

ČESKÁ ZEMĚDĚLSKÁ UNIVERZITA V PRAZE

Provozně ekonomická fakulta

Katedra obchodu a financí



Diplomová práce

Analýza faktorů kvality biovína

Petra Míčová

© 2012 ČZU v Praze

!!!

**Místo této strany vložíte zadání diplomové práce.
(Do jedné vazby originál a do druhé kopii)**

!!!

Analýza faktorů kvality biovína

ČESTNÉ PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že jsem v rámci plnění studijních povinností vypracovala diplomovou práci s názvem "Analýza faktorů kvality biovína" samostatně pod vedením vedoucí diplomové práce a s použitím odborné literatury a dalších informačních zdrojů, které jsou citovány a uvedeny na konci v seznamu literatury. Jako autorka uvedené diplomové práce dále prohlašuji, že jsem v souvislosti s jejím vytvořením neporušila autorská práva třetích osob.

V Praze dne 22. 3. 2012

.....

Podpis

PODĚKOVÁNÍ

Ráda bych tímto vyjádřila vřelý dík zejména své vedoucí diplomové práce Ing. Petře Šánové, PhD. za předané znalosti, trpělivý přístup, cenné poznatky a připomínky při sepisování této práce. Dále bych také chtěla poděkovat své rodině, zejména mému manželovi, mamince, tatínkovi a sestře za všestrannou podporu, pochopení, nesčetné rady a pomoc během studia. Zvláštní poděkování patří také znalci vína J. Krommerovi.

Analýza faktorů kvality biovína

The analysis of organic wines quality factors

Souhrn

Ekologické zemědělství staví na filosofii holistického chápání přírody, jež se snaží udržovat a posilovat zdraví agroekosystému. I v ČR zažívá obrovský rozmach, přičemž jedním z jeho nejrychleji se rozvíjejících odvětví je ekologické vinohradnictví. V poslední době došlo v ČR k velkému nárůstu výměry ekologicky obhospodařovaných vinic a také výrazně vzrostl počet ekovinařů. Cílem provedeného průzkumu bylo analyzovat faktory kvality biovína z hlediska běžných spotřebitelů v komparaci s konvenčně vyprodukovanými víny. Výsledky ukázaly, že běžní konzumenti vín, resp. biovín preferují kvalitu vína před jeho cenou, přičemž kvalita biovín je srovnatelná s konvenčně vyprodukovanými víny. Navíc i spotřebitelé se chtějí chovat zodpovědně k přírodě a životnímu prostředí. Na druhou stranu z hlediska ekovinařů a producentů by biovíno potřebovalo zvýšit intenzitu propagace, aby se tento méně známý segment trhu dostal do širšího povědomí české veřejnosti. Součástí šetření byl i pohled znalce vín, který byl přínosem nejen pro srovnání spotřebitelského a profesionálního vnímání biovína, ale i získání nových informací o senzoryckém hodnocení vín/biovín pro spotřebitele.

Klíčová slova: bio, víno, biovíno, spotřebitel, chování, kvalita, faktor, producent, dotazník, ochutnávka

Summary

Organic agriculture is based on holistic realizing natural system which promotes and enhances agroecosystem health. In the Czech Republic, organic farming has undergone large dynamic development. The organic viniculture is one of the most quickly developing branches of the organic agriculture. A relatively high increase in land area was recorded in the case of vineyards in the organic farming system and the number of wine-growers, who joined the organic farming system, has risen rapidly. The aim of the study was to analyze the organic wines quality factors in terms of consumers in comparison with conventionally produced wines. These results showed that regular wine/organic wine drinkers prefer the quality instead of price and the quality of organic wine is comparable to conventionally produced wines. Additionally, the consumers want to behave responsibly for nature and the environment. On the other hand, the organic wine-growers and producers should increase the intensity of promotion to make this less known segment of the market more familiar for the Czech public. The wine expert view was important not only for the comparison of organic wine perception by consumers and professional, but also learnt new information about wine/organic wine sensory evaluation for consumers.

Keywords: organic, wine, organic wine, consumer, behavior, quality, factor, producer, questionnaire, tasting

OBSAH

1	ÚVOD.....	9
2	CÍL PRÁCE A METODIKA.....	10
2.1	Cíl diplomové práce	10
2.2	Metodika diplomové práce	10
3	LITERÁRNÍ REŠERŠE.....	15
3.1	Ekologické zemědělství.....	15
3.1.1	Základní principy a cíle ekologického zemědělství	15
3.1.2	Současný stav ekologického zemědělství v České republice	16
3.2	Ekologické vinohradnictví a vinařství v České republice	19
3.2.1	Současný stav ekologického vinohradnictví v České republice.....	19
3.2.2	Charakteristika odrůd vinné révy pěstovaných v biokvalitě v ČR.....	23
3.2.3	Biovináři – průkopníci v České republice	25
3.2.4	Obchod a prodej biovín v České republice.....	27
3.2.5	Marketingový plán a strategie obchodu s biovinem v České republice	30
3.3	Kvalita vín, resp. biovín	35
3.3.1	Rozdělení vín (biovín) podle kvality	35
3.3.2	Senzorické hodnocení a technika smyslového hodnocení vín.....	38
3.3.3	Ochutnávka – prostředí ochutnávky, stolování při ochutnávce, teplota podávaného vína, seřazení vín při ochutnávce, podávání vína.....	42
3.3.4	Kritéria hodnocení vín	45
4	VÝSLEDKY A DISKUZE.....	48
4.1	Výsledky úvodního dotazníkového šetření.....	49
4.2	Výsledky ochutnávky	67

4.3	Výsledky závěrečného dotazníkového šetření.....	72
4.4	Zhodnocení ochutnávky profesionálním degustátorem.....	81
4.5	Celkové zhodnocení průzkumu a formulace doporučení	86
4.6	Diskuze	91
5	ZÁVĚR.....	102
6	SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ.....	104
7	PŘÍLOHY	112

1 ÚVOD

Současné trendy žít a stravovat se zdravě, udržovat čistotu životního prostředí, pečovat o trvalou úrodnost půdy, používat chemikálie k výživě rostlin a na ochranu zemědělských plodin před škodlivými činiteli zodpovědně a jen v opodstatněných dávkách (*Kraus₁ a kol., 2008*), nutí řadu zemědělců k přechodu na ekologický způsob hospodaření. Ekologické zemědělství ale není pouhým krátkodobým trendem, ale významným a perspektivním odvětvím přispívajícím k rozvoji trvale udržitelného zemědělství, které zažívá v poslední době rozmach i v ČR. Jedním z jeho nejrychleji rozvíjejících se segmentů je ekologické vinohradnictví. Plocha obhospodařovaných vinic se v ČR blíží k výměře 1000 ha, čímž ČR patří mezi přední evropské země v poměru ekologických vinic vůči celkové ploše vinic (cca 6%) (*Stávek₁, 2011*). Je to úroveň srovnatelná s rozsahem ekovinic v Rakousku, které se řadí k evropské špičce (*Hluchý, 2011*). V posledních letech se také navýšil počet ekovinařů. Důvodem jejich zájmu jsou i neobsazené pozice na trhu s biovínem a možnost exportu (*MZe₁, 2011*). Dalším aspektem může být i dlouholetá tradice pěstování vína v ČR.

S rostoucím počtem ekologicky hospodařících vinařů na našem území, zároveň roste i nabídka jejich produkce, čímž dochází k postupnému uspokojování stále se zvyšující poptávky běžných spotřebitelů. Pro ně se stávají významné informace zejména o přirozenosti a původu produktu, kdy je výsledkem ekologického vinohradnictví přírodní víno s téměř nulovým zbytkem syntetických reziduí, jehož výroba proběhla od začátku do konce s maximálním ohledem na životní prostředí. Samotné víno, resp. biovíno je zvláštní komoditou v tom směru, že znalce a milovníky zajímá především sensoricky hodnocená kvalita (vzhled, vůně a chuť vína). Proto se tato diplomová práce zabývá analýzou kvalitativního vnímání biovína běžnými spotřebiteli v komparaci s konvenčně vyprodukovanými víny. Výsledky by mohly poskytnout rady a doporučení nejen pro běžné spotřebitele, ale mohly by sloužit i jako nástroj obchodních a marketingových strategií zaměřených na zákazníka pro výrobce, zpracovatele a obchodníky.

2 CÍL PRÁCE A METODIKA

2.1 Cíl diplomové práce

Hlavním cílem práce je identifikovat faktory kvality biovína z pohledu běžného spotřebitele v komparaci s obecně platnými parametry kvality vína, a formulovat tak stanoviska, rady a doporučení nejen pro běžné spotřebitele, ale i výrobce, zpracovatele a obchodníky jako nástroj obchodních a marketingových strategií při produkci biovín.

Dílčí cíle práce vedoucí k dosažení hlavního cíle jsou:

- 1) osvojení si schopnosti řešit danou problematiku
- 2) práce s odborným textem
- 3) prezentace základů ekologického vinařství a biovín
- 4) provedení degustace biovín dle standardů
- 5) analýza dotazníkových šetření a výsledků degustace
- 6) porovnání výsledků ochutnávky s odborným názorem degustátora
- 7) formulace stanoviska spotřebitelů a spotřebitelské zvyklosti při konzumaci biovín
- 8) formulace rad a doporučení pro pěstitele a producenty biovína pro zvýšení propagace jejich biovín
- 9) vedení odborné diskuze na dané téma.

2.2 Metodika diplomové práce

Literární rešerše spočívá v analýze a syntéze dat ze sekundárních zdrojů literatury, které jsou uvedeny na konci této práce v seznamu literatury.

Empirická část diplomové práce vychází z kvalitativního šetření. Technikou sběru dat jsou podpůrná dotazníková šetření a neformální rozhovory a pozorování reakcí spotřebitelů při ochutnávce včetně jejich reakcí, z nichž je pořízen videozáznam (*Hendl, 2005*). K vlastnímu provedení průzkumu jsou zvolena vždy dvě biovína (jedno červené, jedno bílé) od každého ze čtyř průkopníků biovinařství v ČR – Josef Abrle, František Mádl,

Miloš Michlovský, Vlastimil Peřina. Do ochutnávky jsou záměrně zařazena suchá, resp. polosuchá biovína díky oblíbenosti respondentů, kteří při úvodním dotazníkovém šetření nejčastěji uváděli oblíbenost suchých vín (viz kapitola 4.1). Respondenti nemají v průběhu ochutnávky k dispozici základní identifikační údaje vztahující se k jednotlivým biovinům (Gosch, 2005). Sběr těchto dat probíhal ve Chvaleticích a Velkých Žernosekách v měsících říjen – prosinec 2011.

Do průzkumu jsou zařazeni respondenti (celkem 16) z řad běžných spotřebitelů, kteří běžně konzumují konvenčně vyráběná vína, nicméně jsou zvyklí na určitý jakostní standard tzv. „selských“ moravských vín přímo od vinaře. Respondenti také nemají žádné profesionální zkušenosti se sensorickým hodnocením vín. Před vlastním průzkumným šetřením znali tematiku biovína a ekologického pěstování vinné révy pouze okrajově.

První část průzkumu sestává z vyplnění úvodního dotazníku (viz příloha 11) vybranými respondenty. Úvodní otázky jsou identifikační. Následující otázky jsou zaměřeny na konzumaci vína (preferenze odrůd, jakost, cena), spotřebitelské vnímání chuti vína a znalosti o biovýrobci a biovině (biovináři, odrůdy vinné révy pěstované v biokvalitě).

Druhá část je zaměřena na poučení vybraných respondentů formou krátké informativní prezentace (viz příloha 12) o předmětu a průběhu ochutnávky, jakým způsobem si budou respondenti zapisovat poznámky, které následně slouží jako podklad pro výsledkovou část diplomové práce.

Třetí část je zahájena ochutnávkou nultého vzorku v otevřené diskuzi. Nultý vzorek před ochutnávkou bílých biovin byl „selský“ vyprodukovaný Ryzlink rýnský (ročník 2010). Nultý vzorek před ochutnávkou červených biovin byla „selský“ vyprodukovaná Frankovka (ročník 2010). Po té následuje vlastní ochutávka, která probíhá dle daných standardů uvedených dále v textové části (viz kapitola 3.3.3) (Kraus a Kopeček, 2005; Kraus₂ a kol., 2010; Steidl, 2010). Důraz je kladen na to, aby se jednotliví respondenti vzájemně neovlivňovali (Gosch, 2005). Průběh ochutnávky je zaznamenáván. Všichni respondenti vyplní zjednodušenou degustační tabulku pro hodnocení tichých vín (viz tabulka 2) dle předem daných bodů ve vzorové tabulce (viz tabulka 1) (Kraus₂ a kol., 2010). Každý vzorek biovína může obdržet maximálně 80 bodů. Zjednodušená degustační

tabulka proto, že si běžní spotřebitelé při krátkém předběžně provedeném průzkumu nejsou schopni nic představit pod pojmem čistota u vůně a chuti a pod pojmem intenzita u chuti vína. Tento model vyšel z původního stobodového systému Mezinárodní unie enologů a je v současnosti mezinárodně uznávaným stupnicovým systémem pro hodnocení tichých vín (Kraus₂ a kol., 2010). Navíc má každý z nich k dispozici čistý list papíru, kde si může psát vlastní poznatky (viz tabulka 2).

Tabulka 1: Zjednodušená degustační tabulka pro hodnocení biovín s počty přidělovaných bodů předložená respondentům jako vzor (Kraus₂ a kol., 2010)

Bodovací tabulka k hodnocení biovín						
Tichá vína		vynikající	velmi dobré	dobré	uspokojivé	nedostatečné
Hodnocení						
Vzhled	čirost	5	4	3	2	1
	barva	10	8	6	4	2
Vůně	intenzita	8	7	6	4	2
	harmonie	16	14	12	10	8
Chuť	harmonie	22	19	16	13	10
	délka vjemu	8	7	6	5	4
Celkový dojem		11	10	9	8	7

Tabulka 2: Zjednodušená degustační tabulka pro hodnocení biovín k vyplnění bodů (Kraus₂ a kol., 2010) a pro záznam vlastních poznatků z ochutnávky biovín

Bodovací tabulka		Bílá vína				Červená vína			
		B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled	čirost								
	barva								
Vůně	intenzita								
	harmonie								
Chuť	harmonie								
	délka vjemu								
Celkový dojem									

Tabulka vnímání		Bílá vína				Červená vína			
		B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled	čirost								
	barva								
Vůně	intenzita								
	harmonie								
Chuť	harmonie								
	délka vjemu								

Čtvrtou část tvoří závěrečný dotazník (viz příloha 15) zaměřený na náhled respondentů na biovína po proběhnuté ochutnávce, zda se i nadále budou zajímat o tematiku biovín a zda si biovíno v budoucnu koupí.

Pro srovnání vnímání faktorů kvality biovína běžnými spotřebiteli se celého průzkumu (úvodní dotazník, přednáška, ochutnávka, závěrečný dotazník) zúčastní i odborný degustátor vín (respondent 17), který vyplní nejen zjednodušenou degustační tabulku při ochutnávce, ale i kompletní degustační stobodovou tabulku pro hodnocení tichých vín (*Kraus₂ a kol., 2010*). Prohlášení o způsobilosti degustátora je uvedeno v příloze 14.

Na základě těchto výsledků výzkumu jsou vytvořeny grafy a tabulky, které obsahují výsledky šetření a které jsou uvedeny ve výsledkové části diplomové práce.

Diskuze zvažuje přínos dosažených výsledků z pohledu využití nejen pro běžné spotřebitele, ale i pro pěstitele a producenty biovín. Dále polemizuje s tematikou biovín v širším kontextu s ohledem na komplexní problematiku ekologického zemědělství. Hodnotí také dosažené výsledky vzhledem k již známým a ověřeným poznatkům v literatuře.

Součástí příloh je seznam použitých zkratk v textu, základní informace o pěstování biovinné révy, charakteristika nejvíce zastoupených odrůd vinné révy pěstovaných v biokvalitě v České republice včetně obrázků, vzor etikety a popis údajů na ní, rozdělení vín podle kvality, barvy vína a jejich pojmenování, obrazové schéma procesu smyslového hodnocení vína, Český aromatický kruh červeného a bílého vína a návrh katalogového a hodnotícího lístku pro vína.

3 LITERÁRNÍ REŠERŠE

3.1 Ekologické zemědělství

3.1.1 Základní principy a cíle ekologického zemědělství

Ekologické zemědělství (dále jen EZ), někdy též nazýváno organické či biologické, představuje systém hospodaření, který používá pro životní prostředí šetrné způsoby k hubení plevelů, škůdců a chorob. Zakazuje používání syntetických pesticidů a hnojiv, v chovu hospodářských zvířat klade důraz na přirozené prostředí a pohodu zvířat, dbá na celkovou harmonii agroekosystémů a jejich biologickou rozmanitost a upřednostňuje obnovitelné zdroje energie a recyklaci surovin (*Dabbert a kol., 2004; FiBL, 2007*).

EZ staví na filosofii holistického chápání přírody, kdy je příroda chápána jako jednotný celek. Člověk je tedy pouze součástí živé přírody a musí k zemědělskému hospodaření přistupovat zodpovědně tak, aby důsledky jeho činnosti nenarušily ráz celé přírody a stav životního prostředí. Zemědělská produkce by se měla uskutečňovat pouze za pomoci biologických procesů a mechanických způsobů výroby a také prostřednictvím výroby vázané na půdu bez používání geneticky modifikovaných organismů (*Narizení č. 834/2007*). Proces EZ upřednostňuje uzavřený cyklus hospodaření, což znamená využití vnitřních zdrojů v rámci daného ekologického hospodářství. Případné vnější zdroje by měly být v EZ pouze z jiných ekologických farem.

Zásadní rozdíl mezi konvenčním způsobem hospodaření a ekologickým hospodařením je, že konvenční zemědělství není trvale udržitelné. Konvenční zemědělství totiž negativně ovlivňuje a způsobuje degradaci půdy a vody, snižuje biodiverzitu a mění ekologické procesy, na kterých je zemědělství závislé (*Urban a kol., 2003*). Zpočátku bylo EZ oproti konvenčnímu značně potíráno, postupem času ale došlo ke zvýšenému zájmu o životní prostředí, s čímž souvisí i přechod řady zemědělců na ekologický způsob hospodaření.

3.1.2 Současný stav ekologického zemědělství v České republice

Hnací silou rozvoje EZ v České republice (dále jen ČR) jsou dotace vyplácené v rámci agroenvironmentálních opatření, dále je to zájem obchodníků o české biosuroviny a rozvoj domácího trhu s biopotravinami. V současné době je obhospodařováno v ČR v systému EZ cca 450 tis. ha, což představuje 10,59 % z celkové výměry zemědělské půdy (*MZe₁₃, 2011; ÚKZÚZ, 2011*). Stabilně se zvyšuje výměra orné půdy, která dosáhla 55 tis. ha, což znamená nárůst o 10 tis. ha za rok 2010. ČR je v tomto ohledu nad průměrem Evropské unie (dále jen EU) a je lídrem v oboru EZ mezi novými členskými státy EU. Na dotacích speciálně pro ekofarmáře se ročně vyplácí miliarda korun (40 milionů EUR) (*Urban, 2011*).

Hlavní roli pro rozvoj a koncepci EZ v ČR má Ministerstvo zemědělství (dále jen MZe), kde byl zřízen samostatný odbor pro environmentální témata a EZ. Rozvoj EZ v ČR do roku 2015 je dán Akčním plánem ČR pro rozvoj EZ v letech 2011-2015, který počítá s nárůstem zemědělské půdy obhospodařované v ekologicky šetrném režimu na 15 % do roku 2015. Podle akčního plánu by měl v letech 2011-2015 také stoupnout podíl biopotravin na českém trhu s potravinami na 3 %, v současné době jde o 0,71 % (*Dvořáčková, 2010; Urban, 2011; ÚKZÚZ, 2011*). Jde o cíl velmi ambiciózní, protože v praxi je to více než ztrojnásobení poptávky spotřebitelů po biopotravinách v průběhu pěti let (*MZe₁, 2011*). Cílem plánu je mj. i zvýšit podíl českých produktů na trhu biopotravin na 60 %. Dnes se nadpoloviční většina dováží. Podle MZe jednou z možností, jak na trhu podpořit české biopotraviny, je vybudování odbytových míst lokálního charakteru, kde by ekozemědělci mohli nabízet své produkty. MZe chce cílů obsažených v akčním plánu dosáhnout např. informačně osvětovými kampaněmi o EZ, podporou marketingu, vzděláváním, poradenstvím a výzkumem (*Dvořáčková, 2010*).

Dále Sekce pro biopotraviny při Potravinářské komoře ČR přijala v roce 2011 strategický dokument Vize BIO 2012, kterým stanovuje cíle v oblasti rozvoje českého trhu s biopotravinami a opatření k jejich naplňování. Cíle a opatření vycházejí z důkladné analýzy současné situace a z potřeb českých potravinářských firem. Vize ukazuje směr, kterým by se chtěli výrobci biopotravin do budoucna ubírat. K cílům Vize patří zejména posílení povědomí veřejnosti o biopotravinách, zajištění 2% podílu biopotravin na celkové

spotřebě potravin v ČR a především zvyšování podílu tuzemských biopotravin. Konkrétně se jedná o zajištění alespoň 70% podílu biopotravin vyrobených v ČR na celkové spotřebě biopotravin v ČR do konce roku 2012. Jako jeden ze zásadních nedostatků současné situace na trhu s biopotravinami vidí Sekce pro biopotraviny nedostatečně rozvinutý dodavatelský řetězec biopotravin. Proto začíná spolupracovat se všemi účastníky českého trhu, od zemědělců až po maloobchodníky, hoteliéry a restaurátéry (*Anonym₁, 2009*). Zvýšení podílu domácích biopotravin na trhu brání také nefungující odbyt bioproduktů, jehož slabinou je zejména marketing a distribuční síť. Dále pak nedostatečně rozvinutý zpracovatelský sektor pro bioprodukty, kdy mnohé komodity vyprodukované v EZ končí na konvenčním trhu. Přes významný nárůst trhu s biopotravinami (více než 3,5krát od roku 2005), zůstává celková i průměrná spotřeba na osobu daleko za průměrem západní Evropy. Průměrná roční spotřeba na obyvatele činila v roce 2010 necelých 200 Kč. Biopotraviny v ČR pravidelně kupuje jen malá část spotřebitelů a trh zůstává nerozvinutý (*ÚKZÚZ, 2011*). Ale v posledních letech mezi českými spotřebiteli sílí poptávka po domácích, v ČR vyráběných biopotravinách (*Anonym₂, 2011*). Čeští spotřebitelé mají zájem zejména o dětské výživy, mléko a mléčné výrobky, dále ovoce, zeleninu a výrobky z nich. Podle odhadů Ústavu zemědělské ekonomiky a informací (dále jen ÚZEI) se v roce 2009 prodaly v ČR biopotraviny za 1,7 miliardy Kč. To je zhruba stejně jako v předchozím roce. I na trh s biovýrobky ale dopadla krize. Jak ale potvrzují prodejci, zatímco odbyt klasických potravin klesal, zájem o biopotraviny pouze stagnoval, krize tento trh zdaleka nezasáhla tak tvrdě (*Archalous, 2011*).

MZe také ustanovilo Českou technologickou platformu pro EZ, jejímž správcem je specializovaný ústav pro EZ: Bioinstitut, o. p. s. Olomouc. Klíčovou rolí MZe je garantování a vyplácení dotací na EZ. Dotace jsou vypláceny stejně jako jinde v EU v rámci Programu rozvoje venkova na období 2007-2013. Zatímco v roce 1998 dostali ekologičtí zemědělci jako dotaci na plochu cca 48 milionů korun, v roce 2009 to bylo téměř 981 milionů korun (*Dvořáčková, 2010*). Dozor nad vyplácenými dotacemi provádí platební agentura (Státní zemědělský intervenční fond, dále jen SZIF) formou delegovaných kontrol, které od roku 2010 vykonává Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský (dále jen ÚKZÚZ) (*Anonym₃, 2009; Urban, 2011*). Dozor nad EZ zajišťuje

MZe, úřední kontroly provádí ÚKZÚZ ve sloučených (delegovaných) kontrolách pro SZIF. Kromě toho v ČR fungují tři státem pověřené privátní kontrolní a certifikační organizace: KEZ o. p. s. – Kontrola ekologického zemědělství (Chrudim), ABCERT AG, organizační složka (Brno) a Biokont CZ, s. r. o. (Brno) (Urban, 2011). Po ukončení kontroly vydávají kontrolní organizace s platností na jeden rok ekologickému zemědělci tzv. „Osvědčení o původu bioproduktů“ nebo výrobci biopotravin tzv. „Osvědčení o původu biopotraviny“ (Tichá, 2008). V rámci EU existuje evropská značka pro EZ a biopotravinu, která se musí uvádět na všech výrobcích od července 2010 (MZe₂, 2009). Produkty EZ ze zemí EU smějí i nadále používat současné národní značky (Leschingerová₁, 2009). Význam této značky spočívá zejména ve srozumitelnosti vůči spotřebitelské veřejnosti, má tedy důležitý marketingový význam (Tichá, 2008).

Pravidla EZ v ČR jsou upravena Nařízením Rady EU č. 834/2007 o ekologické produkci a označování ekologických produktů a Nařízením Komise EU č. 889/2008, kterým se stanoví prováděcí pravidla k nařízení Rady (ES) č. 834/2007 o ekologické produkci, a dále zákonem č. 344/2011, kterým se mění dosavadní zákon č. 242/2000 Sb., o ekologickém zemědělství (Bioinstitut₁, 2011; MZe₃, 2011; Nařízení č. 834/2007; Nařízení č. 889/2008; Urban, 2011).

Zajímavé je srovnání hospodářského výsledku farem zařazených v EZ a v konvenčním zemědělství. Při současném zohlednění existujících podpor lze konstatovat, že zisk u ekologicky hospodařících farem je v průměru shodný se ziskem farem konvenčních, a to v rozpětí $\pm 20\%$ s tím, že převažují farmy s vyšším ziskem. Obecně lze tedy říci, že za současných podmínek si může farma konverzí zajistit budoucí ekonomický úspěch, rozdílnosti mezi farmami jsou ale značné. Toto potvrzuje i ÚZEI, kdy pouze 9 % ekofarem uvedlo, že jejich hospodářský výsledek byl v předchozím roce záporný. Na druhou stranu ekofarmy realizují nižší výnos, který není kompenzován snížením nákladů ani zvýšenou realizační cenou za bioprodukt a zisk je potom nižší než v konvenčním zemědělství. Potřeba práce je v EZ o 10-20 % vyšší než u srovnatelných konvenčních farem. V ČR není zatím tento ukazatel pravidelně sledován, ačkoliv jde o významný argument pro podporu EZ vzhledem k možnosti stabilizace pracovníků na venkově. Navíc existuje vyšší procento

farem (22 %) s určitou nezemědělskou činností v EZ proti konvenčním podnikům (např. zpracování bioprodukce na farmách, agroturistika) (MZe, 2011).

Velmi zajímavý je v systému EZ růst ploch ekologicky obhospodařovaných vinic v ČR. Každoročně přibývá cca 200 ha a plocha ekologických vinic se na konci roku 2011 pohybovala okolo 1000 ha. Tato plocha představuje zhruba 6 % celkové výměry vinic na území ČR (Hluchý, 2011; ÚKZÚZ, 2011). Za poslední roky také rapidně stoupl počet vinařů, kteří vstoupili do systému EZ, a předpokládá se jejich další navýšení (MZe, 2011; ÚKZÚZ, 2011). Je tedy patrné, že ekologické vinohradnictví a vinařství zažívají v posledních letech v ČR rozmach, což podporuje zodpovědný přístup k přírodě a životnímu prostředí a posiluje povědomí domácích spotřebitelů o této produkci.

3.2 Ekologické vinohradnictví a vinařství v České republice

3.2.1 Současný stav ekologického vinohradnictví v České republice

EZ se začalo naplno rozvíjet po 2. světové válce, ačkoliv základy byly položeny již dříve. První aktivity v biologickém vinohradnictví lze zaznamenat v padesátých letech 20. století, kdy první průkopníci ve Švýcarsku a Německu vynaložili velké úsilí směřující k aplikaci biologických postupů ve vinohradech (Skřivánková, 2009; Trojak, 2011). První větší vinice se však objevily až v sedmdesátých letech (např. Itálie, Francie, Španělsko) (Trapek, 2009). Velké škody, které jim způsobovala plíseň réвовá, byla příčinou stagnace až do osmdesátých let, kdy se biovinohradníci dočkali podpory ze strany výzkumníků. Pomocí experimentů s novými způsoby ochrany vinic nastává velký rozmach celého odvětví. Standardy pro pěstování biologických hroznů byly formulovány vinaři mezi lety 1983-1985. To byl první krok k zavedení označení „vyrobeno z ekologicky vypěstovaných hroznů“ na etiketách (Trojak, 2011). V současné době patří biovíno k jednomu z nejrychleji se rozvíjejících se segmentů na evropském trhu s víny (Hrázská, 2009).

Co se ČR týče, středoevropské vinohradnictví se nachází v oblastech, které mají díky svým mimořádným klimatickým a půdním podmínkám (teplé klima, méně úrodné, kamenitější, mělčí půdy) a svažitéjšímu reliéfu krajiny velký potenciál z hlediska ochrany vzácných a cenných druhů a společenstev rostlin a živočichů. Díky používání „tvrdých“

technologií, jako je příliš vysoká intenzita mnohdy nevhodně zvolené agrotechniky, aplikace herbicidů, insekticidů a fungicidů, se vinohradnictví často dostávalo a ve své konvenční, neosvícené podobě dostává do konfliktu s ochranou přírody (*Stávek₂, 2011*).

V posledních letech tedy dochází k velmi výraznému nárůstu ploch ekologicky obhospodařovaných trvalých kultur, což je způsobeno zejména navýšením plateb na tuto produkci, ale také např. posílením know-how, jak pěstovat ovoce a víno v biokvalitě. Meziroční nárůst o 1608 ha v roce 2010 představuje zatím nejvyšší absolutní navýšení, z toho plochy vinic vzrostly meziročně o 24 % (viz tabulka 3) (*ÚKZÚZ, 2011*), přičemž MZe předpokládá další rozvoj výměry vinic zařazených v EZ (viz tabulka 4) (*MZe₁, 2011*). Každoročně přibývá zhruba 200 ha, takže se během roku 2011 plocha ekologických vinic zvýšila na výměru 987 ha. Tím se výměra ekologických vinic dostala na úroveň zhruba 6 % celkové výměry vinic v ČR (více než 90 % ekologických vinic se nachází v Jihomoravském kraji), což je úroveň srovnatelná s rozsahem ekologického vinohradnictví například v sousedním Rakousku, které v tomto směru patří k evropské špičce (*Hluchý, 2011; ÚKZÚZ, 2011*).

Tabulka 3: Výměra vinic v EZ v letech 2007-2011 (*MZe₁, 2011; Urban, 2011*)

rok	2007	2008	2009	2010	k 25.8.2011
Výměra vinic v EZ (ha)	245	341	645	803	987

Tabulka 4: Výhled rozvoje výměry vinic v EZ na roky 2010-2015 (*MZe₁, 2011*)

rok	2008	2009	2010	2011	2013	2015
Výměra vinic v EZ (ha)	408	645	1100	1300	1500	1700

Pozn.: Jako výchozí podklad k odhadu vývoje byly použity statistické údaje EZ za roky 2009 a 2010. Roky 2011-2015 jsou odhadovány jednak na základě lineárního předpokladu vývoje, a také v intencích nového akčního plánu EZ.

Za poslední roky také rapidně stoupl počet vinařů, kteří vstoupili do systému EZ (v r. 2010 celkem 80 subjektů), a předpokládá se jejich další navýšení. Důvodem jejich zájmu jsou i neobsazené pozice na trhu s biovinem a možnost exportu (*MZe₁, 2011; ÚKZÚZ, 2011*).

Příčin tohoto vývoje je několik. Vedle obecně vhodných podmínek, jako jsou vyšší dotace na plochu a bodové zvýhodnění ekologických vinařů při soutěži o čerpání podpor na modernizaci sklepních technologií, je rozhodujícím faktorem existence vysoce funkční technologie ochrany vinic a péče o půdu. Marketingová studie, v níž bylo několik set rakouských ekologických vinařů dotazováno na motivy, které je vedly k rozhodnutí přejít k ekologickému pěstování, ukázala zajímavý fenomén. Více než 40 % vinařů označilo za hlavní motiv přechodu k ekologii snahu dál zvýšit kvalitu produkovaných vín, a tím i svou konkurenceschopnost v kategorii nejkvalitnějších vín, to znamená v nejlukrativnějších segmentech trhu. Zde je zcela jistě klíč k pochopení motivů i našich vinařů. Dalším významným motivem ekologických vinařů je i snaha o zvyšování půdní úrodnosti (*Hluchý, 2011*).

Co je ale velmi významné, ekologické vinohradnictví u nás je se špičkami Evropy srovnatelné i úrovní vinohradnické technologie. Na rozdíl od některých jiných oblastí našeho ekologického zemědělství patří značná část ekologicky hospodařících vinařských podniků k technologické špičce jak z pohledu vinohradnictví, tak kvality produkovaných vín (*Hluchý, 2011*).

Je tedy patrné, že plocha ekologických vinic a počet biovinařů stále stoupá, navíc značná část ploch vinic dříve v systému integrované produkce přechází na ekologický způsob hospodaření (*Václavík₁ a kol., 2009*). Přechodné období, tzv. konverze, je období nutné k přechodu od konvenčního, popř. integrovaného, k ekologickému způsobu hospodaření. Pro starší plodné vinice je přechodné období pět let, pro mladé vinice vysazené na přihlášené půdě jsou to pouze tři roky před první sklizní (*Anonym₄, 2005*). Během doby konverze nelze víno označovat jako produkt ekologického vinohradnictví, ale pouze jako víno z parcel přecházejících z konvenčního na ekologické vinohradnictví (*Urban a kol., 2003*). V naší zemi je ale i množství tradičních vinařů, kteří pěstují víno na zdravých

vinohradech a zpracovávají je podle zkušeností a rad svých předků, i když nemohou být označena bio.

Vzhledem k tomu, že se celková plocha ekologických vinic v ČR neustále zvyšuje, zájem o pěstování čisté vinné révy stoupá a čeští spotřebitelé přicházejí biovínům na chuť. Biovíno je možné získat v supermarketech, vybraných vinotékách (i internetových), dále ve specializovaných prodejnách biopotravin či v soukromých vinných sklepech. Nabídka biovín se však výrazně rozšířila i do restaurací, které je stále častěji zařazují na svůj vinný lístek. Mylným názorem je, že biovíno má zkrácenou životnost. Není tomu tak, a občas se vyskytující sediment není na závadu, pouze dokládá pokračující proces vývoje vína. Nicméně pro archivaci není biovíno příliš vhodné (*Hrázská, 2009*).

Z hlediska legislativy se EU dlouho potýkala s problémem klasifikovat a označovat ekologicky vypěstované víno jako biovíno. Používání výrazu biovíno nebylo v rámci EU dlouho povoleno, správné označení znělo „víno z hroznů z ekologického pěstování révy vinné“. Lidově ustálené označení biovíno bylo však tolerováno vzhledem k jeho jednoduchosti (*Kraus, a kol., 2008*). Hlavní problém byl v množství použitého oxidu siřičitého, který se přidává do hroznové šťávy, aby ji ochránil před různými oxidanty, které způsobují nežádoucí hnědé zbarvení a zvětralou chuť. Siřičitany tak stabilizují čerstvou ovocnou chuť, čímž zlepšují smyslovou kvalitu vína (*EkoConnect, 2010*). Zákonem stanovené maximální množství oxidu siřičitého, případně maximální množství, které výrobcům biovína předepisují jejich svazy, přitom nesmí být překročeno (*Baierová a Čechová, 2010*).

Biovinaři v Evropě byli totiž rozděleni do dvou táborů – jedni se zasazovali o výrazné snížení dosavadních mezních hodnot oxidu siřičitého, zatímco druzí byli ochotni souhlasit jen s omezeným snížením a pozornost chtěli obrátit spíše na celkový postup při výrobě biovína. Evropská komise chtěla prosadit snížení oxidu siřičitého o 50 mg/l ve srovnání s konvenčním vínem. To bylo ale skupinou IFOAM EU (Mezinárodní federace hnutí ekologického zemědělství) a vícero zeměmi střední a východní Evropy, jakož i Německem odmítnuto. Zatímco ekovinaři v jižních zemích, kladoucí důraz na čistotu vína, tlačili na výrazné snížení hranice povoleného obsahu oxidu siřičitého v biovínech, středoevropští a východoevropští producenti vyzdvihují spíše terroir biovín a požadují udržení nebo

jen nepatrné snížení hranice. Terroir označuje zvláštní znaky vína, které mu propůjčuje místo pěstování, především kvalita půdy a klima. Za extrémních podmínek může být ve střední Evropě více než 50 % hroznů napadeno plísní šedou (*EkoConnect, 2010*). Nicméně na konci roku 2011 IFOAM EU oznamuje, že se podařilo prolomit nesouhlas některých členských států EU ohledně právní úpravy pravidel biovína. Po dlouhém jednání a poté, co byly několika státy EU odmítnuty dva návrhy na řešení, našel nový návrh založený na obsahu zbytkového cukru ve víně dostatečnou podporu a byl předán komisi k dalšímu projednávání. Navržené pravidlo předepisuje redukci celkového obsahu siřičitanů ve víně o 50 mg/l u suchých vín a 30 mg/l u ostatních s vyšším obsahem zbytkového cukru (*IFOAM EU, 2011*), přičemž je povolena určitá pružnost pro výrobce v méně příznivých klimatických oblastech střední Evropy. Rovněž je zakázáno použití kyseliny sorbové a od-síření vína používané při výrobě konvenčních vín. Podle nových pravidel budou moci výrobci vína z ekologicky pěstovaných hroznů označovat víno na etiketách výrazem biovíno od sklizně v roce 2012. Etikety budou muset také nést označení evropským biologem, kód kontrolní organizace a musí samozřejmě dodržovat běžná pravidla pro označování vína. Víno zůstalo jedinou komoditou, která nebyla obsažena v současné právní úpravě ekologického zemědělství, formulované v nařízení č. 834/2007. Nová pravidla také posílí pozici evropských výrobců biovína v soutěži s ostatním světovými výrobci z USA, Chile, Austrálie či Jižní Afriky, kde pravidla již nějakou dobu platí (*Anonym5, 2012*).

