

EXPORT HANDBOOK

Příručka proexportního vinaře

Aktuální verzi
najdete online



Obsah

Exportní strategie NVC	2
Obecná část	6
Obecné vysvětlení a představení manuálu Export Handbook	6
Struktura informací	6
Přeprava vína v rámci EU – obecná pravidla pro pohyb vybraných výrobků	6
Systém EMCS	8
Přeprava vína mimo členské státy EU	10
Seznam obchodních doložek pro přepravu zboží tzv. INCOTERMS	11
Vybrané exportní země	14

Seznam vybraných exportních zemí:

Dánsko, Japonsko, Jižní Korea, Kanada, Německo, Polsko, Švédsko, Velká Británie

Exportní strategie NVC

VIZE: Česká republika jako světový producent unikátních vín s přesahem – Czech wines of the future

Hlavní cíl:

Cílem naší exportní politiky je systematicky přispívat k budování značky a povědomí o unikátnosti a kvalitě moravských a českých vín ve světě, zejména na vybraných a preferovaných zahraničních trzích. Chceme budovat vztahy s významnými stakeholdery na tamních trzích a tím přispívat k tvorbě stabilních odbytišť pro vína z ČR. Vedle toho chceme také lákat konzumenty k návštěvě vinařských regionů ČR.

Krátkodobé cíle (1-5 let)

- Budovat kvalitní databázi příležitostí i kontaktů, navázat a udržovat vztahy
- Budovat na vybraných trzích povědomí o ČR jako vinařské zemi a jedinečné enoturistické destinaci
- Budovat představu/obraz/image našich vín jako produktů s vysokou přidanou hodnotou, které jsou vhodné do specializovaných obchodů a gastronomie = pro niche market
- Sjednotit exportní komunikaci jednotlivých vinařů do rámce naší mise
- Informovat o možnostech spolupráce a financování ze strany státních institucí
- Zefektivnit spolupráci s dalšími institucemi (CzT, Mze, MMR, MZV, CCRJM)
- Shromažďovat a publikovat informace o podmínkách exportu na preferované trhy

Dlouhodobé cíle (5–10 let)

Z dlouhodobého hlediska je trh ČR příliš malý. Chceme proto vybudovat stálou pozici pro naše vína na preferovaných světových trzích, kde by vinaři mohli uplatnit potenciál a kvalitu našich vín a získat za svá vína vyšší přidanou hodnotu. Zajistíme tak rozvoj nejen jednotlivých firem, ale i celého sektoru a dále regionu. To umožní více investovat do krajiny a půdy, infrastruktury a obecně vytvořit lepší prostředí pro život jednotlivců i na bázi komunitní. Prosperující firmy mají větší tendence investovat do péče o životní prostředí, díky častějším ekologickým snahám může být celý obor hodnotněji vnímaný.

Cílem je se během 10 let dostat na stabilních 10 % exportovaných vín.

Mise:

Propagovat značku moravských a českých vín v zahraničí: jsme stále ještě **chladnější kontinentální oblastí** pěstování révy vinné, což se projevuje v **tvorbě kyselin**, která je pro tvář vína velice důležitá, nejsou fádni a nezajímavá, ale naopak šťavnatá a velmi pitelná (především bílá). S novými trendy v pití červeného se kyselina i v těchto ukazuje jako naše výhoda.

Vycházíme z historie Rakouska-Uherska, naše nejpěstovanější odrůdy dominují i v Rakousku a střední Evropě, vinařsky ovlivnění jsme i Německem. Ačkoliv jim v produkci objemově konkurovat nemůžeme – v porovnání s nimi máme mnohem menší plochu vinic (necelých 18 tis. ha) proti Rakousku (skoro 45 tis. ha) a Německu (přes 100 tis. ha), můžeme ale díky specifickému terroir tvořit vlastní styl.

Chceme se zaměřit na **unikátnost**, kterou nacházíme v těchto okruzích:

LOKÁLNÍ ODRŮDY:

“Naše nejtypičtější lokální odrůdy **veltín, vlašák i frankovku** sdílíme s okolními státy střední Evropy. To je velká výhoda, protože vinařský svět je již dobře zná i díky marketingu nejen rakouských kolegů. Konzumenti pak dokáží lépe pochopit jedinečnost vín z konkrétních poloh u nás.

- Především do **frankovky** vkládáme velké naděje, je to již celosvětově uznávaná skvělá odrůda, která dává vína s dobrým potenciálem ale hlavně vysokou pitelností, což je kvalita červených vín, která je dnes nejvíce vyzdihována. Zároveň podobně jako pinot noir dokáže skvěle odrážet terroir i osobnost vinaře.
- **Ryzlink vlašský** pak zažívá renesanci napříč centrální a východní Evropou. Paralelně vedle sebe se objevily hned dvě světové soutěže, na kterých se právě naše vzorky uvedly na jedničku.

SVĚTOVÉ ODRŮDY:

Pokud jde o světové odrůdy, daří se u nás **ryzlinkům a pinotovým odrůdám**, znovu v mnoha jedinečných terroir, které jsou srovnatelné se špičkovými polohami Francie či Německa. I zde je pro nás výhodou, že jejich milovníci i sommelieři, jsou již naučení hledat drobné nuance vzniklé právě lokalitou i vinařem, a ty vysoce oceňovat.

PÁLAVA:

Pálava je ikonická česká odrůda, která si díky své intenzivní aromaticke, harmonickému zbytkovému cukru a výrazné kořenitosti získala oblibu na všech dosavadních proexportních prezentacích. Její jedinečný chuťový profil ji předurčuje k párování s asijskou kuchyní, zejména s pikantními a aromatickými pokrmy. Představuje tak skvělou příležitost pro expanzi na trhy, kde roste zájem o harmonická, suchá, ale chuťově výrazná vína. **Pálava** se může stát DNA naší země – má jedinečný potenciál – nemá srovnání, je snadno vyslovitelná, za její tvorbou stojí silný příběh. Při storytellingu lze zmínit i pohoří, které zaujme nejen popisem unikátního vápencového podloží, ale i svým impozantním vzhledem.

Jediným limitem jejího exportního potenciálu zůstává omezená rozloha vinic v České republice, která omezuje objem produkce této výjimečné odrůdy. Za poslední tři roky se ale vyšvihla již na 10. příčku ve výsadbách, tedy i vinaři sami reflektují zvyšující se poptávku.

PIWI:

Rozšiřování plochy PiWi odrůd v České republice (rozloha vinic s rezistentními odrůdami už přesáhla 1000 hektarů) je strategickým krokem směrem k udržitelnému vinařství. Tyto odrůdy, odolné vůči houbovým chorobám, umožňují výrazně snížit potřebu chemické ochrany, což přináší ekonomické i ekologické benefity. Díky nižší zátěži pro životní prostředí a rostoucí poptávce po **bio a nízkointervenčních vínech** se česká PiWi vína stávají atraktivním artiklem pro export, zejména na trzích západní Evropy a Skandinávie, kde je ekologická produkce klíčovým faktorem spotřebitelského rozhodování. Navíc moderní šlechtění přináší odrůdy s vysokou sensorickou kvalitou, které dokážou konkurovat tradičním vínům a oslovit nové segmenty zákazníků hledajících inovaci i udržitelnost v jedné lahvi.

NÍZKOINTERVENČNÍ VÍNA:

Nízkointervenční vína z České republiky si již vydobyla své místo na globální scéně, o čemž svědčí úspěchy některých našich vinařství, které mají zastoupení na mnoha prestižních zahraničních trzích. Tento segment, poháněný rostoucí poptávkou po autentických, nízko-intervenčních vínech, otevírá nové exportní možnosti zejména v dynamicky se rozvíjejících regionech, jako jsou Skandinávie, Japonsko, Kanada či některé části USA. Česká republika disponuje ideálními podmínkami pro další růst v této kategorii – jedinečným terroir, silným zázemím v ekologickém a biodynamickém vinohradnictví i stále se rozvíjející komunitou mladých vinařů schopných oslovit nové generace spotřebitelů.

Aktivity:

Pro lepší přehlednost jsme činnosti směřující k naplnění hlavního cíle rozdělili do následujících oblastí:

Činnosti NVC určené pro enoturisticky a proexportně zaměřené moravské a české vinaře:

1. organizace incomingových misí vybraných vinařských, enoturistických či mediálních odborníků z preferovaných zemí
2. organizace výjezdových misí s přímou účastí případně zastoupením proexportních vinařů do preferovaných zemí
3. organizace společného stánku zástupců proexportních vinařů na vybraných veletrzích a festivalech
4. komunikační uzel a poradní centrum pro všechny účastníky exportního procesu
5. podpora účasti vinařů na ostatních významných zahraničních veletrzích a festivalech
6. tvorba a aktualizace informačních kanálů, kam patří: seznam institucí přispívajících na proexportní aktivity; exportní příručka (handbook) s kontakty na zahraniční instituce, na konkrétní obchodníky v preferovaných oblastech a s informacemi zjednodušujícími export
7. spolupráce se státními agenturami – CzT, CCRJM
8. monitoring příležitostí a možností financování proexportních projektů
9. koordinace přístupu k dalším proexportním aktivitám

Činnosti NVC určené **pro zahraniční zájemce o import našich vín a zahraniční návštěvníky** našich vinařství a regionů:

1. vytvoření obsahu proexportních webových podstránek VMVČ v anglické, polské a německé verzi, které představí naše vinařství, kontakty pro zahraniční zájemce o import vín či návštěvu zahraničních turistů, poskytne doporučení na možnosti vinařské turistiky
2. tvorba tištěných a online propagačních materiálů (AJ, NJ, PU)

Činností NVC zaměřenou **interně** je tvorba a aktualizace NVC exportní databáze, kterou využíváme v případech přetlaku poptávek na konkrétní proexportní událost a pro získání informací o exportních preferencích jednotlivých vinařů.

Mezi **preferované zahraniční trhy** v současné době patří Polsko, Skandinávie, Velká Británie, Kanada, USA a asijská teritoria – Japonsko, Jižní Korea, Spojené arabské emiráty, Tchaj-wan.

Závěr:

Nacházíme se v ideální době pro průlom našich vín ve světě. Konzumenti na mnohých trzích jsou unaveni klasikou a hledají nové možnosti. Jedinečný charakter a vysoká kvalita našich vín tak mohou otevírat dveře nových odbytišť.

Naše strategie systematicky buduje povědomí o České republice jako vinařské zemi s neopakovatelným terroir, silným příběhem a důrazem na kvalitu.

Nesledujeme jen export, ale formujeme novou identitu českého vinařství na světové scéně. Vytváříme podmínky pro udržitelný růst, stabilní obchodní vztahy a efektivní komunikaci s klíčovými partnery.

Česká vína tak mohou odpovídat na rostoucí poptávku po zatím neobjevených regionech a nových typech vín.

CZECH out the wine of the future – spojení tradice a vize, kvality a originality. Vína, která patří do světa.

Obecná část

Obecné vysvětlení a představení manuálu Export Handbook

Export Handbook je příručka pro vinaře, kteří mají zájem o vývoz svých vín do zahraničí. Manuál představí možnosti vývozu, kontakty a informace přímo související s exportem do daných zemí. Export Handbook se zaměří na prezentování informací pro vývoz vín do prioritních zemí, jejich výběr vychází z exportní strategie NVC vypracované v rámci projektu pro Vinařský fond. Prioritními trhy jsou: **Dánsko, Japonsko, Jižní Korea, Kanada, Německo, Polsko, Švédsko, Velká Británie.**

Struktura informací

Každá země bude mít svou stránku manuálu, která bude obsahovat informace rozdělené do následujících oblastí a v dané struktuře:

- instituce a úřady
- podmínky dovozu vín
- dovozně zainteresované subjekty
- další kontakty
- doporučená doprava
- akce a veletrhy
- uskutečněné projekty
- další (situace na trhu, tipy na obchodování)

Přeprava vína v rámci EU – obecná pravidla pro pohyb vybraných výrobků

Alkoholické nápoje lze zasílat v tuzemsku i v zahraničí v rámci Evropské unie (B2B a B2C), s výjimkou Finska a Švédska a regionů mimo celní území EU nebo mimo systém DPH Společenství.

Alkoholické nápoje mohou být přepravovány v režimu se zaplacenou spotřební daní ve volném daňovém oběhu (VDO) nebo v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně (RPOD). Přeprava v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně není možná v Litvě a na Maltě a z Litvy a Malty

Díky volnému pohybu zboží mezi čl. státy EU neexistují **celní poplatky**.

Spotřební daň

Alkohol podléhá spotřební dani ve všech členských státech EU.

Obecně platí, že **spotřební daň** musí být zaplacená **v členském státě spotřeby**.

Aby se platba daně usnadnila, je zboží podléhající spotřební dani (víno) přepravováno z jednoho členského státu do druhého buď:

- **v režimu s podmíněným osvobozením od spotřební daně (RPOD)**, dokud nedorazí na místo určení; nebo
- **v režimu volného daňového oběhu (VDO)** se zaplacenou spotřební daní, tzn. víno, které chceme přepravit do jiného EU státu, bylo již v ČR propuštěno ke spotřebě a byla zaplacená spotřební daň v ČR; v tomto případě je víno přepravováno do jiného členského státu v režimu VDO, přeprava musí být evidována a systém navracení daně zabrání dvojímu zdanění.

Veškeré zboží podléhající spotřební dani přepravované mezi členskými státy vyžaduje **příslušnou dokumentaci**:

- elektronický správní doklad (eAD) pro zboží s **podmíněným osvobozením od spotřební daně NEBO**
- zjednodušený elektronický průvodní doklad (eSAD) pro zboží se spotřební daní již zaplacenou.

Tato dokumentace umožňuje orgánům sledovat a zajistit zaplacení příslušných daní a je potřebná pro odesílatele, aby získali zpět spotřební daň, nebo v případě zboží s podmíněným osvobozením od spotřební daně, aby se vyhnuli placení spotřební daně před odesláním do jiných zemí EU.

Je potřeba mít na paměti, že **přepravní společnosti nevyplní tyto průvodní doklady**, ani je nevrátí odesílateli – musí si odesílatel zajistit sám!!!

1. Přeprava v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně (RPOD)

Zásilkly v režimu s podmíněným osvobozením od spotřební daně:

- musí být vyplněny do systému EMCS (Elektronický systém pro přepravu a sledování výrobků podléhajících spotřební dani), modul RPOD – viz dále;
- k zásilkám musí být přiložen eAD;
- odesílatel musí být oprávněným provozovatelem daňového skladu a odesílat zboží z daňového skladu;
- odesílatel musí poskytnout záruku za odesílané zboží podléhající spotřební dani;
- příjemce je odpovědný za zaplacení spotřební daně v zemi určení a za vyřízení doprovodného dokumentu eAD. Jakmile je eAD řádně vyřízen, může prodávající požádat o uvolnění záruky.

Pozn. Přeprava v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně není možná v Litvě a na Maltě a z Litvy a Malty.

2. Přeprava se zaplacenou spotřební daní – zboží ve volném daňovém oběhu (VDO)

Zásilkly, které jsou propuštěny ke spotřebě v ČR – spotřební daň je již zaplacená - a následně přepraveny do jiného členského státu:

- musí být vyplněny do systému EMCS (Elektronický systém pro přepravu a sledování výrobků podléhajících spotřební dani), modul VDO – viz dále;
- k zásilkám musí být přiložen eSAD;
- odesílatel musí být oprávněným nebo evidovaným odesílatelem – podléhá registraci
- u zásilek **B2B** je za zaplacení spotřební daně v zemi určení a za vyřízení eSAD odpovědný příjemce; jakmile je eSAD řádně vyřízen, může prodávající požádat o vrácení spotřební daně, která byla zaplacená v zemi odeslání.

Aby se zabránilo dvojímu zdanění, předpokládají EU nařízení **systém vrácení spotřební daně** zaplacené v jednom členském státě za podmínek, které tento členský stát stanoví.

- pro prodej na dálku (prodej soukromé osobě v jiném členském státě, tj. pohyb zboží **B2C**) platí zásada zdanění v členském státě určení. V tomto případě je to prodejce, kdo odpovídá za zajištění úhrady spotřební daně v zemi určení před odesláním zboží. Prodejce nebo jeho daňový zástupce musí u příslušných orgánů v zemi určení zaregistrovat svou identitu/totožnost a zaručit zaplacení spotřební daně. Většina členských států vyžadovala, aby podniky měly před odesláním zboží soukromým osobám daňového zástupce. Spotřební daň se stává splatnou v okamžiku dodání.

K zásilkám určeným soukromým osobám v jiných členských státech musí být přiložena faktura nebo přepravní dokument s dokladem o zaplacení nebo zajištění spotřební daně v členském státě spotřeby. Tímto dokladem může být jméno a daňové číslo daňového poradce v zemi určení nebo prodávajícího vlastní registrace k dani, pokud je v zemi určení registrován.

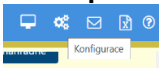
System EMCS

2 nezávislé moduly:

1. <https://app.celnisprava.cz/emcsdm/>, modul RPOD pro přepravu vín v režimu podmíněného osvobození od spotřební daně;
2. <https://app.celnisprava.cz/emcsdm/> modul VDO; pro přepravu vín se zaplacenou spotřební daní – vína ve volném daňovém oběhu

Podrobné informace k používání systému EMCS pro modul RPOD jsou ke stažení zde: [Uživatelská příručka RPOD](#)

Podrobné informace k používání systém EMCS pro modul VDO:

- PŘED ZAHÁJENÍM POUŽÍVÁNÍ: získat (a mít na svém počítači zprovozněný) **elektronický podpis** – kvalifikovaný osobní certifikát (od státem uznané certifikační autority), např. https://www.postsignum.cz/kvalifikovane_certifikaty.html,
- PŘED ZAHÁJENÍM POUŽÍVÁNÍ: získat tzv. **SEED ID** – jedinečný identifikátor odesílatele/příjemce – vyplnit a podat formulář "[Oznámení evidovaného příjemce/odesílatele ve volném daňovém oběhu z/do jiných členských států dle § 28b až 28d zákona č. 353/2003 Sb., o spotřebních daních](#)".
- PŘED ZAHÁJENÍM POUŽÍVÁNÍ: vyplnit a odeslat svému správci daně (celnímu úřadu) **žádost o povolení elektronické komunikace** „[Sdělení parametrů elektronické komunikace s celními orgány](#)“
- ZAHÁJENÍ POUŽÍVÁNÍ: **registrovat svou e-mailovou adresu** na stránkách <http://www.celnisprava.cz> v sekci Přihlášení/Nová registrace – pokud jste ještě nikdy nepoužil/a žádný ze systémů Celní správy
- Zadat nové přihlašovací údaje a **PŘIHLÁSIT** se do aplikace EMCS modul VDO: app.celnisprava.cz/emcsdmvdo/; po **prvním přihlášení k aplikaci** musíte provést konfiguraci firmy a role dalších uživatelů – zvolte  vpravo nahoře;
- PŘED ZAHÁJENÍM PŘEPRAVY ZÁSILKY: zjistit SEED ID příjemce vína – kontaktovat, zkontrolovat v systému: https://ec.europa.eu/taxation_customs/dds2/seed/seed_consultation.jsp?Lang=cs,
- PŘED ZAHÁJENÍM PŘEPRAVY ZÁSILKY: podat **nový eSAD**: musí být vyplněna všechna pole se zeleným pruhem na začátku řádku

9a LRN (evid. č. dopravy)	?
Typ dopravy	?
1 - Běžné podání e-SAD	▼
9d Původ dopravy	?
Vyberte...	▼

Zjednodušený elektronický průvodní doklad e-SAD se podává **nejdříve 7 kalendářních dnů před zahájením dopravy**, nemusí se tisknout, stačí s sebou mít **ARC kód** = jedinečný identifikátor dopravy

• **TIPY pro vyplnění jednotlivých polí:**

- **9a** LRN: vymyslete (např. podle čísla faktury) **MUSÍ MÍT 10 znaků!!!**
 - **9b/9c Číslo/Datum faktury:** jakýkoli interní nebo daňový doklad odesílatele
 - **2a SEED ID:** odesílatele, takže Vaše
 - **3a SEED ID:** příjemce – musíte vědět před podáním eSAD
 - **18** Č. vybraného výrobku: vyberte 220411 - TICHÁ VÍNA - § 93/3/A nebo 220401 - ŠUMIVÁ VÍNA - § 93/2/A
 - **17b** Kód nomenklatury (kód KN): vyberte
KN kódy: 22042138 pro bílé – jakostní, j. odrůdové, j. známkové, j. přívlastek=ChOP,
KN kódy: 22042178 pro rosé a červené – jakostní, j. odrůdové, j. známkové, j. přívlastek=ChOP),
KN kódy: 22042179 pro bílé – české/moravské zemské=ChZO,
KN kódy: 22042180 pro rosé a červené – české/moravské zemské=ChZO
KN kódy: 22051010 pro vermut
KN kódy: 22041098 pro šumivá vína "
 - **17g** Obsah alkoholu: uveďte, i když není povinné, tzn. není označeno zeleným pruhem
 - **17d** Množství: **celkové množství v litrech** od vkládaného vzorku, např. 6 lahví á 0,75 l – celkové množství bude 4,5 l
 - **17e, f** Hrubá/Čistá hmotnost: příklady:
klasická lahev: 17f 0,75; 17e 1,3;
magnum: 17f 1,5, 17e 3;
slámovka: 17f 0,25, 17e 0,5
 - **17p** Obchodní popis: není předepsané, příklad: název vinařství, odrůda, ročník
 - **17.1a** Druh balení: vyberte BO – Láhev nechráněná válcovitá,
 - **17.1b** Popis balení: vepište 0,75 l
- V den zahájení přepravy zásilky s vínem je nutné mít eSAD podaný v systému EMCS; není potřeba ho tisknout, jen mít s sebou ARC kód (pole 1d)
 - v případě technických problémů s aplikací EMCS DM kontaktovat technickou podporu

Pozn. Modul VDO se nepoužívá pro zápis zásilek prodaných e-shopem v ČR konečnému spotřebiteli do jiného čl. státu

Více informací o systému EMCS: <https://celnisprava.gov.cz/cz/dane/aplikace/Stranky/emcs.aspx>

Přepravci specializující se na přepravu alkoholu:

- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 7227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz;
<http://syslikspedsro.webmium.com/>
- Wereldo.com, s.r.o. , David Příbyl, e-mail: david.pribyl@wereldo.com, tel: +420 777 533 569,
adresa: Purkyňova 649/127, 612 00 Brno, CZ, e-mail: preprava@wereldo.com.
<https://www.wereldo.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Přeprava vína mimo členské státy EU

Každá mezinárodní zásilka alkoholu vyžaduje **obchodní fakturu** a **etiketu** s těmito údaji:

- Podrobný popis zboží
- Množství
- Specifikace balení (v láhvi, plechovce atd.)
- Značka
- Místo původu
- Procento alkoholu
- Harmonizovaný kód celního sazebníku (HS kód)
- Informace o vinařství
- Informaci, zda je zásilka určena pro obchodní účely nebo zda je zásilka určena pro osobní spotřebu a není určena k dalšímu prodeji/obchodnímu účelu.

