

Postoj spotřebitele ke konzumaci vín v ČR

Milena Možnarová

Bakalářská práce
2013



Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně
Fakulta technologická

Univerzita Tomáše Bati ve Zlíně

Fakulta technologická

Ústav analýzy a chemie potravin

akademický rok: 2012/2013

ZADÁNÍ BAKALÁŘSKÉ PRÁCE

(PROJEKTU, UMĚLECKÉHO DÍLA, UMĚLECKÉHO VÝKONU)

Jméno a příjmení: **Milena MOŽNAROVÁ**
Osobní číslo: **T10458**
Studijní program: **B2901 Chemie a technologie potravin**
Studijní obor: **Technologie a řízení v gastronomii**
Forma studia: **prezenční**

Téma práce: **Postoj spotřebitele ke konzumaci vín v ČR**

Zásady pro vypracování:

1. Historie a pěstování révy vinné, odrůdy.
2. Výroba různých druhů vín.
3. Konzumace vína v ČR, spotřeba, dovoz, vývoz.
4. Marketing vinařů, vzhled láhví, etikety, uzávěry.

Rozsah bakalářské práce:

Rozsah příloh:

Forma zpracování bakalářské práce: tištěná

Seznam odborné literatury:

1. KRAUS, V., HUBÁČEK, V., ACKERMANN, P. Rukověť vinaře. 2. dopl. vyd. Praha: Brázda, 2004, 268 s. ISBN 80-209-0327-5.
2. FIALKOVÁ, B. Enologie a odborná degustace. 3. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 2007, 140 s. ISBN 978-80-86578-70-5.
3. GOSCH, F. Vinařský marketing. 1. vyd. Valtice: Národní salon vín, 2005, 125 s. ISBN 80-903-2015-5.
4. KRAUS, V., FOFFOVÁ, Z., VURM, B. Nová encyklopedie českého a moravského vína. 2. vyd. Praha: Praga Mystica, 2008, 311 s. ISBN 978-80-86767-09-3.
5. PAVLOUŠEK, P. Výroba vína u malovínařů. 2., aktualiz. a rozš. vyd. Praha: Grada, 2010. 120 s. ISBN 978-80-247-3487-3.

Vedoucí bakalářské práce:

Ing. Jiří Mlček, Ph.D.

Ústav technologie potravin


Datum zadání bakalářské práce:

11. února 2013

Termín odevzdání bakalářské práce:

17. května 2013

Ve Zlíně dne 11. února 2013



doc. Ing. Roman Čermák, Ph.D.
děkan



doc. Ing. Miroslav Fišera, CSc.
ředitel ústavu

PROHLÁŠENÍ

Prohlašuji, že

- beru na vědomí, že odevzdáním diplomové/bakalářské práce souhlasím se zveřejněním své práce podle zákona č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, bez ohledu na výsledek obhajoby ¹⁾;
- beru na vědomí, že diplomová/bakalářská práce bude uložena v elektronické podobě v univerzitním informačním systému dostupná k nahlédnutí, že jeden výtisk diplomové/bakalářské práce bude uložen na příslušném ústavu Fakulty technologické UTB ve Zlíně a jeden výtisk bude uložen u vedoucího práce;
- byl/a jsem seznámen/a s tím, že na moji diplomovou/bakalářskou práci se plně vztahuje zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, zejm. § 35 odst. 3 ²⁾;
- beru na vědomí, že podle § 60 ³⁾ odst. 1 autorského zákona má UTB ve Zlíně právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla v rozsahu § 12 odst. 4 autorského zákona;
- beru na vědomí, že podle § 60 ³⁾ odst. 2 a 3 mohu užít své dílo – diplomovou/bakalářskou práci nebo poskytnout licenci k jejímu využití jen s předchozím písemným souhlasem Univerzity Tomáše Bati ve Zlíně, která je oprávněna v takovém případě ode mne požadovat přiměřený příspěvek na úhradu nákladů, které byly Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně na vytvoření díla vynaloženy (až do jejich skutečné výše);
- beru na vědomí, že pokud bylo k vypracování diplomové/bakalářské práce využito softwaru poskytnutého Univerzitou Tomáše Bati ve Zlíně nebo jinými subjekty pouze ke studijním a výzkumným účelům (tedy pouze k nekomerčnímu využití), nelze výsledky diplomové/bakalářské práce využít ke komerčním účelům;
- beru na vědomí, že pokud je výstupem diplomové/bakalářské práce jakýkoliv softwarový produkt, považují se za součást práce rovněž i zdrojové kódy, popř. soubory, ze kterých se projekt skládá. Neodevzdání této součásti může být důvodem k neobhájení práce.

Ve Zlíně

.....

¹⁾ zákon č. 111/1998 Sb. o vysokých školách a o změně a doplnění dalších zákonů (zákon o vysokých školách), ve znění pozdějších právních předpisů, § 47 Zveřejňování závěrečných prací:

(1) Vysoká škola nevdělečně zveřejňuje disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce, u kterých proběhla obhajoba, včetně posudků oponentů a výsledku obhajoby prostřednictvím databáze kvalifikačních prací, kterou spravuje. Způsob zveřejnění stanoví vnitřní předpis vysoké školy.

(2) Disertační, diplomové, bakalářské a rigorózní práce odevzdané uchazečem k obhajobě musí být též nejméně pět pracovních dnů před konáním obhajoby zveřejněny k nahlížení veřejnosti v místě určeném vnitřním předpisem vysoké školy nebo není-li tak určeno, v místě pracoviště vysoké školy, kde se má konat obhajoba práce. Každý si může ze zveřejněné práce pořizovat na své náklady výpisy, opisy nebo rozmnoženiny.

(3) Platí, že odevzdáním práce autor souhlasí se zveřejněním své práce podle tohoto zákona, bez ohledu na výsledek obhajoby.

²⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 35 odst. 3:

(3) Do práva autorského také nezasahuje škola nebo školské či vzdělávací zařízení, užije-li nikoli za účelem přímého nebo nepřímého hospodářského nebo obchodního prospěchu k výuce nebo k vlastní potřebě dílo vytvořené žákem nebo studentem ke splnění školních nebo studijních povinností vyplývajících z jeho právního vztahu ke škole nebo školskému či vzdělávacího zařízení (školní dílo).

³⁾ zákon č. 121/2000 Sb. o právu autorském, o právech souvisejících s právem autorským a o změně některých zákonů (autorský zákon) ve znění pozdějších právních předpisů, § 60 Školní dílo:

(1) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení mají za obvyklých podmínek právo na uzavření licenční smlouvy o užití školního díla (§ 35 odst. 3). Odpírá-li autor takového díla udělit svolení bez vážného důvodu, mohou se tyto osoby domáhat nahrazení chybějícího projevu jeho vůle u soudu. Ustanovení § 35 odst. 3 zůstává nedotčeno.

(2) Není-li sjednáno jinak, může autor školního díla své dílo užít či poskytnout jinému licenci, není-li to v rozporu s oprávněnými zájmy školy nebo školského či vzdělávacího zařízení.

(3) Škola nebo školské či vzdělávací zařízení jsou oprávněny požadovat, aby jim autor školního díla z výdělku jím dosaženého v souvislosti s užitím díla či poskytnutím licence podle odstavce 2 přiměřeně přispěl na úhradu nákladů, které na vytvoření díla vynaložily, a to podle okolností až do jejich skutečné výše; přitom se přihlédne k výši výdělku dosaženého školou nebo školským či vzdělávacím zařízením z užití školního díla podle odstavce 1.

ABSTRAKT

Tato bakalářská práce se zabývá postojem spotřebitele ke konzumaci vín v ČR. První část se věnuje obecně vínu, jeho historii, odrudám a podmínkám pro pěstování vinné révy. Další část popisuje výrobu vína a zákon zabývající se vinohradnictvím a vinařstvím. Hlavní část práce představují průzkumy, které se zabývají právě konzumací vína, a můžeme z nich vyvodit preference obyvatel ČR. V neposlední řadě je v práci uveden marketing vinařů, který je pro prodej vína a hlavně pro zviditelnění a upozornění jedním z nejdůležitějších faktorů.

Klíčová slova: historie, zákon, odrůdy, výroba vína, spotřeba vína, marketing vinařů

ABSTRACT

This Bachelor's work deals with consumer attitude to wine consumption in the Czech Republic. Wine in general, its history and varieties, conditions for cultivation of grapevine growing are treated in the first part. The next part describes wine production as well as the acts and laws concerning viticulture and winemaking. The main part of the work presents research surveys investigating the wine consumption and consequently indicating preferences of the population in the Czech Republic. Finally, the work introduces wine growers marketing system being essential for wine selling and a primary factor in wine promotion and its advertising purposes.

Keywords: history, law, varieties, wine production, wine consumption, marketing winemakers

Ráda bych tímto poděkovala vedoucímu práce Ing. Jiřímu Mlčkovi, Ph.D., za jeho čas, trpělivost a cenné připomínky.

Prohlašuji, že odevzdaná verze bakalářské práce a verze elektronická nahraná do IS/STAG jsou totožné.

OBSAH

ÚVOD	9
1 VINNÁ RÉVA	10
1.1 VINNÁ RÉVA VE STARÝCH KULTURÁCH A U NÁS	10
1.2 ODRŮDY RÉVY VINNÉ.....	11
1.2.1 Některé bílé moštové odrůdy	12
1.2.2 Některé modré moštové odrůdy	13
1.2.3 Nové odrůdy (registrované v roce 2010, 2011, 2012)	13
1.3 ZÁKLADY VINOHRADNICTVÍ – FAKTORY OVLIVŇUJÍCÍ CHUŤ A KVALITU VÍNA	14
1.3.1 Podnebí.....	14
1.3.2 Půdní složení	15
1.3.3 Odrůda vinné révy.....	16
1.3.4 Vinifikace	16
2 VÍNO	17
2.1 VÝROBA VÍNA	17
2.1.1 Bílé víno	18
2.1.2 Červené víno	19
2.1.3 Růžové víno	20
2.1.4 Další druhy vín	20
2.2 OZNAČOVÁNÍ VÍNA	21
3 KONZUMACE VÍNA V ČR	27
3.1 PRŮZKUMY KONZUMACE VÍNA	27
3.2 ZAHRANIČNÍ OBCHOD S VÍNEM.....	32
4 MARKETING VINAŘŮ	34
4.1 KVALITA VÍNA	35
4.2 LÁHVE.....	36
4.3 ETIKETY	37
4.4 UZÁVĚRY	38
ZÁVĚR	41
SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY	42
SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK	49
SEZNAM OBRÁZKŮ	50
SEZNAM TABULEK	51
SEZNAM PŘÍLOH	52

ÚVOD

Víno jako nápoj se objevoval i v minulosti. Jeho historie je velmi pestrá a jistě můžeme říci, že nás bude doprovázet i nadále. Většina lidí jej považuje za nápoj slavnostnější povahy, k oslavení důležitých událostí, nápoj, který si můžeme vychutnat s nejbližším okolím, ale také i s naprosto cizími lidmi. Je to dobré téma ke konverzaci, jelikož existuje nejedna odrůda a několik způsobů, jak víno vytvořit. Hlavně také každý člověk má jinou chuť, která může být předmětem k hovoru, někomu víno může chutnat a jiný v něm neshledá dokonalost a nedocení jeho kvality.

Především na jižní Moravě nás obklopuje díky velké spoustě vinohradů, a také akcí spojených s tímto nápojem ať se jedná o zarážení hory, vinobraní až po ochutnávky.

Než se ale tento nápoj dostane k našim rukám, projde několika fázemi. Trvá dlouho, než se z hroznu vinné révy stane lahodná tekutina. Za touto přeměnou stojí řada lidí a jejich usilovná práce. Vždyť jen práce na vinohradu je velmi náročná, ať se jedná o prostřihávání, stříkání postřiky proti různým nemocem, u menších vinařů častokrát i okopávání kolem hlav a v neposlední řadě je obtížná i ochrana hroznů proti špačkům a jiným zlodějům, ale také milejší práce jako je sběr hroznů. Poté již začíná pomalá přeměna na námi známé víno. Tato změna je díky následné práci, která začíná drcením hroznů a jejich lisováním. Vytečená šťáva slouží k další následné úpravě na víno. Pokud se víno neprodává jako sudové, tak může dojít k nalahvování do spotřebitelských obalů a ponechání ve sklepech a jeho zrání nebo se na tyto lahve nalepí etikety a přidají záklopy. Tato fáze není taky nejlehčí, zvláště pokud se to dělá v menších provozech, které nejsou automatické, ale většina práce se dělá ručně. Přesto to není pro vinaře konec. Nejenže se musí dále starat o vinohrad, ale jeho vyrobené víno musí předložit spotřebiteli. Což může být pomocí velkých košťů, na soutěžích a výstavách, ale pro větší množství lidí je v nabídce ve vinotékách, restauracích a barech a jiných nesespecializovaných zařízeních. Vína je důležité nejen vyrábět, ale také prodávat, a aby se daly prodat, tak se musí vědět přání spotřebitelů, jejich chutě, co mají v oblibě a co jsou ochotni si koupit. Je velkým štěstím, že každý člověk má jinou chuť, protože i každý vinař dá do vína něco osobitého. Může to být například jeho náklonnost k sladkým vínům nebo právě spíše k sušším a i díky této rozmanitosti si můžeme najít tu svou nejoblíbenější chuť a třeba i nejoblíbenějšího vinaře.

1 VINNÁ RÉVA

1.1 Vinná réva ve starých kulturách a u nás

O révě víme, že se postupně vyvíjela až k současnému stavu. Pravděpodobné je, že předkové naší révy – skupiny *Vitis* tu jsou od dob první vegetace. Je známo, že réva vinná rostla již před 150 miliony lety (druhoohory), a proto patří mezi nejstarší kulturní rostliny. Toto se usuzuje podle nalezených zkamenělin, které se našly nejen tam, kde réva roste dnes, ale i na dalekém severu a v Grónsku, na Islandě a Aljašce (Burešová, 2007).

Vitis vinifera (vinná réva) je jednou z nejstarších kulturních rostlin pěstovaných člověkem. Původ kulturních odrůd *Vitis vinifera* – *vinifera* není zcela jednoznačně vysvětlen, spekuluje se, že vznikla šlechtěním divoké révy vinné lesní (*V. vinifera* – *sylvestris*), (Burešová, 2007).

