

# Infiniti Centrum Praha: architektura a automobily



Author: SF / pb | Published: 14.06.2010

Autosalony jsou sice jako architektonický typ maloobchodní prodejní jednotkou, ale v jejich poměrně širokém spektru jsou zcela unikátní. To je dáno i výjimečnými rozměry a cenou prodávaného zboží, způsobem prodeje a především snahou podpořit a prohlubovat povědomí o značce a její identitě. To je - samozřejmě vedle funkčnosti - i hlavním úkolem budov autosalonů a jejich architektury. „Celkový koncept, architektonický styl, i design interiérů vycházejí z manuálu platného pro všechny země, což značce Infiniti zajišťuje jednotnou prezentaci všude ve světě,“ vysvětluje Ivana Zimová, manažerka marketingu skupiny Auto Palace Group, která Infiniti Centrum Praha provozuje. Závaznost univerzálního konceptu nicméně neznamená, že autosalony značky jsou všude ve světě naprosto identické. Při jejich navrhování musí architekt vedle daných pravidel brát v potaz i záměr prodejce, velikost a typ trhu a v neposlední řadě i kvalitu a ráz pozemku a lokality vůbec. Univerzální standardy nicméně zaručují, že výsledek vždy odpovídá koncepci a charakteru značky a jejím produktům. A jakkoli to na první pohled nemusí být zřejmé, autosalony a samotné vozy značky Infiniti mají společného více, než by se na první pohled mohlo zdát.

## Jízda jako zábava

Značka Infiniti na evropský automobilový trh vstoupila před dvěma lety, na český před rokem. Pro znalce ale přesto nejde o značku novou - Infiniti je luxusní divizí automobilky Nissan, podobně jako má třeba Toyota ve svém portfoliu Lexus. Zařazení do tzv. prémiového segmentu do značné míry vypovídá o kvalitě vozů Infiniti. Jsou to ovšem vozy nejenom reprezentativní, nýbrž i sportovní. „Jízda jako zábava, s výkonným a krásným vozem jako prostředkem k potěše všech smyslů - tak lze charakterizovat naše vozy,“ říká Pavel Cigánik, ředitel Infiniti Centrum Praha. Tomu odpovídá dynamický design a samozřejmě i jízdní vlastnosti. Automobilům Infiniti dodávají patřičný švih nejenom výkonné benzinové motory 3,7 l V6 (320k) a 5,0 l V8 (390 k) nebo zcela nový dieselový motor s výkonem 238 k, ale též moderní a pokrokové technologie. Pod značkou Infiniti se dnes nabízejí tři modelové řady, v nichž najdeme všechna základní provedení: sedan, coupé, cabrio a crossover ve dvou variantách (v řadách EX a FX, což je vlajková loď současného portfolia značky), k nimž na podzim přibude ještě luxusní limuzína Infiniti M.

Infiniti svou historii začala psát před dvaceti lety v USA a také proto u jejích vozů často přichází ke slovu automatická převodovka. Jinak se ovšem vozy pro evropský a americký trh v mnoha ohledech liší. „Evropané jsou rozmazlenější, nabízíme jim proto pohodlnější a kvalitnější interiéry, s bohatší výbavou. A také výkonnější brzdy,“ říká Vít Junek, prodejní konzultant, a vysvětluje: „Rychlostní limity v USA a

disciplína tamějších řidičů na vozy v tomto ohledu neklade velké nároky. Evropané jsou ale hravější, silné motory a výkonné brzdy jsou v tomto segmentu nutností.“

Na automobilové scéně vozy Infiniti představují špičku, proto se také u jejích modelů objevují technologické novinky, u jiných značek nedostupné. Sofistikovaná technika ale přitom na řidiče neklade žádné zvláštní nároky. „Samozřejmě máme manuál, ale není tak nezbytné ho číst. Naším zákazníkům radím, aby se prostě řídili vlastním instinktem. Ten jim nejlépe napoví, jak se vůz ovládá. To je jedna z významných vlastností vozů naší značky,“ tvrdí Vít Junek. Stejnou ambici zjevně mají i autosalony Infiniti.

## Autosalon jako boutique hotel

„V každém okamžiku víte, kde jste,“ popisuje jeden z principů architektonického řešení autosalonů Infiniti Vít Junek. Snadná orientace v prostoru je možná hlavním atributem neokázalého a příjemného přepychu, který autosalony i vozy Infiniti nabízí.

Průhonický autosalon má tvar elipsoidu o dvou nadzemních podlažích. Jeho prosklený parter signalizuje účel stavby stejně jako mohutný totem s logem značky před vchodem. Už vstupní prostory se sníženými podhledy a tmavějším vybarvením ale navozují intimnější atmosféru, umocněnou nápisem „Vítáme vás!“. Vchod slouží i jako recepce, kde vás přivítá usměvavá slečna recepční, která vás uvede a nabídne občerstvení. Odtud se dále prochází přímo do samotného show-roomu, kde rozumně dimenzovaná plocha nabízí místo k prezentaci šesti vozů. Důležitým místem hlavního prostoru salonu je viditelně umístěný konfigurátor, kde prodejce podle zadání klienta s pomocí počítače „skládá“ finální podobu automobilu na velkém LCD monitoru.

Opticky je show-room rozdělen galerií ve výši prvního patra, kde se nachází též konferenční místnost, kterou mohou zákazníci Infiniti Centrum Praha využívat ke svým jednáním zcela zdarma. Další jednací prostory, včetně business lounge a kanceláří personálu jsou umístěny v přízemí pod galerií. Vstřícnost a přátelské vyladění všech prostor přitom podtrhuje skutečnost, že většina stěn je prosklená. „Chceme navodit atmosféru jako v malých luxusních boutique hotelích,“ konstatuje Ivana Zimová. Přírodní leštěný kámen, keramika v pastelových barvách a teakové dřevo na jedné straně pomáhají vytvořit takřka domáckou atmosféru, sklo a kov na straně druhé deklarují přeci jen technicistní a praktický charakter stavby. Záměr je zřejmý: architektura autosalonu má za úkol evokovat podobnou náladu a emoce, které vyvolávají samotné vozy Infiniti.

„Chceme, aby se u nás lidé cítili příjemně, nikoli jako na oficiální návštěvě. A protože nákup automobilu není záležitostí minut, klienti si u nás mohou přečíst noviny, podívat se na televizi nebo využít internetové připojení WiFi a k tomu dostanou zdarma malé občerstvení - kávu, minerálku, keksy. A prostor našeho autosalonu mohou využít třeba i pro vlastní obchodní schůzky,“ přibližuje Pavel Cigánik způsob, jak budova funguje. Infiniti Centrum v Průhonicích i proto určitě stojí za návštěvu - nejen jako inspirace pro motoristy, ale i architekty, kteří ostatně patří k častým zákazníkům této dynamické japonské značky.