Mezinárodní zásilky alkoholu přes celní hranici podléhají poplatkům za celní odbavení, které vybírá přepravce a mohou se lišit v závislosti na specifikách každé zásilky. Informace požadované pro celní účely:

Klasifikace celních sazeb – harmonizovaný systém

Světová celní organizace vyvinula harmonizovaný systém (HS) jako víceúčelovou mezinárodní klasifikaci výrobků, která popisuje všechny výrobky, s nimiž může být obchodováno na mezinárodní úrovni. Aby komodity úspěšně překročily mezinárodní hranice, musí být deklarován správný HS kód (mezinárodně používané šestimístné číslo). Tento kód určuje příslušné clo a sazbu daně splatnou za položku.

HS kód **šumivá vína**: **220410**

HS kód **tichá vína**: **220421** Víno z hroznů čerstvých, mošt vinný, **do 2l**

HS kód **tichá vína**: **220422** Víno z hroznů čerstvých, mošt vinný, **od 2l do 10l**

HS kód **vermut**: **220510** Vermut a ostatní víno z čerstvých hroznů, připravené pomocí aromatických bylin nebo jiných aromatických látek, **do 2l**

HS kód **vermut**: **220590** Vermut a ostatní víno z čerstvých hroznů, připravené pomocí aromatických bylin nebo jiných aromatických látek, **více než 2l**

Přepravní společnosti:

- S P E D I A, Větrná 148, 27711 Neratovice, Tel: +420 724 169 528, Mgr. David Benda, +420 727 875 877, E-mail: benda@spedia.cz
- PD Logistics s.r.o., Ringhofferova 115/1, Praha, David Chadima, +420 773 688 077, e-mail: reditel@pdlog.cz
- DM Cargo Praha, dmcargo@dmcargo.cz, Lucie Sládková
- cargo-partner CR s.r.o., P.O.Box 20, Aviatická 12/1048, 160 08 Praha 6-Ruzyne, tel: +420 2 2011-6500, email: czprg@cargo-partner.com
- Hillebrand Gori, Wickenburggasse 26, Top 4, 1080 Wien, tel:+43 15233737, <https://www.hillebrandgori.com/> - specializují se na přepravu vína, piva, destilátů
- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 7227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>

- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- SPED ART s.r.o., Jan Mottl, Podolská 401/50, 147 00 Praha 4, Tel.: 603 833 570, E-mail: spedart@spedart.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz; <http://syslikspedsro.webmium.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Informace pro přepravce: přeprava vína, balení/počet nákladových kusů, rozměry, celková hrubá hmotnost, nestohovatelná paleta, faktura, HS kód(y), EORI

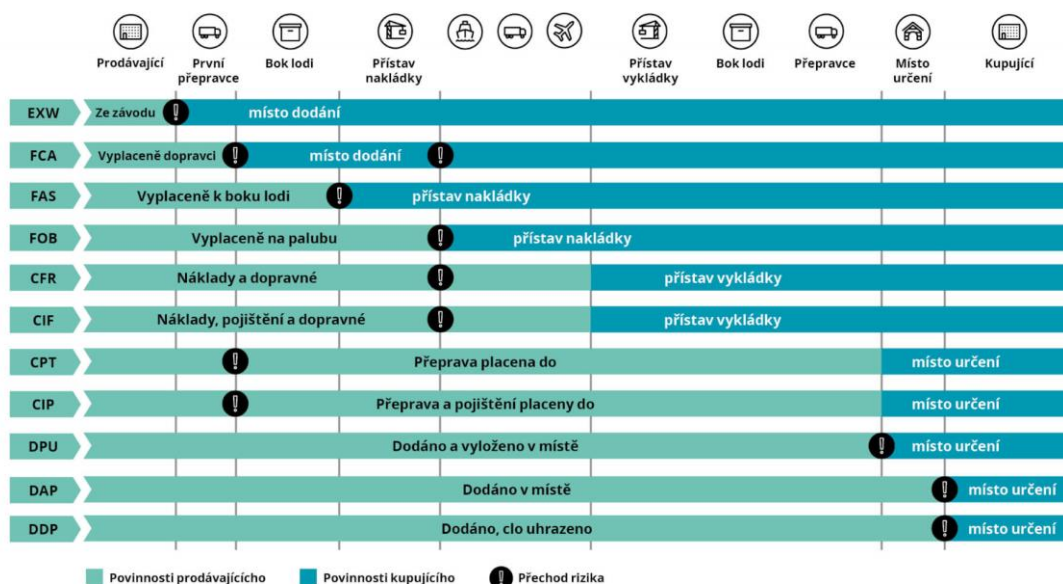
Seznam obchodních doložek pro přepravu zboží tzv. INCOTERMS

INCOTERMS (z anglického International Commercial Terms) je soubor mezinárodních pravidel pro výklad nejběžněji používaných **obchodních doložek v zahraničním obchodě**. Pravidla INCOTERMS nespécifikují prodávané zboží, nezabývají se otázkami přechodu vlastnického práva nebo nároku k prodanému zboží a neřeší úhradu kupní ceny. Nenahrazují kupní smlouvu, stávají se pouze její součástí, pokud jsou do již existující smlouvy výslovně zakomponována.

Pravidla INCOTERMS pokrývají souborem **11 třípísmenných zkratk** nejběžněji používané obchodní podmínky a popisují především:

- rozdělení povinností mezi prodávajícího a kupujícího (zajištění přepravy, pojištění zboží, obstarání přepravních dokumentů a vývozní nebo dovozní licence);
- kdy přejde riziko z prodávajícího na kupujícího;
- která ze smluvních stran bude odpovídat za jaké náklady.

INCOTERMS® 2020: Převod rizika z prodávajícího na kupujícího



Stejně jako předchozí verze obsahují INCOTERMS® 2020 celkem 11 pravidel, která se dělí na 2 skupiny:

1. Pravidla vhodná pro jakýkoliv druh přepravy – zahrnují 7 pravidel INCOTERMS® 2020, která mohou být použita bez ohledu na způsob zvolené dopravy a bez ohledu na to, zda je použit jeden nebo více způsobů dopravy:

- **EXW (Ex Works)** – Ze závodu (sjednané místo dodání): prodávající splní dodání, jakmile dá zboží k dispozici kupujícímu v objektu prodávajícího anebo v jiném místě (např. závod, továrna, skladiště apod.).
- **FCA (Free Carrier)** – Vyplaceně dopravci (sjednané místo dodání): prodávající dodává zboží kupujícímu buď 1) v sídle prodávajícího – naložením na dopravní prostředek zajištěný kupujícím, nebo 2) pokud je místo dodání jinde – např. naložením na dopravní prostředek prodávajícího či když zboží dosáhne sjednaného místa či je připraveno k vykládce z dopravního prostředku prodávajícího nebo pokud je zboží k dispozici dopravci nebo jiné osobě určené kupujícím.
- **CPT (Carriage Paid To)** – Přeprava placena do (sjednané místo dodání a určení): prodávající dodá zboží předáním dopravci nebo smluvním zajištěním prodávajícím či obstaráním takto dodaného zboží. Prodávající je povinen sjednat přepravu a hradit náklady spojené s přepravou do sjednaného místa určení.
- **CIP (Carriage and Insurance Paid To)** – Přeprava a pojištění placeny do (sjednané místo dodání a určení): prodávající dodá zboží dopravci nebo smluvním zajištěním prodávajícím či obstaráním takto dodaného zboží. Prodávající je povinen sjednat tuto přepravu a kryt náklady spojené s dodáním zboží do jmenovaného místa určení. Prodávající je rovněž povinen sjednat pojištění kryjící riziko kupujícího za ztrátu nebo poškození zboží během přepravy.
- **DAP (Delivered at Place)** – Dodáno v místě (sjednané místo určení): prodávající splní dodání, jakmile je zboží dáno k dispozici kupujícímu na příchozím dopravním prostředku a je připravené k vykládce v místě určení nebo ve smluvním bodě. Prodávající nese veškerá rizika spojená s dodáním zboží do jmenovaného místa.
- **DDP (Delivered at Place Unloaded)** – Dodáno a vyloženo v místě (sjednané místo určení): prodávající splní dodání, jakmile je zboží vyloženo z příchozího dopravního prostředku a dáno k dispozici kupujícímu ve smluvním místě určení nebo ve smluvním bodě. Prodávající je povinen nést veškeré riziko spojené s dodáním zboží a jeho vyložení ve sjednaném místě určení.
- **DDP (Delivered Duty Paid)** – Dodáno clo placeno (sjednané místo určení): prodávající splní dodání, jakmile dá zboží k dispozici kupujícímu celně odbavené v dovozu na příchozím dopravním prostředku připravené k vykládce kupujícím ve sjednaném místě určení. Prodávající nese veškeré náklady a riziko spojené s dodáním zboží do tohoto místa a má povinnost celně odbavit zboží nejen pro vývoz, ale i pro dovoz a uhradit clo jak pro vývoz, tak i pro dovoz včetně provedení příslušného celního odbavení.

2. Pravidla vhodná pro námořní a vnitrozemskou vodní dopravu – zahrnují 4 pravidla INCOTERMS® 2020:

- **FAS (Free Alongside Ship)** – Vyplaceně k boku lodi (smluvní přístav nakládky): prodávající splní svou povinnost dodání, když dodá zboží k boku lodi určené kupujícím v určeném přístavu nakládky. Riziko ztráty a poškození zboží přechází dodáním zboží k boku lodi a kupující od tohoto okamžiku nese veškeré náklady.
- **FOB (Free On Board)** – Vyplaceně na palubu (smluvní přístav nakládky): prodávající má povinnost dodat zboží na palubu lodi určené kupujícím v určeném přístavu nakládky nebo obstarat dodání zboží tímto způsobem. Riziko ztráty a poškození zboží přechází na kupujícího, jakmile je zboží dodáno na palubu lodi, od tohoto okamžiku kupující nese veškeré náklady.
- **CFR (Cost and Freight)** – Náklady a dopravné (smluvní přístav vykládky a přístav určení): prodávající dodá zboží kupujícímu na palubu lodi, nebo když prodávající obstará již takto dodané zboží. Riziko ztráty a poškození zboží přechází na kupujícího dodáním zboží na palubu lodi. Prodávající je povinen sjednat dopravu a zaplatit přepravné potřebné pro dodání zboží do smluvního přístavu určení.
- **CIF (Cost, Insurance and Freight)** – Náklady, pojištění a dopravné (smluvní přístav vykládky a přístav určení): prodávající dodá zboží kupujícímu na palubě lodi nebo obstará již takto dodané zboží. Riziko ztráty a poškození zboží přechází na kupujícího, jakmile je zboží dodáno na palubu lodi. Prodávající je povinen sjednat dopravu a hradit náklady a přepravné potřebné k dodání

zboží do sjednaného přístavu určení. Prodávající je rovněž povinen sjednat pojištění kryjící riziko kupujícího ze ztráty nebo poškození zboží během přepravy.

Více informací a vliv na účetnictví: <https://www.dreport.cz/blog/nove-obchodni-podminky-incoterms-2020-a-jejich-vliv-na-ucetnictvi/>

Vybrané exportní země

Níže najdete seznam zemí, ke kterým manuál poskytuje informace, s hypertextovým odkazem na konkrétní stránku manuálu pro danou exportní zemi.

DÁNSKO

JAPONSKO

JIŽNÍ KOREA

KANADA

NĚMECKO

POLSKO

ŠVÉDSKO

VELKÁ BRITÁNIE

DÁNSKO

Obsah

Instituce a úřady.....	15
Podmínky dovozu vín	15
Dovozně zainteresované subjekty	18
Další kontakty	18
Doporučená doprava	18
Akce a veletrhy	18
Uskutečněné projekty.....	19
Specifika trhu, tipy pro obchodování	19

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: Ryvangs Allé 14-16, 2100 København, Dánsko, tel.: +45 39 10 18 11, e-mail: Copenhagen@mzv.gov.cz

- **Velvyslanec:** Jiří Ellinger
- **Zástupce velvyslance** (politické a obchodní vztahy, ekonomický diplomat): Vilma Anýžová, tel.: +45 39 10 18 11, +45 39 101 810, e-mail: Copenhagen.Commerce@mzv.gov.cz
- **Politické a obchodní vztahy:** Lucie Felgrová, tel.: +45 39 10 18 37, e-mail: Copenhagen.Commerce@mzv.gov.cz

Czechtourism (Švédsko s působností pro Dánsko, Norsko a Finsko): Villagatan 21, 114 32 Stockholm, Švédsko, tel.: +46 (0) 725 46 24 18, e-mail: stockholm@czechtourism.com

- **Ředitelka:** Lucie Vallin, e-mail: vallin@czechtourism.com
- **Marketing manager:** Kristína Pauková, e-mail: paukova@czechtourism.com

Czechtrade (Švédsko s působností pro Dánsko, Norsko a Finsko): Velvyslanectví České republiky, Villagatan 21, 114 32 Stockholm, Švédsko

- **Ředitelka zahraniční kanceláře:** Bc. Petra Jindrová, tel.: +46 707 640 353, e-mail: petra.jindrova@czechtrade.cz

Podmínky dovozu vín

POŽADOVANÉ DOKUMENTY

Níže je uveden seznam dokumentů, které jsou potřebné pro dovoz do Dánska. Vzhledem k častým změnám předpisů se však vývozcům doporučuje konzultovat podrobnější informace s dovozcem.

- Obchodní faktura
- Celní prohlášení
- Pojištění nákladu
- Převážní doklady

- Seznam balení
- Osvědčení o původu
- Potvrzení o pojištění

POSTUPY DOVOZU

Zboží je propuštěno do „volného oběhu“ po předložení příslušných dokumentů. Po zaplacení daně z přidané hodnoty (DPH) a případné další příslušné spotřební daně je zboží rovněž propuštěno do spotřeby a připraveno k uvedení na trh.

DANĚ/TARIFY

Daň z přidané hodnoty (DPH) je nepřímá daň ze zboží a služeb, kterou hradí konečný spotřebitel a která se vztahuje na přidanou hodnotu v každé fázi dodavatelského řetězce. V Dánsku se tomu říká merværdiafgift nebo merværdionsætningssskat a **činí 25 %**.

Na víno vyrobené v Dánsku nebo dovezené do této země se vztahuje spotřební daň. Vinná daň zahrnuje také alkoholické nealkoholické nápoje na bázi vína, cider a ovocné víno.

Spotřební daň se platí z vína, ovoce a šumivého vína s obsahem ethanolu vyšším než 1,2 % objemových, nejvýše však 22 % objemových. **Výše spotřební daně na víno je v Dánsku cirka 1,13 eur (cca 8 dánských korun DKK)/0,75 l.**

Společnosti dovážející zboží do Dánska nebo společnosti vyrábějící zboží v Dánsku musí být registrovány u dánských daňových úřadů, aby mohly uhradit spotřební daně.

POŽADAVKY NA OZNAČOVÁNÍ

Na štítku musí být uvedeny následující informace:

- **Typ produktu** (Ochranné známky, názvy značek nebo vymyšlené názvy nesmějí nahrazovat generický název/název produktu, ale mohou být použity jako doplněk k názvu produktu)
- **Seznam ingrediencí**, kterému předchází slovo „Ingrediencie“; musí uvádět všechny složky (včetně přísad) v sestupném pořadí podle hmotnosti zaznamenané v době jejich použití při výrobě a označené jejich specifickým názvem. V případě produktů, které mohou obsahovat složky, které mohou způsobit alergie nebo nesnášenlivost, by mělo být na etiketě jasně uvedeno slovo „obsahuje“, za kterým následuje název složky. Toto označení však nebude nutné, pokud je konkrétní název uveden na seznamu složek.
- **Čisté množství** v metrických jednotkách (litr, centilitr, mililitr)
- **Datum minimální trvanlivosti** – nevyžaduje se u vína a nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 10 % objemových
- **Zvláštní podmínky pro uchování nebo použití** (pokud existují)
- **Jméno nebo obchodní název a adresa** výrobce, balírní nebo dovozce usazeného v Evropské unii
- **Země původu** nebo provenience
- **Obsah alkoholu** u nápojů obsahujících více než 1,2 % objemu
- **Identifikace šarže** s označením, kterému předchází písmeno "L".

Jazykové požadavky: S výjimkou informací o alergenech, které musí být uvedeny v dánštině nebo švédštině, mohou být výše uvedené požadavky na označování uvedeny v jednom nebo více úředních jazycích EU

Označení specifické pro víno:

Následující údaje se musí objevit na štítku v jediném zorném poli (např. je lze vidět bez nutnosti otáčet lahvičkou), s výjimkou údajů o dovozcí, čísla šarže a alergenních přísad.

Povinné

- **Třída/druh vína**
- **Označení původu** nebo název chráněného označení původu/zeměpisného označení
- **Země původu** (např. „*Výrobek...*“)
- **Obsah alkoholu**
- **Informace o stáčírně/výrobci** – jméno a adresa
- **Informace o dovozcí** – jméno a adresa, jimž předchází slovo „Dovozce“ nebo „Dovozce“
- **Obsah cukru** (u šumivého vína)
- **Alergické přísady** (např. „*Obsahuje siřičitany*“)
- **Identifikace šarže** s označením, kterému předchází písmeno "L".

Volitelný

- **Ročník ročníku**
- **Odrůda hroznů**

Zásilky musí také splňovat celní požadavky na deklarovanou hodnotu a nepřítomnost kulturního dědictví (jinými slovy, vyvážená vína nesmí obsahovat prvky chráněné předpisy o kulturním dědictví. Etikety například nesmějí obsahovat chráněné starobylé obrázky nebo symboly). Dodržování těchto předpisů je nezbytné pro správné uvedení produktu na dánský trh a bez sankcí. Potenciál tohoto expandujícího obchodního kanálu lze maximalizovat pouze včasným dodržováním místních zákonů.

Označování alergenů pro víno:

Pravidla pro označování alergenů se vztahují na nápoje obsahující více než 1,2 % objemu alkoholu. Alkoholické nápoje obsahující oxid siřičitý a siřičitany v koncentracích vyšších než 10 mg/kg nebo 10 mg/litr musí být označeny „*Obsahuje siřičitany*“ nebo „*Obsahuje oxid siřičitý*“. Záměna slova „siřičitany“ za „SO₂“ nebo „E220“ není povolena. Další informace naleznete ve [směrnici 2003/89/ES](#) (PDF), kterou se mění směrnice 2000/13/ES.

