nábytkových desek podmanivou přírodní energii dřeva a ještě ji esteticky povýšit, dodat jí jakousi symboličnost a vizuální přesah. Přirovnal bych to k situaci,

kdy vynikající filmová kamera umí ukázat svět ptačlivější, než je skutečnost.

Jak tedy takový kuchyňský nábytek vypadá?

Dvířka a pracovní desky jsou mimořádně příjemné na dotek i na pohled. Velké pochopení jsme našli u italské značky Cleaf, která pro nás teď vyrábí desky inspirované unikátním dřevem stromu pavlovnie a dekory, které přenesou do kuchyňských interiérů silné emoce v podobě opalovaného a v druhém případě větrem vyběleného dubového dřeva – a s mimořádným italským espritem. Věříme, že v kombinaci s čistými pastelovými plochami hladkých dekorů, které pro nás vyrábí například francouzská



značka Polyrey, dáme lidem možnost vytvářet si své domovy s velkým citovým nábojem od rustikálního pojetí po ultramoderní výraz.

Značka Oresi je lídrem zdejšího trhu už řadu let. Jak se během té doby proměnily požadavky vašich zákazníků?


Zákazníci jsou stále náročnější. Na začátku, v 90. letech, jsme to byli právě my z Oresi, kdo naučil české zákazníky, že kuchyň může být uživatelsky komfortní, kvalitní, esteticky ptačlivá a přitom dostupná, nebo dokonce levná. A zákazníci tenkrát chápali, že za cenovou výhodnost zaplatí například omezeným výběrem dekorů. To už ale dnes neplatí. Lidé chtějí nízké ceny, ale mají vysoké požadavky. A my jsme se prostě naučili jim vyhovět. Uplatňujeme nejefektivnější technologie, máme vychytanou logistiku, díky velkým objemům naší produkce můžeme tlačit u našich dodavatelů na snížení cen. Takhle se nám daří i u všech našich čtyř značek nabízet vždy ten nejlepší poměr cena/výkon. To nám dává možnost sledovat aktuální vývoj jako trendy značka a přitom nabídnout naše kuchyně i nejširší veřejnosti. Ostatně i naše luxusní modely prodáváme výhodněji než kdokoli srovnatelný na českém trhu, protože i movití klienti samozřejmě rádi ušetří.

Jaké vnímáte ve svém oboru aktuálně nejpopulárnější trendy?

Víte, několikrát jsme si nad našimi novými dřevodekory říkali, jak blízko má řečneme tradiční výraz dekoru k tomu až futuristickému. Třeba

značka Polyrey, dáme lidem možnost vytvářet si své domovy s velkým citovým nábojem od rustikálního pojetí po ultramoderní výraz. kresba dubového dřeva v poněkud nadpozemsky šedém odstínu dekoru dub antik z kuchyně Tree Talk se nám najednou před očima změnila v jakousi kosmickou mapu. Takže je otázka, jak to s těmi trendy vlastně je. My sledujeme všechno zajímavé, co se v našem oboru děje, a vždy reagujeme na aktuální módní styl, ale hlavně chceme pro lidi nacházet motivy a nápady, které jsou nadčasové a všechny chvilkové trendy přežijí.

V čem tkví podle vás skutečná nadčasovost?

To vám řeknou sami zákazníci, když jim opravdu nasloucháte. Stále pracujeme na rozvoji klasických bílých kuchyní a chceme v tomto směru mít pro zákazníky široký výběr lesků i matů, více či méně zrcadlových nebo hedvábných. Zároveň rozvíjíme linie provensálských či – chcete-li – rustikálních kuchyní a věnujeme se hodně i minimalismu. V tomto směru se nám líbí přístup japonského minimalismu – japan a scandi. Mimochodem, japonský minimalismus opřený o úplně jinou duchovní tradici nám znovu objevuje prostor, krásnou a přitom oduševňující. A nové dekory, provedené na převratné technologické úrovni, jdou s tímto pojetím ruku v ruce. Čtěl bych říci, že nejdůležitější v našem oboru je, aby se vývoj kuchyní jako obor nezastavil. Stále se objevují nové postupy a nápady, které zvyšují uživatelský komfort a estetickou hodnotu kuchyní. My jdeme vždycky s touto vlnou, a když to jde, tak je naší snahou ji i trochu iniciovat. Koneckonců je to práce s krásným cílem – obohacovat domovy lidí. 

3× MUST HAVE CO MUSÍM MÍT VE SVÉ KUCHYŇI.

Miluju víno. Takže v kuchyni potřebuji příruční vinotěku a všechno potřebné sklo – dekantéry a číše na různé druhy vín. Poslední dobou spolupracuji s přáteli ze sklárny Moser a jejich sklo mě opravdu oblažuje.



Díky přátelství s malířem Ivanem Komárkem dnes už vím, že ve své kuchyni potřebuji mít výtvarné dílo. S Ivanovou nástěnnou malbou – veselými konzumenty lahůdek – je naše kuchyně zdrojem radosti a energie pro celou rodinu.

Další věc, kterou musím mít v kuchyni, je pořádek. Proto děláme takové kuchyně, v nichž se pořádek dobře udržuje.



FOTO ARCHIV FIRMY ORESI, NAOKO A MOSER