

Mendelova univerzita v Brně
Provozně ekonomická fakulta

Problematika falšování vína

Bakalářská práce

Vedoucí práce:

doc. Ing. Helena Chládková, Ph.D.

Vypracovala:

Petra Kyněrová

Brno 2016

Na tomto místě bych ráda poděkovala doc. Ing. Heleně Chládkové, Ph.D., vedoucí této bakalářské práce za odborné vedení, rady a připomínky při vypracování této práce.

Dále bych také ráda poděkovala své rodině a mým nejbližším za jejich obrovskou podporu, kterou mi poskytovali při psaní této práce a během celého studia.

Čestné prohlášení

Prohlašuji, že jsem tuto práci: **Problematika falšování vína** vypracoval/a samostatně a veškeré použité prameny a informace jsou uvedeny v seznamu použité literatury. Souhlasím, aby moje práce byla zveřejněna v souladu s § 47b zákona č. 111/1998 Sb., o vysokých školách ve znění pozdějších předpisů, a v souladu s platnou *Směrnicí o zveřejňování vysokoškolských závěrečných prací*.

Jsem si vědom/a, že se na moji práci vztahuje zákon č. 121/2000 Sb., autorský zákon, a že Mendelova univerzita v Brně má právo na uzavření licenční smlouvy a užití této práce jako školního díla podle § 60 odst. 1 Autorského zákona.

Dále se zavazuji, že před sepsáním licenční smlouvy o využití díla jinou osobou (subjektem) si vyžádám písemné stanovisko univerzity o tom, že předmětná licenční smlouva není v rozporu s oprávněnými zájmy univerzity, a zavazuji se uhradit případný příspěvek na úhradu nákladů spojených se vznikem díla, a to až do jejich skutečné výše.

V Brně dne 24. června 2016

Abstract

Kyněrová, P. The Wine Falsification. Bachelor thesis. Brno: Mendel University in Brno, 2016.

The aim of my thesis is based on the desk review of available literature and resources to map the issue of wine falsification in the Czech Republic and selected European Union countries. Based on information gathered, the concept on how to avoid the problem is drafted and suggested ways to alert the domestic consumer to the fact that our market is increasingly flooded by falsified wine. The history and current situation in the field of wine and viticulture is introduced in the first part. Following part defines terms of marketing. In this practical part of bachelor thesis, quantitative research using questionnaires was conducted, and based on the responses low-cost advertising campaign is developed and introduced.

Keywords

Falsified wine, cask wine, imports, exports, production, consumption, advertising, market research, consumer, advertising campaign.

Abstrakt

Kyněrová, P. Problematika falšování vína. Bakalářská práce. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2016.

Cílem mojí bakalářské práce je na základě studia odborné literatury zmapovat problematiku falšování vína v České republice a ve vybraných zemích Evropské unie. Na základě získaných informací je vypracován návrh, jak tomuto problému předejít a upozornit především tuzemské spotřebitele na skutečnost, že na našem trhu se vyskytuje čím dál více falšovaného vína. V první části práce se seznámíme s historií a současnou situací v oblasti vína a vinařství. Dále pak s pojmy z oblasti marketingu, se kterými pracujeme ve druhé části práce. V této praktické části je proveden kvantitativní výzkum pomocí dotazníků a na základě odpovědí z nich vyplývajících je vytvořena nízkonákladová reklamní kampaň.

Klíčová slova

Falšované víno, sudové víno, dovoz, vývoz, produkce, spotřeba, reklama, marketingový výzkum, spotřebitel, reklamní kampaň.

Obsah

1	Úvod	11
2	Cíl práce	12
3	Přehled literatury	13
3.1	Historie pěstování, výroby a také falšování vína na území dnešní Evropy	13
3.2	Historie vinařství v České republice	16
3.3	Současný stav vinařství ve vybraných zemích Evropy	20
3.3.1	Francie	20
3.3.2	Itálie	21
3.3.3	Německo	23
3.3.4	Rakousko	25
3.3.5	Maďarsko	26
3.3.6	Řecko	27
3.4	Současný stav vinařství v České republice	27
3.4.1	Označení vín CHZO a CHOP dle zákona	27
3.4.2	Produkce vína v České republice	28
3.4.3	Spotřeba vína v České republice	28
3.4.4	Zahraniční obchod České republiky s vínem	29
3.4.5	Návrhy opatření Svazu vinařů ČR proti falšování vína	33
3.4.6	Některé změny v novele vinařského zákona	34
4	Praktická část a výsledky	36
4.1	Cíl výzkumu	36
4.2	Metodika výzkumu a sběr dat	36
4.2.1	Identifikační otázky	36
4.2.2	Obsahové otázky	43
4.3	Vytvoření reklamy	57

4.3.1	Kalkulace nákladů na reklamu	58
5	Závěr	59
6	Literatura	61
7	Seznam obrázků	63
8	Seznam tabulek	64
	Příloha 1: Dotazník	66

1 Úvod

Vinařskou tematiku jsem si pro svou bakalářskou práci vybrala proto, že jsem z Jihomoravského kraje, což je kraj vína a vyrůstala jsem v podstatě mezi vinohrady. Bohužel poslední dobou se v oblasti tohoto zemědělského oboru rozmáhají čím dál více praktiky, které vinařství a především tuzemským vinařům velmi škodí. Hodně aktuálním tématem v naší společnosti je totiž nyní falšování vína. Stejný problém však řešily i další země, nejen naši sousedé, ale i jiné státy EU. Falšování vína je nešvar, který se ostatně na naší planetě vyskytuje už od dávné historie, kdy se vůbec réva vinná začala pěstovat a z ní vyrábět víno.

Říká se, že lihová mafie na víno přešla z destilátů a z levného vína dovezeného ze zahraničí u nás smíchá pomocí různých přísadků nápoj, který dále vydává za české víno. Vzhledem k tomu, že na našem trhu vína je čím dál větší spotřeba, velké množství se ho k nám dováží. Podvodníci, kteří nemají zábrany víno jakýmkoliv způsobem zfalšovat, využívají toho, že naše země nemá zatím dostatečně propracovanou platnou legislativu, která by jim v tom snad alespoň z části zabránila. Také spotřebitelé vína jsou poměrně neznalí a některým je dokonce asi i jedno, jaké víno nebo alespoň něco, co víno napodobuje, pijí. Myslím si, že je potřeba na této nevědomosti českých spotřebitelů neustále pracovat a tak zajistit, aby si vybírali jen vína kvalitní a žádná falšovaná. Proto jsem se rozhodla, vytvořit reklamu, která by spotřebitele alespoň upozornila na to, že tento problém u nás existuje a je potřeba se o něj zajímat.

Všude kolem nás je spousta reklam, které nás nabádají si něco koupit, ale dle mého názoru je potřeba společnost i tímto způsobem varovat před různými nešvary jako je právě falšování vína.

2 Cíl práce

Cílem mojí bakalářské práce je na základě studia odborné literatury zmapovat problematiku falšování vína v České republice a ve vybraných zemích Evropské unie. Na základě získaných informací je vypracován návrh, jak tomuto problému předejít a upozornit především tuzemské spotřebitele na skutečnost, že na našem trhu se vyskytuje čím dál více falšovaného vína. V první části práce se seznámíme s historií a současnou situací v oblasti vína a vinařství. Dále pak s pojmy z oblasti marketingu, se kterými pracujeme ve druhé části práce. V této praktické části je proveden výzkum pomocí dotazníků a na základě odpovědí z nich vyplývajících je vytvořena nízkonákladová reklamní kampaň.

3 Přehled literatury

3.1 Historie pěstování, výroby a také falšování vína na území dnešní Evropy

Víno je jedním z nejstarších nápojů na světě. Podle některých archeologických nálezů se lidé pokoušeli o jeho přípravu již 10 000 let př. n. l. Podle většiny vědců má víno své počátky v okolí Kaspického moře, odkud se v průběhu příštích 8 000 let pomalu rozšiřovalo do Malé Asie a přes Indii až do Číny. Z Indie se dále vinná réva dostala také do starého Řecka, kam ji podle jednoho řeckého mýtu přinesl bůh Dionýsos, kterého pokládali za dárce révy a zakladatele vinařství. (Kohout, 1982)

Vinná réva a její pěstování se pak rozšířilo po celém Řecku včetně okolních ostrovů jako je Kréta, Lesbos, Naxos, Kós nebo také Kypr a další. Ostrov Kós tehdy například proslul zhotovováním těžkého červeného vína, ze kterého se už v té době extrahoval vinný kámen a používal se k léčení žaludečních onemocnění. Ovšem i bílé víno z tohoto ostrova, jež mělo sladkou chuť, bylo známé, protože údajně vyvolávalo u svých konzumentů bolesti hlavy díky mořské vodě do něj přilévané kvůli jeho lepší konzervaci. Slavné, ale hlavně dobré, bylo kupříkladu i víno Methymnejské, které pocházelo z ostrova Lesbos.

Již v 5. stol. př. n. l. se na Kypru při popíjení vína používaly kalichy, ze kterých se pije i v dnešní době a říká se jim „verre de goût“. Jsou to sklenice, ve kterých se, díky jejich tvaru, soustředí vůně vína úplně nahoře u okraje, což konzumentovi umožňuje toto aroma lépe vychutnat a prozkoumat. To svědčí o tehdejší dobré kultuře podávání tohoto nápoje.

Od Řeků převzali pěstování hroznů staří Římané. Oni pítí vína milovali možná ještě více než Řekové a tak si je od nich ti majetnější nejprve jen dováželi, ale později začali vyrábět vlastní, alkoholičtější, z vinohradů na jihu Itálie. Ovšem řeckým vínům svou kvalitou dlouho nemohli konkurovat.

Římané tehdy zřejmě podle vzoru Řeků víno ředili studenou nebo teplou vodou a přidávali do něj koření.

Jak píše Kraus (2009), vodou neředěné víno pil jen ten, kdo se z něj hodlal opít. Kdo si ale chtěl opravdu vychutnat především jeho vůni, ředil ho podle své chuti. Cato, což byl římský spisovatel, měl pro vlastníky sklepů dobrou pomůcku z břechťanového dřeva, s nímž se víno nesnáší. Pomocí takové misky by totiž velmi snadno zjistili, zda jim jejich sklep mistr nepřidává do vína vodu. Tvrdil totiž, že pokud je víno opravdu zředěno, tak z té misky vyteče, ale voda se v ní udrží i nadále. Dalším nešvarem bylo matolinové víno, neboli druhák, který většinou

dostávali vojáci nebo otroci. Věřilo se totiž, že obsažené kyseliny v něm mají dobré účinky proti infekcím a moru.

Padělaná vína se začala hodně objevovat ve 2. stol. př. n. l., kdy do něj přidávali například zahuštěný mošt s cílem dosáhnout lepší chuti. Pokud bylo víno tenké, napravili to kvasničními kaly nebo vinným kamenem. Při octění vín se do nich dávali na 40 dní plátky mědi, cínu nebo olova a k odkyselení některých vín se používalo vápno nebo rozdrčené mušličky.

Tehdy nejvíce proslavené a oblíbené italské víno se vyrábělo z hroznů vypěstovaných v dnešní provincii Caserta kolem měst Capua a Formie. Toto bílé víno, které se nazývalo Falernské (podle města Falernum), bylo světležluté barvy a obsahovalo hodně alkoholu. Proto se směšovalo s jinými víny a sladilo se medem. Ono smíchávání různých vín dohromady, které se dnes také často praktikuje, se provádělo, jak tedy vidíme, už v dobách starého Říma a to z různých důvodů. Mnohdy k tomu výrobce vína nutily jeho vysoké ceny, a proto ho leckdy falšovali. Proti tomuto padělání se svými výroky ohrazoval i tehdejší filozof Plinius. (Kohout, 1982)

Některá vína se stávala moderními díky tomu, že je římský panovníci upřednostňovali. Například Tiberius rád preferoval ta, která pocházela z Alp na severu Itálie.

Do střední a severní Itálie se víno dostalo nejspíše díky národu Etrusků, kteří tam přišli zřejmě z Orientu v 11. stol. př. n. l. Jejich znalosti nejen o vinařství byly opravdu velké a některé vypátrané fresky svědčí i o tom, že se rádi u vína bavili a veselili. To také dokazují vykopávky velmi pěkných nádob a pohárů na víno, které se po nich našly.

V 1. století n.l. zaznamenává římské vinařství obrovský vývoj, protože vyváží velké množství vín do provincií. Ovšem někteří tvrdí, že se to děje na úkor kvality. Vinaře k tomu poháněl rychlejší a větší výdělek, než jaký by ve své zemi utržili za vína s vyšší jakostí. (Kraus, 2009)

V tomto období začali nejdříve Řekové a pak i Římané psát o vinařství odborné knihy. Příkladem je výše uvedený Plinius, který v jednom svém díle vylíčil až 6 různých vedení révy, které je vhodné použít podle jejích odrůd a některých dalších aspektů. Také napsal, že především v Řecku se pěstovalo velké množství rozličných odrůd vína. Z mnoha spisů od různých autorů z této doby se ale dočteme i o postupech při samotné výrobě vína a nejen o jeho pěstování. Tehdejší vinaři totiž používali pro nás dnes už poměrně zvláštní metody, kdy víno například čistili holubími vejci, sádrou či křídou. Pro jeho delší uchování přidávali třeba kadidlo, drčený mramor či perly a olej. Vínům se též dodávaly různé vůně. (Kohout, 1982)

Když bylo víno ve fázi zrání, nechávali ho někteří 4 roky vystavené na slunci, čímž dostávalo chuť, kterou mají vína zrající alespoň 15 let. Prodejci takové víno pak distribuovali za vysoké ceny. Jiní nepoctivci se snažili z mladých vín získat vy zralá například tím, že slévali zahříváná vína s nezahřívánými. V Alpách zase z vína vybírali led, který se v něm vytvořil během zdejších mrazivých nocí, a dosáhli tak vyššího obsahu alkoholu. (Kraus, 2009)

Přeprava vína se ve starověku nejčastěji uskutečňovala na lodích a tehdejší cesty po moři vedly především na Blízký východ, dále do Řecka, jižní Itálie, Galie, Hispánie a Říma. (Kohout, 1982)

Nejvýznamnějším centrem obchodování s vínem na východě Středozevního moře byla Alexandrie, odkud se vyváželo všemi směry. (Kraus, 2009)

Prodejce musel kupci garantovat, že víno není naoctělé, a že se na hladině nebude tvořit křís. Kupující kontrolovali každý sud vína zvlášť a jeho kvalitu hodnotili degustací.

Kraus (2009) píše, že kvalita vína se tehdy posuzovala jednak podle toho, z jaké zeměpisné oblasti pocházelo, dále také podle umístění daného vinohradu, podle ročníku vína a v neposlední řadě se hodnotilo jeho zbarvení, vůně a chuť.

Řekové a také Féničané mají velkou zásluhu na tom, že pěstování vinné révy a její následné zpracování ve víno se rozšířilo na jižním pobřeží Francie, odkud se dostalo i na území dnešního Španělska. Do tehdejší Galie víno přinesl Caesar, který tam vysadil nespočetné množství vinohradů především podél velkých řek, jako je třeba Rýn, a tamnímu lidu vštípil potřebné dovednosti spjaté s přípravou vína. (Kohout, 1982)

Galové neboli Keltové obývali území, které se rozprostírá mezi nynější Českou republikou, severem Itálie a východní částí Francie. Oni byli nejspíše těmi, kdo u nás jako první pili víno a zřejmě ho i pěstovali, i když začátky vinohradnictví na našem území bývají připisovány až Římanům. (Kraus et al., 2005)

V Itálii ale ve 3. stol. n. l. dochází k různým problémům i válkám a zemědělství začíná upadat. To má po rozpadu Západní říše římské v roce 476 n. l. největší dopad právě na vinohradnictví, které tu takřka zanikne. Následné stěhování národů a začínající středověk je obdobím, kdy Evropa zažívala těžké časy, které se opět podepsaly na vinné révě. Výroba vína se začala zase rozvíjet až za panování Karla Velikého někdy kolem roku 780 n. l., kdy se celková situace zklidnila. O další vývoj v této oblasti se zasloužila především církev, což dosvědčuje i to, že sklep mistři v kláštřech patřili k prvním opravdovým znalcům v tomto oboru. Vinnou révu mniši v 10. - 12. stol. postupně začali, nejen z církevních důvodů, vysazovat i v severních oblastech, jako je Sasko či Branibory, a dále také na území okolo řeky Labe

či Odry, kde se ovšem hroznům tak dobře nedařilo. Zdejší podnebí jim nesvědčilo, a proto tu jejich pěstování posléze pominulo. Vína, vyrobená z těchto hroznů, nebyla příliš pitelná a z toho důvodu do nich přidávali různé byliny a med. Také se tu, jako v dobách starého Říma, setkáváme s jejich hojným falšováním. To bylo ale velmi striktně potrestáno. (Kohout, 1982)

Vraťme se nyní ale ještě do 5. stol. n. l., kdy se do Evropy dostal mongolský národ Hunů. Území, které obsadili, sahalo od řeky Rýn až do Střední Asie. Ze svého asijského území přinesli především do středních a severnějších končin Evropy své odrůdy vína, které se tady pak rozšířily po selských vinohradech, protože z nich bývala velmi bohatá úroda. Kraus (2009) dále popisuje, že tyto asijské odrůdy se dostaly i do oblasti východní Francie, především pak do známého regionu Champagne. Podle nejrůznějších analýz, které prováděl hlavně rakouský šlechtitel dr. Ferdinand Regner, je zřejmé, že tato Hunska invaze významně obohatila vinařství v Evropě, protože z jejich odrůd zvaných Heunisch vzniklo různým křížením značné množství nových odrůd a řada z nich se nejen u nás pěstuje dodnes.

Na konci 18. století se pak začíná více dbát například na kvalitní vysazování vinohradu nebo na sklepní hospodářství. (Kohout, 1982)

3.2 Historie vinařství v České republice

V době, kdy Římská říše zažívala vrchol svého rozkvětu, dostalo se pěstování hroznů a výroba vína díky jejím vojákům a obchodníkům také k nám, na naše území. Ovšem začátek vinařství a rozšiřování vinic je u nás spojováno s Velkomoravskou říší, čímž se dostáváme do 9. až 10. stol. n. l. Kníže Bořivoj tehdy prý podle pověsti, dostal od moravského knížete Svatopluka sud dobrého vína, které pocházelo z Moravy. Jeho ženě Ludmile prý zachutnalo tak, že vinohradnictví u nás začala velmi podporovat. Později se výrobě vína věnoval dokonce i její vnuk svatý Václav, který byl posléze uctíván jako nejvyšší perkmistr vinic. (Kraus et al., 2005)

Velkou zásluhu na šíření výroby vína měli mniši v klášterech, jak jsem psala už výše. A ne jinak tomu bylo ve středověku i u nás. Od roku 933 se v břevnovském klášteře dělalo víno a z roku 1057 se dochoval nejstarší zápis o českých vinohradech, které se nacházely někde u Litoměřic. O moravských vinicích byl nalezen první záznam až z roku 1101, který se týkal klášterních vinogradů v Třebíči. Tyto zmíněné vinice zakládal především řeholní řád Benediktinů. Dalším řádem, který rozvíjel vinohrady především na jižní Moravě u Hustopečí nebo v Přítlukách a Kobylí, byl cisterciácký řád. Ovšem ani v Čechách nezaháleli a v roce 1251 vysazovali vinohrady například v obci Velké Žernoseky na Litoměřicku, kde

také vytesávali do skály vinné sklepy. Zdejší víno pak exportovali prostřednictvím říční dopravy do severního Německa.