Tvrzení týkající se životního prostředí/udržitelnosti:

Zpracované víno z ekologických hroznů musí být vyrobeno v souladu s nařízením (ES) č. 834/2007 a [nařízením \(ES\) č. 889/2008](#). Odkazy na etiketě takového vína musí být uvedeny z hlediska přísad – např. „*Víno z hroznů z ekologického pěstování*“ a nesmí být označováno pouze jako „*bio víno*“. Etikety vína mohou také obsahovat tvrzení (např. „*biodynamické*“), pokud takový výraz neuvádí spotřebitele v omyl.

Na etiketě vinařských produktů nesmí být uvedeno logo EU pro ekologickou produkci uvedené v právních předpisech EU.

Označování geneticky modifikovaných (GM) potravin:

Potravin y obsahující GMO nebo z nich sestávající, vyrobené z GMO nebo obsahující složky vyrobené z GMO musí být označeny v souladu s [nařízením \(ES\) č. 1829/2003](#).

Dovozně zainteresované subjekty

Odkaz na seznam: [Importéři, distributoři, velkoobchody, vinotéky, restaurace, E-shopy, sommeliéři](#)



Další kontakty

Odkaz na seznam: [influenceři, média, společnosti zaměřené na enoturistiku](#)



Doporučená doprava

- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 7227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz; <http://syslikspedsro.webmium.com/>
- Wereldo.com, s.r.o. , David Příbyl, e-mail: david.pribyl@wereldo.com, tel: +420 777 533 569, adresa: Purkyňova 649/127, 612 00 Brno, CZ, e-mail: preprava@wereldo.com. <https://www.wereldo.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

COOL CLIMATE WINE SUMMIT	B2B: Konference a odborný veletrh- 120 vinařů z chladnějších vinařských oblastí: Velká Británie, Polsko, Švédsko, Dánsko, Belgie a Německo	https://coolclimatesummit.com/	
RAW WINE Copenhagen	B2B/B2C: veletrh zaměřený na nízkointervenční, organická a biodynamická vína	https://www.rawwine.com/fairs/copenhagen-2025	
Ribe Vinfestival	B2C: festival vína s 30 importéry	https://ribevinfestival.dk/en/forside-english/	Verner Thomsen, info@ribevinfestival.dk

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie **Taste of Czechia** – masterclass a stolečková prezentace pro vinařské odborníky na velvyslanectví ČR v Kodani, prezentace Salonu vín a párování moravských a českých vína s tradičním pokrmem na B2B workshopu zaměřeném na enoturistiku
- termín: 10.-11.10.2023
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Dánsko: Lucie Vallin, ředitelka CzechTourism Skandinávie, vallin@czechtourism.com
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - BOHEMIA SEKT
 - Fabig
 - SONBERK
 - THAYA vinařství
 - Vinařství Mikrosvín Mikulov
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Zámecké vinařství Bzenec
- Příspěvek vinařů: 5000 Kč (plus DPH)/vinařství s osobní účastí; 8000 Kč (plus DPH)/vinařství zastoupená NVC

Specifika trhu, tipy pro obchodování

Desatero pro obchodování s Dánskem, zdroj: businessinfo.cz

1. Důkladně se připravte

Efektivita je v Dánsku jednou z nejdůležitějších hodnot v obchodních jednáních. Schůzky jsou plánovány s důrazem na přesnost, obvykle mezi 9:00 a 16:00 hodinou. Dodržení časového plánu je velmi ceněné, proto je důležité se na schůzku dostavit včas a být dokonale připraven. Dánové očekávají jasné a strukturované prezentace podložené konkrétními fakty a čísly. Váš přístup k jednání by měl být profesionální, s důrazem na efektivní využití času. Pokud máte zpoždění, vždy to oznamte předem. Po jednání se doporučuje navázat kontakt e-mailem či telefonicky pro udržení komunikace.

2. Budujte neformální a přátelskou atmosféru

V obchodních jednáních v Dánsku se můžete setkat s neformálním a přátelským prostředím. Oslovování křestními jmény je běžné, a i když je atmosféra uvolněná, zůstává vysoká míra profesionality. Oblečení, jako je oblek a kravata, není vždy nutné, pokud to není výslovně uvedeno. Dánové mají v oblíbě humor a vtipkování během jednání pomáhá uvolnit napětí a navodit pohodovou atmosféru. Tento přístup však neznamená, že obchodní jednání nejsou brána vážně. Naopak, v tomto prostředí je důležité zachovat profesionální úroveň a dodržovat daná pravidla.

3. Komunikujte v angličtině, která je pro Dány samozřejmostí

Angličtina je v Dánsku standardním jazykem v obchodních jednáních, takže dánština není nutná pro úspěšnou komunikaci. Přestože většina Dánů mluví plynule anglicky, může být přínosné mít základní znalosti dánštiny, což vám pomůže v budování hlubších vztahů. Mějte své propagační materiály a prezentace k dispozici v angličtině, abyste se vyhnuli jazykovým bariérám. Dánové oceňují přímou a věcnou komunikaci, proto dbejte na to, aby vaše sdělení bylo jasné, stručné a dobře strukturované. Angličtina je pro obchodní prostředí zcela běžná a spolehlivá.

4. Očekávejte časově náročnější kolektivní rozhodování

Dánská společnost je známá svou rovnostářskou kulturou, což se odráží i v obchodním prostředí. Rozhodování v Dánsku často probíhá kolektivně a názory všech účastníků jednání jsou brány v potaz. I juniorní členové týmu mohou mít vliv na výsledné rozhodnutí. Tento proces může být časově náročnější, protože dánské firmy kladou důraz na dosažení konsenzu. Buďte připraveni na diskusi a zvažte všechny názory. Respektování rovnosti je klíčové pro budování důvěry a dlouhodobých obchodních vztahů. Dánové ocení, pokud budete otevření konstruktivní kritice a připraveni na věcné argumenty.

5. Komunikujte jasně a s respektem

Dánové preferují přímou a otevřenou komunikaci. Vyjadřujte své názory jasně, ale vždy s respektem k ostatním. Nepřímá komunikace nebo snaha o vyhnutí se náročným tématům mohou být vnímány jako slabost nebo neprofesionalita. Otázky jsou v obchodních jednáních velmi vítané a považují se za projev zájmu. Nebojte se klást otázky nebo vyjasnit detaily. Dánové ocení otevřenost, protože to napomáhá efektivnějšímu vyřešení problémů a dosažení lepšího výsledku. Buďte připraveni na to, že i oni budou otevřeně klást otázky a očekávat přímé odpovědi.

6. Řešte konflikty s klidem

V dánské obchodní kultuře se preferuje přímé a klidné řešení konfliktů. Pokud dojde k nějakému nedorozumění nebo sporu, je důležité zůstat klidný a soustředit se na hledání kompromisu, který uspokojí obě strany. Dánové se konfliktům nevyhýbají, ale přistupují k nim věcně a s cílem najít řešení, které bude přínosné pro všechny zúčastněné. Agresivní či emocionální reakce nejsou považovány za vhodné a mohou negativně ovlivnit budoucí spolupráci. Důraz je kladen na spolupráci, otevřenou komunikaci a hledání společného jmenovatele, který umožní vyřešit problém k oboustranné spokojenosti.

7. Dejte důraz na udržitelnost a inovace

Dánsko je známé svým pokrokovým přístupem k udržitelnosti a inovacím. V obchodním prostředí jsou velmi ceněny ekologicky šetrné produkty a služby, které přispívají k ochraně životního prostředí a podporují dlouhodobou udržitelnost. Při prezentaci svých produktů nebo služeb zdůrazněte jejich udržitelné a inovativní aspekty. Dánové vnímají udržitelnost jako klíčovou součást moderního byznysu a často preferují partnery, kteří sdílejí stejné hodnoty. Pokud vaše produkty nebo služby přinášejí inovativní řešení s důrazem na ekologii, máte vyšší šanci na úspěch v dánském obchodním prostředí.

8. Zmiňte reference a získejte důvěru

Pro Dány jsou reference důležitým prvkem při navazování nových obchodních vztahů. Zvláště doporučení od renomovaných partnerů ze Skandinávie nebo západní Evropy mohou výrazně posílit vaši pozici a budovat důvěru. Dánové si cení spolehlivosti a profesionálního přístupu, a proto je dobré prezentovat silné reference, které dokládají kvalitu vašich produktů nebo služeb. Při jednáních můžete zmínit úspěšné spolupráce s prestižními firmami, což usnadní proces budování nových partnerství. Důvěra je klíčová pro dlouhodobé vztahy a úspěšné obchodování v Dánsku.

9. Upřednostněte kvalitu před cenou

Dánové mají vysoké standardy co se týče kvality a upřednostňují ji před cenou. Nejlevnější nabídka proto nemusí být automaticky nejlepší volbou. Pokud je váš produkt nebo služba dražší, je důležité být připraven prokázat, že vyšší cena odpovídá kvalitě a dlouhodobé spolehlivosti. Dánové oceňují produkty, které jsou odolné, efektivní a mají nízké náklady na údržbu. Vaše nabídka by měla zdůrazňovat přidanou hodnotu, kterou vaše řešení přináší, a jaké výhody má pro dlouhodobou spolupráci. Kvalita je pro Dány zárukou spolehlivosti.

10. Využijte aplikaci LinkedIn a networking

LinkedIn je pro Dány klíčovým nástrojem pro budování a udržování obchodních kontaktů. Aktivita na této platformě může výrazně podpořit vaše úsilí o navázání nových obchodních vztahů. Doporučuje se mít profil pravidelně aktualizovaný a sdílet úspěchy a novinky o vaší společnosti. LinkedIn umožňuje snadné propojení s dánskými partnery a sledování aktuálních trendů na trhu. Udržování pravidelného kontaktu prostřednictvím této sítě může pomoci posílit vaši pozici a zůstat ve spojení se svými obchodními partnery. Networking na LinkedInu je nedílnou součástí moderního obchodování v Dánsku.

JAPONSKO

Obsah

Instituce a úřady.....	22
Podmínky dovozu vín	22
Dovozně zainteresované subjekty a další kontakty	26
Doporučená doprava.....	26
Akce a veletrhy	26
Situace na trhu.....	27
Distribuční kanály.....	27
Uskutečněné projekty.....	29

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: 2-16-14 Hiroo, Shibuya-ku, Tokio 150-0012, tel.: 00-81-3-3400-8122, e-mail: Tokyo@mzv.gov.cz

- **Velvyslanec:** Martin KLUČAR
- **Obchodně-ekonomický úsek:** e-mail: Tokyo.Commerce@mzv.gov.cz
- Veronika Vanišová, zemědělský diplomat na ZÚ Tokio, tel.: 00-81 70 4371 1120, e-mail: veronika.vanisova@mze.gov.cz

Czechtourism: 2-16-14 Hiroo, Shibuya-ku, Tokio 150-0012, tel.: 0081-3-6427-3093, e-mail: tokyo@czechtourism.com

- **Ředitel:** Štěpán PAVLÍK

Czechtrade: Velvyslanectví České republiky, 2-16-14 Hiroo, Shibuya-ku, Tokio 150-0012

- **Ředitel zahraniční kanceláře:** Jakub HÁJEK, tel: +81-3-5485-8266, e-mail: tokyo@czechinvest.org

Podmínky dovozu vín

Dovoz potravin a nápojů, a to jak nealkoholických, tak alkoholických, do Japonska podléhá přísným legislativním a administrativním požadavkům na označování a celní a dovozní řízení. Nejjednodušší cestou pro české producenty je tak navázání spolupráce s japonským importérem, jenž má s dovozními náležitostmi zkušenosti. Japonský partner se pak z větší části postará o praktické souvislosti ohledně dopravy, celního řízení, kontroly požadavků na etikety, apod., resp. bude při řešení těchto otázek nápomocen.

Registrace vína

Pro registraci vína v Japonsku je třeba dodržet následující předpisy:

- **Označení a balení:** Japonsko má přísné požadavky na označování, které se řídí zákonem o označování potravin a zákonem o hygieně potravin. Na etiketách musí být uvedeny výživové údaje, země původu, informace o alergenech a data spotřeby, vše v japonštině. Více na: [Labeling And Packaging Regulations JML Group Japan | Market Entry Made Easy](#)
- **Licence na dovoz alkoholu:** Před dovozem a prodejem vína v Japonsku musíte získat licenci na dovoz alkoholu od Národní daňové agentury (NTA). V případě spolupráce s japonským importérem bude mít licenci na dovoz tento subjekt. Více na: [Dovoz vína | Víza Japonsko](#)
Více na: [Importing Wine | Visa Japan](#)

Podmínky prodeje dováženého vína

- **Licence:** V závislosti na způsobu distribuce prodávající subjekt (distributor) potřebuje buď velkoobchodní, nebo maloobchodní licenci. Velkoobchodní licence vám umožňuje prodávat licencovaným maloobchodním prodejnám a výrobcům alkoholu, zatímco maloobchodní licenci je zapotřebí k přímému prodeji spotřebitelům a restauracím. – viz výše.
- **Distribuce:** Pro úspěch na japonském trhu je klíčové navázat dlouhodobý vztah s místním dovozcem, který má dobrou distribuční síť.
Více na: [Wine Exports to Japan: Opportunities and Challenges: ProWein Business Report, Special Report, May 2024 - Wine Industry Advisor](#)

Místní zastoupení: Místní zástupce nebo spolupráce se speditérskou firmou může pomoci zefektivnit proces dovozu a zajistit dodržování všech předpisů.

Požadované dokumenty

Níže je uveden seznam dokumentů, které jsou potřebné pro dovoz do Japonska.

- **Prohlášení o dovozu:** Předložit dovozní prohlášení generálnímu řediteli celního úřadu a získat dovozní povolení po nezbytné kontrole zboží.
- **Přepravní doklady:** Požadované dokumenty zahrnují obchodní fakturu, balicí seznam a originál podepsaného konosamentu nebo leteckého nákladního listu. Balicí seznam by měl obsahovat podrobnosti o obsahu a rozměrech každého kontejneru.
Více na: [Japan - Import Requirements and Documentation](#)

Daně, cla

Clo: Dovoz vína podléhá clu, které se liší v závislosti na druhu a množství vína.

Více na: [Outline of Tariff and Duty Rates System : Japan Customs](#)

Spotřební daň: 10% spotřební daň se uplatňuje na veškeré dovážené zboží.

Daň z alkoholu: Z alkoholických nápojů se vybírá dodatečná daň z alkoholu, jejíž sazby závisí na obsahu alkoholu a druhu nápoje.

Více na: [3105 Importation of Alcoholic Beverages\(FAQ\) : Japan Customs](#)

Požadavky na označování

Minimální velikost písma pro štítky je přibližně 8 bodů pro všechny znaky. Štítky by měly obsahovat následující informace (podle potřeby) v japonštině:

- Název výrobku
- slovo „Dovezeno“ a zemi původu

- jméno/adresu dovozce
- Složky, kromě přídatných látek, v sestupném pořadí podle hmotnostních procent
- potravinářské přídatné látky v sestupném pořadí podle hmotnosti na samostatném řádku odděleně od ostatních složek
- Obsah alkoholu ve „stupních“ nebo „%“.
- Objem nádoby (v mililitrech nebo litrech)
- „Datum použitelnosti nebo datum minimální trvanlivosti
- Způsob použití, pokyny pro skladování nebo přípravu (pokud je pro výrobek stanovil ministr zdravotnictví, práce a sociálních věcí nebo pokud by jejich absence mohla způsobit záměnu).
- Označení zabraňující konzumaci mladistvými (na všech obalech s alkoholem musí být jasně uvedeno, že „Konzumace alkoholu mladistvými je zakázána“ nebo „Alkohol mohou konzumovat pouze osoby starší 20 let“).

Japonský zákon o dani z alkoholu, který spadá pod Národní daňovou agenturu (NTA), definuje alkoholické nápoje jako nápoje s obsahem alkoholu od jednoho procenta (s těmi, které obsahují méně než jedno procento, se zachází jako s nealkoholickými nápoji). Označování alkoholických nápojů se řídí zákonem o označování potravin a konkrétnější administrativní pokyny pro označování alkoholu jsou stanoveny v zákoně o zajištění daně z lihu a o sdruženích podnikatelů v oblasti lihu. Požadavky na označování se liší v závislosti na kategorii, do které jsou vyvážené alkoholické výrobky zařazeny.

Souhrn požadavků na označování alkoholických nápojů naleznete v části II příručky JETRO (Japonská organizace pro podporu zahraničního obchodu, https://mzv.gov.cz/tokyo/cz/obchod_a_ekonomika/organizace_podporujici_ekonomickou/japonska_organizace_pro_podporu.html). Některé výrazy, jako například „japonské víno“, jsou omezeny na víno vyrobené v tuzemsku (viz zpráva USDA GAIN JA8092). Viz výroční zpráva o zemi USDA FAS 2023 FAIRS.

Důrazně se doporučuje, aby v případě, že na etiketě výrobku nejsou jasně uvedeny přídatné látky, konzervační látky, barviva, koření nebo látky určené k aromatizaci, byl ke každé zásilce přiložen certifikát s podrobným popisem složek (tj. názvy chemických sloučenin, chemické názvy a mezinárodní indexová čísla barviv), aby se urychlilo dovozní řízení. Podrobnosti o postupech při dovozu potravin si můžete prohlédnout na internetových stránkách Ministerstva zdravotnictví, práce a sociálních věcí (MHLW).

Informace o označování požadované japonským ministerstvem zemědělství, lesnictví a rybolovu (MAFF) najdete také na webových stránkách Japan Agricultural Standards.

Označování alergenů:

Povinnému označování podléhá sedm určených potravin (krabi, krevety, pšenice, pohanka, vejce, mléčné výrobky a arašídý). Potraviny obsahující tyto potraviny nebo složky z nich připravené musí být označeny. Pokud potravina obsahuje složku vyrobenou z určeného potenciálního alergenu, musí být na etiketě uveden zdroj. MHLW důrazně doporučuje uvádět na seznamu složek také následující další alergeny: mandle, abalone, chobotnice, lososí jikry, pomeranč, kešu ořechy, kiwi, hovězí maso, vlašské ořechy, sezam, losos, makrela, sója, kuřecí maso, banán, vepřové maso, houba matsutake, broskev, horský batát, jablko a želatina. Další informace naleznete ve výroční zprávě USDA FAS 2023 FAIRS Country Report.

Označování geneticky modifikovaných (GE) potravin:

Standardy pro označování potravin (pouze v japonštině) (viz zpráva USDA GAIN JA7078 a zpráva USDA GAIN JA9055) vyžadují označování GE u osmi plodin (sója, kukuřice, brambory, řepka, bavlník,

vojtěška, cukrová řepa a papája) a 33 zpracovaných potravin, které tyto plodiny obsahují jako složky. Normy vyjímají z požadavku na označování většinu vysoce rafinovaných produktů, které neobsahují zbytky cizorodé DNA, jako je například olej na vaření a cukr.

Japonská agentura pro ochranu spotřebitele (CAA) povoluje v Japonsku uvádět na etiketách potravin tři typy tvrzení týkajících se geneticky modifikovaných organismů: GE, nesegregované a ne-GE. CAA vyžaduje, aby výrobky, které spadají do těchto dvou kategorií, byly označeny buď GE, nebo nesegregovaným označením. Pokud je výrobek zachována identita GE, musí být označen jako GE a nemůže být označen jako nesegregovaný. Pokud se jedná o produkt neschválených GE odrůd, musí být označen jako nesegregovaný. Pro brambory a papáju platí samostatné pokyny. Označování nesegmentovaných produktů je dobrovolné. Další podrobnosti o současných požadavcích na označování naleznete ve zprávě USDA GAIN JA2022-0092.

Dne 1. dubna 2023 CAA zavedla nové standardy pro označování potravin pro GE produkty, které změnilly hranici neúmyslné kontaminace GE produktů z pěti procent na nezjistitelnou. Více informací o pozadí těchto změn naleznete na webových stránkách CAA (pouze v japonštině). Další informace naleznete ve výroční zprávě USDA FAS 2023 FAIRS Country Report.

