

Vinařství: Víno Šustr  
Adresa: Rudé armády 53, 691 58 Dolní Dunajovice  
Kontakt: pan Miloš Šustr

**Jak velkou plochu vinic obhospodařujete?**

Více než 3ha (vlastní).

**Kolik lidí pracuje ve vašem vinařství?**

Pouze pan Šustr a výpomoc v sezoně.

**Jaké objem vína ročně vyrobíte?**

Kolem 10 000l

**V jakém poměru jsou vína z vašich vinic vzhledem k nakoupeným hroznům?**

Hrozny zpravidla nenakupuje.

**V jakém poměru prodáváte sudové a lahvové vína?**

Z 99% pouze lahvová vína.

>> Co vás motivuje prodávat jen lahvová vína?  
Peníze – nelze konkurovat sudovým vínům z dovozu.

**Jakého poměru byste chtěli dosáhnout? Je pro vás poměr, kterého momentálně dosahujete optimální, a pokud ne, v čem vidíte překážku ho dosáhnout?**

Poměr panu Šustrovi vyhovuje. Sudová vína prodává jen v ojedinělých případech.

**V jaké cenové relaci se pohybují vaše vína?**

Sudová vína: Kolem 60Kč  
Lahvová vína: 110 – 160 Kč

**Jakým způsobem tvoříte cenu vašich produktů?**

Dle ceny srovnatelných vín na trhu z okolí.

**Jaký prodejní kanál upřednostňujete?**

- Přímý prodej x
- Prodej do vinoték x
- Prodej obchodním řetězcům
- Prodej skrz zprostředkovatele
- Jiné

**Jaké procento vaší produkce prodáte skrz následující prodejní kanály?**

SUDOVÁ VÍNA	LAHVOVÁ VÍNA
Přímý prodej:	Přímý prodej: 70%
Prodej do vinoték:	Prodej do vinoték: 30%
Prodej obchodním řetězcům:	Prodej obchodním řetězcům:
Prodej skrz zprostředkovatele:	Prodej skrz zprostředkovatele:
Jiné:	Jiné:

**Jakým způsobem nejčastěji navazujete kontakty s koncovým zákazníkem?**

Turisté, známý a známí známých.

>> Jakým způsobem se tento kontakt snažíte udržet? Máme nějaký „klub“, facebookovou stránku, nebo zasíláte zákazníkům newslettery?

Fb ne (starší pán), web jen základní.

>> Prodáváte své produkty prostřednictvím e-shopu?

Ne, neuvažuje o tom – z jeho pohledu moc práce.

**Pocítujete podporu z profesních a zájmových vinařských organizací, z hlediska podpory prodeje? V čem by Vám tyto organizace mohli více pomoci?**

Ne. Pomoc nepotřebuje.

**Daří se vám s vašimi produkty pronikat na zahraniční evropské / mimoevropské trhy?**

Nesnaží se.

**Jaké vidíte bariéry vstupu na nové trhy?**

Žádnou.

**Které legislativní opatření vám dělá největší problémy a proč?**

Žádné konkrétní – byrokracie a sudová vína.

**Kde vidíte mezeru v legislativě, která Vás znevýhodňuje na trhu vůči domácím a zahraničním producentům?**

Ne.

**Účastnil jste se akcí Otevřené sklepy, Pálavské vinobraní, nebo nějaké z místních výstav vín? Pokud ne, tak proč?**

Ne – dosud při FOS vinaři nalévali „ze svého“.

**Pomáhají Vám tyto akce s navazováním kontaktů pro přímý prodej vašich produktů? Pokud ano, která je podle Vás nejpřínosnější.**

-

**Co si představujete pod pojmem vinařský turismus?**

Cyklisté a lidé se zájmem o víno.

**Pocítujete nárůst poptávky po vašich vínech ze strany koncových spotřebitelů v turistické sezóně ze strany tzv. vinařských turistů, tak jak je chápete?**

Ano.

**Jsou pro vás tyto příjmy tak podstatné, že by Vám v případě výpadku způsobily existenční problémy?**

Ano především příjmy z turistů, kteří jsou hosty jeho pensionu.

>> Dokázal byste říci, jaké procento z Vašich přímých prodejů tvoří prodeje právě turistům?

Zhruba 50%.

**Snažíte se orientovat na tento segment? Pokud ano, tak jak?**

Ano, poutače, degustační místnost + pension.

**Na co jste z profesního hlediska zvláště pyšní?**

(Na své děti)