Vinná réva byla původně popínavá rostlina, která se pnula po listnatých stromech do výšky 10-20 m a již se nejlépe dařilo v oblastech s teplým a vlhkým létem. Jiní zástupci rodu *Vitis* dobře prospívali v různých částech světa – např. v Severní Americe se druh *Vitis vinefera* nevyskytoval, ale rostly zde stovky jiných zástupců tohoto rodu (Callec, 2002).

Římané převzali z řecké kultury révu i vína, bylo zvykem pít víno zředěné vodou, také do něj přidávali koření. V průběhu dobývání jednotlivých území Římány se réva rozšířila i do oblastí Francie, Španělska, Německa a v letech 276 až 282 za vlády císaře Probusa i na naše území (Burešová, 2007). Révu pravděpodobně přinesla X. římská legie z Vindobony (dnes Vídně), která měla stanici na Římském vrchu pod vápencovou Pálavou. Slovanské obyvatelstvo nepoznalo pěstování révy přímo od Římanů, ale zprostředkovaně od kmenů sídlících v Podunají. První vinice v Čechách zakládala podle pověsti sv. Ludmila v okolí Mělníka a první zmínka o českých vinicích je v darovací listině Svytlahy II. kostelu sv. Štěpána v Litoměřicích z roku 1057. Na Moravě to je darovací listina klášteru benediktinů v Třebíči z roku 1101 (Kraus, 2003). Všechny řeholní řády pěstovaly vinnou révu a vyráběly víno. Bylo to proto, že víno bylo nepostradatelnou součástí křesťanské mše. Víno nesmělo být vyrobeno z ničeho jiného než vinných hroznů. Mělo symbolizovat Ježíšovu krev a vznikla také spousta obrazů, které znázorňovaly spojení vína a Kristovy krve (Šamánek a Urbanová, 2011).

Obyčejové a vlastnické vztahy na moravských vinicích upravovala horenská práva. Pro mnohé obce bylo vzorem Horenské právo Falkenštějnské z roku 1309 a Horenské právo

Židlochovické z roku 1355. V roce 1358 vydal císař Karel IV. nařízení o zakládání vinic a podnítil tím zájem o vinařství (Kraus, 2003). Jednalo se o nařízení zakládat vinice na každém na jih obráceném svahu, a kdo nebyl ochoten na něm pěstovat vinnou révu, musel takový pozemek poskytnout osobě, která chtěla vinnou révu pěstovat. Vinaře osvobodil na 12 let od daní. Díky náročné práci, která zaměstnala velký počet osob, se zmenšila nezaměstnanost (Šamánek a Urbanová, 2011). V roce 1368 byly Hustopeče, Mikulov a Znojmo pokládány za největší moravská vinařská střediska. Roku 1370 bylo u nás již tolik vína, že musel Karel IV. zakázat v zimním období dovoz vína do země, aby omezil konkurenci. Roku 1497 vydal Vladislav Jagellonský nařízení o povinném zápisu veškerých vinic do viničných gruntovních (pozemkových) knih a zavedl kontrolu jakosti všech vín. Nejstarší odbornou knihu o zakládání vinic a pěstování révy vydal roku 1558 pražský učitel Jan Had. Roku 1654 bylo v Čechách 3 336 ha a na Moravě 18 328 ha vinic. V roce 1890 se objevil na Moravě révokaz (nebezpečný škůdce vinic) a vzápětí na to houbové choroby. Přes veškeré snahy pozvednout vinařství na opět dobrou odbornou úroveň vydáváním časopisu „Vinařský obzor“, který byl založen v roce 1906, klesla plocha vinic až do roku 1930, kdy bylo na Moravě jen 3 870 ha. Potom se plocha začala pomalu zvyšovat a v roce 1960 dosáhla 6 781 ha, v roce 1980 bylo u nás 14 019 ha (Kraus, 2003). V roce 2011 bylo osázených ploch celkem 17 198,05 ha a přibližně sklizeno 91 253 tun hroznů při průměrném výnosu 5,70 t/ha (MZ ČR, 2012).

1.2 Odrůdy révy vinné

Odrůdy révy vinné můžeme nalézt různě staré, které slouží ke zdokonalování a tvorbě odrůd nových. Velmi oblíbenou metodou je křížení, kdy vznikají přímoplodé hybridy. Na původních odrůdách je možné vyvolávat mutace a vybírat vhodné změny. Každá odrůda navíc může existovat v několika různých klonech. Jedná se o vegetativní potomstvo určité odrůdy révy vinné, i které na základě fenotypových znaků a zdravotního stavu odpovídá výchozí rostlině zvolené odrůdy. Jednotlivé klony se pak mohou projevit nejen odlišnými vzhledovými charakteristikami keře révy vinné, ale také odlišnostmi výsledného vína. Neustálým procesem šlechtění, klonování a křížení vznikají nové a nové odrůdy. Každá plodí hrozny, které se navzájem odlišují barvou, velikostí a složením. Nově vzniklé odrůdy jsou následně ověřovány. Pokud jsou státem uznané jako vhodné pro pěstování ve vinařských oblastech České republiky, jsou zapsány do Státní odrůdové knihy (Kraus a kol., 1998).

Odrůdy révy se dělí podle využití:

- podnožové, které se používají od dob rozšíření mšičky révokazu do Evropy, tvoří kořenový systém révy vinné,
- moštové, sloužící zejména pro výrobu vína, burčáku, moštů a jiných nealkoholických nápojů vyrobených z hroznů,
- stolní, pro přímý konzum, mají velké bobule, atraktivní jsou ty bezsemenné,
- odrůdy pro výrobu hrozinek, zpravidla bezsemenné, jejichž plody jsou vhodné k sušení (Pavloušek, 2011).

1.2.1 Některé bílé moštové odrůdy

Do práce bylo vybráno jen několik bílých odrůd. Jedná se konkrétně o ty, které jsou u konzumentů vína v ČR nejvíce oblíbeny. Jsou to Müller Thurgau, Veltlínské zelené, Rulandské bílé, Chardonnay, Ryzlink vlašský (Chládková a kol., 2004).

Chardonnay – volné křížení „Rulandského šedé“ s odrůdou „Heunisch“, (4,5 % plochy vinic), (Sedlo a kol., 2011). Víno je podobné Rulandskému bílému, je ovšem jakostnější, plnější i aromatictější. Ve vůni připomíná svěžest rozkvetlé louky, mango a někdy až ananas. Je kořenité, velmi plné, s elegancí a svěžestí kyselin. Je tedy vhodné k delšímu zrání v láhvích (Sotolář, 2010).

Müller Thurgau – kříženec „Ryzlink rýnský“ a „Madlenka královská“ (10 % plochy vinic). Víno je pro nižší kyseliny harmonické až měkčí, s příjemnými aromatickými látkami. Vůně je jemně muškátová, až květinová. Je to hlavní bílá odrůda pro „Svatomartinské víno“ (Sedlo a kol., 2011).

Rulandské bílé – pupenová mutace z „Rulandské šedé“ (4,7 % plochy vinic), (Sedlo a kol., 2011). Víno je extraktivní s harmonickými kyselinami, jemným aroma a typicky květnatou vůní, ta může být i neutrální či mandlová, u vyzrálého vína chlebnatá. U mladého vína bývá někdy tvrdá kyselina, zráním vína však jakost výrazně stoupá (Sotolář, 2010).

Ryzlink vlašský – původ není jednoznačný, (7,2 % plochy vinic), (Sedlo a kol., 2011). Z Ryzlinku vlašského se vyrábí plná extraktivní vína, především pro jakostní vína nebo vína ledová (Pavloušek, 2007a).

Veltlínské zelené – (9,8 % plochy vinic), (Sedlo a kol., 2011). Víno je aromatické, ovocné s mandlovým aroma, tóny lipového květu, chřestů a zeleného hrášku. Má chuťovou plnost s pikantní kyselinkou (Pavloušek, 2008b).

1.2.2 Některé modré moštové odrůdy

K modrým odrůdám, které jsou nejoblíbenější u konzumentů v ČR, patří Frankovka, Cabernet Sauvignon, Svatovavřínecké a Modrý Portugal (Chládková a kol., 2004).

Frankovka – kříženec odrůdy „Heunisch“, (7,1 % plochy vinic). Víno je velmi dobré kvality, nižší barvy a vyšším obsahem tříslovin. Voní po višních, ostružinách a skořici (Sedlo a kol., 2011).

Cabernet Sauvignon – Cabernet Franc a Sauvignon. Obsahuje hodně červeného barviva. Víno má rubínově červenou barvu, ve vůni až k černému rybízu. Nabývá na kvalitě při delším zrání (Mařík a Bílík, 2004).

Modrý Portugal – původ není jednoznačný, (3,8 % plochy vinic), (Sedlo a kol., 2011). Víno je kvalitní, harmonické, lehčího typu, rubínové barvy, jemné, někdy až květinové vůně. V poslední době se uplatňuje jako mladé, tzv. Svatomartinské víno (Sotolář, 2011).

Svatovavřínecké – jedním z rodičů je Pinot noir, (8,3 % plochy vinic), (Sedlo a kol., 2011). Víno se vyznačuje vyšší barevnou intenzitou, vyšší hladinou kyselin a tříslovin. Chuť má plnou, výraznou a sametovou, vůni připomíná švestky (Pavloušek, 2008a).

1.2.3 Nové odrůdy (registrované v roce 2010, 2011, 2012)

Nativa – (Frankovka a Svatovavřínecké) x (Merlot a Seibel 13.666). Víno je výborné kvality, tmavočervené až modročervené barvy, ovocné a květinové vůně, ovocné a kořenité chuti, harmonické, jemně aromatického typu.

Florianka – (Müller Thurgau x Veltlínské červené rané). Víno výborné kvality, žlutozelené barvy, ovocné vůně i chuti, plné, svěží, jemně aromatického typu.

Savilon – (SV 12375 a Veltlínské červené rané) x (Merlot a Seibel 13.666). Víno žlutozelené barvy, ovocné a květinové vůně, ovocné chuti, plné, svěží, jemně aromatického typu

Acolon – (Frankovka x Dornfelder). Víno výborné kvality, tmavočervené barvy, ovocné vůně, ovocné a kořenité chuti, plné svěží, jemně aromatického typu.

Blauburger – (Frankovka x Modrý Portugal). Víno je výborné kvality, tmavočervené barvy, ovocné a bylinné vůně i chuti.

Cabernet Dorsa – (Dornfelder x Cabernet Sauvignon). Víno tmavočervené až modročervené barvy, ovocné vůně i chuti.

Erlion – (Frankovka a Cabenet franc) x (Merlot a Seibel 13.666). Víno výborné kvality, žlutozelené barvy, ovocné a květinové vůně, ovocné chuti, svěží, jemně aromatického typu.

Jakubské – (mutace Rulandského modrého). Víno rubínové barvy, ovocné vůně i chuti, harmonické, lehké, jemně aromatického typu.

Kofranka – (Frankovka a Svatovavřínecké) x (Merlot a Seibel 13.666). Víno výborné kvality, tmavočervené barvy, ovocné vůně i chuti, plné, jemně aromatického typu.

Vesna – (SV 12375 a Veltlínské červené rané) x (Merlot a Seibel 13.666). Víno žlutozelené až žluté barvy, ovocné chuti, květinové vůně, plné, svěží (MZ ČR, 2012).

1.3 Základy vinohradnictví – faktory ovlivňující chuť a kvalitu vína

Ve světě existuje mnoho druhů a stylů vína, různé druhy se od sebe mohou lišit. O tom jakého druhu bude konečný výrobek a jak bude chutnat, rozhoduje pár základních faktorů.

1. Podnebí a počasí v daném roce.
2. Půdní složení.
3. Odrůda vinné révy.
4. Vinifikace (proces výroby vína), (Fialková, 2007).

1.3.1 Podnebí

Podnebím rozumíme charakteristický režim počasí, kdy se vyznačuje jistou stálostí, pro počasí je charakteristická velká časová a prostorová proměnlivost (Nátr, 2008). Patří k nejdůležitějším faktorům, které ovlivňují růst hroznů a kvalitu vína. Podnebí se nedá ovlivnit ani změnit, ale pěstitel může ovlivnit kvalitu vybráním vhodné oblasti. Mezi požadavky na podnebí patří teplo, sluneční svit, atmosférické srážky, nadmořská výška (Fialková, 2007).

Teplota je velmi důležitá, jde o teplomilnou rostlinu. Denní průměr by měl být vždy větší než 10 °C – to je teplota aktivní, při níž se začínají odvíjet životní děje v nadzemní části rostlin. Podle této teploty se určuje vegetační cyklus. Průměrná teplota celého vegetačního období je hrubou orientační veličinou a neměla by ve vinařských oblastech klesnout pod 14 °C. Obecně platí, že v teplém podnebí budou vína plnější a v chladných klimatických podmínkách lehká (Kraus a kol., 2004; Gasnier, 2006).

Světlo je důležité z hlediska využívání odpovídajícím tvarováním keřů a rozložením jejich listové plochy tak, aby byla co největší část osvětlena přímým dopadem slunečních pa-

prsků. Světlo je nezbytnou podmínkou fotosyntézy, nejdůležitějšího biologického procesu probíhajícího v tělech zelených rostlin (Kraus a kol., 2004; Fialková, 2007).

Atmosférické srážky jsou důležité v celkovém úhrnu, ale i jednotlivých obdobích vegetace. Jako optimum se udává roční úhrn 600 – 800 mm srážek. Réva vinná je potřebou vody adaptována na tři základní období zvýšené spotřeby. První je před rašením oček, kdy je voda kritickým faktorem pro určení počtu vyrašených oček na keři. Při nedostatku jich raší málo, popřípadě praskají kmeny révy a při nadbytku raší nejen očka na réví, ale i spící očka na stařině (víceleté dřevo). Druhé období je po odkvětu, v době nasazování bobulí, kdy obsah vody v půdě ovlivňuje počet nasazených bobulí a tedy budoucí hustotu hroznů. Třetí období zvýšené potřeby vody je těsně před zaměkáním bobulí, kdy jde o rovnoměrnou pružnost čerpání vody z půdy k dokonalému nalití bobulí (Kraus a kol., 2004). Silné deště v plné vegetaci mohou způsobit praskání bobulí a umožňují tím infekci bobulí (Fialková, 2007).