Dovozní postupy ([Japan | TTB: Alcohol and Tobacco Tax and Trade Bureau](#))

Ministerstvo zdravotnictví, práce a sociálních věcí (MHLW) je vedoucím orgánem, který zajišťuje, aby dovážené potraviny byly v souladu se zákonem o hygieně potravin (viz schéma, které popisuje dovozní postupy). Výrobky vybrané k namátkovému dohledu podle plánu monitorování MHLW budou kontrolovány na místě v určeném celním skladu. Přístavní úředníci odeberou vzorky pro laboratorní analýzu z části zásilky. Dovožci mohou mít možnost nechat otestovat vzorek výrobku v jedné z úředních nebo registrovaných laboratoří MHLW nacházejících se v USA. Úplný seznam registrovaných laboratoří je uveden na internetových stránkách MHLW. Pokud se na dovážený výrobek vztahuje příkaz ke kontrole, karanténní stanice povolí vstup do Japonska, jakmile výrobek prověří a potvrdí shodu s japonskými potravinářskými předpisy. Pokud se na dovážené výrobky nevztahuje inspekční příkaz, bude jim obvykle povoleno celní odbavení po dobu, kdy probíhá laboratorní testování.

Před vstupem do země karanténní úředníci opatří oznamovací formulář schvalovacím razítkem. Dovážející společnosti by měly být schopny provést vývozce požadovanými kroky a příslušnou úroveň podrobnosti potřebnou pro tyto dokumenty. Náklad, u něhož bylo zjištěno porušení zákona o hygieně potravin, musí být reexportován, zničen, přeměněn k nepotravinářskému použití (pokud je to relevantní) nebo jinak zlikvidován. Kromě kontrol MHLW podléhá dovoz rostlin a rostlinných produktů a živočišných produktů kontrolám biologické bezpečnosti.

Japonsko nemá systém dovozních povolení, ale vyžaduje, aby dovoz splňoval fytoosanitární a veterinární požadavky. Dovožci jsou povinni předložit oznámení o dovozu a příslušná vývozní osvědčení (další informace viz zpráva FAIRS o vývozním osvědčení JA2023-0099) stanicím ochrany rostlin ministerstva zemědělství, lesnictví a rybolovu (MAFF) a karanténní službě MAFF pro zvířata před kontrolami biologické bezpečnosti.

Dovozně zainteresované subjekty a další kontakty

Odkaz na seznam: [importéři, distributoři, HoReCa, influenceři, média](#)



Doporučená doprava

- S P E D I A, Větrná 148, 27711 Neratovice, Tel: +420 724 169 528, Mgr. David Benda, +420 727 875 877, E-mail: benda@spedia.cz
- PD Logistics s.r.o., Ringhofferova 115/1, Praha, David Chadima, +420 773 688 077, e-mail: reditel@pdlog.cz
- DM Cargo Praha, dmcargo@dmcargo.cz, Lucie Sládková
- cargo-partner CR s.r.o., P.O.Box 20, Aviatická 12/1048, 160 08 Praha 6-Ruzyne, tel: +420 2 2011-6500, email: czprg@cargo-partner.com
- Hillebrand Gori, Wickenburggasse 26, Top 4, 1080 Wien, tel:+43 15233737, <https://www.hillebrandgori.com/> - specializují se na přepravu vína, piva, destilátů
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvicikova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- SPED ART s.r.o., Jan Mottl, Podolská 401/50, 147 00 Praha 4, Tel.: 603 833 570, E-mail: spedart@spedart.cz
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

ProWein Tokyo, duben	B2B, mezinárodní veletrh vína a alkoholických nápojů	https://prowine-tokyo.com/en/	Ms. Nao Tomita e-mail: info@prowine-tokyo.com
Wine & Gourmet Japan, duben	B2B, součást veletrhu FABEX-světové výstavy potravin a nápojů	https://fabex.jp/	
Tokyo Wine Complex:	B2B, menší akce několikrát ročně setkání s dovozci a distributory	https://concept.tokyo-winecomplex.com/	https://info.tokyowinecomplex.com/
FOODEX Japan, 50. ročník březen 2025	B2B, historicky nejvýznamnější mezinár.obchodní platforma, 80 tis. vystavovatelů	https://www.jma.or.jp/foodex/en/	
Sakura Wine Awards	Prestížní soutěž, v komisi česká národní someliérka	www.sakuraaward.com	Mayuko Yoshida info@sakuraaward.com

Situace na trhu

Japonský trh s vínem je jedním z nejzajímavějších a nejdynamičtějších na světě. Jedná se o vyspělý trh, kde zákazníci tvoří jak vína málo znalí spotřebitelé, tak nároční znalci vína. I v kontextu klesajícího trhu s alkoholickými nápoji v důsledku stárnutí populace a společenských změn (např. trend vědomé abstinence u mladé generace) prokázal japonský trh pozoruhodnou odolnost: podle dat Japonského daňového úřadu **spotřeba vína v Japonsku stoupá**, Japonsko je po Číně **2. největším trhem s vínem v Asii** a jedním největších obchodních partnerů EU tomto odvětví. Zároveň je **5. největším dovozcem vína na světě** s hodnotou dovozu cca 1,7 miliard USD (v roce 2024).

Od poloviny 80. let se spotřeba vína ztrojnásobila. Japonsko představuje nejsilnější mimoevropský trh pro šampaňské, luxusní červená vína a výběrové ročníky. Na druhou stranu **sílí poptávka po nových, méně známých a exkluzivních produktech** (např. bio vína, nové vinařské regiony).

Japonsko zůstává **závislé na dovozu**. A to i přesto, že domácí produkce se těší rostoucímu japonskému i mezinárodnímu zájmu. Asi 75% trhu s vínem představují importovaná vína. Největšími dovozci vína jsou Francie, Chile, Itálie. Místní trh s vínem je dále podporován rozsáhlou distribuční sítí, díky které je víno pro spotřebitele snadno dostupné.

V Japonsku je rozhodujícím faktorem pro nákup vína **poměr ceny a kvality** - až 70% spotřebitelů se v případě výběru vína rozhoduje dle ceny.

Dalším významným faktorem je **povědomí spotřebitele o zemi původu** - 54% spotřebitelů považuje znalost konkrétní země za "důležitý" či "velmi důležitý" aspekt v rámci rozhodování o nákupu. Pití vína je vnímáno i jako **přiblížení se kultuře** konkrétní země.

Silnou roli při výběru vína dále zaujímají etikety, neboť **estetika balení** je japonským zákazníkem vnímána jako součást spotřebitelského zážitku.

Vína ze střední a východní Evropy čelí při vstupu na japonský trh překážkám vyplývajícím z neznalosti regionu, resp. jednotlivých zemí ze strany zákazníka, slabému povědomí o značkách a dominanci vín ze západní Evropy a Nového světa

Až dvě třetiny pravidelných konzumentů vína tvoří zákazníci **starší 55 let**. Ti mají dostatečné finanční prostředky na nákup i dražších, výběrových lahví.

Významnou zákaznickou skupinou na trhu s vínem tvoří **ženy** – víno konzumují častěji než muži a mají rovněž rozhodující vliv na nákup vína v maloobchodě.

Oblíbené je **nakupování vína přes e-shopy**. Víno v celé škále ceny a kvality je k dostání rovněž ve večerkách s potravinami ("convenience stores"), supermarketech a specializovaných obchodech.

Mezi výrazné rysy japonského trhu s vínem z poslední doby lze uvést:

- **Jednorázová balení alkoholických nápojů** ("ready to drink") - jedná se o malá balení nápojů buď v plechovkách, nebo u vín v menších (0,375ml) lahvíčkách, které lze dostat ve všech večerkách s potravinami (tzv. "convenience stores") a volí je zejména mladší zákazníci. Kupříkladu společnost Suntory na tento trend reagovala uvedením tzv. "Cup Wine" bean na trh: jedná se o 180ml nápoje, tj. tichého (určeno pro restaurace) či šumivého (určeno pro maloobchod) vína. Rovněž některá šampaňská vína uvedla na japonském trhu menší, ready-to-drink balení.
- Japonští zákazníci si tradičně cení domácích produktů a považují je za kvalitní a bezpečné. V této souvislosti lze uvést, že Japonci jsou na otázku bezpečnosti potravin velice citliví, na

dovážené potravinářské produkty např. panují přísné limity ohledně složení apod. Proto je velmi **důležité kultivovat povědomí o zemi původu potravin a nápojů coby zemi bezpečné**, ať už se jedná o výrobní proces, produkci ingrediencí či výsledný produkt.

- **Organická vína** – japonští spotřebitelé jsou tradičně silně orientováni na otázku zdraví. Tento aspekt ještě posílil v návaznosti na pandemii Covid-19. V současnosti jsou velmi vyhledávána organická a bio-dynamická vína.
- **Šumivá vína** – v poslední době lze pozorovat nárůst v konzumaci šumivých vín. Co bylo dříve považováno za exkluzivní, luxusní nápoj se postupně stává vyhledávanou, módní volbou. Šuminá vína tvořila v roce 2024 40% podíl na dovozu. Pro některé zákazníky dle dat sklenka šumivého vína nahrazuje pivo coby alkoholický nápoj k zahrnutí žízně. Současně ale zůstává poptávka po luxusnějších značkách jako výraz výjimečného spotřebitelského zážitku.

V této souvislosti se jeví jako **stěžejní budování silného pozitivního obrazu země** původu vína jako země kvalitních, bezpečných a jedinečných potravinářských produktů. Důležitá je celková prezentace dané země ve vztahu k vinařství - tj. ne pouze pokud se jedná o vinařství, ale ve svém úhrnu (ideálním stavem by mělo být ztotožnění si symbolu – názvu země/ vlajky s kvalitou a exkluzivitou potravinářských produktů.

Jako vhodné nástroje se jeví **účast na veletrzích** – prodej vín z regionu střední a východní Evropy se například výrazně zvýšil poté, co se dané země začaly oficiálně účastnit veletrhu **FOODEX**, nebo se zapojily do nejrůznějších přehlídek či soutěží, např. **Sakura Women Awards**.

Na trhu v Japonsku panuje obrovská konkurence – importéři, distributoři i zástupci maloobchodu dostávají četné množství nabídek s novými produkty. V důsledku této zahlcenosti někdy ani nemají kapacitu odpovídat. Zároveň je pro ně pohodlnější prohlédnout si, resp. vybrat si nové výrobky právě na výstavách či veletrzích. Větší propagace lze také dosáhnout publikacemi v odborných periodikách, prezentacemi a podobnými nástroji. Např. Bulharsko podpořilo propagaci svých vín speciálním vydáním magazínu The Wine Kingdom zaměřeným na prezentaci bulharského vinařství, tradic spojených s vínem a nejvýznamnějších pěstitelů vína v Bulharsku.

Distribuční kanály

Spotřeba vína je silná jak v rámci pohostinství, tak prostřednictvím maloobchodu. Na trhu je k dostání široká škála produktů co do ceny a kvality – od nejlevnějších vín (cca 800 JPY) až po exkluzivní láhve (20.000+ JPY), a to zejména ve velkých městech jako Tokyo a Osaka.

Levnější vína a vína střední cenové kategorie jsou běžně k dostání v supermarketech či večerkách (convenience stores). Vína střední a vyšší cenové kategorie jsou k dostání ve výběrových supermarketech, jako např.:

- Kinokuniya Co, Ltd.: <http://www.e-kinokuniya.com/kinokuniya2.pdf>
- Meidi-ya: <http://www.meidi-ya.co.jp/en/>
- Seijo Ishii: <http://www.seijoishii.co.jp/en/>
- Dean & DeLuca: <http://deandeluca.co.jp>
- Queens Isetan: <http://www.queens.jp/pc.html>
- Kaldi Coffee: <http://kaldi.co.jp/english>
- National Azabu: http://www.national-azabu.com/e_index2.php
- Costco: <https://www.costco.co.jp/>
- Nissin World Delicatessen: <http://www.nissin-world-delicatessen.jp/>

Nezanedbatelný podíl v prodeji vína mají internetové obchody. Nákupy přes internet představují asi 15% prodeje vína. Hlavními platformami jsou:

- Wassy's Online Wine Store: <https://winestore.jp>
- Vinos Yamazaki: www.v-yamazaki.co.jp
- Enoteca: www.enoteca.co.jp
- Uber Eats: <https://www.ubereats.com/jp-en>
- Wolt: <https://wolt.com/en/jpn>
- Amazon: www.amazon.co.jp

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **incomingová mise japonských odborníků do vybraných vinařství**
- termín: 16.-20. říjen 2023
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Japonsko: Irena Leopoldová, MZe, Irena.Leopoldova@mze.gov.cz
 - ČR: Patrik Kubát, NVC, patrik.kubat@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - Lahofer + Enotéka
 - Ludwig
 - Obelisk
 - Proqin
 - Sonberk
 - Spielberg
 - Syfany
 - Thaya
 - Vican rodinné vinařství
 - Vinařství Válka
 - Vinařství Špalek
 - Vinné sklepy Skalák
 - Zámecké vinařství Bzenec
- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **Mistrovské kurzy českého a moravského vína na Velvyslanectví ČR v Tokiu**, 3 typy Masterclass vedené národní sommeliérkou pro japonské someliéry – spojeno s párováním s japonskými pokrmy, dále pro obchodníky, hoteliéry, importéry, distributory, influencerů, zástupce médií a hodnotitele soutěže Sakura Women Wine Awards
- termín: 29.-30.1.2025
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Japonsko: Veronika Vanišová, zemědělský diplomat,
 - ČR: Klára Kollárová, NVC, klara.kollarova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - BOHEMIA SEKT
 - Donatus
 - Jiří Uherek
 - Kolby
 - Obelisk
 - Reisten

- Rodinné vinařství Skoupil
- THAYA vinařství
- Vinařství Mikrosvín Mikulov
- Vinařství Svoboda
- Vinařství Trejbal
- Vinařství Válka
- Víno J. Stávek
- Vitis Strážnice
- Zámecké vinařství Bzenec
- příspěvek vinařství (bez DPH): 1500 Kč/vystavený vzorek

JIŽNÍ KOREA

Obsah

Instituce a úřady.....	31
Podmínky dovozu vín	32
Situace na trhu.....	34
Dovozně zainteresované subjekty	34
Doporučená doprava.....	35
Akce a veletrhy.....	35
Tipy pro obchodování	35
Uskutečněné projekty.....	37

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: Budova B, 7. Patro, The K-Twin Towers, B-dong, 50, Jongno 1-gil, Jongno-gu, Seoul 03142, <https://place.map.kakao.com/8070468>, tel. +82 272 567 65, +82 272 567 66, +82 272 064 53, OEÚ (přímá linka) +82 272 567 63; E-mail: Seoul@mzv.gov.cz

- **Velvyslanec:** Ivan Jančárek
- **Ekonomický úsek:** **Jakub Kopecký**, vedoucí ekonomického úseku, 3. tajemník, e-mail: jakub.kopecky@mzv.gov.cz; **Jan Řiřica**, vedoucí hospodářského úseku, attaché; **Michelle Lee**, asistentka ekonomického úseku; e-mail: Seoul.Commerce@mzv.gov.cz
- **Zemědělský diplomat:** NE

CzechTourism (Zahraniční zastoupení v Jižní Koreji s působností pro Filipíny): Adresa: 13th Floor, 1314-ho, 642-19, Yeoksam Heights, Yeoksam-gu, Gangnam, Seoul, Korea; Tel.: +82 10 322 4210; E-mail: seoul@czechtourism.com

- **Ředitel:** Mgr. Michal Procházka, email: prochazka.m@czechtourism.com

CzechTrade: Adresa: 17, Gyeonghuigung 1-gil, Jongno-gu; 110-062, Seoul, Korea

- **Ředitel:** Mgr. Bc. Kryštof Rygl, e-mail: krystof.rygl@czechtrade.cz, mob.: +82 10-6546-1406
- **Pomoc s exportem (zemědělství, potravinářství):** Ing. Jana Trnková, exportní konzultant - senior, e-mail: jana.trnkova@czechtrade.cz, tel.: +420 224 907 583, mob.: +420 702 213 099; Bc. Jan Chytil, exportní konzultant, e-mail: jan.chytil@czechtrade.cz, tel.: +420 224 907 504, mob.: +420 724 823 650

Korejský úřad pro potraviny a léčiva: adresa: 231 Eunpyeong-Gu Jinheungno, Soul, Korea; Tel.: 82-2-552-5811 (Regionální kancelář v Soulu); E-mail: kfda@kfda.go.kr; web: <http://www.mfds/index.go.kr/eng>

Korejská celní služba: adresa: 71, Nonhyun-dong, Gangnam-gu, Soul, Korea 135-702; Tel.: 82-2-3438-1114; web: <http://www.customs.go.kr/eng/>

Podmínky dovozu vín

Ze zákona mohou alkoholické nápoje dovážet pouze importéři s licencí na dovoz alkoholických nápojů. Těch je v Jižní Koreji více než 500, ale pouze 50 z nich je aktivních. Prvních 10 importérů dováží více než 80% z celkového dovozu. Importéři mohou prodávat přímo velkoobchodům, maloobchodům (restaurace a obchody s lihovinami) nebo jednotlivým zákazníkům (pouze přes vlastní vinotéky). Importéři nesmí nakupovat od jiných importérů ani velkoobchodníků. On-line prodej alkoholických nápojů není dovolen s výjimkou tradičních korejských likérů.

Licence

Dovozci musí před dovozem jakýchkoli alkoholických nápojů získat dovozní osvědčení. Chcete-li tento proces dokončit, import by měl probíhat podle následujících kroků:

1. Dovozce by měl podat „Záznam pro potraviny atd. formulář u vedoucího Regionální správa pro potraviny a léčiva (to lze provést nejpozději 5 dnů před příjezdem zásilky) spolu s dalšími souvisejícími dokumenty.
2. Existuje celá řada různých inspekcí, které může provádět KFDA (Korean Food and Drug Administration) – mezi ně patří kontrola dokumentů, vizuální kontrola, laboratorní kontrola, inkubační test a náhodná kontrola. Laboratorní inspekce zahrnuje odběr vzorků produktu a chemickou kontrolu v laboratořích KFDA.
3. Dovozci, kteří dovážejí alkoholický nápoj poprvé (tj. výrobek nebyl dosud do Koreje dovážen), musí od každého výrobku předložit dvě vzorkovnice kontrolnímu úřadu KFDA, který provede kontrolu chemické bezpečnosti. Po dokončení tohoto procesu může produkt vstoupit do země pouze s vizuální kontrolou nebo kontrolou příslušných dokumentů. Produkty obsažené v následných zásilkách však musí být totožné s původními vzorky předloženými na jejich etiketě, názvu produktu, procentuálním obsahu alkoholu, ročníku (v případě vína), přísadách a čistém objemu. Mohou se také použít náhodné chemické kontroly.
4. KFDA také kontroluje produkt s ohledem na proces „Posouzení shody“, který hodnotí shodu dováženého produktu s korejským kodexem potravin, kodexem potravinářských přídatných látek a korejskými předpisy pro označování (uvedenými v korejském „Příručce označování“).
5. Pokud výrobek vyhovuje výše uvedenému procesu, je dovozce vystaven certifikát pro dovoz, který může sloužit k odbavení budoucích zásilek kontrolovaného výrobku. Pokud výrobek nevyhovuje, bude o tom dovozce informován a může se rozhodnout výrobek zničit nebo vrátit do země původu. V některých případech, např. u porušení označení, může být dovozce schopen znovu požádat o kontrolu, jakmile budou porušení napravena.

Postupy dovozu

Korejská celní služba využívá elektronický systém dovozního odbavení, který umožňuje dovozci vyplnit prohlášení elektronicky až pět dnů před příjezdem zásilky přepravcem nebo jeden den před doručením zásilky letecky (tento proces se nazývá „prohlášení o předchozím vstupu“). Dovozce by měl podat dovozní prohlášení na celním úřadě v regionu, kam zásilka dorazí. Formulář prohlášení (uvádějící popis zboží, množství, hodnotu a další související informace) by měl obsahovat dokumenty (viz **Požadované dokumenty**). Jakmile zásilka dorazí, měla by být uložena na celním skladu, mezitím celní orgány ověří, že dovozce dokončil všechny certifikace (tj. dovozní certifikát získaný od KFDA, viz **Licence**). Celní orgány pak „přijmou“ prohlášení, pokud byly splněny všechny požadavky, a vydají dovozci osvědčení prokazující, že prohlášení bylo přijato. V tuto chvíli by měla být zaplácena všechna

příslušná cla spolu s daněmi nebo jinými požadovanými tarify. Zásilka může být poté propuštěna z celního skladu a vstoupí do volného oběhu.

Všechny dovážené potraviny a alkoholické nápoje podléhají namátkovým kontrolám Korejského úřadu pro kontrolu potravin a léčiv (KFDA), jakmile vstoupí do korejské celní správy.

Daně a tarify

Mezi EU a Jižní Koreou platí dohody o volném obchodu, a proto již ve vzájemných vztazích neexistují cla na dovoz vína. Dovozece musí ale počítat s 30% spotřební daní z alkoholu, 10% DPH a 10% tzv. „daní ze vzdělání“. U vína za 10 EUR se dostaneme na hodnotu 15 EUR jen po započítání daní.