Ačkoli v EU nyní platí pravidla pro výrobu „vína z ekologických hroznů“, neobsahují popis postupů jeho zpracování, platí pouze určitá doporučení a omezení (*Anonym5, 2012; Kraus1 a kol., 2008*).

3.2.2 Charakteristika odrůd vinné révy pěstovaných v biokvalitě v ČR

Víno z ekologicky vypěstovaných hroznů lze produkovat ve všech kategoriích vín a žádná speciální omezení vzhledem k odrůdám nejsou (*Šarapatka a kol., 2006*). Seznam odrůd, které lze v ČR pěstovat, je uveden ve Státní odrůdové knize, která je úředním seznamem všech odrůd rostlin, které byly v ČR registrované. Zápis do Státní odrůdové knihy provádí ÚKZÚZ po splnění všech podmínek daných zákonem.

Díky náročnější péči jsou v biovinářství oblíbeny zejména odrůdy, z nichž lze získat kvalitní víno, a přitom budou přirozeně odolné proti houbovým chorobám, dále budou mít pevnou slupku a vysokou cukernatost hroznů. Často jde o řadu původních regionálních odrůd, nebo naopak vysoce moderní křížence, vyšlechtěné speciálně k rezistenci proti chorobám. Nicméně existují i odrůdy jako např. Müller Thurgau nebo Modrý Portugal, které prakticky nelze pěstovat v biokvalitě. Jedná se o odrůdy tak citlivé, že podmínky pro jejich úspěšné pěstování v rámci EZ splní jen velmi málo lokalit (*PRO-BIO Liga₁*, 2007). Pro ekologické pěstování odrůd vinné révy lze doporučit především pěstování interspecifických odrůd, které jsou odolnější vůči houbovým chorobám (např. Hibernál, Malverina, Laurot), dále zvyšování odolnosti keřů, posilování horní plochy listů a bobulí a zabránění dalšímu množení škodlivých hub, bakterií a hmyzu (*Urban a kol.*, 2003).

V ČR byla uskutečněna v osmdesátých letech 20. století rozsáhlá introdukce zahraničních interspecifických odrůd révy Vědecko-výrobním sdružením Resistant a tyto odrůdy byly testovány na vhodnost pro naše podmínky v genobankách v Lednici na Moravě a v Břeclavi. Z celkového počtu přesahujícího tři sta různých odrůd a elit je jen malý počet vhodný pro naše ekologické podmínky. Hlavním cílem šlechtitelských pracovišť je zachování výborné jakosti plodů moštových nebo stolních odrůd evropské révy při současné toleranci nebo dokonce rezistenci k houbovým chorobám za předpokladu, že se nové odrůdy budou štěpovat na podnože odolné proti révokazu. Tím, jak se neustále přidává do hybridů genové bohatství evropských odrůd, vzniká v potomstvech čím dál nižší procento semenáčů odolných proti houbovým chorobám a šlechtění se stává nákladnějším pro velký odpad semenáčů neodolných. Vzdává však naděje, že bude vyselektován jedinec dostatečně odolný a s výbornou jakostí plodů (*Kraus₂ a kol.*, 2010).

Pro ekologické vinohradnictví je doporučeno pěstovat následující odrůdy – Arkadia, Auxerrois, André, Cabernet Moravia, Cerason, Dornfelder, Hibernál, Laurot, Malverina, Muškát moravský, Nativa, Pálava, Rinot, Rubinet, Rulandské modré, Ryzlink rýnský, Sevar a Tramín červený (*Bioinstitut₂*, 2008; *Šarapatka a kol.*, 2006). Nicméně toto doporučení je třeba brát jako časově omezené do doby, než budou registrovány vhodnější odrůdy. Výběr odrůd vhodných pro ekologické vinohradnictví není jednoduchý. Mimo výše uvedené odrůdy je možné samozřejmě pěstovat i jakékoliv odrůdy registrované v Česku, ale tyto

mají zpravidla vyšší nároky na stav rostlin (půda, výživa, zatížení keřů), na polohu (větřejší, teplejší), na zelené práce (vzdušnost keřů) a na počet aplikací ochranných látek (*Urban a kol., 2003*).

Podrobnější popis pěstování biovinné révy a informace a obrázky o nejčastěji pěstovaných odrůdách biovinné révy v ČR jsou uvedeny v přílohách 2, 3 a 4.

3.2.3 Biovinaři – průkopníci v České republice

Záleží na uvážení každého biovinaře, kterou z možných odrůd vinné révy zapsaných ve Státní odrůdové knize bude pěstovat. Mezi průkopníky ekologického vinohradnictví v ČR patří zejména čtyři biovinaři (*Abrle₁, 2011; Anonym₇, 2011; Anonym₆, 2008; Čapounová, 2007; Kraus₁ a kol., 2008; Mádl, 2011; Michlovská, 2011; Peřina₁, 2011, Peřina₂, 2011*):

- Josef Abrle (Pavlov pod Pálavou) – Mikulovská podoblast

Malé rodinné Ekologické hospodářství rodiny Abrlovy začalo v roce 1991 prvními pokusy se sušením ovoce a zeleniny. V současné době pěstují koření, bylinky a révu vinnou celkem na 11 ha ploch, z toho je 5,5 ha biovinohradů.

Vinařství v procesu vinifikace nepoužívá šlechtěné kvasinky, nepřírozená čířidla a stabilizátory kromě oxidu siřičitého. Abrlovi se soustředí zejména na produkci biovín odrůd Pálava, Muškát moravský, Ryzlink rýnský, Cabernet Moravia a André. Od ročníku 2008 jsou vína označována jako zemská. Vína lze koupit přímo ve sklepě a ve vybraných vinotékách nebo prodejnách zdravé výživy, k ochutnání bývají na nejrůznějších akcích propagujících biopotraviny. Vinařství provozuje i zásilkovou službu. Biovína jsou nabízena za 100 Kč, popř. 150 Kč za láhev (0,7 l) v závislosti na odrůdě biovína a při přímém prodeji od biovinaře.

Manželé Abrlovi jsou neúnavnými propagátory EZ a hospodaření odvíjejícího se od přirozených procesů. Josef Abrle se dokonce stal jednou z tváří vládní kampaně na biopotraviny.

- František Mádl (Velké Bílovice) – Velkopavlovická podoblast

Vinařství Hany a Františka Mádlových vzniklo v roce 1992. Před tím se František Mádl zabýval šlechtěním odrůd vinné révy na rezistenci proti chorobám a škůdcům.

Mádlovi hospodaří na 10 ha vinohradů, z toho 2,3 ha jsou obhospodařovány v bioprodukci, zbytek je v integrované produkci. Vlastní vinohrady pokrývají jen menší část potřeby hroznů, ta větší pochází z výkupu od místních pěstitelů, jejichž produkci má vinařství pod kontrolou.

Z bioprodukce hroznů pochází víno Naturvin a Hibernál. Vinařství prodává většinu své produkce prostřednictvím distribučního skladu do gastronomických provozů a vinoték. Sám František Mádl upřednostňuje prodej ze dvora nebo prostřednictvím organizace PRO-BIO. Prodej ze sklepa tvoří cca 30 % objemu. Biovína jsou nabízena za 130 Kč, popř. 150 Kč za láhev (0,7 l) v závislosti na odrůdě biovína a při přímém prodeji od biovínaře.

- Miloš Michlovský (Vinselekt v Rakvicích) – Velkopavlovická podoblast

Vinařství Vinselekt Michlovský, a.s. bylo založeno Milošem Michlovským v r. 1993. Založení společnosti předcházela více než třicetiletá cesta Miloše Michlovského profesionálním vinařským světem. V roce 2004 vzniklo zcela nové vinařství s výrobními provozy vybavenými špičkovými technologiemi a potřebným zázemím. Zvýšila se výrobní kapacita a skladovací kapacity, která nyní činí zhruba tři miliony litrů vína.

Tato společnost hospodaří na 112 ha vlastních vinic v nejteplejších oblastech jižní Moravy v Mikulovské a Velkopavlovické podoblasti, hlavně v okolí Pálavy. Hospodaření v integrované produkci doplňuje 8,12 ha v systému EZ. Cílem Miloše Michlovského je mít v budoucnu v bioprodukci čtvrtinu celkové výměry. Firma se dále podílí na šlechtění rezistentních odrůd. Miloš Michlovský s kolektivem spolupracovníků vyšlechtil první české rezistentní odrůdy – bílou Malverinu a modrý Laurot.

Produkce této společnosti se objevuje ve všech segmentech trhu prémiové gastronomie až po obchodní řetězce. Výrobky se prodávají také přímo z vinařského podniku nebo ve vybraných vinotékách a prodejnách. Společnost se specializuje na produkci biovín odrůd Malverina, Hibernál a Laurot. Biovína jsou nabízena za 210 Kč – 360 Kč za láhev (0,7 l) v závislosti na odrůdě biovína a při přímém prodeji od biovínaře.

Vína firmy Vinselekt Michlovský, a.s. každoročně získávají významná ocenění na domácích i mezinárodních soutěžích a své stálé místo a široké zastoupení mají rovněž v Národním salonu vín, kam se každoročně vybírá stovka nejlepších vín z celé naší země. U nás byla v roce 2010 společnost Vinselekt Michlovský zvolena nejlepším vinařstvím roku 2009.

- Vlastimil Peřina (Vinný sklep Eben v Lednici na Moravě)

Vinařská farma rodiny Peřinových obhospodařuje ekologickým způsobem 2 ha vinic. Tento ekovinař pěstuje a vyrábí biovína odrůd Malverina, Laurot a Hibernal. Prodej biovína se realizuje především přímo z vinného sklepa, dále ve vinotékách, specializovaných bioprodejnách, restauracích a hotelích. Biovína jsou nabízena za 150 Kč za láhev (0,7 l) při přímém prodeji od biovinaře.

3.2.4 Obchod a prodej biovín v České republice

Zpracováním hroznů ve vlastním podniku může vznikat dodatečný příjem. To vyžaduje ale vyšší investice a kapitál, více času, odpovídající znalosti a obchodní činnost. Vinohradnictví patří k málu zemědělských činností s vysokým stupněm vertikální integrity. To znamená, že výchozí surovina může být zpracována přímo zemědělcem až do konečného produktu a přímo prodávána spotřebiteli. Tato šance zvýšení příjmů by měla být využita, je-li to ve vlastních možnostech podniku (*Steidl, 2010*).

V ČR rapidně vzrůstá trh s bioprodukty, přesto domácí koproducenti v současnosti zásobují pouze menší část trhu, dnes se nadpoloviční většina dováží (*Dvořáčková, 2010*). Také obchod s biovínem v ČR zažívá rozkvět, zatímco konvenčně vyráběná vína se potýkají se značnými problémy se vstupem na přesycený trh. To souvisí s celkovou rostoucí poptávkou po biopotravinách a také s tím, že na rozdíl od ostatních komodit je cena biovína jen zhruba o 15-25 % vyšší ve srovnání s konvenčními víny odpovídajícího původu a kvality (*Bagar, 2008*). Co se ceny týče, je totiž riziko ztrát při ekologickém pěstování vína větší, protože existuje nebezpečí nákazy plísňovými onemocněními, kdy utrpí kvalita hroznů, a tím samozřejmě i výsledky sklizně. Kromě toho je obdělávání biohroznů pracnější, protože půda je obhospodařována mechanicky a používání

organických hnojiv je rovněž náročnější na práci (*Baierová a Čechová, 2010*). Co je však významné, biovína se za zhruba stejné ceny podstatně lépe prodávají. Jestliže celoevropsky zůstává asi 30 % produkce vína neprodejná, pak biovína tento problém nemají (*Hluchý, 2011*). Obecně tedy platí, že trh biovín u nás není nasycen na rozdíl od trhu s konvenčně vyráběnými víny (*Václavík, 2009*). Na trhu s konvenčními víny totiž nabídka převyšující poptávku způsobuje propad cen, což je ideální pro spotřebitele. Na nasycených trzích se marketing orientuje na konkurenci. Vinařský trh je globálně ovlivňován přebytkem a u zákazníků rozmanitou a nepřehlednou nabídkou. Více než 80 % potravin je kupováno u obchodních firem, pouze 20 % tak zůstává u přímých prodejců. To znamená, že vinařský trh je čistě „vytěšňující trh“, jehož výše spotřeby se dá pouze velice obtížně měnit. Vzhledem ke globalizaci se tyto hodnoty budou dále měnit v neprospěch vinařů. Na tomto vytěšňujícím trhu je stále silnější požadavek spotřebitele po (*Gosch, 2005*):

- větší kvalitě a přirozenosti
- větší rozmanitosti, atraktivitě a větších chuťových zážitcích
- větším pohodlím a životním stylem
- větší jistotě díky značkám.

Biovína se prodávají v běžné obchodní síti, v prodejnách zdravé výživy, speciálních prodejnách biopotravin, ve vinotékách (i internetových) a soukromých vinných sklepech (*Hrázská, 2009*). V obchodě se biovína umísťují nejlépe vedle vín vypěstovaných a vyrobených klasickým způsobem, roztríděna podle oblasti původu. Zvláštní vystavení má smysl, pokud je v obchodě velká nabídka bioproduktů (*Baierová a Čechová, 2010*). Nabídka biovín se rozšířila i do restaurací, které je stále častěji zařazují na svůj vinný lístek (*Hrázská, 2009*). V maloobchodě se všeobecně preferují zahraniční biovína, zejména ze Španělska, Itálie, Francie, dochází také ke zvýšené oblibě biovín z Jihoafrické republiky a ze států Jižní Ameriky (Chile, Argentina). Ve specializovaných bioprodejnách, biosupermarketech i vinotékách v EU stále existuje potenciál k růstu, kterého by mohli využít biovinaři ze zámoří a ze střední a východní Evropy, včetně ČR, protože v současné době ještě nemají velký význam a nebudí na Západě věrohodnost u spotřebitele (*BioFach,*

2009). Lze tedy konstatovat, že potenciál zdejšího trhu s produkty ekologického vinohradnictví je daleko větší.

Kdo nakupuje biovíno, bývá náročný (*Baierová a Čechová, 2010*). Podle vinařů biovína nakupuje především mladá generace, která se nebojí objevovat nové věci a je více nakloněna k šetrnému zacházení s přírodou (*Anonym8, 2009*). Informace o původu a způsobu výroby biovýrobků jsou důležité pro kvalitní poradenství při prodeji. U biovýrobků je vždy zajištěna možnost zpětného dohledání původu zboží. V žádné jiné oblasti potravinářství není původ surovin tak dobře dokumentován jako u biopotravín (*MZe4, 2006*). Obrat mohou obchodníci podpořit také informačními materiály umístěnými na hrdech lahví nebo například doplňkovým textem na nákupních účtenkách. Doporučit lze rovněž akční týdny s dalšími bioprodukty, které spotřebitelé konzumují při pití vína. Jedná se například o pochutiny jako sýry, uzeniny, zelenina (chřest) nebo chléb (*Baierová a Čechová, 2010*).

Obecně lze konstatovat, že Češi nakupují více bílá vína. Ceny tuzemských vín (biovín) jsou tlačeny dolů hlavně kvůli přetlaku dovozových vín (biovín). Navíc ceny na českém trhu do značné míry diktují velkoobchodníci (*Jirsová, 2010*).

Dalo by se říci, že zejména nabídka a cena ovlivňují okruh zákazníků. Bez ohledu na různé sociální vrstvy existují čtyři druhy vinařských zákazníků (*Gosch, 2005*):

- Milovník a znalec vína: Orientuje se podle jasných měřítek jako je originalita, kvalita, původ, odrůda, image apod. Jako vyslovený individualista je ochoten za víno zaplatit hodně peněz.
- Rádobyznalec: Orientuje se podle znalců vína, nacházejících se v okruhu jeho přátel, rád čte odborné časopisy a získává postupně detailní znalosti. Vyvíjí se rychle ve znalce vína.
- Konzument vína: Upřednostňuje levná, jednoduchá stolní vína až po lepší jakostní vína. Přikládá malý význam kultuře vína a vyvíjí svůj vlastní chuťový směr (např. značková vína, směsky).
- Vinařský turista: Kupuje a pije jen občas nebo při zvláštních příležitostech víno jednoduché nebo víno lepší kvality. Ochota k dalšímu vzdělávání je spíše nízká.

Pití vína není jen samotné popíjení nápoje, je to životní styl. Člověk má dobrý pocit, když ví, že víno bylo pěstováno způsobem, který neškodí přírodě ani člověku. Navíc kvalita i chuť biovín jsou minimálně stejné jako u běžných vín. V kontrastu s tím je jisté, že renomé biovín u nás není příliš vysoké. Nejspíš je to dáno tím, že nabídka kvalitních biovín u nás není příliš velká. Navíc tuzemská produkce biovín stále nedokáže pokrýt poptávku, stejně jako u biopotravin, a tak se většina vín vyprodukovaných v rámci EZ do ČR dováží ze zahraničí. Proto se v současné době výrobou biovína v ČR začínají zabývat i velké firmy, nejen malá rodinná vinařství.

3.2.5 Marketingový plán a strategie obchodu s biovínem v České republice

Marketing je nepostradatelným pomocníkem v existenci na konkurenčním trhu. Podle hesla: „Výroba způsobuje náklady, teprve prodej přináší zisk!“ je přednostně propagací výrobku orientovanou na jeho odbyt. Marketing je tedy mnohem více než reklama, prezentace a veřejná činnost – je nadřazeným podnikatelským myšlenkovým pochodem s cílem prodat se ziskem promyšleně vyrobený produkt. Uvědomění si vlastních silných stránek je tak spojuje v jednání, nákup, výrobu, zpracování, uvedení na trh a správu (Gosch, 2005). Důležitým předpokladem pro marketingový úspěch je důkladné prostudo-vání tržních mezer, které pomáhají výrobcí zjistit, zda se budou cílové prodejny a zákaz-níci zajímat právě o jeho produkt (MZe5, 2006).

Pro každého vedoucího podniku musí být marketing a prodej produktů stejně významný jako vlastní produkce. Obdobně jako v každém jiném oboru je možné prodat za uspokojivou cenu jenom tolik produktů, kolik je trh ochoten přijmout. Producent, aby prodal své výrobky, se musí podřídit existujícím možnostem odbytu nebo vytvářet nové příležitosti k úspěšnému prodeji. K tomu je nutné i objektivní zhodnocení dané situace a předpokládaný vývoj, k čemuž lze využít data ze sledování trhu. I když množství nabídky určuje cenu více než kvalita produktu, je možné dlouhodobě dosáhnout uspokojivého odbytu jen kvalitním produktem. Vyváženého poměru mezi nabídkou a poptávkou lze docílit právě odpovídajícím poměrem kvality produkovaných výrobků. Marketing zahrnuje soubor všech opatření v oblasti odbytu. Ve vinařství to znamená (Steidl, 2010):

- 1) Produkovat to, co nalezne zákazník.
- 2) Nabídka vína musí kvalitou a formou odpovídat přání kupujícího.
- 3) Pozorně sledovat změny ve zvycích spotřebitelů.
- 4) Přizpůsobit produkci měnícím se požadavkům trhu.
- 5) Podřídit množstevní nabídku poptávce.

Existují tři možnosti úspěchu, jak se stát oblíbeným, známým a především doporučeným spokojenými zákazníky. Aby však bylo dosaženo tohoto stavu, musí být vyvinuto značné úsilí a mnoho aktivit. První cestou k úspěchu je pozorování vlastních zákazníků (smyslově vnímatelné skutečnosti), druhou je dotazování (přímé i nepřímé, správné otázky) a třetí cestou je průzkum směru vývoje vinaře (*Gosch, 2005*).

Pokud jde o marketing vín, resp. biovín, ve srovnání s komoditami určenými k přímému konzumu, jako je třeba zelenina či ovoce, se vína chovají z několika důvodů jinak. Obecně vzato, víno je zbytná komodita. Další podstatný rozdíl je v tom, že víno většina konzumentů pije na rozdíl od mléka nikoliv pro nasycení, ale pro požitek. To znamená, že u vína vyhledává zákazník především kvalitu, originální harmonii vůní a chutí. A nakonec i vzhledem k množství vína, které lze bez poškození zdraví zkonsumovat, nikoho příliš nezajímají informace o množství cizorodých látek (*Hluchý, 2011*).

Před počátkem podnikání je důležité stanovit, jakým způsobem se budou propagovat daná biovína a kalkulovat jejich cenu. Vytvoření dostatečného rozpočtu je zásadním krokem a je důležité, aby do něj byla zahrnuta nejen výroba, ale i dopravní a propagační náklady apod. Je dobré nastavit cenu biovín podle kvality produkce, konkurence a hodnoty. Hodnota produktu je zvláště důležitá, i když jde jen o subjektivní vjem. Jsou věci, které mohou zvýšit hodnotu vyprodukovaného biovína (např. zpracování přímo na farmě, „příběh“ biovína na obalu nebo v letáčku apod.). Jedná se o jednu z možností, jak může ekozemědělec zvýšit naději na úspěch svého podnikání. Všechny tyto charakteristiky mohou výrazně zvýšit hodnotu vnímání biovína. Bude-li tato hodnota vyšší, může výrobce za produkt očekávat lepší cenu, pokud ovšem výrobce prodává produkt na maloobchodním trhu, který hodnotu výrobku odměňuje. V případě distribuce výrobku do diskontní prodejny či supermarketu pak výrobce musí udržet nejnižší možné ceny (*MZe₅, 2006*). Přidaná

hodnota biovýrobku, resp. biovína umožní získat ekologicky hospodařícímu zemědělci tzv. cenovou prémii (Václavík₃, 2008). Cenová prémie, kterou spotřebitelé platí za biopotravinu včetně biovín ve srovnání s konvenčními potravinami a víny, je velmi důležitá. Část této prémie získává ekozemědělec, nicméně v mnoha případech větší část této prémie neskončí u ekozemědělce, ale ve zpracovatelském a distribučním řetězci.

Důležitou součástí strategie je i vyhodnotit konkurenci a její nabídku. I když je daný výrobce přesvědčen, že jeho výrobek nabízí větší výhody než výrobek konkurenční, nelze předpokládat, že zákazníci nahlíží na daný produkt stejně jako výrobce. Věrnost značce je totiž mezi spotřebiteli silná. Jsou-li spotřebitelé spokojeni s jedním produktem, potom potřebují velmi pádné důvody ke změně názoru. V mnoha případech je ochutnávka produktu to, co přivede spotřebitele k rozhodnutí kupovat značku (MZe₅, 2006). Při nákupním rozhodování hrají významnější roli subjektivně vnímané parametry produktu. Je-li výrobek zákazníky vnímán stejně jako výrobky ostatní a neodlišuje-li se něčím od výrobků srovnatelných, zákazníci tak nemají žádný důvod jej kupovat. Dobrá pozice výrobku na trhu tedy znamená, že zákazníci vnímají daný výrobek jako lepší v porovnání s výrobky ostatními, je pro ně lákavější a přitažlivější. Proto je velice důležité znát svou konkurenční výhodu a pomocí komunikačních nástrojů ji co nejučinněji popsat, a tak efektivně oslovit cílovou skupinu zákazníků (Václavík₃, 2008).

Významná je i distribuce biovína, která představuje, jak nabízet hotový výrobek ve správné chvíli, ve správném množství a na správném místě, za cenu, kterou je zákazník ochoten a schopen zaplatit (Václavík₃, 2008). Náklady na distribuci biopotravin jsou většinou vyšší než u konvenčních potravin. Je proto důležité hledat distribuční systémy, které mohou náklady snižovat. Jednou z možností může být dodávka bioproduktů včetně biovín konečným zákazníkům přímo z ekofarmy. Tento systém může navíc upevňovat vztah mezi producentem a konzumentem, což je jeden z principů EZ (Václavík₄, 2007). Možnosti uvádění bioproduktů na trh mohou být klasifikovány jako přímé a nepřímé. Při přímém uvádění na trh dochází k interakci mezi producentem a spotřebitelem, zatímco při nepřímém vstupuje do hry prostředník. Přímá distribuce je mezi českými ekozemědělci zatím poměrně málo využívána. Přímý prodej má smysl zejména pro zemědělce produkující menší množství širokého spektra biovýrobků. Pro zemědělce produkující menší

množství jedné komodity je ziskovější prodávat prostředníkům. V případě biovína u nás zatím není rozšířen přímý prodej ze sklepa, i když vhodné objekty a vytyčené vinařské stezky k tomu existují (Václavík₄, 2007). Přímý prodej biovýrobků spotřebitelům nabízí podniku větší kontrolu nad hotovostním tokem (cash flow) oproti maloobchodu, kde existuje možnost delších čekacích lhůt na zaplacení faktur za dodávku ekologicky vyprodukovaného zboží. V závislosti na okolnostech lze v přímém prodeji získat lepší cenu než při prodeji do maloobchodních prodejen (MZe₅, 2006).

Je také dobré zvážit investici do atraktivní etikety a obalu ekologicky vyprodukovaných vín. U některých biovín, zejména u odrůd, které nejsou známé široké veřejnosti, je obal a značka nejlepší způsob, jak oslovit spotřebitele. Je tedy dobré navrhnout obaly a etikety, které přitáhnou pozitivní pozornost k produktům, a sdělí tak poselství ekozemědělce, popř. biovýrobce (MZe₅, 2006). Nálepka na láhvi má předepsány povinné údaje a v některých případech (např. u zemských vín) i velikosti písma nebo jejich vzájemné poměry, které je třeba dodržet (viz příloha 5). Může obsahovat i další údaje, jejichž uvedení není zakázáno. Zákaz vyplývá především z potřeby správné orientace spotřebitelů a omezení možnosti, že by mohli být uvedeni v omyl použitím např. některých geografických pojmů, klamných názvů připomínajících odrůdy, země, jiné výrobce apod. Také barva láhve je rozhodující nejen pro vzhled obalu a jeho funkčnost, ale slouží také jako vynikající marketingový nástroj. Existují totiž produkty, které potřebují efektivnější ochranu před světlem, a tudíž i tmavší barevný tón láhve. Různé studie potvrzují, že o nákupech až z 80 % rozhodují emociální motiv a 60 % nákupů není vůbec plánováno. Proto je tak důležité, aby výrobek zapůsobil obalem, designem a vhodnou prezentací (Anonym₆, 2008). Při výběru lahví by měla být pozornost věnována tomu, aby nebylo vytvářeno jedinečné řešení, i kdyby bylo velice atraktivní. Je třeba vytvořit rodinu lahví tak, aby spotřebitel již podle tvaru láhve a barvy láhve ve spojení s etiketou rozpoznal firmu (Gosch, 2005).

Většina nákupčích v obchodním sektoru po výrobcích požaduje stálou kvalitu zboží, dodržení požadavků na balení a značení, načasovanou dodávku, odpovídající a profesionální služby a okamžité jednání při poklesu prodeje. Někteří nákupčí mohou od výrobce očekávat další služby a je otázkou obchodních vztahů, zda je bude výrobce ochoten plnit.

Patří sem např. příspěvek na reklamu, poskytnutí vzorků zdarma na předvádění, informace o produkci a zpracování, nízké zaváděcí ceny a přítomnost zasvěcených osob na předváděcí akci (*MZe₅, 2006*).

Úkolem reklamy je získávat již existující trhy a nové okruhy možných spotřebitelů na domácím trhu i v zahraničí. Protože odbyt v tuzemsku tvoří téměř veškerou produkci, musí se reklama prvotně zabývat péčí o tento trh a o jeho rozšiřování. Jedině tak lze dosáhnout účinného zlepšování příjmů tuzemských producentů. Možnosti reklamy jsou velmi obsáhlé. V každém případě by se měla úspěšná reklama projevit v prodeji (*Steidl, 2010*).

Mezi nejvýznamnější aktivity v oblasti propagace patří informačně osvětová kampaň MZe a spotřebitelské kampaně realizované jednotlivými maloobchodními řetězci určené pro spotřebitele. Tyto kampaně akcentují zejména zdravotní benefity biopotravin a environmentální výhody EZ. Aktivity nevládních organizací v této oblasti jsou většinou spojeny s konkrétními projekty. Jako zásadní téma ke komunikaci vůči spotřebitelské veřejnosti je posílení důvěryhodnosti EZ. Cílem této propagace by měla být fakty podložená osvěta a seznámení široké veřejnosti s dopady EZ, představení EZ jako životní filozofie přispívající k odstranění ekologických zátěží a zlepšení stavu životního prostředí a zlepšení pohody zvířat. Prioritou v této oblasti je vytvoření jednotné koncepce propagace a osvěty EZ, optimálně s návazností na patřičné dotační stimuly. Komunikační strategie by měla zahrnovat komunikaci všech výše zmíněných oblastí, opomíjena by neměla být témata týkající se přínosů EZ v oblasti venkovské ekonomiky (rodinné farmy, agroturistika, faremní produkce, přímý prodej, lokální původ apod.). V této koncepci by nemělo být opomíjeno ani to, že produkty EZ nejsou prezentovány pouze biopotravinami, ale na významu nabývají také biosuroviny pro jiná odvětví průmyslu (textilní, farmaceutický) (*MZe₁, 2011*).

Ústřední postavení při propagaci v obchodu s biopotravinami zaujímají ochutnávkové akce. Právě v oblasti biovín mají nedocenitelný význam. Akce lze využít jako reklamně účinné nástroje k získání nových zákazníků, k práci s veřejností, k oživení období s nižším obratem, k seznámení zákazníků s novými nebo zvláštními produkty biovína (*MZe₄, 2006*). Navíc ochutnávky ekologicky vyprodukovaných vín pomáhají zlepšit vnímání daného produktu spotřebiteli (*Václavík₅, 2008*).

Barometr spokojenosti zákazníků ukazuje, že ve všech oborech klesá loajalita zákazníků, zatímco výdaje na získání zákazníků nových stále stoupají. Proto je čím dál důležitější zaměřovat se mezi zákazníky především na skupinu zákazníků stávajících. Obchodovat s dlouholetými zákazníky se totiž vyplácí. Investice do posilování vazby zákazníků na podnik jsou v tomto případě podstatně výhodnější a výnosnější než obtížná komunikace a nákladné vyhledávání klientů nových. Ve vinařském podniku je rozhodujícím výchozím bodem snaha ztotožnit se s potřebami zákazníků. Neustálé konkrétní zjišťování jejich požadavků je při tom středobodem veškeré péče o spokojenost zákazníků. Nejsou-li splněna jejich očekávání, jsou nespokojení zákazníci ochotni přejít ke konkurenci. Dostanou-li ale klienti víc, než očekávali, stanou se ze spokojených zákazníků nadšenými konzumenty, kteří budou své víno či vinařství doporučovat svým přátelům a známým. Nejlepším způsobem, jak lze z běžných zákazníků vytvořit doporučující zákazníky, je soustavně je překvapovat. Jestliže i při nejmenší objednávce dostane zákazník něco navíc, něco, co neočekával, rád se o tuto zkušenost podělí se svými přáteli a známými (Schätzel a kol., 2004).

Dobré nápady na vylepšení již zavedených biovín většinou přicházejí od samotných zákazníků (ankety, dotazníky). Stejně tak sledování konkurence, jejich kroků a novinek je hnacím motorem inovací. Důležité je také snažit se pochopit motivy zákazníků pro koupi biovín (Václavík₃, 2008).

3.3 Kvalita vín, resp. biovín

3.3.1 Rozdělení vín (biovín) podle kvality

Česká republika patří k okrajovým vinařským oblastem. Vinice se nacházejí poměrně hodně na severu a hrozny mají svou specifickou kvalitu. Víno se řadí do kvalitativních tříd podle obsahu cukru v hroznech v době sklizně. Cukr vzniká v hroznech asimilací a jeho množství je závislé na mnoha faktorech. Řada z nich je neovlivnitelná, některé jsou ale ovlivnitelné. Kvalitní hrozen je základním předpokladem pro výrobu kvalitního vína. Kvalita vína je utvářena ve vinici a ne až ve sklepě (Kraus a Kopeček, 2005):

- neovlivnitelné faktory
 - Vinice – neoptimální vlastnosti (např. těžká zamokřená půda, vinice otočena na severní stranu, mrazová kotlina apod.).
 - Ročník – průběh počasí v daném roce.
- ovlivnitelné faktory
 - Volba odrůdy – některé odrůdy zrají dříve (např. Muškáty, Veltlínské červené rané, Müller Thurgau, Modrý Portugal), některé později (např. Ryzlink vlašský, Ryzlink rýnský).
 - Optimální otočení řad ke slunci a spon výsadby.
 - Obdělání vinice tak, aby keř nebyl přehuštěn, aby byl zabezpečen dostatek slunečního svítu k asimilaci v listech.

Cukernatost hroznů se měří různými hustoměry nebo optickými přístroji. V ČR se nejčastěji používají tzv. stupně Československého normalizovaného moštoměru (dále jen NM), který udává, kolik kilogramů cukru se nachází ve sto litrech moštu. Kvašením cukru vzniká alkohol a jeho množství se dá vypočítat z množství cukru v hroznech (stupně Česko-slovenského normalizovaného moštoměru x koeficient 0,6 = objemová procenta alkoholu) (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Pro třídění tuzemských tichých vín se používají podle vinařského zákona (podobně jako na Slovensku, v Rakousku nebo Německu) především čistě technická kritéria – kromě odrůdy hlavně cukernatost hroznů a hektarový výnos při sklizni. Konečné slovo při zařazení mají však orgány státního dozoru, které posuzují i chuťové vlastnosti vína. Vína podle kvality lze rozdělit (více informací o jednotlivých kvalitativních třídách – viz příloha 6) (*Anonym₆, 2008; Kraus a Kopeček, 2005*):

- stolní
- zemské
- jakostní
- jakostní s přívlastkem – kabinetní víno, pozdní sběr, výběr z hroznů, výběr z bobulí, výběr z cibéb, ledové víno a slámové víno.

Není tedy divu, že (opět podobně jako na Slovensku, v Rakousku nebo v Německu) zákon předpokládá vznik samostatné kategorie vína „víno originální certifikace“ (dále jen V. O. C.), u něhož bude mít větší váhu původ hroznů z určitého území (po vzoru Francie nebo Itálie), ale zároveň garance MZe (*Anonym₆, 2008*). Francouzští vinaři označují takové lokality termínem „terroir“, a toto označení se proto používá v celém světě. V ČR prozatím (r. 2010) existuje pouze jedno VOC – VOC Znojmo. Vinaři zde v této kategorii mohou vyrábět vína z odrůd Ryzlink rýnský, Sauvignon blanc a Veltlínské zelené. Toto označení klade velký důraz na skutečné místo, kde vinař celý rok ošetřoval vinici, aby sklídl hrozny v takové kvalitě, která bude dokonale reprezentovat dané místo (*Pavloušek, 2010*).

Někteří vinaři na administrativní procesy rezignovali úplně a svá vína deklarují jako zemská (hrozny a víno nepodléhají tak přísné kontrole), pro snazší orientaci zákazníků na etikety uvádějí cukernatost hroznů při sklizni a způsoby vinifikace a za kvalitu ručí výhradně svým vlastním jménem (*Anonym₆, 2008*).

Svoji tradici má u vinařů v ČR také „částečně zkvašený hroznový mošt – burčák“. Ten má pocházet výhradně z vinných hroznů, které byly sklizeny a zpracovány na území ČR. Lze jej nabízet k přímé spotřebě mezi 1. srpnem a 30. listopadem kalendářního roku, v němž byly vinné hrozny sklizeny, a to pokud je částečně zkvašený hroznový mošt ve fázi kvašení. Nápoj pod označením burčák proto není možné vyrábět z hroznů dovezených ze zahraničí ani z jiných druhů ovoce (*Pavloušek, 2010*).

Poučeného konzumenta nezajímá jen zařazení vína podle vinařského zákona. Důležitý je také obsah zbytkového cukru. Suché víno obsahuje nejvýše 4 gramy zbytkového cukru na litr (g/l) nebo nejvýše 9 g cukru v litru, pokud rozdíl zbytkového cukru a celkového obsahu kyselin přepočtený na kyselinu vinnou je 2 g nebo méně. Polosuché víno obsahuje více zbytkového cukru než víno suché, ale celkový obsah nepřesahuje 12 g/l. Polosladké víno obsahuje více zbytkového cukru než víno polosuché, ale celkový obsah nepřesahuje 45 g/l. Sladké víno obsahuje více zbytkového cukru než 45 g/l (*Anonym₆, 2008*).