Nadmořská výška ovlivňuje cukernatost hroznů a obsah kyselin. V našich vinařských oblastech je nejvhodnější pěstovat révu vinnou při nejnižší nadmořské výšce, ale nesmějí to být mrazové kotliny. Velký význam má i reliéf krajiny, kdy dochází k přivracení svahu k různým světovým stranám (Kraus a kol., 2004).

1.3.2 Půdní složení

Ideálním prostředím pro pěstování odrůd na výrobu vína jsou půdy s relativně tenkou orniční vrstvou a lehce prostupným podložím s dobrou schopností zadržovat vodu. Odvodnění (proti mokřým kořenům) je důležité, vyžaduje však přístup k vláze. Zasazení révy v neúrodné půdě, které chybí zavlažování, způsobí, že obsah cukru v hroznech se zvyšuje jenom proto, že se voda odpařuje. Žádné zajímavé aromatické látky se netvoří, třísloviny (látky svíravé chuti, deriváty fenolů) nezrají a výsledné víno je velmi neharmonické, alkoholické a drsné (Fialková, 2007).

Vinohradnické půdy. Teplé půdy (štěrk, písek, hlína) napomáhají zrání, zatímco studené půdy (jíl) je zpomalují. Křídové půdy stojí mezi těmito dvěma extrémy a tmavé suché půdy jsou zřetelně teplejší než lehké mokré půdy. Alkalické půdy s vysokým pH podporují metabolismus révy k produkci mízy a hroznové šťávy s relativně vysokým obsahem kyselin (Fialková, 2007).

Požadavky vinné révy na minerální látky. Kromě vody a kyslíku je nejdůležitější dusík, na tvorbu zelené hmoty rostlin, fosfor na vývoj kořenů, draslík, jenž zlepšuje metabolismus révy, železo pro fotosyntézu. Francouzi mají speciální výraz pro vzájemné souznění podnebí, půdy, odrůdy i tradici pěstování, je jím nepřeložitelné slůvko terroir (Fialková, 2007).

1.3.3 Odrůda vinné révy

Díky tomu, že pěstování révy má dlouhou tradici, existuje množství lokálních odrůd adaptovaných na různé podmínky pěstování. Odrůdy jsou adaptovány na specifické klimatické a půdní podmínky od oblastí s horkým a suchým létem přes citlivost k mrazům. Odolnost, či tolerance vůči škůdcům a chorobám se mění od odrůdy k odrůdě (Trioli a Hofmann, 2009). Každá odrůda révy má svou vlastní osobitost, terroir, bude mít rovněž svůj vlastní vliv (Gasnier, 2006).

1.3.4 Vinifikace

Vinifikací označujeme způsob výroby vína. Jelikož je toto téma obsáhlejší, bude mu níže věnována samostatná kapitola.

2 VÍNO

V následující části bude popsána výroba vybraných druhů vína.

2.1 Výroba vína

Hrozny moštových odrůd mají být vyzrálé, s dostatečným množstvím zkvasitelných cukrů a přiměřeným obsahem kyselin, aby víno z nich vyrobené mělo „odrůdový“ charakter a bylo extraktivní s harmonickým poměrem mezi alkoholem a kyselinami (Kraus a kol., 2004).

Bobule hroznu jsou na povrchu chráněny voskovou vrstvou, která odpuzuje vodu. Pod ní je slupka, která obsahuje většinou barviva, třísloviny, minerální látky a pektiny. Buňky dužniny bobule jsou velké, mají slabé stěny a jsou naplněny šťávou, která obsahuje glukózu, fruktózu, kyselinu jablečnou a vinnou a menší množství tříslovin (Kraus a kol., 2008).

Při výrobě vína jsou jisté fáze stejné u různých druhů vín. Jako první část výroby vína řadíme stanovení doby sklizně. Doba k vývinu hroznů je závislá na odrůdě, počasí a na dalších faktorech. Zpočátku jsou malé, zelené a tvrdé. Obsah cukru je nízký a kyselin vysoký. V průběhu zrání bobule nenarůstají, ale mění barvu, obsah cukru se zvyšuje a ubývá kyselin. Hrozny je nejlépe sklízet v tzv. plné technologické zralosti, neboť vína z předčasně sklizených hroznů jsou zpravidla kyselá s neharmonickou chutí (Kadlec a kol., 2009). Hrozny jsou zralé, když mají typicky vybarvené bobule, jsou měkké a snadno se oddělují od stopečky a obsahují vysoké procento cukru (Kraus a kol., 2004). V této fázi je velmi důležité zjistit cukernatost hroznů. Ta se měří v °NM (stupních normalizovaného moštoměru). Tato hodnota zároveň představuje potenciální obsah alkoholu ve víně. Hodnoty zjišťujeme moštoměrem nebo refraktometrem. Stupnice normalizovaného moštoměru udává obsah cukru vyjádřený v kilogramech a na 1 hektolitr moštu (Pavloušek, 2010). Pro sklizeň jsou vhodné dny bez deště, aby nedocházelo ke zředění moštu. Sklizeň se může provádět ručně nebo mechanicky. Při ruční sklizni se nůžkami odstřihávají zdravé hrozny, přičemž se musí dávat pozor na listy, části réví, cizí předměty, napadení hroznů plísněmi nebo hnilobou. Při mechanizované sklizni se používají sklízecí stroje. Ty vytvářejí silnou vibraci drátěné opěry v místě průjezdu a zralé bobule se oddělují od třapiny a padají na sběrné ústrojí nesené strojem nízko nad zemí. Z hlediska výsledné jakosti vína je mechanizovaná sklizeň hroznů vhodnější pro modré odrůdy. Zvýšený obsah fenolických látek pocházejících ze zelených částí réví totiž neohrožuje kvalitu červeného vína tolik jako u vín

bílých (Kraus a kol., 2008). Zásadou by mělo být, že sklizené hrozny týž den zpracujeme. Snažíme se zabránit jejich zapaření, popřípadě naoctění (Kraus a kol., 2004). Při výrobě vín je potřeba zbavit hrozny třapin, které by mohly způsobit negativní chuťové tóny (Pavloušek, 2010).

2.1.1 Bílé víno

Hrozny je možné úplně rozemlít nebo trochu rozdrtit. U bílých odrůd lze použít lisování celých hroznů, čímž získáme svěží, aromatická vína s jemnou kyselinkou, ale mají nižší obsah fenolických látek, které jinak přispívají ke stabilitě vína (Pavloušek, 2010). Rozdrčené hrozny se nazývají rmut (Fialková, 2007). Rmut můžeme ihned vylisovat nebo ho nechat chvíli naležet. Lisováním oddělujeme mošt od tuhých částí. Intenzitu ovlivňuje například konstrukce lisu a použitý tlak (Kraus a kol., 2004). Konstrukce lisu se dělí podle jejich principu. Rozeznáváme například lisy mechanické, kdy šťáva odtéká prostým utahováním lisu, hydraulické, které mají podobný princip, a u obou může dojít k nešetrnému lisování. Další lis je pneumatický, pracující na základě roztahování gumového vaku, který lisuje prostřednictvím tlaku vyvíjeného na hrozny umístěné v nerezovém koši (Pavloušek, 2010). Rychlost lisování závisí na typu lisů, způsobu lisování i na ošetření rmutu před lisováním (Kraus a kol., 2004). Delší a pomalé lisování má pozitivní vliv pouze při teplotách 10 – 15 °C. Při teplotách nad 20 °C může docházet k rozvoji nežádoucí mikroflóry (Pavloušek, 2010). Dalším krokem je odkalování, kdy odstraníme z moštů mechanické nečistoty, které mohou nepříznivě ovlivnit kvalitu vína (Kraus a kol., 2004). K odkalení se používá buď odstředivky, nebo se mošt filtruje (Fialková, 2007). Následuje kvašení, kdy se přeměňuje glukóza a fruktóza na etanol a oxid uhličitý pomocí kvasinek (Kraus a kol., 2008). Ideální teplota pro kvašení je okolo 15 – 20 °C, při vyšších teplotách dochází k vysokým ztrátám buketních látek a omezení činnosti kvasinek (Fialková, 2007). Rozlišujeme spontánní (samovolné) kvašení, které je pomalejší a je vhodné pro dokonale vyztřelé a zdravé hrozny, a řízené kvašení, které dává vinařovi moc odvrátit podmínky negativně ovlivňující kvalitu například pomocí různých kvasinek (Pavloušek, 2010). Kvasný proces v dřevěných sudech je možno řídit jen omezeně. Proto se ve velkém pracuje v tancích z nerezové oceli (Langmaier, 2004). Kvasný proces probíhá ve fázi bouřlivého kvašení, trvá 8 – 12 dní, a dokvašení, trvá asi 4 týdny (Fialková, 2007). Tuto fázi doprovází velmi oblíbený burčák. Aby měl označení burčák, může být vyroben pouze z hroznů vypěstovaných v České republice, nesmí se ředit vodou a smí se podávat od 1. srpna do 30. listopadu (Česko, 2011). Po ukončení kvašení se víno stáčí, požadované je oddělení vína od kvasnic, dbáme na mi-

nimální kontakt vína se vzduchem (Pavloušek, 2010). Dalším krokem může být odkyselo-
vání vína. Kyselost bílého vína je způsobena přítomností velkého množství kyseliny
jablečné, která má ostře kyselou chuť. Tato chuť se v některých případech odstraňuje po-
mocí dalšího jablečno–mléčného kvašení, kdy se kyselina jablečná přemění na kyselinu
mléčnou, která má chuť jemnou. Odstranění této kyseliny není vždy žádoucí a je vhodné
pouze pro vína s vyšším obsahem cukru a výrazným obsahem aromatických a chuťových
látek (Mikeš, 2008). Velmi důležitou manipulací je síření vína. Oxid siřičitý váže kyslík,
který je obsažen ve víně a tím ho chrání před oxidacemi. Má také antimikrobiální účinek
proti vláknitým houbám, kvasinkám a aerobním bakteriím. Víno může obsahovat nejvíce
35 mg volného a 180 – 200 mg celkového SO₂ na litr. Pokud se víno přesíří, oxid siřičitý
se odstraní provzdušněním mladého vína (Odstrčil a Odstrčilová, 2006). Používá se také k
dezinfekci lahví a zátek. U bílého vína je prostředkem k dosažení žádoucí barvy a zabraňuje
hnědnutí (Kraus a kol., 2004). Ke zušlechtní a stabilizaci vín používáme čiření (Kraus a
kol., 2008). K tomu se používají chemická (ferokyanid draselný – u vín s vyšším obsahem
železa, vytvoří se komplexní sloučenina a ta klesá ke dnu) a mechanická (želatina, vaječný
bílek, křemelina, bentonit – pomalu se ve víně rozptýlí a klesají ke dnu) čeridla. Poslední
fází je zrání vína v sudech nebo nerezových tancích. Musí se nechat v klidu a je nutné za-
bránit jeho provzdušnění (Fialková, 2007). Po určité době zrání se víno lahvuje. Vína
s výraznou muškátovou vůní se lahvuji dříve, aby se aromatické látky z vína neztratily.
Jakostní vína se plní později (Pátek, 1998). Hlavním požadavkem při plnění vína do obalů
je, aby víno bylo dostatečně vyztřelá a vyškolené a aby nemělo sklon k tvorbě zákalů a ne-
docházelo u něho k dodatečným změnám sensorických vlastností (Kadlec, 2002). Včasné
lahvování vína před jeho vrcholem vývoje zajišťuje jeho vysokou kvalitu. Proces zrání
vína pokračuje v láhvi a víno se stává tzv. lahvově zralým (Rop a Hrabě, 2009).

2.1.2 Červené víno

Výroba červeného vína zahrnuje odzrňování a drcení, nakvašení, lisování, dokvašení, od-
bourávání kyselin, stáčení a školení vína. Odzrňováním se zbaví třapin a rozemelou. Drť se
musí nakvášet, aby se do moštu vylouhovala barviva a třísloviny (Kraus a kol., 2008).
Veškeré červené barvivo (oenin) se nachází ve slupce bobule i pod ní a zde začíná rozdíl
mezi výrobou červených a bílých vín. Z pevných částic se během nakvašení vytváří tzv.
matolinový klobouk, který je vyzvednutý vznikajícím oxidem uhličitým na povrch tekutiny
a dostává se tak do styku se vzduchem, dochází k oxidaci a napadení mikroorganismy.
Proto se musí rozbíjet a ponořovat (Fialková, 2007). A to se může dělat ručně v otevřených

kádích, nebo automatickým překlápěním ve vinifikátoru (Kraus a kol., 2008). Pokud se promíchávání neděje, rmut se kvašením zahřeje, což je dobrá příležitost pro bakterie mléčného kvašení, protože ty proměňují hroznový cukr na kyselinu octovou a mladé víno se zkaží (Pátek, 2005). Základním požadavkem u všech způsobů nakvašení rmutu je získání co nejbarevnějšího červeného vína (Fialková, 2007). Délka macerace se volí podle požadovaného typu vína, krátká macerace, která trvá několik dnů, se provádí u lehčích vín. Dlouhá macerace, trvající 2 až 3 týdny při tvorbě plných a dlouhověkých vín (Kraus a kol., 2008). Po skončení kvašení se rmut lisuje jako bílé víno (Kraus a kol., 2004). Dále se nastartuje biologické odbourávání kyseliny jablečné, které se rozvine samovolně nebo přidáním speciální kultury (Kraus a kol., 2008). Množství kyseliny jablečné je v našich podmínkách velmi vysoké. Zrání červených vín je většinou pomalejší (Fialková, 2007).

2.1.3 Růžové víno

Růžová vína získávají stále více na popularitě. Technologie výroby růžových vín je velmi podobná technologii bílých vín. V závislosti na odrůdě a stupni zralosti hroznů je někdy vyžadována krátká macerace modrých odrůd hroznů, naproti tomu se někdy již při lisování uvolňuje takové množství barvy, že macerace není třeba. Před lisováním se hrozny pouze odstopkují a drtí, čímž se zabrání extrakci hrubých tříslovin do moštu. Je vhodné zvolit delší a pomalejší lisování, aby nedošlo k extrakci výrazného množství tříslovin. Další postup je stejný jako u vín bílých (Pavloušek, 2010). Růžová vína se vyznačují zvláštním charakterem, kdy mají veselou růžovou barvu, chuť spíše po bílých vínech s příjemnou, nevtíravou vůní se zbytkem nezkašeného cukru (Kraus a kol., 2004).