Požadavky na označování

Podle zákona musí být alkoholické nápoje dovážené do Koreje opatřeny štítkem v korejštině s následujícími informacemi:

- **Název produktu**
- **Země původu**
- **Typ produktu**
- **Jméno a adresa dovozce**
- **Číslo obchodní licence dovozce**
- **Datum plnění do lahví**
- **Procento alkoholu a objem produktu** (vezměte prosím na vědomí, že korejské předpisy pro označování mají nízkou úroveň tolerance +/- 0,5 s ohledem na správné a přesné označení obsahu alkoholu)
- **Název přísad** podle objemových procent
- **Místo, kde lze produkt vyměnit nebo vrátit** (v případě vadného produktu)
- **Pokyny pro skladování** (pokud existuje)
- **Seznam potravinářských přídatných látek** (např. kyselina sorbová)
- **Vládní zdravotní varování**
- **Vládní varování** před prodejem nezletilým
- **Způsob distribuce** – štítek by měl uvádět jeden ze tří: „Pouze prodej ve slevě“, „Pouze prodej v restauraci“ nebo „Prodej pouze pro domácí použití.“ Toto nařízení platí, protože daně z alkoholických nápojů se liší v závislosti na způsobu dodání spotřebiteli

Požadované dokumenty

- **Faktura**
- **Nákladní list**
- **Seznam balení**
- **Prohlášení o osvědčení o původu** (nutné pro získání zvýhodněných sazeb)
- **Seznam s názvy všech složek, včetně procenta hlavních složek**
- **Způsob zpracování**
- **Osvědčení o datu výroby**

Situace na trhu

V Jižní Koreji je víno vnímáno jako sofistikovaný nápoj a pije se převážně doma, s rodinou a přáteli. Preference spotřebitelů se v poslední době ale přesouvají od vína k whisky a korejským nápojům. Jelikož je víno v Koreji silně zdaněno, vážní milovníci vína kupují své oblíbené víno na zámořských vinařských platformách nebo si ho kupují, když cestují ze země.

Od ledna do listopadu 2024 Jižní Korea dovezla 52,48 milionu litrů vína v hodnotě 506,51 milionu USD (údaje Korejské celní správy). Údaje představují 8,90% pokles objemu a 9,63% pokles hodnoty ve srovnání se stejným obdobím roku 2023.

70% podíl trhu s vínem tvoří vína z Francie, Itálie a USA:

Jihokorejský trh s vínem rychle expandoval hlavně během pandemie, přičemž byl tažený silnou spotřebou domácností a online prodejem. Mezi lety 2021 a 2022 bylo tempo meziročního růstu poptávky po víně 34,37%! Tento „boom“ způsobil nahromadění zásob vína na jihokorejském trhu.

Jihokorejští milovníci vína ale mají i přes současné ekonomické potíže země pozitivní vyhlídky. Mnoho spotřebitelů se zajímá o experimentování s vínem, které je vnímáno jako sofistikované a módní. Zejména mladí dospělí spotřebitelé více chodí ven a kupují dražší víno, přísně ale posuzují poměr cena vs. výkon. Prosazují se naopak ale i nízkonákladová vína, cca od 150 do 200 Kč.

Většinovými konzumenty vína se v Koreji stávají ženy. Jihokorejci také častěji dávají přednost červenému vínu před bílým. Velmi populární jsou také sekty. Na trhu s bílými víny mají úspěch vína svěží, velmi dobrý je přístup a pozitivní ohlas na vína z Nového Zélandu

Ted Ko, zakladatel Town Wine a exportní manažer Prime Cellar, radí: „Pokud jste nováček, který chce proniknout na korejský trh, máte více šancí v sekci velkoobjemových vín nebo luxusních ikonických vín, protože pouze tyto dva sektory vykazují v tuto chvíli stabilní spotřebu.“

Největší překážky pro vstup na Korejský trh:

1. Obtížnost vyhledání a komunikace s importérem, Česko není vinařsky známá země, musí se nejprve vybudovat jméno, pro importéra je to náročné i marketingově
2. Stanovení ceny: efekt místních daní, logistických nákladů marže distributora zvyšuje ve velké míře výslednou maloobchodní cenu vína
3. Značení vín – etikety, pokud nejsou alespoň v anglickém jazyce nebo mezinárodní, brání zájmu jihokorejských spotřebitelů, obzvláště u lokálních odrůd
4. Náročný průběh odbavení vína při vstupu na jihokorejský trh

Dovozně zainteresované subjekty

Odkaz na seznam: [importéři](#), [distributoři](#), [velkoobchody](#), [vinoobchody](#), [HoReCa](#), [influenceri](#), [médiá](#)



Doporučená doprava

- S P E D I A, Větrná 148, 27711 Neratovice, Tel: +420 724 169 528, Mgr. David Benda, +420 727 875 877, E-mail: benda@spedia.cz
- cargo-partner CR s.r.o., P.O.Box 20, Aviatická 12/1048, 160 08 Praha 6-Ruzyne, tel: +420 2 2011-6500, email: czprg@cargo-partner.com
- Hillebrand Gori, Wickenburggasse 26, Top 4, 1080 Wien, tel:+43 15233737, <https://www.hillebrandgori.com/> - specializují se na přepravu vína, piva, destilátů

Akce a veletrhy

WORLD'S LEADING WINES SEOUL květen 2025	B2B – série cílených obchodních ochutnávek, networkingových akcí a večerů pro hlavní nákupčí vín předních dovozců a distributorů.	https://commerceint eract.com/event/worlds-leading-wines/	e-mail: info@worldsleadingwines.com
Seoul Food & Hotel 2025, červen	B2B - veletrh potravinářství a pohostinství	https://seoulfoodhotel.com/main/main.php	e-mail: sfh-info@informa.com
Seoul International Wines & Spirits Expo, červen	Primárně B2B, zaměřuje se na alkoholické nápoje, vinařskou turistiku a gastronomii, 20-30 tis. návštěvníků, 240 vystavovatelů.	https://www.siwse.com/en/	e-mail: info@siwse.com
Seoul Bar & Spirits Show, červenec	B2B, výstava zaměřená na víno, pivo, lihoviny, 160 vystavovatelů	https://www.barshow.co.kr/	e-mail: barshow@barshow.co.kr

Tipy pro obchodování

Korea je rychle se rozvíjející bohatá země ovšem s **kulturní a jazykovou bariérou i velmi specifickou business kulturou**, která může být na překážku mezinárodní spolupráci. Na druhou stranu, Korejci neočekávají od cizinců, kteří přijíždějí dělat byznys, že se budou chovat korejsky, a budou mít pro mnoho věcí pochopení. Ale přesto je dobré mít na paměti několik základních pravidel, které Vám pomohou se vyhnout nejen nedorozumění, případně zklamání, ale usnadní jednání s Vašimi partnery. Česká je v mnoha ohledech naprosto odlišná:

- Respektovat **hierarchii korejské společnosti na základě věku, statutu, genderu, úspěchu**. Základní nedorozumění mezi Koreou a lidmi z Evropy často vychází z toho, že se střetává kultura zdvořilosti skulpturou neformálnosti, liberálnosti. Aspirace patřit ke skupině, spoluutvářet její harmonii, obětovat se stojí vůči aspiraci se individuálně odlišit, realizovat sebe sama, být individualitou i za cenu, že se člověk postaví proti skupině.
- Minimálním základem je schopnost **zdvořile pozdravit a přátelsky se usmívat**–tj. dávat najevo, že Vám záleží na tom, aby se druhý cítil vedle Vás dobře a respektován. Chybu, kterou

můžete udělat je, že se budete chovat náladově, mračit se, chovat se nezdvořile, netrpělivě, přehlíživě, ignorovat lidi kolem sebe –Korejci si začnou myslet, že je nerespektujete, že jste neprofesionální, ne-lise začnou cítit provinile, že se museli před vámi něčím provinít.

- Vezměte si **hodně vizitek!** Korejci si rádi a hodně vyměňují vizitky, a to proto, že podle vizitek si nejen udělají obraz o tom, kdo jste, ale i o tom, jak s Vámi mají mluvit, jak Vás oslovovat (mají několik úrovní zdvořilosti).
- Oslovujte lidi příjmením. V Koreji se příjmení píšou na prvním místě, křestní až na druhém. Nesnažte se Korejce oslovovat jejich korejskými křestními jmény –to je výsada jenom rodiny. Oslovujte je příjmeními a ideálně i nějakým titulem v práci: Chairman Kim, Mr. Park, Director Choi, Profesor Lee. Na druhou stranu, řada Korejců, pracujících s cizinci, si volí západní křestní jména, aby nám usnadnila s nimi pracovat–některá korejská jména jsou těžko vyslovitelná i zapamatovatelná. A ty lze naopak používat: Richard, Amanda, Edward...
- Pro Korejce se obchodní i rodinné vztahy reprezentují tím, že si **lidé dávají dárky a neustále si prokazují pozornost** (dávají tím najevo, že jim na druhých záleží). Nemělo by jít o nic příliš nákladného, drahého, co by budilo dojem, že si druhé zavazujete. Ale stačí milá, originální, roztomilá pozornost pro každého (na stánku), aby si Vás zapamatovali. Nejtěžší je však poznat, jestli takové zdvořilosti znamenají skutečně pravý či obchodní zájem, anebo jestli jde jen o formálnost.
- **Nenechat partnera ztratit tvář před druhými**, kdy něco neví, něco nezvládá, neumí. Nejhorší, co můžete v Koreji udělat, je vystavit svého partnera do situace, kdy před Vámi „ztratí tvář“, byť třeba jde jen o odmítnutí nabídky, business plánu. Určitě **nemá smysl tlačit (na pilu), hrát silové hry, poučovat, co by měli druzí dělat lépe dle našeho mínění, naléhat na to, aby se druhý rychle rozhodnul, být agresivní či moc přímočarý**. Naopak v Asii platí, že pokud chcete uspět, je lepší nechat partnera se cítit tak, že něco jakoby vyhrál.
- **Korejský hot-pot** Pokud ale Korejec zahoří, bude chtít jednat rychle –sejít se ještě ten večer, druhý den, pozvat Vás na večeři, na zážitek korejské kultury. V takovém případě je dobré na nic nečekat a naskočit. Pokud ho necháte čekat, stane se, že vychladne a ztratí zájem.
- **Budování vztahů je nezbytnou součástí podnikání v Koreji**–a to prostřednictvím často neformálních společenských setkání, kde nechybí ani množství jídla a pití. **Najít toho správného partnera z množství potenciálních zájemců je v Koreji ta úplně nejtěžší věc.** Taková setkání představují příležitost pro obě strany nejen diskuzi podnikání v uvolněnějším a přátelštějším prostředí, ale zejména ke vzájemnému poznání, kde alkohol hraje důležitou roli. Naproti tomu v Asii nefungují ZOOM a TEAMS cally, ani kultura emailů.
- **Korejci nepišou a neumějí psát emaily jako Češi**–a to především ne v angličtině. Pokud máte šanci navázat obchodní vztahy, neváhejte jít na večeři, navažte „connection“, vyměňte si číslo na kakao talku (korejský WhatsApp). Rozhodně nenechávejte byznys na potom, že si to napíšete podrobněji v emailech.
- Příjemným chováním a vzhledem můžete zaujmout. Vzhled je tu velmi důležitý a Korejci si dávají značně záležet na tom, jak se oblékají.
- **TABU**
Jsou to klasické věci. Před starší generací je dobré se vyhnout tématu Japonska a např. sporu o ostrovy Dokdo atd. Při obchodních setkáních nezabředávejte příliš do politických debat, řada

Korejci nerada mluví o svých politických názorech, považují je za osobní věc. Z řady různých důvodů se v této velmi religiózní až sektářské kultuře rozhodně nehodí říkat sexistické narážky či vtipy. Zejména mladší generace je na to velmi citlivá, právo ohledně sexuálního obtěžování velmi přísné.

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **Vinařská mise moravských a českých firem 2023 v Soulu**, matchmakingová prezentace vín národní sommeliérkou a zástupci vinařství před korejskými experty, odborníky, importéry, distributory, someliéry a influencery k podpoře vývozu moravského vína do Koreje
- termín: 3.-5.12.2023
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Jižní Korea: Michal Procházka, ZZ Korea, CzechTourism, prochazka.m@czechtourism.com
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - BOHEMIA SEKT
 - Fabig
 - JAROSLAV SPRINGER
 - LAHOFER
 - VINSELEKT MICHLOVSKÝ
 - Obelisk
 - SONBERK
 - THAYA
 - VICAN rodinné vinařství
 - Vinařství Čapka
 - Vinařství Jaroslav Osička
 - Vinařství Jindřich Kadrnka
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Víno J.Stávek
- Příspěvek vinařů: 8500 Kč (plus DPH) /vinařství s osobní účastí; 15000 Kč (plus DPH)/vinařství zastoupená NVC
- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **Vinařská mise moravských a českých firem 2024 v Soulu**, 3 typy Masterclass vedené národní sommeliérkou:
 - MC pro someliéry – prezentace vín přítomných na korejském trhu pro 30 odborníků z řad korejských someliérů, obchodníků, hoteliérů a influencerů
 - MC pro importéry – prezentace vín vinařů, kteří usilují o export do Koreje navazující na předchozí vinařskou misi, pro účastníky z řad korejských importérů a influencerů
 - MC pro influencery, novináře a milovníky vína – Úvod do vín ČR
- termín: 17.12.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Jižní Korea: Michal Procházka, ZZ Korea, CzechTourism, prochazka.m@czechtourism.com
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - Dvořáček LTM
 - Fabig
 - Kacetl vinařství
 - Krásná hora
 - Nestarec
 - Obelisk

- PLENÉR
- Rodinné vinařství Skoupil
- THAYA
- Vinařství Čapka
- Vinařství Jaroslav Osička
- Vinařství Svoboda
- Vinné sklepy Kutná Hora
- Příspěvek vinařů (bez DPH): 5000 Kč/vinařství bez distributora a stolečkové prezentace; 10000 Kč/ vinařství bez distributora, s přepravou vín; 6000 Kč/vinařství s distributorem na místě, bez přepravy vín; 10000 Kč/ vinařství s distributorem na místě, s přepravou vín

KANADA

Obsah

Instituce a úřady.....	39
Podmínky dovozu vín	40
Dovozně zainteresované subjekty	42
Další kontakty	42
Doporučená doprava.....	43
Akce a veletrhy.....	43
Uskutečněné projekty.....	43

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: adresa: 251, Cooper Street, Ottawa, Ontario, K2P 0G2, tel.: 001 - 613 562 3875, e-mail: ottawa@embassy.mzv.cz

- **Velvyslanec:** Martin Tlapa
- **Ekonomický a obchodní úsek:** e-mail: commerce_ottawa@mzv.cz, tel: +1 613 562-3875, l. 30, l. 25,
Marino Radačić – velvyslanecký rada, e-mail: marino.radacic@mzv.gov.cz
Alexander Journeaux - ekonomický specialista, e-mail: Alexander.Journeaux@mzv.gov.cz
- **Zemědělský diplomat:** Filip Lameš, tel.: +1 343 998 1023, tel.CZ: +420 602 371 010, e-mail: filip.lames@mze.gov.cz

Czechtourism (USA s působností pro Kanadu): adresa: 26 Broadway, 3rd floor, New York, NY 10004, tel.: +1 (212) 288-0830, tel.: +1 (646) 269-4839, E-mail: newyork@czechtourism.com

- **Ředitelka:** Michaela Claudino, e-mail: claudino@czechtourism.com

CzechTrade: Suite 105, 10655 Southport Rd. SW, T2W 4Y1, Calgary, AB, Canada

- **Ředitel zahraniční kanceláře (Calgary):** Jaroslav Jelínek, e-mail: jaroslav.jelinek@czechtrade.cz, tel.: +1403 269-4924, mob.: +420 606 237 162
- **Vedoucí zahraniční kanceláře (Toronto):** Karolína Konicarová, e-mail: karolina.konicarova@czechtrade.cz, tel.: +16476402113, mob.: +16476402113, adresa: 2 Bloor St W, ON M4W 3E2, Toronto, Canada

Podmínky dovozu vín

Požadavky na označování

Kanadské požadavky na balení a označování vína, piva a destilovaných lihovin se řídí kanadským „zákonem a nařízeními o potravinách a léčivech a zákonem o spotřebitelském balení a označování a nařízeními“. Kromě obecných požadavků na balení a označování většiny potravin zahrnují předpisy pro alkoholické nápoje běžné názvy a standardizovaná pravidla pro nádoby. Provincie Quebec má další požadavky na označování alkoholických nápojů, konkrétně požadavek, aby informace na etiketě byly ve francouzštině nebo ve francouzštině i angličtině.

Štítky musí zobrazovat v angličtině a francouzštině následující informace:

- Běžný název produktu (tj. světlé pivo, likér atd.; musí být uvedeno v typu o výšce minimálně 1,6 mm)
- „Importováno pro“ nebo „Importováno uživatelem“, za kterým následuje jméno a adresa kanadského prodejce
- Čisté množství v metrických jednotkách objemu (mililitry, litry) musí být uvedeno na hlavním štítku, musí být jasně a zřetelně zobrazeno, snadno čitelné a ve zřetelném kontrastu s jakýmkoli jinými informacemi na štítku
- Deklarace alkoholu podle objemu: Nápoje obsahující 1,1 % nebo více alkoholu musí deklarovat objemové množství alkoholu, které je uvedeno jako „X % alkoholu obj.“ nebo „X % alk./obj.“
- Země původu (např. produkt z ČR)
- Ingredience – toto je vyžadováno pouze pro „nestandardizované“ alkoholické nápoje, tedy takové nápoje, pro které neexistuje žádná norma v divizi 2 kanadského nařízení o potravinách a léčivech. Složky musí být uvedeny v sestupném pořadí podle poměru nebo v procentech, obojí na základě hmotnosti složek před jejich smícháním do produktu. Příklady „nestandardizovaných“ alkoholických nápojů zahrnují produkty jako saké, koktejly (manhattany, martini) atd.
- Datum trvanlivosti (pokud je skladovatelnost 90 dní nebo méně)

Označení alergenů pro víno:

Označování potravinových alergenů, i když je dobrovolné, se velmi doporučuje. Vinařské produkty mohou své produkty označovat větou „Obsahuje siřičitany“.

Označení GM (geneticky modifikovaných) potravin:

S potravinářskými produkty pocházejícími z genetické modifikace, které jsou prokazatelně bezpečné a výživné, se s ohledem na požadavky na označování zachází stejně jako s geneticky nemodifikovanými potravinami.

Standardy pro velikosti nádob (standardy náplně)

Standardizované požadavky na velikost nádoby pro víno existují v nařízeních o spotřebitelském balení a označování:

„Vino lahvované po 1. lednu 1979 lze v Kanadě prodávat pouze v nádobě o velikosti, která má čisté množství produktu 50, 100, 200, 250, 375, 500 nebo 750 mililitrů nebo 1, 1,5, 2, 3 nebo 4 litry“.

Požadované dokumenty

- Dvě kopie dokumentu o kontrole nákladu, které lze získat od dopravce nebo zasílatele
- Dvě kopie faktury, která pomáhá doložit hodnotu zboží. Faktura by měla obsahovat:
- Informace o dovozci a vývozci
- Popis a hodnota zboží
- Země původu a místo určení zboží
- Měna vypořádání

Postupy dovozu

Nápojový alkohol musí být do Kanady dovezen prostřednictvím likérového úřadu nebo komise v provincii, kde bude produkt prodáván/spotřebován. Obecně řečeno, dovozci musí mít své produkty, seznamovat s agenturou pro kontrolu lihovin v každé provincii jednotlivě. Likérka nebo komise obvykle slouží jako dovozce záznamu a spolu s registrovaným zástupcem koordinují dovoz produktu.

Ve většině provincií je nutné mít registrovaného místního zástupce, který může pomoci se získáním seznamu provinčních likérových rad. Dovožci by měli kontaktovat agenturu pro kontrolu lihovin v provincii, ve které chtějí podnikat, aby získali seznam registrovaných zástupců.

Inzerce

Reklama na alkoholické nápoje v Kanadě je kontrolována na federální i provinční úrovni.

Inzerce je povolena na všechny alkoholické nápoje, ačkoli legislativa v tomto ohledu zachovává několik omezení, jejichž cílem je podporovat umírněnou, bezpečnou a legální konzumaci. Mezi takové příklady patří nařízení, která zakazují, aby reklama byla přitažlivá pro děti, stejně jako zobrazování konzumovaných alkoholických nápojů nebo naznačující opilost.