Pro spotřebitele je důležité vědět, že se stoupajícím zařazením se setká většinou také se stoupající cenou. Od stolních vín směrem k přívlastkovým lze také očekávat větší plnost, extraktivnost a komplexnost vína, částečně i sladkost a (s výjimkou ledových a slámových vín) také vyšší obsah alkoholu (*Anonym₆; 2008*).

3.3.2 Senzorické hodnocení a technika smyslového hodnocení vín

Senzorické hodnocení vína je tak staré jako víno samo. Je to vyjádření jakosti vína lidskými smysly, převedené na číselnou hodnotu nebo slovní charakteristiku. Kvalitu vína určuje komplex vlastností, které uspokojí záliby nebo vkus spotřebitelů. I když chemický rozbor poskytuje přesný obraz o nejdůležitějších složkách vína, nenahradí smyslové posouzení člověka, poněvadž chuť a buket jsou chemicky nezjistitelné. K posouzení a hodnocení vína je zapotřebí mít dostatek zkušeností a odborných znalostí. Degustátor musí být vybaven především dobrými smysly a chuťovou a čichovou pamětí. Tyto vlastnosti je nutné udržovat pravidelným ochutnáváním vín různých odrůd a ročníků. Víno může být objektivně posouzeno jen tehdy, hodnotí-li ho několik degustátorů (7-9 členů), z jejichž posudku se vypočítává průměr (*Kraus₂ a kol., 2010; Steidl, 2010*).

Hodnocení vín je samo o sobě velmi komplikovaná záležitost, neboť víno je velmi složitý, stále živý a vyvíjející se roztok mnoha organických i anorganických látek. K hodnocení vína člověk využívá hlavně zrak, čich a chuť. Chce-li člověk porozumět vínu, musí si osvojit techniku smyslového hodnocení vína, kterou pak bude používat vždy stejně tak, aby špatným postupem neovlivňoval výsledky hodnocení. Jednotlivé smysly mohou být ovlivňovány mnoha faktory, které mohou působit při hodnocení příznivě nebo naopak. Mezi neovlivnitelné faktory patří zejména dědičná dispozice a momentální zdravotní stav (např. nachlazení). Do faktorů ovlivnitelných lze zařadit degustační místnost, typ sklenice, seřazení vín v ochutnávce, teplota vín při degustaci a hodnotící systém (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Degustační místnost musí být prostorná, bez pachů a jiných rušivých jevů, osvětlená nejlépe denním světlem s možností regulace teploty (19-21 °C) (*Kraus a Kopeček, 2005*).

O požitku vína nerozhoduje jen samotná kvalita vína, ale také kvalita skleničky. Tvar skleničky by měl být takový, aby se nahoře mírně uzavíral, a tím umožňoval koncentraci vůně (při kroužení ve skleničce), velikost musí umožňovat větší či menší reakci se vzduchem, a tím uvolnění aroma (*Steidl, 2010*). Dále musí mít sklenice na stopce obsah nejméně 200 ml (*Kraus a Kopeček, 2005*). V zásadě platí: Čím starší víno, tím větší sklenička (*Steidl, 2010*). Sklenice musí být vyrobena z tenkého čirého skla bez ozdob a výbrusů. Čím je složení skloviny kvalitnější, tím má konečný výrobek větší povrch

a uvolňuje z vína více aroma. V podstatě by mělo být pro hodnocení používáno tenkostěnné sklo ve tvaru tulipánu na stopce. Všechna hodnocená vína by měla být podávána ve stejných skleničkách (Steidl, 2010). Při pití bílého vína se drží sklenička za stopku dole, aby teplota ruky neovlivňovala teplotu vína. Výjimku lze učinit jen u červených vín. Sklenička se nalévá asi do jedné třetiny obsahu. Šumivá vína se pijí z mělkých a široce otevřených nebo štíhlých kuželovitých číší zvaných „flétna“ (Kraus₂ a kol., 2010).

Dalším ovlivnitelným faktorem je seřazení vín při ochutnávce, protože vždy musí být dodržen princip posloupnosti vjemů, teplota vín při degustaci (viz kapitola 3.3.3) a připravenost degustátora (pohodlné oblečení a obutí, nesmí používat aromatické kosmetické přípravky). Degustátor také musí znát hodnotící systém (bodovací systém – viz kapitola 3.3.4) a vědět, jaké skupiny vín bude hodnotit, a být seznámen s časovým rozvrhem hodnocení (Kraus a Kopeček, 2005).

Při vlastní degustaci se nejprve posuzuje čistota a barva vína (viz příloha 7 – barvy vína a jejich pojmenování). Jiskrný vzhled vína vzbudí chuť, naproti tomu zakalené víno odpuzuje a může ovlivnit i chuťové hodnocení. Nejvíce bodů dostanou čistá a jiskrná vína. Barva vína je měřítkem pro posouzení odrůdovosti, způsobu výroby, stáří, zdravotního stavu apod. U bílých vín může být světle zelená (např. Sylvánské), světle žlutá (např. Müller Thurgau), zlatožlutá (např. Ryzlink rýnský) apod. Nepříjemný je pohled na víno vodové barvy. Vysoce nahnědlá barva upozorňuje, že s vínem není něco v pořádku. Červená vína mívají barvu světle červenou, rubínovou, tmavě rubínovou nebo sytě červenou do fialova a granátovou. Čistota (vzhled) vína je důkazem správného postupu při výrobě a jeho ošetřování, zdravotního stavu a stupně zralosti (Kraus₂ a kol., 2010).

První styk degustátora s vínem je očima při jeho nalévání do sklenice. Sklenici nastaví proti zdroji světla (např. hořící svíčky) a posoudí čistotu vína. Následně postaví víno na bílou podložku a nejlépe za denního světla se snaží popsat barevný odstín a intenzitu barvy. Po té sklenici vezme do ruky, podívá se na barvu vína shora, pak sklenici nakloní, prohlédne střed vína, tzv. oko, a okraje vína. Nakonec zakrouží, aby omyl stěny sklenice, a pozoruje stopy stékajícího vína, přičemž sleduje jeho viskozitu (Kraus a Kopeček, 2005).

Následně degustátor přičichne ke sklenici. Pak sklenicí několikrát zakrouží, aby se umyla část sklenice, a tím se urychlilo uvolňování těkavých látek. Tento postup několikrát

opakuje. Nakonec čichá k prázdné sklenici, ve které zůstává jemná vrstvička vína, která se rychle odpařuje (*Kraus a Kopeček, 2005*). Čichem lze hodnotit vůni (buket, květina, kytky) vína. Čichové pocity vnímá člověk nosem, jehož citlivost je velká, reakce rychlá a stupnice citlivosti rozsáhlá (*Kraus₂ a kol., 2010*) a je velmi významným nástrojem degustátora, protože je důležitý jak při hodnocení vůně čichem, tak při chutnání vína, kdy jednotlivé těkavé sloučeniny přecházejí z úst při vydechnutí opět přes receptory v nose – jde o tzv. retronazální vjem. Ve většině případů platí, že podobné aroma, které lze cítit nosem, lze cítit i při ochutnání vína (*Stávek₃, 2011*). Podle vůně může zkušený degustátor poznat odrůdu vína. Některá vína mají zvláštní intenzivní „odrůdový“ bouquet. Jsou to zejména Müller Thurgau, Ryzlink rýnský, Tramín, Sauvignon, Muškát aj. Při čichnutí lze poznat vlastnosti vína, odrůdu, stáří, přesíření, vady a hlavně nemocná a naoctěná vína. O voňavých vínech se říká, že mají „kytku“ (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Na posudek vína a jeho hodnocení má největší vliv chuť, která vyjadřuje odrůdovou plnost, harmoničnost, stáří, způsob výroby a ošetřování, vady a choroby vín (*Kraus₂ a kol., 2010*). Při chutnání vína si degustátor vezme do úst malé množství (menší polévková lžička), víno převaluje minimálně pět vteřin po jazyku, aby jej opláchl celý (*Kraus a Kopeček, 2005*). Je nutné přitlačit ho k hornímu patru, aby omývalo všechny chuťové buňky (*Kraus₂ a kol., 2010*). Musí se totiž nasytit chuťové pohárky, které jsou na jazyku nerovnoměrně rozmístěny. Pak degustátor „přisrkně“ sevřenými ústy vzduch a víno probublává, aby z ohřátého vína dostal unikající aromatické látky do nosu. Následně malou část vína polkne a sleduje, jak dlouho a jak kvalitně zůstává v ústech dochuť. Ostatní víno vyplivne, aby byl schopen posoudit co nejvíce vzorků vín a nebyl ovlivňován výpary z vlastního žaludku (*Kraus a Kopeček, 2005*). Rychlost uvědomování si chuťového pocitu je různá. Nejkratší je při slané chuti, pak následuje sladká a kyselá chuť a nejpomaleji pociťujeme hořkou chuť. Je proto nevhodné vynášet svůj úsudek o víně ukvapeně. Chutí se zjišťuje výraznost jednotlivých složek vína, jeho plnost, harmoničnost, popřípadě cizí příchuti a pachuti. Vínařské přísloví praví: „První doušek vína patří posudku a teprve další požitku!“. Jestliže se při ochutnávání vína jeho chuťový dojem rychle rozplyne, jde o víno prázdné, hubené nebo krátké. Víno málo alkoholické a kyselé se zdá být prázdné, i když je extraktivní. Zanechá-li víno po napití delší příjemný pocit, lze říci, že je plné a má „tělo“. Vína, o nichž

se říká, že jsou jich plná ústa, zanechávají příjemný dojem na jazyku a olejovou stopu ve sklenici. Jen vína špičková, harmonická a plná zanechávají trvalou vzpomínku. Chuť vína ovlivňuje zejména soulad mezi alkoholem, kyselinami a zbytkem nezkašeného cukru, u červených vín ještě příjemný obsah taninu. Tyto složky musí být ve vzájemném souladu, aby víno bylo harmonické (*Kraus₂ a kol., 2010*).

U šumivých vín se navíc sleduje perlení, mělo by být jemné a co nejdější. Celkový chuťový dojem je průměrným výsledkem opakovaných ochutnávání (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Termíny používané při hodnocení vína a aromatické látky, které lze identifikovat ve víně, jsou uvedeny v příloze 8 – Obrazové schéma procesu smyslového vnímání vína.

Různé odrůdy lze charakterizovat pomocí většího či menšího aroma. Ale ne všechny vzorky lze takto srovnávat, velkou roli hrají i pěstitelské zásahy. Předmětem pro přesný popis je i aromatický kruh pro víno (viz příloha 9) (*Steidl, 2010*).

Degustátor by si měl o každém víně provádět záznamy, které v budoucnu pomohou vzpomenout si na určité víno, výrobce, oblast, vinici. Záznamy lze vyhodnocovat a metodou vylučovací eliminovat nebo metodou pozitivního výběru vybírat vína. Je například dobré připravit si katalogové hodnotící lístky (viz příloha 10) (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Pro potřeby soutěžního srovnání asi nelze najít jiný způsob než číselný, ale pro běžného konzumenta je toto hodnocení málo pochopitelné a nepoužitelné. Bude-li si chtít konzument vzpomenout po určité době na nějaké konkrétní víno, musí si vytvořit takový způsob poznámek, ve kterém bude mít charakterizovanou barvu, vůni a chuť vína. Popis musí být jednoduchý a výstižný. Lze říci, že je nutné najít způsob, jak popis srovnávat s běžně se vyskytujícími charakteristickými vlastnostmi – např. barva je intenzivní, žlutá, voní jako lipový květ, chuť je jemná s výraznou svěží kyselostí, víno je harmonické s menším zbytkem neprokvašeného cukru, příjemné, po polknutí zůstává na patře příjemná ovocnost připomínající zralou meruňku (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Aroma vína je důležitým ukazatelem kvality a pro spotřebitele vodítkem při rozhodování o koupi výrobku. U laických příznivců vína, ale i odborníků jsou na hodnocení vín často slyšet zvolání jako: „...tu vůni znám, totakto chutná....co mi to jen připomíná?“. Často mají sami degustátoři při četných degustacích a hodnoceních vín někdy problém rozličné charakteristiky a zjištěné vjemy vhodně vyjádřit (*Stávek₃, 2011*).

3.3.3 Ochutnávka – prostředí ochutnávky, stolování při ochutnávce, teplota podávaného vína, seřazení vín při ochutnávce, podávání vína

Posuzování vín ochutnáváním je těžká práce, kladoucí velké požadavky na smyslové orgány, které se postupem času a přibývajícím počtem vzorků otupují, zejména při velkých soutěžích. Nejlépe je ochutnávat dopoledne (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Obřad podávání vína vyžaduje určitou harmonii prostředí. Nejlépe se stoluje ve světlém prostoru, kde je čistý vzduch. Proto se i sensorické hodnocení vín koná v čisté světlé místnosti s vhodnou teplotou a v klidném prostředí. Degustátor by neměl při posuzování kouřit, ani se bavit. Každý z nich by měl zaměřit svou pozornost na správné hodnocení předloženého vzorku vína. Pro správně vyznění barvy vína je důležitá i barva ubrusů. Pro vína bílá i červená je tradiční bílý ubrus. Ten ale může poškodit barvu vína růžového, které na něm zešedne. Pro vína růžová se hodí velmi jemně růžový nebo slámově žlutavý ubrus. Takové barvy se však nehodí pro vína bílá, která se snášejí ještě s ubrusem jemně zeleným nebo slabě okrovým. Na růžový ubrus je proto možné postavit i pohár červeného vína (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Kromě harmonie prostředí vyžaduje i podávání jídel a vín harmonii ve volbě vhodného pořadí chodů (*Kraus a Kopeček, 2005*). Chuť vína vynikne, je-li dobře sladěno s chutí podávaného jídla. Chuťové orgány je dovoleno osvěžit zakousnutím pečiva, nebo vypláchnutím úst čistou vodou (*Kraus₂ a kol., 2010*). Je zvykem seřadit pokrmy od lehkých k těžším a stolování zakončit buď sýrem, nebo sladkým dezertem. Podle toho se sestavuje i pořadí vín doplňujících chuťový požitek z podávaných pokrmů (*Kraus a Kopeček, 2005*). K tomu je zapotřebí dodržovat tyto zásady (*Kraus₂ a kol., 2010*):

- 1) Nikdy nepít víno na lačný žaludek.
- 2) K pokrmům z bílých mas pít bílá vína.
- 3) K pokrmům chuťově výrazným, kořeněným a tučným lze pít extraktivní bílá a červená vína.
- 4) K pokrmům z tmavých mas se podávají červená vína.
- 5) K moučnickům se hodí sladká vína, archivní, dezertní a šumivá vína.

Významné je i pořadí vín při ochutnávce. Špatným seřazením vín se může totiž pokazit celé hodnocení a mnoha vínům ublížit (*Kraus a Kopeček, 2005*). Obecně lze říci, že se nejprve degustují přírodní vína, z nichž se podávají bílá vína před růžovými a červenými, mladá před staršími, lehká před těžkými, suchá před víny se zbytkem cukru, lahodná před trpkými a nižší jakostní skupiny před jakostnějšími. Pak následují vína šumivá, dále upravovaná a z nich sladká před kořeněnými (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Před podáváním vína se nepije pivo, ani žádné destiláty nebo likéry. Míchat alkoholické nápoje je nevhodné. Pravým posláním vína je poskytnout chvíle dobré pohody a radosti. Víno se nepije pro obsah alkoholu, ale pro jeho svéráznou a nenapodobitelnou chuť (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Při degustaci vína je také velmi důležitá teplota podávaného vína, neboť příliš chladné víno je uzavřené a skrývá vůni a chuť, zatímco příliš teplé víno naopak uvolňuje nadměrně alkohol a jiné těkavé látky, působí pálivě a neharmonicky. Pro každý typ vína je doporučena jiná teplota (viz tabulka 5).

Tabulka 5: Doporučená teplota pro hodnocení vín (*Kraus a Kopeček, 2005*)

Teplota	Druh vína
6 - 8 °C	sekty, aperitivy
8 - 10 °C	lehká bílá vína - stolní, jakostní, kabinet
9 - 11 °C	aromatická a polosuchá vína
11 - 12 °C	růžová vína, bílé pozdní sběry a výběry
12 - 14 °C	lehká, mladá červená vína, ledová, slámová vína, výběr z bobulí
14 - 16 °C	běžná červená vína
16 - 18 °C	těžká a starší vysoce extraktivní červená vína

V případě podávání vína do nevytemperovaných sklenic je nutné snížit jeho teplotu ještě o 2-3 °C. Sklenice, které mají pokojovou teplotu, okamžitě víno ohřívají. Přičemž platí, že čím větší sklenice, tím je potřeba víno více podchladiť. Při soutěžích musí být teplota vín v jednotlivých skupinách stejná. Je potřeba dbát na to, aby víno na konzumní teplotu bylo připraveno bez teplotních šoků a pokud možno pomalu. Různé zahřívání v mikrovlnné troubě, horké vodě nebo chlazení v mrazničce kvalitě vína nepřispívá. Existují i triky, které lze uplatnit. V případě vína nevalné kvality jej raději podáváme při nízké teplotě, čímž se schová jeho vůně a částečně i chuť. Ochutnají-li hosté stejné víno při několika rozdílných teplotách, většina z nich si myslí, že pili různá vína (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Před vlastní degustací se často konzumují tzv. nulté vzorky, které ulehčují rozhodnutí (úsudek) a bývají hodnoceny v otevřené diskuzi. Toto víno slouží ochutnávajícímu vedle předem stanovených bodů během celé ochutnávky jako podklad pro srovnávání (*Gosch, 2005*).

Ochutnávající také nesmí být přetěžováni – u trénovaných degustátorů přináší ještě vypovídající výsledky maximálně padesát vzorků, a ne delší trvání ochutnávka než čtyři hodiny. Relativně jisté výsledky ochutnávky lze očekávat při tajných ochutnávkách, to znamená, že výrobce vína musí zůstat anonymní. Jsou povoleny pouze odkazy na odrůdu, ročník, stupeň kvality, geografický původ, bonifikaci a výsledky analýzy. Také nesmí docházet k ovlivňování degustátorů spoludegustátory, vedoucími ochutnávky, vůní, světlem, kouřem, jídlem atd. Ideální jsou ochutnávací kabiny nebo stoly oddělené mezistěnami postavené v jednom směru (*Gosch, 2005*). Za zvážení také stojí, jak je hodnocení reprodukovatelné, to znamená, zda se při opakování dosáhne stejného počtu bodů (*Steidl, 2010*).

Závěrem lze shrnout, aby bylo možné korektně zhodnotit víno, musí být splněny následující předpoklady a požadavky na degustaci (*Steidl, 2010*):

- Degustátor – dobrá znalost vína, dobrý tělesný a duševní stav (např. vyloučení nachlazení a stresu), před hodnocením nejíst ostrá a silně kořeněná jídla, těsně před degustací nekouřit.
- Degustační místnost – světlá, teplá, klidná, bez zápachů (např. barva, vosk na parkety), neovlivňování ostatními degustátory (kabinky).

- Materiální zabezpečení – neutrální minerální voda a bílý chléb k neutralizaci úst, nádoba k vyplivnutí vína a k vylévání obsahu skleniček, dostatek degustačních skleniček, víno k propláchnutí a nultý vzorek (jsou-li potřeba).

Teplota vína: Bílá vína 10-12 °C, červená vína 16-18 °C.

Řazení vína podle – odrůd (neutrální před buketními), stáří (mladá před starými), cukru (suchá před sladkými), barvy (bílá před růžovými a červenými, ale případná sladká bílá po červených).

- Průběh (zakrytá degustace) – láhve obalit, je lepší vyprázdnit je do džbánu. Uvádí se jen odrůda, ročník, jakostní zařazení, původ a doplňující informace (způsob vinifikace apod.). Vyhnout se přetížení degustátorů, při jedné degustaci by počet vzorků neměl přesáhnout padesát. Ponechat dostatek času na degustaci každého vzorku, dělat přestávky. Pokud je připravována svačina, měla by jídla být neutrální (schopnost posuzovat víno značně ovlivňuje např. ostrý salám, tučné sýry a káva).

3.3.4 Kritéria hodnocení vín

Existuje celá řada oficiálních hodnotících systémů vína s cílem dosáhnout objektivního hodnocení organoleptických vlastností vín a jejich spravedlivého roztřídění. Tyto systémy hodnocení jsou dále upravovány a zlepšovány (*Kraus₂ a kol., 2010*). Každý je svým způsobem specifický, má své výhody a nevýhody. Většina z nich však hodnotí víno číselnou řadou (bodový systém), a to buď vzestupnou (čím více bodů, tím vyšší kvalita), anebo systémem trestných bodů (čím více bodů, tím horší kvalita) (*Kraus a Kopeček, 2005*). Hodnocení vína může také probíhat jinými způsoby – popisné hodnocení a metoda stanovení pořadí (*Steidl, 2010*).

Je potřeba důkladně zvážit, který hodnotící systém použít pro danou příležitost (*Kraus a Kopeček, 2005*). U přírodních révových vín posuzujeme čistotu, barvu, vůni, chuť a celkový dojem, u šumivých vín navíc perlivost. Posuzování je vždy anonymní. Nejčastěji se používají schémata dvaceti- a stobodová (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Dvacetibodový systém hodnocení vína byl u nás donedávna hojně používaný, avšak postupně ztratil význam, neboť hodnotitelé se pohybovali ve velmi malém rozmezí bodů, což nepostihovalo celou škálu kvality vín (*Kraus a Kopeček, 2005*). Na menších soutěžích

spíše místního významu se ještě používá hodnocení dvacetibodovou stupnicí. Pro barvu vína jsou stanoveny 0-2 body, pro čistotu rovněž 0-2 body, pro vůni 0-4 body a pro chuť včetně celkového dojmu 0-12 bodů. U šumivých vín je rozdíl v bodování vůně, pro kterou je stanoveno rozpětí 0-2 body, pro chuť a celkový dojem 0-10 bodů a perlivost se hodnotí 0-4 body (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Většinou se již přešlo na aktuální stobodový model pro tichá vína (viz obrázek 1). Ten vyšel z původního stobodového systému Mezinárodní unie enologů a je v současnosti mezinárodně uznávaným stupnicovým systémem. Tento bodovací systém tichých vín hodnotí vzhled vína 15 body, vůni nejvýše 30 body, chuť 44 body a celkový dojem 11 body. Tyto bodové hodnoty se ještě člení u vzhledu na čirost s nejvýše 5 body a barvu s 10 body; u vůně na intenzitu s nejvýše 8 body, čistotu se 6 body a harmonii s 16 body; u chuti na intenzitu s nejvýše 8 body, čistotu se 6 body, harmonii s 22 body a perzistenci s 8 body (*Kraus₂ a kol., 2010*).

Obrázek 1: Degustační tabulka pro stobodový systém hodnocení tichých vín (*Kraus₂ a kol., 2010*)

Tichá vína		vynikající	velmi dobré	dobré	uspokojivé	nedostatečné	Komise č.	Vzorek č.		
Hodnocení							Ročník.....	Kategorie č.		
Vzhled	čirost	5	4	3	2	1	Poznámky:	Podpis předsedy komise:		
	barva	10	8	6	4	2				
Vůně	intenzita	8	7	6	4	2			Podpis degustátora:	Body celkem:
	čistota	6	5	4	3	2				
	harmonie	16	14	12	10	8				
Chuť	intenzita	8	7	6	4	2				
	čistota	6	5	4	3	2				
	harmonie	22	19	16	13	10				
	perzistence	8	7	6	5	4				
Celkový dojem		11	10	9	8	7				

Pro orientační posouzení vzorků vín se také používá pětibodová penalizační stupnice, která hodnocení zjednodušuje (*Kraus₂ a kol., 2010*). Penalizační systém (udělování trestných bodů) se používá především na mezinárodních výstavách vín, kde není možné znát všechny odrůdy. Vítězí víno, které má nejméně trestných bodů (*Kraus a Kopeček, 2005*).

Dalším možným způsobem hodnocení vína může být hodnocení popisné, kdy je charakter vína popisován pomocí příslušného (částečně předepsaného) slovníku. Mohou být upřednostňovány určité vlastnosti, jejichž přítomnost či intenzita se pak hodnotí (*Steidl, 2010*).

V případě metody stanovení pořadí se postupně degustuje několik vzorků vín a podle výsledku hodnocení se stanoví jejich pořadí. Tato metoda je využívána pro vyhodnocování pokusů a pro závěrečné stanovení vítězů soutěží vín (finále) (*Steidl, 2010*).

4 VÝSLEDKY A DISKUZE

Praktická část diplomové práce vychází z kvalitativního šetření, přičemž technikou sběru dat jsou podpůrná dotazníková šetření (úvodní a závěrečné šetření) a neformální rozhovory a pozorování reakcí spotřebitelů při vlastní ochutnávce.

Průzkumného šetření se zúčastnilo celkem 16 respondentů z řad běžných spotřebitelů, kteří běžně konzumují konvenčně vyráběná vína, nemají ale žádné zkušenosti se sensorickým hodnocením vín. Nicméně jsou zvyklí na určitý jakostní standard tzv. “selských“ moravských vín. Výsledky byly pro lepší přehlednost zaznamenány do grafů a tabulek.

Úvodní dotazníkové šetření (viz příloha 11) sloužilo zejména ke zjištění preference spotřebitelů v konzumaci vín, vnímání chuti běžných spotřebitelů, jejich pohled na kvalitu vín, resp. biovín, znalosti o biovýrobcích a biovině a ochotu zakoupit si je.

Následovala krátká informativní prezentace (viz příloha 12) o předmětu a průběhu ochutnávky, jakým způsobem si budou respondenti zapisovat poznámky a hodnotit vybraná biovína při vlastní ochutnávce.

Součástí průzkumného šetření byla i ochutnávka vybraných biovín v celkovém počtu osm (čtyři bílá, čtyři červená) od čtyř průkopníků biovinářství v ČR (Josef Abrle, František Mádl, Miloš Michlovský, Vlastimil Peřina). Do ochutnávky byla záměrně zařazena suchá, resp. polosuchá biovína díky oblíbenosti spotřebitelů, protože při úvodním dotazníkovém šetření nejčastěji uváděli oblíbenost suchých vín (viz kapitola 4.1). Před ochutnávkou proběhla v otevřené diskuzi degustace nultého vzorku. Respondenti neměli během ochutnávky k dispozici základní identifikační údaje vztahující se k jednotlivým vzorkům biovín. Při ochutnávce byly dodrženy standardy pravidel pro degustaci vín.

Závěrečné dotazníkové šetření (viz příloha 15) sloužilo ke zjištění pohledu spotřebitelů na biovína po ochutnávce, zda se budou i nadále zajímat o téma biovín, zda si biovíno v budoucnu koupí a zda mají zájem o konzumaci zahraničních biovín.

Celého průzkumného šetření se zúčastnil i profesionální degustátor vín (respondent 17) pro komparaci vnímání faktorů kvality biovína s běžnými spotřebiteli. Profesionální

degustátor vyplnil nejen zjednodušenou degustační tabulku, ale i stobodovou tabulku pro hodnocení tichých vín.

Snahou bylo identifikovat faktory kvality biovína z pohledu běžného spotřebitele v porovnání s obecně platnými parametry kvality vína s cílem formulovat stanoviska běžných spotřebitelů a doporučení pro producenty jako nástroje obchodu a marketingu zaměřených na zákazníka.

4.1 Výsledky úvodního dotazníkového šetření

K průzkumnému šetření byl vytvořen úvodní dotazník (viz příloha 11), přičemž výsledky tohoto šetření byly zaznamenány do grafů 1A-28A.

Úvodním dotazníkovým šetřením byly zjištěny základní identifikační údaje respondentů (věk, pohlaví). Dále se průzkumné úvodní dotazníkové šetření zaměřilo na frekvenci a důvody pití vína, preference spotřebitelů v konzumaci vína (dle barvy, jakosti, původu, obsahu cukru, ceny), spotřebitelské vnímání chuti a kvality vína, resp. biovína a znalosti spotřebitelů o biovýrobci, jejich nákupu, znalosti o biovíně (biovínaři, odrůdy pěstované v biokvalitě) a setkání spotřebitelů s biovínem.

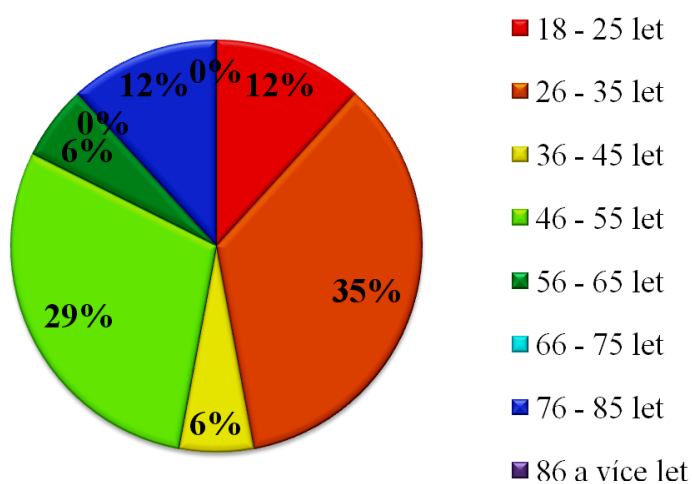
Seznam grafů – úvodní dotazníkové šetření

1. Identifikační údaje – věk respondentů zařazených do průzkumného šetření (graf 1A)
2. Identifikační údaje – pohlaví respondentů zařazených do průzkumného šetření (graf 2A)
3. Frekvence pití vína (graf 3A)
4. Důvody pití vína (graf 4A)
5. Preference vín dle barvy (graf 5A)
6. Preference při výběru vína (graf 6A)
7. Preference vína dle původu (graf 7A)

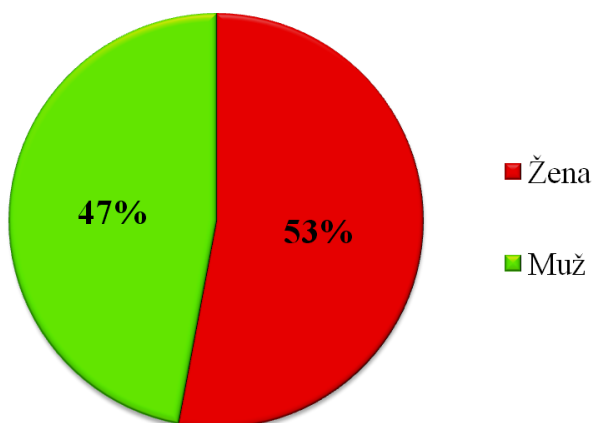
8. Preference vína dle obsahu cukru (graf 8A)
9. Preference vína dle ceny (graf 9A)
10. Preference vína dle kvality (graf 10A)
11. Kvalita vín z pohledu spotřebitelů (graf 11A)
12. Víno plné (graf 12A)
13. Víno prázdné (graf 13A)
14. Jsou česká vína kvalitní – spotřebitelský názor (graf 14A)
15. Proč jsou česká vína kvalitní – spotřebitelský názor (graf 15A)
16. Co je „bio“ – spotřebitelský názor (graf 16A)
17. Novinky v EZ (graf 17A)
18. Typy novinek v EZ (graf 18A)
19. Nákup bioproduktů (graf 19A)
20. Nákup bioproduktů – druh (graf 20A)
21. Nákup bioproduktů – spotřebitelský názor (graf 21A)
22. Pojem biovíno – spotřebitelský názor (graf 22A)
23. Biovíno – trend? (graf 23A)
24. Oblasti pěstování biovinné révy v ČR – spotřebitelský názor (graf 24A)
25. Odrůdy pěstované v biokvalitě – spotřebitelský názor (graf 25A)
26. Setkání spotřebitelů s biovínem v ČR (graf 26A)
27. Preference biovína dle ceny (graf 27A)
28. Kvalita biovína z pohledu spotřebitelů (graf 28A)

Z hlediska pohlaví a věku byl soubor respondentů rovnoměrně rozložen tak, aby bylo dosaženo co nejlepší vypovídací schopnosti průzkumného šetření napříč všemi věkovými skupinami (viz graf 1A a 2A). První věková skupina byla od 18-25 let, další byly děleny vždy po deseti letech. Nejvíce zastoupenou věkovou kategorií byli respondenti ve věku 26-35 let (35 %), dále pak 46-55 let (29 %). Naopak nebyly zastoupeny věkové skupiny 66-75 let a 86 a více let.

Graf 1A: Identifikační údaje – věk respondentů zařazených do průzkumného šetření

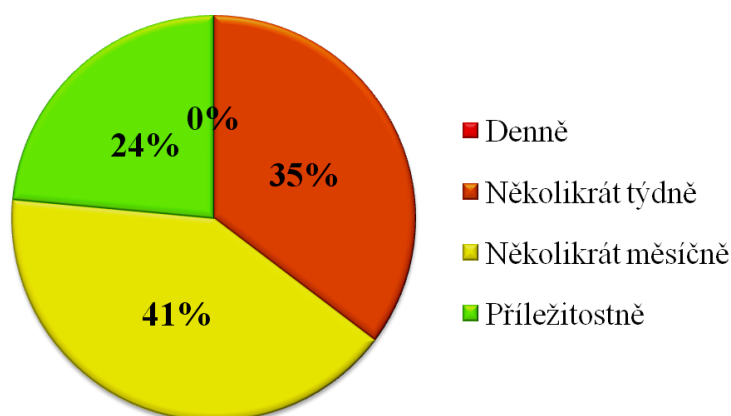


Graf 2A: Identifikační údaje – pohlaví respondentů zařazených do průzkumného šetření



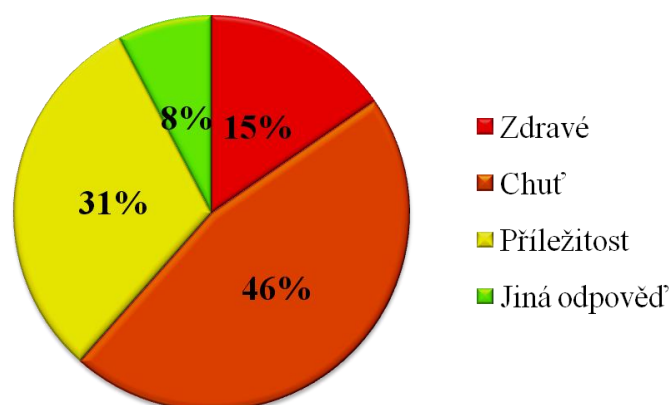
Dotazníkové šetření se také zaměřilo na zjištění frekvence pití vína. Graf 3A představuje odpovědi respondentů na otázku: Jak často pijete víno? Mezi nejčastější odpovědi respondentů patřilo několikrát měsíčně (41 %), dále několikrát týdně (35 %) a příležitostně (24 %). Na druhou stranu žádný respondent neodpověděl denně.

Graf 3A: Frekvence pití vína



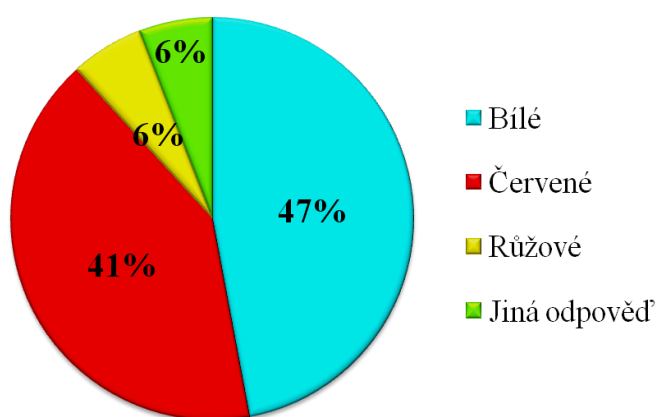
Další otázkou pro respondenty byly důvody pití vína (Proč pijete víno?) – viz graf 4A. Téměř polovina respondentů uvedla, že víno pije pro jeho chuť (46 %). Druhou nejčastější odpovědí bylo pití vína kvůli příležitosti (31 %).

Graf 4A: Důvody pití vína

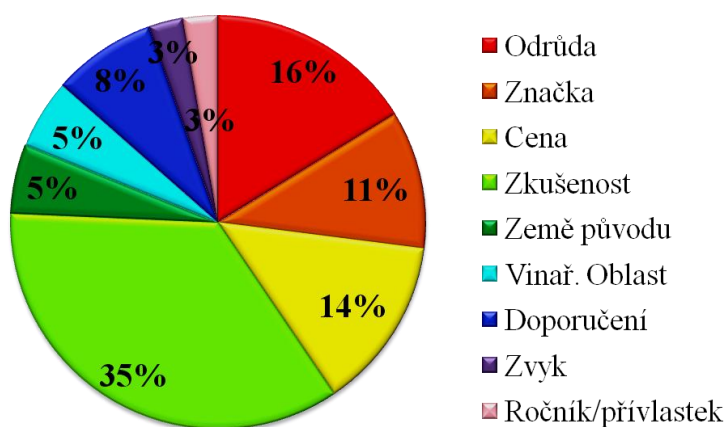


Další otázky se zaměřily na preference respondentů při pití vína – preference dle barvy vína (viz graf 5A). Z průzkumného šetření vyplynulo, že respondenti pijí jak bílé (47 %), tak červené víno (41 %). Při odpovědi na otázku: Při výběru je pro Vás rozhodující? Je respondenty nejčastěji uváděnou odpovědí zkušenost (35 %), dále odrůda (16 %), cena (14 %) a značka (11 %) (viz graf 6A). Odpovědi země původu, vinařská oblast, doporučení, zvyk, ročník/přívlastek nebyly tak hojně zastoupeny.