2.1.4 Další druhy vín

Pro výrobu **šumivých vín** lze použít některou z 3 metod. První je Charmantova metoda (výroba v tancích) víno je v tanku spolu s titrážním likérem (to je rozpuštěný cukr a ušlechtilé kvasinky). Kvasinky se usazují na dno nádoby, následně se stočí do nádoby s protitlakem, odfiltrují se kvasinky, přidá se expediční (nebo také dozážní) likér (= směs vína a cukru na doslazení) a následně se plní do lahví. Metoda transvazální, kdy se víno a titrážní likér mísí předem, naplní se lahve, nechají se kvasit, ale pak se přelije do velkokapacitní nádrže, kvasný kal se odfiltruje a víno se pod tlakem plní do nových lahví. Tradiční kvašení je založeno na naplnění lahví vínem a titrážním likérem. Během kvašení se usazují kvasinky v lahvích, které se ukládají do speciální polohy. Po době potřebné k protřepávání lahví se ponoří hrdla do ledové vody a kvasinkový kal zmrzne. Po uvolnění korunkového

uzávěru tato směs díky CO₂ přímo vystřelí a lahev se doplní expedičním likérem (Pehle a Ehrlacher, 2008).

Ledové víno je typ vína s přívlastkem vyrobené ze zmrzlých hroznů. Sklízet se smí při teplotě pod -7 °C (udává to zákon č 256/2011 Sb.). Hrozny se lisují ještě zmrzlé a mošt je velice sladký, jelikož ve zbytku po lisování zůstávají v kličkách hroznu ledové krystaly. Výťažnost je velmi malá. Při výrobě se musí používat speciální kvasinky, mošt kvasí zvolna, až 3 měsíce. Nejčastěji se používají odrůdy Veltlínské zelené, Chardonnay, Ryzlink rýnský a Sauvignon (Eisenbruk, 2011).

Pro výrobu **slámového vína** musí být ručně sbírány, suší se v upravených místnostech kde proudí vzduch. Může to být na slámě, rákosu, v přeprávkách zavěšené na různých konstrukcích, což je vhodné proti plísním. Toto sušení bývá nejméně 3 měsíce (vymezeno zákonem 256/2011 Sb.). Následuje lisování nejčastěji celých hroznů. Vylisované mošty kvasí pomalu (Kraus a kol., 2008).

Svatomartinské víno je první víno nového ročníku. Jedná se o vína svěží a ovocná, která sice zrála pouhých několik týdnů, ale za tuto dobu už stačila získat svůj osobitý charakter. Aby víno mohlo nést tuto značku, musí být vyrobeno z hroznů odrůd Müller Thurgau, Veltlínské červené rané, Muškát moravský, Modrý Portugal a Svatovavřínecké na území České republiky a projít hodnocením nezávislé komise. Poznávacím znamením těchto vín je logo Martina na etiketě a jednotná záklopka (Hynek, 2010).

Košer víno je v židovském náboženství víno rituálně čisté, vyrobené postupem daným předpisy judaismu ověřenými rabínem. Samotná výroba není složitá, ale je velmi důležité, kdo se na výrobě podílí. Ve vinohradě mohou pracovat i nežidé, ale na výrobě jen zbožní židé (Koudelka, 2010).

Mešní vína se používají při křesťanské bohoslužbě. Při výrobě se nesmí použít doslazování cukrem, enzymy, geneticky upravené kvasinky, přídavné látky, uhličitan vápenatý. Souhlas s tímto označením uděluje diecézní biskup. Požadavky jsou na hrozny z České republiky s cukernatostí nejméně 20 °NM (Koudelka, 2010).

2.2 Označování vína

Označování vína podléhá zákonu 321/2004 Sb. (nyní podle platné novely 256/2011 Sb.) o vinohradnictví a vinařství. Také se řídí Nařízením Rady (ES) č. 1234/2007 v platném znění a Nařízením Komise (ES) č. 607/2009.

U produktu je zakázáno uvádět údaje jako "zdravotní víno". Lze uvést ocenění, medaile ze soutěží; požadavky pro účely církví, jako je např. mešní víno s předchozím souhlasem dané církve.

Povinné údaje musí být v českém jazyce a jedná se o:

- Druh výrobku (někdy lze vynechat).
- CHOP/CHZO (někdy lze vynechat).
- Obsah alkoholu v % objemových.
- Uvedení provenience („víno z...“, „vyrobeno v...“).
- Název stáčírny nebo výrobce/prodejce.
- U dovážených vín název dovozce (může být mimo zorné pole).
- Údaj o obsahu cukru (některá vína).
- Číslo šarže (může být mimo zorné pole).
- Údaj o alergenu (může být mimo zorné pole).
- Jmenovitý objem.
- Zvláštní pravidla pro některá vína.

Podle obsahu cukru dělíme vína:

Suché – cukr do 4 g/l, do 9 g/l, jestliže celková kyselost je nejvýše o 2 g nižší než obsah zbytkového cukru

Polosuché – cukr do 12 g/l, do 18 g/l, jestliže celková kyselost je nejvýše o 10 g nižší než obsah zbytkového cukru

Polosladké – cukr do 45 g/l

Sladké – cukr nejméně 45 g/l

Chráněné označení původu (CHOP) – 100 % hroznů pochází z uvedené zeměpisné oblasti a probíhá zde i výroba.

Chráněné zeměpisné označení (CHZO) – nejméně 85 % hroznů pochází z uvedené zeměpisné oblasti, (hrozny použité k výrobě zemského vína musí výlučně pocházet z uvedené zeměpisné oblasti).

Tab. 1. Vína s CHOP nebo CHZO pro ČR (SZPI, 2013)

Země	CHOP	CHZO
Čechy	Čechy též doplněno Mělnická Čechy též doplněno Litoměřická	české
Morava	Morava též doplněno Slovácká Morava též doplněno Mikulovská Morava též doplněno Znojemská Morava též doplněno Velkopavlovická Novosedelské slámové víno Šobes, Šobeské víno Znojmo	moravské

Mezi nepovinné údaje patří ročník sklizně, název moštové odrůdy, symbol označení CHOP/CHZO, údaje o některých výrobních metodách a například i piktogram upozorňující na obsah SO₂.



Obr. 1. Symbol označení
CHOP (SZPI, 2013)



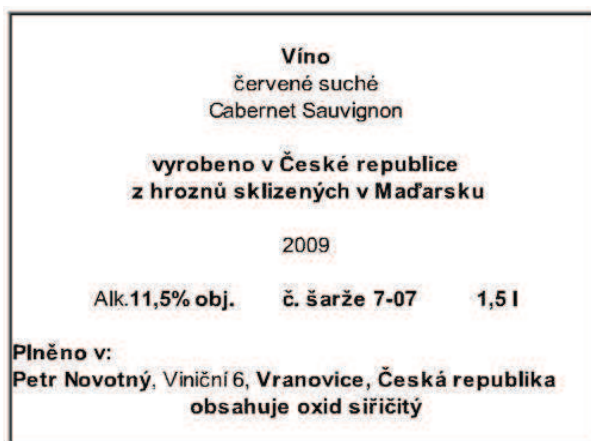
Obr. 2. Symbol označení
CHZO (SZPI, 2013)

Zemské víno může být takto označeno, pokud byly hrozny sklizeny na území ČR, které dosáhly nejméně 14 °NM, musí obsahovat povinné údaje stanovenými předpisy Evropské unie a označení „české“ nebo „moravské“, podle vinařské oblasti, v níž bylo víno vyrobeno. Může obsahovat název odrůdy i vinařskou obec.



Obr. 3. Etiketa zemského vína s povinnými a doplňujícími údaji (SZPI, 2011)

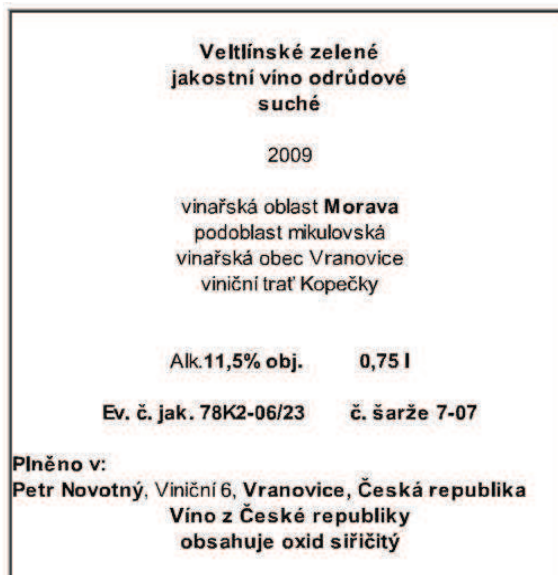
Víno bez chráněného označení původu (CHOP), chráněného zeměpisného označení (CHZO), s názvem odrůdy nebo označení ročníku musí být vyrobeno z hroznů révy vinné, kde nepřekročil výnos 14 tun na 1 ha a splňující i předchozí požadavky. Na této etiketě nemůžou být uvedeny odrůdy vinné révy uvedené ve Státní odrůdové knize.



Obr. 4. Víno bez (CHOP/CHZO) s uvedením ročníku a odrůdy (SZPI, 2011)

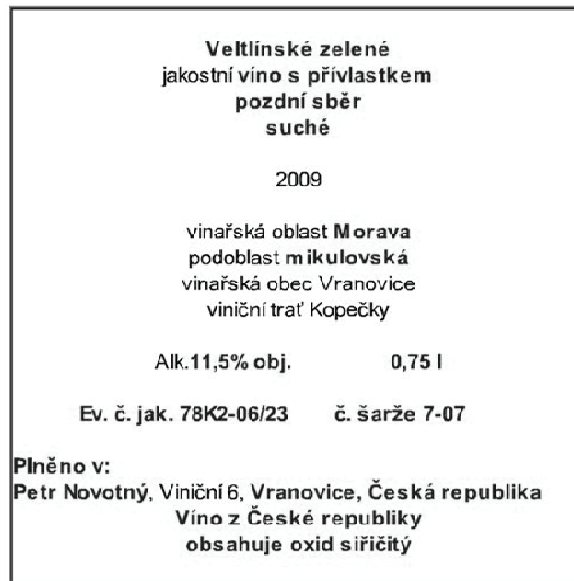
Jakostní víno označuje hrozny, které dosáhly cukernatosti nejméně 15 °NM, lze je doplnit dovětkem odrůdové nebo známkové, které se vyrábí ze směsi hroznů, rmutu, hroznového moštu. Etiketa obsahuje název vinařské oblasti, označení jakostní s případným dovětkem,

je-li na etiketě uveden dovětek, tak se uvede i název odrůdy, dále evidenční číslo jakosti, vinařskou podoblast, vinařskou obec, viniční trať. Označení „víno s CHOP“ nemusí být na etiketě uváděno.



Obr. 5. Etiketa jakostního vína s povinnými a doplňujícími údaji (SZPI, 2011)

Název **jakostní víno s přívlastkem** je označení pro hrozny nejvýše 3 odrůd, jejichž původ byl ověřen Inspekcí. Musejí být sbírány ručně. Smí mít dovětek kabinetní – cukernatost nejméně 19 °NM, pozdní sběr – 21 °NM, výběr z hroznů – 24 °NM, výběr z bobulí – 27 °NM, výběr z cibéb - z vybraných bobulí napadených ušlechtilou plísní šedou nebo přezrálých bobulí s cukernatostí min. 32 °NM, slámové – ty, které byly skladovány na slámě či rákosu nebo zavěšeny po dobu alespoň 3 měsíců a mošt vykazoval 27 °NM, ledové víno – vyrábět z hroznů, které byly sklizeny při teplotách minus 7 °C a cukernatostí 27 °NM. Etiketa může obsahovat název odrůdy, ročník sklizně, evidenční číslo jakosti, název vinařské obce, název podoblasti, viniční trať. Toto víno je zakázáno docukřovat a konzervovat chemickými látkami s výjimkou oxidu siřičitého.



Obr. 6. Etiketka jakostního vína s přívlaskem a doplňujícími údaji (SZPI, 2011)

Zajímavá je aplikace, kde jsou vedeny informace v souladu s § 26 zákona 321/2004 Sb., která umožňuje běžnému spotřebiteli se ujistit o původu vína a to hledáním v zatříděných vínech, které provedla Státní zemědělská a potravinářská inspekce nebo ve vínech originální certifikace (VOC).