I to, co píše Doležal (2001), jenom potvrzuje, že největší zásluhu na rozmachu vinařství na Moravě má v této době právě církev a tehdejší aristokrati. Většina produkce totiž byla určena k církevnímu využití.

Ve 13. stol. u nás mniši vysazovali ve svých rozlehlých vinicích francouzské a německé odrůdy. V těchto dvou zemích se nechali inspirovat, i co se týkalo postupů a metod při jejich pěstování. Víno začalo být velmi oblíbené, a proto se jeho pěstování stále více rozšiřovalo i do okolí měst anebo sídel tehdejšího panstva. (Kraus et al., 2005)

Zachovaly se nám určité poznatky o tom, že na konci 13. století existovaly na Moravě vinohrady poblíž Brna, Kroměříže a také Znojma a Velkých Pavlovic. Postupně se tyto moravské vinice staly na začátku 14. století důležitým zdrojem obživy pro lidi chudých poměrů. (Doležal, 2001)

Jak už to bývá, i tehdy zažívaly vinařské obce různé spory týkající se vinic, a proto se začali řídit Falkenštejnským horenským právem z Dolního Rakouska. A když už vzpomínám Rakousko, pro jihomoravské vinaře byla odtamtud dovezená vína velkou konkurenční hrozbou. Od roku 1325 proto platilo, že se od podzimu do jara nesmí v Brně nalévat jiné víno než to, které bylo vyrobeno místními obyvateli. Další normou, kterou se vinohradníci měli řídit, byl viniční řád pro Moravu vydaný v roce 1355. Nově se také vinice musely zaznamenávat do berních knih a byly z nich také vybírány povinné poplatky. (Kraus et al., 2005)

Ve 14. stol., došlo ve vinařství k velkému rozvoji a na Moravě k navyšování počtu vinic a také rozšiřování jejich rozlohy. Tehdy tady vládl Karel IV., který nejen že k nám nechal dovést nové odrůdy ze zahraničí, ale také dal v roce 1358 samotnému pěstování révy určitý právní rámec tím, že vydal královský mandát. V něm například určil, jak by měly být vinohrady velké a že se musí vysazovat na místech, která jsou pro pěstování hroznů příhodná. Za panování Karla IV. vzniklo i právo viničné, které sloužilo k ochraně vinařství například před dovozem jiných vín než zdejších a to v období od října do dubna následujícího roku. V roce 1375 císař dovolil, aby se vína vyrobená ve Znojmě mohla vozit i do Čech, Slezska nebo do německých Branibor.

V 15. stol., kdy probíhaly husitské války, zažívá vinařství těžké časy. Velký počet vinic bylo zrušeno a některá města byla vypálena. Avšak vinařství se ještě ve 2. pol. 15. stol. postavilo opět na nohy a dospělo dokonce ke svému vrcholu. Na konci tohoto století vyšlo ustanovení, které ukládalo povinnost zaregistrovat veškeré vinohrady do tzv. gruntovních knih. Poprvé v Evropě bylo také veřejně

přikázáno ochutnávat víno a tím dohlížet na dodržení jeho určité kvality. Počet vinic na celém našem území pořád narůstal a bohužel také stále častěji docházelo k padělání vína. Proto bylo třeba postarat se o to, aby víno nebylo pro své konzumenty nějak škodlivé především po zdravotní stránce. Nejen z tohoto důvodu se zasloužil král Vladislav II. Jagellonský o důkladněji vypracované viniční řády. Avšak i přes tyto nepříjemnosti moravská vína i nadále dokázala na trhu směle soutěžit s víny jak z Rakouska, tak i z Uherska.

Bylo také panstvem dovoleno víno volně nalévat, k čemuž nebylo ani nutné mít nějaké oprávnění a na takto spotřebované víno dokonce nebyla uvalena žádná daň. Nicméně i tak bylo vinařství pro města velmi důležitým zdrojem příjmů. (Doležal, 2001)

Zhruba v polovině 16. století napsal učitel Jan Had vůbec první české odborné dílo pojednávající o pěstování a vyrábění vína. (Kraus et al., 2005)

Dá se říct, že během tohoto století vyvrcholilo na našem území rozšiřování vinic. Na Moravě se jejich plocha ustálila na nějakých 20 000 ha a v Čechách to bylo jen asi 3 500 ha. Pokud se stalo, že v některé sezóně byl nadbytek vína, snažili se ho prodat v cizině. Vinice v Čechách, především v Praze, se prodávaly a kvalita jejich obhospodařování šla dolů. S tím došlo i ke snižování výtěžků ze sklizní v těchto vinohradech. Tento nepříznivý vývoj ve vinařství pokračoval i v období, kdy u nás panoval císař Rudolf II. Na území Moravy se ale ve 2. pol. 16. stol. usadili obyvatelé západní Evropy, kteří tady budovali sklepy a znovu vysazovali nové vinohrady, jejichž celková výměra se pak na Moravě pohybovala kolem 17 000 ha. Rudolf II. chtěl upozornit na slévání domácího vína se zahraničními a proto v roce 1590 vznikla zevrubná Instrukce o vinařství.

Naše vína stoupala v oblibě a hojně se vyvážela například do německého Saska nebo do Polska. Bohužel ale stav vinařství hlavně v Praze byl opět horší a horší, což způsobilo, že pracovníci na místních vinicích, kterým se snížili jejich výdělky, uspořádali v roce 1619 první stávkou. V této době už probíhala třicetiletá válka, během které bylo stejně jako za husitských válek velké množství vinic zdevastováno. Mnohým lidem, kterým patřily vinice, byly spáleny jejich obydlí a vysídleny. Na místo vinic se vysazovaly různé užitkové rostliny nebo stromy plodící ovoce. Války 17. a 18. stol. zapříčinily, že lidé se více než pěstováním vína začali zabývat obchodem a řemesly. Když ale toto válčení skončilo, moravské vinařství se z toho zase pomalu dostávalo a v roce 1748 byla rozloha vinic na Moravě téměř na stejné úrovni jako za vlády Rudolfa II.

Císař Josef II. dovolil v roce 1784 úplně všem výrobcům vína, ale i jiných potravin, je také prodávat. Ve stejném roce se vína z Moravy začala třídit dle jejich rozdílné úrovně kvality.

Téměř ke konci 18. století je na Moravě skoro třicet tisíc hektarů vinic, kdežto jejich momentální celková výměra z toho tvoří jen asi jednu třetinu. To jen dokazuje tehdejší vzestup tohoto zemědělského odvětví. (Doležal, 2001)

Počty vinic se znovu prudce snižují. Lidé se více věnují vysazování jiných rostlin, jako třeba cukrové řepy, protože v roce 1848 se stala významná událost, která vedla k výraznému rozmachu průmyslu. Došlo totiž ke zrušení poddanské práce pro vrchnost. Aby se vinařství nějak podařilo zachránit, zřizovaly se například ve Znojmě, Valticích nebo v Mělníku vinařské školy. Ve 2. polovině 19. století však celou Evropu včetně našich vinic zasáhla pohroma v podobě amerického škůdce a nemocí, které především na jižní Moravě zpustošili všechny původní keře hroznů. (Kraus et al., 2005)

Jak jsem uváděla už výše, podle Doležala (2001), bylo na konci 18. století na Moravě skoro třicet tisíc hektarů vinic, což se udrželo ještě zhruba do poloviny století devatenáctého, ale vlivem událostí zmíněných v předchozím odstavci, se jejich výměra rapidně zmenšila, což znamená, že na začátku století 20. zabírají moravské vinice už jen necelých dvanáct tisíc hektarů.

Toto špatné období, kdy hektarů osázených vinnými keři na Moravě opět dost rapidně ubývalo, trvalo sice poměrně dlouho, ale v období před druhou světovou válkou se u nás i v okolních státech pořádaly různé konference, jejichž cílem bylo dosáhnout obnovu vinařství. Během deseti let se do tohoto oboru u nás vložila jedna miliarda korun a vinohrady se za jeden rok rozšiřovaly cca o 500 až 1000 hektarů. Bohužel se tady ale dostáváme do období již zmiňované druhé světové války, kdy vinařství opět málem zaniklo. Pár let po válce v roce 1952 však vláda připravuje jakýsi pomocný program, jehož součástí je Jednotný plán výsadby vinic, různé vzdělávací semináře a také například zdokonalování výuky tohoto oboru na školách.

Po pár desítkách let se v roce 1985 moravské vinohrady rozkládaly zase na docela slušných 15 000 ha. Bohužel vinaři tu zimu utrpěli další ránu v podobě krutého mrazu, který zavládl na vinicích. Ty to samozřejmě nepřežily a byly tedy zlikvidovány. V těchto letech, kdy u nás vládl socialismus, bylo hlavním cílem vytěžit z vinic co nejvíce hroznů. Mnohdy proto nebyly dostatečně zralé a tedy ani sladké. Proto se bezmezně přidával do vína cukr. (Kraus et al., 2005)

Moravská vína tehdy tímto bohužel dost ztratila na své kvalitě a opravdu ojedinelá vína z trhu úplně vymizela. (Doležal, 2001)

3.3 Současný stav vinařství ve vybraných zemích Evropy

3.3.1 Francie

Mojí první zastávkou na evropské cestě za momentální situací ve výrobě a pěstování vína, na kterou se v této kapitole zaměřím, bude Francie. Během tohoto pomyslného putování vyrazím i do některých tamních význačných vinařských oblastí.

Tato země je významným producentem tohoto nápoje a to zejména ze dvou důvodů. Postupy, kterými tam vína vznikají a které jsou zde zažité už od dávné minulosti, se totiž i v dnešní době stávají dokonalou předlohou pro výrobce vína napříč všemi kontinenty. S tím souvisí také to, že velké množství původních francouzských odrůd je dnes vysázeno všude možně po světě. Druhou příčinou je to, že Francie jako úplně první země zavedla soustavu ustanovení, která měla hájit dobré jméno zdejších nejkvalitnějších vín. To ovšem ve světě zvedlo vlnu nejrůznějších názorů, že tyto předpisy omezují francouzské vinaře a že místní vinařské odvětví není schopno obstát v současné soutěži mezi víny na mezinárodní úrovni. Francouzi to vidí ovšem spíše naopak. Tvrdí, že jim tato nařízení v podstatě pomohla pozvednout místní vína tak, že se řadí k těm nejlepším. Tyto předpisy vznikly, aby se postupně omezila výroba vín, která pochází od horších vinařů a kazí tak reputaci těm lepším. Mimo Francii se však tyhle regulace pozvolna vytváří ve všech státech produkujících víno. (Walton, 2003)

Opravdu kvalitní francouzská vína se mohou řadit do dvou velmi neúprosných tříd kvality jejich výroby označovaných zkratkami AC a VDQS. Pokud víno z nějakého důvodu nemůže být zařazeno do těchto dvou skupin, ale splňuje oblastní charakter, označí se jako *vin de pays*, což znamená „zemská vína“. Při výrobě takových vín je pak zakázáno, přisypávat k nim hrozny z jakéhokoliv jiného regionu. Produkci *vin de pays* tvoří z pětasedmdesáti procent vína červená.

Existuje zde ještě jedna třída kvality a to v podstatě nejnižší, která označuje vína nijak charakteristická, pocházející především z jižních oblastí a vyráběná v obrovském množství. Tato skupina se nazývá *vin de table*.

Ke světové špičce ve výrobě zejména červených vín patří ve Francii bez jakýchkoliv pochyb vína pocházející z oblasti Bordeaux. V tomto kraji se však velmi daří i sladkým bílým vínům, která se zde dělají výhradně z bobulí, na nichž se už v opravdu velké míře nachází ušlechtilá plíseň, díky níž je potom toto víno jedinečné. V posledních zhruba dvaceti letech se stala poměrně zajímavými i suchá bílá vína, která svou chutí připomínají jedny z nejlepších vín vyráběných ovšem jedinečně v Americe.

Z dalších vinařských oblastí vyberu Champagne, kde jsou v porovnání s jinými francouzskými regiony sice chladnější podmínky pro pěstování révy, ale zdejší šampaňské je věhlasné po celém světě. Za zmínku určitě stojí to, že šumivé víno je dovoleno vyrábět jen ze tří odrůd a z toho jsou ještě dvě červené. Jsou jimi Rulandské modré, Pinot Meunier a jedinou bílou odrůdou je Chardonnay.

Alsasko je krajem, kde se potkávají domácí odrůdy s odrůdami sousední země a tím jsou zdejší vína velmi osobitá. Německo se totiž od roku 1870 snažilo dlouhou dobu o nadvládu v tomto území, a proto je zdejší vinařské odvětví tímto státem hodně ovlivněno.

Ve Francii se vína označují podle názvů vesnic, ze kterých pocházejí, jen v Alsasku se to dělá podle odrůd hroznů, z nichž je vyrobeno.

Dalším významným vinařským krajem ve Francii je Burgundsko, které bohužel dodnes poměrně dost trpí zákonem, který vydal už Napoleon. Přikázal v něm totiž, že po smrti majitele polnosti si jeho dědicové podělí parcelu mezi sebe stejným dílem. Tím tady vzniklo mnoho velmi malých vinařů, kteří díky své minimální produkci nemají prostředky na nákup moderních výrobních zařízení a tak své víno nebo i hrozny raději prodají těm, kteří je tady ve velkém skupují a následně z nich vyrábí opravdu kvalitní víno. Na druhou stranu se ale i mezi těmito drobnými vinaři najdou takoví, kteří patří k těm úplně nejlepším v daném kraji.

Do oblasti Burgundska patří na jihu umístěný velký vinařský kraj Beaujolais, kde se dělá slabší červené víno, které se výborně hodí ke konzumování zejména v letních dnech. Toto víno se většinou moc dlouho neuchovává a ani se nečeká, až vyzraje. (Walton, 2003)

Poslední mnou zmíněnou oblastí Francie, kde se vyrábí víno, je ostrov Korsika. Zdejší vinařství, které je hodně ovlivněno Itálií, poněvadž to do ní odsud není vůbec daleko, se koncem minulého století svou úrovní značně pozvedlo. I tak se zde ale pořád vyrábí převážně stolní víno, díky čemuž se Korsika jen těžko zařadí mezi významnější francouzské vinařské oblasti vyrábějící opravdu kvalitní vína.

Francouzi považují víno za zákonem povolenou omamnou látku a veškerá manipulace s vínem od jeho výroby až po konečnou spotřebu se řídí velkým množstvím ustanovení. (Formánková et al., 2015)

3.3.2 Itálie

Itálii se už od dob, kdy na její území vpadli Řekové, říká země vína. A ona jí opravdu doslova je. Vinohrady zde najdeme po celé její délce od severu až po jižní břehy Středozemního moře. Nelze však pominout ani vinice na území obou velkých ost-

rovů Sicílie a Sardinie. Vždyť produkce vína je v této zemi dlouhodobě největší na celém světě. A podle Stuarda Waltona (2003) se zde víno nejen vyrábí ve velké míře, ale i konzumuje. Což jsem já osobně viděla na vlastní oči při jednom svém pobytu v Toskánsku.

V Itálii existují od 60. let minulého století jakési značky DOC a DOCG, kterými se vína označovala, ale systém jejich udělování není příliš propracovaný a tak nebyly rozdávány správně, jak by měly. Itálie by potřebovala pořádnou soustavu dohlížení na dodržení a řízení kvality vína, která by jeho produkci posunula zase dál.

V roce 1992 byl navržen takzvaný Goriův zákon, který měl přitvrdit podmínky dávání výše zmíněných značek. Stanovil i hodnocení nejkvalitnějších oblastních vín a jejich značení písmeny IGT, což je podobné jako *vin de pays* ve Francii. Pokud víno neneso tuto značku, pak spadá do kategorie stolních vín neboli *vino da tavola*. Bohužel i přes tento zákon bylo pár nejlepších vín vyprodukováno navzdory ustanovením a tedy nesprávně oznámkováno.

Kolem města Milán se rozprostírá nejrozlehlejší vinařská oblast Itálie a tou je Lombardie. V minulosti byla zdejší vína svou kvalitou vzorem pro vinaře z ostatních regionů.

Nejzásadnějším krajem vína na severu země je Benátsko. Zde kvalitu vína zhoršuje jeho enormní výroba, přesto existují oblasti, kde se vyrábí vína již všeobecně proslulá.

Další důležitou a velmi krásnou vinařskou krajinou s opravdu dobrými víny, která bezesporu patří mezi celosvětovou špičku, je Toskánsko. (Walton, 2003)

Na jihozápadě země kolem města Neapol se rozkládá kraj zvaný Kampánie. Oproti jiným vinařským oblastem v Itálii je tady přikládán až neobyčejně velký význam tomu, že zdejší používané způsoby výroby vína jsou zachovávány mezi vinaři po mnohé generace. Přesto je jen úplnému minimu místních vín udělena již zmíněná značka DOC.

I přes zvyšující se kvalitu vína v některých částech italského ostrova Sicílie, patří tato další část země k územím, kde se vyrábí především víno stolní. Tento ostrov se mezi ostatními regiony Itálie řadí k těm nejvýkonnějším, ovšem zatím jen co se kvantity týče.

Místní víno Marsala je nejznámějším sicilským vínem. Při jeho výrobě mu ale vinaři dodávají více alkoholu a to přidáním zahuštěné hroznové šťávy, která prošla varem. Tento způsob ovšem není vždy dovoleno používat, obzvláště ne u kvalitnějších kategorií tohoto vína.

3.3.3 Německo

Dříve v historii bylo víno pocházející z Německa u konzumentů oceňováno skoro stejně jako víno francouzské. Bohužel pěstování jiných plodin spolu s pivovarnictvím odsoudilo vinařství v této zemi k téměř úplnému zániku. Vinařský průmysl v Německu překonal toto těžké období jen díky vývozu do Británie. Aby se vyvážené víno lépe prodávalo, záměrně se u něj dosahovalo sladké chuti. Ukázkou takového vína je Liebfraumilch. Ovšem tento fakt v dnešní době německému vinařství spíše škodí. (Walton, 2003)

I v Německu přirozeně funguje už desítky let, za tu dobu už pochopitelně několikrát pozměněný, systém hodnocení vína uplatňovaný ve všech členských státech EU, který rozděluje vína do čtyř jakostních tříd. U těch nejméně kvalitních vín nezáleží na původu použitých hroznů. Do další třídy spadají pouze vína, která mají původ ve dvaceti určitých oblastech. Třetí třídu, označovanou v překladu jako „kvalitní víno ze specifického regionu“, tvoří vína, u nichž je dovoleno vylepšovat je například sladkou hroznovou šťávou. Vína zařazovaná do třídy nejvyšší kvality Němci opatřují písmeny QmP. Jsou to takzvaná „jakostní vína s přívlastkem“. U nich je důležitý obsah cukru zjišťovaný přímo v posbíraných plodech. Do této skupiny patří i „ledové víno“.

