

Vinařství: Jaroslav Michálek
Adresa: Polní 455, 961 58 Dolní Dunajovice
Kontakt: J. Michálek

Jak velkou plochu vinic obhospodařujete?

Více než 8 ha.

Kolik lidí pracuje ve vašem vinařství?

2 + velké zhruba 5 stálých brigádníků z řad místních důchodců.

Jaké objem vína ročně vyrobíte?

Do 80 000l

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

Max 20%. Záleží na cenách, výnosech atp.

V jakém poměru prodáváte sudové a lahvové vína?

Sudové 60%, lahve 40%.

>> Co vás motivuje prodávat převážně sudová vína?

Pan Michálek má takto nastavené podnikání – má kontakty převážně na vinotéky se zájmem především o sudové víno za dle jeho slov „rozumnou cenu“.

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

Pan Michálek (starší pán) – přemýšlí buď o prodeji celého vinařství nebo o přechodu na prodej pouze hroznů. Lahvová vína bude nadále prodávat a vyrábět jen pro své známé a vybrané klienty >> v ročníku 2016 plánuje 90% jako sudové (v případě, že neprodá hrozny).

V jaké cenové relaci se pohybují vaše vína?

Sudová vína: 40 – 90 Kč

Lahvová vína: 110 – 160 Kč

Jakým způsobem tvoříte cenu vašich produktů?

Stálé ceny historicky a dle nákladů.

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

Přímý prodej: 20%

Prodej do vinoték: 80%

Prodej obchodním řetězcům:

Prodej skrz zprostředkovatele:

Jiné:

LAHVOVÁ VÍNA

Přímý prodej: 5%

Prodej do vinoték: 75%

Prodej obchodním řetězcům:

Prodej skrz zprostředkovatele: 20%

Jiné

Jakým způsobem nejčastěji navazujete kontakty s koncovým zákazníkem?

Pouze stálá klientela >> nové pouze na doporučení, a pokud se odkážou na již prověřený kontakt.

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

Ne, nic takového nepotřebuje.

>> Prodáváte své produkty prostřednictvím e-shopu?

Ne.

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

Není členem – nevidí žádnou výhodu.

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

Necítí potřebu pronikat na zahraniční trhy.

Jaké vidíte bariéry vstupu na nové trhy?

Žádnou.

Které legislativní opatření vám dělá největší problémy a proč?

Byrokracie – nesmilné procento práce, kterou provádí jako vinař za psacím stolem (až 30% veškerého času).

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

Pančování vína není trestný čin – jak je možné že vinařství které toto provádějí opakovaně, mohou stále fungovat?

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

Ne – nemám takovou potřebu.

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

-

Co si představujete pod pojmem vinařský turismus?

Především turisty se zájmem o víno a ty co sem za tímto účelem přijeli záměrně.

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

Vzhledem k tomu, že se na turisty nějak neorientuje tak ne. Ale obecně jistě ano.

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

Ani omylem.

>> Dokázal byste říci, jaké procento z Vašich přímých prodejů tvoří prodeje právě turistům?
Určitě ne víc než 10%

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

Ne.

Na co jste z profesního hlediska zvláště pyšní?

-