Možnost ověření je na stránce: <http://eagri.cz/public/web/mze/zatrideni-vina/vyhledavaci-formular-zatrideni-vina.html>

3 KONZUMACE VÍNA V ČR

Konzumace alkoholických nápojů za posledních pár let klesá, ale naproti tomu vzrostla spotřeba vína na 19,4 litru na osobu (2010), (*Český statistický úřad, 2012*). Pozitivní na tomto vývoji je také to, že se zvyšuje poptávka po kvalitních vínech. Zároveň také roste spotřeba méně kvalitních, levných vín a balených v krabicích, či PET lahvích (*Chládková a kol., 2009*). Nárůst spotřeby je patrný z následující tabulky:

Tab. 2. Spotřeba vína v ČR (Český statistický úřad, 2012)

Rok	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001
Spotřeba vína (v litrech na 1 obyvatele)	15,0	15,3	15,4	15,4	15,8	15,9	16,0	16,1	16,1	16,2
Rok	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	
Spotřeba vína (v litrech na 1 obyvatele)	16,2	16,3	16,5	16,8	17,2	18,5	18,5	18,7	19,4	

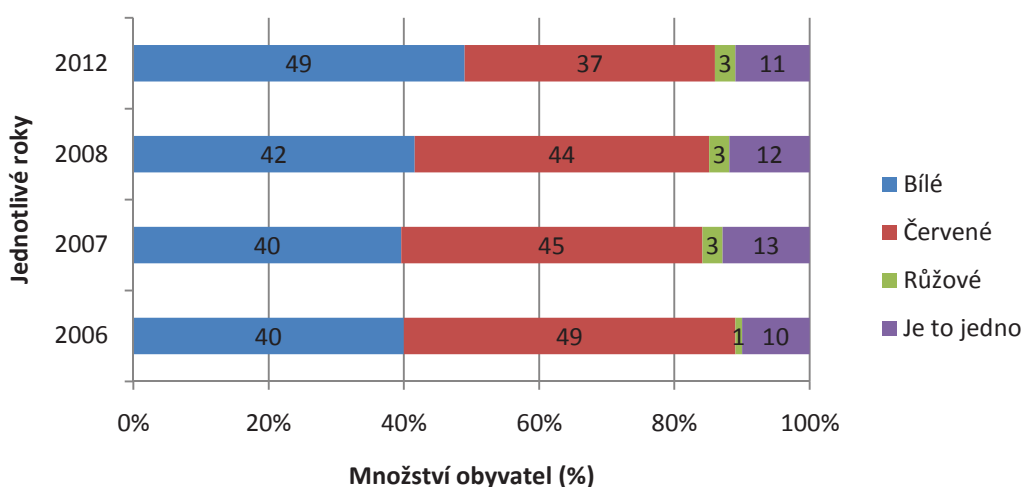
3.1 Průzkumy konzumace vína

Firma FOCUS provedla pro Vinařský fond již několik průzkumů. Následující tabulka z jednoho průzkumu naznačuje srovnání při frekvenci konzumaci vína v několika letech. Přestože čtvrtina dotazovaných víno nepije a 20 % víno pije spíše příležitostně, stále více než polovina dotazovaných pije víno často a to alespoň 1x za měsíc, což je velká skupina lidí na kterou se výrobci vína musejí zaměřit.

*Tab. 3. Srovnání frekvence konzumace vína v letech 2006, 2007, 2008
2012 (n =počet dotazovaných lidí), (FOCUS, 2012)*

Frekvence pití	Odpovědi (%) v jednotlivých letech			
	2006 n = 1399	2007 n = 1391	2008 n = 1203	2012 n =1474
Denně	2	2	3	1
Několikrát týdně	12	12	9	10
Max. 1x týdně	13	13	15	15
2-3x měsíčně	20	20	18	17
Max. 1x měsíčně	12	12	11	11
Méně často	14	14	16	20
Vůbec	27	27	27	25

Podle výsledku agentury FOCUS v ČR můžeme pozorovat měnící se preference barvy vína. V roce 2006 bylo oblíbenější víno červené než bílé. V dalším roce se zvýšila obliba růžového vína. Rozdíly mezi červeným a bílým vínem v roce 2008 byly zanedbatelné. Ale v roce 2012 jde vidět stoupající obliba bílých vín na úkor vín červených. Téměř se nemění počet lidí, kteří nemají zásadní preference, ale rozhodnutí závisí na momentální situaci. Počet dotazovaných v jednotlivých letech – 2006 (n = 1 017), 2007 (n = 1 009), 2008 (n = 873), 2012 (n = 1 101).



Obr. 7. Porovnání oblíbenosti pití různých typů vína (FOCUS, 2012)

Dále bylo zjištěno, že se spotřebitelé mírně odklonili od sušších vín, přesto jsou tato vína konzumenty nejvíce vyhledávána (FOCUS, 2012).

Tab. 4. Preference vín podle obsahu zbytkového cukru ve víně (FOCUS, 2012).

Obsah zbytkového cukru	Odpovědi (%) v jednotlivých letech			
	2006 (n = 1 017)	2007 (n = 1 009)	2008 (n = 873)	2012 (n = 1 101)
Suché	29	23	31	26
Polosuché	29	34	31	28
Polosladké	18	20	16	21
Sladké	10	7	6	9
Je to jedno	8	10	11	11
Neumím posoudit	6	6	6	6

V jiném průzkumu se zjišťovalo, co ovlivňuje spotřebitele při výběru vína. Tohoto průzkumu se zúčastnilo 843 respondentů, přičemž někteří telefonicky, jiní ve vinotékách, anebo v supermarketech a hypermarketech. Pořadí jednotlivých faktorů, které mají vliv na nákup vína (Chládková, 2006).

Tab. 5. Faktory ovlivňující nákup vína (Chládková, 2006).

Pořadí faktoru	Možná odpověď	Celkové % respondentů
1.	Typ vína	30,4
2.	Cena vína	21,7
3.	Druh vína	17,0
4.	Odrůda vína	11,1
5.	Zkušenost	10,6
6.	Oblast, země původu	3,4
7.	Výrobce	2,2
8.	Ročník	1,4
9.	Doporučení	1,2
10.	Vzhled lahve	0,7
11.	Etiketa	0,3

Více než pro čtvrtinu respondentů je nejdůležitější faktor ovlivňující nákup typ vína (podle barvy bílé, růžové a červené). Mezi druhý nejdůležitější faktor můžeme zařadit cenu vína. Dalšími důležitými faktory jsou druh (tam řadíme zemské, jakostní víno a jakostní víno s přívlastkem) a odrůda vína a další je zkušenost s vínem. Za méně podstatné faktory můžeme zařadit zemi původu a oblast, výrobce, ročník, doporučení, vzhled lahve a etiketu. Faktory z druhé poloviny tabulky lze považovat jen za dodatečné, které slouží spíše ke konečnému rozhodnutí než k primárnímu. Z toho vyplývá, že konzumenti mohou mít jistou představu o vínu, o tom, jaký to má být typ vína, jeho cena druh a odrůda a až tyto vlastnosti zjistí, tak se v dalším rozhodování může zaměřit na další faktory, jako je výrobce, ročník a jak na něj působí vzhled lahve a etiketa (Chládková, 2006).

Velmi zajímavá je představa výběru správného vína, kdy si uvědomíme, že většina lidí nedokáže rozpoznat skvělé víno od dobrého vína, nebo dokonce ani dobré víno od průměr-

ného. Většina lidí používá dvoufázový systém: vybere určitou cenu a potom hledají lahev s hezkou etiketou (Wansink, 2009).

Tento předpoklad vychází z výzkumu, kdy skupině lidí bylo podáno stejné víno, pouze s jinou etiketou, kdy na jedné byla známá oblast a na druhé oblast s chladným počasím vyvolávající představu nekvalitního vína. Toto mělo také vliv na konzumaci pokrmů. Tito lidé zkonsumovali méně pokrmů po zkoumanou dobu, a také se u večeře zdrželi kratší dobu oproti lidem, kteří pili „kvalitní“ víno. Šlo o to, že lidé si mysleli, že toto víno bylo dobré, aniž by opravdu zkoumali jeho kvalitu (Wansink a kol., 2007).

Tab. 6. Názory respondentů na cenu vína (Chládková, 2006)

Možné odpovědi	Četnost odpovědí (%)			
	telefonicky	supermarket	vinotéka	celkem
1. Do 50 Kč	18,9	27,2	27,6	19,0
2. 51 – 100 Kč	51,6	50,0	10,8	51,4
3. 101 – 150 Kč	16,6	12,0	24,8	14,1
4. 151 – 200 Kč	7,4	6,0	12,8	9,4
5. 201 – 250 Kč	1,6	0,0	15,6	0,7
6. 251 – 300 Kč	1,5	2,0	4,0	2,4
7. Nad 300 Kč	0,7	1,2	3,2	1,5
8. Neví	1,7	1,6	1,2	1,5
Celkem	100,00 % (n = 343)	100,00 % (n = 250)	100,00% (n = 250)	100,00% (n = 843)

Zajímavá je rozdílnost v odpovědích respondentů, hlavně mezi telefonicky dotazovanými a respondenty z vinotéky. Mezi odpověďmi respondentů ze supermarketu a telefonicky dotazovaných není tak velký rozdíl a celkově se blíží četnosti celkových odpovědí. Za přijatelnou cenu 51 – 100 Kč, považuje většina respondentů (50 %) dotazovaných telefonicky a v supermarketech, dále pak cenu do 50 Kč, kdy je více přijatelná pro respondenty ze supermarketu (27,2 %) oproti telefonicky dotazovaným (18,9 %). A jako třetí je přijatelná cena v rozmezí 101 – 150 Kč. Odlišné jsou výsledky u dotazovaných ve vinotéce, kdy tedy na prvním místě je cena do 50 Kč, na druhém místě je cena 101 – 150 Kč (24,8 %), třetí je cena v rozmezí 201 – 250 Kč (15,6 %). I přesto, že pro největší část dotazovaných je přijatelná část do 50 Kč, jsou respondenti z vinotéky ochotni zaplatit největší sumu za víno (Chládková, 2006). Kupující má ve svém podvědomí uloženou vždy horní a dolní cenovou

hranici. Příliš levné nebo příliš drahé je špatně. Příliš levné pro zákazníka znamená, že není dobré a příliš drahé zase nepřipadá v úvahu (Gosch, 2005).

Tab. 7. Odpovědi na otázku: „Kde víno obvykle kupujete?“ (MZLU, 2004)

Možné odpovědi	Četnost odpovědí (%)			
	telefonicky	supermarket	vinotéka	celkem
1. Běžná samoobsluha	9,4	15,2	5,4	9,7
2. Prodejna sudového vína	10,4	6,9	4,1	7,2
3. Přímou u vinaře	10,2	9,2	6,1	8,5
4. Restaurace, hospoda, vinárna	5,2	6,2	5,0	5,4
5. Supermarket, hypermarket	46,5	56,3	34,5	45,2
6. Vinotéka	18,1	6,2	44,5	23,8
7. Internetové stránky výrobce nebo prodejce	0,2	0,0	0,4	0,2
Celkem	100,00% (n = 480)	100,00% (n = 389)	100,00% (n = 461)	100,00% (n=1330)

Největší podíl nákupů je v supermarketech a hypermarketech, jedná se bezmála o polovinu odpovědí účastníků. Následuje vinotéka, která tvoří téměř čtvrtinu míst, kde se nejčastěji vína nakupují a dále v běžné samoobsluze a přímo u vinaře. Mezi milovníky vína se považuje za zavrženíhodné koupit vína ze supermarketů a hypermarketů, kdy je pochybováno o jeho kvalitě. Tímto způsobem se ale prodá velké množství vína, hlavně díky nízké ceně, ale i tato vína mohou být kvalitní (Knoll a Heistand, 2002).

Tab. 8. Srovnání našich a zahraničních vín v letech (FOCUS, 2008)

Srovnání kvality vín	Odpovědi (%) v jednotlivých letech		
	2006 (n = 1 017)	2007 (n = 1 009)	2008 (n = 874)
Naše jsou kvalitnější než zahraniční	15	22	19
Kvalita je srovnatelná	53	47	55
Zahraniční jsou kvalitnější než naše	8	6	6
Nevím	24	25	20

Při srovnání kvality našich a zahraničních vín polovina dotázaných odpověděla, že kvalita je srovnatelná, téměř čtvrtina neví, o něco menší část si myslí, že naše vína jsou lepší a

velmi malá část si myslí, že zahraniční vína jsou lepší než naše. Přesto jsou tuzemská vína nejen častěji konzumovaná, ale i oblíbenější a to u 59 % dotazovaných (100 % = 874), (FOCUS, 2008).

3.2 Zahraniční obchod s vínem

Situace v oblasti dovozu vína do ČR se po vstupu ČR do EU podstatně změnila (Šperková a Duda, 2008). Dovezené víno znamená konkurenční tlak na výrobce vína v České republice, kdy zvyšuje intenzitu soupeření mezi vinaři na našem trhu (Černíková, 2004). Dovozcům se otevřely nové příležitosti a zjednodušil samostatný proces distribuce vína ke konečnému spotřebiteli. Přestože zákazníci stále ještě preferují cenové hledisko před kvalitativním, můžeme v jejich chování spatřovat pozvolný postup tohoto trendu a změnu orientace na kvalitnější nabídku jakostních a zemských vín, a to jak z tuzemské, tak i zahraniční produkce. Stát se snaží podporovat zejména domácí produkci a dovoz omezovat, což ale bylo vstupem do EU ztíženo. Na druhou stranu se zjednodušil vývoz vína z ČR (Šperková a Duda, 2008).

O export vína je důležité se zajímat a to z několika důvodů. Současná situace na našem trhu, kdy se tuzemské víno prodá bez větších problémů, nemusí trvat věčně, a proto je lepší mít více odbytových míst. Úspěšný export působí dobře na „image“ firmy, kdy podporuje pověst a prodej i na domácím trhu (Krška, 2004). Poptávka po víně je stále dostatečně velká, přesto je nutné neustále provádět propagaci ke zvýšení spotřebitelského podvědomí o vinařské produkci z ČR a tím zlepšení možností odbytu (Šperková a Duda, 2008). Jednou z cest, jak o sobě dát vědět, je účast našich vín na prestižních světových soutěžích. V posledních letech se účast našich vín mnohonásobila a mnohonásobily se i úspěchy (Špalek, 2009). K tomu slouží světové veletrhy a výstavy pořádané v zahraničí i u nás. Hlavní odbytíště domácí produkce v zahraničí jsou především sousední země, jako je Slovensko a Rakousko. Mezi nevýhody patří nedostatek stálých odběratelů na zahraničních trzích (Šperková a Duda, 2008). Při exportu vín je důležité zjistit preference spotřebitelů do země, do které dovážíme. Tyto preference zákazníků se v jednotlivých zemích výrazně odlišují (Pavloušek, 2009). Vývoz sudového vína se zvyšuje mnohonásobně rychleji, což není právě v zájmu ČR. Výhodnější by byl export lahvového vína. U tohoto vína je také menší pravděpodobnost pančování v dovážejícím státě a znehodnocení značky vín z ČR. Pro trvalý růst exportu je tedy důležitější růst vývozu lahvového vína, a to i proto, že není dostatek hroznů pro pokrytí tuzemské spotřeby vína (Sedlo, 2009).