Je zřejmé, že se klade důraz na lokalitu vzniku vína a aby byl znám i vinař, z jehož vinohradu se dané hrozny urodily. Víno se dále musí označit i názvem odpovídajících odrůd.

V Německu je nejvyhlášenější odrůdou Ryzlink a za ním následuje Sylvánské zelené. Nejčastější odrůdou pěstovanou ve zdejších vinohradech je ale Müller-Thurgau, což je jejich hybrid. Němci totiž potřebovali vytvořit révu, která bude příhodnější pro růst v jejich studenějším klimatu. Další vyšlechtěnou odrůdou je Dornfelder vhodný pro vysazování do rázovitější krajiny. Toto víno může za jistých okolností připomínat francouzské Beaujolais. Méně vysazovanou odrůdou je Modrý Portugal, ale naproti tomu Rulandské modré se v německých vinicích vyskytuje opravdu hojně.

Regionem, kde největší podíl na vinicích má již zmíněný Ryzlink, je Střední Rýn. Naopak třeba v kraji zvaném Rýnsko-Hesensko ho Stuart Walton (2003, s. 182-185) vůbec nezmiňuje. Je to oblast, odkud pochází cca 50% celkové produkce výše uvedeného Liebfraumilchu. Z hybridů se zde nejvíce pěstuje Müller-Thurgau. Uvedená vína pocházející z tohoto regionu se ovšem nepyšní příliš valnou kvalitou. Zato Rulandské modré, Dornfelder a Sylvánské zelené umí místní vinaři udělat přinejmenším uspokojivě. Jižně odsud se nachází kraj zvaný Falcko. Vinohrady v této oblasti jsou poměrně bohaté na počet druhů zde pěstovaných odrůd.

Opět se tu setkáme například s Ryzlinkem, Dornfelderem, Rulandou a krom toho se zde dělá ještě třeba velmi dobrý Tramín. A jestliže se Dornfelder občas srovnává s francouzským Beaujolais, jak se píše v předchozím odstavci, tak falcké Rulandské modré se dá porovnávat s Burgundou. Dalším krajem, kde bílým vínům vládne opět Ryzlink spolu s odrůdou Müller-Thurgau, je Würtembersko, jehož hlavním městem je Stuttgart. Místní vinaři se zde zaměřují ale zejména na červená vína. Předposlední mnou zmíněnou vinařskou oblastí Německa bude Bádensko, které se řadí k velmi pozoruhodným částem Evropy, kde se pěstuje a vyrábí víno. Je to území rozkládající se na jihu země, což přináší vyšší teploty a to na vinicích přeje hlavně Rulandskému modrému. Kromě toho se zde pěstuje také Rulandské bílé, dále zase Tramín, Müller-Thurgau a samozřejmě i velmi dobrý Ryzlink. Všechny tyto odrůdy se pěstují také na východě Německa podél řeky Labe ve spolkové zemi Sasko. /Místní relativně kvalitní vína vznikají převážně ve sdružení malých vinařů.

Němci vyrábí i šumivá vína, která stejně jako klasická vína třídí do čtyř skupin. Sekty té nejvyšší třídy musí mít na láhvi uveden původ hroznů, sesbíraných pouze v jedné určité oblasti. Hrozny, z nichž jsou šumivá vína zařazená do nižší skupiny, mohou být z jakékoliv oblasti v zemi. Nemusí být striktně jen z jedné, ale mohou tvořit mix z různých končin. Takový sekt je označován jako *Deutscher Sekt*. Bohužel ale většina šumivých vín v Německu je vyráběna z patoků, které jsou importované z předchozích dvou zmiňovaných evropských zemí. Tyto spadají do třetí kategorie sektů. Do té úplně poslední skupiny šumivých vín je pak zahrnován jakýkoliv jiný sekt, který nesplňuje výše zmíněné vlastnosti, ale hlavně stačí, když šumí. (Walton, 2003)

V roce 2013 bylo v Německu vyrobeno 8,4 milionů hektolitrů vína, což znamenalo oproti roku 2012 snížení o 7 %. Naproti tomu export vzrostl o 4 %. Tato země prodala vína do 137 států světa v množství 1,3 milionu hl za 334 milionů eur. Nejvíce vína vyvezli do USA a to celkem 25 %. (Formánková et al., 2015)

V Německu je v dnešní době na prodej většinou lahvové víno a sudové je bráno jako víno, které se stáčí bezprostředně z tanku nebo demižónu. Když je víno v tanku, neznamená to však, že je méně kvalitní. Tyto nádrže se používají pro transport vína, protože ho pojmuje značné množství. V dobách minulých se sudové víno v Německu používalo hodně v kuchyni. (WEINAUSKUNFT, 2015)

K falšování vína v Německu nedochází, jelikož sudové víno se tam snaží co nejrychleji dostat do láhví. Proto je spotřebiteli prodáváno v podstatě jen víno láhvé. I přesto se v roce 2012 prodalo přes 4 miliony hektolitrů sudového vína. Toto víno kupují obchodníci, kteří ho opět ihned plní do láhví. Vzhledem k tomu, že se všechno děje pod dohledem množství úřadů, které vše ověřují, neexistuje tady

v podstatě žádný prostor pro falšování. Pokud by o to však přece jen někdo usiloval, vystavoval by se nebezpečí, že při prozrazení této činnosti mu bude hrozit úpadek. (Formánková et al., 2015)

Vinař, prodávající víno konečnému spotřebiteli, si musí dělat podrobné záznamy o všech svých obchodech, aby se v případě nějaké kontroly dalo vše snadno dohledat.

3.3.4 Rakousko

Jako první ze zemí střední Evropy se budu zabývat Rakouskem. V letech naštěstí už minulých se v tomto státě udála obrovská aféra ohledně falšování vína, což pro rakouské vinaře mělo na dlouhá léta katastrofální následky. Bohudík se místní vinařský průmysl nakonec přece jen dokázal vzpamatovat, což se projevuje mezinárodním úspěchem jejich vín. (Walton, 2003)

Vinice se v této zemi nachází výhradně na východě, kde lemují hranice se sousedními státy. Kromě německých a francouzských odrůd se zde daří samozřejmě také těm domácím rakouským. Z nich je nejhojněji vysázené Veltlínské zelené, jehož chuť je absolutně mimořádná. A tak jako se německá vína podobala francouzským, tak toto víno se zase pro změnu velmi podobá vínům z Alsaska. Kromě této odrůdy najdeme v rakouských vinohradech i odrůdy, které byly zmiňovány už v kapitole o Německu, a jsou jimi hlavně Müller-Thurgau, Ryzlink rýnský, Tramín, Rulanda a navíc ještě Chardonnay a Sauvignon. Tato bílá vína doplňuje ještě Ryzlink vlašský, který se pěstuje také v Itálii a Maďarsku. Ty ovšem tomu rakouskému nedokáží vůbec konkurovat.

Hlavní zastoupenou odrůdou mezi červenými víny je rakouský Zweigelt. Vedle něj naši jižní sousedé pěstují německý Modrý Portugal, Frankovku, Cabernet Sauvignon a Rulandské modré. Odrůdou, která opět připomíná francouzské burgundské víno, je Svatovavřínecké, které si vytváří stále lepší jméno.

Nemůžeme ovšem zapomenout ani na dezertní vína, která se v Rakousku produkují hlavně blízko maďarských hranic a do nichž náleží jak vína ledová tak i slámová.

Stejně jako v Německu tak i v Rakousku se vína rozdělují dle kvality do několika skupin, z nichž ta, do které spadají ta nejlepší vína, nese značku *Prädikatswein*.

Jednou z rakouských oblastí vína jsou Dolní Rakousy, kde se pěstuje hlavně Veltlínské zelené a také oba dva Ryzlinky. Všem těmto odrůdám a ještě Rulandě bílé se daří i ve Vídni, což je další rakouská vinařská oblast. Na jihovýchodě země je

velký region Štýrsko, kde převládají bílá vína, ale objem produkce v tomto regionu není největší. (Walton, 2003)

Na rakouském trhu zaznamenali v roce 2013 nárůst ve výrobě vína o 11 % oproti roku 2012. Vinaři vyprodukovali dohromady 2,39 milionu hektolitrů vína. V roce 2014 toto množství opět vzrostlo na 2,45 milionu hektolitrů. Export rakouského vína během vinařského roku 2012/2013 byl ve výši 449 000 hektolitrů a import byl v témže roce 832 000 hektolitrů. Toto množství se za uplynulých pár let markantně navýšilo. Víno se na rakouský trh vozí především z Itálie, Francie a Španělska. Zhruba 76 % domácí produkce vypijí tuzemští spotřebitelé. V této zemi se dá víno koupit buď přímo u vinaře, v malých obchodech s potravinami nebo ve specializovaných prodejnách. Z celkových asi 82 mil. l vína, které byly v Rakousku zkonsumovány v roce 2013, bylo téměř 68 % z domácí produkce a zbytek představovala vína z dovozu. Více jak polovina domácího vína se v této zemi spotřebovala v rámci gastronomie a jen malou část tuzemské produkce zkonsumovali v Rakousku lidé z jiných států. Zbytek naši jižní sousedé měli pro svou vlastní spotřebu. (Formánková et al., 2015)

Zákon upravující vinařství v Rakousku vychází z legislativy Evropské unie. Co si ale ustanovili sami a na čem si zakládají je, že revidují, odkud víno pochází. Podle toho, odkud jsou hrozny, rozeznávají vína s původem a bez původu. Důležitá je taky cukernatost vylisované šťávy z hroznů. Dále dohlíží na kvalitu tohoto alkoholického nápoje a mají vytvořeny skupiny podle jakosti, do kterých jsou vína zařazována. Zákon určuje i maximální výtěžek z hektaru vinice. Rakušané rozlišují vína jakostní, zemská a vína s chráněným označením původu (DAC). Stát tato vína přísně kontroluje prostřednictvím jejich rozboru po chemické stránce a výboru, který má státní osvědčení na ochutnávání vín. Po splnění všech požadavků jeho kvality dostane toto víno číslo státní kontroly, které se uvádí na štítku láhve a také ochranou pásku červenobílé barvy. Rakušané mají přesně stanoveny i další náležitosti, které musí mít natisknuto na viněti. A to je například původ, stupeň kvality, obsah alkoholu, cukernatost a označení výrobce.

Pokud je v Rakousku přepravováno víno ve větším množství než 60 litrů, musí být vystaven doprovodný list a potvrzení o transportu.

Podmínky při prodávání sudového vína ve vinárnách a nálevnách vína upravuje značně omezující Dolnorakouský zákon 7045-4.

3.3.5 Maďarsko

Tato země se, co se týče vína, proslavila hlavně dezertním tokajským vínem. Kromě toho se zde ale daří také francouzským odrůdám typickým pro oblasti Bordeaux,

Alsasko a Burgundsko. Na jihu země se pěstuje maďarská odrůda Kadarka, která je z červených tou nejvýznamnější. Nám známější bude ale asi Frankovka, ze které se zde také daří vyrobit skvělá vína. (Walton, 2003)

3.3.6 Řecko

Jak už jsem uváděla v kapitole o historii pěstování vína, Řecko bylo první evropskou zemí, do které se vinná réva přivezla, a proto bude i jediným východoevropským státem, o kterém se nyní zmíním.

Řecko ihned po té, co se stalo součástí EU, provedlo po vzoru Francie uzákonění zeměpisného označení původu hroznů. Tím vzniklo okolo třech desítek regionů, do nichž se řecké hrozny zařazují. Jedním z nich je například Makedonie, která se rozkládá na severu země spolu s Thrákií. V obou těchto regionech se vyrábí především velmi dobrá červená vína. Za zmínku stojí také například jeden z nejvěhlasnějších řeckých muškátů Muscat Blanc, který se vyrábí na ostrově Samos. Jeho chuť může být buďto velmi jemná anebo naopak někomu až protivně sladká, čehož je dosaženo díky tomu, že je vyprodukováno z hroznů, které jsou zcela vysušený. Víno, jež je ale nejvíce známé turistům, se nazývá Retsina a najdete ho ve všech oblastech Řecka, především tedy v okolí hlavního města. Je to bílé víno, v němž najdeme zbytky smoly z borovice, která slouží k jeho delšímu uchování. (Walton, 2003)

3.4 Současný stav vinařství v České republice

3.4.1 Označení vín CHZO a CHOP dle zákona

Dle § 17 odstavce 1 zákona č. 321/2004 Sb. o vinohradnictví a vinařství lze víno pojmenovávat jako „zemské“ (CHZO), pokud je z hroznů pocházejících výhradně z vinohradů vinařské oblasti Čechy nebo z vinařské oblasti Morava a současně z nich bylo v těchto oblastech víno vyrobeno. Tyto hrozny musí být zároveň vhodnou surovinou pro výrobu jakostního vína. Obsah cukru v nich musí být alespoň 14 stupňů standardizovaného moštoměru.

V odstavci 2 § 17 tohoto zákona se píše, že na etiketě zemského vína se musí uvádět kromě náležitostí určených evropskými ustanoveními také označení „zemské víno“ a podle vinařské oblasti, ve které bylo vyprodukováno i označení „české“ nebo „moravské“.

Paragraf 18 zákona č. 321/2004 Sb. o vinohradnictví a vinařství pojednává o jakostním vínu (CHOP). Povinností vinaře není tisknout označení „víno CHOP“ na vinětu. Totéž platí pro pojmenování „víno s chráněným označením původu“, což je

uvedeno v odstavci 8. Ovšem v odstavci 6 je stanoveno, že označení „jakostní víno“ být na etiketě musí ještě spolu s dalšími informacemi. Vinař na ni musí uvést název vinařské oblasti, ve které bylo toto víno zhotoveno a také evidenční číslo jakosti.

V odstavci 2 je stanoveno, že jakostní víno musí být vyrobeno z hroznů, které pocházejí z vinohradů vhodných pro jeho výrobu, což jsou podle § 5 tohoto zákona vinice ve viničních tratích, ve kterých jsou vysázeny odrůdy zapsané na seznamu odrůd podle § 4. Hrozny musí být ve stejné oblasti vypěstovány a zároveň zpracovány ve víno. A také například jejich obsah cukru musí být tentokrát 15 stupňů na moštoměru. Jakostní víno musí přitom odpovídat nárokům na jakost prováděcího právního předpisu a Evropské unie.

3.4.2 Produkce vína v České republice

Množství vína vyrobeného v České republice v minulých třech vinařských letech, která se počítají vždy od 1. srpna daného roku do 31. července příštího roku, je kolem 550 tis. hl/rok. Z toho 2/3 jsou vína bílá a 1/3 přísluší vínům červeným. Konkrétní čísla udávající velikost produkce za dané roky jsou uvedeny v tabulce č. 1., přičemž za poslední rok 2014/2015 je k dispozici její odhad. (Eagri.cz, 2015)

Tab. 1 Produkce vína v ČR v letech 2012/2013-2014/2015

	2012/2013	2013/2014	Odhad 2014/2015
Produkce vína (tis. hl)	487	650	532

Zdroj: Eagri.cz, 2015

V následující tabulce je uvedeno, že největší podíl na produkci vína v České republice mají „vína CHOP“. „Vína CHZO“ představují také nezanedbatelnou část produkce.

Tab. 2 Produkce vína v ČR v letech 2012/2013 a 2013/2014 podle kategorie produktu

Tis. hl	Vína CHOP	Vína CHZO	Odrůdová vína	Jiná vína
2012/2013	310	130	20	10
2013/2014	561	58	8	23

Zdroj: Eagri.cz, 2015

3.4.3 Spotřeba vína v České republice

Konzumace hroznového vína se rok od roku stále stupňovala. Jeho pití ve správné míře je zahrnováno do zdravé stravy a zvláště u mladších generací je víno čím dál více populárním mokem. Vzhledem ke stoupající tendenci ve spotřebě se počítalo

s tím, že její nárůst bude zaznamenán i v roce 2013, ale v tomto roce došlo k poklesu z 19,8 l/os./rok zaznamenaných v roce 2012 o celý jeden litr na osobu a rok. Podle různých specialistů je tento záporný vývoj způsoben existencí a neustálým růstem černého trhu vína v naší republice. Díky tomu nemají oficiální statistiky tu správnou vypovídací schopnost, jelikož neobsahují informace týkající se této černé produkce. (Formánková et al., 2015)

Tab. 3 Spotřeba vína v ČR v letech 2006-2014 v litrech na osobu

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Celkem	17,2	18,5	18,5	18,7	19,4	19,4	19,8	18,8	19,5
Hroznové	14,8	16,1	16,3	16,5	17,3	17,3	17,5	16,2	16,6
Ostatní vína	2,4	2,4	2,2	2,2	2,1	2,1	2,3	2,6	2,9

Zdroj: ČSÚ, 2015

3.4.4 Zahraniční obchod České republiky s vínem

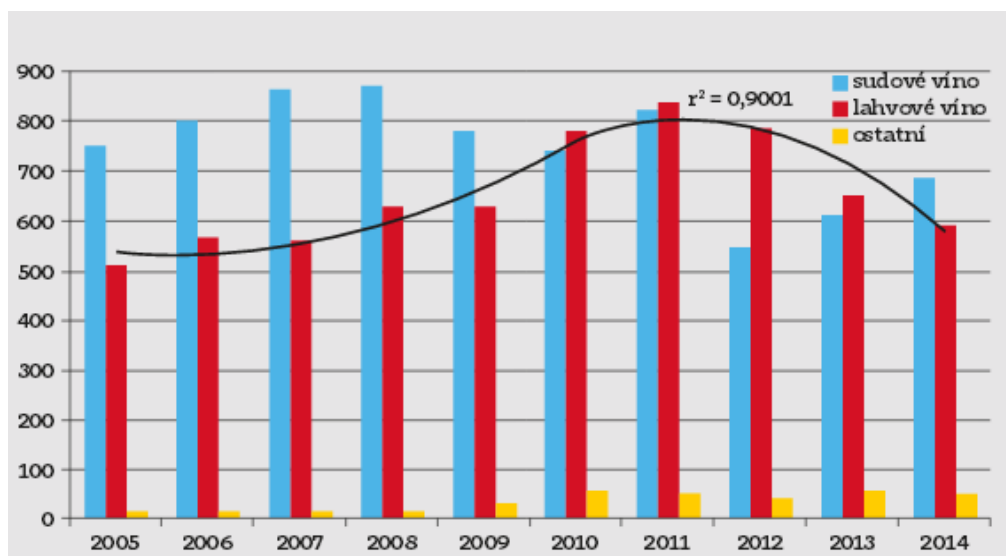
Naši vinaři a výrobci vína jsou schopní uspokojit pouze jednu třetinu poptávky tuzemských spotřebitelů a proto se navyšuje i import vína do naší země. (Formánková et al., 2015)

