

EXPORTNÍ STRATEGIE NVC

Další informační
materiály ke stažení



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 vnímán.

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 vyzdvižována. 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 senzorkou kvalitou, které dokážou konkurovat tradičním vínům a oslovit nové segmenty zákazníků hledajících inovaci i udržitelnost v jedné lahvi.

NÍZKOINTERVENČNÍ VÍNA:

Nízko-intervenční 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 stránek 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.

Kontaktní osoby NVC:

Dagmar Fialová

Marketingová ředitelka

dagmar.fialova@vinarskecentrum.cz

+420 720 820 921

Zuzana Vejmelková

Manažerka exportu

export@vinarskecentrum.cz

+420 608 676 056

Klára Kollárová

Národní sommeliérka

klara.kollarova@vinarskecentrum.cz

+420 603 116 085

www.vinarskecentrum.cz

Datum vypracování: 31.3.2025