Tab. 9. *Bilance vína ve vinařských letech (v tisíci hl. * rok 2012 je jen odhad SVČR), (MZ ČR 2011, 2012)*

Vinařský rok	2003/ 2004	2004/ 2005	2005/ 2006	2006/ 2007	2007/ 2008	2008/ 2009	2009/ 2010	2010/ 2011	2011/ 2012*
Počáteční zásoba	441	385	502	556	490	890	1 016	893	802
Produkce	560	570	438	434	820	840	560	390	650
Dovoz	1 098	1 341	1 387	1 471	1 585	1 420	1 540	1 774	1850
Spotřeba	1 684	1 751	1 730	1 888	1 828	1 950	2 005	2 005	2012
Vývoz	30	43	41	83	177	182	222	250	270

Dovoz vína do České republiky neustále stoupá. Můžeme zaznamenat dva větší výkyvy a to v roce 2004 a další v letech 2010 až 2012. V letech 2004/2005 byl rok, kdy sklizeň hroznů a následná produkce vína v členských státech EU byla mimořádně vysoká (Sedlo, 2005). Druhý větší dovoz je díky velmi malé produkci u nás, kdy nabídku vína doplnila vína dovezená. Lehce paradoxně je s největším dovozem i největší spotřeba a největší vývoz. Ale právě neustále se zvyšující vývoz je velmi pozitivní zpráva. Z tabulky vyplývá, že vývoz v letech 2011/2012 je několikrát vyšší než v letech 2003/2004.

4 MARKETING VINAŘŮ

Vinohradník může vypěstovat kvalitní hrozny, vinař vyrobí vína, ale tento produkt se musí dostat na trh a kvalitně prodat. Marketing vín je proto nejvýznamnější součástí celé vinařské produkce (Pavloušek, 2007b). Je to velmi důležitá část k úspěšnému prodeji, zvláště díky tomu, že největší část vín se kupuje v supermarketech nebo hypermarketech, kde většinou není odborná pomoc. Proto se vinař musí zaměřit na dostatečnou atraktivitu a originalitu právě jeho produktu se správným a dostatečným množstvím informacím, které usnadní výběr zákazníkům.

Stále více vinařů se spojuje v jeden celek, přičemž existují různé důvody ke společnému vystupování. Může vzniknout homogenní skupina se společným cílem a společným rozdělením úkolů, čímž může být určité oblasti, regionu nebo druhu vína zajištěna větší pozornost. Vhodné je společné logo, které spotřebitelům ulehčí přiřazení produktů k prodejní skupině. Díky spolupráci vznikne větší nabídka. Ale zde se musí dát pozor. Pokud je individuální myšlení silnější než společný zájem, vzniká nebezpečí, že se společenství rozpadne. Spolupráce mají význam tehdy, jsou-li zamýšleny dlouhodobě (Gosch, 2005).

Mezi celek vinařů můžeme zařadit VOC (V. O. C.). Jedná se o značení vín, kdy se u vína spíše zohledňují určité charakteristické znaky dané oblasti, tzv. terroir. Systém takto značených vín je povolován Ministerstvem zemědělství dle § 23 zákona č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů. V současné době je povoleno používat značení VOC ve čtyřech případech a to ve sdružení VOC ZNOJMO, a. s. (od roku 2009), V. O. C. MIKULOV, a. s. a VOC MODRÉ HORY, a. s. (od roku 2011), a VOC PÁLAVA, a. s. (od roku 2012). Jednotlivá sdružení určila odrůdy vhodné pro danou oblast. Tato vína musí odpovídat požadavkům alespoň jakostních vín, sdružení si navíc sama stanovila přísné podmínky, které musí výrobce dodržovat při výrobě vína, včetně sklizně hroznů (MZ ČR, 2012).

Pro úspěšnost vinařů, a také pro spokojenost konzumentů, je důležitá analýza trhu. Tato analýza má za úkol zjistit, jak si vede na trhu firma, ale neustále se myslí na zákazníka – konzumenta, který musí být v centru zájmu (Gosch, 2005). Výchozím bodem je tedy snaha ztotožnit se s potřebami zákazníků. Neustále konkrétní zjišťování jejich požadavků je přitom hlavním bodem veškeré péče o spokojenost zákazníků. Nejsou-li splněna jejich očekávání, jsou nespokojení zákazníci ochotni přejít ke konkurenci (Schätzel a kol., 2004).

Je důležité pozorovat vlastní zákazníky při osobním styku, jak mluví, jeho upřímnost a velkou pozornost bychom měli věnovat neverbální komunikaci, jeho mimice, gestům. Kdy nám právě toto řekne více než slova. Dále jsou velmi důležité dotazníky. Pro vinaře je důležité klást správné otázky, aby dostal správné odpovědi. Vhodné dotazování by nemělo být nudné, na mnoho různých témat, ale mělo by jít do hloubky. Jde o vypátrání motivů ke koupi (Gosch, 2005).

Lze předpokládat, že v budoucnosti dojde ke větší diferenciaci a jeden segment trhu bude konzumovat vína levná, zatímco druhý segment bude preferovat vína velmi prestižní. V současnosti přibývají ti konzumenti vína, pro něž je atraktivita obalu a vnější vzhled lahve stejně významným faktorem jako vlastní kvalita nabízeného produktu. Velký důraz na celkový design, na způsob balení, na barvu a tvar lahve, na použité písmo a na ztvárnění etikety kladou především mladí konzumenti. Samotná vnější úprava však nestačí a přehnaná touha po modernosti se někdy může stát „slepou uličkou“ (Schätzel a kol., 2004).

4.1 Kvalita vína

Kvalita, co se vína týče, je v podstatě řešena zákonem, ale v konečném důsledku je tím, co si myslí zákazník, a tím za co je ochoten utratit své peníze (Gosch, 2005). Pro marketing a prodej vína je velmi důležitá kvalita vína. Je zajímavé, že většina výrobců vína zastává názor, že kvalita hroznů je určena cukernatostí, a takto získaný přívlastek potom určuje rovněž kvalitu vína. A nejlepší vína podle vinařů jsou předkládána spotřebiteli. Ale zde se názory vinařů a konzumentů mohou značně rozcházet. V zemích „Nového světa“ (Austrálie, Nový Zéland, USA, JAR) je kladen velký důraz na spotřebitele, který rozhoduje o tom, co považuje za kvalitní. Díky tomu o toto víno projevuje trvalý zájem a vrací se k výrobci. Tato reakce spotřebitele by měla být nejvýznamnější a impulzivní pro výrobce vína. V České republice existuje pouze málo podniků, které se tímto řídí. (Pavloušek, 2007b).

S kvalitou vína se setkáváme na vinařských soutěžích. Vinaři investují nemalé prostředky do účasti na soutěžích, protože předpokládají, že zisk medaile podpoří prodej oceněného vína. Relativně nízká závislost mezi kvalitou (dobrého a výborného) vína a ziskem medaile může vést na marketingovou propagaci vín. Některé výzkumy ale potvrzují, že běžní zákazníci neberou při rozhodování o nákupu vína v obchodech jeho medailové hodnocení významně do úvahy (Mls, 2011).

Pokud jde o znaky, podle nichž čeští konzumenti posuzují kvalitu vína, nejdůležitější jsou pro ně jiskra, etiketa s původem vína a skleněná láhev. S výrokem, že tyto znaky přísluší ke kvalitnímu vínu, souhlasilo okolo 90 % konzumentů. Naopak nejnižší míru souhlasu respondentů vyjadřovali s výrokem, že sladká vína jsou kvalitní (27 %), (FOCUS, 2008).

4.2 Láhve

Nejpoužívanější materiál je sklo. Je to nejvhodnější nádoba pro nejjakostnější víno. Poskytuje nejvhodnější předpoklady pro neutrální skladování vína bez přístupu vzduchu i po delší čas. Existují i jiné obaly, jako je tetrapak, plastové lahve, hliníkové krabice, ale ty lze užít jen ke krátkodobému skladování vína (Steidl, 2010a).

Lahve mají většinou různé barevné odstíny od světle zelených, či jantarových tónů, přes tmavě hnědou až po téměř černou (Asociace somelierů, 2001). Bílá (bezbarvá) umožňuje shlédnout barvu vína, ale špatně chrání víno před světlem. Zelená barva je v různých odstínech, čím je tmavší, tím je zajištěna lepší ochrana před UV zářením. Hnědá barva nejlépe chrání víno před světlem (Steidl, 2010a). Ale ani nejtmavší lahve (tmavě zelené nebo hnědé) záření úplně nebrání chemickým změnám (Dias a kol., 2012).

Tvar lahve je často ze dvou třetin cylindrický se štíhlým hrdlem a širším prstencem u ústí. Lahve se mohou lišit tvarem i objemem (Asociace somelierů, 2001). Aby se jednotlivá vína odlišila podle konkrétního původu nebo výrobce od jiných, používají se také lahve určitých zvláštních tvarů nebo se zvláštními znaky. Jsou chráněny a mohou být použity pouze za splnění předepsaných podmínek. V posledních letech vznikly například vlastní tvary láhví pro jednotlivé vinařské regiony (Štýrsko, Dolní Rakousko). U láhví s emblémem však musí být dbáno na to, aby bylo možné vždy správně umístit etiketu, což není možné u všech strojů, a je pak nezbytné ruční lepení nebo nastavení lahve (Steidl, 2010a).

Různé typy láhví (viz obrázek v příloze) jsou pojmenovány podle oblastí, v nichž budou plněny, jedná se například o:

Bordelais (Bordó), tyto lahve se používají pro řadu vín. Obvykle mají sytě zelenou barvu a jsou vhodné pro ročníková vína. Stejně lahve z čirého skla se používají pro bílá vína.

Burgundy (Burgundské), používají se rovněž pro velké množství vín. Sklo má tmavě zelenou barvu.

Rýnské, alsaské lahve pocházejí z oblasti okolo řeky Rýn, pro bílá vína.

Mad'arské nebo tokajské mají objem 0,5l a je především pro tokajská vína.

Champagne je typická lahev na šumivá vína, která se vyrábí ze silného tmavě zeleného skla (Asociace somelierů, 2001).

Svou roli hrají i jejich velikost. Běžné lahve mají obsah 0,75 l a platí, že čím menší jsou, tím rychleji víno zraje. Z toho důvodu bývají vynikající ročníky lahvovány do nadměrných lahví, které dosahují objemu až 15 l, což je dvacetinásobek běžné lahve (Mejstřík, 2012).

4.3 Etikety

Etiketa spolu s lahví nese důležité informace, které musí plnit jak zákonné povinnosti, tak i reklamní úlohu. Při utváření etikety musí být důkladně promyšleny obrazové motivy, formát a velikost, písmo a typografie, barvy a prvky úpravy. Cílem by mělo být vytvořit lehce rozeznatelnou, s lahví harmonizující, symbolicky jednoduchou odpovídající etiketu. Můžeme se setkat i se zadní etiketou, která může obsahovat kromě zákonných povinností i upozornění na teplotu při servírování, zralost, vhodnost doplnění jídel a speciální informace o víně (Gosch, 2005). Právě tato etiketa je nejvýznamnějším spotřebitelským informačním zdrojem a proto stojí za to se této části věnovat. Ale zároveň nejde o množství informací, ale o jejich kvalitu (Kalnická a Pavlů, 2003).

Etikety můžeme rozdělit na klasické a moderní. Na klasické, najdeme nejčastěji obrázek, hodně písma, zlato, ornamenty, výrazné nápisy s použitím velmi zdobného písma. Moderní etiketu naopak charakterizuje minimalistické pojetí se střídmostí a elegancí (Dumbrovská, 2011). Není třeba se při nákupu nechat oslnit přezdobenou, křiklavě barevnou etiketou. Každá barva potřebuje své místo. Barvy na pozadí by měly být spíše světlé. Podceňovat by se neměly ani jasné barevné kontrasty a barevné kombinace. Nejlepší a seriózní výrobci mají etikety vesměs velice střídme, decentní a hlavně poskytující všechny důležité a především pravdivé informace (Ševčík, 1999).

Pokud etiketa odráží luxus a září zlatem, lidé v ČR ji budou kupovat, aniž by víno za něco stálo. Češi mají tento typ etikety velmi oblíbený, spojují si totiž vína s klasikou, a ta v nich asociuje eleganci, domnívají se totiž, že bude obsahovat víno kvalitní. Moderní etiketa v lidech vzbuzuje dojem, že v láhvi najde něco nového, ne tak dobrého. Poněkud jinak je tomu ve Francii, kde vinaři následují trendy Jižní Afriky, Jižní Ameriky a Austrálie s cílem vyrazit na trh s nově pojatými etiketami a přes ně oslovit zejména mladou generaci. V Česku mladí lidé víno moc nepijí, raději si dají pivo nebo koktejlové drinky, zatímco Fran-

cie má kořeny ve vinné révě. Je to otázka tradic a rozdílných kultur. Ve Francii se právě vína s moderními etiketami prodávají fantasticky, a naopak klasické etikety jsou na ústupu (Dumbrovská, 2011). Velikost etiket, počet etiket na lahvi, stejně jako vzhled etiket by měl být vždy posuzován ve spojení se zvolným tvarem a barvou skla (Gosch, 2005).

Etikety se neustále zdokonalují, již existují i etikety s Braillovým písmem, které mohou zjednodušit výběr vína nevidomým (Hladík, 2007).

4.4 Uzávěry

Zvláštní signální účinek vychází z uzávěru lahve. Měl by být brán velký ohled na pozici na trhu, popř. na signály kvality určité cílové skupiny (Gosch, 2005). Ze zásady by se měl konzument zabývat především vínem, ne druhem uzávěru. V současné době typ uzávěru při rozhodování o nákupu vína hraje skoro nejdůležitější roli. Tradice a image stejně jako osobní oblíbenost zde hrají jistou roli. Ode všech je vyžadováno po otevření láhve dobré víno bez vad. Zvláště pokud byla láhev vína drahá, je velmi nepříjemné, má-li víno po otevření pachutí způsobenou nekvalitním uzávěrem (Steidl, 2010b).

Přírodní korek má stejně jako dříve i nyní nejlepší image, především u hodnotných vín očekává zákazník korek odpovídající kvality (mimo dobré image má vysokou elasticitu a propouští plyny – umožňuje vínu zrát v láhvi). Ale má také nedostatky, v porovnání s ostatními uzávěry patří k hlavním nedostatkům vysoká cena a možnost pachuti vína po korku (Steidl, 2010). Korek není nic jiného než kůra stromu, odtud pochází jeho název, totiž v latinského *Cortex*, což znamená kůra (Henn, 2006). Přes buněčné části korku probíhá neustálá, i když nepatrná výměna vzduchu mezi vnitřkem lahve a jeho okolím, což přispívá k pomalému zušlechťování vína. Tuto vlastnost si korek udrží cca 20 let (Rop a Hrabě, 2009).