Nejvýznamnějším dovozcem vína do České republiky bylo v roce 2014 Španělsko, ze kterého se k nám dopravilo 33 % veškerého dovezeného vína. Hned za Španělskem to byla Itálie, z níž se dovezlo 22 % vína a na třetím místě bylo Maďarsko s podílem 10 %. Dohromady se i z ostatních zemí dovezlo 1 382 741 hl vína, což je 4 021 477 tis. Kč. (Eagri.cz, 2015)

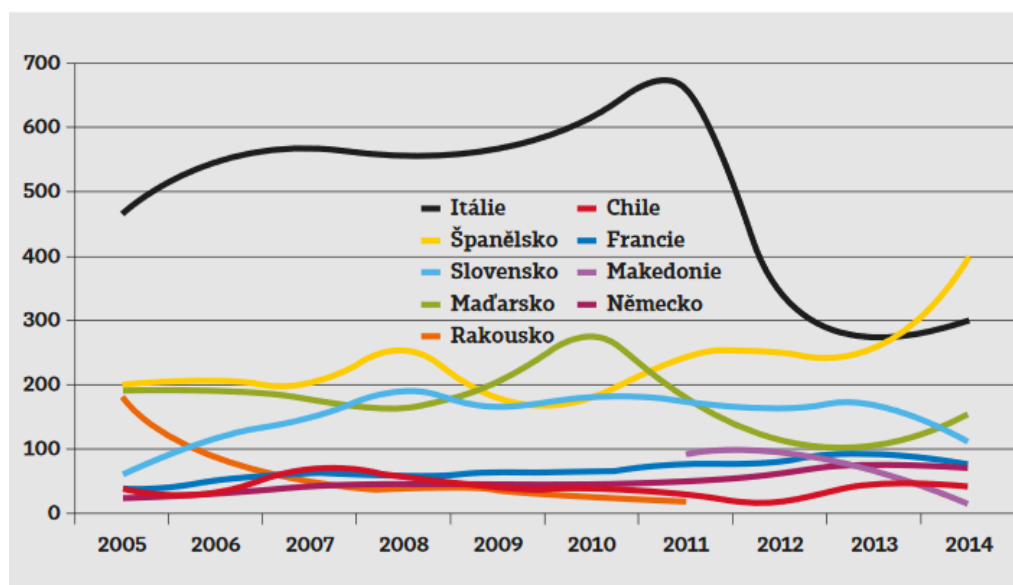
V letech 2011 až 2014 se dovoz vína do České republiky postupně snižoval, což se mohlo v počátku tohoto období přisuzovat velmi dobré úrodě hroznů na domácích vinicích. Jenže naproti tomu v roce 2012 výnos z tuzemských vinohradů vůbec nedosahoval obvyklé úrovně, z čehož šlo předpokládat, že dovoz vzroste. Ale to se nestalo, ba naopak i v následujících letech 2013 a 2014 došlo opět k jeho snížení. Tato skutečnost upozornila na to, že je k nám dopravováno i víno, o kterém nemá celní správa žádný záznam. Od sezóny 2011 množství takového vína u nás rok od roku roste a je možné, že dosahuje 30 až 85 % domácí úrody za jeden rok. (Vinařský věstník, 2015)

Při pohledu na níže uvedený obrázek č. 1 je zřejmé, že až do roku 2011 u nás rostl import vína v láhvích. Tento trend pak ale nabral opačnou tendenci a v roce 2014 se snížilo množství dovezeného lahvového vína téměř na úroveň z ročníku 2006. Naopak dovoz sudového vína do sezóny 2008 vzrůstal, poté mírně poklesl

a v letech 2010 a 2011 se jeho množství dopravené ze zahraničí dostalo na úroveň množství lahvového vína. V následujícím roce se však dovoz sudového opět snížil a od té doby stále narůstá. V roce 2014 bylo už dokonce jeho množství větší než u vína láhového.



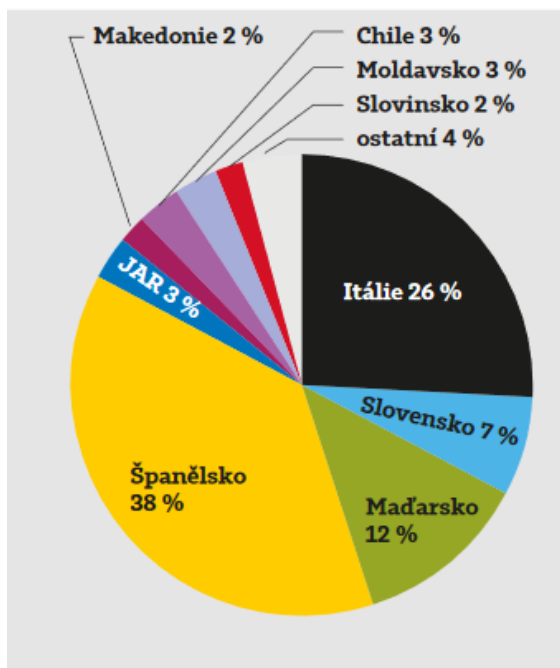
Obr. 1 Důvoz sudového a lahvového vína
Zdroj: Vinařský věstník, 2015



Obr. 2 Vývoj dovozu vína do ČR podle států v letech 2005-2014
Zdroj: Vinařský věstník, 2015

Na obrázku č. 2 vidíme, že nejvíce vína k nám bylo v roce 2014 poprvé dopraveno ze Španělska, jelikož množství vína každoročně dováženého od našeho

dlouholetého dovozce, kterým byla Itálie, rapidně poklesl. Naopak import ze zmíněného Španělska ten rok meziročně stoupl o více jak polovinu. Vzestup zaznamenáváme také u Francie. Státy, které k nám v uplynulých letech naopak začali dovážet méně vína, jsou Rakousko a také Maďarsko.



Obr. 3 Dovoz sudového vína do ČR v roce 2014 podle států
Zdroj: Vinařský věstník, 2015

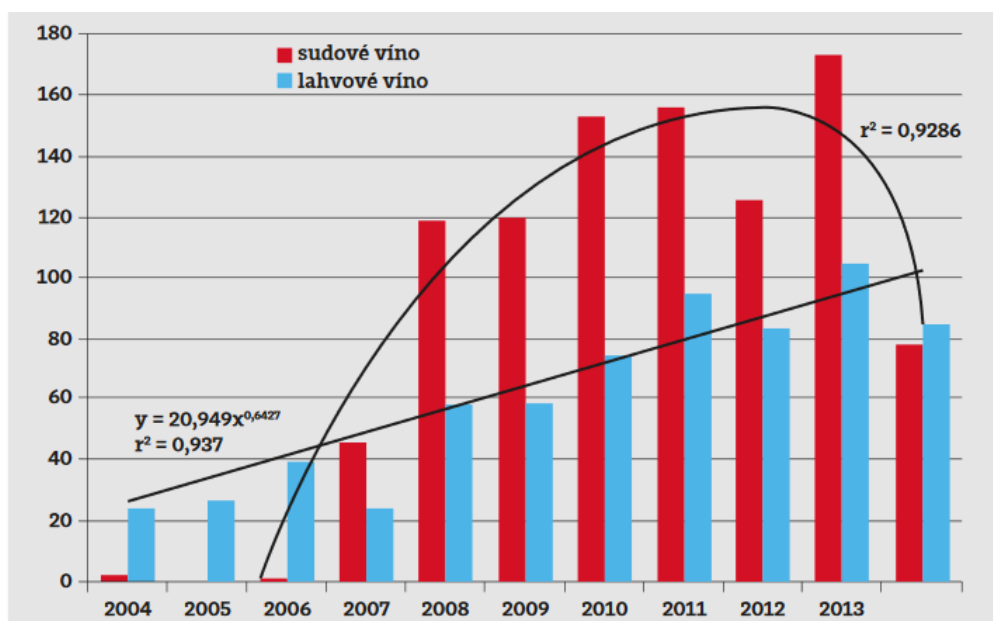
Nejvíce vína v sudech bylo v roce 2014 dovezeno od našeho největšího dodavatele, kterým bylo Španělsko, jak už je uvedeno výše. Z celkového objemu sudového vína, které k nám bylo přivezeno, má 86 % původ ve státech Evropské unie. Také lahvové víno se nejvíce dováželo ze Španělska a druhým významným dovozcem byla Itálie. Dohromady se z těchto dvou zemí dovezlo 40 % celkového množství importovaného vína v láhvích. Ze států mimo Evropskou unii k nám bylo dopraveno 12 % objemu dovozu.

Co se týče cen těchto vín ze zahraničí, tak od roku 2007 až do roku 2010 se ceny vín v láhvích i v sudech u všech dovážejících zemí postupně snižovaly. Nejdražší láhvové víno se dováží z Chile a Francie. Neustále se zvedající ceny tohoto vína z Německa jakoby ani neměly vliv na dovoz německých vín, protože ten ustavně také narůstá. Pokles cen lahvového vína v minulých dvou letech 2013 a 2014 registrujeme u Francie, Španělska a také Maďarska. U sudového vína ceny v roce 2011 začaly narůstat. Nejvíce u poslední jmenované země. Nicméně v roce 2014 se

u všech dovozců už zase snížily. Nejvyšších cen sudového vína bylo během sledovaných let dosaženo v roce 2013.

Vývoz vína z České republiky se od roku 2005 do roku 2007 zvyšoval z původních 5 % domácí výroby až na 25 %. V dalších dvou letech byl zaznamenán mírný pokles, ale v letech 2010 a 2011 se vystupňoval až na 65 %. V roce 2014 dospěl export na třetinovou úroveň výroby, čemuž předcházelo jeho střídavé kolísání. Dochází však i k vývozu vína, které k nám bylo už odněkud importováno, a uvedená procenta jsou tím tedy zkreslena.

Z grafu na obrázku č. 4 je patrné, že v roce 2014 vývoz našeho vína do zahraničí poklesl a to jak sudového tak i lahvového. Víno v lahvích se dostalo na úroveň, kterou dosahovalo dva roky předtím a sudové víno spadlo na méně než 50 % jeho vyváženého objemu v roce předchozím. Toto víno se ale v letech 2004-2006 téměř nevyváželo a o tři roky později už jeho exportovaný objem byl zhruba 120 000 hl. V největší míře bylo vyváženo v roce 2013 v množství 173 000 hl. Je pozoruhodné, že v letech 2010 a 2011, kdy v České republice byl nedostatek vína, objem vyváženého sudového vína nejen narostl, ale po obě dvě období se držel na hodně vysoké úrovni. Vede to k podezření, že víno nepocházelo z domácích vinic.



Obr. 4 Vývoj vývozu vína z ČR v letech 2004-2014
Zdroj: Vinařský věstník, 2015

3.4.5 Návrhy opatření Svazu vinařů ČR proti falšování vína

Svaz vinařů vypracoval plán, jak předcházet a zabránit falšování vína v naší zemi. Vedla je k tomu skutečnost, že sudová vína, která se u nás dají koupit na 30 tis. místech a jsou vydávána za moravská, odtud vůbec nepochází. Dohlížet na takové kvantum prodejců je ale momentálně naprosto nezvladatelné. (Formánková et al., 2015)

V následujícím výčtu jsou vybraná opatření, která popisuje Svaz vinařů ČR na svých internetových stránkách www.svcr.cz v odkazu Návrhy opatření Svazu vinařů České republiky v rámci aktivit proti černému trhu s vínem (2015) a naše republika by měla tato doporučení zavést:

- Je žádoucí zvýšit počet kontrolorů, kteří dozírají na vinaře a obchodníky s vínem. Doporučeno je, aby vždy jeden měl na starost dva kraje pouze v kraji Jiho-moravském by jich mělo být celkem sedm. Dohlížení na dovozová vína v sudech i v lahvích musí být častější a také množství vzorků odebraných inspektory navýšit alespoň pětkrát.
- Množství jihomoravských celníků revidujících alkohol, kteří jsou současně ve stejnou dobu ve výkonu služby, zvětšit na deset a tím bude práce Celní správy účinnější.
- Rozšířit spolupráci orgánů Státní zemědělské a potravinářské inspekce (SZPI) a Generálního ředitelství celní správy (GŘC).
- Dohlížet především na správné hygienické podmínky při prodeji vína zejména v trafikách, zeleninách a dalších malých prodejních místech.
- Během prošetřování zjištěných informací SZPI a Celní správy o možném organizovaném trestním jednání požádat o pomoc Policii ČR.
- Zavést "falšování potravin" jako trestný čin, ze kterého se bude zodpovídat určitá osoba.
- Zavedení tvrdších postihů jako například úplné zakázání výkonu činnosti nebo peněžní tresty pro producenty i prodávající. Pokud kontrola odhalí neexistenci potřebných dokumentů, ihned uzavře provozovnu.

Svaz vinařů sestavil také návrhy proti černému dovozu vína:

- Povinné vedení kompletní dokumentace především sudového vína od jeho výroby až po jeho konzumaci.
- Prozkoumávat zahraniční obchody s podezřele velkým množstvím sudového vína. V každý okamžik prověřit, kde víno bylo, s kým tam přišlo do styku a co

se tam s ním dělo. Spolupráce mezi finančními a celními úřady okolních zemí. Záznamy o vínech v režimu volného daňového oběhu zahrnovat do statistik o zahraničním obchodu, protože v současné době nemají bez těchto informací správnou vypovídací schopnost.

- Dohlížet na cesty cisteren pomocí bran sloužících pro výběr mýta.
- Zařídit, aby vstoupilo v platnost povinné přímé hlášení dovozu vína na SZPI.
- Zavést nekompromisní postihy pro dovozce, pokud nedodrží své povinnosti.

Další opatření Svazu vinařů ČR se týkají prodeje sudového vína a jsou následující:

- Soustředit prodej vína jen do odborných obchodů.
- Zákon o vinohradnictví a vinařství upravit tak, aby nelahvové víno bylo možné zpeněžit jen v případě, že bude vyprodukováno registrovaným vinařem na našem území a bude jenom z hroznů posbíraných na vinicích v České republice. Takovéto prodání vína bude uskutečnitelné v provozovnách samotného vinaře a dále pak prodávajícího, který bude mít s producentem vína smlouvu. Oba dva pak budou spolu garantovat, že nelahvové víno je opravdu kvalitní. V opačném případě budou čelit trestu.
- Producenti a prodávající sudových vín se budou muset nuceně evidovat u SZPI a také hlásit svůj rozsah výroby.
- Opět neúprosné postihy, a pokud budou zpeněžovat víno pančované, tak i trestní sankce.
- U samotných vinařů dohlížet na to, odkud víno, které nabízejí, pochází.

Posledním blokem návrhů, které Svaz vinařů vydal, jsou všeobecné ve vztahu k vínu:

- Vytvořit strukturu, podle které se budou ověřovat povinné raporty u SZPI o výrobě, sklizni a nákupu.
- Podněcovat ke vzniku "Apelačního systému".
- Pobízet k založení komerčního pracoviště pro rozbory vína.
- Dle seznamu SZPI, na kterém jsou ti, kteří se dopustili v oblasti "pančování" vína nějakého deliktu, vyřadit tyto podvodníky z účasti na prestižních soutěžích vína v ČR.

3.4.6 Některé změny v novele vinařského zákona

Novela vinařského zákona z ledna 2016 přináší snížení počtu míst, na kterých je možné koupit sudové víno, včetně úplného zamezení jeho prodeje v automatech. U importů nelahvového vína nastává dovozcům nová povinnost, aby do 12 hodin

po dopravení vína do naší země, oznámili Ústřednímu kontrolnímu a zkušebnímu ústavu zemědělskému kolik, odkud, jaké a jak staré víno přivezli. (Jordán, 2016)

Poprvé jsou také do zákona vloženy ustanovení zabývající se falšováním vína a jeho přesným vymezením. Nařízení určuje, že takové jednání není v souladu s evropskými normami.

Za nedodržení zákona o vinařství je nyní nově stanovena horní výše pokuty místo pěti padesát milionů korun.

4 Praktická část a výsledky

4.1 Cíl výzkumu

Cílem tohoto výzkumu bylo vytvoření dotazníku orientovaný na prozkoumání zkušeností spotřebitelů při nákupu vína, co je při tom ovlivňuje a jaké je jejich povědomí o falšování vína. Jestli vůbec znají jeho praktiky. A zda ví, jak rozeznat vína se zaručeným původem. Dotazník se zaměřoval také na to, jak lidé vnímají reklamu. Na základě těchto odpovědí vytvořit reklamu, která upozorní spotřebitele na falšované vína na našem trhu a také jim připomene způsob označování našeho českého vína.

4.2 Metodika výzkumu a sběr dat

Na dalších stránkách této práce jsem rozebrala otázky a odpovědi respondentů z dotazníku. V prvních otázkách dotazovaní zadávali své pohlaví, do jaké věkové a příjmové kategorie patří, jaká je jejich činnost, rodinný stav a odkud pochází. Jsou to otázky identifikační, díky kterým jsem získala přehled, jaký typ respondentů na můj dotazník odpovídalo. Další okruh 11 obsahových otázek byl zaměřen na to, zda dotazovaní vůbec víno spotřebovávají a pokud ano, tak co je ovlivňuje při jeho výběru a jaké víno volí. Následující 4 otázky se ptaly na povědomí respondentů o problematice falšování vína a poslední 4 otázky byly zaměřeny na reklamy.

Na dotazník odpovědělo celkem 187 dotazovaných obou pohlaví a všech věkových kategorií.

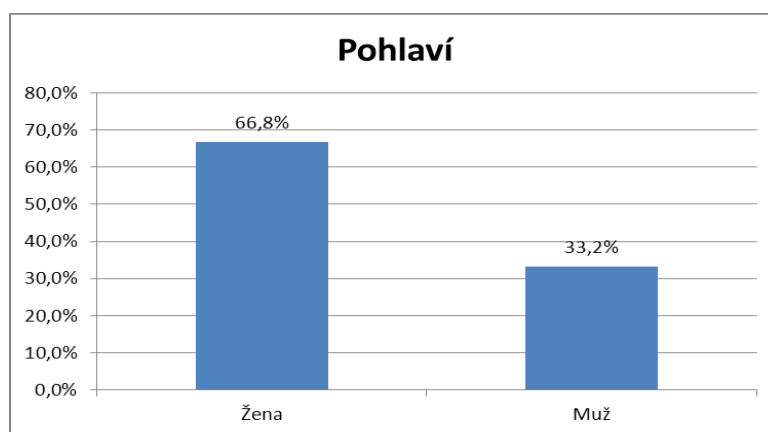
4.2.1 Identifikační otázky

Tyto otázky jsem do dotazníku vložila, abych se o lidech, kteří mi ho vyplňují, dozvěděla nějaké bližší informace a byla schopná se získanými daty lépe pracovat. Jiný názor bude mít na problematiku o víně asi člověk do dvaceti let a jiný starší člověk.