Advertising Standards Canada, průmyslová obchodní skupina, také před zahájením výroby osvětlí scénáře pro reklamu na alkohol a zajistí, že reklamy budou propagovat všechny federální a provinční normy.

Daně/tarify

- GST: Daň ze zboží a služeb vybíraná ve výši 5 % z maloobchodní ceny. Provinční daň z prodeje: vybíraná jménem provincií (v závislosti na nastavení jednotlivých provincií)
- Zvláštní cla na vína a lihoviny z EU vstupující do Kanady byla zrušena.
- Od 15. dubna 2008 je spotřební daň na víno 0,62 Kanadských dolarů (CAD)/litr.

Dovozně zainteresované subjekty

Odkaz na seznam: [importéři, distributoři](#)



Další kontakty

HANUS AND ASSOCIATES

George F. Hanus, President

Asistence evropským firmám při vstupu na kanadský trh

E-mail: gphanus@hotmail.com, tel.: 1 416 963 8818, Web: www.hanusassociates.com

Ludovic César Kihoulou

Partner pro české dovozce do Kanady (primárně potravinářský a zemědělský sektor)

E-mail: ludovickihoulou@gmail.com, tel.: 1 514 447 9243

PALMYRA

Bashar I Kassir, Entrepreneur

Distributor alkoholu pro provincie Ontario a Québec

E-mail: palmyra@palmyrawine.com, tel.: 1 416 595 0992, Web: www.palmyrawine.com

Peter Kubista

Spolupráce s českými výrobci mající zájem o vstup na kanadský trh (různé obory, Alberta)

E-mail: peter@specialtydental.com, tel.: 1 905 669 2197

WONDERWORKS, Inc.

Richard Sarlin, Chairman

Asistence evropským firmám při vstupu na kanadský trh

E-mail: rpswonder@aol.com, tel.: 1 917 566 4127, Web: www.wonderworks-inc.com.

Doporučená doprava

- S P E D I A, Větrná 148, 27711 Neratovice, Tel: +420 724 169 528, Mgr. David Benda, +420 727 875 877, E-mail: benda@spedia.cz
- cargo-partner CR s.r.o., P.O.Box 20, Aviatická 12/1048, 160 08 Praha 6-Ruzyne, tel: +420 2 2011-6500, email: czprg@cargo-partner.com
- Hillebrand Gori, Wickenburggasse 26, Top 4, 1080 Wien, tel:+43 15233737, <https://www.hillebrandgori.com/> - specializují se na přepravu vína, piva, destilátů
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- SPED ART s.r.o., Jan Mottl, Podolská 401/50, 147 00 Praha 4, Tel.: 603 833 570, E-mail: spedart@spedart.cz
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

Vancouver International Wine Festival, March	B2B, B2C, 19 tis. návštěvníků, 46.ročník v 2025, 150 vinařství z 15 zemí	https://vanwinefest.ca/
SIAL CANADA	B2B Zemědělsko-potravinářský veletrh, 21 tis. návštěvníků, více než 1000 vystavovatelů	https://sialcanada.com/en/
Rocky Mountain Wine & Food Festival	B2B, B2C, 20 tis. návštěvníků	https://rockymountainwine.com/
RAW WINE Toronto/Montreal	B2B, B2C veletrh zaměřený na naturální, nízko-intervenční organická a biodynamická vína	https://www.rawwine.com/fairs/montreal-2025

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **Incomingová mise kanadských vinařských odborníků**, návštěva vinařství a prezentace Salonu vín
- termín: 14.-20.5.2023
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Kanada: Jan Kubačka, 2. tajemník, jan_kubacka@mzv.cz
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast:
 - BOHEMIA SEKT
 - Fabig
 - LAHOFER
 - SONBERK
 - THAYA vinařství
 - Vinařství Mikrosvín Mikulov
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Zámecké vinařství Bzenec

NĚMECKO

Obsah

Podmínky dovozu vín	45
Dovozně zainteresované subjekty	47
Další kontakty	47
Doporučená doprava	48
Akce a veletrhy	48
Uskutečněné projekty	48

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR, adresa: Hausvogteiplatz 10, 10117 Berlin, tel.: +4930/226380, e-mail: berlin@mzv.gov.cz

- **Velvyslanec:** PhDr. Tomáš KAFKA
- **Ekonomický úsek:** berlin.commerce@mzv.gov.cz, Tel. +49 (0)30 - 226 38 195
Vedoucí: Erik Siegl - rada, vedoucí obchodně-ekonomického úseku
Zástupce vedoucího: Ing. Lukáš Janura, III. Tajemník
Pracovníci: Tereza Snovický, referentka, tel. +49 (0)30 - 226 38 214)
- **Zemědělský diplomat:** NE

Czechtourism, adresa: Sophienstr. 28, 10178 Berlin, Deutschland, tel.: + 49 (0) 30 948 83 635, e-mail: berlin@czechtourism.com

- **Ředitelka:** Markéta Chaloupková, e-mail: chaloupkova@czechtourism.com

CzechTrade, adresa: Martin-Luther-Platz 28, 40212, Düsseldorf; adresa: Libellenstraße 1 80939, Mnichov, Německo

- **Ředitel – Düsseldorf:** Mgr. Adam Jareš, e-mail: adam.jares@czechtrade.cz, Tel.: +49 211 598 256 84, mob.: +491 741 454 745
- **Zástupkyně ředitele zahraniční kanceláře:** Ing. Tereza Kazimourová, e-mail: tereza.kazimourova@czechtrade.cz, tel.: +49 211 598 256 88, mob.: +420 724 334 189
- **Ředitel zahraniční kanceláře-Mnichov:** Kristýna Kubičková, e-mail: kristyna.kubickova@czechtrade.cz, tel.: +498 995 837 250, mob.: +49 176 2204 1907,

Podmínky dovozu vín

Požadavky na označování

Na štítku musí být uvedeny následující informace:

- Typ produktu (Ochranné známky, názvy značek nebo vymyšlené názvy nesmějí nahrazovat obecný/název produktu, ale mohou být použity jako doplněk k názvu produktu)
- Seznam ingrediencí, kterému předchází slovo „Ingredience“; musí uvádět všechny složky (včetně přísad) v sestupném pořadí podle hmotnosti zaznamenané v době jejich použití při výrobě a označené jejich specifickým názvem. V případě produktů, které mohou obsahovat složky, které mohou způsobit alergie nebo nesnášenlivost, by mělo být na etiketě jasně uvedeno slovo „obsahuje“ následované názvem složky. Toto označení však nebude nutné, pokud je konkrétní název uveden na seznamu složek.
- Čisté množství v metrických jednotkách (litr, centilitr, mililitr)
- Datum minimální trvanlivosti – nevyžaduje se u vína a nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 10 % objemových
- Zvláštní podmínky pro uchování nebo použití (pokud existují)
- Jméno nebo obchodní název a adresa výrobce, balírní nebo dovozce usazeného v Evropské unii
- Země původu nebo provenience
- Obsah alkoholu u nápojů obsahujících více než 1,2 % objemu

Jazykové požadavky: S výjimkou informací o alergenech, které musí být uvedeny v němčině, mohou být výše uvedené požadavky na označování uvedeny v jednom nebo více úředních jazycích EU.

Označení specifické pro víno:

Následující údaje se musí objevit na štítku v jediném zorném poli (např. je lze vidět bez nutnosti otáčet lahvičkou), s výjimkou údajů o dovozci, čísla šarže a alergenních přísad.

Povinné

- Třída/druh vína
- Označení původu nebo název chráněného označení původu/zeměpisného označení
- Země původu (např. „Výrobek...“)
- Obsah alkoholu
- Informace o stáčírně/výrobci – jméno a adresa
- Informace o dovozci – jméno a adresa, jimž předchází slovo „Dovozce“ nebo „Dovozce“
- Obsah cukru (u šumivého vína)
- Alergické přísady (např. „Obsahuje siřičitany“)
- Identifikace šarže s označením, kterému předchází písmeno "L".

Volitelný

- Ročník ročníku
- Odrůda hroznů

Označování alergenů pro víno:

Pravidla pro označování alergenů se vztahují na nápoje obsahující více než 1,2 % objemu alkoholu. Alkoholické nápoje obsahující oxid siřičitý a siřičitany v koncentracích vyšších než 10 mg/kg nebo 10 mg/litr musí být označeny „Obsahuje siřičitany“ nebo „Obsahuje oxid siřičitý“. Záměna slova „siřičitany“ za „SO₂“ nebo „E220“ není povolena

Tvrzení týkající se životního prostředí/udržitelosti:

Zpracované víno z ekologických hroznů musí být vyrobeno v souladu s nařízením (ES) č. 834/2007 a nařízením (ES) č. 889/2008. Odkazy na etiketě takového vína musí být uvedeny z hlediska přísad – např. „Víno z hroznů z ekologického pěstování“ a nesmí být označováno pouze jako „bio víno“. Etikety vína mohou také obsahovat tvrzení (např. „biodynamické“), pokud takový výraz neuvádí spotřebitele v omyl.

Na etiketě vinařských produktů nesmí být uvedeno logo EU pro ekologickou produkci uvedené v právních předpisech EU.

Označování geneticky modifikovaných (GM) potravin:

Potraviny obsahující GMO nebo z nich sestávající, vyrobené z GMO nebo obsahující složky vyrobené z GMO musí být označeny v souladu s nařízením (ES) č. 1829/2003

Požadované dokumenty

- Obchodní faktura
- Pojištění nákladu
- Přepravní doklady
- Seznam balení
- Osvědčení o původu
- Potvrzení o pojištění

Postupy dovozu

V rámci jednotného evropského trhu jsou postupy pro prodej vína zjednodušeny díky základní svobodě pohybu zboží (srov. čl. 28 SFEU) a v zásadě harmonizovaným nařízením. Celní a obchodní povinnosti, které musí evropští výrobci splnit, aby mohli dovážet víno do Německa, se liší podle subjektů, mezi kterými se prodej uskutečňuje: na jedné straně výrobce, který je usnadněn, pokud je malý (tj. s produkcí vína menší než 1000 hl/rok), a na druhé straně typicky velkoobchodní dovozce nebo konečný spotřebitel (nákup prostřednictvím korespondence, katalogu atd., e-shopu).

Vinaři mohou své ochranné známky nejlépe chránit registrací. Pro Německo je ochrana dostupná prostřednictvím ochranných známek EU (řízených nařízením (EU) 2017/1001) a alternativně nebo dodatečně prostřednictvím německých ochranných známek.

Německé ochranné známky jsou registrovány u německého úřadu pro patenty a ochranné známky – jednoduše online, prostřednictvím DPMA direkt nebo DPMA direkt Web (v němčině). Náklady jsou poměrně nízké: základní poplatek je 290 EUR za elektronická podání a 300 EUR za papírová podání. Jakmile je ochranná známka zaregistrována, je chráněna po dobu deseti let, aniž by během této doby byly účtovány další poplatky. Tuto dobu ochrany lze prodloužit o dalších deset let zaplacením poplatku za obnovení. Proces registrace je krátký, zejména trvá méně času než registrace ochranné známky EU. Kromě toho mohou přihlašovatelé získat práva vyplývající z jejich vlastní ochranné známky dříve a velmi účinně je vymáhat prostřednictvím předběžných opatření.

Daně/tarif

Spotřebitelé vína mají v Německu oproti ostatním konzumentům alkoholu velkou výhodu: spotřeba je osvobozena od spotřební daně. Na druhou stranu nápoje na bázi šumivého vína podléhají spotřebním daním - v současné době činí 51 EUR/hl (hektolitry), pokud je procento alkoholu v šumivém vínu nižší než 6 %, a 136 EUR/hl, pokud je vyšší než 2 % daně z vína Schundawe na sekci Schundawe (jako Zwischenerzeugnissteuergesetz , „SchaumwZwStG“). Osvobozena od spotřební daně jsou šumivá vína stáčená s korkem a muselet.

Daň z přidané hodnoty („DPH“) se místo toho vztahuje na komercializaci všech druhů vín a činí obvyklých 19 % (snížená částka 7 % se vztahuje pouze na nákup věcí každodenní potřeby (např. voda a mléko), podle paragrafu 12 zákona o DPH (Umsatzsteuergesetz , „UstG“).

Dovozně zainteresované subjekty

Odkaz na seznam: importéři, obchodní řetězce, vinotéky, restaurace, E-shopy, sommeliéři, influenceři



Odkaz na: [kontakty získané v rámci společného stánku na veletrhu ProWein \(2023-2025\)](#)



Další kontakty

Bundesanstalt für Landwirtschaft und Ernährung (Spolková agentura pro zemědělství a potravinářství)
Deichmanns Aue 29
D-53179 Bonn
Tel: (+49) 1888 6845 0

Bundeszollverwaltung (Německá celní správa)
Langer Grabenweg 35
D-53175 Bonn
Tel: (+49) 1888682 0
Web: <http://www.zoll.de/>

Doporučená doprava

- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz; <http://syslikspedsro.webmium.com/>
- Wereldo.com, s.r.o. , David Příbyl, e-mail: david.pribyl@wereldo.com, tel: +420 777 533 569, adresa: Purkyňova 649/127, 612 00 Brno, CZ, e-mail: preprava@wereldo.com. <https://www.wereldo.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

ProWein, Düsseldorf, březen	B2B veletrh, 42 tis. návštěvníků, 4200 vystavovatelů	www.prowein.de	Kerstin Houf, houfke@messe-duesseldorf.de
EUROVINO Karlsruhe, březen	B2B nový veletrh	https://www.eurovino.info/en/	Radka Šimková simkova@naveletrh.cz Dr. Hermann Pilz -Chairman of the Advisory Board hermann.pilz@eurovino.info
Lange Nacht der Weine, Stuttgart	B2C degustace	https://www.lange-nacht-der-weine.de/	
EatBerlin	Top10 gastrofestival na světě	https://www.eat-berlin.de/?lang=en	2024 byl CzT a CCRJM, kontakt Marina Grůzová

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – masterclass a stolečková prezentace pro vinařské odborníky na velvyslanectví ČR v Berlíně
- termín: 25.9.2023
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Německo: Tereza Petráňová, Velvyslanectví ČR v Berlíně, tereza.petranova@mzv.cz
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - BOHEMIA SEKT
 - Fabig
 - SONBERK
 - THAYA vinařství
 - Vinařství Mikrosvín Mikulov
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Zámecké vinařství Bzenec
- Příspěvek vinařů: 5000 Kč (plus DPH)/vinařství s osobní účastí; 8000 Kč (plus DPH)/vinařství zastoupená NVC

POLSKO

Obsah

Instituce a úřady.....	49
Podmínky dovozu vín	49
Dovozně zainteresované subjekty a další kontakty	51
Doporučená doprava	51
Akce a veletrhy	52
Situace na trhu.....	52
Tipy pro obchodování	53
Uskutečněné projekty.....	53

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: ul. Koszykowa 18, 00-555 Warszawa, Polsko, tel. +48/ 225 251 850, e-mail: warsaw@mzv.gov.cz; aktuální informace o dění: <https://mzv.gov.cz/warsaw/cz/index.html>

- **Velvyslanec:** Břetislav Dančák
- **Ekonomický úsek:** Jaroslav Remeš, rada vyslanec; Luboš Laštůvka, I. tajemník; tel. +48 225 251 857; Katarzyna Baranowska, e-mail: Warsaw.Commerce@mzv.gov.cz
- **Zemědělský diplomat** NE

Czechtourism: Al. Róż 16, 00-556 Warszawa, Polsko, tel.: +48 22 629 2916, e-mail: warszawa@czechtourism.com;

- **Ředitel ZZ Polsko:** Tomáš Zukał, e-mail: zukał@czechtourism.com

Czechtrade: ul. Koszykowa 18, 00 555, Warszawa Polsko, <https://www.czechtradeoffices.com/pl/pl>

- **Ředitel zahraniční kanceláře:** Ing. Ivo Šipl, tel.: +48 225 251 866, +48 882 145 035, e-mail: ivo.sipl@czechtrade.cz; <https://www.czechtrade.cz/zahranicni-kancelare/polsko>

Podmínky dovozu vín

Nejjednodušší způsob dovozu je přes místní polské agenty, velkoobchody – odpadne pak potřeba registrace a vyřizování celních dokladů či licencí.

Prodej vín koncovému spotřebiteli je možný přímo od vinaře; firmám, barům, restauracím lze prodávat výlučně přes obchodníka.

Registrace společnosti

V Polsku je třeba zaregistrovat společnost. Můžete tak učinit jako živnostník nebo jako společnost s ručením omezeným. Více informací [zde](#).

Registrace u polských celních orgánů a podání celních dokumentů

Pokud plánujete dovážet víno na prodej, musíte být **registrován u polských celních orgánů**, Požádejte celní úřad o status registrovaného obchodníka.

Celní poplatky neexistují díky volnému pohybu zboží mezi čl. státy EU.

Dovoz vína bude vyžadovat celní prohlášení, a to i v rámci EU, pokud je zboží z jiného členského státu. Musí být splněny **celní požadavky**, které zahrnují:

- **Celní prohlášení:** Představuje podání oficiálních dokumentů, které uvádějí, jaký typ zboží je dovezen, jeho množství a hodnotu.
- **Faktura:** která obsahuje informace o nákupu vína, jeho hodnotě a množství.
- **Doklady o původu vína:** Některé šarže vína mohou vyžadovat doklady o původu a kvalitě (např. certifikát o původu, potvrzení o výrobním procesu).

Povolení k prodeji vína

K prodeji vína je dále potřeba získat povolení k prodeji vína (i na prodej online přes e-shop), tzv. koncesi kat. A (velkoobchod), B (maloobchodní prodej na místě) a C (maloobchodní prodej s možností odběru).

Koncese pro velkoobchodní prodej vydává maršálek vojvodství. Maloobchodní koncese se za poplatek získávají na 2 (obchody) nebo 4 (restaurace, hospody) roky, žádost o udělení vyřizuje městský nebo obecní úřad. Více informací [zde](#).

Platba spotřební daně

Polsko uvaluje **spotřební daň** na alkoholické nápoje, včetně vína, a budete ji muset zaplatit při dopravě vína do Polska.

K získání povolení k pořízení zboží podléhajícího spotřební dani jako registrovaný příjemce je potřeba podat žádost finančnímu úřadu.

V Polsku je sazba spotřební daně u vína pevně stanovena částkou za litr – spotřební daň z vína činí **222 PLN na hektolitr** hotového výrobku na rok 2025. Jedná se o výrobky, jejichž obsah alkoholu nepřesahuje 18 % objemových, pokud neobsahují žádné obohacující přísady u šumivých vín a 15 % u tichých vín.

Daň bude splatná, jakmile víno vstoupí na polský trh a bude přepraveno do skladu nebo distribučního centra.

Můžete být požádáni o **zálohu na spotřební daň**, která bude následně vyúčtována po celním řízení.

Jako doklad o zaplacení spotřební daně z vína musí být na lahvi kolek, tzv. banderola.

Další daňové povinnosti

Kromě spotřební daně budete mít také povinnosti týkající se **DPH** (daň z přidané hodnoty), která se vztahuje na všechny obchodní transakce. DPH v Polsku je standardně 23 %, ale na víno platí snížená sazba, obvykle 5 %, podle druhu vína.

Požadavky na označování vína

Všechno víno, které bude prodáváno v Polsku, musí splňovat polské předpisy o **označování a balení**.

Jako doklad o zaplacení spotřební daně z vína musí být na lahvi kolek, tzv. **banderola** – je potřeba dohoda mezi vinařem a distributorem, kdo bude kolek zařizovat. Více na:

<https://www.biznes.gov.pl/pl/portal/ou114>

Etiketa vína musí obsahovat informace o:

- **Alkoholickém obsahu.**
- **Původu vína.**
- **Název a adresa výrobce nebo distributora.**
- **Složení vína** a případně označení „vhodné pro vegetariány“ nebo „bez přídavných látek“.
- **Datum minimální trvanlivosti** nebo datum spotřeby pro vína, která jsou k tomu určena.

Tato pravidla jsou určena na základě evropských předpisů, ale mohou se lišit v Polsku, zejména pokud jde o etikety pro vína s určitou ochrannou známkou nebo geografickým označením.