Lisovaný korek je levnější alternativa přírodního korku, kdy výchozím materiálem je zpravidla odpad, vznikající při produkci přírodních korků. S vyšším nebezpečím mikrobiologické kontaminace a 30 – 50 % lepidla. Lisovaný korek je odolnější vůči tlaku, proto je třeba větší síly ke stlačení, ale také více zatěžuje uzavírací hlavici. Lepidlo zvyšuje nebezpečí pachuti po plísní ve víně, proto se používá jako uzávěr jen pro krátkodobější skladování (Steidl, 2010).

Plastová zátka a používání plastových zátek je vedeno především snahou řešit problém pachuti po korku. Zkušenosti posledních desetiletí ukazují, že některé plasty, i když jsou

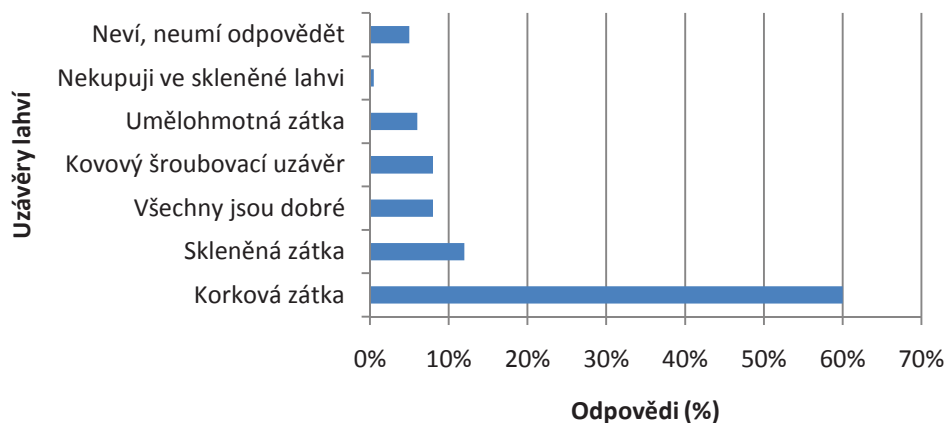
z hlediska potravinářského práva nezávadné, mohou mírně ovlivňovat aroma vína. K tomu ještě mají omezenou životnost na přibližně dva roky, ale během této doby je většina vín spotřebována. Zátky mají také určitou propustnost kyslíku, která je zpravidla v případě umělých hmot nižší oproti přírodnímu korku (Steidl, 2010). Někteří výrobci se snaží co nejvíce napodobit přírodní korek, jiní naproti tomu používají křiklavé barvy (Křístek, 2006).

Korunkový uzávěr je oblíben u litrových láhví a v gastronomii, protože se lehce odstraňuje a je levný. Při delším skladování se ale může stát, že víno bude procházet přes těsnění.

Šroubovací uzávěr, tento druh je běžný ve Švýcarsku, kde se takto prodává 80 % vína. I v Rakousku začínají velké vinařské podniky úspěšně používat šroubovací uzávěr pro jednoduchá konzumní vína. Předností mimo nízkou cenu je pro konzumenta i možnost jednoduchého otevření a opětovného uzavření (Steidl, 2010). Jsou vnímány jako součást moderního přístupu ke konzumaci vína. Nejčastěji se s nimi uzavírají vína mladá, určená ke spotřebě (Křístek, 2006).

V poslední době se začíná používat i **skleněný uzávěr Vino – Lok**. Jeho předností má být inertní materiál, který neovlivní chuť vína. Pro utěsnění mezi zátkou a láhví se ale používá proužek z plastu. Další předností je možnost opětovného uzavření láhve. K nedostatkům patří křehkost a cena srovnatelná s přírodním korkem (Steidl, 2010). Skleněné zátky pravděpodobně nebudou vhodné pro dlouhodobé zrání vín (Křístek, 2006).

Z následujícího grafu, který odpovídá na otázku: „Jaký uzávěr má mít lahev?“ lze vyčíst jednoznačnou oblibu korkových zátek, která je důležitá pro 60 % dotazovaných (100% = 1 101 dotazovaných).



Obr. 8. Odpovědi na otázku: „Jaký uzávěr má mít lahev?“ (FOCUS, 2012).

Uzávěr vína doplňují kovové (plastové) kapsle neboli zákločky, které chrání korek a otvor lahve. V dřívějších dobách bylo hrdlo po zaražení zátky zataveno do vosku. Vyráběla se z olova, cínu a umělé hmoty (Marshall, 2012).

Odborníci jsou zajedno v tom, že u spotřebitelů z tradičních vinařských zemí je zazátkování symbolem hodnoty a proces odzátkování je kulturně významný. Tím se vysvětluje dobré přijetí plastové zátky, kterou spotřebitel před odzátkováním nemůže rozeznat od tradiční zátky a při vytažení respektuje tradiční postup. Dále se tím vysvětluje převaha zátkování korkem, který je v mysli spotřebitele symbolem kvality (Konečný, 2007).

Ztvárnění od etikety přes tvar lahve a uzávěrem se nesmí diametrálně odlišovat od prezentace firmy, vinaře a od filozofie podniku (Gosch, 2005).

ZÁVĚR

V těchto letech se konzumace vína pohybuje okolo 20 litrů na osobu a rok a jejich spotřeba se neustále mírně zvyšuje. Má snaha měla směřovat ke zjištění, jaká vína jsou konzumována nejčastěji, která jsou nejoblíbenější a co ovlivňuje koupi daného vína. Pro zjištění požadovaných informací jsem často použila průzkumů společnosti FOCUS, které byly vytvořeny pro Vinařský fond. Z těchto průzkumů jsem využila nejen nejnovějšího průzkumu z roku 2012, ale jsou tam obsaženy i výsledky z jiných let, kdy může dojít k porovnání změn, které se v průběhu několika let staly. V průzkumu bylo zjištěno, že čtvrtina lidí víno nepije vůbec, ale zbylá část dotazovaných pije víno relativně často, proto je důležité se soustředit právě na tuto skupinu konzumentů a jim vyhovět. Zajímavá je změna chutí, kterou právě díky průzkumům z několika let můžeme pozorovat. Tato změna je v neprospěch červeného vína, kdy jeho oblíba postupně upadá a oblíbenější se stává víno bílé, které by mělo být spíše sušší. Z jiného průzkumu můžeme zpozorovat, podle čeho lidé vybírají vína, kdy jim nejčastěji jde o barvu a poté o cenu, která se má nejčastěji pohybovat od 50 – 100 Kč. Až na posledních příčkách se umístil vzhled lahví a etiketa. Primárně to pro kupující asi není důležité, ale pokud mají vybrány jisté požadavky, tak etikety hrají důležitou roli, kdy jsou atraktivnější klasické etikety než ty moderní. Stejně tak jsou oblíbenější i korkové zátky než ty modernější jako jsou šroubovací uzávěry nebo skleněné zátky. V tomto případě se dá říct, že klasika a jistá tradice je preferovanější než moderní směr. Klasika v kupujících vyvolává kvalitu a to, co je z produkce vína nejlepší. A vzhledem k tomu, že nejčastěji se vína kupují v supermarketech nebo hypermarketech, kde není možnost konzultace s nějakým odborníkem, který by dokázal vyvrátit výběr vína podle etikety, ale podle jejího obsahu a právě podle kvality. Myslím, že toto je důvod proč by se měli vinaři zabývat právě i stránkou vzhledu a to v nemalé míře. Mezi pozitivní zprávu pro české vinaře patří ten fakt, že konzumenti považují vína domácí produkce za stejně kvalitní, jako ta zahraniční. Měl by to být i jistý podnět, který by měl vinaře popostrčit, protože jim někdo věří a měli by se pokusit získat klienty i v zahraničí a tím pádem i rozvíjet vlastní firmy. Když je vinařství součástí vyššího sdružení, což může být například i novější uskupení VOC, tak dojde k propagaci vinařství z dané oblasti, ale především k propagaci vín z celé České republiky.

SEZNAM POUŽITÉ LITERATURY

- ASOCIACE SOMELIERŮ, 2001. *Sommelier, povolání budoucnosti: postupy pro profesionální sommeliery*. 1. vyd. Praha: Wagner Press, 111 s. ISBN 80-903-0191-6.
- BUREŠOVÁ, P., 2007. *Sommelier v současné české gastronomii*. 1. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 89 s. ISBN 978-80-86578-72-9.
- CALLEC, Ch., 2002. *Velká encyklopedie vína*. 1. vyd. Čestlice: Rebo Productions, 511s. ISBN 80-723-4245-2.
- ČERNÍKOVÁ, R., 2004. Influence of price level of imported wine on competition in the wine-production sector in the Czech Republic. *Agricultural economics*. roč. 50, č. 7, s. 317 - 322.
- ČESKO, 2011, Zákon č. 256 ze dne 20. července 2011 o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů (zákon o vinohradnictví a vinařství). In: *Sbírka zákonů České republiky*. Částka 89, s. 3 066 – 3 076.
- ČESKÝ STATISTICKÝ ÚŘAD, 2012. *Analýza spotřeby potravin v roce 2010* [online]. [cit. 2012-10-30]. Dostupné z: [http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/1e01747a199f30f4c1256bd50038ab23/4100f5e146962c05c12579d8003ba05f/\\$FILE/cpotr041012analyza.pdf](http://www.czso.cz/csu/csu.nsf/1e01747a199f30f4c1256bd50038ab23/4100f5e146962c05c12579d8003ba05f/$FILE/cpotr041012analyza.pdf)
- DIAS, D. A., T. A. SMITH, K. P. GHIGGINO a G. R. SCOLLARY, 2012. The role of light, temperature and wine bottle colour on pigment enhancement in white wine. *Food chemistry*. č. 4, s. 2 934 – 2 941. ISSN 0308-8146.
- DUMBROVSKÁ, Š., 2011. OBALY A DESIGN: Design pro všechny smysly. *Svět balení: profesní fórum obalářů*. Praha: ATOZ STUDIO, č. 3, s. 28 – 31. ISSN 1212-7809.
- EISENBRUK, J., 2011. Vinobraní při minus dvaceti. *Vinař – sadař: odborný časopis pro vinohradníky, vinaře a ovocnáře*. Olomouc: Baštan, č. 1, s. 29. ISSN 978-80-87091-06-7.
- FIALKOVÁ, B., 2007. *Enologie a odborná degustace*. 3. vyd. Praha: Vysoká škola hotelová v Praze 8, 140 s. ISBN 978-80-86578-70-5.
- FOCUS, Marketing & Social Research, 2008. *Základní trendy – trh s vínem 2008*, vytvořeno pro Vinařský fond. Dostupné z: <http://www.vinarskyfond.cz/cz/pro-registrovane/pruzkumy-trhu/pruzkumy-trhu-realizovane-v-letech-2006-12>

- FOCUS, Marketing & Social Research, 2012. *Víno a spotřebitel 2012*, vytvořeno pro Vinařský fond. Dostupné z: <http://www.vinarskyfond.cz/cz/pro-registrovane/pruzkumy-trhu/pruzkumy-trhu-realizovane-v-letech-2006-12>
- GASNIER, V., 2006. *Nápoje: vychutnávání, výběr, skladování, podávání a oceňování: vína, piva, koktejly, destiláty, aperitivy, likéry, mošty*. 1. vyd. Praha: Slovart, 512s. ISBN 80-7209-839-X.
- GOSCH, F., 2005. *Vinařský marketing*. 1. vyd. Valtice: Národní salon vín, 125 s. ISBN 80-903-2015-5.
- HENN, C. S., 2006. *Víno: rychlokurz v 10 sklenkách*. 1. vyd. Praha: Vašut, 95 s. ISBN 80-723-6399-9.
- HLADÍK, J., 2007. Originální etikety Vinařství Galant. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 100, č. 7 – 8, s. 388. ISSN 1212-7884.
- HYNEK, P., 2010. Vinaři již pošesté otevírali Svatomartinské. *Vinař – sadař: odborný časopis pro vinohradníky, vinaře a ovocnáře*. Olomouc: Baštan, č. 6, s. 41. ISSN 978-80-87091-06-7.
- CHLÁDKOVÁ, H., P. TOMŠÍK a S. GURSKÁ, 2009. The development of main factors of the wine demand. *Agricultural Economics - Czech*. roč. 55, č. 7, s. 321 – 326.
- CHLÁDKOVÁ, H., Z. POŠVÁŘ a P. ŽUFAN, 2004. Consumer habits in the Czech wine market. *Agricultural Economics - Czech*. roč. 50, č. 7, s. 323 – 330.
- CHLÁDKOVÁ, H., 2006. Rozhodování spotřebitelů při nákupu vína [online]. [cit. 2013-01-30]. Dostupné z: http://www.fem.uniag.sk/mvd2006/zbornik/sekcia4/s4_chladkova_helena_27.pdf
- KADLEC, P., K. MELZUCH a M. VOLDŘICH, 2009. *Co byste měli vědět o výrobě potravin?: technologie potravin*. 1. vyd. Ostrava: Key Publishing, 536 s. ISBN 978-80-7418-051-4.
- KADLEC, P., 2002. *Technologie potravin II*. 1. vyd. Praha VŠCHT, 236 s. ISBN 80-708-0510-2.
- KALNICKÁ, V. a D. PAVLŮ za AMASIA, s. r. o., 2003. *Český spotřebitelský trh s víny 2003*, vytvořeno pro Vinařský fond. Dostupné z: <http://www.vinarskyfond.cz/cz/pro-registrovane/pruzkumy-trhu/pruzkumy-realizovane-v-letech-2003-2004>

- KNOLL, R. a S. HIESTAND, 2002. *Jak dobře vybrat víno*. 1. vyd. Pardubice: Filip Trend, 80 s. ISBN 80-862-8223-6.
- KONEČNÝ, A., 2007. Korek, plast nebo hliníková kapsule?. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 100, č. 7 - 8, s. 366. ISSN 1212-7884.
- KOUDELKA, Z., 2010. Košer a mešní víno. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 103, č. 5, s. 236 – 239. ISSN 1212-7884.
- KRAUS, V., 2003. *Pěstujeme révu vinnou*. 1. vyd. Praha: Grada, 96 s. ISBN 80 -247–0562-1.
- KRAUS, V., V. HUBÁČEK a P. ACKERMANN, 2004. *Rukověť vinaře*. 2., dopl. vyd. Praha: Brázda, 268 s. ISBN 80-209-0327-5.
- KRAUS, V., Z. KUTTELVAŠER a B. VURM, 1998. *Encyklopedie českého a moravského vína*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 223 s. ISBN 80-717-6845-6.
- KRAUS, V., Z. FOFFOVÁ a B. VURM, 2008. *Nová encyklopedie českého a moravského vína*. 2. vyd. Praha: Praga Mystica, 311 s. ISBN 978-80-86767-09-3.
- KRŠKA, P., 2004. Několik poznámek k exportu vína. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 97, č. 11, s. 526 – 527. ISSN 1212-7884.
- KŘÍSTEK, M., 2006. Budeme v roce 2015 používat korkové zátky?. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 99, č. 11, s. 562. ISSN 1212-7884.
- LANGMAIER, F., 2004. *Nauka o zboží*. 3., nezměn. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 144 s. ISBN 80731-81738.
- MARSHALL, W., 2012. *Co by měl vědět správný milovník vín*. 1. vyd. Praha: Ikar, 384 s. ISBN 978-80-249-1852-5.
- MAŘÍK, K. a L. BÍLÍK, 2004. *Cesty za moravským a českým vínem*. 1. vyd. Praha: Professional Publishing, 183 s. ISBN 80-864-1975-4.
- MEJSTŘÍK, J., 2012. *Filozofie a mystika vína: velmi pozdní sběr*. 1. vyd. Olomouc: ANAG, 172 s. ISBN 978-80-7263-780-5.
- MIKEŠ, V., 2008. *Proč se klepou řízky: chemie v kuchyni*. Praha: Dokořán, 199 s. ISBN 978-80-7363-1437.