Tab. 4 Otázka č. 1, identifikační: Jaké je Vaše pohlaví?

Pohlaví	Absolutní vyjádření	Relativní vyjádření
Žena	125	66,8%
Muž	62	33,2%
Celkem	187	100,0%

Potvrdilo se, že se všeobecně do vyplňování dotazníků zapojují více ženy než muži, poněvadž mezi mými respondenty bylo žen dvakrát takové množství, jako příslušníků silnějšího pohlaví. Z celkového počtu 187 dotazovaných, bylo 125 žen a jen 62 mužů.



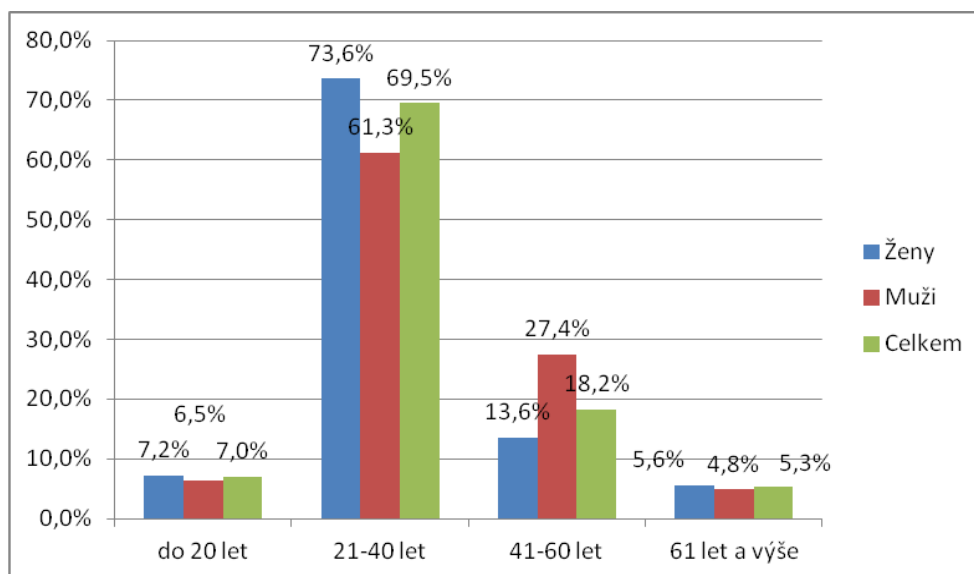
Obr. 5 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 1

Tab. 5 Otázka č. 2, identifikační: Do jaké věkové kategorie patříte?

Věk	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
do 20 let	9	7,2%	4	6,5%	13	7,0%
21-40 let	92	73,6%	38	61,3%	130	69,5%
41-60 let	17	13,6%	17	27,4%	34	18,2%
61 let a výše	7	5,6%	3	4,8%	10	5,3%
Celkem	125	100,0%	62	100,0%	187	100,0%

Dále jsem si respondenty rozdělila do čtyř kategorií podle věku. Průzkum byl určen pro lidi od 18 let, jelikož se týká problematiky zabývající se alkoholem. Nejmladší

kategorie byla sice omezená jen shora věkovou hranicí 20 let, ale respondenti byli ještě před otevřením dotazníku upozorněni, že je jen pro dospělé. Nejvíce se mi jich vrátilo od lidí ve věkovém rozpětí od 21 do 40 let. To platí pro obě dvě pohlaví. Lidé v tomto věku se totiž nejčastěji účastní různých společenských akcí, na kterých se popíjí alkohol včetně vína. Nejméně dotazníků jsem obdržela od mužů starších 61 let a mladších 20 let.

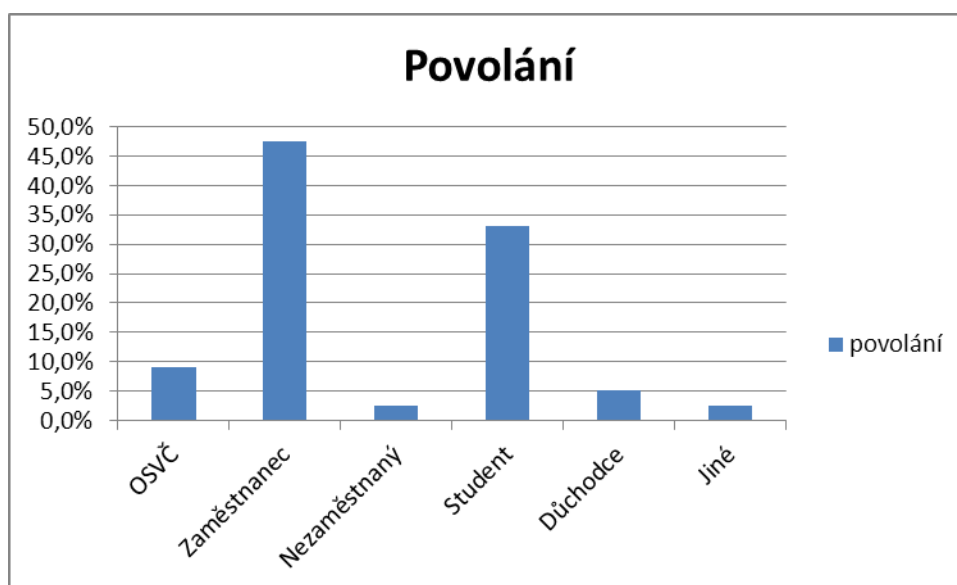


Obr. 6 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 2

Tab. 6 Otázka č. 3, identifikační: Jste:

Činnost	Absolutně	Relativně
OSVČ	18	9,2%
Zaměstnanec	93	47,4%
Nezaměstnaný	5	2,6%
Student	65	33,2%
Důchodce	10	5,1%
Jiné	5	2,6%
Celkem	196	100,0%

U třetí identifikační otázky lidé mohli vybrat více možností najednou. Nejvíce respondentů, téměř polovina, je zaměstnaných a 33 % jsou studenti. Nejméně dotazníků se mi vrátilo od jedinců, kteří nemají práci a důchodci se do vyplňování zapojili z 5 %. U jiných odpovědí, které mohli lidé sami napsat, uváděli, že jsou na mateřské dovolené nebo například v domácnosti.

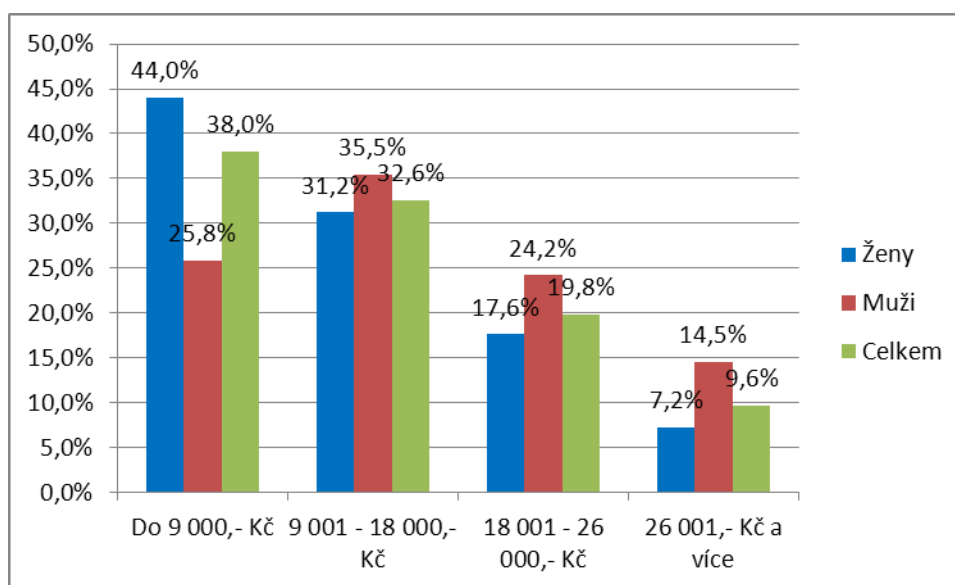


Obr. 7 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 3

Tab. 7 Otázka č. 4, identifikační: Váš čistý měsíční příjem je:

Příjem	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Do 9 000,- Kč	55	44,0%	16	25,8%	71	38,0%
9 001 - 18 000,- Kč	39	31,2%	22	35,5%	61	32,6%
18 001 - 26 000,- Kč	22	17,6%	15	24,2%	37	19,8%
26 001,- Kč a více	9	7,2%	9	14,5%	18	9,6%
Celkem	125	100,0%	62	100,0%	187	100,0%

U otázky, která rozřazuje respondenty podle výše jejich čistého příjmu za měsíc, nejvíce lidí, a to 38 %, uvedlo, že pobírají pouze do 9 tis. Kč. Byli mezi nimi hlavně ženy, jichž bylo z celkového počtu 55. Celkem 18 lidí uvedlo, že jejich příjem přesahuje 26 tis. Kč. Podle pohlaví se dělí přesně na poloviny. Druhou nejvíce zastoupenou skupinou jsou lidé za měsíc pobírající příjem v rozpětí od 9 do 18 tisíc korun.

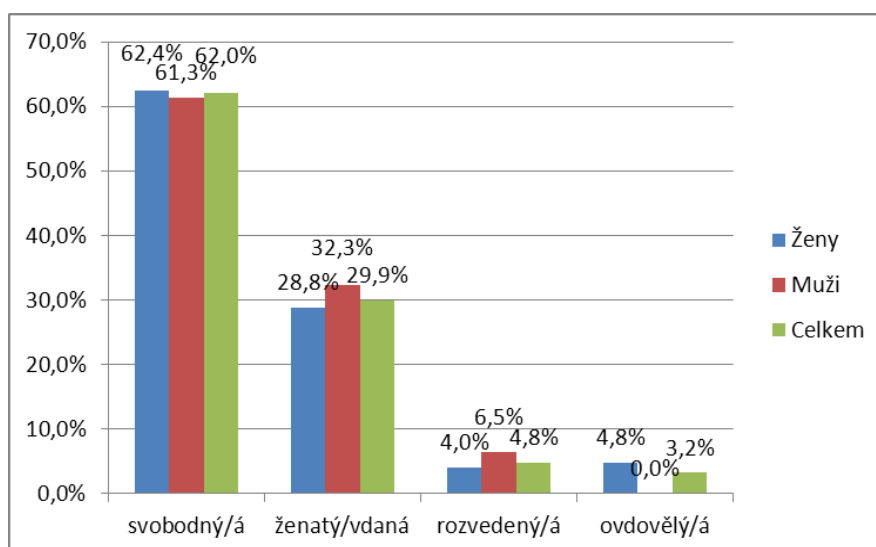


Obr. 8 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 4

Tab. 8 Otázka č. 5, identifikační: Váš rodinný stav je:

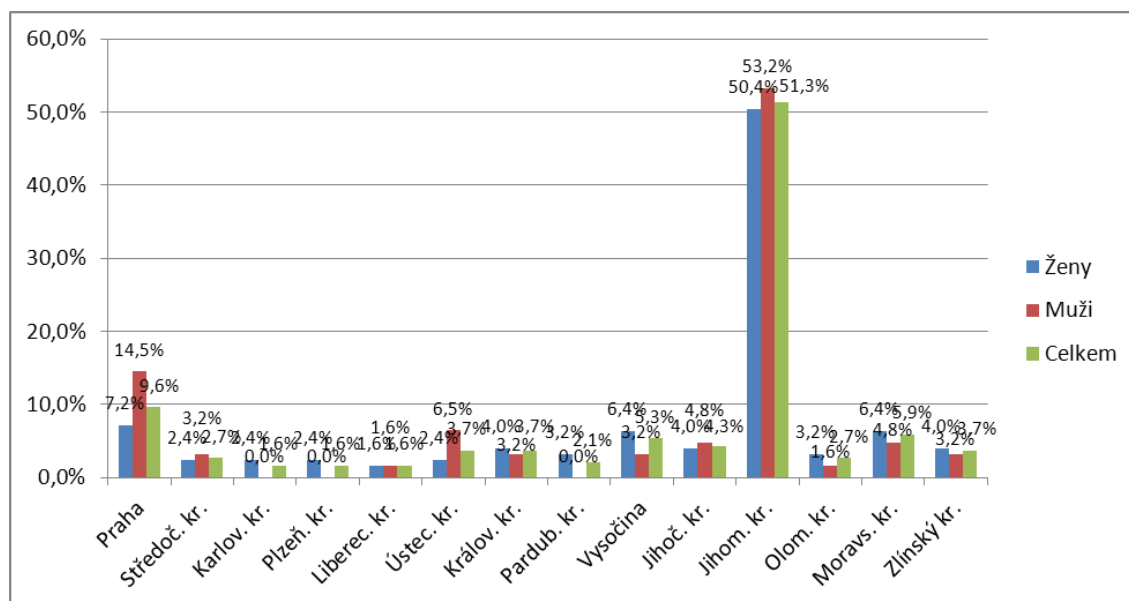
rodinný stav	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
svobodný/á	78	62,4%	38	61,3%	116	62,0%
ženatý/ vdaná	36	28,8%	20	32,3%	56	29,9%
rozvedený/á	5	4,0%	4	6,5%	9	4,8%
ovdovělý/á	6	4,8%	0	0,0%	6	3,2%
Celkem	125	100,0%	62	100,0%	187	100,0%

Jako nejčastější rodinný stav uváděli respondenti svobodný/á. Bylo jich celkem 116, což je 62 %. Dotazník mi vypsalo 6 ovdovělých žen a 5 rozvedených, které dohromady tvoří necelých 9 % vyplňujících. Téměř 30 % respondentů uvedlo, že jsou ženatí nebo vdané, přičemž žen bylo o 16 více jak mužů. Dotazník nevyplnil ani jeden vdovec.



Obr. 9 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 5

V další otázce jsem zjišťovala, z jakého kouta naší republiky, mí respondenti pochází. Dotazník byl určen pro všechny kraje bez omezení, protože jsem chtěla zjistit jaké povědomí o falšování vína napříč celou republikou. Polovina vyplněných dotazníků se mi vrátila z Jihomoravského kraje. Tento výsledek jsem předem očekávala, poněvadž jih Moravy je vinařským regionem. Deset procent respondentů je z hlavního města a zbytek krajů bylo zastoupeno většinou do pěti procent z celkového počtu dotazníků. V Jihomoravském kraji odpovídalo jednou takové množství žen než mužů a v Praze byl jejich počet stejný.



Obr. 10 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 6

Tab. 9 Otázka č. 6, identifikační: Z jakého kraje pocházíte?

kraj	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Praha	9	7,2%	9	14,5%	18	9,6%
Středoč. kr.	3	2,4%	2	3,2%	5	2,7%
Karlov. kr.	3	2,4%	0	0,0%	3	1,6%
Plzeň. kr.	3	2,4%	0	0,0%	3	1,6%
Liberec. kr.	2	1,6%	1	1,6%	3	1,6%
Ústec. kr.	3	2,4%	4	6,5%	7	3,7%
Králov. kr.	5	4,0%	2	3,2%	7	3,7%
Pardub. kr.	4	3,2%	0	0,0%	4	2,1%
Vysočina	8	6,4%	2	3,2%	10	5,3%
Jihoč. kr.	5	4,0%	3	4,8%	8	4,3%
Jihom. kr.	63	50,4%	33	53,2%	96	51,3%
Olom. kr.	4	3,2%	1	1,6%	5	2,7%
Moravs.	8	6,4%	3	4,8%	11	5,9%

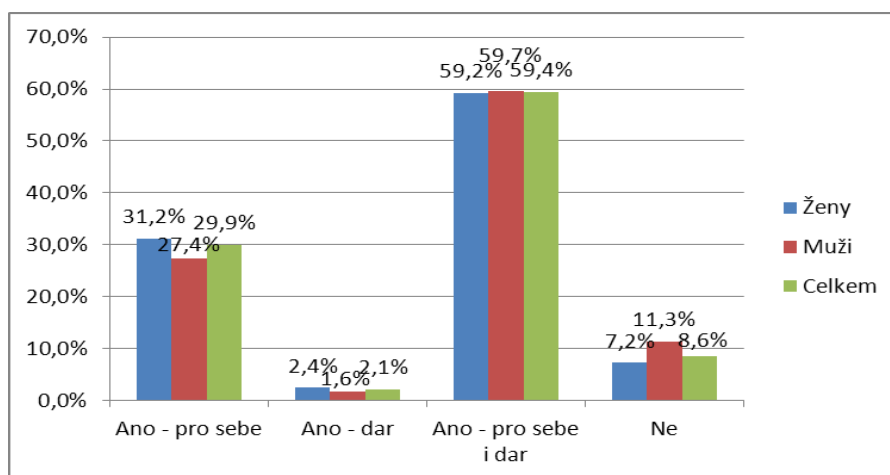
kr.						
Zlínský						
kr.	5	4,0%	2	3,2%	7	3,7%
Celkem	125	100,0%	62	100,0%	187	100,0%

4.2.2 Obsahové otázky

První blok obsahových otázek byl zaměřen na to, zda respondenti vyplňující dotazník vůbec spotřebovávají víno a pokud ne, tak z jakého důvodu.

Tab. 10 Otázka č. 7: Spotřebováváte víno?

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Ano - pro sebe	39	31,2%	17	27,4%	56	29,9%
Ano - dar	3	2,4%	1	1,6%	4	2,1%
Ano - pro sebe i dar	74	59,2%	37	59,7%	111	59,4%
Ne	9	7,2%	7	11,3%	16	8,6%
Celkem	125	100,0%	62	100,0%	187	100,0%

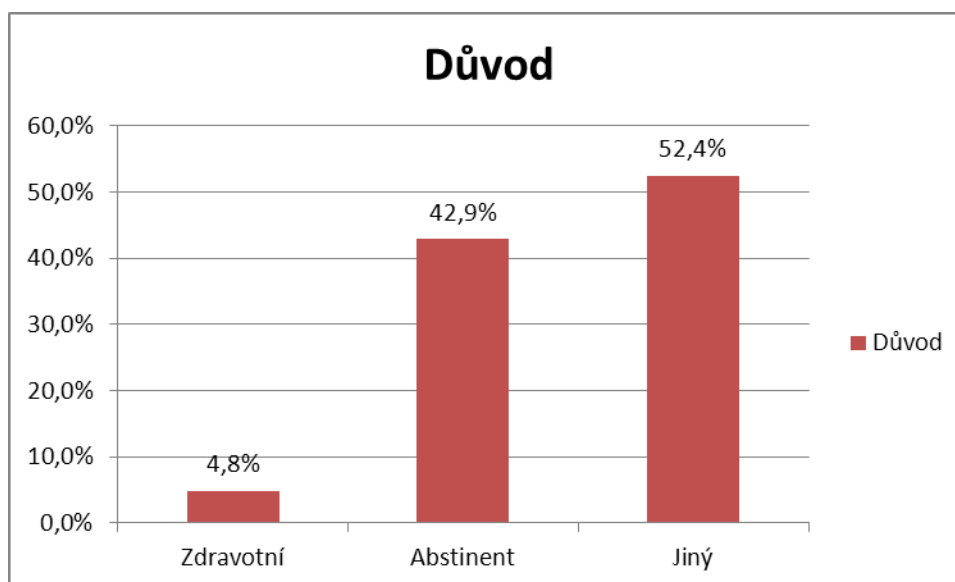


Obr. 11 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 7

Pokud respondenti v otázce č. 7 odpověděli, že víno sami spotřebovávají nebo ho ještě taky někomu darují, automaticky přecházeli na otázku č. 9 bez odpovědi na č. 8. Při odpovědích, že ho vůbec nespotebovávají nebo ho jen dávají někomu darem, pokračovali na otázku 8. Téměř 90 % respondentů potvrdilo, že je spotřebitelem vína.

