

# Infiniti Centrum Praha: architektúra a automobily



Author: SF / pb | Published: 14.06.2010

Autosalóny sú síce ako architektonický typ maloobchodnou predajnou jednotkou, ale v ich pomerne širokom spektre sú jednoznačne unikátom. Je to dané výnimočnými rozmermi, ako aj cenou predávaného tovaru, spôsobom predaja a predovšetkým snahou podporiť a prehĺbovať povedomie o značke a jej identite. To je - samozrejme, popri funkčnosti - i hlavnou úlohou budov autosalónov a ich architektúry. „Celkový koncept, architektonický štýl i dizajn interiérov vychádzajú z manuálu platného pre všetky krajiny, čo značke Infiniti zabezpečuje jednotnú prezentáciu na celom svete,“ vysvetľuje Ivana Zimová, manažérka marketingu skupiny Auto Palace Group, ktorá Infiniti Centrum Praha prevádzkuje. Záväznosť univerzálneho konceptu však neznamená, že značky autosalónov sú všade na svete absolútne identické. Pri ich navrhovaní musí architekt okrem už daných pravidiel brať do úvahy aj zámer predajcu, veľkosť a typ trhu a v neposlednom rade i kvalitu a charakter pozemku a lokality vôbec. Univerzálne štandardy však viac-menej zaručujú, že výsledok vždy zodpovedá koncepcii a charakteru značky a jej produktom. A hoci to na prvý pohľad nemusí byť zrejmé, autosalóny a samotné vozidlá značky Infiniti majú spoločného viac, ako by sa mohlo na prvý pohľad zdať.

## Jazda ako zábava

Značka Infiniti vstúpila na európsky automobilový trh pred dvoma rokmi, na český pred rokom. Pre znalcov to však nie je nová značka - Infiniti je luxusná divízia automobilky Nissan. Podobne ako má Toyota vo svojom portfóliu Lexus. Zaradenie do tzv. prémiového segmentu do značnej miery vypovedá o kvalite vozidiel Infiniti. Sú to nielen reprezentatívne, ale zároveň aj športové autá. „Jazda ako zábava s výkonným a krásnym vozidlom ako prostriedkom na potešenie všetkých zmyslov - tak možno charakterizovať naše autá,“ hovorí Pavel Cigánik, riaditeľ Infiniti Centrum Praha. Tomu zodpovedá dynamický dizajn a, samozrejme, aj jazdné vlastnosti. Automobilom Infiniti dodávajú patričný švih nielen výkonné benzínové motory 3,7 l V6 (320 k) a 5,0 l V8 (390 k) či úplne nový dieselový motor s výkonom 238 k, ale rovnako aj moderné a pokrokové technológie. Značka Infiniti dnes ponúka tri modelové rady, v ktorých nájdeme všetky základné modely: sedan, kupé, kabrio a crossover v dvoch variantoch (v radoch EX a FX, ktoré sú vlajkovou loďou súčasného portfólia značky). Na jeseň k nim pribudne aj luxusná limuzína Infiniti M.

Infiniti začalo písať svoju históriu pred 20 rokmi v USA a aj preto sa pri vozidlách tejto značky často spomína automatická prevodovka. Vozidlá určené pre európsky a americký trh sa však v mnohom odlišujú. „Európania sú rozmaznanejší, ponúkame im preto pohodlnejšie a kvalitnejšie interiéry s komfortnejšou

výbavou. A rovnako výkonnejšie brzdy,“ hovorí Vít Junek, predajný konzultant. Ďalej vysvetľuje: „Rýchlostné limity v USA a disciplína tamojších vodičov nekladie na vozidlá v tomto smere veľké nároky. Európania sú ale hravejší, silné motory a výkonné brzdy sú v tomto segmente nevyhnutnosťou.“

Na automobilovej scéne predstavujú autá značky Infiniti špičku, aj preto sa pri ich modeloch objavujú technologické novinky, ktoré sú pre iné značky nedostupné. Sofistikovaná technika však pritom na vodiča vôbec nekladie zvláštne nároky. „Samozrejme máme manuál, ale čítať ho nie je také nevyhnutné. Naším zákazníkom radím, aby sa jednoducho riadili vlastným inštinktom. Ten im najlepšie napovie, ako sa vozidlo ovláda. A to je jedna z významných vlastností automobilov našej značky,“ tvrdí Vít Junek. Rovnakú ambíciu však majú aj autosalóny Infiniti.

## Autosalón ako boutique hotel

„V každom okamihu viete, kde ste,“ opisuje jeden z princípov architektonického riešenia autosalónov Infiniti Vít Junek. Ľahká orientácia v priestore je možno hlavným atribútom neokázalého a príjemného prepychu, aký autosalóny i vozidlá Infiniti ponúkajú.

Průhonický autosalón má tvar elipsy s dvoma nadzemnými podlažiami. Jeho presklený parter signalizuje účel stavby rovnako ako mohutný totem s logom značky pred vchodom. Už vstupné priestory so zníženými podhlľadmi a tmavším sfarbením však navodzujú intímnejšiu atmosféru umocnenú nápisom „Vítame vás!“. Vchod slúži ako recepcia, kde vás privíta usmievavá slečna recepčná, ktorá vás uvedie a ponúkne občerstvenie. Odtiaľ sa ďalej prechádza priamo do samotného show-roomu, kde rozumne dimenzovaná plocha ponúka miesto na prezentáciu šiestich modelov. Dôležitým miestom hlavného priestoru salónu je viditeľne umiestnený konfigurátor, kde predajca podľa zadania klienta s pomocou počítača „skladá“ finálnu podobu automobilu na veľkom LCD monitore.

Opticky je show-room rozdelený galériou vo výške prvého poschodia, kde sa nachádza tiež konferenčná miestnosť, ktorú môžu zákazníci Infiniti Centrum Praha využívať na svoje rokovania úplne zadarmo. Ďalšie rokovacie priestory, vrátane biznis lounge a kancelárií personálu sú umiestnené na prízemí pod galériou. Ústretovosť a priateľské poňatie všetkých priestorov pritom podčiarkuje skutočnosť, že väčšina stien je presklená. „Chceme navodiť atmosféru ako v malých luxusných boutique hoteloch,“ konštatuje Ivana Zimová. Prírodný leštený kameň, keramika v pastelových farbách a teakové drevo na jednej strane pomáhajú vytvoriť takpovediac domácku atmosféru, sklo a kov na strane druhej deklarujú predsa len technicistný a praktický charakter stavby. Zámer je zrejмый: architektúra autosalónu má za úlohu evokovať podobnú náladu a emócie, ktoré vyvolávajú samotné autá Infiniti.

„Chceme, aby sa u nás ľudia cítili príjemne, a nie ako na oficiálnej návšteve. A pretože nákup automobilov nie je záležitosťou minút, klienti si u nás môžu prečítať noviny, pozrieť sa na televíziu alebo využiť internetové pripojenie WiFi a k tomu dostanú zadarmo malé občerstvenie (káva, minerálka, keksy atď.). A priestor nášho autosalónu môžu využiť trebárs i na vlastné obchodné schôdzky,“ približuje Pavel Cigánik spôsob, ako budova funguje. Infiniti Centrum v Průhoniciach aj preto za návštevu určite stojí - nielen ako inšpirácia pre motoristov, ale i architektov, ktorí mimochodom patria k častým zákazníkom tejto dynamickej japonskej značky.