- MLS, K., 2011. Víno jako předmět rozhodování. In: *Víno jako multikulturní fenomén*. 1. vyd. Olomouc: Societas Scientarium Olomucensis II., s. 156 - 163. ISBN 978-80-87533-00-0.
- MZ ČR, 2011. *Situační a výhledová zpráva: réva vinná a víno*. [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, [cit. 2012-10-03]. ISBN 978-80-7084-982-8. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/128921/SVZ_2011.pdf.
- MZ ČR, 2012. *Situační a výhledová zpráva: réva vinná a víno*. [online]. Praha: Ministerstvo zemědělství ČR, [cit. 2013-01-03]. ISBN 978-80-7084-982-8. Dostupné z: http://eagri.cz/public/web/file/183298/SVZ_2012_na_web.pdf
- MZLU, 2004 *Průzkum MZLU 2004*, vytvořeno pro Vinařský fond. Dostupné z: <http://www.vinarskyfond.cz/cz/pro-registrovane/pruzkumy-trhu/pruzkumy-realizovane-v-letech-2003-2004>
- NÁTR, L., 2007. Letošní počasí, globální klima a přírodní katastrofy. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 100, č. 3, s. 101 – 102. ISSN 1212-7884.
- ODSTRČIL, J. a M. ODSTRČILOVÁ, 2006. *Chemie potravin*. 1. vyd. Brno: Národní centrum ošetřovatelství a nelékařských zdravotnických oborů, 164 s. ISBN 80-701-3435-6.
- PÁTEK, J., 1998. *Zrození vína: všechno o pěstování, zpracování konzumaci vína*. 1. vyd. Brno: Books, 235 s. ISBN 80-724-2039-9.
- PÁTEK, J., 2005. *Víno v lidské podobě: a mnoho dalších článků a vyprávění na téma víno*. 1. vyd. Brno: Jota, 166 s. ISBN 80-721-7323-5.
- PAVLOUŠEK, P., 2007a. Odrůda měsíce – Ryzlink vlašský. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 100, č. 3, s. 103. ISSN 1212-7884.
- PAVLOUŠEK, P., 2007b. Marketing vína, nejvýznamnější součást produkce kvalitních vín. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 100, č. 9, s. 447 – 448. ISSN 1212-7884.
- PAVLOUŠEK, P., 2008a. Praktické poznatky k odrůdě Veltlínské zelené. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Vel-

- ké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 101, č. 7 - 8, s. 326 - 327. ISSN 1212-7884.
- PAVLOUŠEK, P., 2008b. Praktické poznatky k odrůdě Veltlínské zelené. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 101, č. 12, s. 570 – 571. ISSN 1212-7884.
- PAVLOUŠEK, P., 2009. Marketingové výzkumy jsou velmi významné pro vinohradníky a vinaře. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 102, č. 7 - 8, s. 334 - 335. ISSN 1212-7884.
- PAVLOUŠEK, P., 2010. *Výroba vína u malovinařů. 2., aktualiz. a rozš. vyd.* Praha: Grada, 120 s. ISBN 978-80-247-3487-3.
- PAVLOUŠEK, P., 2011. *Pěstování révy vinné: moderní vinohradnictví*. 1. vyd. Praha: Grada, 333 s. ISBN 80-247-3314-5.
- PEHLE, T. a U. EHRLACHER, 2008. *Šumivá vína: šampaňské*. 1. vyd. Čestlice: Rebo, 295 s. ISBN 978-80-255-0048-4.
- PRIEWE, J., 2002. *Víno: malá škola*. 1. vyd. Praha: Knižní klub, 96 s. ISBN 80-242-0848-2.
- ROP, O. a J. HRABĚ, 2009. *Nealkoholické a alkoholické nápoje*. 1. vyd. Zlín: Univerzita Tomáše Bati, 129 s. ISBN 978-80-7318-748-4.
- SEDLO, J., 2005. Zahraníční obchod s vínem ČR rok před a rok po vstupu do EU. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 98, č. 7 - 8, s. 378 - 379. ISSN 1212-7884.
- SEDLO, J., 2009. Zahraníční obchod s vínem České republiky ve vinařském roce 2008/2009. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 102, č. 11, s. 521 – 523. ISSN 1212-7884.
- SEDLO, J., I. LUDVÍKOVÁ a O. JANDUROVÁ, 2011. *Přehled odrůd révy 2011* [online]. Svaz vinařů ČR, [cit. 2012-10-01]. ISBN 978-80-903534-6-6. Dostupné z: www.ukzuz.cz/Articles/Uploads/178934-7-PO_reva_11pdf.aspx.

- SCHÄTZEL, O., F. DOKA a K. MAHLENDORF-SCHÄFER, 2004. *Jak úspěšně prodávat víno: vinařský marketing v praxi*. 1. vyd. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, 235 s. ISBN 80-903-5341-X.
- SOTOLÁŘ, R., 2010. Skupina Rulandských odrůd (burgundských). *Vinař – sadař: odborný časopis pro vinohradníky, vinaře a ovocnáře*. Olomouc: Baštan, č. 5, s. 3 -5. ISSN 978-80-87091-06-7.
- SOTOLÁŘ, R., 2011. Modrý Portugal a další podobné odrůdy z rodiny Portugalů. *Vinař – sadař: odborný časopis pro vinohradníky, vinaře a ovocnáře*. Olomouc: Baštan, č. 1, s. 14 - 15. ISSN 978-80-87091-06-7.
- STEIDL, R., 2010a. *Sklepní hospodářství*. 2., aktualiz. vyd. Valtice: Národní vinařské centrum, 309 s. ISBN 978-80-903201-9-2.
- STEIDL, R., 2010b. *Po cestách ke špičkovému vínu*. 1. vyd. Valtice: Národní vinařské centrum, 64 s. ISBN 978-80-903201-8-5.
- SZPI, 2011. Vzory etiket podle nových právních předpisů. *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 12. 10. 2011 [cit. 2013-03-23]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1032843&docType=ART&nid=11428>
- SZPI, 2013. Označování vína podle nových právních předpisů. In: *Státní zemědělská a potravinářská inspekce* [online]. 26. 3. 2013 [cit. 2013-03-29]. Dostupné z: <http://www.szpi.gov.cz/docDetail.aspx?docid=1021309&docType=ART&nid=11428>
- ŠAMÁNEK, M. a Z. URBANOVÁ, 2011. Původ vína do Čech a na Moravu. *Kapitoly z kardiologie pro praktické lékaře*. Praha: MEDICAL TRIBUNE CZ, roč. 3, č. 3, s. 116 – 120. ISSN 1803-7542.
- ŠEVČÍK, L., 1999. *Červená vína: hledání pravdy o víně*. 1. vyd. Praha: Grada, 139 s. ISBN 80-7169-840-7.
- ŠPALEK, M., 2009. Export – šance pro naše vinařství. *Vinařský obzor: Odborný časopis pro vinohradnictví, sklepní hospodářství a obchod s vínem*. Velké Bílovice: Svaz vinařů České republiky, roč. 102, č. 7 - 8, s. 349 - 350. ISSN 1212-7884.
- ŠPERKOVÁ, R. a J. DUDA, 2008. Komparace vybraných metod predikace v oblasti exportu a importu vína. *Acta Mendelovy zemědělské a lesnické univerzity v Brně*. Brno: Ediční středisko MZLU v Brně, č. 6, s. 157 - 166. ISSN 1211-8516.

- TRIOLI, G. a U. HOFMANN, 2009. *Kodex dobrého ekologického vinohradnictví a výroby vína*. 1. vyd. Brno: Svaz ekologické a integrované produkce vína Ekovín, 240 s. ISBN 978-80-7084-893-7.
- WANSINK, B., 2009. *Nezřízené labužnictví: lepší je dvakrát se zamyslet než jednou napat*. 1. vyd. Praha: Columbus, 254 s. ISBN 978-80-7249-254-1.
- WANSINK, B., C. R. PAYNE a J. NORTH, 2007. Fine as North Dakota wine: Sensory expectations and the intake of companion foods. *Physiology & Behavior*. č. 5, s. 712 - 716. ISSN 0031-9384.

SEZNAM POUŽITÝCH SYMBOLŮ A ZKRATEK

sv.	svatý
ČR	Česká republika
USA	Spojené státy americké
JAR	Jihoafrická republika
EU	Evropská unie
CHOP	chráněné označení původu
CHZO	chráněné zeměpisné označení
SVČR	Svaz vinařů České republiky
VOC	výrobek originální certifikace
tzv.	takzvaně
Kč	Koruna česká
°C	stupeň Celsia
°NM	stupeň normalizovaného moštoměru
%	procento
a.s.	akciová společnost
m	metr
mm	milimetr
ha	hektar
mg	miligram
g	gram
t	tuna
l	litr
hl	hektolitr

SEZNAM OBRÁZKŮ

<i>Obr. 1. Symbol označení CHOP (SZPI, 2013)</i>	<i>23</i>
<i>Obr. 2. Symbol označení CHZO (SZPI, 2013)</i>	<i>23</i>
<i>Obr. 3. Etiketa zemského vína s povinnými a doplňujícími údaji (SZPI, 2011)</i>	<i>24</i>
<i>Obr. 4. Víno bez (CHOP/CHZO) s uvedením ročníku a odrůdy (SZPI, 2011)</i>	<i>24</i>
<i>Obr. 5. Etiketa jakostního vína s povinnými a doplňujícími údaji (SZPI, 2011)</i>	<i>25</i>
<i>Obr. 6. Etiketa jakostního vína s přívlastkem a doplňujícími údaji (SZPI, 2011)</i>	<i>26</i>
<i>Obr. 7. Porovnání oblíbenosti různých typů vína (FOCUS, 2012)</i>	<i>28</i>
<i>Obr. 8. Odpovědi na otázku: „Jaký uzávěr má mít lahev?“ (FOCUS, 2012)</i>	<i>39</i>

SEZNAM TABULEK

<i>Tab. 1. Vína s CHOP nebo CHZO pro ČR (SZPI, 2013)</i>	<i>23</i>
<i>Tab. 2. Spotřeba vína v ČR (Český statistický úřad, 2012)</i>	<i>27</i>
<i>Tab. 3. Srovnání frekvence konzumace vína v letech 2006, 2007, 2008 2012 (n =počet dotazovaných lidí), (FOCUS, 2012)</i>	<i>27</i>
<i>Tab. 4. Preference vín podle obsahu zbytkového cukru ve víně (FOCUS, 2012).....</i>	<i>28</i>
<i>Tab. 5. Faktory ovlivňující nákup vína (Chládková, 2006).</i>	<i>29</i>
<i>Tab. 6. Názory respondentů na cenu vína (Chládková, 2006)</i>	<i>30</i>
<i>Tab. 7. Odpovědi na otázku: „Kde víno obvykle kupujete?“ (MZLU, 2004)</i>	<i>31</i>
<i>Tab. 8. Srovnání našich a zahraničních vín v letech (FOCUS, 2008).....</i>	<i>31</i>
<i>Tab. 9. Bilance vína ve vinařských letech (v tisíci hl. * rok 2012 je jen odhad SVČR), (MZ ČR 2011, 2012).....</i>	<i>33</i>

SEZNAM PŘÍLOH

Příloha P 1: Typy lahví

PŘÍLOHA P I: TYPY LAHVÍ



Typy lahví:

1. Schlegelflasche – elegantní, starý tvar lahve s dlouhým hrdlem, který se používal pro rýnská a moselská vína.
2. Lahev typu bordeaux – moderní forma staré lahve z Bordeaux, považuje se za klasiku a používá se pro červené víno všech druhů a původů.
3. Lahev burgundského typu – běžně používaný pro červená i bílá vína, dnes se používá pro vína odrůd Pinot Noir, Chardonnay.
4. Albeisa – pro vína z oblasti Alba v Piemontu, je to chráněný tvar.
5. Lahev kyjovitého typu – folklórní lahev, která zdomácněla u vín typu rosé v Provensálsku.
6. Bocksbeutel – pro francká vína (případně vína bádenských Franků).
7. Alsaská flétna – štíhlá, zelená láhev, zužující se směrem k hrdlu, používaná v Alsasku, Francii, Německu, Rakousku a Švýcarsku.
8. Lahev na šampaňské – klasická lahev na veškerá šumivá vína na celém světě.
9. Lahev na portské – pro likérová vína, především sherry (Priewe, 2002).