Tab. 11 Otázka č. 8: Pokud víno nekonzumujete, z jakého důvodu?

Důvod	Absolutně	Relativně
Zdravotní	1	4,8%
Abstinent	9	42,9%
Jiný	11	52,4%
Celkem	21	100,0%



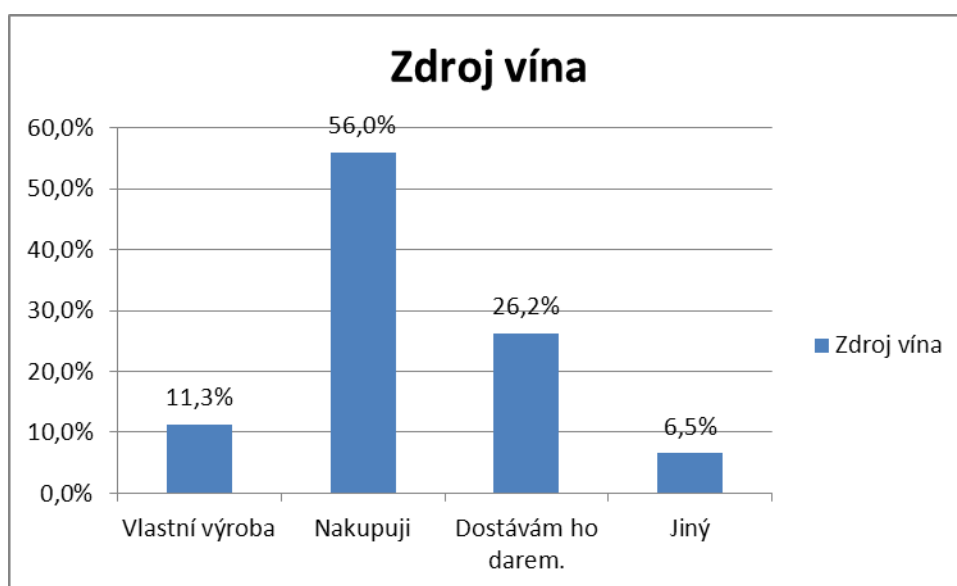
Obr. 12 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 8

Touto otázkou pro 19 respondentů dotazník končil, protože pokud víno sami nespotebovávají, nemá význam jim klást další otázky. V tabulce je jich ale uvedeno 21, protože 2 respondenti vyplňovali dotazník ještě před upřesněním jeho nastavení správného větvení. Jeden z nich je abstinent a druhý ze zdravotních důvodů víno nekonzumuje, ale i přesto dotazník vyplnili celý až do konce.

Nejvíce respondentů se na tuto otázku vyjádřilo jiným důvodem a do vlastních odpovědí úplně všichni v podstatě napsali, že jim víno nechutná.

Tab. 12 Otázka č. 9: V případě, že jste jeho spotřebitelem, jaký je Váš hlavní zdroj vína?

Zdroj vína	Absolutně	Relativně
Vlastní výroba	19	11,3%
Nakupuji	94	56,0%
Dostávám ho darem.	44	26,2%
Jiný	11	6,5%
Celkem	168	100,0%



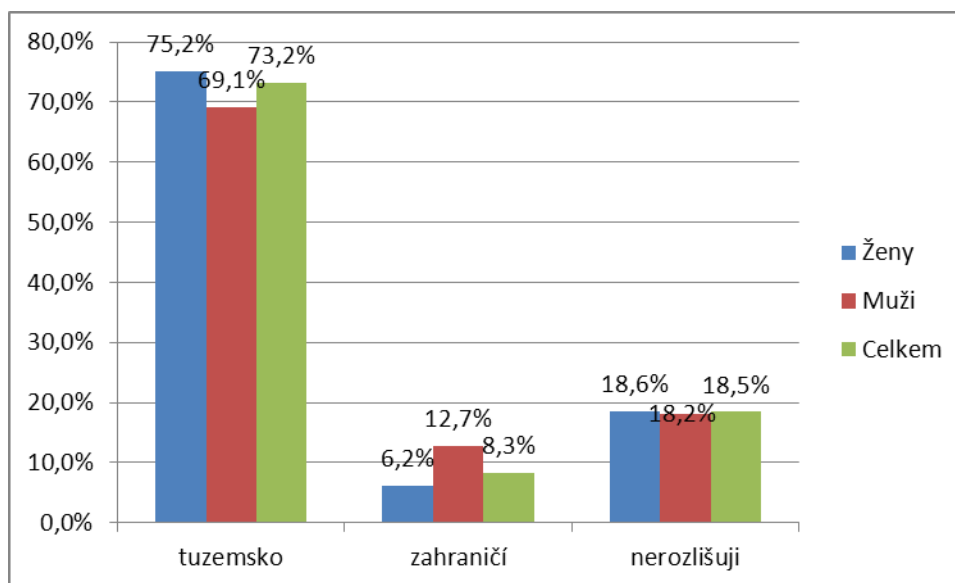
Obr. 13 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 9

Spotřebitelé uvedli, že víno nejčastěji získávají nákupem. Bylo jich celkem 56 % ze zbylých 168 respondentů, kteří u předchozí otázky dotazník neukončili. Více jak 26 % lidí vybralo možnost, že jim víno někdo daruje a 11 % dotazovaných si vyrábí své vlastní. Respondenti měli možnost uvést i jinou formu pořízení vína, ale do vlastních odpovědí uváděli, že ho sice nevyrábí přímo oni sami, ale dělá ho někdo z jejich nejbližší rodiny. Pouze dva odpověděli, že víno nakupují a zároveň jim ho někdo daruje.

Touto otázkou jsem se snažila zjistit, kolik odpovídajících si vyrábí víno vlastní, poněvadž tito lidé jen v minimální míře spotřebovávají víno od někoho jiného a tím pádem se nestávají obětmi podvodníků, kteří falšují vína. Kdežto ty, kteří nakupují, je potřeba na tuto problematiku upozornit a varovat je před ní.

Tab. 13 Otázka č. 10: Konzumujete častěji vína:

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
tuzemsko	85	75,2%	38	69,1%	123	73,2%
zahraničí	7	6,2%	7	12,7%	14	8,3%
nerozlišuji	21	18,6%	10	18,2%	31	18,5%
Celkem	113	100,0%	55	100,0%	168	100,0%



Obr. 14 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 10

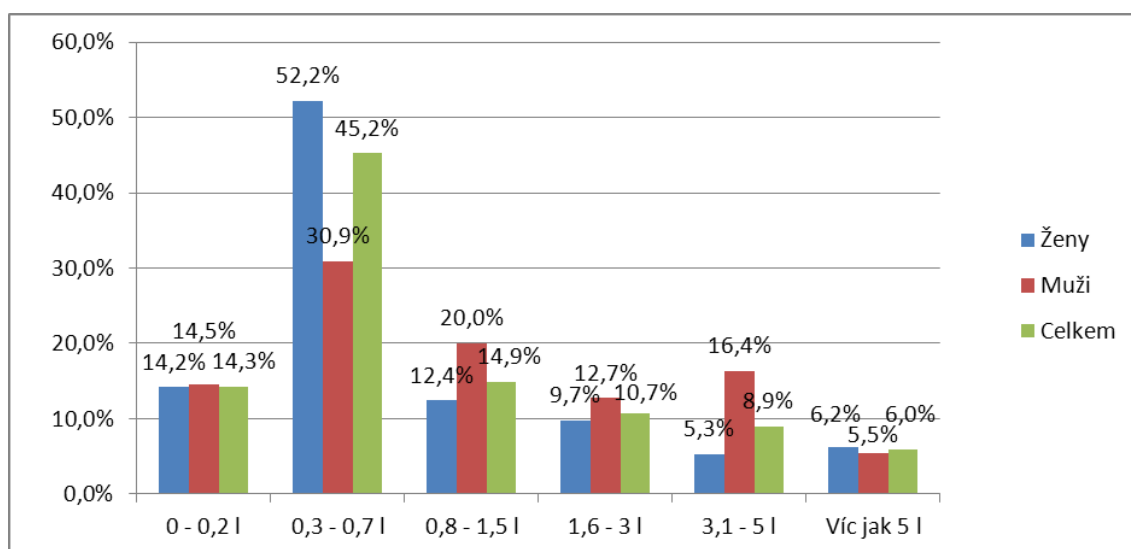
Podle odpovědí na otázku č. 10 jsem zjistila, že 73 % spotřebitelů konzumuje víno převážně z tuzemska a jen 8,3 % lidí upřednostňuje zahraniční víno. Ženy a muži ho nakupují ve stejném poměru. Celkem 31 respondentů původ vína nebo hroznů, z nichž bylo vyrobeno, vůbec nerozlišuje. Myslím, že je potřeba veřejnost upozorňovat, že jsou mnohdy vína vydávána za česká nebo moravská, i když tomu tak není. Jeho původ neřeší hlavně ženy. Mužů tuto možnost zvolila jen polovina oproti ženám.

Bylo důležité zjistit, i kolik mí respondenti vlastně toho vína spotřebují. Jestli mi dotazník nevyplňují jen lidé, kteří si dají jednu skleničku za rok třeba někde na svatbě. Takové osoby by nemělo moc velký význam upozorňovat na falšovaná vína. Z dotazníku vyplynulo, že nejvíce lidí vypije 0,3 – 0,7 litrů vína, průměrně tedy 0,5 litru za měsíc. Jejich spotřeba je sice překvapivě malá, ale je to dáno tím, že vět-

šina, z těch co toto rozmezí volilo, jsou ženy. Nejméně lidí za měsíc vypije více jak 5 litrů, ale co je překvapující, tak tuto odpověď volilo opět více žen než mužů.

Tab. 14 Otázka č. 11: Jaká je Vaše přibližná spotřeba vína za 1 měsíc?

množství	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
0 - 0,2 l	16	14,2%	8	14,5%	24	14,3%
0,3 - 0,7 l	59	52,2%	17	30,9%	76	45,2%
0,8 - 1,5 l	14	12,4%	11	20,0%	25	14,9%
1,6 - 3 l	11	9,7%	7	12,7%	18	10,7%
3,1 - 5 l	6	5,3%	9	16,4%	15	8,9%
Víc jak 5 l	7	6,2%	3	5,5%	10	6,0%
Celkem	113	100,0%	55	100,0%	168	100,0%



Obr. 15 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 11

Z mého průzkumu dále vyplynulo, že lidé víno nejčastěji nakupují ve vinotékách. Je jich téměř polovina, ze všech dotázaných. Dalším nejoblíbenějším prodejním místem jsou obchodní řetězce, kam chodí víno nakupovat 36,3 % respondentů. Téměř stejné množství dotázaných kupuje víno přímo u vinaře anebo ho nenakupuje vůbec. Jen jeden člověk uvedl, že víno obvykle pořizuje v prodejních typu květinářství, trafiky atd. Necelých 5 % respondentů uvedlo, že víno získává jinými způsoby,

než byly dány v dotazníku. Někteří uvedli, že ho dostávají nebo ho vyrábí. Jeden člověk uvedl, že víno nakupuje přes eshop.

Tab. 15 Otázka č. 12: Kde obvykle víno nakupujete?

	Absolutně	Relativně
obchody s nepotravinovým zbožím	1	0,6%
malé obchody s potravinami	8	4,8%
obchodní řetězce	61	36,3%
vinotéky	82	48,8%
restaurační zařízení	23	13,7%
přímo u vinaře	46	27,4%
nenakupuji	43	25,6%
jinde	8	4,8%
Celkem respondentů	168	100,0%

Tab. 16 Otázka č. 13: Následující faktory seřad'te podle toho, jak Vás při nákupu vína ovlivňují od 1 do 5 (1 = nejvíce, 5 = nejméně):

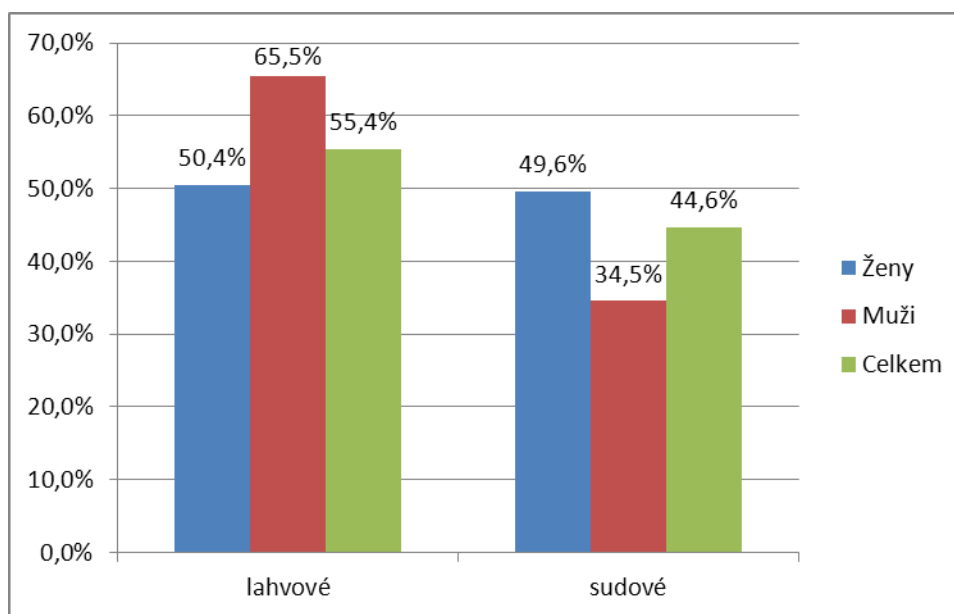
kritérium	průměrné pořadí odpovědí
cena	3,304
kvalita	1,702
jeho výrobce	3,554
odrůda	2,679
země původu	3,762

Lidé se při nákupu vína rozhodují hlavně podle jeho kvality, kterou dávali v největší míře na první místo. Na druhém místě se při výběru vína řídí podle odrůdy. Poslední tři kritéria respondenti nejčastěji uváděli na třetí místo při rozhodování jaké víno koupit. Dá se tedy říct, že cena, výrobce a země původu ovlivňují spotřebitele stejně.

Na otevřenou otázku č. 14, ve které jsem se ptala na špatné zkušenosti respondentů při nákupu vína, valná většina z nich uvedla, že s ničím neuspokojivým se nesetkali. Někteří napsali, že se víno nedalo pít, nebylo dobré nebo cena neodpovídala kvalitě. Jeden respondent uvedl, že po konzumaci malého množství levného stáčeného vína měl zdravotní obtíže.

Tab. 17 Otázka č. 15: Jakému vínu dáváte častěji přednost?

druh	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
lahvové	57	50,4%	36	65,5%	93	55,4%
sudové	56	49,6%	19	34,5%	75	44,6%
Celkem	113	100,0%	55	100,0%	168	100,0%



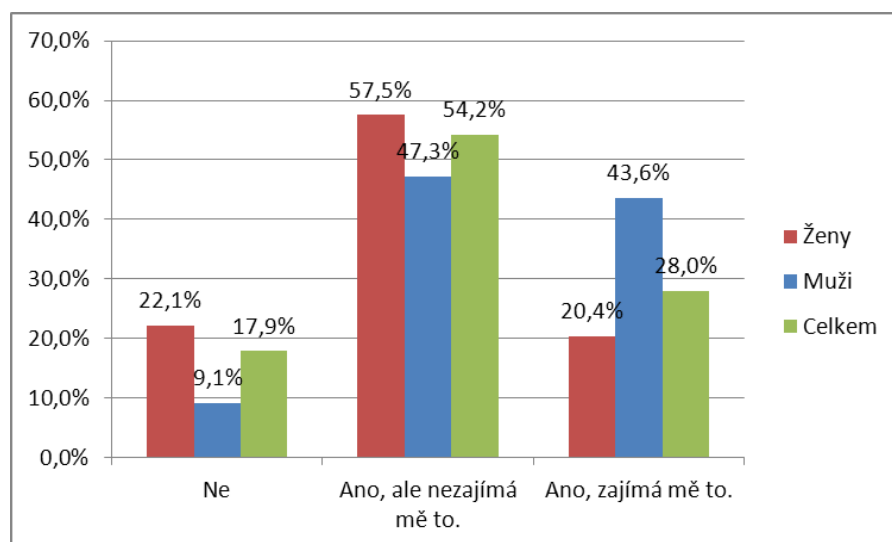
Obr. 16 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 15

Více lidí uvádí, že nakupuje lahvové víno, ale sudové víno nakupuje jen o 11 % respondentů méně. Podle svých odpovědí se u této otázky dotazovaní opět rozdělili. Ti, co vybrali možnost sudového vína, pokračovali hned na další otázky č. 16 a 17, kdežto druhá část respondentů přeskočila až na otázku č. 18. Nemělo význam se jich dále vyptávat na sudové víno. V další otázce jsem totiž zjišťovala, co dotazované vede právě k jeho odběru. Jejich odpovědi byly různé, např. že nakupují víno přímo u známého vinaře, cena sudového vína je nižší, než lahvového, mají možnost

ho ochutnat a podle některých má i lepší chuť, je bez konzervantů, má lepší kvalitu, je pro ně snadno dostupné, nejsou zklamáni ze zhoršené kvality díky špatnému skladování jako u lahvového vína a mají možnost vzít si jen půl litru do plastové láhve, která se nerozbije a je lehčí. Naopak při dotazu č. 17 na nedostatky prodeje sudového vína uváděli spotřebitelé často, že je s ním horší manipulace, může být falšované a je nevhodné k darování někomu druhému. Také psali o jeho krátkodobém skladování a potřebě ošetřovat. Někteří si myslí, že žádné nedostatky nemá anebo je neznají.

Tab. 18 Otázka č. 18: Víte o problému falšování vína?