Graf 5A: Preference vína dle barvy

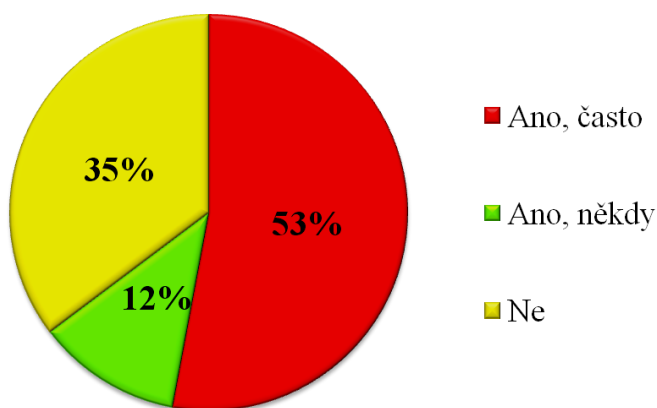


Graf 6A: Preference při výběru vína



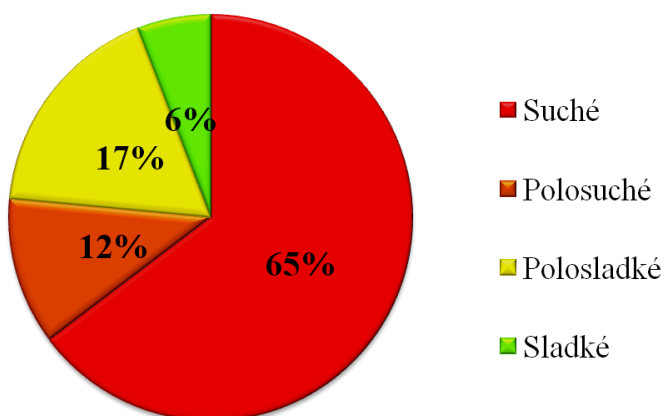
Graf 7A představuje odpovědi respondentů na otázku: Upřednostňujete vína dle původu? Pokud ano, která a proč? Téměř dvě třetiny respondentů (65 %) odpověděly, že je pro ně původ důležitý (53 %) nebo někdy důležitý (12 %), naopak pro 35 % respondentů není.

Graf 7A: Preference vína dle původu



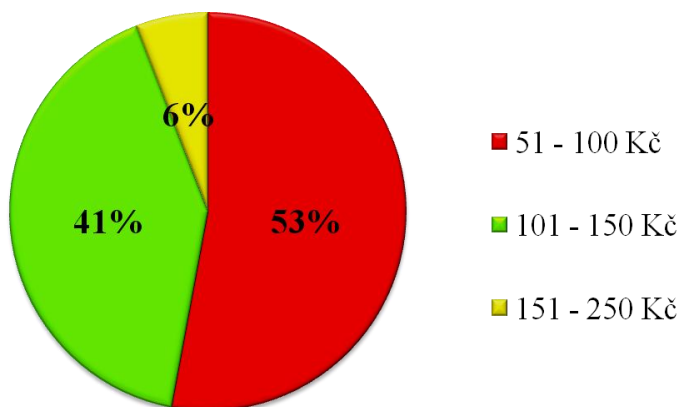
Z hlediska obsahu cukru ve víně preferují respondenti spíše suchá vína (65 % včetně odborného degustátora), naopak nejméně jim chutnají vína sladká (6 %) – viz graf 8A.

Graf 8A: Preference vína dle obsahu cukru



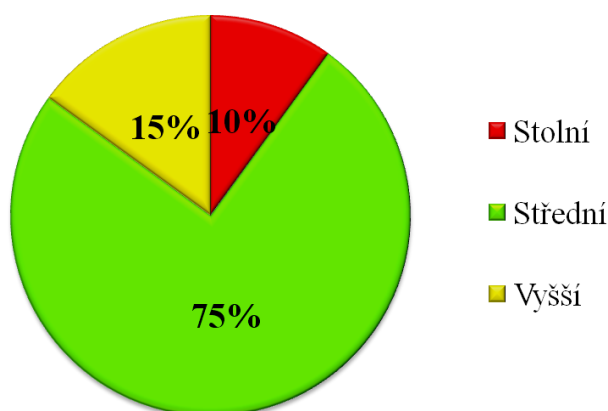
Součástí dotazníkového šetření byla i otázka pro spotřebitele, jakou cenu obvykle platí za víno. Graf 9A představuje odpovědi respondentů na otázku: V jakém cenovém rozmezí víno nejčastěji nakupujete (cena za 0,75 l)? Většina respondentů (94 %) by byla ochotna dát za víno maximálně 150 Kč. Pouze profesionální degustátor uvedl, že preferuje cenu vína v rozmezí 151-250 Kč.

Graf 9A: Preference vína dle ceny



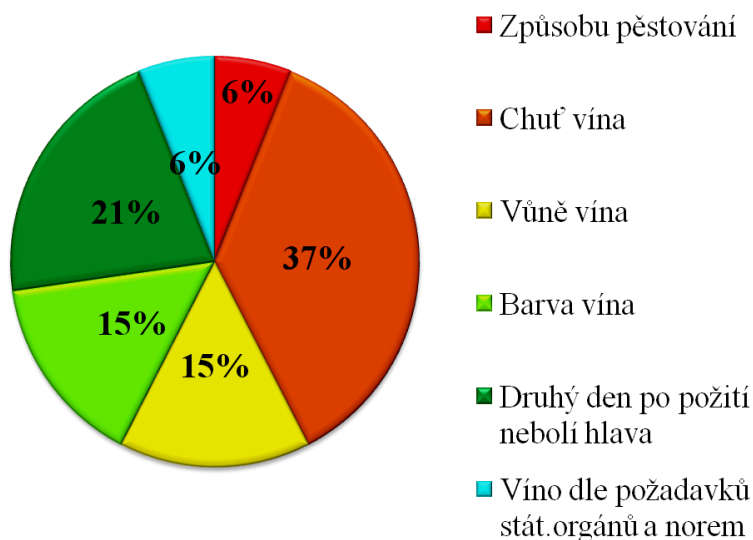
Graf 10A představuje odpovědi respondentů na otázku: Jaká vína převážně kupujete? Tři čtvrtiny respondentů (75 %) kupují vína střední kvality. 15 % respondentů odpovědělo (včetně odborného degustátora), že nakupuje nejčastěji vína vyšší kvality, a pouze 10 % odpovědělo, že nakupuje stolní vína.

Graf 10A: Preference vína dle kvality



Graf 11A představuje odpovědi respondentů na otázku: Co si představujete pod pojmem kvalita vína? Nejčastější odpovědí respondentů byla chuť vína (37 %) a dále bylo důležité, že je druhý den po požití nebolí hlava (21 %). Respondenti také považují za podstatnou vůni vína (15 %) a barvu vína (15 %). Mezi méně frekventované odpovědi patřily způsob pěstování (6 %) a vína dle požadavků státních orgánů a norem (6 %). Odborný degustátor uvedl, že si pod pojmem kvalita vína představuje barvu, vůni a chuť vína.

Graf 11A: Kvalita vín z pohledu spotřebitelů

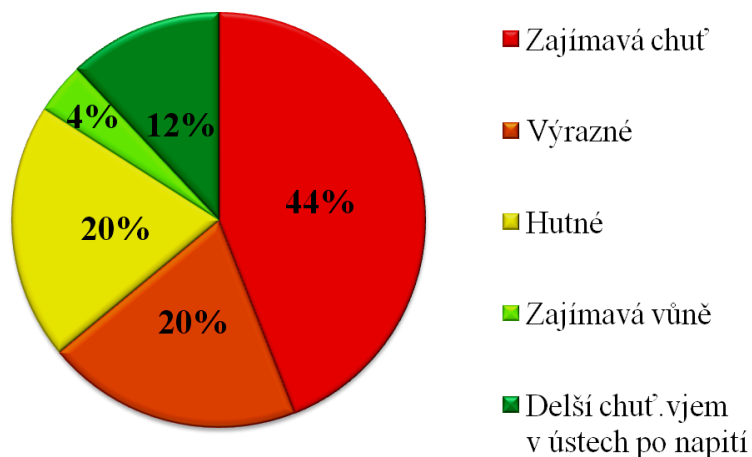


Další otázka úvodního dotazníku byla zaměřena na znalosti respondentů ohledně běžných vinařských pojmů – odpověď na otázku: Co si představíte, když se řekne, že je víno plné, prázdné?

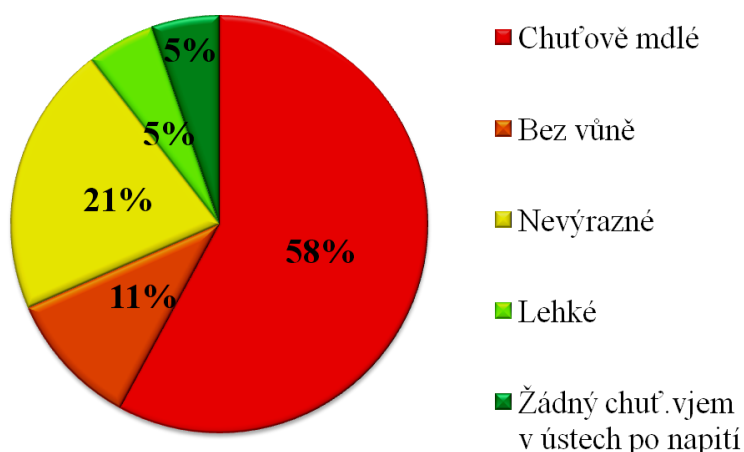
Nejčastější odpovědí na otázku, co je víno plné, bylo, že je to víno se zajímavou chutí (44 %) či že je to víno výrazné (20 %), hutné (20 %) nebo zanechává po napití delší chuťový vjem v ústech (12 %) – viz graf 12A. Odborný degustátor uvedl, že jde o víno se zajímavou chutí a že při konzumaci zůstává v ústech delší chuťový vjem.

V případě otázky, co je víno prázdné, bylo nejčastější odpovědí, že jde o víno chuťově mdlé (58 %), nevýrazné (21 %) a bez vůně (11 %). Nejméně častými odpověďmi bylo, že jde o víno lehké (5 %) nebo že víno nezanechává po napití žádný chuťový vjem (5 %) – viz graf 13A. Odborný degustátor uvedl, že jde o víno nevýrazné a bez vůně.

Graf 12A: Víno plné



Graf 13A: Víno prázdné

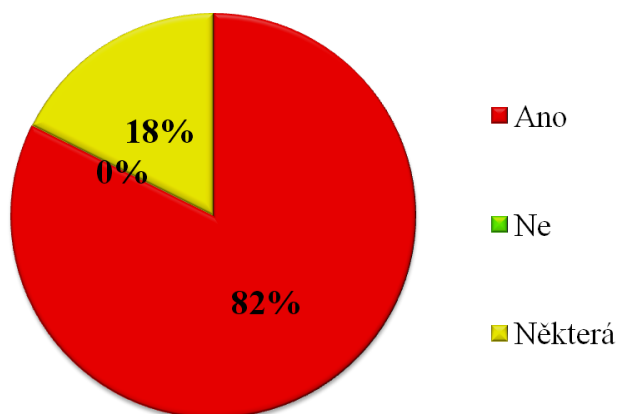


V grafech 14A a 15A jsou uvedeny odpovědi na otázky: Myslíte si, že jsou česká vína kvalitní? Pokud ano, proč?

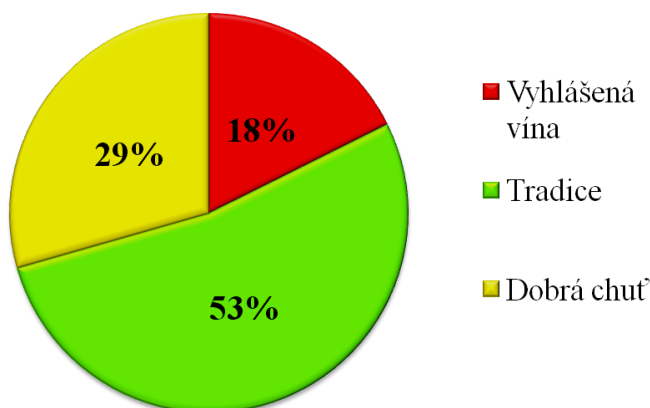
Většina respondentů (82 % včetně odborného degustátora) si myslí, že jsou česká vína kvalitní, 18 % z nich si myslí, že pouze některá. Žádný z respondentů neuvedl, že česká vína kvalitní nejsou – viz graf 14A.

Při odpovědi na otázku, proč si respondenti myslí, že jsou česká vína kvalitní, nejčastěji uváděli, že jde o tradici (53 % včetně odborného degustátora), dobrou chuť (29 %) a o vyhlášená vína (18 %) – viz graf 15A.

Graf 14A: Jsou česká vína kvalitní – spotřebitelský názor



Graf 15A: Proč jsou česká vína kvalitní – spotřebitelský názor



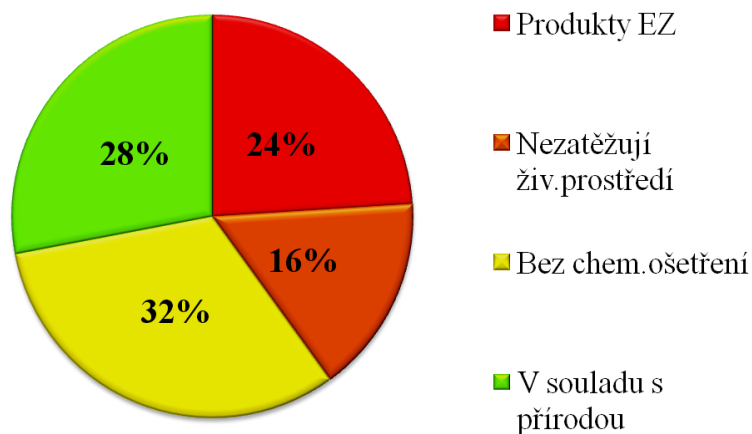
Další otázky byly zaměřeny na povědomí respondentů o biovýrobciích a EZ. Grafy 16A, 17A a 18A představují odpovědi na otázky: Co se Vám vybaví, když se řekne „bio“? Zaznamenal/a jste v poslední době nějaké novinky, akce v oblasti bioproduktů nebo ekologického zemědělství?

Nejčastějšími odpověďmi bylo, že jde o výrobky bez chemického ošetření při produkci a výrobě (32 %), které jsou produkovány v souladu s přírodou (28 %), a také že jde o produkty EZ (24%) a které nezatěžují životní prostředí (16 %) – viz graf 16A.

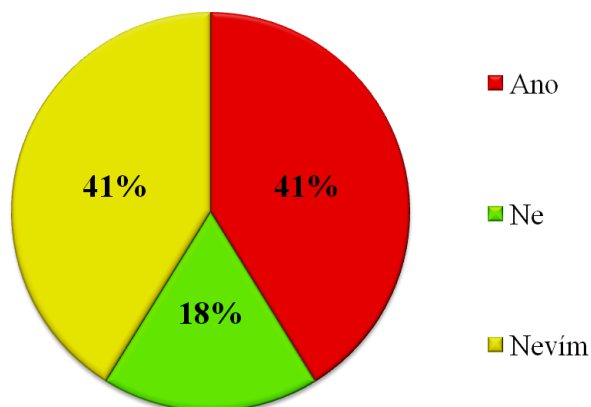
Na otázku, zda respondenti zaznamenali nějaké novinky v oblasti bioproduktů a EZ odpověděli v 41 % případů ano, v 41 % nevím a v 18 % ne – viz graf 17A.

Respondenti nejčastěji zaznamenali, co se biovýrobků a EZ týče, rozšíření sortimentu (42 %) a farmářské trhy (33 %), dále větší zájem běžných spotřebitelů (17 %). 8 % dotazovaných respondentů projevilo nedůvěru vůči produktům EZ – viz graf 18A.

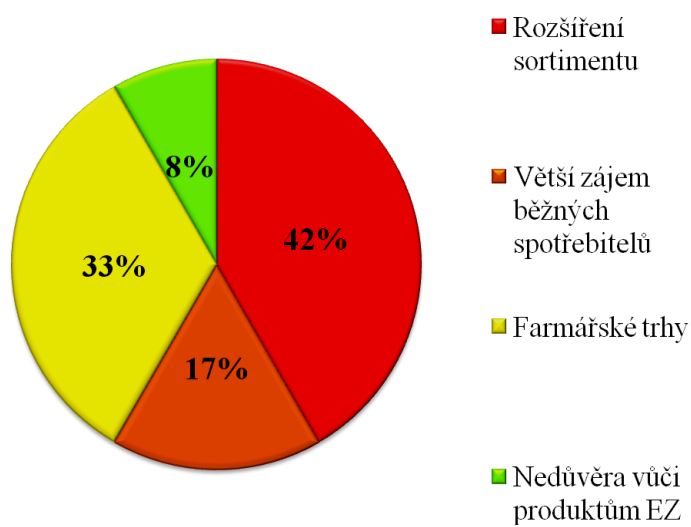
Graf 16A: Co je „bio“ – spotřebitelský názor



Graf 17A: Novinky v EZ



Graf 18A: Typy novinek v EZ



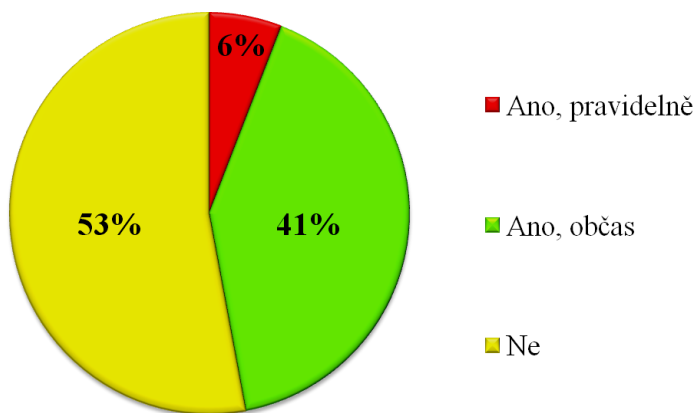
Následovaly otázky, které se zaměřily na nákup bioproduktů respondenty. Grafy 19A, 20A a 21A představují odpovědi respondentů na otázky: Kupujete si bioprodukty? Pokud ano, jaké? Pokud ne, proč?

Téměř polovina respondentů (47 %) odpověděla, že si bioprodukty kupuje pravidelně (6 %) nebo občas (41 %). Na druhou stranu více než polovina (53 %) odpověděla, že si bioprodukty nekupuje vůbec – viz graf 19A.

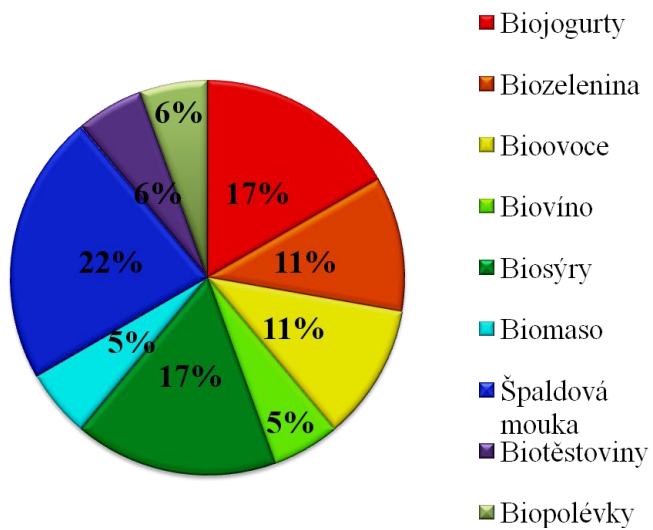
Další otázka měla za úkol zjistit, co nejčastěji nakupují respondenti z bioproduktů. Z průzkumu vyplynulo, že nejčastěji nakupují špaldovou mouku (22 %) a mléčné výrobky (sýry – 17 %, jogurty – 17 %), zeleninu (11 %) a ovoce (11 %) – viz graf 20A.

Na otázku, proč respondenti nenakupují bioprodukty, jako nejčastější důvody uváděli vysoké ceny (62 %), nedůvěra (25 %) a nedostatečná nabídka (13 %) – viz graf 21A.

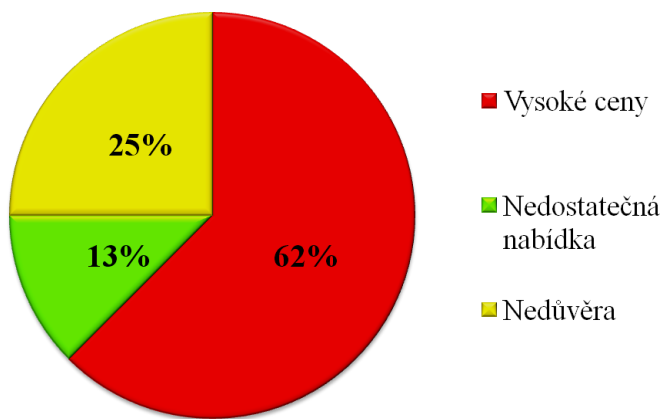
Graf 19A: Nákup bioproduktů



Graf 20A: Nákup bioproduktů – druh



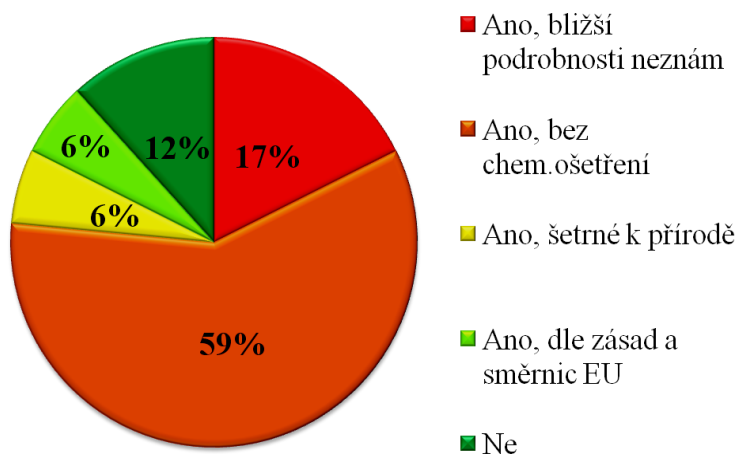
Graf 21A: Nákup bioproduktů – spotřebitelský názor



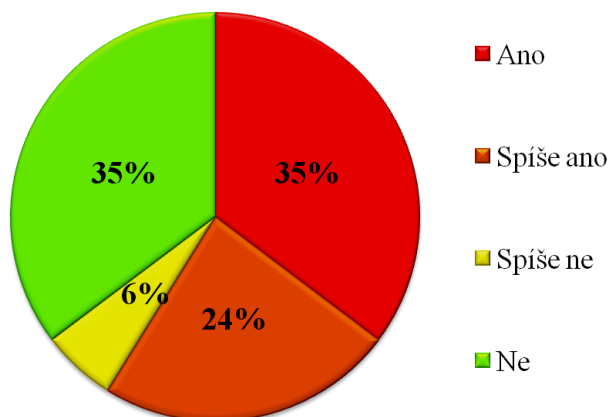
Na otázku, zda respondenti znají pojem biovíno, kladně odpověděli v 88 % případů. Z toho 59 % respondentů uvedlo, že jde o víno bez chemického ošetření, a 17 %, že sice pojem biovíno zná, ale bližší podrobnosti neví. Pouze 12 % respondentů odpovědělo, že pojem biovíno nezná vůbec – viz graf 22A.

Na otázku, zda si respondenti myslí, že je biovíno trend, kladně odpovědělo 59 % (včetně profesionálního degustátora). Na druhou stranu 41 % respondentů si myslí, že nejde pouze o trend – viz graf 23A.

Graf 22A: Pojem biovíno – spotřebitelský názor



Graf 23A: Biovíno – trend?

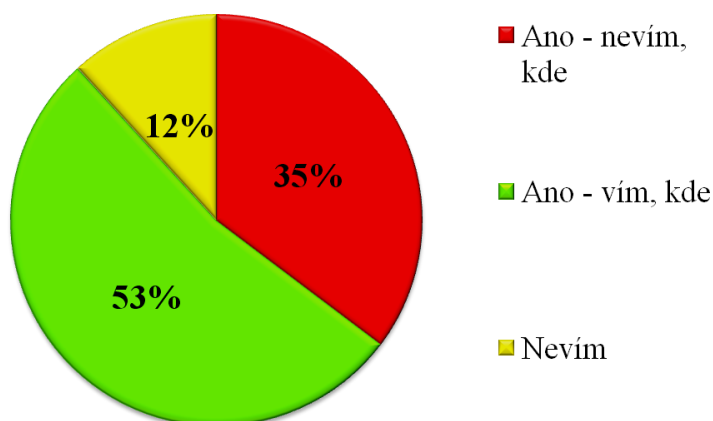


Grafy 24A a 25A představují odpovědi respondentů na otázky: Myslíte si, že existují oblasti v ČR, kde se pěstuje vinná réva v biokvalitě a produkuje se biovíno? Pokud ano, uveďte dané oblasti. Znáte nějaké biovináře v ČR? Pokud ano, jaké? Znáte nějaké odrůdy vinné révy pěstované v biokvalitě? Pokud ano, jaké? Ochutnali jste někdy odrůdu biovína, která je zpracována i v konvenční kvalitě?

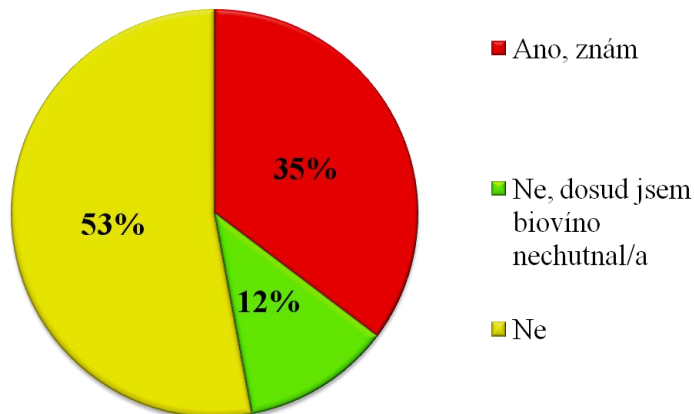
Většina respondentů (88 %) odpověděla, že v ČR existují oblasti, kde se pěstuje vinná réva v biokvalitě, z toho ale jen 53 % má povědomí kde, a 35 % odpovědělo ne – viz graf 24A. Nicméně respondenti neuvedli konkrétní oblasti pěstování biovinné révy a biovináře.

Na otázku, zda respondenti znají nějaké odrůdy pěstované v biokvalitě většina odpověděla záporně (65 %). 35 % respondentů odpovědělo, že zná odrůdy vinné révy pěstované v biokvalitě – viz graf 25A. Opět ale neuvedli žádnou konkrétní odrůdu, ani zda ochutnali nějakou odrůdu pěstovanou jak v konvenční kvalitě, tak v biokvalitě.

Graf 24A: Oblasti pěstování biovinné révy v ČR – spotřebitelský názor

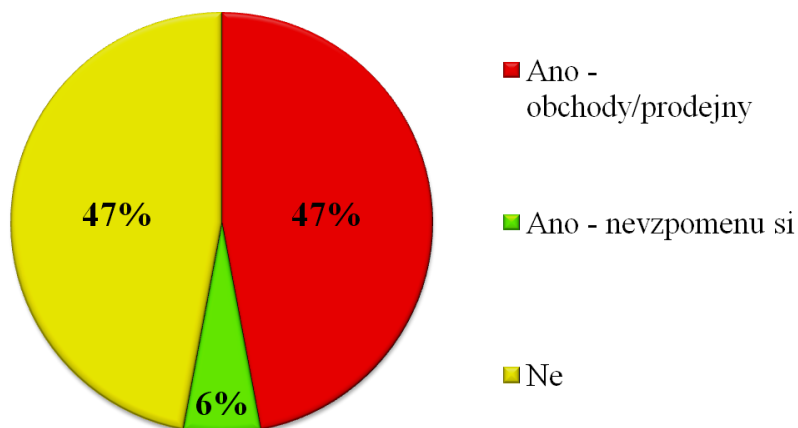


Graf 25A: Odrůdy pěstované v biokvalitě – spotřebitelský názor



Při odpovědi na otázky: Setkal/a jste se v ČR s biovinem v obchodech/prodejnách, vinotékách, vinárnách apod.? Pokud ano, kde? Respondenti kladně odpověděli v 53 % případech. Ostatní (47 % včetně odborného degustátora) odpověděli záporně – viz graf 26A.

Graf 26A: Setkání spotřebitelů s biovinem v ČR

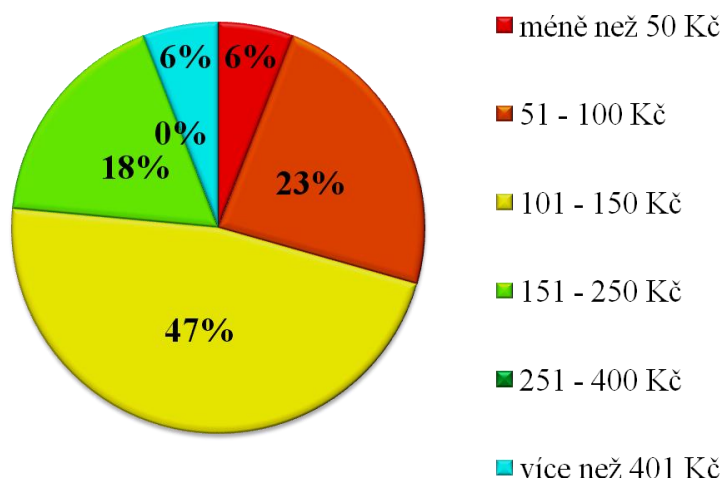


Graf 27A představuje odpovědi respondentů na otázku: V jaké cenové relaci jste ochotni zakoupit láhev biovína (cena za 0,75 l)?

Téměř polovina respondentů (47 %) je ochotna zaplatit za láhev biovína 101-150 Kč. 23 % respondentů upřednostňuje cenovou relaci biovína v hodnotě 51-100 Kč a 18 % v cenové relaci 151-250 Kč. Pouze 6 % respondentů je ochotno za biovíno zaplatit méně než 50 Kč, na druhou stranu 6 % respondentů, resp. pouze odborný degustátor, je ochoten zaplatit za biovíno více než 401 Kč – viz graf 27A.

Z toho vyplývá, že 76 % respondentů je ochotno zaplatit za biovíno částku do 150 Kč. U konvenčně produkovaných vín je tak ochotno učinit 94 % respondentů (v komparaci s grafem 9A – preference vína dle ceny).

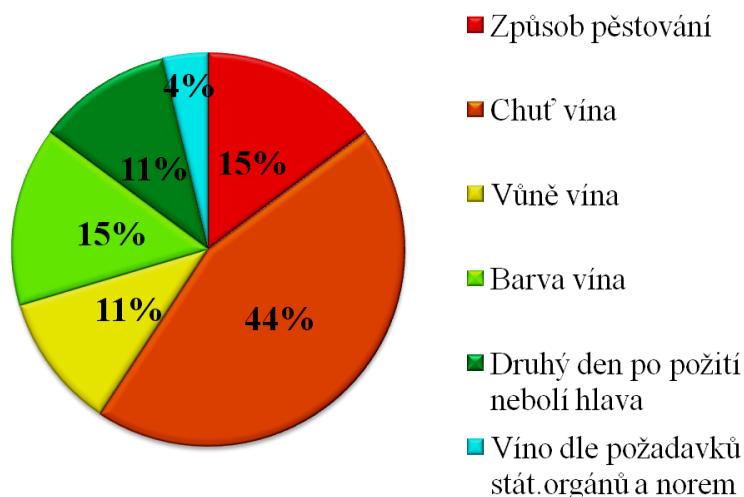
Graf 27A: Preference biovína dle ceny



Graf 28A představuje odpovědi respondentů na otázku: Co si představujete pod pojmem kvalita biovína? Nejčastější odpovědí respondentů bylo chuť vína (44 %) a dále barva vína (15 %), způsob pěstování (15 %). Respondenti také považují za důležitou vůni vína (11 %) a fakt, že je druhý den po požití nebolí hlava (11 %). Mezi nejméně frekventovanou odpověď patřilo víno dle požadavků státních orgánů a norem (4 %).

Odborný degustátor stejně jako u konvenčně vyprodukovaných vín uvedl, že pod pojmem kvalita si představuje barvu, vůni a chuť biovína.

Graf 28A: Kvalita biovína z pohledu spotřebitelů



4.2 Výsledky ochutnávky

Po krátké informativní prezentaci (viz příloha 12) o předmětu a průběhu ochutnávky proběhla vlastní degustace vybraných biovín (výběr biovín – viz tabulka 1B).

Vlastní degustace byla zahájena ochutnávkou nultého vzorku v otevřené diskuzi. Nultý vzorek před ochutnávkou bílých biovín byl „selský“ vyprodukovaný Ryzlink rýnský (ročník 2010). Nultý vzorek před ochutnávkou červených biovín byla „selský“ vyprodukovaná Frankovka (ročník 2010).

Při ochutnávce byly dodrženy standardy uvedené v literární rešerši (viz kapitola 3.3.3). Důraz byl kladen na to, aby se jednotliví respondenti neovlivňovali. Průběh celé ochutnávky byl zaznamenán na video. Během ochutnávky všichni respondenti vyplnili body pro jednotlivé vzorky biovín dle zjednodušené degustační tabulky pro hodnocení tichých vín

(viz tabulka 1) a dále měli možnost zapisovat si vlastní poznámky k jednotlivým vzorkům biovín (viz tabulka 2). Každý vzorek biovína zařazený v ochutnávce mohl získat maximálně 80 bodů. Výpis počtu bodů hodnocených parametrů vybraných biovín zařazených do ochutnávky ze spotřebitelských degustačních tabulek je uveden v příloze 13.

Výsledky ochutnávky, resp. celkové bodové ohodnocení jednotlivých vzorků biovín a nejčastěji používané charakteristiky biovín jsou uvedeny v grafech 1B-2B a tabulce 2B .

Seznam tabulek – ochutnávka

1. Výběr a seřazení biovín k ochutnávce dle standardů uvedených v literární rešerši (tabulka 1B)
2. Nejčastěji uvedené poznámky spotřebitelů vyjadřující charakteristiku hodnocených biovín zařazených do ochutnávky (tabulka 2B)

Seznam grafů – ochutnávka

1. Počet bodů, které obdržela bílá biovína zařazená v ochutnávce (graf 1B)
2. Počet bodů, které obdržela červená biovína zařazená v ochutnávce (graf 2B)

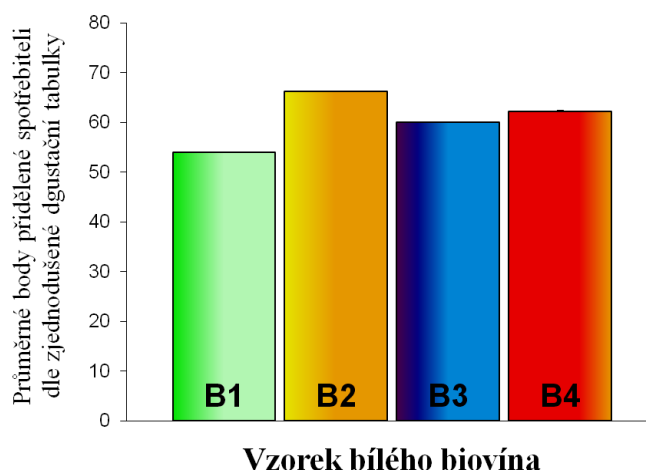
K vlastní degustaci byla vybrána čtyři bílá a čtyři červená biovína z produkce průkopníků biovínařství v ČR (Josef Abrle, František Mádl, Miloš Michlovský a Vlastimil Peřina) (viz tabulka 1B). Záměrně byla vybrána suchá, příp. polosuchá biovína vzhledem k oblíbenosti respondentů, přičemž tento fakt vyplynul z analýzy výsledků úvodního dotazníkového šetření.

Tabulka 1B: Výběr a seřazení biovín k ochutnávce dle standardů uvedených v literární rešerši

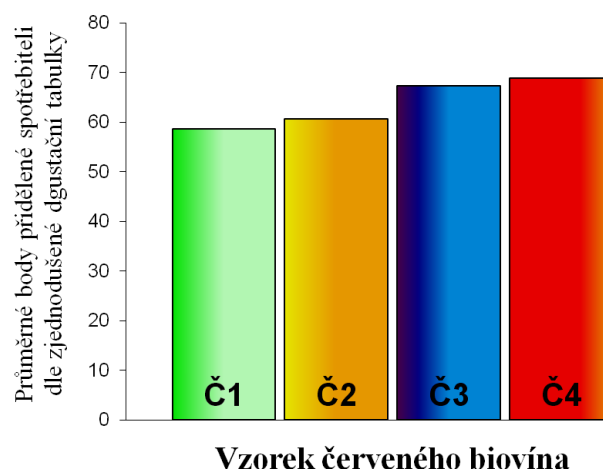
Výběr a seřazení biovín k ochutnávce						
Vybrané biovíno		Biovínař	Název vzorku v šetření	Seřazení při ochutnávce	Rok sklizně	Typ
bílé	Naturvin bílý	František Mádl	B1	1.	neuveďeno	suché
	Hibernál	Vlastimil Peřina	B2	2.	2008	suché
	Malverina	Miloš Michlovský	B3	3.	2007	suché
	Muškat moravský	Josef Abrle	B4	4.	2009	polosuché
červené	Naturvin červený	František Mádl	Č1	5.	neuveďeno	suché
	Laurot	Vlastimil Peřina	Č2	6.	2008	suché
	Laurot	Miloš Michlovský	Č3	7.	2008	suché
	André	Josef Abrle	Č4	8.	2007	suché

Všichni respondenti vyplnili zjednodušenou degustační tabulku pro hodnocení tichých vín, přičemž každý vzorek mohl získat maximálně 80 bodů. Z průzkumného šetření vyplynulo, že v případě bílých biovín vybraným respondentům nejvíce chutnal vzorek B2, nejméně vzorek B1 (viz graf 1B). Zatímco v případě červených biovín respondentům nejvíce chutnal vzorek Č4 a nejméně vzorek Č1 (viz graf 2B). Pro ilustraci spotřebitelského vnímání vzhledu, vůně a chuti biovín jsou nejčastěji uvedené poznámky spotřebitelů vyjadřující charakteristiku hodnocených biovín zařazených do ochutnávky v tabulce 2B.

