

Vinařství: Víno Holec
Adresa: Sklepní 581, 691 85 Dolní Dunajovice
Kontakt: pan Petr Holec

Jak velkou plochu vinic obhospodařujete?

4 ha, 0,6 ha pronajatých.

Kolik lidí pracuje ve vašem vinařství?

2

Jaké objem vína ročně vyrobíte?

Do 20 000l

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

Z 90% z vlastní produkce, 10% nákup – pokud je možné koupit zajímavou odrůdu.

V jakém poměru prodáváte sudové a lahvové vína?

Sudová vína neprodává (z velké většiny, sudové víno prodává jen, pokud se něco „nepovede“ max. 5%).

>> Co vás motivuje prodávat jen lahvová vína?

Kvalita vína.

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

Ano, sudová vína určitě nemá v plánu prodávat.

V jaké cenové relaci se pohybují vaše vína?

Sudová vína:

Lahvová vína: 110 – 170 Kč

Jakým způsobem tvoříte cenu vašich produktů?

Cena dle nákladů (není hlavní zdroj příjmů), vinařství se snaží dělat víno „pro lidi“ – cenu odvíjí také od klientely.

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:

Prodej do vinoték:

Prodej obchodním řetězcům:

Prodej skrz zprostředkovatele:

Jiné: -

LAHVOVÁ VÍNA

Přímý prodej:

Prodej do vinoték:

Prodej obchodním řetězcům: -

Prodej skrz zprostředkovatele:

Jiné: -

Jakým způsobem nejčastěji navazujete kontakty s koncovým zákazníkem?

Vybudovaná klientela (většina lidí se ozývá, když obchází vinotéky (Plzeň a Pavlov). Doporučení známých a vinařů ze spolku.

>> Jakým způsobem se tento kontakt snažíte udržet? Máme nějaký „klub“, facebookovou stránku, nebo zasíláte zákazníkům newslettery?
Ne (staří pán).

>> Prodáváte své produkty prostřednictvím e-shopu?
Ne, o e-shopu ani neuvažuje. U stálých klientů zásilkový prodej.

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

Není členem spolku - neshody při organizaci Otevřených sklepů ve spolupráci s nad. Partnerství, nyní změna v předsedovi společenství, uvažuje opět vstoupit především kvůli společné prezentaci vinařů.

Daří se vám s vašimi produkty pronikat na zahraniční evropské / mimoevropské trhy?
Ne – příliš malé šarže.

Jaké vidíte bariéry vstupu na nové trhy?
?

Které legislativní opatření vám dělá největší problémy a proč?
Opatření respektuje, přeje si více zodpovědnosti na vrub vinaře (tvrdé postihy až zpětně).

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

Limity pro výsadbu vinic – špatně vyjednané podmínky při vstupu do EU (Telička). Byrokracie a dovoz vína.

Účastnil jste se akcí Otevřené sklepy, Pálavské vinobraní, nebo nějaké z místních výstav vín? Pokud ne, tak proč?
Místní FOS ano. Nadace Partnerství ne – business pro nadaci, vinaři nalévají vzorky zdarma a příliš lidí.

Pomáhají Vám tyto akce s navazováním kontaktů pro přímý prodej vašich produktů? Pokud ano, která je podle Vás nejpřínosnější.
Ano, FOS – důležitý je dle jeho názoru ale také komfort návštěvníků >> poměr sklepy/lidé.

Co si představujete pod pojmem vinařský turismus?
Spojeno s prostředím, lidé začínají skutečně objevovat Jižní Moravu (Mikulovsko) je jen Lednice, Valtice a Bílovice. Spojení s cyklistikou ano! Nesmyslné ale postihy cyklistů – NE!

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

>> Snažíte se nějak tedy turistům přizpůsobit?
Ano – otevírací dobou 16-21 (jediný z v obci s otevírací dobou do 21.00), zahrádka. Do budoucna uvažuje o pensionu (asi 10lůžek).

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

>> Dokázal byste říci, jaké procento z Vašich přímých prodejů tvoří prodeje právě turistům?
20-30%. Spíš k 30%

Na co jste z profesního hlediska zvláště pyšní?

Na kontakty se zákazníkem.