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
Ne	25	22,1%	5	9,1%	30	17,9%
Ano, ale nezajímá mě to.	65	57,5%	26	47,3%	91	54,2%
Ano, zajímá mě to.	23	20,4%	24	43,6%	47	28,0%
Celkem	113	100,0%	55	100,0%	168	100,0%



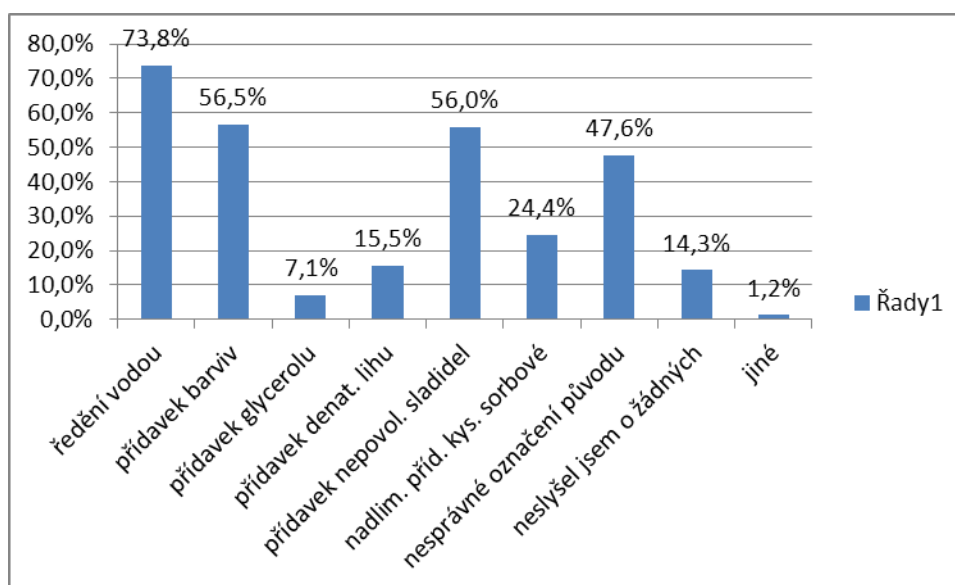
Obr. 17 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 18

Při otázce zjišťující povědomí lidí o falšování vína víc jak polovina z dotazovaných odpovědělo, že o problematice slyšelo, ale nezajímá je to. Že o problému nic neví, uvedlo 25 žen a jen 5 mužů. Poslední skupinou jsou lidé, kteří o falšování vědí a zajímají se o to. Jde o 43,6 % mužů a 20,4 % žen. Z tohoto rozdílu lze usoudit, že mužům je tento problém méně lhostejný než ženám.

Tab. 19 Otázka č. 19: Označte praktiky při falšování vína, o kterých jste slyšeli:

	Absolutně	Relativně
ředění vodou	124	73,8%
přídavek barviv	95	56,5%
přídavek glycerolu	12	7,1%
přídavek denat. lihu	26	15,5%
přídavek nepovol. sladidel	94	56,0%
nadlim. příd. kys. sorbové	41	24,4%
nesprávné označení původu	80	47,6%
neslyšel jsem o žádných	24	14,3%
jiné	2	1,2%
Celkem respondentů	168	100,0%

Jak se ukázalo, ředění vodou je jako praktika falšování vína nejvíce známá. Jako další problém, o kterém už lidé slyšeli, uváděli přídavky barviv, nepovolených sladidel a nesprávné označování původu. Jeden respondent ve vlastní odpovědi uvedl přidávání aromat a další uvedl nastavování vína levnějším nebo jablečnou složkou.



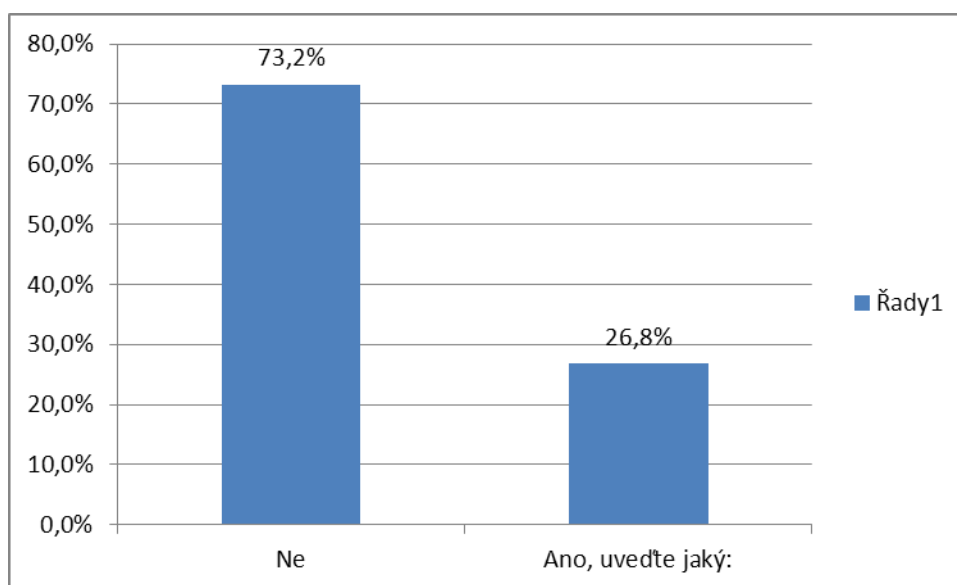
Obr. 18 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 19

Když měli respondenti v otázce č. 20 vyjádřit svůj názor na možná zdravotní rizika po konzumaci falšovaného vína, psali hodně o trávicích potížích, bolestech hlavy nebo o hrozbě oslepnutí. Toto byly nejčastější odpovědi. Většina se shodla, že takové víno může mít špatný vliv na zdraví, ale buď je žádná konkrétní rizika nenapadla, nebo uvedli, že je neznají. Část dotázaných napsala, že to žádný vliv nemá nebo že prostě neví.

Tab. 20 Otázka č. 21: Znáte způsob označování domácích vín zaručující jejich původ v ČR?

	Absolutně	Relativně
Ne	123	73,2%
Ano, uveďte jaký:	45	26,8%
Celkem respondentů	168	100,0%

Víc jak 73 % respondentů v dotazníku uvedlo, že vůbec neví, jak poznají na trhu vína, která zaručeně pochází z domácí produkce. Pouze 26,8 % napsalo ve vlastních odpovědích především to, že se naše vína označují vlaječkami v národních barvách.

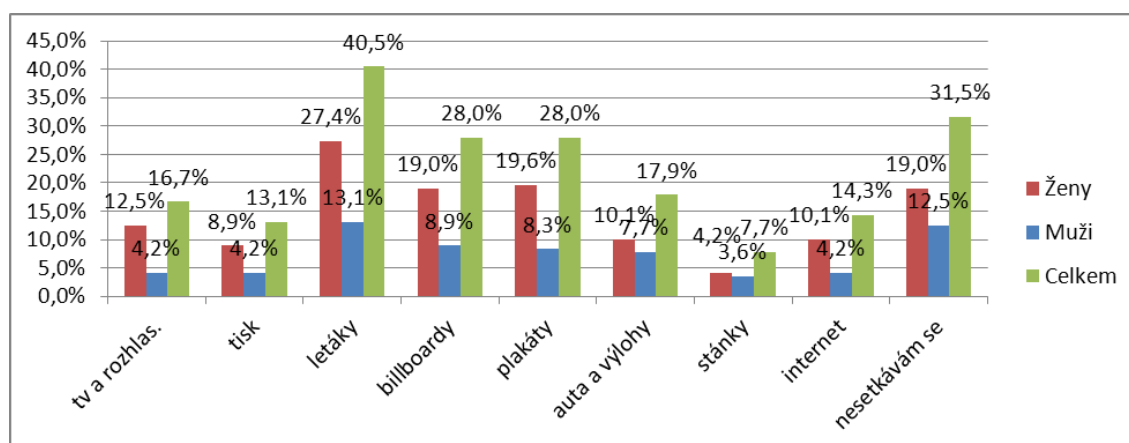


Obr. 19 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 21

Tab. 21 Otázka č. 22: S jakým typem reklamy na víno se setkáváte nejčastěji?

typ reklamy	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
tv a rozhlas.	21	12,5%	7	4,2%	28	16,7%
tisk	15	8,9%	7	4,2%	22	13,1%
letáky	46	27,4%	22	13,1%	68	40,5%
billboardy	32	19,0%	15	8,9%	47	28,0%
plakáty	33	19,6%	14	8,3%	47	28,0%
auta a výlohy	17	10,1%	13	7,7%	30	17,9%
stánky	7	4,2%	6	3,6%	13	7,7%
internet	17	10,1%	7	4,2%	24	14,3%
nesetkávám se	32	19,0%	21	12,5%	53	31,5%
Celkem respond.					168	100,0%

Respondenti uvedli, že nejčastěji registrují reklamy zaměřené na víno v letáčích, dále shodně na billboardech a plakátech. Asi třetina napsala, že se s takovou reklamou vůbec nesetkává.

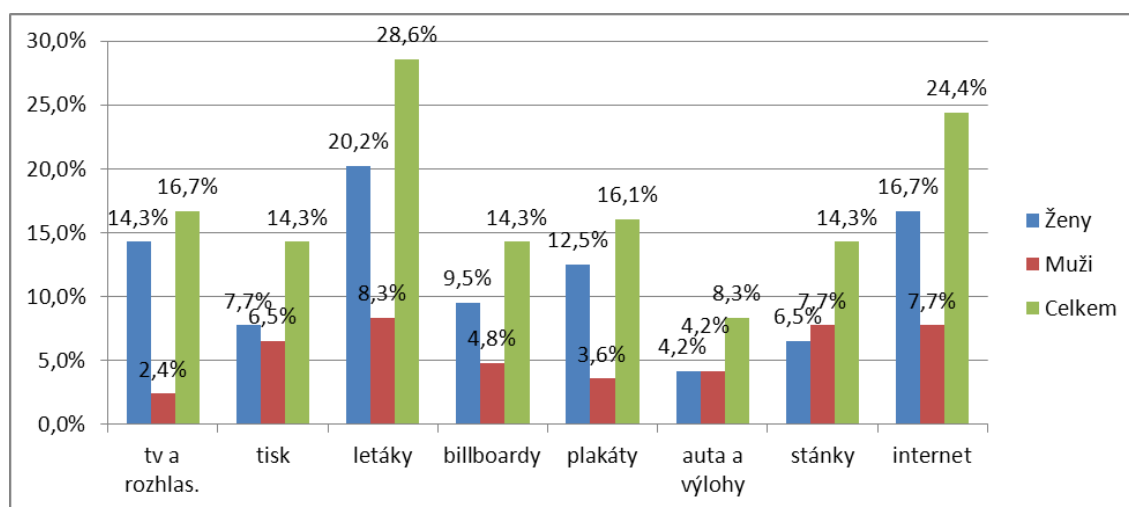


Obr. 20 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 22

Tab. 22 Otázka č. 23: Který z uvedených typů reklam Vás nejvíce oslovuje?

typ reklamy	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
tv a rozhlas.	24	14,3%	4	2,4%	28	16,7%
tisk	13	7,7%	11	6,5%	24	14,3%
letáky	34	20,2%	14	8,3%	48	28,6%
billboardy	16	9,5%	8	4,8%	24	14,3%
plakáty	21	12,5%	6	3,6%	27	16,1%
auta a výlohy	7	4,2%	7	4,2%	14	8,3%
stánky	11	6,5%	13	7,7%	24	14,3%
internet	28	16,7%	13	7,7%	41	24,4%
Celkem respond.					168	100,0%

Nejčastějším typem reklamy, který upoutává pozornost žen, jsou letáky (20,2 %) a reklamy na internetu (16,7%). Ostatně oba dva tyto nástroje vybírali nejvíce i muži. Letáky označilo 8,3 % mužů a internet 7,7 % stejně jako reklamní stánky. Ženy si nejméně všimají reklam vyobrazených na autech a taky ve výlohách prodejen. Tyto reklamy oslovují i naprosto stejné procento (4,2 %) mužů. Ti dávají nejméně pozor při televizních a rozhlasových reklamách.

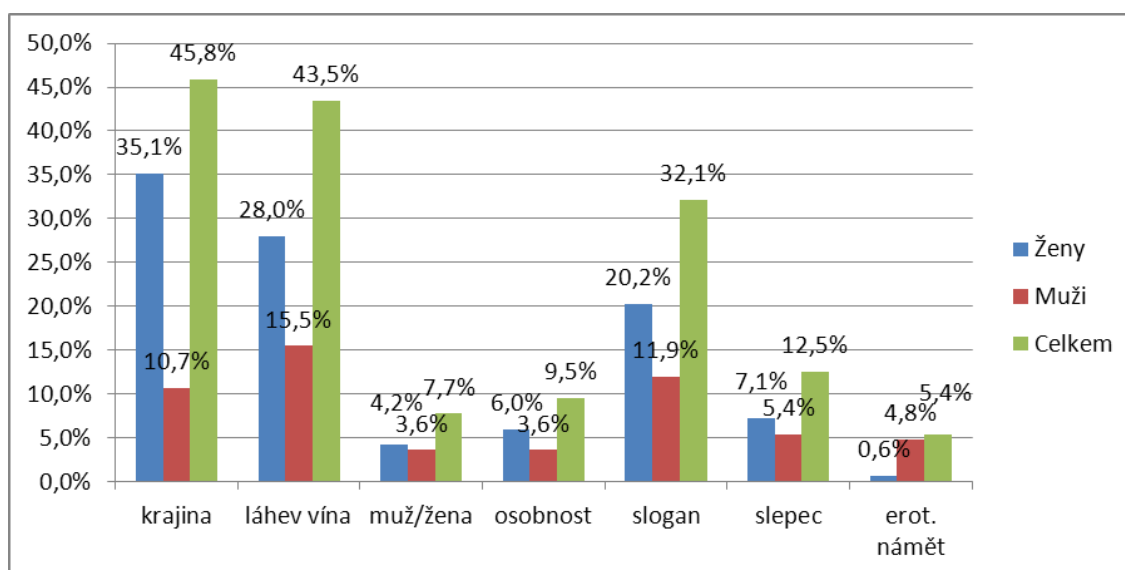


Obr. 21 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 23

Tab. 23 Otázka č. 24: Co by Vás na první dojem zaujalo v reklamě propagující kvalitní vína z Čech a Moravy, která má zároveň upozornit spotřebitele na problematiku výskytu falšování vín na našem trhu?

	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
krajina	59	35,1%	18	10,7%	77	45,8%
láhev vína	47	28,0%	26	15,5%	73	43,5%
muž/žena	7	4,2%	6	3,6%	13	7,7%
osobnost	10	6,0%	6	3,6%	16	9,5%
slogan	34	20,2%	20	11,9%	54	32,1%
slepec	12	7,1%	9	5,4%	21	12,5%
erot. námět	1	0,6%	8	4,8%	9	5,4%
Celkem respond.					168	100,0%

Zatímco ženy odpovídaly na otázky na propagaci vín z Čech a Moravy, že by se jim nejvíce líbil motiv krajiny s vinohradem, u mužů vzbudila největší dojem láhev vína a hrozny. Tuto variantu ženy označovaly hned jako druhou (28 %). Celkově se ale téměř 46 % všech respondentů nejvíce líbila právě scénérie s vinicí. Muži by u takové reklamy neuvítali ani krásného chlapa ani krásnou ženu a zároveň by je stejně málo oslovila známá osobnost. Pouze jedna žena vybrala motiv s erotickým námětem a celkově tuto možnost vybralo také nejméně respondentů.

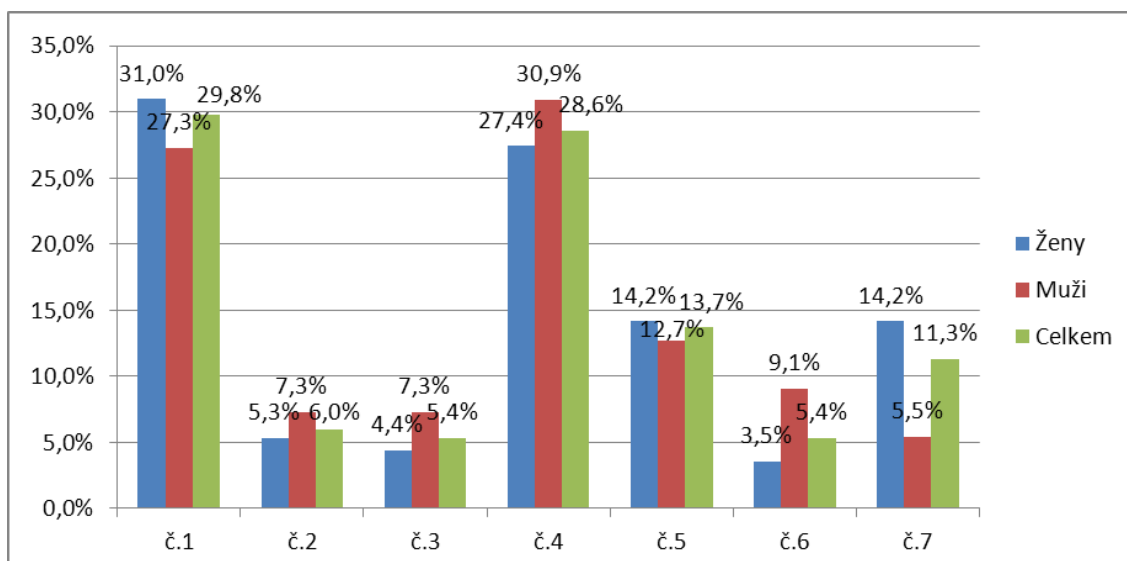


Obr. 22 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 24

Tab. 24 Otázka č. 25: Který slogan Vás nejvíce osloví?

slogan	Ženy		Muži		Celkem	
	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně	Absolutně	Relativně
č.1	35	31,0%	15	27,3%	50	29,8%
č.2	6	5,3%	4	7,3%	10	6,0%
č.3	5	4,4%	4	7,3%	9	5,4%
č.4	31	27,4%	17	30,9%	48	28,6%
č.5	16	14,2%	7	12,7%	23	13,7%
č.6	4	3,5%	5	9,1%	9	5,4%
č.7	16	14,2%	3	5,5%	19	11,3%
Celkem	113	100,0%	55	100,0%	168	100,0%

Respondentům bylo nabídnuto na výběr sedm sloganů zaměřených na víno a dva z nich, slogan č. 1 a č. 4, vybral skoro stejný počet dotazovaných. O dva hlasy byl úspěšnější slogan č. 1 „Jen z hroznů je dobré víno!“ před sloganem „Aby vína byla sama sebou! Zatímco u žen zvítězil slogan č. 1 u mužů naopak slogan č. 4. Nejméně se lidem líbily slogany č. 3 a č. 6, které označilo jen 5,4 % odpovídajících.



Obr. 23 Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 25

4.3 Vytvoření reklamy

Aby vína byla sama sebou!

Víte, že je na trhu spousta falšovaného vína? Mezi nejčastější nešvary patří ředění vodou a také záměrné klamavé uvádění země původu. Při překročení povoleného množství konzervačních látek, jako kyseliny sorbové nebo oxidu siřičitého, jde již o vína nebezpečná.

Chcete-li mít garantován původ hroznů i vína v České republice věnujte pozornost značení na horní ploše záklopky nebo přímo uzávěru láhve.