Graf 1B: Počet bodů, které obdržela bílá biovína zařazená v ochutnávce



Graf 2B: Počet bodů, které obdržela červená biovína zařazená v ochutnávce



Tabulka 2B: Nejčastěji uvedené poznámky spotřebitelů vyjadřující charakteristiku hodnocených biovín zařazených do ochutnávky

Tabulka vnímání		Bílá vína				Červená vína									
Vzhled		B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4						
délka vjemu	barva	mdlá, světlá, slunce, vodová, citron	mdlá, zářivá, hodně světlá, slunce	nezajímavá, světlá, příjemná žlutá, čistá	zlatá, světlá, slunce, výrazná, vybledlá	rudě červená, pěkná, světlá rubín, mdlá	rubín, krvavě červená, rybíz, sytá, tmavé	tmavě červená, pěkná, rudá, krev	fialovo-červená, pěkná, rudá, tmavý rubín						
	čirost	zlatá, dobrá, čirá, mléčná, mdlá, průhledná	čirá, dobrá, jiskrná, jasná, lesk	čirá, dobrá, průzračná, jasná, jiskra	čirá, dobrá, olej, mírně zakalené, jasná, hustá	čirá, dobrá, průhledná, mdlá	čirá, dobrá, zakalená, hustá	čirá, dobrá, jasná, jiskrná	čirá, dobrá, jasná						
Vůně		harmonie	intenzita	kvetoucí sad, močovina, sladká, dřevo	intenzivní, krátká, silná, jemná	pěkná, dlouhá, vyvážená, slabá, silná	intenzivní, dlouhá, lehká, dobrá	nasládlá vůně, krátká, výrazná	nakyslá vůně, dlouhá, kulatá	dlouho trávající, jemná, plná	lehce štiplavá, krátká, plná	jemná, krátká			
Chuť		harmonie	byliny, petrolej, medová, květiny, jahody, lípa	lípa, močovina, ostružiny, lesní ovoce, kopřiva	lesní jahody, hlína, ovoce, broskve	lesní ovoce, ovocná, rybíz	zoraná země, listí, kořeněné dřevo, ovoce	ovocné stromy, lesní ovoce, zemina	země, ovoce, fialky	broskve, kyselá, trpká, citrus, pomeranč	granát, jablko, hořké, kompot, lékořice	rybíz, trpká, maliny, ostružiny, grapefruit	jablka, myšina, maliny, meruňky	ořechy, hořká, blumy, fíky	švestky, ovoce, borůvky, mandle, pomelo
nevydrží dlouho		broskve, kyselá, lesní ovoce, trpká	hořká, mandle, koření, trpká	kyselá, angréš, trpká, citron, pomeranč	granát, jablko, hořké, kompot, lékořice	rybíz, trpká, maliny, ostružiny, grapefruit	jablka, myšina, maliny, meruňky	ořechy, hořká, blumy, fíky	švestky, ovoce, borůvky, mandle, pomelo						
kratší, zajímavá, jemná															
delší, nezaujalo															
intenzivní, krátkodobá															
dobrá, dlouhá															
lehká trpkost, dlouhá															
zvláštní, dlouhá, suchá															
dobrá, vodovatá															

4.3 Výsledky závěrečného dotazníkového šetření

K průzkumnému šetření byl vytvořen závěrečný dotazník (viz příloha 15), přičemž výsledky tohoto šetření byly zaznamenány do grafů 1C-12C.

Závěrečným dotazníkovým šetřením byl zjištěn náhled respondentů na biovína a vnímání bioproduktů po provedené ochutnávce, zda biovíno ochutnali v minulosti, mají o něj zájem, koupí si biovíno v budoucnu, jaká je pro spotřebitele přijatelná cena za biovíno, jejich zájem o konzumaci zahraničních biovín a míra snahy přesvědčit své přátele/známé ke konzumaci biovína.

Seznam grafů – závěrečné dotazníkové šetření

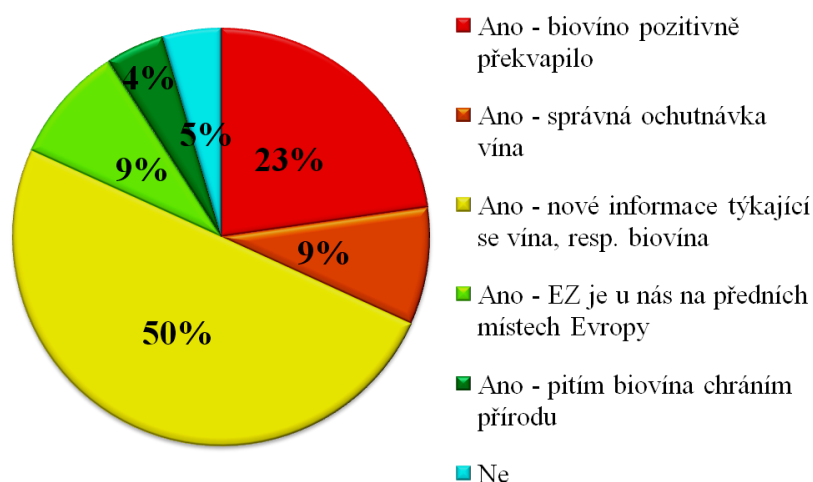
1. Nové informace pro spotřebitele po ochutnávce/přednášce (graf 1C)
2. Vnímání bioproduktů spotřebiteli (graf 2C)
3. Ochutnávka biovína v minulosti (graf 3C)
4. Zájem o biovíno (graf 4C)
5. Snaha o získání více informací a sledování trendů v biovínařství (graf 5C)
6. Nejlepší vzorek z ochutnávky – spotřebitelský názor (graf 6C)
7. Nejhorší vzorek z ochutnávky – spotřebitelský názor (graf 7C)
8. Koupě biovína – spotřebitelský názor (graf 8C)
9. Přijatelná cena biovína – spotřebitelský názor (graf 9C)
10. Horní hranice ceny biovína (graf 10C)
11. Zájem spotřebitelů o zahraniční biovína (graf 11C)
12. Snaha přesvědčit známé/přátele ke konzumaci biovína (graf 12C)

Graf 1C představuje odpovědi respondentů na otázku: Odesl/a jste si z ochutnávky a přednášky nějaké informace? Pokud ano, jaké? Změnilo se po ochutnávce Vaše vnímání bioproduktů? Pokud ano, proč a jak?

Téměř všichni respondenti (95 %) si z ochutnávky a přednášky odnesli nové informace. Na otázku, jaké informace si respondenti odnesli, bylo nejčastější uváděnou odpovědí nové informace týkající se vína, resp. biovína (50 %), dále biovíno pozitivně překvapilo (23 %), správná ochutnávka vína (9 %), EZ je v ČR v rámci Evropy na předních místech (9 %) a pitím biovína lze chránit přírodu (4 %).

Pouze 5 % respondentů odpovědělo, že si z ochutnávky nic neodnesli – viz graf 1C.

Graf 1C: Nové informace pro spotřebitele po ochutnávce/přednášce

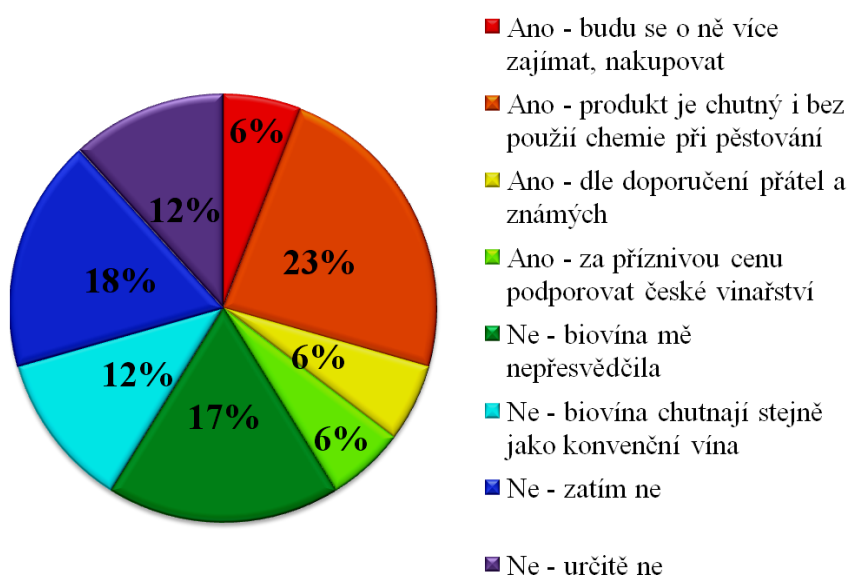


Na otázku, zda se změnilo spotřebitelské vnímání bioproduktů po ochutnávce a přednášce, odpovědělo kladně 41 % respondentů. Z toho 23 % odpovědělo, že jde o produkt chutný i bez použití chemie při pěstování, dále že se bude o bioprodukty zajímat/nakupovat (6 %), řídit se dle doporučení přátel a známých (6 %) a za příznivou cenu podporovat české vinařství (6 %).

Více než polovina respondentů (59 %) odpověděla, že se po ochutnávce a přednášce jejich vnímání bioproduktů nezměnilo. Z toho 18 % odpovědělo, že se zatím jejich

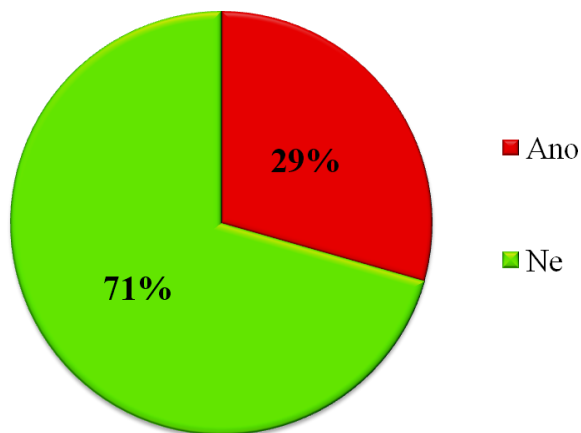
vnímání nezměnilo, a 17 % respondentů biovína nepřesvědčila. Dále 12 % respondentů odpovědělo, že biovína chutnají stejně jako vína konvenčně vyprodukovaná, a 12 % respondentů (včetně odborného degustátora), že se jejich spotřebitelské vnímání po ochutnávce a přednášce určitě nezměnilo – viz graf 2C.

Graf 2C: Vnímání bioproduktů spotřebiteli



Další otázkou bylo zjištění, zda respondenti ochutnali biovíno (tuzemské x zahraniční) v minulosti. Výsledky ukázaly, že se téměř tři čtvrtiny respondentů (71 %) poprvé setkalo s biovinem až při vlastní ochutnávce provedené v rámci této diplomové práce. Nicméně 88 % respondentů uvedlo, že pojem biovíno zná (viz graf 22A – Pojem biovíno – spotřebitelský názor). Na druhou stranu 29 % respondentů (včetně profesionálního degustátora) se s biovinem setkalo už v minulosti – viz graf 3C.

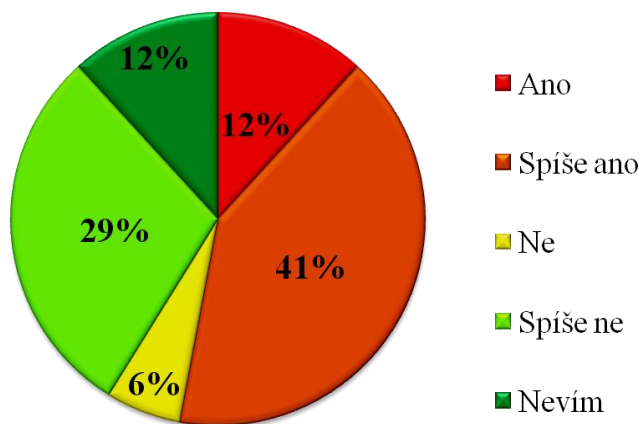
Graf 3C: Ochutnávka biovína v minulosti



Grafy 4C a 5C představují odpovědi respondentů na otázky: Myslíte si, že ochutnávka ve Vás vzbudila zájem o biovíno? Máte zájem o získání více informací a sledování trendů v biovinářství i v budoucnu?

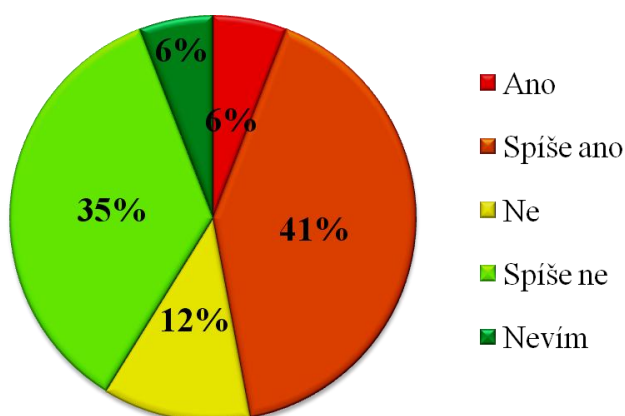
Více než polovina respondentů (53 %) odpověděla, že v nich ochutnávka vzbudila (12 %) nebo částečně vzbudila (41 %) zájem o biovíno. 35 % respondentů odpovědělo, že u nich po ochutnávce biovíno zájem nevzbudilo (6 %) nebo spíše nevzbudilo (29 % včetně odborného degustátora). 12 % respondentů odpovědělo, že neví – viz graf 4C.

Graf 4C: Zájem o biovíno



Na otázku, zda mají respondenti zájem o získání více informací a sledování trendů v biovinářství i v budoucnu, odpovědělo celkem 47 % respondentů ano (6 %) nebo spíše ano (41 %). Naopak 42 % respondentů odpovědělo, že ne (12 %) nebo spíše ne (35 % včetně odborného degustátora). 6 % respondentů odpovědělo, že neví – viz graf 5C.

Graf 5C: Snaha o získání více informací a sledování trendů v biovinářství

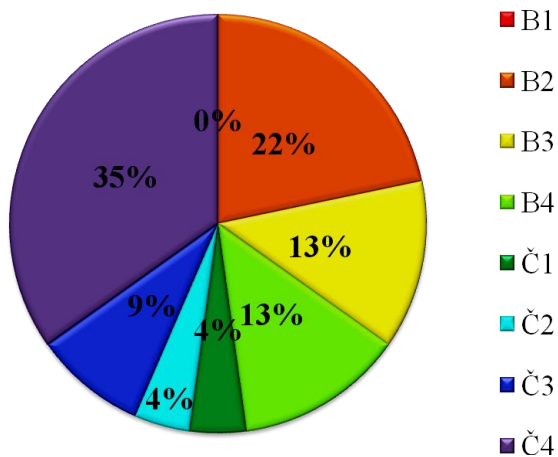


Grafy 6C a 7C vyjadřují spotřebitelský názor na otázky: Který vzorek biovína z ochutnávky Vám chutnal nejvíce a který nejméně?

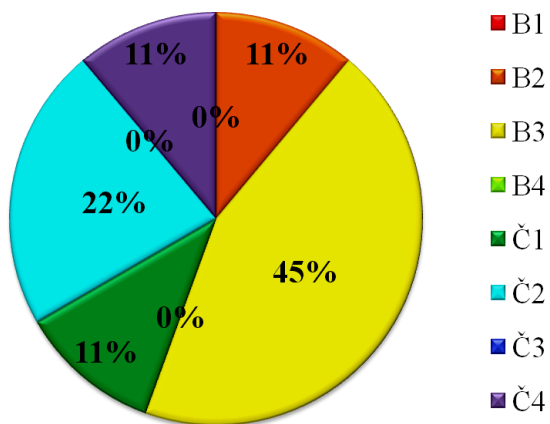
Řada respondentů si nevzpomněla na to, který vzorek jim chutnal nejvíce/nejméně, jde tedy pouze o částečné výsledky. Daleko lépe vypovídající jsou výsledky ochutnávky uvedené v kapitole 4.2.

Nicméně z kusých informací od spotřebitelů vyšlo, že za nejlepší bílé biovíno považují vzorek B2 (22 %) a za nejlepší červené biovíno vzorek Č4 (35 %) – viz graf 6C. Pro nedostatek informací od spotřebitelů nelze jednoznačně určit nejhorší bílé a červené biovíno z ochutnávky – viz graf 7C.

Graf 6C: Nejlepší vzorek z ochutnávky – spotřebitelský názor



Graf 7C: Nejhorší vzorek z ochutnávky – spotřebitelský názor

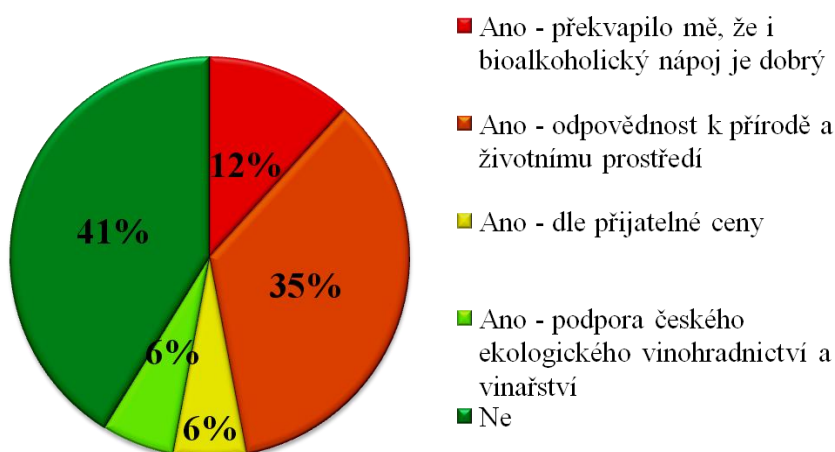


Graf 8C představuje odpovědi respondentů na otázky: Koupíte si někdy v budoucnu biovíno? Proč byste si biovíno koupili? Proč ne?

59 % respondentů odpovědělo, že by si v budoucnu biovíno koupili, naopak 41 % respondentů včetně odborného degustátora by tak v budoucnu neučinilo.

Mezi důvody, proč si biovíno koupit, respondenti nejčastěji uváděli odpovědnost k přírodě a životnímu prostředí (35 %), dále respondenty překvapilo, že i alkoholický nápoj v biokvalitě může být dobrý (12 %), biovíno si koupí pouze za přijatelnou cenu (6 %) a že podporují české ekologické vinohradnictví a vinařství (6 %) – viz graf 8C.

Graf 8C: Koupě biovína – spotřebitelský názor

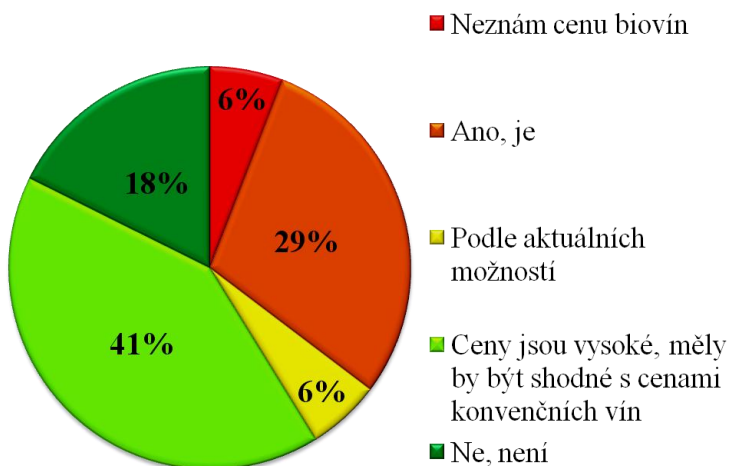


Na otázku, zda je pro ně přijatelná cena biovína vzhledem ke konvenčně vyráběným vínům kladně odpovědělo 29 % respondentů včetně odborného degustátora, naopak 18 % respondentů striktně odmítlo. 41 % respondentů vyjádřilo svůj názor, že ceny jsou v porovnání s konvenčními víny příliš vysoké. 6 % respondentů neznalo cenu biovín a 6 % respondentů by se rozhodovalo až podle aktuálních možností – viz graf 9C.

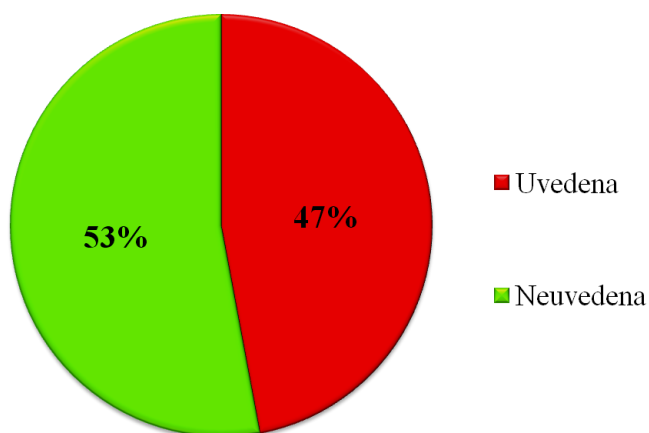
Respondenti měli také možnost vyjádřit se k horní hranici ceny biovína. Více než polovina respondentů (53 % včetně odborného degustátora) cenu nevedla, ostatní

respondenti (47 %) uvedli cenu dle svých zvyklostí – viz graf 10C – (nejméně 50-100 Kč, nejvíce 400-600 Kč), přičemž nejčastější cena se pohybovala okolo 200 Kč.

Graf 9C: Přijatelná cena biovína – spotřebitelský názor



Graf 10C: Horní hranice ceny biovína

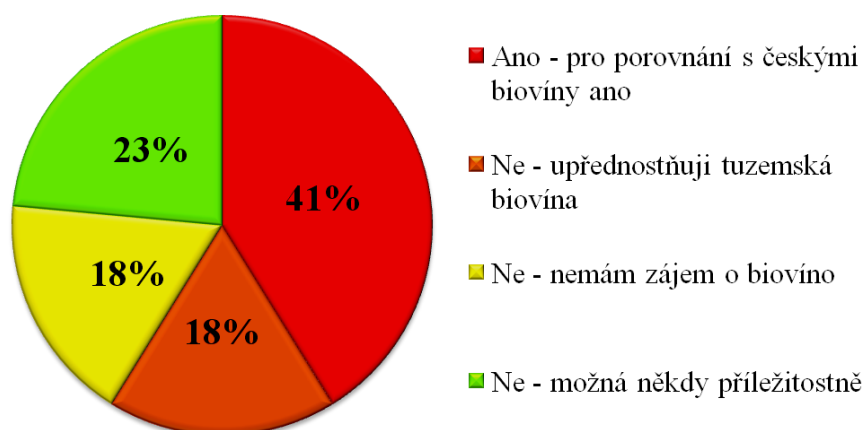


Graf 11C představuje odpověď respondentů na otázku: Vzbudila ve Vás přednáška/ochutnávka zájem o koupi zahraničních biovín (např. pro porovnání s tuzemskými biovínami)?

Většina respondentů (59 %) zahraniční biovína ochutnat nehodlá. Z toho 23 % respondentů připustilo, že by si možná příležitostně zahraniční biovína koupila, dále 18 % uvedlo, že raději upřednostňuje česká biovína, a 18 % nemá zájem o biovíno.

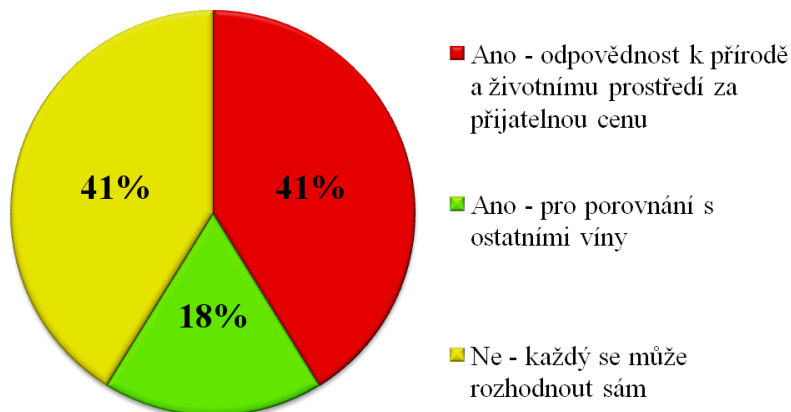
Na druhou stranu 41 % respondentů včetně profesionálního degustátora uvedlo, že by si zahraniční biovíno koupili pro porovnání s českými biovínami – viz graf 11C.

Graf 11C: Zájem spotřebitelů o zahraniční biovína



Při odpovědi na otázku: V případě, že se zúčastníte akce, kde budou nabízena biovína, pokusíte se přesvědčit ostatní účastníky ke konzumaci? A proč? respondenti nejčastěji uváděli, že ano (59 %), přičemž z toho 41 % si myslí, že jde o odpovědnost k přírodě a životnímu prostředí za přijatelnou cenu. 18 % uvedlo, že by se snažili přesvědčit známé/přátele proto, aby je porovnali s konvenčně vyprodukovanými víny. V kontrastu s tímto 41 % respondentů uvedlo, že se každý může rozhodnout sám – viz graf 12C.

Graf 12C: Snaha přesvědčit známé/přátele ke konzumaci biovína



4.4 Zhodnocení ochutnávky profesionálním degustátorem

Pro srovnání vnímání faktorů kvality biovína běžnými spotřebiteli se celého průzkumného šetření včetně ochutnávky zúčastnil i profesionální degustátor vín (odborná způsobilost – viz příloha 14).

Výsledky úvodního a závěrečného dotazníkového šetření byly zahrnuty ve výsledcích uvedených v kapitole 4.1 a 4.3. Výsledky vlastní degustace byly zaznamenány do tabulek 1D-4D.

Seznam tabulek – ochutnávka profesionálního degustátora

1. Zjednodušená degustační tabulka pro hodnocení biovín vyplněná profesionálním degustátorem (tabulka 1D)
2. Kompletní degustační tabulka pro hodnocení biovín vyplněná profesionálním degustátorem (tabulka 2D)

3. Poznámky zkušeného degustátora vín vyjadřující charakteristiku hodnocených biovín zařazených do ochutnávky (tabulka 3D)
4. Celkové zhodnocení zkušeného degustátora vín k jednotlivým biovínům zařazených v ochutnávce (tabulka 4D)

Stejně jako všichni respondenti, kteří se zúčastnili průzkumného šetření, i profesionální degustátor ochutnával vybrané vzorky biovín, přičemž stejně jako všichni ostatní účastníci vyplnil zjednodušenou degustační tabulku pro hodnocení tichých vín (viz tabulka 1D).

Dle profesionálního degustátora nejvíce bodů z bílých biovín obdržel vzorek B4, nejméně pak vzorek B1. Z červených biovín nejvíce bodů obdržel vzorek Č4, nejméně pak vzorek Č2. Z celkového hlediska nejvíce bodů obdržel vzorek bílého biovína B4 a červeného biovína Č4, naopak nejméně bodů obdržel vzorek B1.

Tabulka 1D: Zjednodušená degustační tabulka pro hodnocení biovín vyplněná profesionálním degustátorem

Bodovací tabulka		Bílá vína				Červená vína			
		B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled	čirost	4	4	3	4	4	4	4	4
	barva	4	8	8	8	8	4	8	8
Vůně	intenzita	4	7	6	7	2	4	4	7
	harmonie	10	12	10	14	10	6	12	14
Chuť	harmonie	13	16	13	16	13	13	16	16
	délka vjemu	4	7	5	7	7	8	8	7
Celkový dojem		7	9	8	10	9	8	10	10
Suma		46	63	53	66	53	47	62	66

Vzhledem ke své odbornosti profesionální degustátor vyplnil i klasickou degustační stobodovou tabulku pro hodnocení tichých vín, neboť je na rozdíl od běžných spotřebitelů schopen ohodnotit všechny kvalitativní parametry biovín (viz tabulka 2D).

Nejvíce bodů z bílých biovín obdržel vzorek B4, nejméně pak vzorek B1. Z červených biovín nejvíce bodů obdržel vzorek Č4, nejméně pak vzorek Č2. Dle profesionálního degustátora je i celkově absolutním vítězem vzorek B4, naopak nejméně bodů obdržel vzorek B1. Výsledky z kompletní degustační tabulky se tedy shodují s výsledky zjednodušené degustační tabulky.

Tabulka 2D: Kompletní degustační tabulka pro hodnocení biovín vyplněná profesionálním degustátorem

Bodovací tabulka		Bílá vína				Červená vína			
		B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled	čirost	4	4	3	4	4	4	4	4
	barva	4	8	8	8	8	4	8	8
Vůně	intenzita	4	7	6	7	2	4	4	7
	čistota	3	3	3	7	2	3	6	5
	harmonie	10	12	10	14	10	6	12	14
Chuť	intenzita	4	7	4	7	6	4	7	7
	čistota	3	4	3	5	3	3	5	5
	harmonie	13	16	13	16	13	13	16	16
	délka vjemu	4	7	5	7	7	8	8	7
Celkový dojem		7	9	8	10	9	8	10	10
Suma		56	77	63	85	64	57	80	83

K dokreslení hodnocení jednotlivých parametrů biovín zařazených v ochutnávce také profesionální degustátor slovně charakterizoval vzhled, vůni a chuť hodnocených biovín. Z hlediska vypovídací hodnoty jde pouze o srovnání poznámek profesionálního degustátora a běžných spotřebitelů zařazených do průzkumného šetření (viz tabulka 3D).

Tabulka 3D: Poznámky zkušeného degustátora vín vyjadřující charakteristiku hodnocených biovín zařazených do ochutnávky

Tabulka vnímání		Bílá vína				Červená vína			
		B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled	čirost	čirá, jiskrná	čirá, jiskrná	mírně zakalená, opál	čirá, jiskrná	čirá s jiskrou	čirá, jiskrná	čirá, jiskrná	čirá
	barva	vodová, neutrální	zelinkavá, dožluta	zlato-zelená	zlatavá, výstavné	tmavá, výrazná	tmavá, hnědá	tmavá, opálová	cihlová, pěkná
Vůně	intenzita	nedožralá, ovocná	nedožralá jablka	ovocná	muškátová, harmonická	naoxidovaná	není výrazné	intenzivní, ovocná, lesní ovoce	jemná, výrazně ovocná
	harmonie	nevyzrálá, tvrdá	ovocná, intenzivní	nevyzrálá, neharmonická	odřůdová, typická	nevyvážená	ovocný podtón	harmonická	vyvážená jemná
Chuť	harmonie	nedožralá, kyselá	silný alkohol	nevyvážená	harmonická, vyvážená, typická	silný alkohol	ovocná, neharmonická, kyselost	vyvážená, ovocný podtón	výrazná kyselost
	délka vjemu	slabá vodová	příjemná kyselost	slabá, výrazně kyselá	silnější	silná, díky alkoholu	slabší, hořká	silná, výrazná, příjemná	střední

V tabulce 4D jsou pak uvedené už jen stručné charakteristiky jednotlivých biovín zařazených v průzkumu a celkové vyjádření k nejlepšímu/nejhoršímu biovínu dle profesionálního degustátora. Z výsledků vyplynulo, že za celkově nejlepší považuje degustátor vzorek bílého biovína B4, naopak za nejhorší vzorek B1, což je ve shodě s výsledky zjednodušené i kompletní degustační tabulky pro hodnocení biovín.

Tabulka 4D: Celkové zhodnocení zkušeného degustátora vín k jednotlivým biovínům zařazených v ochutnávce

Bílá vína	B 1	silná kyselinka, neharmonické, nevyvážená vůně i chuť, slabá barva
	B 2	neutrální odrůdová chuť, víno zdravé
	B 3	víno ovocné chuti, výrazná kyselina, zdravé
	B 4	jasně odrůdové víno, s typickou chutí a vůní, příjemné
Červená vína	Č 1	pěkná barva, výrazná vůně s ovocným podtónem, příjemné
	Č 2	zřejmě naoxidované, jinak solidní, těžší vína, zajímavý podtón
	Č 3	víno výrazné tmavší barvy, harmonické chuti, sympatické
	Č 4	slabší barevnost, výrazná chuť
Nejlepší víno	B 4	výrazná odrůdová chuť, typická odrůda
Nejhorší víno	B 1	silná kyselina, neharmonické, slabá barva

4.5 Celkové zhodnocení průzkumu a formulace doporučení

Průzkumného šetření se zúčastnilo celkem 16 respondentů z řad běžných spotřebitelů a odborný degustátor vín (respondent 17). Z hlediska pohlaví a věku byl soubor vybraných respondentů rovnoměrně rozložen. Záměrně byli ale vybráni respondenti pravidelně konzumující konvenčně vyráběná vína, kteří jsou navíc zvyklí na určitý jakostní standard tzv. „selských“ moravských vín. Všichni respondenti, vyjma profesionálního degustátora, neměli nikdy v minulosti žádné zkušenosti se sensorickým hodnocením vín.

První část průzkumného šetření sestávala z vyplnění úvodního dotazníkového šetření s cílem zjistit zejména preference spotřebitelů při konzumaci vína, jejich pohled na kvalitu vín a znalosti o biovýrobciích a biovině.

Z výsledků úvodního šetření vyplynulo, že respondenti pijí víno hlavně pro jeho chuť či při různých příležitostech. Při výběru vína u respondentů nejčastěji rozhoduje zkušenost, dále odrůda a pak až cena. I když co se ceny týče, většina nakupuje vína do 150 Kč, přičemž při nákupu většina respondentů preferuje vína střední kvality. Pouze odborný degustátor preferuje při nákupu vína v cenové relaci 151-250 Kč a jako jeden z mála vína vyšší kvality. Víceméně důležitý je pro ně i původ vína. Na druhou stranu téměř nepreferují víno dle barvy (červené, bílé). Překvapivý byl ale malý zájem o dnes tolik oblíbená růžová vína. Z průzkumu ale jasně vyplynulo, že respondenti pijí spíše suchá nebo polosuchá vína (stejně jako odborný degustátor), proto byla do ochutnávky zařazena biovína spíše suchého charakteru. Pod pojmem kvalita vína si respondenti nejčastěji představují víno dle chuti, a fakt, že je druhý den po požití nebolí hlava, což je klasický požadavek běžných spotřebitelů. Dále respondenti vyzdvihovali barvu a vůni vína. Pozitivní je, že téměř většina respondentů považuje česká vína za kvalitní především díky tradici vinařství na našem území a dobré chuti.

Respondenti měli povědomí a zaznamenali informace o biovýrobciích a ekologickém zemědělství. Zaujalo je zejména rozšíření sortimentu biovýrobků v obchodech a farmářské trhy. Téměř polovina dotazovaných respondentů biovýrobky nakupuje pravidelně nebo občas (zejména špaldovou mouku a mléčné produkty), druhá polovina je nenakupuje kvůli vysokým cenám a nedůvěře vůči produktům EZ.

Většina respondentů odpověděla, že pojem biovíno zná, někteří ho dokázali alespoň částečně vysvětlit (např. bez chemického ošetření během pěstování). Na druhou stranu více než polovina respondentů včetně profesionálního degustátora odpověděla, že jde spíše o trend. Většina respondentů odpověděla, že v ČR existují oblasti, kde se pěstuje vinná réva v biokvalitě, někteří měli povědomí kde, jiní ne. Nicméně v zásadě neznají odrůdy pěstované v biokvalitě. Více než polovina respondentů se už s biovíny setkala nejčastěji v obchodech/prodejnách. Co se týče nákupu biovína, jsou tři čtvrtiny respondentů ochotny zaplatit za biovíno částku do 150 Kč. U konvenčních vín je tak ochotna učinit většina dotazovaných respondentů. Jako jediný je profesionální degustátor ochoten zaplatit za biovíno částku větší než 401 Kč. Stejně jako u konvenčně produkovaných vín si respondenti nejčastěji představují pod pojmem kvalita biovína chuť. Nicméně dále je to barva vína a způsob pěstování, až po té následuje fakt, že je druhý den po konzumaci nebolí hlava.

Následovala ochutnávka vybraných biovín (vždy jedno bílé a jedno červené) od čtyř průkopníků biovinářství v ČR. Během ochutnávky respondenti přiřadili body jednotlivým biovínům zařazeným v ochutnávce dle svého uvážení do zjednodušené degustační tabulky, přičemž si také mohli zapisovat poznámky k jednotlivým vzorkům.

Z průzkumného šetření vyplynulo, že v případě bílých biovín respondentům nejvíce chutnal Hibernál od Vlastimila Peřiny, nejméně pak Naturvín bílý od Františka Mádlá. Z červených biovín nejvíce bodů obdrželo André od Josefa Abrle, následně pak Laurot od Miloše Michlovského, nejméně pak Naturvín červený od Františka Mádlá. Poznámky respondentů vyjadřující charakteristiku jednotlivých vzorků biovín oplývaly řadou pojmů a výrazů, a nelze tedy zachytit jednoznačné vnímání vzhledu, vůně a chuti vybranými respondenty. Nicméně tento fakt se dal předpokládat vzhledem k tomu, že respondenti nemají žádné zkušenosti se sensorickým hodnocením vín.

