**Průzkum: Epidemie poškodila 9 z 10 moravských a českých vinařů**

*Tisková zpráva ze dne 18. září 2020*

**Pandemie tvrdě zasáhla do života a udělala čáru přes rozpočet moravským a českým vinařům. Vlivem různých opatření došlo ke snížení možnosti prezentace i prodeje jejich vína. Zrušení nebo omezení tradičních vinařských akcí pak způsobilo další narušení běžného trhu s vínem. Vinařský fond si proto nechal zpracovat výzkum dopadu epidemie covid-19 na tuzemské vinaře.**

Z výzkumu vyplývá, že dopady epidemie pocítila většina tuzemských vinařů (91 %), pouze necelá desetina uvádí, že epidemie jejich podnikání nijak negativně nepostihla. Vyšší míru postižení zaznamenali vinaři provozující gastro (56 %) či ubytovací zařízení (42 %) nebo dodávající alespoň část produkce do hotelů a restaurací (79 %). Míra postižení také vzrůstá společně s rostoucím podílem vinařské turistiky na příjmech vinařství. Podniky, u kterých tyto příjmy tvoří více než 50 či 75 % jejich příjmů, krize zasáhla mnohem výrazněji. Naopak míra negativních dopadů významně nesouvisí s jejich velikostí. Nelze tak říci, že by velká vinařství dodávající své produkty například do supermarketů, které nebyly nikdy uzavřeny, byla postižena podstatně méně.

*„Výzkum v podstatě potvrdil to, co od jednotlivých vinařů slýcháme od začátku epidemie. Data ale ukázala mimořádný rozsah negativních dopadů, tedy že se týkají téměř všech našich vinařů. Některých méně a jiných více, ale nějakým způsobem propad pocítili prakticky všichni,“* reagoval na výsledky výzkumu Ing. Jaroslav Machovec, ředitel Vinařského fondu.

Většina podniků byla v souvislosti s epidemií covid-19 nucena přijmout určitá opatření. Nejčastěji vinaři pod vlivem okolností museli hledat nové distribuční kanály pro prodej svého vína (46 %), změnit prodejní strategii (36 %), zavřít provoz či jeho část (32 %), využít podpůrné programy jako např. COVID, Antivirus aj. (31 %), častěji prodávat víno v cenových akcích (24 %) či snížit ceny vína (20 %).

*„Vinařský fond na krizi zareagoval okamžitě. Zprovoznili jsme nový web vinazmoravyvinazcech.cz, který se zaměřuje jak na propagaci našeho vinařství jako celku, tak na prezentaci jednotlivých vinařů a vinařských akcí. Spustili jsme v této souvislosti dvě celostátní kampaně – jednu na podporu nákupu vín prostřednictví e-shopů a druhou prezentující možnosti vinařské turistiky. Ani zvýšený zájem o on-line nákupy či prodloužení letošní sezony vinařské turistiky ale samozřejmě nevykompenzují propady z prvního pololetí letošního roku. Nicméně pozitivní na celé věci je, že ani v nejkritičtějších momentech trh zcela nezkolaboval, a vinaři tak ihned začali s obnovou a přípravami na výrobu nepochybně opět skvělých vín letošního ročníku,“* dodal Machovec.

Výzkum zpracovala renomovaná společnost FOCUS – Marketing & Social Research oslovením všech producentů z databáze poskytnuté zadavatelem, která čítá téměř 2 tis. kontaktů. Dotazník obsahoval uzavřené i otevřené otázky a jeho hlavním cílem bylo zjistit, jak epidemie postihla tuzemské vinaře, zmapovat problémy, se kterými se nyní potýkají, a identifikovat jejich potřeby v „postcovidové“ době.

**Pro více informací:**

Ing. Jaroslav Machovec, ředitel Vinařského fondu

E-mail: [machovec@vinarskyfond.cz](mailto:machovec@vinarskyfond.cz)

Tel: +420 541 652 478, + 420 606 645 470

Jiří Bažant, Omnimedia

E-mail: [j.bazant@omnimedia.cz](mailto:j.bazant@omnimedia.cz)

Tel.: +420 606 282 673

**Více o moravských a českých vínech na** [**www.vinazmoravyvinazcech**](http://www.vinazmoravyvinazcech)**.cz.**