Obr. 24 Návrh letáku a plakátu

Na základě odpovědí z dotazníku jsem vytvořila návrh letáků a plakátů obsahující motivy, které si zvolili respondenti. Na návrhu je krajina s vinohradem a láhev vína, u nichž lidé volili, že by je nejvíce upoutali. Je tam také prvek upozorňující na skutečnost, že vína jsou ředěna vodou a slogan „Aby vína byla sama sebou!“, kterým chci sdělit, že vína jsou falšována různými způsoby, kdy se do něj kromě vody dávají různé přísady, které do nich nepatří a vína pak prostě nemohou být sama sebou. Uprostřed letáku je také text, který upozorňuje na nejčastější prohřešky, ke kterým v této oblasti dochází. Jeho znění je „Víte, že je na trhu spousta falšovaného vína? Mezi nejčastější nešvary patří ředění vodou a také záměrně klamavého uvádění země původu. Při překročení povoleného množství konzervačních látek, jako kyseliny sorbové nebo oxidu siřičitého, jde již o vína nebezpečná. Chcete-li mít garantován původ hroznů i vína v České republice věnujte pozornost značení na horní ploše záklopky nebo přímo uzávěru láhve.“

4.3.1 Kalkulace nákladů na reklamu

Letáky (letaky.cz):

-parametry tisku: - Formát A5 bez lomů, Materiál 100g lesk, Typ tisku: jednostranný barevný,
Počet kusů 30 000,

cena 5 700,-Kč+DPH

Plakáty (ceník tisku)

-parametry tisku: - Formát A2, Materiál 135g lesk,
Počet kusů 2000,

cena 5063,50,-Kč+DPH

-parametry tisku: - Formát A3, Materiál 135g lesk,
Počet kusů 2000,

cena 2669,50,-Kč+DPH

CELKOVÁ CENA = 13 433 Kč + DPH

5 Závěr

V mé bakalářské práci byla rozebrána aktuální problematika falšování vína. Jelikož je to nešvar, který existuje už od dávných časů, kdy se víno vůbec začalo produkovat, tak jsem se mu v první části práce věnovala i z historického hlediska.

Dále jsem mapovala situaci vinařství ve vybraných státech Evropské unie, jako je Francie, Rakousko nebo Německo. Tyto země dokonce v minulosti čelily aférám s falšovaným vínem.

V teoretické části jsem se seznámila také se současnou situací na domácím trhu vína. Zabývala jsem se tím, jaká u nás byla produkce vína od roku 2012. Dále mě zajímala spotřeba vína na domácím trhu a zahraniční obchod České republiky s vínem. Nastínila jsem také některé změny chystané novely zákona o vinařství.

Cílem bylo navrhnout jak předcházet problému falšování vína a upozornit především tuzemské spotřebitele na skutečnost, že na našem trhu se tohoto vína vyskytuje čím dál víc.

V praktické části byl proto proveden průzkum mezi spotřebiteli vína v ČR prostřednictvím elektronického dotazníku uveřejněného na webovém portálu. Návratnost dotazníku nebyla 100%. Celkem ho vyplnilo 187 respondentů v podstatě z celé České republiky, ale víc jak polovina z nich byla z Jihomoravského kraje. Účastnili se ho lidé všech věkových kategorií, nejvíce jich bylo ve věkovém rozmezí 21-40 let. Největší zastoupení měli lidé zaměstnaní. Podle rodinného stavu, který respondenti zadávali, se dotazníku průzkumu zúčastnilo nejvíce lidí svobodných. Mezi odpovídajícími bylo jednou takové množství žen než mužů.

V dotazníku bylo třeba zjistit, zda ho vyplňují vůbec lidé, kterým je vinařství nebo spotřeba vína nějak blízká. Téměř 90 % respondentů uvedlo, že ho sami konzumují a 60 % z nich ho také využívá jako prostředek k obdarování někoho jiného.

Další otázky byly zaměřeny na to, odkud lidé víno berou a jestli rozlišují jeho původ. 73 % dotázaných uvedlo, že častěji konzumují víno tuzemské. Co se týče měsíční spotřeby vína, kterou měli uvést, 76 % se shodlo, že za tu dobu vypije jen 0,3 – 0,7 litru vína. Téměř polovina respondentů chodí víno nakupovat do vinoték a při jeho nákupu se lidé nejčastěji řídí podle kvality, kterou uváděli na první místo. Více jak polovina (55 %) ze zúčastněných dává přednost lahvovému vínu před sudovým.

Následovali otázky, ve kterých jsem se ptala na problematiku falšování vína a používané praktiky. Přes polovinu dotazovaných odpovědělo, že sice o tomto problému ví, ale nezajímá je to. Lidí, kteří uvedli, že o tom ještě neslyšeli, bylo 18 %. Jako nejčastější problém při falšování vína uváděli jeho ředění vodou. Když jsem

zjišťovala, kolik lidí zná nebo má tušení, jak se označují vína se zaručeným původem v České republice, 73,2 % odpovědělo, že to neznají.

V otázkách, zaměřených na typy reklamy a podněty v nich, lidé uváděli, že nejvíce se s reklamami na víno setkávají v různých letácích a ty je také jako typ reklamy obecně nejvíce oslovují. Při výběru motivu a sloganu, které je mají zaujmout při propagaci kvalitních vín z ČR a upozornění na falšování, označovali nejvíce krajinu s vinohradem a téměř 30 % respondentů vybralo slogan „Jen z hroznů je dobré víno!“. Skoro stejné procento dotazovaných uvedlo, že se jim zamlouvá slogan „Aby vína byla sama sebou!“.

Na základě těchto odpovědí jsem vypracovala grafický návrh letáků a plakátů, které především upozorňují spotřebitele na falšovaná vína a propagují kvalitní domácí vína.

6 Literatura

- DOLEŽAL, PETR. *Lexikon moravského vinařství: historie a současnost pěstování vinné révy na Moravě*. Nový Bydžov: Petr + Iva, 2001. ISBN 9788090274822.
- Fasswein - Gebinde des Winzers*. In: WEINAUSKUNFT. [online]. 2015. [cit. 2016-05-29]. Dostupné z: <http://www.weinauskunft.de/qualitaetsstufen/fasswein.html>.
- FORMÁNKOVÁ, SYLVIE, RENATA KUČEROVÁ, MARKÉTA LŐRINCZY, ANDREA HRDLIČKOVÁ, HELENA CHLÁDKOVÁ A PAVEL TOMŠÍK. *Praktiky prodeje sudového vína a dovozu vína ve vybraných státech EU: Bulk wine sale and wine import practices in selected EU countries*. Brno: Mendelova univerzita v Brně, 2015. ISBN 978-80-7509-366-0.
- JORDÁN, HYNEK. *Novela vinařského zákona zpřísňuje podmínky prodeje sudového vína*. [online]. Eagri.cz. 2016. [cit. 2016-05-28]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/mze/tiskovy-servis/tiskove-zpravy/x2016_novela-vinarskeho-zakona-zprisnuje.html.
- KOHOUT, FRANTIŠEK. *O víně*. Praha: Merkur, 1982. ISBN 51-387-82.
- KRAUS, VILÉM. *Nová encyklopedie českého a moravského vína*. 1. vyd. Praha: Praga Mystica, 2005. ISBN 80-86767-00-0
- KRAUS, VILÉM. *Vinitorium historicum*. Praha: Radix, 2009. ISBN 978-80-86031-87-3.
- Návrhy opatření Svazu vinařů České republiky v rámci aktivit proti černému trhu s vínem*. 2015. Svaz vinařů České republiky. [online]. [cit. 2016-05-27]. Dostupné z: http://www.svcr.cz/uploads/download/Cerny_trh/Navrhy_a_prubeh_opatreni_Svaz_vinaru_Ceske_republiky_schvaleno_predstavenstvem_SV_CR_02_2015.pdf.
- Réva vinná a víno*. Eagri.cz. [online]. 2015 [cit. 2016-5-27]. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/433552/SVZ_Vino_2015.pdf. ISSN 1211-7692.
- Spotřeba alkoholických nápojů a cigaret (na obyvatele za rok)*. Český statistický úřad. [online]. 2015 [cit. 2016-05-27]. Dostupné z: <https://www.czso.cz/documents/10180/20562003/2701391502.pdf/a7362c11-36fe-4c80-9b66-c1b6561193f7?version=1.1>.
- Vinařský věstník*. [online]. Svaz vinařů ČR. 2015. 2015(2). [cit. 2016-05-27]. Dostupné z:

http://www.svcr.cz/uploads/download/Vestnik/2015/vinarsky_vestnik_02_2015.pdf.

WALTON, STUART. *Víno: obrazová encyklopedie*. Praha: Svojtka & Co., 2003. Praktická příručka (Svojtka & Co.). ISBN 80-7237-439-7.

Zákon č. 321/2004 Sb. o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství). In: *Sbírka zákonů*. Dostupné z: <http://www.zakonyprolidi.cz/cs/2004-321>.

7 Seznam obrázků

Obr. 1	Dovoz sudového a lahvového vína Zdroj: Vinařský věstník, 2015.....	30
Obr. 2	Vývoj dovozu vína do ČR podle států v letech 2005-2014 Zdroj: Vinařský věstník, 2015	30
Obr. 3	Dovoz sudového vína do ČR v roce 2014 podle států Zdroj: Vinařský věstník, 2015	31
Obr. 4	Vývoj vývozu vína z ČR v letech 2004-2014 Zdroj: Vinařský věstník, 2015	32
Obr. 5	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 1.....	37
Obr. 6	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 2.....	38
Obr. 7	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 3.....	39
Obr. 8	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 4.....	40
Obr. 9	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 5.....	41
Obr. 10	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 6.....	42
Obr. 11	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 7.....	43
Obr. 12	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 8.....	44
Obr. 13	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 9.....	45
Obr. 14	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 10.....	46
Obr. 15	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 11.....	47
Obr. 16	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 15.....	49
Obr. 17	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 18.....	50
Obr. 18	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 19.....	52
Obr. 19	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 21.....	53
Obr. 20	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 22.....	54
Obr. 21	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 23.....	55
Obr. 22	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 24.....	56
Obr. 23	Graf znázorňující odpovědi na otázku č. 25.....	57
Obr. 24	Návrh letáku a plakátu.....	57
Obr. 25	Hierarchie stylů – hlavní část (vybrané styly přímo odvozené od stylu Základ)	Chyba! Záložka není definována.
Obr. 26	Hierarchie stylů – styly pro výčty (výběr) .	Chyba! Záložka není definována.
Obr. 27	Hierarchie stylů – styly pro tabulková pole.....	Chyba! Záložka není definována.

8 Seznam tabulek

Tab. 1	Produkce vína v ČR v letech 2012/2013-2014/2015.....	28
Tab. 2	Produkce vína v ČR v letech 2012/2013 a 2013/2014 podle kategorie produktu.....	28
Tab. 3	Spotřeba vína v ČR v letech 2006-2014 v litrech na osobu.....	29
Tab. 4	Otázka č. 1, identifikační: Jaké je Vaše pohlaví?	37
Tab. 5	Otázka č. 2, identifikační: Do jaké věkové kategorie patříte?	37
Tab. 6	Otázka č. 3, identifikační: Jste:	38
Tab. 7	Otázka č. 4, identifikační: Váš čistý měsíční příjem je:	39
Tab. 8	Otázka č. 5, identifikační: Váš rodinný stav je:	40
Tab. 9	Otázka č. 6, identifikační: Z jakého kraje pocházíte?	42
Tab. 10	Otázka č. 7: Spotřebováváte víno?	43
Tab. 11	Otázka č. 8: Pokud víno nekonzumujete, z jakého důvodu?	44
Tab. 12	Otázka č. 9: V případě, že jste jeho spotřebitelem, jaký je Váš hlavní zdroj vína?	45
Tab. 13	Otázka č. 10: Konzumujete častěji vína:.....	46
Tab. 14	Otázka č. 11: Jaká je Vaše přibližná spotřeba vína za 1 měsíc?.....	47
Tab. 15	Otázka č. 12: Kde obvykle víno nakupujete?	48
Tab. 16	Otázka č. 13: Následující faktory seřad'te podle toho, jak Vás při nákupu vína ovlivňují od 1 do 5 (1 = nejvíce, 5 = nejméně):	48
Tab. 17	Otázka č. 15: Jakému vínu dáváte častěji přednost?	49
Tab. 18	Otázka č. 18: Víte o problému falšování vína?	50
Tab. 19	Otázka č. 19: Označte praktiky při falšování vína, o kterých jste slyšeli: 51	
Tab. 20	Otázka č. 21: Znáte způsob označování domácích vín zaručující jejich původ v ČR?	52
Tab. 21	Otázka č. 22: S jakým typem reklamy na víno se setkáváte nejčastěji? ..	53
Tab. 22	Otázka č. 23: Který z uvedených typů reklam Vás nejvíce oslovuje?	54
Tab. 23	Otázka č. 24: Co by Vás na první dojem zaujalo v reklamě propagující kvalitní vína z Čech a Moravy, která má zároveň upozornit spotřebitele na problematiku výskytu falšování vín na našem trhu?	55
Tab. 24	Otázka č. 25: Který slogan Vás nejvíce osloví?	56

Přílohy

Příloha 1: Dotazník

1) Jaké je Vaše pohlaví?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- Žena
- Muž

2) Do jaké věkové kategorie patříte?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí

- Do 20 let
- 21-40 let
- 41-60 let
- 61 let a výše

3) Jste:

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní (min. 1).

- OSVČ
- Zaměstnanec
- Nezaměstnaný
- Student
- Důchodce
- Jiné

4) Váš čistý měsíční příjem je:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- Do 9 000,-Kč
- 9 001 - 18 000,-Kč
- 18 001 - 26 000,-Kč
- 26 001,- Kč a více

5) Váš rodinný stav:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- svobodný/á
- ženatý/vdaná
- rozvedený/á
- ovdovělý/á

6) Z jakého kraje pocházíte?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- hl. město Praha
- Středočeský kraj
- Karlovarský kraj
- Plzeňský kraj
- Liberecký kraj
- Ústecký kraj
- Královehradecký kraj
- Pardubický kraj
- kraj Vysočina
- Jihočeský kraj
- Jihomoravský kraj
- Olomoucký kraj
- Moravskoslezský kraj
- Zlínský kraj

7) Spotřebováváte víno?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [Ano, ale jen pro svoji vlastní konzumaci. → otázka č. 9, Ano, ale jen za účelem obdarování někoho druhého. → otázka č. 8, Ano, pro svoji konzumaci i jako dar. → otázka č. 9, Ne. → otázka č. 8].

- Ano, ale jen pro svoji vlastní konzumaci.
- Ano, ale jen za účelem obdarování někoho druhého.
- Ano, pro svoji konzumaci i jako dar.
- Ne.

8) Pokud víno nekonzumujete, z jakého důvodu?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.

- Zdravotní.
- Jsem abstinent.
- Jiný:

9) V případě, že jste jeho spotřebitelem, jaký je Váš hlavní zdroj vína?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.

- Vyrábím si vlastní.
- Nakupuji.
- Dostávám ho od ostatních k různým příležitostem.
- Jiný:

10) Konzumujete častěji vína:

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- od tuzemských vinařů
- od zahraničních vinařů
- původ nerozlišuji

11) Jaká je Vaše přibližná spotřeba vína za 1 měsíc?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- 0 – 0,2l
- 0,3 – 0,7l
- 0,8 – 1,5l
- 1,6 – 3 l
- 3,1 – 5 l
- Víc jak 5 litrů

12) Kde obvykle víno nakupujete?

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní (min. 1).

- Obchody s nepotravinovým zbožím - trafiky, květinářství, benzinové pumpy...
- malé obchody s potravinami (popřípadě večerky, malé prodejny zeleniny, řeznictví...)
- obchodní řetězce (markety)
- vinotéky
- restaurační zařízení
- přímo u vinaře
- nenakupuji
- jinde:

13) Zhodnoťte, co Vás při nákupu vína nejvíce ovlivňuje:

Povinná otázka, respondent musel u každé z nabízených odpovědí určit jedinečné pořadí.

- cena
- kvalita
- jeho výrobce
- odrůda
- země původu

14) Uveďte, zda máte nějaké špatné zkušenosti s nákupem vína.

Nepovinná otázka, respondent mohl napsat odpověď vlastními slovy.

15) Jaké víno častěji odebíráte?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí a podle toho se mu zobrazily další otázky [v lahví → otázka č. 18, sudovému (rozlévanému) → otázka č. 16].

- lahvé

- sudové

16) Co Vás vede k odběru sudového vína?

Povinná otázka, respondent musel napsat odpověď vlastními slovy.

17) Jaké nedostatky má podle Vás prodej sudového vína?

Povinná otázka, respondent musel napsat odpověď vlastními slovy.

18) Víte o problému falšování vína?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- Ne, nikdy jsem o tom neslyšel.
- Ano, ale nezajímám se o to.
- Ano a zajímá mě to.

19) Označte praktiky při falšování vína, o kterých jste slyšeli.

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí nebo dopsat nějakou vlastní (min. 1).

- ředění vodou
- přídavek barviv
- přídavek syntetického glycerolu
- přídavek denaturovaného lihu
- přídavek nepovolených sladidel
- nadlimitní přídavek kyseliny sorbové
- nesprávné označení původu vína nebo použitých hroznů
- jiné:

20) Může podle Vás mít falšované víno negativní vliv na zdraví jeho konzumenta? Uveďte, jaké zdravotní rizika může přinášet.

Nepovinná otázka, respondent mohl napsat odpověď vlastními slovy.

21) Znáte způsob označování domácích vín zaručující jejich původ v ČR?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí nebo napsat odpověď vlastními slovy.

- Ne
- Ano, uveďte jaký:

22) S jakým typem reklamy na víno se setkáváte nejčastěji?

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).

- televizní a rozhlasová reklama
- reklama v tisku
- letáky

- billboardy
- plakáty
- reklama na automobilech a ve výlohách prodejen
- reklamní stánky
- internetová reklama

23) Který z uvedených typů reklam Vás nejvíce oslovuje?

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).

- televizní a rozhlasová reklama
- reklama v tisku
- letáky
- billboardy
- plakáty
- reklama na automobilech a ve výlohách prodejen
- reklamní stánky
- internetová reklama

24) Co by Vás na první dojem zaujalo v reklamě propagující kvalitní vína z Čech a Moravy, která má zároveň upozornit spotřebitele na problematiku výskytu falšovaných vín na našem trhu?

Povinná otázka, respondent musel zvolit alespoň některou z nabízených odpovědí (min. 1).

- krajina s vinohradem
- láhev dobrého vína a hrozny
- krásný muž/krásná žena
- známá osobnost
- vtipný slogan
- slepec s holí
- erotický námět

25) Který slogan Vás osloví nejvíce?

Povinná otázka, respondent musel zvolit jednu z nabízených odpovědí.

- Jen z hroznů je dobré víno!
- To je vínečko!
- Ať pití vína nepřináší riziko!
- Aby vína byla sama sebou!
- Víno sbližuje.
- Víno dle Vaší chuti!
- Víno nás baví.