Třetí část průzkumu sestávala z vyplnění závěrečného dotazníkového šetření s cílem zjistit pohled spotřebitelů na biovína po proběhnuté ochutnávce, zda o biovíno mají zájem, koupí si ho v budoucnu nebo jaká je pro ně přijatelná cena za biovíno.

Většina respondentů si z přednášky a ochutnávky, odnesla nové poznatky (např. informace týkající se biovína a fakt, že některé respondenty biovíno příjemně překvapilo).

Navíc téměř polovina respondentů má zájem o zisk dalších informací a sledování trendů v biovinářství i v budoucnosti. Bezmála polovina respondentů odpověděla, že se jejich spotřebitelské vnímání bioproduktů po ochutnávce změnilo (např. proto, že jde o produkty chutné i bez použití chemie). Na druhou stranu ale více než polovina včetně profesionálního degustátora odpověděla, že se po přednášce a ochutnávce jejich vnímání bioproduktů nezměnilo (např. biovína je nepřesvědčila, biovína chutnají stejně jako konvenčně zpracovaná vína). Zajímavé bylo, že se takřka tři čtvrtiny respondentů poprvé setkaly s biovínem až při vlastní degustaci biovín v rámci této diplomové práce, ačkoliv většina z nich pojem biovíno znala. Avšak více než polovina dotazovaných respondentů odpověděla, že v nich ochutnávka biovína vzbudila nebo částečně vzbudila zájem o biovíno.

Nadpoloviční většina uvedla, že by si v budoucnu biovíno koupila hlavně kvůli odpovědnosti k přírodě a životnímu prostředí. Necelá třetina respondentů včetně profesionálního degustátora se vyjádřila, že je pro ně přijatelná cena biovína vzhledem ke konvenčně vyráběným vínům. Na druhou stranu téměř pětina striktně odmítla či bezmála polovina odpověděla, že jsou ceny příliš vysoké a měly by být shodné s cenami konvenčních vín. Respondenti měli také možnost vyjádřit se k horní hranici ceny biovína. Nadpoloviční většina cenu neuvedla, ostatní tak učinili dle svých zvyklostí, přičemž se cena nejčastěji pohybovala okolo 200 Kč za láhev biovína (0,75 l). Téměř polovina respondentů včetně odborného degustátora odpověděla, že by si koupila i zahraniční biovíno pro porovnání s českými biovínem. Druhá polovina připustila, že by si možná někdy příležitostně zahraniční biovíno koupila, nebo že raději upřednostňuje tuzemská biovína nebo nemá zájem o biovíno.

Zúčastní-li se některý z respondentů akce, kde budou nabízena biovína, bude se snažit přesvědčit ostatní účastníky ke konzumaci, protože jde například o odpovědnost k přírodě a životnímu prostředí za přijatelnou cenu, nebo možnost přesvědčit známé/přátele, aby porovnali biovína s konvenčně vyprodukovanými víny.

Celého průzkumného šetření se zúčastnil i odborný degustátor vín pro porovnání vnímání faktorů kvality biovína s běžnými spotřebiteli. Stejně jako respondenti i profesionální degustátor vyplnil body jednotlivým biovínům do zjednodušené degustační tabulky,

dále si mohl psát vlastní poznámky. Vzhledem ke svým zkušenostem se sensorickým hodnocením vín vyplnil i stobodovou degustační tabulku pro hodnocení biovín, která vyšla z mezinárodně uznávaného systému hodnocení tichých vín.

V případě zjednodušené degustační tabulky nejvíce bodů z bílých biovín obdržel od profesionálního degustátora vzorek Muškátu moravského od Josefa Abrle, hned za ním se umístil Hibernál od Vlastimila Peřiny. Nejméně bodů z bílých biovín obdržel vzorek Naturvín bílý od Františka Mádlá. Z červených biovín profesionálního degustátora nejvíce zaujalo André od Josefa Abrle, následoval Laurot od Miloše Michlovského. Nejméně bodů získal vzorek Laurotu od Vlastimila Peřiny. Lze tedy konstatovat, že se běžní spotřebitelé z řad vybraných respondentů s profesionálním degustátorem shodli na nejméně chutném bílém biovíně a nejvíce chutných červených biovínech. Na tomto faktu lze pozorovat odlišné vnímání faktorů kvality biovín běžných spotřebitelů a odborného degustátora.

V případě klasické stobodové degustační tabulky pro hodnocení biovín dle profesionálního degustátora suverénně nejvíce bodů z bílých biovín získal vzorek Muškátu moravského od Josefa Abrle stejně jako při vyplnění zjednodušené degustační tabulky. Nejméně bodů z bílých biovín obdržel Naturvín bílý od Františka Mádlá. Co se červených biovín týče, nejvíce bodů získal vzorek André od Josefa Abrle, za ním následoval vzorek Laurotu od Miloše Michlovského. Nejméně degustátora zaujal Laurot od Vlastimila Peřiny. Výsledky z kompletní degustační tabulky se tedy shodují s výsledky zjednodušené degustační tabulky. Nicméně lze konstatovat, že kompletní degustační tabulka poskytuje více informací o jednotlivých biovínech, dokáže je totiž lépe vyprofilovat.

Stejně jako ostatní respondenti si vedl i odborný degustátor poznatky k jednotlivým vzorkům biovín zařazených v ochutnávce. Z hlediska vypovídací hodnoty jde pouze o srovnání poznámek profesionálního degustátora s běžnými spotřebiteli.

Profesionální degustátor ještě nakonec stručně vyjádřil charakteristiku jednotlivých biovín dle svého uvážení včetně celkového vyjádření k nejlepšímu a nejhoršímu biovínu. Z průzkumného šetření vyplynulo, že za nejlepší vzorek považuje bílé biovíno Muškát moravský od Josefa Abrle a za nejhorší Naturvín bílý od Františka Mádlá.

Z celkového průzkumu jasně vyplývá, že běžní konzumenti vín, resp. biovín preferují kvalitu vína před jeho cenou. Jejich poznatky a hodnocení jednotlivých vzorků biovín byly

čistě subjektivní, neboť nemají žádné zkušenosti s hodnocením konvenčních vín/biovín. Vzhledem k tomu, že vybraná skupina respondentů má pouze laické povědomí a srovnávala chuť vzorků se subjektivně zažitými chutěmi (např. „selské“ moravské víno), nelze toto hodnocení chápat jako reprezentativní na širší veřejnost. Nicméně je relativně dostatečně vypovídající o spotřebitelském vnímání kvality faktorů biovín a lze v něm najít doporučení pro ekovinaře či obchodníky s bioprodukty. Ze znalostí běžných spotřebitelů jasně vyplývá, že producenti biovína by měli zvýšit marketingové úsilí při propagaci (např. ochutnávkové akce v běžné obchodní síti, zvýšit snahu ekovinařů nabízet své produkty i v běžné obchodní síti). Vzhledem k malému zastoupení tuzemských biovín v běžných obchodech a prodejnách lze usuzovat, že bude české společnosti dlouho trvat, než se biovíno dostane do povědomí domácností ve stejné míře jako konvenčně produkovaná vína jak tuzemská, tak zahraniční. Existuje zde tedy velký potenciál pro naplnění trhu biovíny, protože kvalita testovaných vzorků biovín je srovnatelná s konvenčně vyprodukovanými víny. Navíc je také módním trendem zabývat se ekologií, ochranou životního prostředí a vlivu člověka na ně. Z průzkumu jasně vyplynulo, že se respondenti chtějí chovat zodpovědně k přírodě a životnímu prostředí, proto si jsou ochotni připlatit za bioprodukty.

Pohled odborníka byl přínosem nejen pro srovnání spotřebitelského a profesionálního vnímání biovína, ale i pro laickou skupinu, neboť získala nové poznatky a pohled na vnímání faktorů kvality biovína (vzhled, vůně a chuť).

V souvislosti se zvýšením šíření osvěty o produktech EZ lze předpokládat, že se budou spotřebitelé běžně setkávat s novými biovýrobky, o kterých do té doby jen slyšeli. Pokud výrobci a prodejci produktů EZ budou cíleně propagovat výrobky EZ, budou je sami spotřebitelé vyhledávat. Lze tedy konstatovat, že při větší medializaci EZ, resp. ekologického vinohradnictví a vinařství je zde možnost rozmachu nejenom na tuzemském trhu, ale i v zahraničí, kde jsou zatím česká biovína neznámá.

4.6 Diskuze

V posledních letech ve světě i v ČR výrazně vzrostla výměra ekologicky obhospodařovaných ploch. Jedním z nejrychleji rozvíjejících se odvětví EZ je ekologické vinohradnictví, které zažívá rozkvět i u nás.

O produkty ekozemědělců je mezi spotřebiteli stále větší zájem, jež ještě podpořily informační kampaně státu i maloobchodních řetězců, které propagovaly biopotraviny jako součást moderního a zdravého životního stylu. Mezi českými spotřebiteli také stále sílí poptávka po domácích, v ČR vyráběných biopotravinách. I tak se ale značná část biopotravin do ČR dováží, je zde tedy prostor pro rozvoj domácí produkce. Na druhou stranu autoři Dlouhý a Urban (2011) připouští, že je lepší koupit biopotravinu dovezenou než konvenční domácí, což platí zvláště o potravinách, které se dovážet musí.

Také nabídka výrobků EZ je stále pestřejší. Jak bylo uvedeno v literární rešerši, čeští spotřebitelé mají zájem zejména o dětské výživy, mléko a mléčné výrobky, dále pak ovoce, zeleninu a výrobky z nich. Toto tvrzení je v souladu s výsledky úvodního průzkumného šetření, kdy respondenti nejčastěji nakupují v biokvalitě špaldovou mouku, mléčné výrobky (sýry, jogurty), zeleninu a ovoce.

V ročence ekologického zemědělství v České republice za rok 2010 (*ÚKZÚZ, 2011*) je uvedeno, že nejvíce biopotravin nakupují čeští spotřebitelé v maloobchodních řetězcích (69 %), dále pak v prodejnách zdravé výživy a biopotravin (17 %) a vzrůstá podíl lékáren (7 %). V nezávislých drobných prodejnách podíl prodeje biopotravin činil 2 %. Výrazně vzrostl podíl přímého prodeje biopotravin zahrnující přímý prodej jak ze dvora, tak i od výrobců a distributorů (4 %). Tím se totiž z obchodně-distribučního řetězce vyloučí několik článků (velkoobchodníci a maloobchodníci), přičemž zákazník zaplatí nižší cenu a farmář, výrobce či distributor utrží více. Přibližně 0,8 % biopotravin se v roce 2009 prodalo prostřednictvím gastronomických zařízení. Také respondenti zařazení do průzkumného šetření uvedli, že v rámci EZ a biopotravin zaznamenali rozšíření sortimentu v běžné obchodní síti a dále pak farmářské trhy. Je tedy patné, že se biovýrobky dostávají stále do většího povědomí běžných spotřebitelů, přičemž je zaznamenává stále širší okruh lidí. Zvýšený zájem spotřebitelů o biovýrobky spočívá také zejména v očekávaném sníženém obsahu nežádoucích látek (např. zbytků pesticidů, průmyslových hnojiv a těžkých kovů),

ve zvýšeném obsahu některých životu prospěšných látek (např. vitamínů, minerálních látek, enzymů, antioxidantů apod.), v lepší biologické kvalitě (složení) a v lepších senzoric-
kých vlastnostech. Co se týče přítomnosti zdraví prospěšných látek v biovínech, studie
s červenými víny, resp. biovíny prokázaly, že konvenční vína měla průměrně o 50 % nižší
antioxidační aktivitu než biovína. Navíc konvenční vína jsou často kontaminována
mykotoxiny (až 3krát více než biovína) (*Anonymo, 2007*).

Dle Leschingerové² (2010) pravidelně biopotraviny nakupují jen přibližně 3 %
českých zákazníků. Více lidí nakupuje biopotraviny spíše občasně (17 %), anebo výji-
mečně (28 %). Podobné závěry vyplynuly i z výsledku šetření této diplomové práce, kdy
pouze 6 % respondentů uvedlo, že si bioprodukty kupuje pravidelně, zatímco 41 % z nich
občas. Na druhou stranu více než polovina uvedla, že si bioprodukty nekupuje vůbec
(zejména kvůli vysokým cenám a nedůvěře vůči produktům EZ). Dále Leschingerová²
(2010) uvádí, že zákazníci jsou spíše ženy než muži, především ve středním a mladším
věku, což je v souladu s výsledky úvodního průzkumného šetření, kdy většina žen
zařazených v průzkumném šetření uvedla, že nakupuje biovýrobky, zatímco většina mužů
nikoliv. Často jsou to rodiče dětí předškolního a školního věku. Stále také platí, že
zákazníci nakupující biopotraviny pocházejí spíše z řad lidí s vyššími příjmy, kteří bydlí
ve větších městech. Průměrný zákazník se při nákupu biopotravin řídí především kvalitou
potravin, tedy vůní, chutí, konzistencí a vzhledem. Při rozhodování ale roli hraje i vlastní
zkušenost či doporučení, až po té následuje cena. I výzkum mezi českými spotřebiteli
(*Schätzel a kol., 2004*) provedený Provozně ekonomickou fakultou Mendelovy zemědělské
a lesnické univerzity v Brně ukázal, že cena není rozhodujícím faktorem pro nákup vína.
To je šance pro malé a střední vinaře, pokud svůj produkt udělají atraktivní a odlišný od
jiných nabídek, mohou za ně požadovat vyšší cenu. Tato fakta jsou ve shodě s výsledky
úvodního dotazníku, kdy většina respondentů uvedla, že při výběru vína (resp. biovína)
je pro ně rozhodující zkušenost (35 %), následovala odrůda (16 %), pak až cena (14 %).
Navíc si je většina respondentů ochotna připlatit za biovýrobky (biovíno), když ví, že jde
o výrobky vyprodukované s ohledem na přírodu a životní prostředí. Dlouhý a Urban (2011)
uvádí, že z průzkumných šetření dále vyplývá charakteristika této kategorie spotřebitelů.
Jde o spotřebitele, kteří mají dobrý přístup k relevantním informacím, zvýšené nároky

na kvalitu života, jsou zaměřeni více na kvalitu než kvantitu a uvědomují si závažnost otázek ochrany životního prostředí nejen pro sebe, ale i pro další generace. Příznačná pro tuto skupinu lidí je také výrazná změna jejich životního stylu, vyvolaná změnou způsobu myšlení a základních hodnocení a pohledu na svět. Preferování nákupu biopotravin, za které je tato kategorie konzumentů ochotna platit vyšší cenu, je nejenom snaha podpořit trend produkce zdravých potravin a ochrany prostředí, šetření s přírodními zdroji atd., ale také snaha zlepšit kvalitu vlastního života a svého zdraví. Navíc ve společnosti tržního charakteru působí konzument jako rozhodující faktor, kdy záleží zejména na něm samotném, co bude jíst a pít. Každý tak může spoluutvářet názor, který může rozhýbat celosvětové mínění a pohled na bioprodukty. Volbou biopotravin ovlivňuje spotřebitel nejen své zdraví a kvalitu života, ale podporuje zároveň i další rozvoj EZ, a tím možnost řešení ekologických problémů pro sebe a další generace. Lze říci, že lidé preferující biopotravinu a usilující o ekologický životní styl mají na planetu dokumentovaně méně škodlivý vliv, než lidé konzumující konvenční potraviny a ekologické problémy ignorující.

Z hlediska vnímání českých spotřebitelů je také zajímavé srovnání výsledků jejich postojů a znalostí v oblasti biopotravin v letech 2006, 2008 a 2010 uvedených v ročence EZ za rok 2010 (viz tabulka 6) (ÚKZÚZ, 2011), která jasně potvrzuje trend vývoje stejný jako výše uvedené výsledky této diplomové práce. Většina respondentů měla povědomí o biovýrobci a jejich značení, dokonce byla schopna i vysvětlit nebo částečně vysvětlit, co to bioprodukty jsou. Díky rozšíření sortimentu a větší medializaci produktů EZ vzrostl i nákup biopotravin a znalosti spotřebitelů o lokaci jednotlivých bioprodejců a ekofarmářů. Pro odpůrce je opět největší překážkou vysoká cena biopotravin stejně jako v průzkumném šetření. S rozšířením biotrendů posledních let se také snižuje počet lidí, kteří nenakupují biopotravinu kvůli nedostatku informací o nich. Nicméně řada lidí ani nemá snahu a zájem o získání informací o bioproduktech, mnohem raději si celou problematiku zjednoduší tak, že se domnívají, že EZ a bio obecně jsou jen marketingové tahy prodejců. Na druhou stranu Hamplová₁ (2008) o rozšíření trendu bio uvádí, že biopotravinu jsou pro část spotřebitelů spojeny s módní vlnou. O bio problematice hovoří známé osobnosti a popisují, co všechno mají bio. Světem se šíří pojem LOHAS pro vyznavače „Life of Health and Sustainability“, kteří konzumaci biopotravin berou jako nedílnou součást svého životního i společenského

standardu. Právě potřeba patřit do vyšší třídy a vliv reklamy je podle něj motivem pro část spotřebitelů biopotravin. Navíc pro lidi s vyššími příjmy může právě lepší image hrát velkou roli. Lidé jsou bohatší a náročnější a touží po kvalitě a „novém luxusu“. Nedílnou součástí této změny je i zvýšený zájem o zdraví, zdravý životní styl a kvalitu potravin.

Tabulka 6: Srovnání výsledků hlavních postojů a znalostí českých spotřebitelů v oblasti biopotravin v letech 2006, 2008 a 2010 (ÚKZÚZ, 2011)

Postoj spotřebitelů	červenec 2006 (%)	listopad 2008 (%)	listopad 2010 (%)
Vím, že se prodávají biopotraviny	54	92	96
Kupuji biopotraviny	29	39	37
Kupuji biopotraviny pravidelně	3	14	14
Cena je pro mě největší překážkou pro nákup biopotravin	31	29	40
Nedostatek informací je pro mě největší překážkou pro nákup biopotravin	32	2	1
Vím, jak se biopotraviny označují, znám národní BIO logo	32	56	54
Znám ve svém okolí ekologického farmáře	6	15	23
Znám ve svém okolí prodejce biopotravin	22	74	téměř 100 %

Na druhou stranu velkou část spotřebitelů odrazuje od nákupu biopotravin především jejich vysoká cena. Václavík₆ (2006) konstatuje, že srovnání cen biopotravin a konvenčních potravin často naráží na problém nalezení produktů shodné „kvality“. Do současných vysokých cen biopotravin na českém trhu se jen velmi málo promítá snaha obchodníků na rostoucí poptávce, mnohem více je způsobená vysokými náklady na distribuci a balení malých šarží. Cenový rozdíl mezi biopotravinami a konvenčními potravinami je nutno také posuzovat z hlediska ceny konvenčních potravin, které jsou někdy „extrémně nízké“, jelikož řada nákladů na jejich výrobu je v současném monetárním hodnocení produktu externalizována a nepřímou či přímo dotována. Jak je uvedeno v příručce EZ a biopotraviny, otázky a odpovědi pro ekoporadny (*PRO-BIO Liga₂, 2010*), biopotraviny jsou dražší, protože se do konečné ceny započítávají náklady během celého produkčního procesu. Ekozemědělci mají většinou nižší výnosy, výrazně vyšší podíl ruční práce a vyšší náklady spojené s certifikací. V EZ nelze nic přirozeně urychlovat, takže rostliny a zvířata rostou déle, což se opět projeví ve vyšší ceně finálního produktu. Cena biopotraviny, která se nesmí chemicky konzervovat, má proto kratší záruční dobu a je u ní větší riziko ztrát, je samozřejmě vyšší než cena produktů s uměle prodlouženou trvanlivostí. Obecně lze říci, že cena biopotravin odráží reálnou cenu pravých přírodních potravin a ne cenu jejich chemických napodobenin. Pokud by se totiž do cen konvenčních potravin započítávaly všechny reálné náklady, které vytváří průmyslové zemědělství (např. degradace a odnos půdy nebo znečištění vod), poměr by se vyrovnal. V současné době se tyto náklady platí skrytě – z daní a poplatků (např. na znečištění pitné vody). V současném ekonomickém světě se ohledy na zisk a životní prostředí vzájemně vylučují, protože to, co je ekonomicky výhodné pro konvenční zemědělce, není výhodné pro životní prostředí. Vliv na cenu biopotravin má i zatím nižší stupeň konkurence na českém trhu. Lze říci, že stále stoupající poptávka je dosud vyšší než nabídka. Nicméně při současném rostoucím trendu lze očekávat, že některé ceny biopotravin se budou snižovat.

Obecně lze říci, že snaha o získání více lidí pro produkty EZ a nákup biopotravin spočívá zejména v užším kontaktu producenta s konečným spotřebitelem a ještě větším rozšíření nabídky především z domácí produkce v obchodní síti. Podobná doporučení pro ekozemědělce a producenty také vyplynula z praktické části této diplomové práce.

Všechny výše uvedené aspekty týkající se biopotravin lze v přeneseném významu aplikovat i na konzumaci biovín. Současnou dobu lze charakterizovat jednoznačně. V době krize mají spotřebitelé tendence stahovat se do soukromí svých domovů namísto konzumace vín, resp. biovín mimo domov. To má za následek, že konzumace vína mimo domov klesá. Je tedy na každém ekologickém vinaři či distributorovi, aby zaujal konečné spotřebitele v běžné obchodní síti, a přiměl je tak ke konzumaci svých biovín. Z průzkumu mezi respondenty sice vyplynulo, že většina (88 %) z nich pojem biovíno zná, nicméně značná část respondentů (71 %) uvedla, že biovíno nikdy před tím neochutnala, ačkoliv se s ním v běžné obchodní síti již setkala. K lepší propagaci biovín by mohly pomoci i ochutnávkové akce uspořádané v obchodní síti, na farmářských trzích apod. Jsou to totiž akce, kterých si respondenti nejvíce všimli. Dále z průzkumu jasně vyplynulo, že v nich ochutnávka, která byla součástí experimentální části diplomové práce, vzbudila (12 %) nebo částečně vzbudila (41 %) zájem o biovíno. Což tedy jasně potvrzuje hypotézu, že zde tedy existuje slibný potenciál pro rozvoj. Největší odbyt biovín je podle marketingových průzkumů opět ve velkých městech, čemuž odpovídá i nákup ostatních biopotravin, a že biovíno kupují spíše než fajnšmekři lidé, kteří kupují i jiné bioprodukty (*Anonym₁₀, 2008*).

S výše uvedenými zjištěními provedenými v rámci průzkumu mezi respondenty lze porovnat vnímání biovín zákazníky v západní Evropě, konkrétně ve Francii a v Německu (*Anonym₁₁, 2012*). Například stupeň znalosti biovín je vyšší ve Francii než v Německu. Pět ze šesti Francouzů již o biovíně slyšelo a polovina dotázaných ví přesně, co biovíno je. V Německu je znalost nižší, jen 39 % o biovíně slyšelo a 24 % ví, co termín biovíno znamená. Na druhou stranu výzkumníky zarazilo, že v obou zemích více než 60 % dotázaných dosud biovíno neochutnalo. Všechna tato zjištění jsou více méně ve shodě s výsledky průzkumu této diplomové práce. Z průzkumu také vyplynulo, že 22 % dotázaných Němců nakupuje biovíno občas nebo pravidelně, ve Francii je to 17 % dotázaných. Dalo by se říci, že u nás je ale nákup biovín mnohem méně rozšířen, ačkoliv se s nimi více než polovina dotázaných respondentů již v obchodech či prodejnách setkala. Podnětem pro nákup je pro většinu běžných spotřebitelů až vlastní zkušenost s konzumací biovín (např. ochutnávka jako součást experimentální části diplomové práce). Průzkum potvrdil to, co platí i u ostatních kategorií biopotravin: biovína pravidelně nakupuje úzké,

ale pevné jádro spotřebitelů. Lze tedy jasně konstatovat, že ačkoliv rozvoj ekologického vinařství a vinohradnictví začal v ČR mnohem později než v zemích západní Evropy, poměrně rychle se dostal na jejich úroveň, z čehož opět vyplývá rostoucí trend a zájem široké veřejnosti. Šetření dále ukázalo, že Němci i Francouzi biovína nejčastěji nakupují v běžných supermarketech (ve Francii 48 % dotázaných, v Německu 41 %). Druhým nejdůležitějším místem nákupu biovín jsou v Německu bioprodejny, zatímco ve Francii je to přímý nákup od vinařů. Zajímavé jsou důvody, které dotazovaní uváděli pro rozhodnutí koupit biovíno: 48 % Němců uvádí na prvním místě ochranu životního prostředí a pouze 33 % uvedlo dobrou chuť. Ekologický důvod dominuje mezi Francouzi ještě silněji. I tato zjištění jsou v souladu s výsledky průzkumu v závěrečném dotazníkovém šetření, kde 35 % respondentů uvedlo, že důvodem pro koupi biovína je odpovědnost k přírodě a životnímu prostředí. Znamená to, že ekologické hledisko hraje mezi spotřebiteli biovín zásadní roli. Na druhou stranu téměř polovina dotazovaných respondentů (41 %) by si v budoucnu biovíno nekoupila. Důležitou roli v dalším rozvoji ekologického vinohradnictví bude jistě hrát to, zda se podaří jako novou skupinu zákazníků získat ty spotřebitele, kteří nakupují víno kvůli chuti a radosti. Zajímavé je, že dle výsledků průzkumu vyšlo najevo, že jsou celoevropsky velmi populární italská biovína, přičemž největší zájem je o ně právě ve střední a severní Evropě.

Dle výzkumu (*Schätzel a kol., 2004*) provedeného Provozně ekonomickou fakultou na Mendlově zemědělské a lesnické univerzitě v Brně pro Vinařský fond se dá říci, že pro většinu českých spotřebitelů přestává být cena přijatelná u horní hranice 150-200 Kč za víno (platí zejména pro střední segment sortimentu). Další psychologickou hranicí přijatelnosti je 300-500 Kč, což ovšem platí pro vína vyšší kategorie. Zajímavé je, že když otázka zněla „Jaká cena vína je pro Vás přijatelná?“, většina odpovědí byla na hranici cca 100 Kč. Tato hodnota je tedy zlomová hranice běžného konzumenta a nižší segment sortimentu. Výše uvedená zjištění jsou v souladu s výsledky průzkumných šetření této diplomové práce, kdy je většina respondentů (94 %) ochotna dát za víno maximálně 150 Kč, přičemž nakupují vína střední kvality. Pouze profesionální degustátor uvedl, že preferuje cenu vína v rozmezí 151-250 Kč. Na druhou stranu za biovíno je ochotno zaplatit „pouze“ 76 % respondentů částku do 150 Kč. Jenže většina respondentů při průzkumu

uvedla, že by si biovíno klidně koupili hlavně pro to, že ví, že se tak chovají v souladu s přírodou a životním prostředím. Rozdíl mezi hranicí maximální ceny za konvenční vína a hranicí maximální ceny za biovína ve prospěch konvenčních vín by mohl pravděpodobně spočívat v menší míře informovanosti, neznalosti spotřebitelů a jejich menší ochotě měnit zavedené zvyky.

Zdá se, že cesta zvýšení zájmu spotřebitelů o tuzemská biovína vede přes supermarkety obchodních řetězců, kde nakupuje většina českých spotřebitelů. Na druhou stranu Miloš Michlovský¹ (2009) uvádí, že může jejich široký sortiment znesnadnit výběr spotřebitelům. Nicméně ale mnohé z nich mají kulturnější podmínky a srozumitelnější marketing než některé malé obchůdky. Navíc jsou rozhodně pro běžného spotřebitele dostupnější a také zde hraje svou roli pravděpodobnost neplánovaného nákupu, který je ovlivněn aktuálním rozpoštěním spotřebitele.

Největším ohrožením slibně se rozvíjejícího trhu s tuzemskými biovíny je podle Miloše Michlovského¹ (2009) dovoz levných, často nekvalitních vín ze zahraničí, dále dopady ekonomické krize (resp. snížení průměrné spotřeby vína na jednoho obyvatele), různá úroveň podpory v různých členských zemích EU nebo tzv. „handl“ mezi EU a některým zámořským státem (průmysl za levné potraviny). Biovínař Josef Abrle² (2008) k tomu dodává, že dalším problémem je nemožnost ovlivnění stále rostoucích cen vstupů do výroby a k tomu se neustále zvyšující administrativa.

Výzvou pro současné ekovínaře na našem území může být i větší šance snáze prorazit v zahraničí. Zvýšenému zájmu o naše biovína v zahraničí by ale měl nejprve předcházet rostoucí objem prodeje na domácím trhu. Zatímco pěstitel konvenčních odrůd má mnohem menší příležitosti prosadit se v zahraničí, situace na trhu s biovínem je přesně opačná, poptávka v zahraničí, stejně jako u nás, není dostatečně uspokojena. Bohužel ale biovína z ČR v současnosti nemají takový význam pro konzumenty z ostatních zemí EU.

Ve spotřebitelské neznalosti odrůd biovinné révy (zejména interspecifických odrůd), která vyplynula z průzkumu uvedeného v úvodním dotazníkovém šetření, se odráží malá popularita těchto odrůd a také menší důvěra běžně znalých spotřebitelů. Tato skutečnost není tedy způsobena vlastní spotřebitelskou zkušeností při konzumaci biovín, ale opět malou informovaností samotných spotřebitelů, což by se dalo vyřešit zvýšením povědomí

o biovinech, odrudách pěstovaných v biokvalitě a biovinářství vůbec. Nové odolné odrůdy mají totiž pro budoucnost ekologického vinohradnictví velký význam, protože vyžadují minimální nebo žádnou chemickou ochranu vinohradu při pěstování.

Díky zvyšujícímu se počtu ekologických pěstitelů vína, rostoucímu zájmu široké veřejnosti a zvýšení povědomí běžných spotřebitelů byla soutěž Česká biopotravina roku v roce 2010 poprvé obohacena o kategorii „vína z ekologických hroznů“. Tato soutěž má za cíl podporovat vynikající kvalitu v celém dodavatelském řetězci oboru biopotravin vyráběných v ČR. Do soutěže byla přihlášena vína šesti biovinářů, mj. i Josefa Abrle, Miloše Michlovského a Vlastimila Peřiny. Degustační komise shledala všechna biovína jako vína lepšího průměru až nadprůměrná. Šampionem se stala Malverina (2007) od firmy Vinselekt Michlovský. Pozitivním signálem je i to, že uspěla před vínem polosladkým, což obvykle v mezinárodních soutěžích končí naopak. V těsném závěsu skončil Hibernál od stejného výrobce a o třetí pozici se podělili Michlovského červený Laurot a Svatovavřínecké z Vinných sklepů Kutná Hora (*Stávek4, 2011*). Do vlastní ochutnávky provedené v rámci diplomové práce, byla proto zařazena Malverina (2007) a Laurot (2008) z produkce firmy Vinselekt Michlovský, jednak kvůli vítězství v této soutěži a jednak kvůli tomu, že čeští konzumenti, resp. degustátoři oceňují spíše suchá vína. Navíc biovíno Malverina 2007 získalo kromě historicky prvního ocenění Česká biopotravina roku 2011 v kategorii biovín i zlatou medaili na prestižním mezinárodním konkurzu vín ve Vídni „AWC Vienna 2011“, což potvrzuje opravdovou kvalitu. Zvyšující se zájem ekozemědělců avizuje i více přihlášených biovín (celkem 33 od osmi ekologických vinařů) do soutěže Česká biopotravina roku 2011.

Zajímavé ovšem je, že pro běžné spotřebitele, resp. respondenty zařazené v průzkumu byl z bílých biovín daleko chutnější Hibernál od Vlastimila Peřiny, který se v soutěži Česká biopotravina roku neumístil. Naopak Malverina (2007) od Miloše Michlovského skončila až na třetím, resp. předposledním místě. Červený Laurot už spotřebitele zaujal mnohem více. Po provedené ochutnávce lze ale konstatovat, že mnohem více spotřebitele i profesio-nálního degustátora zaujaly odrůdy veřejnosti známé a populární (Muškát moravský, André – Josef Abrle), aniž by dopředu znali odrůdu, kterou konzumovali. Je tedy otázkou názoru, zda jde o subjektivní hodnocení, kdy jsou respondenti takřikajíc

naučení na určité chutě a při prvním styku s neznámými odrůdami dopředu „odmítají“ jejich specifitu. Pozoruhodné bylo také srovnání chuťových vjemů mezi jednotlivými účastníky ochutnávky, profesionálním znalcem a texty na zadní straně lahví biovín zařazených ve výzkumu. V průběhu degustace byly vyzorovány různé charakteristiky vzhledu, vůně a chutě, ale pouze u vzorku Č3 (Laurot od Miloše Michlovského) se laici shodli s chutí uvedenou na vinětě (ovocná chuť černého rybízu). Přestože ochutnávka probíhala anonymně tak, že se jednotliví účastníci nemohli ovlivňovat a navíc neznali identifikační údaje jednotlivých vzorků biovín, některé charakteristiky hodnocení se shodovaly u více účastníků, ale opět nikoliv s textem na vinětě daného vzorku.

Co se kvality biovína týče, Hluchý (2011) dle svého názoru konstatuje, že po letech intenzivního studia kvalit evropských vín a biovín jsou vína z ekologických vinic v průměru kvalitnější než ta z vinic konvenčních. Nicméně pro tuto komparaci je potřeba mít srovnání z mnoha států a založené na tisících vzorků vín. Obyčejný spotřebitel ale nedokáže rozpoznat chuťový rozdíl mezi konvenčně zpracovaným vínem a biovínem. Co se týče názoru na kvalitu konvenčně zpracovávaných vín a biovín, respondenti se domnívají, že pod pojmem kvalita vína i biovína si lze představit hlavně jejich chuť. Názory z odborných kruhů ale mluví jasně, jednoznačně hodnotí biovína jako kvalitnější. Jedním z vysvětlení může být, že v EZ je zdravá půda bohatá na živiny a látky, na ní rostou zdravé keře, které tyto látky hojně využívají, čímž se přímo dostávají do plodů hroznů vinné révy. Obecně lze říci, jak uvádí Dlouhý a Urban (2011), že kvalita bioproduktů je v EZ chápána jako výsledek kvality celého zemědělského systému. Proto se do pojmu biokvalita kromě obvyklých vlastností produktu, jako jsou vnější kvalita (tvar, barva, velikost atd.), technologická kvalita (skladovací a procesní vlastnosti atd.), biologická kvalita (žádoucí a nežádoucí obsah látek atd.), zahrnují navíc i další parametry a dimenze, týkající se celého systému, jako jsou environmentální aspekty (vliv produkce, zpracování, distribuce, spotřeba energie a zdrojů atd. na prostředí), sociálně-psychologické aspekty (pracovní prostředí zemědělce, obava konzumentů ze zdravotních rizik atd.) a eticko-morální aspekty (způsob chovu zvířat, názor konzumentů na způsob produkce atd.). Navíc v diskuzi o bio-kvalitě je nutné připomenout, že právě kritika kvality produktů

z konvenčního zemědělství a obavy z negativního vlivu těchto produktů na zdraví konzumentů byla hlavním faktorem, který přispěl ke vzniku EZ.

Je patrné, že jsou biopotraviny a EZ středem zájmu, pozitivního i negativního, čímž se jednoznačně stávají významnými aktéry na trhu, dostávají se do povědomí běžných spotřebitelů, a stávají se tak více konkurenceschopnými pro postupy a produkty konvenčního zemědělství.

5 ZÁVĚR

EZ představuje svým odlišným přístupem k pojetí zemědělské produkce a k přírodě jednu z nejvýznamnějších cest k dlouhodobě udržitelnému zemědělství. Výměra ploch zařazených v systému EZ a počet ekozemědělců se neustále zvyšuje nejen ve světě, ale i v ČR, která patří mezi země s největšími ekologicky obhospodařovanými plochami v Evropě. Podpurné stimuly jsou u nás nastaveny tak, aby i v následujících letech narůstal počet ekologicky hospodařících zemědělců a producentů biopotravin.

U nás jedním z nejdynamičtěji rozvíjejících se odvětví EZ je ekologické vinohradnictví. Víno je zvláštní komoditou, protože nejen znalce a milovníky, ale i běžné spotřebitele zajímá především sensoricky hodnocená kvalita, jako jsou vzhled, chuť a vůně. S rostoucím počtem ekologicky hospodařících vinařů na našem území, zároveň roste i nabídka jejich produkce, čímž dochází k postupnému uspokojování stále se zvyšující poptávky mezi spotřebiteli. Na rostoucí poptávku má vliv i správná propagace biovína, která může mít za následek zvýšení prodeje. Biovíno sice jako relativně známý segment trhu, nicméně poměrně „nevyzkoušený“ spotřebiteli, má jedinečnou šanci zaujmout potenciálního zákazníka hlavně vzhledem, původem a „příběhem“. Na zaujetí zákazníka se velkou měrou podílejí ochutnávkové akce, které jsou ve většině případů prvním kontaktem spotřebitelů s biovínem. Závisí na každém ekovinaři, výrobcí či producentovi, jakým způsobem zaujme zákazníka natolik, aby vzrostla obliba právě jeho biovína.