Dovozně zainteresované subjekty a další kontakty

Odkaz na seznam: [importéři](#), [distributoři](#), [velkoobchody](#), [vinotéky](#), [HoReCa](#), [influenceři](#), [zástupci médií](#)



Doporučená doprava

- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 7227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz; <http://syslikspedsro.webmium.com/>
- Wereldo.com, s.r.o., David Příbyl, e-mail: david.pribyl@wereldo.com, tel: +420 777 533 569, adresa: Purkyňova 649/127, 612 00 Brno, CZ, e-mail: preprava@wereldo.com. <https://www.wereldo.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

Warsaw Wine Experience	B2B, B2C veletrh	Ewa Rybak	GSM +48 888 105 110	e-mail: er@fermentmag.pl
Confetti Wine Fest Karków	B2B, B2C Festival biodynamických, nízkointervenciálních vín		https://www.confettiwinefest.com/	e-mail: confettiwinefest@gmail.com
Crossways	přehledka vín Střední Evropy	Piotr Pietrzyk	tel. +48 600 12 10 16	e-mail: piotr@slowguide.pl
HalloWine-Fantastic Reds - 25.říjen		Piotr Pietrzyk	tel. +48 600 12 10 16	e-mail: piotr@slowguide.pl
EMW Meet the Buyer	organizují 6 wine - business setkání napříč Polskem	Kris Flank	kris.flank@emwcongress.eu	www.emwcongress.eu
PTAK Warsaw Wine Expo 11.3.2025	B2B Veletrh Wine, Beer, World Hotel, EuroGastro	Anna Smith, Sales Manager Victoria Molenda, International Sales Director	https://winewarsawexpo.com/	+48 517 124 196 +48 692 161 491
Enoexpo Krakow listopad	B2B mezinárodní veletrh	Katarzyna Knap	https://enoexpo.krakow.pl/en	+48 509 926 679 +48 12 651 95 32 knap@targi.krakow.pl
Wine Expo Poland	B2B veletrh 2500 vín, 100 vystavovatelů		https://wineexpopoland.pl/en	info@wineexpopoland.pl
NOE festival v Katovicích, 11. ročník 31. května 2025	B2C Festival vína pro širokou veřejnost	Aleksandra Kandzia-Ulrych	https://noefestiwal.pl https://www.facebook.com/NoeFestiwal/?locale=pl_PL	a.kandzia-ulrych@fabryka-porcelany.pl M: +48 534 111 911 T: +48 32 353 10 56

Situace na trhu

- Polsko má **38 milionů spotřebitelů**
- **Trh s vínem roste** již 32 let +10% objemový růst každý rok
- Prodej šumivých, růžových a prémiových vín roste až o 50 % ročně
- Více než 45 % spotřebitelů nyní pije víno pravidelně
- Polsko již vypije více vína než Belgie a Švédsko
- Podle průzkumu univerzity v Geisenheimu pro veletrh ProWein je Polsko 3. nejatraktivnějším trhem s vínem na světě
- Další informace na: <https://www.businessinfo.cz/navody/polsko-souhrna-teritorialni-informace/2/>

Tipy pro obchodování

- 1. Poláci jsou velcí nadšenci**
A nebo dokonce nenapravitelní optimisté. Během podnikání v Polsku je nutné udržet smysl a realismus ale pamatujte, že odhodlání podporuje úspěch.
- 2. Poláci mají velmi rádi zasloužené pochvaly a těžko snáší kritiku**
Nepřehánějte to s komplimenty, Poláci jsou citliví na faleš.
- 3. Zvažte počet zástupců na obchodním jednání**
Příliš velká delegace může být vnímána jako nátlak.
- 4. Poláci jsou velmi citliví na historické události**
Naučte se pár podstatných faktů z historie našich sousedů. Získáte tím úctu svého partnera.
- 5. Je důležité, kdo platí za oběd**
Netrvejte příliš silně na tom, že budete platit vy. Ale v případě, že jste na setkání zvali vy, nezapomeňte nabídnout takové řešení.
- 6. Poláci rádi pečují o neformální vztahy**
Často stvrzované konzumací alkoholu. Snažte se nebýt lhostejní k takovým pozváním. Častým tématem hovorů je rodina. Projevte zájem a získáte důvěru svého partnera.
- 7. V Polsku je zvláštní důraz kladen na přesnost**
Příjezd včas, je výrazem úcty k vašemu partnerovi.
- 8. Při větších investicích je důležité udržovat vztahy s místní komunitou**
Často roli prostředníka přejímají obce, církve, sbory dobrovolných hasičů apod. Poláci rádi přijímají dary, ale s ohledem na citlivost tématu korupce, by neměly být drahé.
- 9. Poláci jsou přesvědčení, že jejich jazyk je velmi obtížný a pro cizince nedostupný**
Naučte se pár základních slov, to vám pomůže prolomit stereotyp a zlepšit vztahy.
- 10. Respektujte polské církevní svátky**
Pro mnoho Poláků jsou zvláště důležitou součástí národní identity.

Češi platí v Polsku za nejoblíbenější národ, jako jediní podle průzkumu překročili v preferencích hranici 50 procent. Pozvěte své polské partnery do ČR.

A rada obchodníka: pokud Vám Polák dluží, pozvěte ho na společenskou akci – vše uhradí, než se na akci ukáže 😊

Uskutečněné projekty

- typ projektu: **účast na veletrhu Warsaw Wine Experience 2024** financovaném z projektu VF Realizace proexportních aktivit moravského a českého vína v letech 2024-2025
- termín: 17.-18.11.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Ewa Rybak, časopis Ferment, er@winicjatywa.pl
 - Klára Kollárová, NVC, klara.kollarova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - Donatus
 - Stanislav Konečný

- Vinařství Trejbal
 - Víno J. Stávek
- příspěvek vinařství (bez DPH): 3000 Kč/vystavený vzorek

- typ projektu: **Webinář Biale Czechy** financovaném z projektu VF Realizace proexportních aktivit moravského a českého vína v letech 2024-2025
- termín: 17.6.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Piotr Pietrzyk, COLLEGIUM VINI, piotr@slowguide.pl
 - Klára Kollárová, NVC, klara.kollarova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - Vinařství FABIG
 - Vinařství Mikrosvín Mikulov
 - Vinařství Obelisk
 - Vinařství Oulehla
 - Vinařství Piálek & Jäger
 - Vinařství Plenér
 - Vinařství SOBERK
 - Vinařství Špalek
 - Vinařství THAYA
 - Vinařství Válka
 - Vinařství Volařík
 - Vinné sklepy Kutná hora

- typ projektu: **natáčení 3 videí a podcastu s Isabelou Kaminskou, polskou influencerkou**, financovaném z projektu VF Realizace proexportních aktivit moravského a českého vína v letech 2024-2025
- termín: 21.-24.6.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Isabela Kaminska, Vinařský pedagog, novinář, degustátor, autorka YouTube kanálu: "Ale wino" - 11tis odběratelů; moderátorkou podcastu: "Dzikię Drożdże, iza.kaminska@o2.pl
 - Klára Kollárová, NVC, klara.kollarova@vinarskecentrum.cz
- Účast speakerů:
 - Klára Kollárová, národní sommelierka
 - Ivo Dvořák, prezident Asociace sommelierů
 - Libor Nazarčuk, sommelier
 - Dagmar Fialová, marketingová ředitelka NVC
 - Zbyněk Žiška, enolog Vinařství Mikrosvín Mikulov, Zámecké vinařství Bzenec
 - Jakub Smrčka, enolog Vinařství THAYA
 - Jan Stávek, majitel vinařství Víno J. Stávek
 - Rastíno Janoviček, marketing Zámecké vinařství Bzenec
 - Kamila Ilgnerová, Vinařství rodiny Špalkovy
 - Soňa Podholová, výrobní ředitel, Vinné sklepy Kutná Hora

- typ projektu: **národní stánek a Masterclass v rámci 19. ročníku veletrhu ENOEXPO v Krakově** financovaném z dotačního programu 9.H. Ministerstva zemědělství, ve spolupráci NVC a CzechTrade Polsko
- termín: 16.-18.11.2022

- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Magdalena Okenicová, CzechTrade Polsko
 - Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - BOHEMIA SEKT
 - Fabig
 - Přátelé Pavlova
 - Rodinné vinařství Jedlička, Bořetice
 - Vinařství Ježková
 - Vinařství Krist s
 - Vinařství LAHOFER
 - Vinařství Ludwig
 - Vinařství pánů z Lipé
 - Vinařství Volařík
 - Víno J.Stávek
 - VINIUM
 - VINSELEKT MICHLOVSKÝ
 - THAYA vinařství

ŠVÉDSKO

Obsah

Instituce a úřady.....	56
Podmínky dovozu vín	56
Dovozně zainteresované subjekty a další kontakty	60
Doporučená doprava	60
Akce a veletrhy	61
Specifika trhu	61
Uskutečněné projekty.....	62

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: Villagatan 21, 114 32 Stockholm, Švédsko, tel.: +46 8-440 42 10, e-mail: stockholm@mzv.gov.cz

- Velvyslankyně: Anita Grmelová
- Politické a ekonomické oddělení: Jaromír Vejrych, zástupce velvyslankyně, tel.: +46 8-440 42 25, e-mail: stockholm@mzv.gov.cz
- Ekonomická specialista: Kristýna Ronnestål, ekonomická specialista, tel.: +46 8-440 42 41, e-mail: kristyna.ronnestal@mzv.gov.cz
- Zemědělský diplomat NE

Czechtourism: Villagatan 21, 114 32 Stockholm, Švédsko, tel.: +46 (0) 725 46 24 18, e-mail: stockholm@czechtourism.com

- Ředitelka: Lucie Vallin, e-mail: vallin@czechtourism.com
- Marketing manager: Kristína Pauková, e-mail: paukova@czechtourism.com

Czechtrade (Švédsko s působností pro Dánsko, Norsko a Finsko): Velvyslanectví České republiky, Villagatan 21, 114 32 Stockholm, Švédsko

- Ředitelka zahraniční kanceláře: Bc. Petra Jindrová, tel: +46 707 640 353, e-mail: petra.jindrova@czechtrade.cz

Podmínky dovozu vín

Požadované dokumenty

Níže je uveden seznam dokumentů, které jsou vyžadovány a/nebo doporučeny při dovozu alkoholických nápojů do Švédska nebo jakéhokoliv jiného členského státu EU:

- **Obchodní faktura**

- **Celní prohlášení**
- **Pojištění nákladu**
- **Přepravní doklady**
- **Seznam balení**
- **Osvědčení o původu**
- **Potvrzení o pojištění**

POSTUPY DOVOZU

Zboží je propuštěno do „volného oběhu“ po předložení příslušných dokumentů. Po zaplacení daně z přidané hodnoty (DPH) a případné další příslušné spotřební daně je zboží rovněž propuštěno do spotřeby a připraveno k uvedení na trh.

Požadavky na dovoz specifické pro víno – SYSTEMBOLAGET:

Švédsko povoluje prodej alkoholických nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 3,5 % pouze prostřednictvím Systembolaget, státního řetězce prodejen s lihovinami. Po celém Švédsku má Systembolaget 448 kamenných obchodů, a kromě toho provozuje svůj [e-shop](#). Víno, s výjimkou nealkoholického vína, se tedy nedá koupit v samoobsluhách, trafikách ani vinotékách jako v ČR. Hotely, restaurace a kavárny nakupují víno přímo od dodavatelů případně ve specializovaných velkoprodejnách pro restauratéry.

Systembolaget spoléhá na síť dodavatelských firem, které mají státní licenci. Takovou licenci ve Švédsku dostane pouze švédská firma.

Dvě kategorie prodeje v Systembolaget:

1. **Kategorie „fixní sortiment“** – zde se prodá nejvíc vína.
Jde o vína, která jsou vždy dostupná ve většině kamenných prodejen a také v e-shopu, kde mají krátkou dodací lhůtu. Produkty v této kategorii jsou stabilní a snadno dostupné pro spotřebitele po celý rok. Do této nabídky je možné se dostat dvěma způsoby:
 - a) **Pomocí tendru**, který vyhlašuje Systembolaget: dodavatel musí v prvním kole splnit podmínky ohledně ceny a objemu, a v druhém kole se víno podrobuje slepému testování, kde se hodnotí jakost a celkový dojem z vína.
 - b) **Když se víno spontánně hodně prodává v e-shopu**: pokud víno vykazuje vysoký zájem a dobrý prodejní výkon v online obchodě, může být zařazeno do fixního sortimentu na základě jeho popularity a poptávky.

Kontrola kvality: Vína zařazená do fixního sortimentu podléhají pravidelným kontrolám kvality, které provádí Systembolaget ve své laboratoři. Ročně se testuje více než 60 000 vzorků, přičemž se kontrolují faktory jako obsah alkoholu, siřičitany, cukr a pH. Dále se provádí senzorické testy, kde se hodnotí chuť a vůně vína, aby bylo zajištěno, že prodávané láhve odpovídají kvalitě poskytnutého vzorku.

2. Dočasný sortiment

Produkty jsou v nabídce pouze v některých vybraných prodejnách a pouze na dobu určitou nebo během určité sezóny. Takových vín se prodá méně, jsou obvykle dražší, a proto se také méně kupují, nebo u nich není možné zajistit dostatečný objem. V e-shopech mají dlouhou dodací lhůtu.

Předpisy ve věci dovozu vína jsou zaměřeny na podporu odpovědné konzumace alkoholu a veřejného zdraví, aby se minimalizovaly škodlivé účinky alkoholu ve společnosti. Marketing nápojů s obsahem alkoholu 15 % obj. alk. nebo vyšší není povolen.

DANĚ A TARIFY

Daň z přidané hodnoty (DPH) je nepřímá daň ze zboží a služeb, kterou hradí konečný spotřebitel a která se vztahuje na přidanou hodnotu v každé fázi dodavatelského řetězce. Ve Švédsku činí sazba DPH 25%.

Švédskou sazbu **daně z alkoholu** (spotřební daň) lze vypočítat na základě vzorce: „sazba spotřební daně × % ABV × částka v litrech = spotřební daň“

Stanovení konečné prodejní ceny :

1. Dodavatel stanoví cenu kupní cenu pro Systembolaget
 - Nákupní cena by měla pokrývat náklady dodavatele a zajišťovat zisk.
 - Měla by zahrnovat i kompenzaci výrobcí nápojů a případným dodavatelům například hroznů a lahví.
2. Systembolaget uplatňuje dvě přírážky:
 - **Obecná přírážka**
Jedná se vždy o 14,7 procenta z kupní ceny.
V peněžním vyjádření se tedy bude lišit v závislosti na pořizovací ceně.
 - **Přírážka za balení**
Víno: 5,40 SEK
3. K tomu se přidává daň z alkoholu:
 - **Daň z alkoholu** = 27,49 Švédských korun (SEK) /litr od 8 do 15 % alkoholu, od 15 do 18 poté 61,90 SEK
4. DPH - 25 %

POŽADAVKY NA OZNAČOVÁNÍ

Na štítku musí být uvedeny následující informace:

- **Typ produktu** (Ochranné známky, názvy značek nebo vymyšlené názvy nesmějí nahrazovat obecný/název produktu, ale mohou být použity jako doplněk k názvu produktu)
- **Seznam složek**, kterému předchází slovo „Složení“; musí uvádět všechny složky (včetně přísad) v sestupném pořadí podle hmotnosti zaznamenané v době jejich použití při výrobě a označené jejich specifickým názvem. V případě produktů, které mohou obsahovat složky, které mohou způsobit alergie nebo nesnášenlivost, by mělo být na etiketě jasně uvedeno slovo „obsahuje“ následované názvem složky. Toto označení však nebude nutné, pokud je konkrétní název uveden na seznamu složek.
- **Čisté množství** v metrických jednotkách (litr, centilitr, mililitr)
- **Datum minimální trvanlivosti** – nevyžaduje se u vína a nápojů s obsahem alkoholu vyšším než 10 % objemových
- **Zvláštní podmínky pro uchování nebo použití** (pokud existují)
- **Jméno nebo obchodní název a adresa** výrobce, balírní nebo dovozce usazeného v Evropské unii
- **Země původu** nebo provenience
- **Obsah alkoholu** u nápojů obsahujících více než 1,2 % objemu
- **Identifikace šarže** s označením, kterému předchází písmeno "L".
- Další informace naleznete v [nařízení \(EU\) č. 1169/2011](#).

Jazykové požadavky: S výjimkou informací o alergenech, které musí být uvedeny ve švédštině nebo angličtině, mohou být výše uvedené požadavky na označování uvedeny v jednom nebo více úředních jazycích EU.

Označení specifické pro víno:

Následující údaje se musí objevit na štítku v jednom zorném poli (např. je lze vidět bez nutnosti otáčet lahvičkou), s výjimkou údajů o dovozci, čísla šarže a alergenních přísad.

Povinné

- **Třída/druh vína**
- **Označení původu** nebo název chráněného označení původu/zeměpisného označení
- **Země původu** (např. „ Výrobek... “)
- **Obsah alkoholu**
- **Informace o stáčírně/výrobci** – jméno a adresa
- **Informace o dovozci** – jméno a adresa, před kterými je uvedeno slovo (slova) „Dovozce“ nebo „Dováží“
- **Obsah cukru** (u šumivého vína)
- **Alergické přísady** (např. „ Obsahuje siřičitany “)
- **Identifikace šarže** s označením, kterému předchází písmeno "L".

Volitelný

- **Ročník ročníku** (nejméně 85 % hroznů použitých k výrobě produktu musí být sklizeno v daném roce)
- **Odrůda hroznů**

Označování alergenů pro víno:

Pravidla pro označování alergenů se vztahují na nápoje obsahující více než 1,2 % objemu alkoholu. Alkoholické nápoje obsahující oxid siřičitý a siřičitany v koncentracích vyšších než 10 mg/kg nebo 10 mg/litr musí být označeny „ *Obsahuje siřičitany* “ nebo „ *Obsahuje oxid siřičitý* “. Záměna slova „siřičitany“ za „SO2“ nebo „E220“ není povolena. Další informace naleznete ve [nařízení 1169/2011](#).

Ekologická a udržitelná vína – požadavky na označování

Zpracované víno z ekologických hroznů musí být vyrobeno v souladu s nařízením [\(ES\) č. 2018/848](#) a nařízením [\(ES\) č. 1169/2011](#). Na etiketě musí být uveden popis přísad – např. „Vino z hroznů z ekologického pěstování“. Označení pouze jako „bio víno“ není povoleno. tikety mohou rovněž nést tvrzení jako „biodynamické“ nebo „naturální“, pokud takové tvrzení není zavádějící pro spotřebitele. Tato označení však zatím nejsou právně definována na úrovni EU.

V souvislosti s ekologickou produkcí je důležité zdůraznit, co tento pojem ve švédském kontextu znamená. **Ekologické vinařství** se vyznačuje:

- zákazem použití **chemických pesticidů a umělých hnojiv**,
- použitím pouze omezeného množství **povolovaných aditiv**,
- důrazem na **pěstování surovin** jako hlavní princip, nikoliv jen úpravu finálního produktu.

Ekologické zemědělství zároveň:

- podporuje **biodiverzitu** v krajině,

- šetří **kvalitu půdy** a zvyšuje její úrodnost přirozeným způsobem,
- omezuje **klimatické dopady**, protože se vyhýbá energeticky náročným syntetickým hnojivům,
- snižuje riziko **eutrofizace vod** v důsledku odtoku dusíku a fosforu.

Na etiketě vinařských produktů **nesmí být uvedeno logo EU pro ekologickou produkci**, které je určeno pouze pro potraviny vyráběné v rámci dané certifikace podle evropské legislativy.

Označování geneticky modifikovaných (GM) potravin

Potraviny obsahující GMO nebo z nich sestávající, vyrobené z GMO nebo obsahující složky vyrobené z GMO musí být označeny v souladu s nařízením (ES) č. 1829/2003.

Certifikace bio, fair trade a biodynamických vín – pravidla označování

- Pokud má vinař bio certifikaci v České republice, švédská strana ji uznává.
- Stejně tak je možné uznat certifikaci Fair Trade, případně o ni zažádat prostřednictvím organizace Fair Trade Česko a Slovensko.
- Biodynamická a naturální vína lze označit těmito výrazy, přestože zatím nejsou v EU oficiálně standardizována.
- Prakticky: vinař doloží příslušné certifikáty či popis označení svému dodavateli, který poté zajišťuje komunikaci a administrativu se Systembolaget.