Z výsledků jasně vyplývá, že běžní konzumenti biovín preferují kvalitu vína před jeho cenou. Biovíno by také potřebovalo zvýšit intenzitu marketingové propagace, aby se tento segment biovýrobků více rozšířil do povědomí české veřejnosti. Existuje zde velký potenciál pro rozvoj trhu s biovínem, protože kvalita testovaných vzorků biovín odpovídá kvalitě konvenčně zpracovaných vín. Navíc i samotní spotřebitelé se chtějí chovat zodpovědně k přírodě a životnímu prostředí. Součástí průzkumného šetření byl i pohled profesionálního degustátora, který byl přínosem nejen pro srovnání spotřebitelského a profesionálního vnímání biovína, ale i získání nových informací o sensorickém hodnocení vín, resp. biovín pro spotřebitele. Lze předpokládat, že při větší medializaci je zde možnost

rozvoje nejenom na tuzemském, ale i na zahraničním trhu, kde jsou zatím česká biovína neznámá.

Podle všeobecného názoru pěstitelů vína hospodařících dle ekologických zásad jsou výsledkem bezpečnější a chutnější vína, která byla vyprodukována s ohledem na životní prostředí a s péčí o zemědělskou krajinu. Bio není jen o omezeních a příkazech, ale také o přístupu, životním stylu a způsobu myšlení.

6 SEZNAM POUŽITÝCH ZDROJŮ

- 1) Abrle₁, J. Osobní rozhovor s biovínařem ing. Josefem Abrle. Pavlov pod Pálavou, ze dne 3. 8. 2011.
- 2) Abrle₂, J. Leden 2009: Ing. Josef Abrle [on-line] [cit. 10-10-2011]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 30. 12. 2008. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/ing-josef-abrle?highlightWords=josef+abrle>
- 3) Anonym₁. Potravinářská komora začíná naplňovat Vizi BIO 2012 [on-line] [cit. 20-10-2011]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 11. 6. 2009. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/potravinarska-komora-zacina-naplnovat-vizi-bio-2012?highlightWords=potravin%C3%A1%C5%99sk%C3%A1+komora+za%C4%8D%C3%ADn%C3%A1+napl%C5%88ovat+Vizi+BIO+2012>
- 4) Anonym₂. Vyhlášen jubilejní desátý ročník soutěže Česká biopotravina roku [on-line] [cit. 20-01-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 1. 11. 2011. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/vyhlasen-jubilejni-desaty-rocnik-souteze-ceska-biopotravina?highlightWords=%C4%8Cesk%C3%A1+biopotravina>
- 5) Anonym₃. Zapojením ÚKZÚZ se zvýší transparentnost a efektivita kontrol ekologických podniků [on-line] [cit. 10-08-2011]. Ministerstvo zemědělství ČR, ze dne 28. 12. 2009. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/eagri/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktuality/zapojenim-ukzuz-se-zvysi-transparentnost.html>
- 6) Anonym₄. Biovína, která nejvíce chutnala [on-line] [cit. 10-08-2011]. Liga ekologických alternativ (LEA), 2005. Dostupné z: <http://www.lea.ecn.cz/03vino.html>
- 7) Anonym₅. Nová pravidla pro výrobu biovína schválena [on-line] [cit. 13-02-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 11. 2. 2012. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/nova-pravidla-pro-vyrodu-biovina-schvalena?highlightWords=biouv%C3%ADno>
- 8) Anonym₆. Vinařství a vína České republiky 2009. Bratislava: DonauMedia, s. r. o., 2008. ISBN 978-80-89364-02-2.

- 9) Anonym₇. Kapesní/Vreckový atlas vinařství/vinárstiev Čech, Moravy, Slovenska. Bratislava: DonauMedia, s. r. o., 2011. ISBN 978-80-89364-15-2.
- 10) Anonym₈. Za bio si lidé rádi připlatí, ne však za biovíno [on-line] [cit. 11-09-2011]. Zemědělsko-potravinářský informační portál provozovaný Ústavem zemědělské ekonomiky a informací (ÚZEI), ze dne 27. 3. 2009. Dostupné z: <http://www.agronavigator.cz/ekozem/default.asp?ids=910&ch=99&typ=1&val=89534>
- 11) Anonym₉. Rozdíly mezi bio a konvenčním červeným vínem [on-line] [cit. 11-02-2012]. Journal of Wine Research, Vol. 14, No. 2-3, 2003, ze dne 7. 5. 2007. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/rozdily-mezi-bio-a-konvencnim-cervenym-vinem?highlightWords=rozd%C3%ADly+mezi+bio+konven%C4%8Dn%C3%ADm+%C4%8Derven%C3%BDm+v%C3%ADnem>
- 12) Anonym₁₀. Biovíno láká vinaře i konzumenty [on-line] [cit. 10-01-2012]. Hospodářské noviny, iHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin, ze dne 8. 7. 2008. Dostupné z: http://ihned.cz/2-25901850-007000_d-af
- 13) Anonym₁₁. Biovíno v Evropě – největší plochy v Itálii, Francii a Španělsku [on-line] [cit. 11-02-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 4. 1. 2012. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/biovino-v-evrope-nejvetsi-plochy-v-italii-francii-a?highlightWords=biov%C3%ADno+evrop%C4%9B>
- 14) Archalous, M. [on-line] [cit. 16-01-2012]. Nazeleno.cz, ze dne 6. 5. 2011. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/biopotraviny/6-nejlepsich-biopotravin-z-ceske-republiky.aspx>
- 15) Bagar, M. Biovíno – blýská se na lepší časy [on-line] [cit. 13-10-2011]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, Biocont Laboratory, spol. s.r.o., ze dne 30. 12. 2008. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/biovino-blyska-se-na-lepsi-casy>
- 16) Baierová, L., Čechová, R. „Zakázané“ biovíno [on-line] [cit. 10-11-2011]. Hospodářské noviny, iHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin, ze dne 11. 9. 2010. Dostupné z: <http://eregal.ihned.cz/c1-46367880-zakazane-biovino>
- 17) BioFach. Biovíno – BioFach 2009: Největší světová přehlídka biovína [on-line] [cit. 10-01-2010]. Bio Obchod – Informační měsíčník pro prodej biopotravin v České

- republice. Moravské Knínice: Green Marketing – marketing pro ekologii, leden 2009. Dostupné z: <http://www.greenmarketing.cz/archiv.html>
- 18) Bioinstitut₁. Co je ekologické zemědělství? [on-line] [cit. 14-09-2011]. Dostupné z: <http://www.bioinstitut.cz/ekologicke.html>
- 19) Bioinstitut₂. Ochrana révy vinné v ekologickém vinohradnictví před hlavními chorobami a škůdci. Olomouc: Bioinstitut, o.p.s., 2008.
- 20) Čapounová, K. Víno z certifikovaných biovinic, Okrajová záležitost pro fandý, příjemné překvapení pro znalce nebo nový trend? [on-line] [cit. 30-07-2011]. Bio Obchod – Informační měsíčník pro prodej biopotravin v České republice. Moravské Knínice: Green Marketing – marketing pro ekologii, září 2007. Dostupné z: <http://www.greenmarketing.cz/archiv.html>
- 21) Dabbert, S., Häring, A. M., Zanolí, R. Organic farming – Policies and Prospectes. Londýn a New York: Zed Book, 2004. ISBN Hb 1-84277-326-7, ISBN Pb 1-84277-327-5.
- 22) Dlouhý, J., Urban, J. ekologické zemědělství bez mýtů. Fakta o ekologickém zemědělství a biopotravinách pro média. Olomouc: Česká technologická platforma pro ekologické zemědělství, 2011. ISBN 978-80-87371-13-8.
- 23) Dvořáčková, M. Do roku 2015 má podíl ekologicky obhospodařované půdy vzrůst na 15 %. Tisková zpráva Ministerstva zemědělství [on-line] [cit. 18-09-2011]. Ministerstvo zemědělství ČR, ze dne 15. 10. 2010. Dostupné z: <http://www.bioinstitut.cz/ekologicke.html>
- 24) EkoConnect. Směrnice pro biovíno stále chybí [on-line] [cit. 15-10-2011]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 5. 10. 2010. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/smernice-eu-pro-biovino-stale-chybi?highlightWords=sm%C4%9Brnice+pro+bio%C3%ADno+st%C3%A1le+chyb%C3%AD>
- 25) FiBL. 90 argumentů pro ekologické zemědělství. Z německého originálu „90 Argumente für den Biolandbau“. Olomouc: Bioinstitut, o.p.s., 2007. ISBN 978-80-87080-07-8.
- 26) Gosch, F. Vinařský marketing. Valtice: Národní salon vín, 2005. ISBN 80-903201-5-5.

- 27) Hamplová₁, L. Biopotraviny, jídlo pro snoby?! [on-line] [cit. 07-01-2012]. Hospodářské noviny, iHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin, ze dne 25. 5. 2008. Dostupné z: <http://byznys.ihned.cz/c1-24967090-biopotraviny-jidlo-pro-snoby>
- 28) Hamplová₂, L. Česká biovína se chystají dobýt Evropu [on-line] [cit. 21-09-2011]. Hospodářské noviny, iHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin, ze dne 27. 4. 2008. Dostupné z: <http://ekonomika.ihned.cz/c1-24291490-ceska-biovina-se-chystaji-dobyt-evropu>
- 29) Hendl, J. Kvalitativní výzkum. Praha: Portál, s. r. o., 2005. ISBN 80-7367-040-2.
- 30) Hluchý, M. Ekologické vinohradnictví u nás [on-line] [cit. 03-01-2012]. Zemědělec 23/2011, Bioinstitut, o. p. s., 2011. Dostupné z: www.bioinstitut.cz/documents/Zemedelec23_2011-vinohrady.pdf
- 31) Hrázská, G. Biovíno: neobvyklá a jedinečná chuť, žádné „chemikálie“ [on-line] [cit. 13-08-2011]. Nazeleno.cz, ze dne 3. 2. 2009. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/biopotraviny/biovino-neobvykla-a-jedinecna-chut-zadne-chemikalie.aspx>
- 32) IFOAM EU. Průlom v pravidlech výroby biovína v EU [on-line] [cit. 13-01-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 28. 12. 2011. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/prulom-v-pravidlech-vyroby-biovina-v-eu?highlightWords=pr%C5%AFlom+pravidlech+v%C3%BDroby+biov%C3%ADna>
- 33) Jirsová, M. Letošní víno? Bídou úrodu by mohla vynahradit mimořádná kvalita [on-line] [cit. 08-08-2011]. Hospodářské noviny, iHNed.cz – online zprávy Hospodářských novin, ze dne 21. 7. 2010. Dostupné z: <http://sport.ihned.cz/c1-45062600-letosni-vino-bidnou-urodu-by-mohla-vynahradit-mimoradna-kvalita>
- 34) Kraus₁, V., Foffová, Z., Vurm, B. Nová encyklopedie českého a moravského vína 2. díl. Praha: Praga Mystica, 2008. ISBN 978-80-86767-09-3.
- 35) Kraus₂, V., Hubáček, V., Ackermann, P. Rukověť vinaře. Praha: Nakladatelství Brázda, s.r.o., třetí vydání, 2010. ISBN 978-80-209-0378-5.
- 36) Kraus, V., Kopeček, J. Setkání s vínem. Praha: Radix, spol. s r.o., třetí doplněné a přepracované vydání, 2005. ISBN 80-86031-51-9.

- 37) Leschingerová₁, M.: EU volí nové logo biopotravin. Hlasujte i vy! [on-line] [cit. 19-08-2011]. Nazeleno.cz, ze dne 30. 12. 2009. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/biopotravin-1/eu-voli-nove-logo-biopotravin-hlasujte-i-vy.aspx>
- 38) Leschingerová₂, M.: Biopotraviny: Co a kde nakupovat? [on-line] [cit. 11-01-2012]. Nazeleno.cz, ze dne 12. 11. 2010. Dostupné z: <http://www.nazeleno.cz/bio/biopotraviny/biopotraviny-co-a-kde-nakupovat.aspx>
- 39) Mádl, F. Osobní rozhovor s biovinářem ing. Františkem Mádlem. Velké Bílovice, ze dne 5. 8. 2011.
- 40) Michlovská, L. Osobní rozhovor s vedoucí vinotéky firmy Vinselekt Michlovský ing. Lenkou Michlovskou. Rakvice, ze dne 5. 8. 2011.
- 41) Michlovský₁, M. Červen 2009: Miloš Michlovský [on-line] [cit. 02-02-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, z června 2009. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/cerven-2009-milos-michlovsky?highlightWords=michlovsk%C3%BD>
- 42) Michlovský₂, M. Propagační leták firmy Vinselekt Michlovský [cit. 9-10-2011]. Rakvice.
- 43) MZe₁. Akční plán ekologického zemědělství. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2011. ISBN 978-80-7434-007-9.
- 44) MZe₂. Tisková zpráva Ministerstva zemědělství ČR [on-line] [cit. 22-02-2010]. Ministerstvo zemědělství ČR, ze dne 7. 5. 2009. Dostupné z: [http://eagri.cz/public/eagri/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2009_tiskova-zprava090507-eu-chce-nove-bio logo.html](http://eagri.cz/public/eagri/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2009_tiskova-zprava090507-eu-chce-nove-bio-logo.html)
- 45) MZe₃. Co přinesla novela zákona o ekologickém zemědělství? [on-line] [cit. 10-02-2012]. Ministerstvo zemědělství ČR, ze dne 19. 12. 2011. Dostupné z: <http://eagri.cz/public/web/mze/zemedelstvi/ekologicke-zemedelstvi/aktuality/co-prinesla-novela-zakona-o-ekologickem.html>
- 46) MZe₄. Biopotraviny a jejich prodej v maloobchodě. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006. ISBN 80-7084-483-3.
- 47) MZe₅. Jak spolupracovat s maloobchodními prodejny při prodeji bioproduktů. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2006. ISBN 80-7084-484-1.

- 48) Nařízení č. 834/2007. Evropská komise – Ekologické zemědělství, ze dne 28. 6. 2007.
- 49) Nařízení č. 889/2008. Evropská komise – Ekologické zemědělství, ze dne 5. 9. 2008.
- 50) Pavloušek, P. Výroba vína u malovinařů. Praha: Grada Publishing, a.s. druhé, aktualizované a rozšířené vydání, 2010. ISBN 978-80247-3487-3.
- 51) Peřina₁, V. Propagační leták firmy Vinný sklep EBEN [cit. 8-10-2011]. Lednice na Moravě.
- 52) Peřina₂, V. Osobní rozhovor s biovinařem ing. Vlastimilem Peřinou. Lednice na Moravě, ze dne 7. 8. 2011.
- 53) PRO-BIO Liga₁. Průvodce biospotřebitele: Biovíno [on-line] [cit. 31-07-2011]. PRO-BIO Liga, ze dne 6. 8. 2007. Dostupné z: http://www.biospotrebitel.cz/page.php?&reference_name=press.detail&kategorie=&from=&clanek=320#_ftn1
- 54) PRO-BIO Liga₂. Ekologické zemědělství a biopotraviny, otázky a odpovědi pro ekoporadny. Praha: PRO-BIO Liga ochrany spotřebitelů potravin a přátel ekologického zemědělství, 2010. ISBN 978-80-904223-2-2.
- 55) Schätzel, O., Doka, F., Mahlendorf-Schäfer, K. Jak úspěšně prodávat víno. Vinařský marketing v praxi. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, 2004. ISBN 80-903534-1-X.
- 56) Skřivánková, D. Zaostřeno na: Biovína. Víno&Styl č. 28. Praha: Omega Publishing Group s.r.o., březen – duben 2009. ISSN 1801-0881.
- 57) Stávek₁, R. Za biovinem na BioFach [on-line] [cit. 08-01-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 12. 12. 2011. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/za-biovinem-na-biofach?highlightWords=bioFach>
- 58) Stávek₂, R. O projektu EKOWIN [on-line] [cit. 10-11-2011]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 3. 7. 2011. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/o-projektu-ekowin?highlightWords=EKOWIN>
- 59) Stávek₃, J. Degustační příručka aneb Jak přijít vínu na jméno. Praha: Radix spol. s r.o., druhé, aktualizované a přepracované vydání, 2011. ISBN 978-80-86031-93-4.
- 60) Stávek₄, R. Nejlepší české biovíno je z produkce Vinselektu Michlovský [on-line] [cit. 08-01-2012]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne

2. 3. 2011. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/nejlepsi-ceske-biovino-je-z-produkce-vinselektu-michlovsky?highlightWords=malverina+2007>
- 61) Steidl, R. Sklepní hospodářství. Valtice: Národní vinařské centrum, o.p.s., druhé a aktualizované vydání, 2010. ISBN 978-80-903201-9-2.
- 62) Šarapatka, B., Urban, J. a kol. Ekologické zemědělství v praxi. Šumperk: Svaz PRO-BIO, 2006. ISBN 978-80-903583-0-0.
- 63) Tichá, K. M. Ekologické zemědělství v kostce. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, 2008. ISBN 978-80-7084-716-9.
- 64) Trapek, J. Biovína 2009. Decanter, the world's best wine magazine (české vydání) č. 4, časopis. Praha: Premium Publishing and Communities, s.r.o., 2009. ISSN 1803-5205.
- 65) Trojak, B. VINO VERO ČILI VINO VĚROHODNĚ III [on-line] [cit. 15-10-2011]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/vino-vero-cili-vino-verohodne-iii?highlightWords=v%C3%ADno+vero+%C4%8Dili+v%C3%ADno+v%C4%9Brohodne+dn%C4%9B+iii>
- 66) ÚKZÚZ. Ekologické zemědělství v České republice, ročenka 2010. Brno: Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský, 2011. ISBN 978-80-7401-053-8.
- 67) Urban, J., Šarapatka, B. a kol. Ekologické zemědělství – učebnice pro školu i praxi I díl. Praha: Ministerstvo životního prostředí ČR, 2003. ISBN 80-7212-274-6.
- 68) Urban, J. Ekologické zemědělství v České republice (aktuální stav a data 2010). [on-line] [cit. 07-10-2011]. Dostupné z: http://www.bioinstitut.cz/documents/AktualnistavEZvCR_unor_2011.pdf
- 69) Václavík₁, T., Čítková, Z., Malisová, H. a kol. Český trh s biopotravinami 2009. Praha: Tomáš Václavík – Green marketing ve spolupráci s Českým a slovenským odborným nakladatelstvím, 2009.
- 70) Václavík₂, T. Rozhovor s Milanem Hluchým, předsedou svazu Ekovín [on-line] [cit. 13-05-2009]. Bio-info – Info portál pro snadnější marketing biopotravin, ze dne 10. 5. 2009. Dostupné z: <http://www.bio-info.cz/zpravy/rozhovor-s-milanem-hluchym-predsedou-svazu-ekovin>

- 71) Václavík₃, T.: Marketing pro ekologické zemědělce; Prodávějte dříve, než zasejte! [on-line]. Brno: Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR, o. s., 2008. Dostupné z: http://www.greenmarketing.cz/docs/download/Marketing_pro_EZ.PDF
- 72) Václavík₄, T.: Přímý marketing pro ekologické zemědělce [on-line]. Brno: Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR, Metodické listy č. 29, 2007. Dostupné z: http://www.greenmarketing.cz/docs/download/ML29_Primy_marketing.pdf
- 73) Václavík₅, T.: Návod na vznik a řízení ekologických marketingových iniciativ v oblasti prodeje produktů ekologického zemědělství [on-line]. Brno: Spolek poradců v ekologickém zemědělství ČR, o. s., 2008. Dostupné z: http://www.greenmarketing.cz/docs/download/Navod_na_vznik_mistnich_iniciativ.PDF
- 74) Václavík₆, T.: Český trh s biopotravinami 2005 [on-line] [cit. 02-02-2012]. Bio – měsíčník pro trvale udržitelný život, ze září 2006. Dostupné z: www.vhpress.cz/clanky/bio0609_24.pdf

7 PŘÍLOHY

- Příloha 1:** Seznam použitých zkratk
- Příloha 2:** Pěstování vinné révy v biokvalitě – základní informace
- Příloha 3:** Charakteristika nejvíce zastoupených odrůd vinné révy pěstovaných v biokvalitě v České republice
- Příloha 4:** Obrázky hroznů odrůd pěstovaných v biokvalitě v České republice
- Příloha 5:** Vzor etikety a popis údajů na ní
- Příloha 6:** Rozdělení vín podle kvality
- Příloha 7:** Barvy vína a jejich pojmenování
- Příloha 8:** Obrazové schéma procesu smyslového hodnocení vína
- Příloha 9:** Český aromatický kruh – červené a bílé víno
- Příloha 10:** Návrhy katalogového a hodnotícího lístku i se vzorem vyplnění
- Příloha 11:** Úvodní dotazník předložený respondentům při průzkumném šetření
- Příloha 12:** Informativní prezentace o biovinech a sensorickém hodnocení před vlastní ochutnávkou vín pro respondenty zařazené v šetření
- Příloha 13:** Celkový počet bodů vybraných biovín zařazených do ochutnávky ze zjednodušených degustačních tabulek spotřebitelů
- Příloha 14:** Prohlášení degustátora vín o způsobilosti
- Příloha 15:** Závěrečný dotazník předložený respondentům při průzkumném šetření

Příloha 1: Seznam použitých zkratk

ČR	Česká republika
EU	Evropská unie
EZ.....	ekologické zemědělství
FiBL.....	Výzkumný ústav pro ekologické zemědělství (z něm. Forschungsinstitut für biologischen Landbau)
g	gram
g/l	množství v gramech na litr
ha.....	hektar
IFOAM.....	Mezinárodní federace hnutí ekologického zemědělství (z angl. International Federation of Organic Agricultural Movements)
KEZ o.p.s.	Kontrola ekologického zemědělství o.p.s.
kg	kilogram
l	litr
LOHAS	Life of Health and Sustainability
mg/l	množství v miligramech na litr
ml	mililitr
MZe.....	Ministerstvo zemědělství České republiky
NM.....	stupně Československého normalizovaného moštoměru
PRO-BIO	Svaz ekologických zemědělců PRO-BIO
S. E. M.	střední chyba průměru (z angl. standard error of the mean)
SZIF	Státní zemědělský intervenční fond
SZPI	Státní zemědělská a potravinářská inspekce
ÚKZÚZ.....	Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský
ÚZEI	Ústav zemědělské ekonomiky a informací
VOC, V. O. C.....	víno originální certifikace

Příloha 2: Pěstování vinné révy v biokvalitě – základní informace

Biovíno může pocházet jen z hroznů, které byly vypěstovány v souladu se směrnicemi ekologického pěstování. Tyto pěstitelské postupy vycházejí z předpokladu, že jen zdravá rostlina se dovede nejlépe sama bránit proti škodlivým činitelům. Podpora dobrého zdravotního stavu keřů révy vinné úzce souvisí s udržováním a zvyšováním přirozené úrodnosti půdy. Struktura půdy a její vododržnost závisí na společném působení několika činitelů, mezi nimiž hrají hlavní roli horniny, půdní organismy a obsah organických látek, hlavně humusu. Příznivé spolupůsobení těchto činitelů mohou narušovat některé chemické látky působící toxicky, mnohonásobně projíždění mechanizačních prostředků stejnou stopou, erozní činnost srážkové vody nebo zanedbávání pravidelného přísunu organické hmoty do viničních půd (*Kraus₁ a kol., 2008*).

Proto je při ekologickém způsobu pěstování révy nejprve vyžadováno uvedení půdy do strukturního stavu. K tomu slouží podle několikaletého plánu střídavé ozelenování meziřadí vinice výsevem směsí nejrůznějších rostlin vyzkoušených na mělké i hlubší prokořeňování půdy. Zároveň je třeba do půdy dodávat organickou hmotu z kompostování a pomalu rozpustné minerální živiny ve formě horninových mouček. Směsi bylin se střídavě kosí nebo mulčují, případně jen poválí a ponechají ležet na povrchu, což stimuluje činnost půdních organismů a především zvyšuje počet dešťovek. Prokořenění půdy směsí různých rostlin napomáhá rovněž pohybu živin z povrchových vrstev půdy do hlubšího půdního horizontu. Přirozené ozelenění mulčováním doprovodných plevelů rostoucích na daném stanovišti nemá tak příznivý vliv. Jednak je malá pestrost rostlin a jednak se při ponechávání růstu plevelů vytváří jen omezené množství masy kořenů (*Kraus₁ a kol., 2008*).

Dalším požadavkem je výsadba vinice ve vhodném sponu s odpovídajícím opěrným zařízením, u kterého některé kontrolní orgány vyžadují ke zřízení drátěnou opěru používání dřevěných sloupků. Vzdálenosti mezi keři by neměly být menší než jeden metr, aby výsadba byla dostatečná vzdušná, což přispívá k lepšímu zvládnutí ochrany révy. Při ošetřování se kontroluje provedení podlomu a vylámání fazochů v nižších patrech letorostů,

což zlepšuje provzdušnění vinice i osvětlení hroznů a naopak snižuje riziko napadení houbovými chorobami (*Kraus₁ a kol., 2008*).

Další podmínkou ekologického ošetřování vinice, určené ke sklizni hroznů pro biovíno, je vyloučení chemických přípravků na ochranu proti plísni révové, padlí révovému a plísni šedé. Zvláště je kladen důraz na zákaz systemicky působících herbicidů, které vnikají do rostliny a napadají její vnitřní systém. Ochrana proti houbovým chorobám je založena na velmi častých ošetřeních révy (8-10 postřiků) slabě koncentrovanými roztoky mědnatých a sirmých prostředků. Proti plísni révové je použití mědi omezeno na celkovou dávku do 3 kg mědi/ha/rok (*Kraus₂ a kol., 2010*). Účinnost se zvyšuje fosforečnanem hlinitým a různými výluhy nebo odvary z rostlin, které mají za úkol zvýšit odolnost révy a zpevnit pletiva listů. Proti plísni šedé se nepoužívají žádné zvláštní prostředky. Vinice se ochraňují proti druhé generaci obaleče révového, jehož larvy poškozují bobule hroznů. Na poškozených bobulích se pak plíseň šedá šíří. Proti obalečům se používají postřiky zóny hroznů biopřípravky na bázi bakterií (*Bacillus thuringiensis*). Při ochraně větších celků se používá metoda matení samců obaleče pomocí feromonů (*Kraus₁ a kol., 2008*).

Lze tedy konstatovat, že na rozdíl od běžného vinaře, který může během vegetačního období bojovat s nežádoucími organismy na keřích vinné révy chemickými prostředky, se biovínař zaměřuje na kvalitu půdy a vytváření podmínek, ve kterých se daří přirozeným predátorům škůdců a plevelů (*Bagar, 2008*). Výsledkem je zelený vinohrad na živé půdě s optimálním množstvím půdních mikroorganismů a minerálů.

Obecně lze říci, že vinař při tvorbě vín pod označením víno z ekologicky vypěstovaných hroznů dodržuje následující doporučený technologický postup (*Kraus₁ a kol., 2008*):

- 1) Sklízet hrozny ve fázi optimální zralosti ručně do malých přepravek.
- 2) Vyvarovat se nešetrného drcení, odzrňování a čerpání drtě.
- 3) Lisovat v pneumatických lisech.
- 4) Omezit oksyličování moštu.
- 5) Mošty pro bílá vína odkalovat.
- 6) Nepoužívat při kvašení geneticky manipulované kvasinky, ale kvasit mošty spontánní mikroflórou.

- 7) Používat co nejmenší dávky zasíření vína.
- 8) K číření vína nepoužívat jiné prostředky nežli bentonit, případně u červených vín vaječných bílek.
- 9) Nepoužívat enzymatické prostředky.

V posledních letech se zvýšený zájem o biovíno projevuje rychlým nárůstem využívání interspecifických odrůd révy vinné k jeho výrobě. Pochopitelně se podstatně sníží výrobní náklady i výrobní riziko, jestliže vinař pracuje s odrůdami, které dávají předpoklad pro snížení počtu ochranných postřiků na jeden až dva za vegetaci, případně jejich úplné vyloučení v letech s malým rozšířením houbových chorob. Jakost biovín z hroznů nejnovějších interspecifických odrůd je dnes tak vysoká, že zcela uspokojuje nároky na podávání biovína ke každodennímu stolování, a v tom lze také najít smysl jeho pití (*Kraus₁ a kol., 2008*). Nicméně interspecifické odrůdy jsou spotřebitelům neznámé a hůře se prodávají, proto se nyní ekologicky pěstují i běžné odrůdy, protože se podařilo vylepšit jejich biologickou ochranu proti škůdcům (*Hamplová₂, 2008*).

Příloha 3: Charakteristika nejvíce zastoupených odrůd vinné révy pěstovaných v bio-kvalitě v České republice (*Čapounová, 2007; Kraus a Kopeček, 2005; Kraus₂ a kol., 2010; Michlovský₂, 2011; PRO-BIO Liga₁, 2007*):

- ***bílé odrůdy***

Hibernal

Pozdní moštová bílá odrůda vyšlechtěná v Německu prof. H. Beckerem ve Šlechtitelském ústavu pro révu vinnou v Geisenheimu křížením: Chancellor x Ryzlink rýnský klon 239 Gm – F2 generace. Jedná se o jednu z nejmladších u nás pěstovaných odrůd. Do Státní odrůdové knihy byla zapsána v roce 2004.

Pro svoji odolnost vůči houbovým chorobám je odrůda vhodná pro alternativní způsoby pěstování révy a pro výrobu biovína. Proti napadení plísní révovou a padlím révovým je odrůda odolná. Proti poškození zimními a jarními mrazy je odrůda odolná, odolnější než Ryzlink rýnský.

Každoroční vyšší cukernatost než u Ryzlinku rýnského umožňuje vyrobit přívlastkové biovíno.

Vína jsou výborné kvality, plná kořenitá, jemně aromatická, podobná vínům Ryzlinku rýnského nebo Sauvignonu.

Malverina

Byla vyšlechtěna skupinou šlechtitelů Resistantu v genobankách v Lednici, Břeclavi a Perné složitým křížením mezi odrůdami Veltlínské červené rané, Merlot a dalšími interspecifickými kultivary. Tím bylo dosaženo zvýšené odolnosti proti houbovým chorobám, a tudíž vhodnosti pro ekologické vinohradnictví.

Na jejím šlechtění se spolupodíleli i tři z našich biovínařů (František Mádl, Miloš Michlovský a Vlastimil Peřina). Do Státní odrůdové knihy byla tato odrůda zapsána v roce 2001.

Víno je podle velikosti sklizně středně plné až plné, obsah kyselin je středně vysoký. Víno je zvláště vhodné do různých cuvée, která doplňuje.

Víno je charakterizováno slámově žlutou barvou, kořenitou vůní s výraznějším odstínem skořice, případně lékořice. Jde o středně plné víno podbízivé chuti.

Víno je vyrovnané, dobré kvality, harmonické, s květinovo-ovocným buketem, v chuti je velmi svěží s medově-kořenitým nádechem.

Muškát moravský

Vzhledem k tomu, že pro naše vinařské oblasti nebyla žádná dostatečně vhodná odrůda s muškátovým aroma ve víně, ing. V. Křivánek vyšlechtil Muškát moravský křížením dvou bílých odrůd Muškát Ottonel x Prachttraube ve Šlechtitelské stanici v Polešovicích, který se brzy stal nejrozšířenějším neošlechtěním u nás.

Zpracování hroznů na kvalitní víno s muškátovou vůní je náročné na umění vinaře jak ve vinici, tak ve sklepě.

Víno je charakterizováno zelenožlutou barvou, květinově muškátovou vůní a je lehké a harmonické.

Vína jsou vhodná do směsí pro výrobu známkových vín.

Pálava

Odrůda byla vyšlechtěna v roce 1953 ing. J. Veverkou ve Šlechtitelské stanici ve Velkých Pavlovicích a později Perné křížením odrůd Tramín červený x Müller Thurgau.

Pálava plodí pravidelně a sklizně jsou vyšší než u Tramínu. Hrozny dosahují velmi dobré cukernatosti a je možné získávat přívlastková vína vyšších stupňů.

Víno je charakteristické vanilkovou vůní, harmonickou, aromatickou, kořenitou a plnou chutí a oproti Tramínu má vyšší obsah kyselin.

Má zelenožlutou barvu, tramínovou vůni po růžích, která je doplněna vůní vanilky. Jde o víno plné, s nižším obsahem kyselin, vláčné a dlouho trvajícím odchodem.

Ryzlink rýnský

Jde o typickou odrůdu severních vinařských oblastí. Pěstování Ryzlinku rýnského se dá doložit v Německu od roku 1435. Odrůda však nebyla příliš oblíbená a pěstovala se jen ve směsi s jinými odrůdami, kdy nemohly vyniknout její jedinečné vlastnosti hlavně proto,

že hrozny této pozdní odrůdy bývaly sklízeny spolu s ostatními příliš brzy. Teprve v 18. století se náhodně poznala vysoká hodnota této odrůdy, když v roce 1775 přivezl kurýr do benediktinského kláštera v Johannisbergu v Porýní s velkým zpožděním povolení ke sběru hroznů od převora řádu, který sídlil ve Fuldě. Mniši v Porýní čekali trpělivě na povolení, přestože již velká část hroznů byla napadena ušlechtilou plísní. Při sklizni zpracovali zdravé hrozny oddělené od hroznů nahnilých. Jaké bylo jejich překvapení, když z hroznů napadených ušlechtilou plísní byl ten nejlepší Ryzlink, jaký do té doby ještě nikdo nepil.

K nám byla odrůda rozšířena řádem sv. Benedikta v 17. století. Do listiny povolených odrůd byla u nás zapsána v roce 1941. Současné genetické studie ukazují, že Ryzlink rýnský je pravděpodobně nahodilým křížencem mezi odrůdou Heunisch a semenáčem Tramínu.

Dnes se Ryzlink rýnský pěstuje po celém světě a je zařazován mezi nejkvalitnější odrůdy bílých vín. Jde o odrůdu považovanou za jednu z nejkvalitnějších pro výrobu jakostních vín.

Vína vynikají širokou škálou vůní podle půdního typu a ročníku. Víno je charakterizováno žlutozelenou barvou, velmi decentní a éterickou vůní s náznakem lipového květu, případně broskví, meruněk, ananasu a při vyžrávání kdoulí. Minerální plnost přechází do pepřnaté kořenitosti láhvově zralého vína, které se vyznačuje elegancí díky zvýrazněné souhře mezi kyselinami extraktivními látkami.

- ***modré odrůdy***

André

Odrůdu vyšlechtil v roce 1961 ing. J. Horák ve Šlechtitelské stanici ve Velkých Pavlovicích křížením odrůd Frankovka x Svatovavřinecké a do listiny povolených odrůd byla zapsána v roce 1980. Je pojmenována na počest Ch. K. Andrého (1763-1831), který byl zakladatelem spolku na podporu šlechtění ovoce a révy v Brně.

Víno je charakterizováno tmavě granátovou barvou s vůní zralých ostružin, podbarvených tvrdším projevem tříslovin a kyselin v mladém víně se zralou plností při dostatečné mocnosti ve vínech láhvově zralých, v nichž se zvyšuje plnost červeného vína.

Cabernet Moravia

Jde o poměrně mladou odrůdu, kterou vyšlechtil Lubomír Glos v Moravské Nové Vsi křížením Cabernet Franc x Zweigeltrebe. V roce 2001 byla zapsána do Státní odrůdové knihy.

K výrobě vysoce kvalitních vín je třeba regulovat sklizně. Je-li technologie dobře zvládnuta, patří Cabernet Moravia ke špičkovým moravským červeným vínům.

Má tmavě granátovou barvu. Obsahuje aromatické látky černorybízové, typické pro kabernetové odrůdy, které jsou spojeny s mocností a s dobře strukturovanými tříslovinami, které dávají při zrání na láhvi příjemný komplex typický pro červená vína severnějších oblastí.

Laurot

Jedna z nejmladších u nás pěstovaných českých odrůd. Byla vyšlechtěna ve Vědecko-výrobním sdružení Resistant Velké Bílovice poměrně složitým křížením: (Merlot x Seibel 1366) x (Frankovka x Svatovavřínecké). Na jejím vzniku se mimo jiné podíleli i čeští biovináři (František Mádl, Miloš Michlovský a Vlastimil Peřina) ve spolupráci s výzkumným ústavem v Moldávii. Ve Státní odrůdové knize je Laurot zapsán teprve od roku 2004.

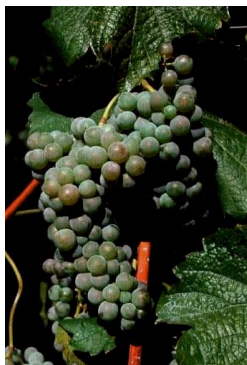
Víno upoutá intenzivní, tmavě červenou rubínovou barvou. V chuti dominují projevy peckového ovoce (višně, třešně, švestková povidla) až černého rybízu a ostružin spojené s příjemnými tříslovinami a s dlouhou chutí.

Naturvin

Kupáž (cuveé neboli směs odrůd) odrůd Festivalnyj (hybrid pocházející z Moldávie) a Hibernalu pocházející z vinic ekovináře Františka Mádra.

Příloha 4: Obrázky hroznů odrůd pěstovaných v biokvalitě v České republice (*Anonym₆, 2008; Kraus₂ a kol., 2010*)

• *bílé odrůdy*



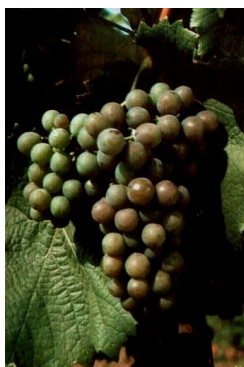
Hibernál



Malverina



Muškát moravský



Pálava



Ryzlink rýnský

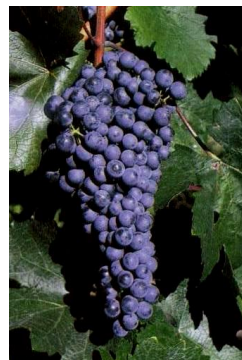
• *modré odrůdy*



André



Cabernet Moravia



Laurot

Příloha 5: Vzor etikety a popis údajů na ní (Anonym₆, 2008)



Vzorovou etiketu dodala firma Purgina.

1. Název odrůdy
2. Ročník sběru hroznů
3. Označení jakostního zařazení, popř. přívlastku
4. Název - obchodní firma výrobce (*přesná adresa, telefon, e-mail, www stránky bývají někdy uvedeny na zadní etiketě, ale tyto kontaktní údaje uvádějí jen někteří výrobci*)
5. Kategorie podle obsahu zbytkového cukru
6. Číslo šarže
7. Evidenční číslo jakosti (*jen u přívlastkových vín*)
8. Objem lahve
9. Obsah alkoholu (*zaokrouhlený na 0,5 nebo 1 %*)
10. Obsah antioxidačních látek
11. Původ hroznů (*u domácích vín vinařská oblast, podoblast, obec, viniční trať - podle kategorie vína; u dovezených vín alespoň země, případně i region*)
12. Doplnující údaje (*charakteristika odrůdy nebo konkrétního vína, konzumační nebo gastronomické doporučení, archivační potenciál vína a způsob skladování, analytické údaje, datum sběru a cukernatost hroznů, způsob vinifikace, údaje o vinici nebo terroir, rok lahvování apod.*)

Ostatní údaje jsou nepovinné, některé je však možné uvádět jen při splnění zákonných náležitostí (barrique, mladé víno, archivní víno, panenská úroda, biovíno). Je absolutně zakázáno uvádět na etiketách údaje, které by mohly vzbudit dojem mimořádné kvality, nesprávné představy o zeměpisném původu nebo o způsobech výroby, vlastnostech a odrůdě nebo ročníku sběru.

Příloha 6: Rozdělení vín podle kvality (*Anonym, 2008; Kraus a Kopeček, 2005*)

- stolní

Jde o nejnižší kategorii vín. Cukernatost hroznů musí být minimálně 14 °NM (8,3 obj. % alkoholu). Dříve bylo možno vyrábět toto víno pouze z hroznů vypěstovaných v ČR, nyní ho lze vyrábět z hroznů ze všech zemí EU. U stolního vína nesmí být na etiketě uváděn ročník ani odrůda. Je povoleno umělé doslazení za účelem zvýšení potenciálu alkoholu.

- zemské

Byly-li hrozny sklizeny v ČR a víno splňuje předepsané podmínky, může být stolní víno nově označeno také jako „zemské víno“. V tomto případě lze na etiketě uvést i název odrůdy (nejvýše tři odrůdy, jestliže bylo zemské víno vyrobeno výlučně z odrůd, které jsou uvedeny na etiketě, přičemž podíl každé odrůdy musí být alespoň 15 %) a zeměpisné označení – „České zemské víno“ a „Moravské zemské víno“.

- jakostní

Jako jakostní vína mohou být označována vína, která vyhovují přísnějším kvalitativním kritériím. Víno musí projít zařazením orgánu státního odborného dozoru (Státní zemědělská a potravinářská inspekce, dále jen SZPI) podle technických i smyslových kritérií.

Cukernatost hroznů musí být minimálně 15 °NM (8,9 obj. % alkoholu). Jakostní víno se smí za stanovených podmínek vyrábět pouze z tuzemských hroznů sklizených ve stejné vinařské oblasti, v níž také musí proběhnout výroba vína. Jakostní víno lze označit dovětkem „odrůdové“ nebo „známkové“. Jakostní víno odrůdové se vyrábí z vinných hroznů, rmutu nebo hroznového moštu, a to nejvýše ze třech odrůd. Jakostní víno známkové se vyrábí ze směsi vinných hroznů, rmutu, hroznového moštu, jakostního vína nebo mísením jakostních vín. Etiketa jakostních vín obsahuje název vinařské oblasti a označení „jakostní víno“. Je-li na etiketě dovětek, je uveden název odrůdy nebo odrůd v případě vína odrůdového (podíl každé odrůdy uvedené na etiketě musí činit alespoň

15 %, odrůdy jsou uvedeny podle užitého množství v sestupném pořadí), nebo známka v případě vína známkového. Etiketa může dále obsahovat název vinařské podoblasti, vinařské obce a viniční tratě.

- jakostní s přívlastkem

Toto víno může být vyráběno pouze z hroznů tuzemského původu, které se sklízají ručně. Musí být sklizeny ve stejné vinařské podoblasti a výroba musí proběhnout ve vinařské oblasti, v níž byly vinné hrozny sklizeny. Víno může být vyrobeno z vinných hroznů, rmutu nebo hroznového moštu nejvýše tří odrůd (dříve pouze jedna). Etiketa jakostních vín s přívlastkem obsahuje název vinařské oblasti, v níž bylo vyrobeno, název vinařské podoblasti, ve které byly sklizeny hrozny, označení „jakostní víno s přívlastkem“ včetně uvedení druhu. Etiketa může dále obsahovat název odrůdy nebo odrůd (označuje se stejně jako u jakostního vína), název vinařské obce a viniční tratě.

Do jakostních vín s přívlastkem lze zařadit: kabinetní víno, pozdní sběr, výběr z hroznů, výběr z bobulí, výběr z cibéb, ledové víno a slámové víno.

Kabinetní víno lze vyrábět pouze z vinných hroznů s cukernatostí nejméně 19 °NM. Vína se označují nižším obsahem alkoholu, některé odrůdy jsou velmi dobře „pitelné“, a proto velmi oblíbené (např. Veltlínské zelené, Ryzlink vlašský, Müller Thurgau). Některé odrůdy však není dobré v této kategorii vyrábět, neboť nízký alkohol jim chuťově nesvědčí (např. Tramín červený a většina červených vín).

Pozdní sběr lze vyrábět pouze z vinných hroznů s cukernatostí nejméně 21 °NM. Tak kvalitní hrozny se podaří vypěstovat jen někdy a někde. Víno má výrazné odrůdové charakteristiky a může být úplně suché s vyšším množstvím alkoholu, anebo s mírným zbytkem neprokvašeného cukru, tzv. polosuché.

Výběr z hroznů musí mít cukernatost nejméně 24 °NM. Tato kvalita hroznů je spíše výjimečná. Víno může být vyrobeno jako suché s vysokým obsahem alkoholu, nebo v kategorii polosuché až polosladké. Vína mají specifickou vůni a chuť, která je při zachování odrůdových charakteristik ovlivněna vysokou vyzrálostí a dostává nádech medu a hrozinek. Tato kvalita svědčí zejména některým odrůdám (např. Tramín červený, Ryzlink vlašský i rýnský, Rulandské bílé i šedé, Chardonnay).

Charakteristické pro výběr z bobulí, výběr z ciběb, ledové víno a slámové víno je, že hrozny dosahují velmi vysoké cukernatosti, mošt je velmi sladký a kvasí velmi pomalu, protože kvasinkám se v tak hustém roztoku špatně žije, prokvasí jen část cukru a vína zůstávají velmi sladká (100 i více g cukru v 1 l).

Výběr z bobulí je dovoleno vyrábět pouze z vybraných bobulí, které dosáhly cukernatosti nejméně 27 °NM.

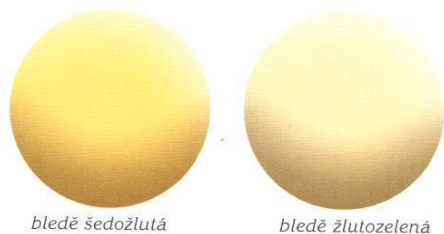
Výše uvedeným zákonem byl zaveden nový druh přívlastku jakostního vína „výběr z ciběb“. Víno je dovoleno vyrábět pouze z vybraných bobulí napadených ušlechtilou plísní šedou, nebo z přezrálých bobulí, které dosáhly cukernatosti nejméně 32 °NM. Lisuje se koncentrovaný mošt. Ledové víno musí mít cukernatost hroznů nejméně 27 °NM. Vyrábí se z hroznů, které zůstanou ve vinici až do mrazů. Musí zmrznout nejméně na teplotu -7 °C (dříve -6 °C). V dobře vyzrálých hroznech se přemění voda na led. Zmrzlé hrozny se ihned lisují tak, aby vytékal zahuštěný mošt a voda zůstala ve formě ledu ve slupkách. Barva, vůně a chuť je pro ledové víno specifická a liší se od dalších sladkých vín – slámového a výběru z bobulí.

Výroba ledového vína je vysoce riziková. V některých letech se stává, že podzim je deštivý a než přijdou mrazy, hrozny uhynou, nebo je sežere divoká zvěř.

U slámového vína je cukernatost nejméně 27 °NM. Sklizené kvalitní, zdravé hrozny se suší na slámě nebo rákosových rohožích, anebo zavěšené po dobu nejméně tři měsíců v dobře větraných suchých prostorách. Z hroznů se část vody odpaří a pak se teprve lisuje odparem zahuštěný mošt.

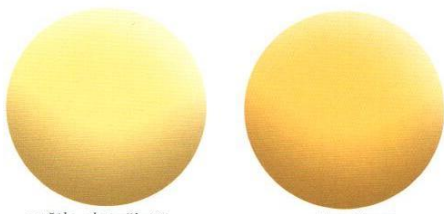
Příloha 7: Barvy vína a jejich pojmenování (*Kraus a Kopeček, 2005*)

Bílé víno



bledě šedožlutá

bledě žlutozelená



světle zlatožlutá

zlatožlutá



žlutohnědá

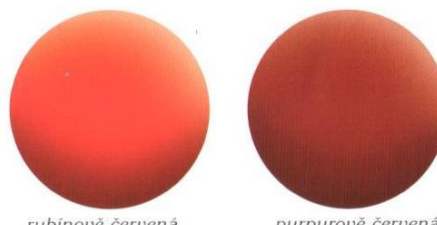
hnědá

Červené víno



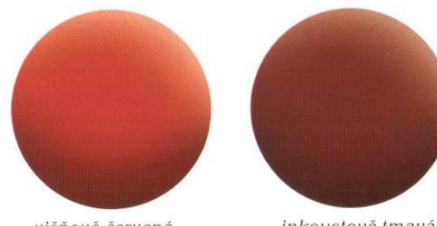
cihlově červená

granátově červená



rubínově červená

purpurově červená



višňově červená

inkoustově tmavá

Růžové víno



šedorůžová

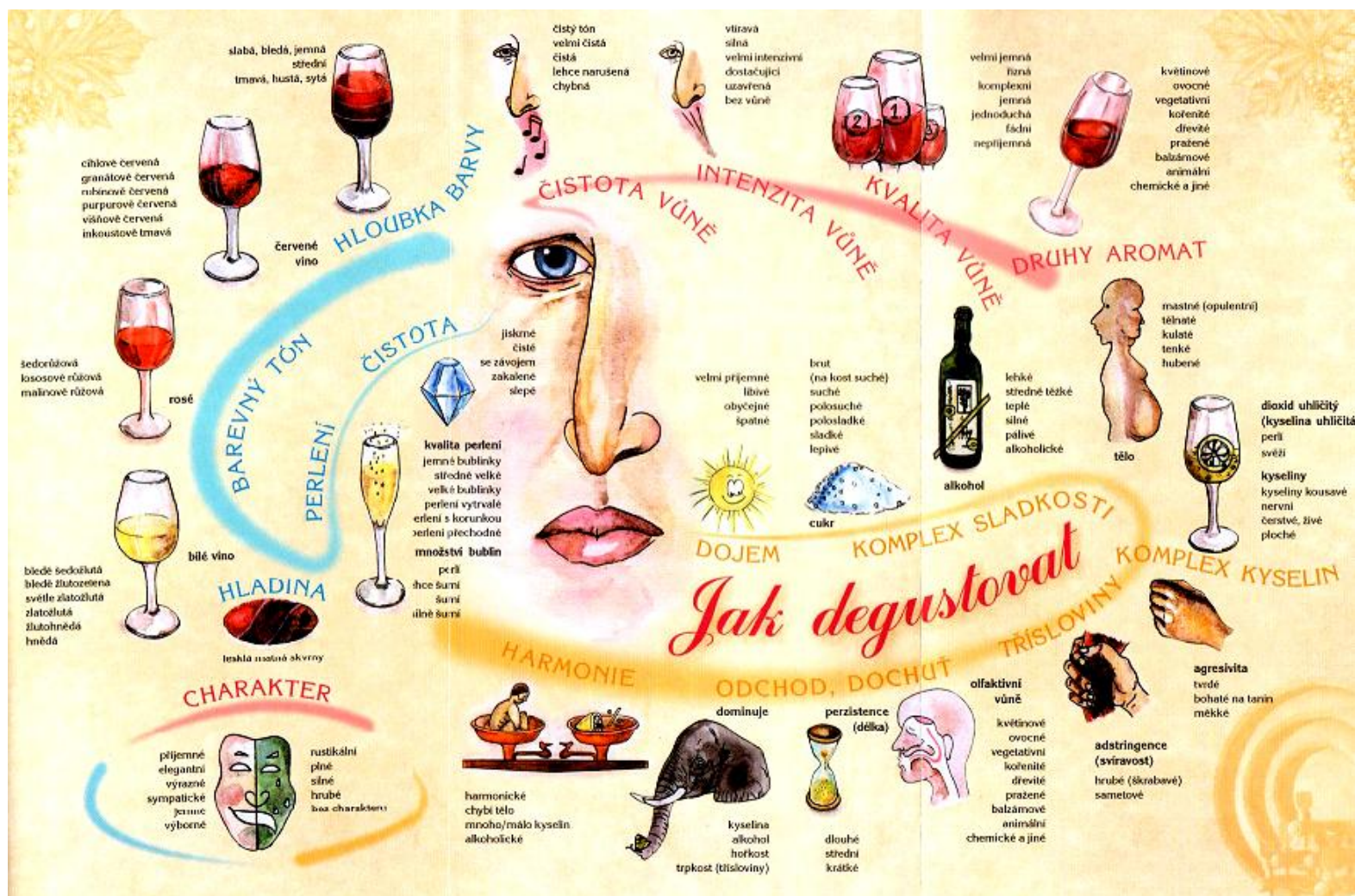
lososově růžová



malinově růžová




Příloha 8: Obrazové schéma procesu smyslového hodnocení vína (*Kraus a Kopeček, 2005*)








Příloha 10: Návrhy katalogového a hodnotícího lístku i se vzorem vyplnění (*Kraus a Kopeček, 2005*)

Katalogový a hodnotící lístek

Odrůda / známka / název vína	Sauvignon		
Kvalita	pozdní sběr	Ročník	'99
Vinařská oblast	Mikulovská		
Vinice	Mikulov - Za cihelnou		
Výrobce	Mikros-vín Mikulov		
Obchodník	Jiří Kopeček		
Datum nákupu	24. 4. 02	Cena	180,- Kč
Degustace datum	24. 4. 02	číslo	0001
 Oko	Žlutozelená barva, intenzivní stopy na skle - viskozita		
 Nos	Intenzivní květ černého bezu		
 Ústa	Svěží kyselinka, plnost, výrazná odrůdovost		
Vyváženost a styl	Svěží kyselost, která dává vínu pikantní chuť vín severních oblastí		
Poznámka	Vino vhodné na další ležení 3-5 let, bude vyváženější		

Katalogový a hodnotící lístek

Odrůda / známka / název vína	Cabernet Sauvignon Château Dowina		
Kvalita	jakostní - barr.	Ročník	'00
Vinařská oblast	Mikulovská		
Vinice	Perná - Věstoňsko		
Výrobce	Vinslekt - Miloš Michlovský		
Obchodník	Jiří Kopeček		
Datum nákupu	24. 4. 02	Cena	290,- Kč
Degustace datum	24. 4. 02	číslo	0002
 Oko	Intenzivní purpurová s pomerančovým okrajem, intenzivní stopy na skle		
 Nos	Humidor, dřevo, ale velmi vyvážené s jemnou ovocností		
 Ústa	Vyvážený tanin s extraktem a alkoholem, dřevo a ovocnost		
Vyváženost a styl	Harmonické, vyvážené Světový		
Poznámka	Uložit na 3-5 let. Velký ohlas u Angličanů při akci 20. 4. 02		

Příloha 11: Úvodní dotazník předložený respondentům při průzkumném šetření

ÚVODNÍ DOTAZNÍK – ANALÝZA FAKTORŮ KVALITY BIOVÍNA

Úvodní dotazník (celkem 22 otázek) slouží jako jeden z podkladových materiálů k průzkumnému šetření k diplomové práci (Analýza faktorů kvality biovína) Petry Míčové vypracovávané na Provozně ekonomické fakultě České zemědělské univerzity v Praze v akademickém roce 2011/2012. Předem velmi děkuji za vyplnění dotazníku.

1. **Věk:**
 18 – 25 26 – 35 36 – 45 46 – 55
 56 – 65 66 – 75 76 – 85 86 a více

2. **Pohlaví:**
 žena muž

3. **Jak často pijete víno?**
 denně
 několikrát týdně
 několikrát měsíčně
 příležitostně
 jiná odpověď'

4. **Proč pijete víno? (možnost zaškrtnout více odpovědí)**
 je zdravé (př. „francouzský paradox“)
 chutná mi
 při vhodné příležitosti
 jiná odpověď'

5. **Jaké víno preferujete?**
 bílé
 červené
 růžové
 sekty
 šumivá vína
 jiná odpověď'

6. **Při výběru vína je pro Vás rozhodující? (možnost zaškrtnout více odpovědí)**
 odrůda vína
 značka vína
 ročník/přívlastek vína
 vinařská oblast
 země původu
 cena vína
 dle zvyku
 vlastní zkušenost

- dle doporučení přátel/známých
- doporučení prodejce
- vzhled láhve
- etiketa
- jiná odpověď?.....

7. Upřednostňujete vína dle původu? Pokud ano, která a proč?

.....

.....

.....

8. Jaké víno preferujete z hlediska obsahu cukru?

- suché
- polosuché
- polosladké
- sladké

9. Jaká vína převážně kupujete? (možnost zaškrtnout více odpovědí)

- stolní vína (konzumní vína bez určení odrůdy)
- střední kvality (běžná odrůdová vína)
- vyšší kvality (odrůdová, výběrová značková vína)
- jiná odpověď?

10. V jakém cenovém rozmezí víno nejčastěji nakupujete (cena za 0,75 l)?

- méně než 50 Kč
- 51 – 100 Kč
- 101 – 150 Kč
- 151 – 250 Kč
- 251 – 400 Kč
- více než 401 Kč
- jiná odpověď?

11. Co si představujete pod pojmem kvalita vína?

.....

.....

.....

12. Co si představíte, když se řekne, že je víno plné, prázdné?

plné.....

.....

prázdné.....

.....

13. Myslíte si, že jsou česká vína kvalitní? Pokud ano, proč?

.....

.....

.....

14. Co se Vám vybaví, když se řekne „bio“? Zaznamenal/a jste v poslední době nějaké novinky, akce v oblasti bioproduktů nebo ekologického zemědělství?

“bio“?

ano

ne

nevím

jaké novinky, akce?

15. Kupujete si bioprodukty? Pokud ano, jaké? Pokud ne, proč?

ano, pravidelně – jaké

ano, občas – jaké

ne – proč?

nevím

16. Slyšel jste pojem biovíno? Co podle Vás představuje pojem biovíno?

.....

17. Myslíte si, že biovíno je pouze o trend?

ano – v současnosti je pojem „bio“ módní

spíše ano

spíše ne

ne – jde o přístup k přírodě a životnímu prostředí

nevím

jiná odpověď?

18. Myslíte si, že existují oblasti v ČR, kde se pěstuje vinná réva v biokvalitě a produkuje se biovíno? Pokud ano, uveďte dané oblasti. Znáte nějaké biovináře v ČR? Pokud ano, jaké?

.....

19. Setkal/a jste se v ČR s biovinem v obchodech/prodejnách, vinotékách, vinárnách apod.? Pokud ano, kde?

.....
.....
.....
.....

20. Znáte nějaké odrůdy vinné révy pěstované v biokvalitě? Pokud ano, jaké? Ochutnali jste někdy odrůdu biovína, která je zpracována i v konvenční kvalitě?

.....
.....
.....
.....

21. V jaké cenové relaci jste ochotni nakoupit láhev biovína (cena za 0,75 l)?

- méně než 50 Kč
- 51 – 100 Kč
- 101 – 150 Kč
- 151 – 250 Kč
- 251 – 400 Kč
- více než 401 Kč
- jiná odpověď

22. Co lze podle Vás posoudit na kvalitě biovín? Co si představujete pod pojmem kvalita biovín?

.....
.....
.....
.....

Příloha 12: Informativní prezentace o biovínech a sensorickém hodnocení před vlastní ochutnávkou vín pro respondenty zařazené v šetření

Ekologické zemědělství – obecné principy

- **systém hospodaření**
 - šetrné způsoby k hubení plevelů, škůdců, chorob
 - zákaz používání syntetických pesticidů a hnojiv
 - důraz na přirozené prostředí a pohodu zvířat
 - celková harmonie agroekosystémů
 - biologická rozmanitost
 - ochrana kvality půdy, zdrojů vody
 - ochrana životního prostředí
 - obnovitelné zdroje energie
 - recyklace surovin
- **X konvenčnímu systému hospodaření**

Současný stav EZ v ČR

- ČR na předních místech Evropy – 10,5 % ploch v režimu EZ
- **hnací silou** – dotace, zájem obchodníků o české biosuroviny, rozvoj domácího trhu s biopotravinami
- **podpora MZe ČR** – dotace, kampaně, marketing, vzdělávání, výzkum
- **výhled do budoucna** – Alční plán ČR pro rozvoj EZ v letech 2011-2015
 - ↑ zemědělské půdy na 15 % do roku 2015
 - ↑ podíl biopotravin na českém trhu s potravinami na 3 % (nyní < 1 %)
 - ↑ podíl českých bioproduktů na trhu biopotravin na 60 %



↑ **výměra vinic v rámci EZ v ČR** (zdroj: Tržba, 2011)

rok	2007	2008	2009	2010
Výměra vinic v EZ (ha)	245	341	645	803

↑ **počet ekovinářů**

Biovíno

Petra Míčová

Přednáška – diplomová práce (Analýza faktorů kvality biovína)

Provozně ekonomická fakulta
Česká zemědělská univerzita v Praze

Ekologické zemědělství v ČR

- **právní předpisy**
 - Zákon č. 242/2000 Sb. o EZ
 - EU – Nařízení č. 834/2007, č. 889/2008
- **systém kontroly** – kontrolní organizace
 - KEZ o. p. s. – kontrola ekologického zemědělství (Chrudim)
 - ABCERT GmbH (Brno)
 - Biokont CZ s. r. o. (Brno)
 - ÚKZÚZ – Ústřední kontrolní a zkušební ústav zemědělský
- **značení produktů EZ**
 - ČR: „biozebra“
 - EU



Průkopníci biovinářství a odrůdy vinné révy v ekologičtě, obchod s biovinem v ČR



- 4 průkopníci:
 - Josef Abrle (Pavlov pod Palavou)
 - Vlastimil Peřina (Vinný sklep Eben v Lednici na Moravě)
 - František Mádl (Velké Blatce)
 - Miloš Michlovský (Vínselekt v Rakvěticích)
- odrůdy v biokvalitě – zejména **interspecifické odrůdy**
 - bílé – Hibernat, Malverina, Muškát moravský, Palava, Ryzlink rýnský
 - modré – André, Cabernet Moravia, Laurot, Naturvin



- **↑ obchod a prodej biovína v ČR**
 - spíše zahraniční vína
 - prodejny zdravé výživy, speciální prodejny biopotravín
- **možnost ↑ potenciálu – marketing**

Rozdělení vín podle kvality



- **neovlivnitelné faktory**
 - vinitce (těžka zamokřená půda), ročník (počasí)
- **ovlivnitelné faktory**
 - volba odrůdy (některé odrůdy dozrávají dřívě)
- **v ČR především technická kritéria**
 - odrůda, cukernatost hroznů, hektarový výnos při sklizni → konečné zařídění – orgány státního dozoru
- **stolní**
- **zemské**
- **jakostní**
- **jakostní s přívlaskem** – kabinetní víno, pozdní sběr, výběr z hroznů, výběr z bobulí, výběr z cibeb, ledové víno, slámové víno

Senzorické hodnocení vín, resp. biovín



- **technika smyslového vnímání**
 - **ZRAK**
 - **ČICH**
 - **CHUŤ**
- **neovlivnitelné faktory**
 - dědičná dispozice
 - momentální zdravotní stav (př. nachlazení)
- **ovlivnitelné faktory**
 - degustační místnost
 - typ sklenice
 - seřazení vín v ochutnávce (princip posloupnosti vjemů)
 - teplota podávaných vín při ochutnávce
 - hodnotící systém
 - časový rozvrh degustace

Senzorické hodnocení vín, resp. biovín; postup – ZRAK

- **POSTUP:**
 - 1) ZRAK – posouzení čistoty a barvy vína:**
 - nejvíce bodů dostávají čistá a jiskrná vína
 - barva: posouzení odrůdovosti, způsobu výroby, stáří, zdrav. stavu
 - čistota: správný postup při výrobě, ošetřování, stupně zralosti, zdravotní stav
- sklenici s vínem nastavit proti zdroji světla → posouzení čistoty vína
- sklenici postavit na bílou podložku za denního světla → popsat barevný odstín
- sklenici vzít do ruky → podívat se na barvu shora → sklenici naklonit → prohlédnout střed vína
- sklenici s vínem zakroužit – omyjí se stěny sklenice → pozorování viskozity

Senzorické hodnocení vín, resp. biovín; postup – ČIICH

• **POSTUP:**

- 2) **ČIICH** – **hodnota se buket (vůní) vína**
 - přičichnout ke sklenici s vínem → zakroužit s ní – uvolní se těkavé látky ← několikrát zopakovat
 - nakonec přičichnout k prázdné sklenici, ve které zůstane malá vrstvička vína, která se rychle odpařuje
 - lze poznat vlastnosti vína, odrůdu vína, stáří, přesíťení, vady a nemoci vína, naocetná vína



10

Senzorické hodnocení vín, resp. biovín; postup – CHUŤ

• **POSTUP:**

- 3) **CHUŤ** – **posouzení odrůdovosti, harmoničnosti, stáří, způsob výroby a ošetřování, vady a choroby vína**
 - do úst malé množství vína → přeavalovat po jazyku alespoň 5 vteřin, aby jej opláchl celý → přitlačit jazyk k hornímu patru, aby víno omývalo všechny chuťové pohárky
 - spolknut malou část vína → sledovat, jak dlouho a kvalitně zůstává v ústech dochuť
 - zbytek vyplivnout → schopnost posoudit více vzorků (vliv výparů z vlastního žaludku)
 - víno prázdné, hubené, krátké – rychlé rozplynutí chuťového dojmu
 - víno plné – po napití delší chuťový vjem

11

Senzorické hodnocení vín, resp. biovín;

• **OBRAZOVÉ SCHEMA PROCESU SMYSLOVÉHO VNÍMÁNÍ VÍNA I:**



12

Senzorické hodnocení vín, resp. biovín;

• **OBRAZOVÉ SCHEMA PROCESU SMYSLOVÉHO VNÍMÁNÍ VÍNA II:**



13

Ochutnávka biovína – obecná pravidla

- 4 druhy vinařských zákazníků (Zdroj: Gosch, 2005)
 - mládková vina
 - rádobý znalec
 - konzument vina
 - vinařský turista
- **obecná pravidla:**
 - **degustace dopoledne**
 - **harmonie prostředí** – světlý prostor, čerstvý vzduch, klidné prostředí, vhodná barva ubrusů
 - **nekuřit, nebatvit se při ochutnávce, před degustací nepít pivo, tvrdý alkohol**
 - **vhodné pořadí chodů jídel** – pokrmy seřadit od lehkých k těžkým
 - chutové orgány osvěžit zakousnutím pečiva,
 - stolování zakončit sýrem, sladkým dezertem
 - nikdy nepít víno na lačný žaludek
 - k pokrům z bílých mas pít bílá vína
 - k pokrům s chuťovými výraznými kořeněnými a tučnými lze pít extraktivní bílá a červená vína
 - k pokrům z tučných mas se podávají červená vína
 - k moučkářským se hodí sladká vína, archovní, dezertní a šumivá vína

14

Ochutnávka biovína – obecná pravidla

- **obecná pravidla:**
 - **pořadí vín při degustaci**
 - nejprve přírodní vína (bílá → růžová → červená)
 - mladá před staršími
 - lehká před těžkými
 - suchá před vlny se zbytkem cukru
 - lahodná před trpkými
 - nižší jakostní skupiny před jakostnějšími
 - **teplota podávaného vína**
 - v případě podávání vín do nevytemperovaných sklenic je třeba teplotu ještě 1 o 2-3 °C (sklenice s pokojovou teplotou okamžitě víno ohřívají)

Teplota	Druh vína
6 - 8 °C	slepy, aperitivy
8 - 10 °C	lehká bílá vína - stolní, jakostní, kabinet
9 - 11 °C	aromatická a polosedlá vína
11 - 12 °C	růžová vína, bílá pozdní sběry a výběry
12 - 14 °C	lehká, mladá červená vína, ledová, slámová vína, výběr z bobulí
14 - 16 °C	běžná červená vína
16 - 18 °C	těžká a starší výsocy extraktivní červená vína

15

Ochutnávka biovína – obecná pravidla

- **obecná pravidla:**
 - **nulté vzorky ulehčují rozhodnutí (úsudek)**
 - byvají hodnoceny před ochutnávkou v otevřené diskuzi
 - slouží jako podklad pro srovnávání
 - **degustátoři nesmí být přetěžováni**
 - u trénovaných degustátorů < 50 vzorků, doba ochutnávky < 4 hodiny
 - **láhve obalit, popř. je vyprázdnit do džbání**
 - **ponechat dostatek času na degustaci každého vzorku**
 - **přestávky**
 - **nesmí doházet k ovlivňování ochutnávky**
 - vůně, světlem, kouřem, jídlem, spoludegustátory, vedoucími
 - **relativně jisté výsledky – výrobce zůstává anonymní**
 - jsou povoleny pouze odkazy na odrůdu, ročník, stupeň kvality, geografický původ, bonifikační, výsledky analýzy

16

Ochutnávka biovína – hodnocení vín

- **DEGUSTAČNÍ TABULKA – vzorová tabulka** (Převzato a upraveno Mezinárodní ústředím enologie)

Tichá vína		Bodovací tabulka k hodnocení biovína						
		Ynkařiči	Velmi dobře	Dobře	Uspokojivě	nedostatečně		
Vňed	črost	5	4	3	2	1		
	barva	10	8	6	4	2		
	intenzita	8	7	6	4	2		
Vůně	harmonie	16	14	12	10	8		
	harmonie	22	19	16	13	10		
Chut	dláka jřmu	8	7	6	5	4		
	dláka jřmu	8	7	6	5	4		
Celkový dojem		11	10	9	8	7		

- **k dispozici volný list papíru – vlastní myšlenky**

Ochutnávká biovín – hodnocení vín

- DEGUSTAČNÍ TABULKA – tabulka pro respondenty

Bodovací tabulka	Bílá vína				Červená vína			
	B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled								
Čírost								
barva								
Vůně								
intenzita								
harmonie								
Chuť								
délka vjemu								
Celkový dojem								

B₁ – B₄ – podivná bílá vína
C₁ – C₄ – podivná červená vína

- k dispozici volný list papíru – vlastní myšlenky

17

Ochutnávká biovín – hodnocení vín

- DEGUSTAČNÍ TABULKA – volný list pro respondenty

Tabulka vmmání	Bílá vína				Červená vína			
	B 1	B 2	B 3	B 4	Č 1	Č 2	Č 3	Č 4
Vzhled								
čírost								
barva								
Vůně								
intenzita								
harmonie								
Chuť								
délka vjemu								

- k dispozici volný list papíru – vlastní myšlenky

18

Vlastní ochutnávká – průběh

- Přednáška – Biovíno
- Ochutnávká
 - 8 vzorků (4 červená biovína, 4 bílá biovína)
 - vždy 1 červené a 1 bílé od čtyř průkopníků českého biovinářství (Josef Abrle, František Mádl, Miloš Michlovský, Vlastimil Petina)
 - dodržena obecná pravidla ochutnávký
 - anonymní ochutnávká
 - vyplnění degustační tabulky dle vzorové tabulky u každého vzorku
 - k dispozici volný list papíru pro zápis vlastních myšlenek

19

Děkuji za pozornost

Příloha 13: Celkový počet bodů vybraných biovín zařazených do ochutnávky ze zjednodušených degustačních tabulek spotřebitelů

Respondent	Celkový počet bodů ze spotřebitelských degustačních tabulek							
	B1	B2	B3	B4	Č1	Č2	Č3	Č4
R1	59	64	56	62	75	60	65	80
R2	46	66	52	46	69	46	58	80
R3	53	58	50	60	65	62	76	56
R4	52	72	44	50	40	54	49	56
R5	51	55	69	56	49	52	65	69
R6	55	70	66	69	60	66	75	72
R7	63	73	73	80	64	78	75	70
R8	55	70	69	74	60	64	63	69
R9	72	70	69	56	64	69	71	73
R10	58	71	74	74	69	69	75	76
R11	45	59	64	69	50	66	55	74
R12	52	71	55	65	55	56	73	71
R13	47	74	53	72	64	72	76	76
R14	54	68	54	52	61	67	75	54
R15	50	60	60	57	52	66	73	75
R16	60	62	59	51	47	37	59	54
R17	46	63	53	66	53	47	62	66
Průměr	54,0	66,2	60,0	62,3	58,6	60,6	67,4	68,9
S. E. M.	1,69	1,42	2,15	2,39	2,23	2,58	2,07	2,12

R1-R17 – jednotliví respondenti zařazení do průzkumného šetření v celkovém počtu 17; B1-B4 – čtyři vzorky bílých biovín; Č1-Č4 – čtyři vzorky červených biovín; S. E. M. – střední chyba průměru; respondent 17 je profesionální degustátor (hodnocení ve žlutém řádku)

Příloha 14: Prohlášení degustátora vín o způsobilosti

PROHLÁŠENÍ

JAN KROMMER, nar. 18. 6. 1960

- Střední zemědělská škola Mělník – obor Ovocnář, zelinář, vinař (maturita r. 1980)
- 1982-1993 – sklepmistr Šlechtitelské stanice vinařské, Velké Žernoseky
- 1982-2002 – člen Cechu českých vinařů
- 2008-dosud – člen Asociace kuchařů a cukrářů ČR
- člen degustačních komisí při akcích pořádaných CČV (např. Zahrada Čech)
- spolupořadatel degustačních večeří (spojení několikabodového menu s příhodnými odrůdovými víny) na Žernoseckém vinařství a v několika restauracích v regionu Litoměřice

Ve Velkých Žernosekách dne 29. 12. 2011



Příloha 15: Závěrečný dotazník předložený respondentům při průzkumném šetření

ZÁVĚREČNÝ DOTAZNÍK – ANALÝZA FAKTORŮ KVALITY BIOVÍNA

Tento závěrečný dotazník (celkem 10 otázek) slouží jako jeden z podkladových materiálů k průzkumnému šetření k diplomové práci (Analýza faktorů kvality biovína) Petry Míčové vypracovávané na Provozně ekonomické fakultě České zemědělské univerzity v Praze v akademickém roce 2011/2012. Předem velmi děkuji za vyplnění dotazníku.

- 1. Odnesl/a jste si z ochutnávky a přednášky nějaké nové informace? Pokud ano, jaké?**

.....
.....
.....
.....

- 2. Změnilo se po ochutnávce Vaše vnímání bioproduktů? Pokud ano, proč a jak?**

.....
.....
.....
.....

- 3. Ochutnal/a jste někdy před tím biovíno (tuzemské x zahraniční)?**

- ano
 ne

- 4. Myslíte si, že ochutnávka ve Vás vzbudila zájem o biovíno?**

- ano
 spíše ano
 spíše ne
 ne
 nevím

- 5. Máte zájem o získání více informací a sledování trendů v biovínařství i v budoucnu?**

- ano
 spíše ano
 spíše ne
 ne
 nevím

.....
.....
.....
.....

6. Který vzorek biovína z ochutnávky Vám chutnal nejvíce a který nejméně? A proč?

.....
.....
.....
.....

7. Koupíte si někdy v budoucnu biovíno? Proč byste si biovíno koupili? Proč ne?

- ano
- spíše ano
- ne
- spíše ne
- nevím

.....
.....
.....
.....

8. Vzbudila ve Vás přednáška/ochutnávka zájem o koupi zahraničních biovín (např. pro porovnání s tuzemskými biovíny)?

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne
- nevím

.....
.....
.....
.....

9. V případě že se zúčastníte akce, kde budou nabízena biovína, pokusíte se přesvědčit ostatní účastníky ke konzumaci? A proč?

- ano
- spíše ano
- spíše ne
- ne
- nevím

.....
.....
.....
.....

10. Je pro vás přijatelná cena biovín vzhledem ke konvenčně vyráběným vínům? Proč ano, proč ne? Jaká je podle Vás horní hranice ceny pro koupi biovína?

.....
.....
.....
.....