Dovozně zainteresované subjekty a další kontakty

Odkaz na seznam: [Importéři, distributoři, sommeliéři, zástupci médií](#)



Doporučená doprava

- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 7227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz; <http://syslikspedsro.webmium.com/>
- Wereldo.com, s.r.o., David Příbyl, e-mail: david.pribyl@wereldo.com, tel: +420 777 533 569, adresa: Purkyňova 649/127, 612 00 Brno, CZ, e-mail: preprava@wereldo.com. <https://www.wereldo.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

Sthlm Food & Wine and Bak & Choklad	B2C		https://sthlmfoodandwine.se/en/
Wine Table Hostsalongen	Podzimní výstava B2C - vínomici	Jenny Mjörnell Yasmin Jelassi	e-mail: jenny@winetable.se yasmin@winetable.se
Stockholm Wine Fair	B2B trade show with a focus on organic, KRAV and Fairtrade		WineFair 2017
Nordic Organic Food Fair	SCANDINAVIA'S TRADE EXPO FOR NATURAL & ORGANIC PRODUCTS		Nordic Organic Food Fair Natural Beauty & Health Show
BITE Stockholm	B2B fair for the entire food system.		BITE Stockholm September 29-30, 2025

Specifika trhu

Spotřeba vína ve Švédsku je cca 25 litrů na osobu ročně a stále roste. Podle nejnovějších statistik Ústředního úřadu pro alkohol (CAN) prodeje alkoholu ve Švédsku tvoří víno 43 % prodeje, pivo 33 % a zbytek tvrdý alkohol. Pokud jde o objem v litrech, v loňském roce se dle údajů Systembolaget prodalo 209,3 milionů litrů vína. Prakticky žádné víno se ve Švédsku nevyrobí a vše se dováží. Detailní statistiky prodeje alkoholu prostřednictvím Systembolaget naleznete na stránkách Systembolaget [zde](#).

Cena prodávaných vín:

Švédové pro běžnou spotřebu kupují **vína do 100 SEK za lahev** (cca 218 CZK za lahev), nebo těsně nad touto cenou. Aby se dosáhla cena 100 SEK/lahev na pultech Systembolaget, odhadujeme, že vinař dostane za lahev od distributora cca 2,5 EUR.

Další užitečné informace:

- Švédové kupují hlavně bílá vína: 74 %.
- Spíše, než o kvalitu jim jde o cenu a množství. Ve stálé nabídce vín z našeho regionu stojí vína max. 100 SEK / lahev (cca 218 CZK), spíše však 80 SEK /lahev (cca 174 CZK).
- Povědomí o vzájemné blízkosti moravských a rakouských vín není ve Švédsku velká. Švédové naše vína kategorizují podobně jako maďarská – tj. mají východoevropský punc. Maďaři svá vína, která mají ve stálé nabídce, prodávají za 80 SEK (cca 174 CZK). Maďarských vín se za 4. kvartál prodalo 647 tisíc litrů, rakouských 477 tisíc litrů (jsou dražší).
- Prodejům pomáhá, když je víno označené „bio“ nebo „fair trade“. Velký a stále rostoucí zájem je o „biodynamická vína“ a „naturální vína“ – tam vidíme případnou příležitost prorazit, protože takových vín zde ještě není dost. Dále roste zájem o nealkoholická vína.
- Prodávají se vína s jednoduchou přírodní nebo zajímavou vinětou. Např. Maďaři mají na svém víně tři opice, Chorvaté psa dalmatina nebo zámky / hrady, Rakušané řezníka atd.
- Vína se prodávají se šroubovacími uzávěry, korek je silně na ústupu a může být důvodem pro to, aby si někdo víno nekoupil (hůře a pomaleji se otevírá).
- Běžně se zde prodávají vína v krabicích (3l sáček v krabici). U Švédů, kteří jdou u alkoholu po ceně a množství, není krabicové víno handicap.
- Česká vína se nyní dají v Systembolaget objednat pouze online, s dlouhou dodací lhůtou. V roce 2024 se prodalo 6 753 litrů českého vína (tj. meziroční nárůst o 36,4 %) s prodejní

maloobchodní cenou od 199 SEK (cca 437,80 CZK) do 519 SEK (cca 1142 CZK) za 0,75litrovou lahev. Aby Švédové kupovali takto drahé víno od nás, musí už naše víno znát a kupovat pro běžnou spotřebu za výrazně nižší cenu.

- Naší snahou by mělo být dostat naše vína do fixní nabídky, kde je možný nákup jak v kamenných obchodech, tak i rychlá dodávka online: musí jít o kombinaci nízké ceny, zajímavé viněty, a případně označení bio, biodynamické, fairtrade, naturální, nebo o nealkoholické víno, atd.
- **Příležitost – udržitelnější obaly:** Skleněné lahve mají ve srovnání s jinými materiály nejvyšší uhlíkovou stopu, a to zejména kvůli své hmotnosti a energeticky náročné výrobě. Naopak obaly z kartonu, PET nebo plechu mají až **tříkrát nižší dopad na klima**. Systembolaget podporuje využívání těchto alternativ a ve svém online katalogu označuje produkty s vysokou uhlíkovou stopou – např. vína v těžkých lahvích jsou zvýrazněna červeně. Zároveň umožňuje filtrovat tzv. „udržitelné nápoje“, kde se zohledňuje i typ obalu. V případě skleněných lahví rozlišuje, zda je použit lehčí materiál – ten pak může spadat mezi doporučené varianty.
- Nabídky vín je dobré přizpůsobit každoročně zveřejňovanému plánu novinek ([lanseringsplan](#)), který reflektuje poptávku, sezónnost i světové trendy.
- Je nutné pamatovat na cenu – česká vína směřující na švédský trh by neměla být dražší než rakouská, protože Švédové naše vína nepovažují za srovnatelně kvalitní. Zde přikládáme pro srovnání odkaz na rakouská vína, která jsou v hlavní nabídce Systembolaget: [Vin - Fast sortiment - Österrike | Systembolaget](#).

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie spolufinancovaný z projektu VF Realizace proexportních aktivit moravského a českého vína v letech 2024-2025 - **Master Class spojený s ochutnávkou vín a prezentace ČR jako turistické destinace, Řízená degustace vybraných českých vín a vinařství, Účast českých vinařství a ČR na salónu vín Wine Table**
- termín: 10.-12.10.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně
 - Švédsko: Jaromír Vejrych, zástupce velvyslankyně, jaromir.vejrych@mzv.gov.cz
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - Fabig
 - Gala
 - Krásná hora
 - Obelisk
 - PLENÉR
 - Rodinné bio vinařství Špalek
 - SONBERK
 - THAYA vinařství
 - Vinařství Mikrosvín Mikulov
 - Vinařství Oulehla
 - Vinařství Válka
 - Vinařství Volařík
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Víno J. Stávek
 - Zámecké vinařství Bzenec
- Příspěvek vinařů: 5000 Kč (plus DPH)/vinařství

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **Incomingová mise švédských vinařských odborníků Discover Czech Wine**, návštěva vinařství a prezentace Salonu vín
- termín: 20.-22.5.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně
 - Švédsko: Martin Bašta, zástupce velvyslankyně, jaromir.vejrych@mzv.gov.cz
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast vinařství:
 - Fabig
 - Gurdau
 - PLENÉR
 - Rodinné bio vinařství Špalek
 - SONBERK
 - Víno Šílová
 - THAYA vinařství
 - Vinařství Mikrosvín Mikulov
 - Vinařství Volařík
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Víno J. Stávek
 - Zámecké vinařství Bzenec

VELKÁ BRITÁNIE

Obsah

Instituce a úřady.....	64
Podmínky dovozu vín	65
Dovozně zainteresované subjekty	67
Doporučená doprava.....	68
Akce a veletrhy	68
Uskutečněné projekty.....	69

Instituce a úřady

Velvyslanectví ČR: 26-30 Kensington Palace Gardens, Londýn W8 4QY, Velká Británie, tel recepce: +44 (0) 207 243 7908, e-mail: London@mzv.gov.cz

- **Velvyslankyně:** Marie Chatardová
- **Obchodně ekonomický úsek:** Denisa Provazníková, I. tajemnice, vedoucí OEÚ, tel.: +44 20 7243 7914, e-mail: london.commerce@embassy.mzv.gov.cz
- Tamara Slate Glässner - ekonomická specialista, analyt
- Karel Bartosik – researcher, tel: 020-7243-7900
e-mail: oeu.london@embassy.mzv.cz
- **Generální konzulát Manchester:** Jana Karla Režná, ekonomický diplomat, tel.: +44 (0) 1618 729 239, e-mail: manchester@embassy.mzv.gov.cz
- **Specialista MZe ČR:** Paul Wilkins, Global food solutions, e-mail: uktrade@mze.cz tel: 0044 (0) 7949252231

Czechtourism (Velká Británie s působností pro Irsko): Velvyslanectví České republiky, 26-30 Kensington Palace Gardens, Londýn W8 4QY, Velká Británie, telefon: +44 (0) 203 220 0184 e-mail: london@czechtourism.com

- **Ředitelka ZZ Velká Británie:** Mgr. Katarína Hobbs, odpovědná za Velkou Británii a Irsko, e-mail: hobbs@czechtourism.com

Czechtrade (Velká Británie a Irsko): Velvyslanectví České republiky, 26-30 Kensington Palace Gardens, Londýn W8 4QY, Velká Británie

- **Ředitel regionálního centra:** Ing. Jiří Rak, mobil.: +44 (0)7719144924, tel.: +44 (0)2077925951, e-mail: jiri.rak@czechtrade.cz
- **Ředitel zahraniční kanceláře:** Ing. Martin Macourek, mobil: +44 (0)7940986907, tel.: +44 (0)2077925951, e-mail: martin.macourek@czechtrade.cz

Czech British Chamber of Commerce: 6th floor, Quadrant House, 4 Thomas More Square, London, E1W 1YW, e-mail: cbcc@cbcc.org.uk web: www.cbcc.org.uk

Podmínky dovozu vín

Jedno je jisté – do UK samostatně vína nedostanete, budete potřebovat importéra s licenci, který už všechny kroky bude znát. Vzhledem k Brexitu se export vín do UK značně zkomplikoval a prodražil.

Označování vína dovezeného do Anglie od 1. ledna 2024

Dovoz vína bude muset uvádět jméno a adresu provozovatele potravinářského podniku (FBO) nebo dovozce, pokud FBO nesídlí ve Spojeném království, na Normanských ostrovech nebo na Isle of Man.

Víno, které je označeno jménem a adresou dovozce, nemusí používat slova „dovozce“ nebo „dovází“.

Víno označené před 1. lednem 2024

Víno nebude muset být přeznačeno, aby vyhovovalo pravidlům, pokud platí některá z následujících podmínek:

- je již označen a stárne
- už je v dodavatelském řetězci
- byl uveden na trh před 1. lednem 2024

Víno se do Anglie stěhuje z jiných částí Spojeného království, Normanských ostrovů a ostrova Man

Víno, které se do Anglie stěhuje z jiných částí Spojeného království, Normanských ostrovů a ostrova Man, se musí řídit stejnými pravidly jako víno dovážené do Anglie z jakékoliv země EU nebo mimo EU.

Registrace jako FBO

Každá firma prodávající jídlo a pití se musí [zaregistrovat jako FBO](#) (Registrace hospodářského podniku). To zahrnuje podniky obchodující:

- z domova
- z mobilní jednotky, jako je dodávka
- v dočasných prostorách, jako je stánek nebo pop-up shop
- online

Pokud váš potravinářský podnik působí na více než jednom místě, musíte každé místo zaregistrovat u místního úřadu, kde sídlí. Pokud si nejste jisti, zda se musíte registrovat nebo chcete-li další rady, můžete [se obrátit na místní úřad v Anglii, Walesu nebo Severním Irsku](#).

Označování vína přesouvající se z Anglie do Severního Irska

Víno stěhované z Anglie do Severního Irska, které má být prodáváno v Severním Irsku, a které je označeno jménem a adresou FBO, musí být v souladu se [schématem maloobchodního pohybu v Severním Irsku](#).

Víno, které není označeno jménem a adresou FBO, musí v souladu s právními předpisy EU uvádět jméno a adresu dovozce.

Etiketování vína dovezeného přímo do Skotska a Walesu

Přímé dovozy do Skotska a Walesu podniky se sídlem ve Skotsku nebo Walesu budou muset být označeny adresou dovozce, stáčírny nebo obojího.

Podle podmínek britského zákona o vnitřním trhu z roku 2020 mohou být produkty s adresou FBO uváděny na trh ve Skotsku a Walesu, kde byly poprvé dovezeny do Anglie. Podobně mohou být výrobky s dovozcem uváděny na trh v Anglii, pokud byly poprvé dovezeny do Skotska nebo Walesu.

Britské celní známky

Pokud dovážíte alkohol do Spojeného království, měli byste si být vědomi zákonných požadavků na [kolky na konkrétní alkoholové produkty](#). Musíte se zaregistrovat do systému u HM Revenue and Customs (HMRC) (lze [to udělat online](#)).

Dovoz alkoholu do Severního Irska z EU

Tato část se vztahuje pouze na Severní Irsko, nikoli na celé Spojené království.

Občasné dovozy lihu v pozastavení cla ze zemí EU

Pokud dovážíte alkohol v podmíněném osvobození od cla ze zemí EU zřídka, můžete [požádat HMRC, aby se stal dočasným registrovaným příjemcem](#) .

Před odesláním zboží budete muset [zaplatit clo z každé zásilky společnosti HMRC](#) .

Pravidelný dovoz lihu v pozastavení daně ze zemí EU

Pokud pravidelně dovážíte alkohol v pozastavení daně ze zemí EU, můžete využít jeden ze 3 způsobů:

- požádat o [schválení jako registrovaný příjemce](#)
- využijte služeb registrovaného příjemce, který vám to doveze
- využijte služeb autorizovaného skladovatele, který pro vás líh převezme a uskladní v pozastavení daně ve schváleném spotřebním skladu

Pokud využíváte služeb autorizovaného skladníka, musíte [požádat o schválení jako registrovaný vlastník, pokud pouze nedovážíte víno](#) .

Jako registrovaný příjemce nesmíte držet ani odesílat zboží podléhající spotřební dani v pozastavení daně. Musíte vyúčtovat splatné clo, jakmile je zboží přijato ve Spojeném království, a poté clo zaplatit v rámci ujednání o odkladu.

Alkohol za poplatek

Pokud byl alkohol propuštěn ke spotřebě v zemi EU, je klasifikován jako zaplacené clo. Chcete-li jej do Severního Irska dovézt na komerční bázi, můžete použít kterýkoli z níže uvedených programů:

- schéma certifikovaného příjemce – registrací u HMRC a schválením ze strany HMRC je clo Spojeného království splatné za vaše zboží zajištěno a poté zaplaceno v rámci ujednání o odkladu
- schéma dočasného certifikovaného příjemce – stále musíte být registrováni a schváleni HMRC, ale před odesláním zboží musíte zaplatit clo

Dovoz alkoholu do Velké Británie

Pokud chcete alkohol dovézt, po jeho příchodu do Spojeného království bude podléhat britské spotřební dani.

V tomto okamžiku nebudete muset platit spotřební daň, pokud platí jedno z těchto:

- je dodáno do daňového skladu schváleného k tomuto účelu
- je dodáno do [celního skladu](#), který má pro tyto prostory také zvláštní povolení pro spotřební sklad
- jste registrovaný sládek a dostáváte alkohol do svých registrovaných prostor třídy, kterou vás vaše registrace opravňuje pořádat

Clo a DPH

U jakéhokoliv alkoholu dovezeného do Spojeného království budete muset také dodržovat postupy týkající se [platby cla a DPH](#). DPH na alkohol ve Velké Británii činí 20%. HMRC uplatňuje cla na dovážené zboží v hodnotě nad 135 Liber šterlinků (GBP). Tato cla se obvykle pohybují od 0 % do 25 % hodnoty zboží.

Platby můžete provádět pomocí služby celní deklarace.

Pokud učiníte prohlášení, můžete:

- dostat výpis
- vyžadovat inkaso

Účet s odkladem cla vám umožňuje provést jednu platbu měsíčně prostřednictvím inkasa. Za jednotlivé zásilky nemusíte platit.

Pokud prodáváte alkohol jinému podniku

Možná budete muset požádat o schválení [systému registrace alkoholických velkoobchodníků \(AWRS\)](#). Pokud máte v úmyslu zahájit velkoobchodní prodej alkoholu ve Spojeném království, musíte požádat o schválení alespoň 45 dní před tím, než hodláte obchodovat.

Spotřební daň

Od 02/2025 činí spotřební daň na víno ve Velké Británii podle obsahu alkoholu od 1,82 do 3,21 GBP / 0,75 l. Nejnižší taxa se vztahuje na 8,5 % alk., přičemž každé další půlprocento alkoholu znamená navýšení cca o 0,1 liber až obsahu alkoholu 15 %. V případě fortifikovaného vína se rozpětí na stejném principu pohybuje od 3,21 do 4,70 GBP / 0,75 l (od 15 do 22 % alk.). Více informací [zde](#).

Dovozně zainteresované subjekty

Odkaz na seznam: [importéři, distributoři](#)



Doporučená doprava

- PosliSnadno.cz, tel. +420 228 227 640, <https://www.poslisnadno.cz/>
- DHL Express (Czech Republic) s.r.o., Barbora Cvičková, barbora.cvickova@dhl.com; tel.: 220 300 298, www.dhl.cz
- Syslík Sped s.r.o., Vladimír Sumerák, e-mail: sysliksped@outlook.cz; <http://syslikspedsro.webmium.com/>
- Wereldo.com, s.r.o. , David Příbyl, e-mail: david.pribyl@wereldo.com, tel: +420 777 533 569, adresa: Purkyňova 649/127, 612 00 Brno, CZ, e-mail: preprava@wereldo.com. <https://www.wereldo.com/>
- UPS, <https://www.ups.com/cz/cs/home>

Akce a veletrhy

London Wine Fair , květen	B2B, přes 9 tis. návštěvníků	https://www.londonwinefair.com/	Tania Olevska, International Sales Agent, London Wine Fair	e-mail: taniaolevska@gmail.com 00447760210165, 00380662941099
National Geographic Traveller Food Festival , Londýn	Veletrh cestování, stolování a nápojů, 6 tis. návštěvníků- publikum magazínu NG	https://foodfestival.natgeotraveller.co.uk/	Katarína Hobbs, CzechTourism Londýn	+44 203 2200 184 hobbs@czechtourism.com
UK Trade Tasting London , listopad	B2B, networkingová akce pro prodejce, sommeliery, barmany, dovozce a distributory	https://uktradetasting.com/en		e-mail: info@beveragetradetasting.com
The Ultimate CEE Wine Fair , Londýn, červen	B2B, veletrh vína zaměřený na vína ze střední a východní Evropy, pro obchod a média	https://winecom.co.uk/ceewinefair/ #ceewinefair		Zsuzsa Toronyi: zsuzsa@winecom.co.uk Caroline Gilby MW: caroline@winecom.co.uk
Winedrops Live , říjen	Festival B2C, B2B, pořádá wine club, 6 tis. návštěvníků	https://www.winedrops.com/winedropsclub		ellie.james@winedrops.co.uk +44 754 390 9005

Uskutečněné projekty

- typ projektu: Projekt na podporu ekonomické diplomacie – **Společný stánek ne veletrhu London Wine Fair 2024**
- termín: 20.-21.5.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Velká Británie: Paul Wilkins, specialista MZe ČR, Global food solutions, uktrade@mze.gov.cz
 - ČR: Dáša Fialová, NVC, dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz
- účast:
 - BOHEMIA SEKT
 - Fabig
 - SONBERK
 - Vinařství Válka
 - Vinné sklepy Kutná Hora
 - Zámecké vinařství Bzenec
 - Bohemia Wines

- typ projektu:– **Společný stánek ne veletrhu National Geographic Traveller Food Festival 2024 a přednáška na Wine Stage**, organizace CzechTourism Londýn, společný stánek NVC a CCRJM
- termín: 20.-21.7.2024
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Velká Británie: Katarína Hobbs, Director UK & Ireland, CzechTourism, Hobbs@czechtourism.com
 - ČR: Patrik Kubát, NVC, patrik.kubat@vinarskecentrum.cz
- účast:
 - THAYA
 - Zámecké vinařství Bzenec
 - Vinařství Válka
 - Bohemia Sekt
 - SONBERK
 - Vinařství Horák
 - Dobrá Vinice

- typ projektu: **Společný stánek ne veletrhu National Geographic Traveller Food festival 2023 a přednáška na Wine Stage**, organizace CzechTourism Londýn, společný stánek NVC a CCRJM
- termín: 15.-16.7.2023
- kontaktní osoba – organizátor na české a zahraniční straně:
 - Velká Británie: Katarína Hobbs, Director UK & Ireland, CzechTourism, Hobbs@czechtourism.com
 - ČR: Klára Kollárová, NVC, klara.kollarova@vinarskecentrum.cz

Kontaktní osoby:

Dagmar Fialová

Marketingová ředitelka

dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz

+420 720 820 921

Klára Kollárová

Národní sommelierka

klara.kollarova@vinarskecentrum.cz

+420 603 116 085

Zuzana Vejmelková

Manažerka exportu

export@vinarskecentrum.cz

+420 608 676 056