

## TÉMA IN

in.ihned.cz/tema

Víno je velice dobrý důvod k tomu, aby-  
chom nejenom my, ale i mladší genera-  
ce věřili v budoucnost lidskosti. Proto-  
že víno se jako jedna z mála věcí všude na svě-  
tě zlepšuje. To je pravda. Australská, jiho-  
africká, španělská, italská, česká, dokonce  
i francouzská vína jsou teď znamenitá – tvrdil  
pětasedmdesátiletý Formanův dvorní scéná-  
rista Jean-Cloude Carrière při pražské premi-  
éře Goyových přízraků. A protože pochází ze  
staré francouzské vinařské rodiny a víno do-  
dnes pije rád, ví o čem mluví a lze mu věřit.  
Ostatně zkušenosti domácích znalců vín jeho  
soud potvrzují.

### Pestrá nabídka z celého vinařského světa

Domorodí milovník vína si už může skuteč-  
ně dosyta vybírat i dopřávat. Nabídka vín se  
stejně jako jeho kvalita neustále zlepšuje.

Vznikla síť vinoték i specializovaných obcho-  
dů. Nadnárodní řetězce rychle pochopily, že  
i v České republice mají lidé rádi dobré víno  
a snaží se tomu operativně přizpůsobit na-  
bídku. Pořád tam sice můžete narazit na nej-  
různější „krabičáky“, ve kterých mnohdy je  
tekutina, která nikdy nepřišla do styku s ku-  
ličkou vinného hroznů, ovšem v regálech při-  
bývá vín ve velmi slušné kvalitě a ve více než  
přijatelných cenových relacích. Navíc větší-  
na velkých hráčů na domácím trhu už za-  
městnává lidi, kteří vínu rozumějí. Konec-  
konců, obchodní giganti jdou i v tuzem-  
ských končinách ve svých zahraničních šlé-  
pějích. Není bez zajímavosti, že například v  
takové vinařské velmoci, jakou je Francie, se  
dnes v supermarketech a hypermarketech  
prodá kolem 70 % všech vín na tamním trhu.

Velké obchodní řetězce mají výhodu, že  
mohou díky svým obrátům producentům



FOTO: HN – IVO GOLDBACH

diktovat ceny. Což se vinařům pochopitelně  
nezamlouvá, ale spotřebitel může být spoko-  
jen. Dnes koupíte v supermarketech vína,  
která přímo u výrobce za stejnou cenu nedo-  
stanete. Některé řetězce nakupují naráz pro  
celou síť obrovské objemy a vinař se už ne-  
musí starat o drobný prodej po kartonech.  
Zároveň si velkoobchodníci ovšem hlídají, že  
toto víno nebude mít v nabídce konkurence.

Konečně i u nás už také dochází k tomu, že  
je rozdílná nabídka vín pro gastronomii a hy-  
permarkety. Pochopitelně by ten rozdíl ne-  
měl být jenom v etiketě. Není totiž nic trap-  
nějšího, než když si v restauraci objednáte  
víno za tisíc a více korun a úplně stejné dru-  
hý den najdete za 150 korun v hypermarketu  
za rohem.

### Horké a ledové zóny v chrámech konzumu

V super a hypermarketech není nic ponechá-  
no náhodě. Pochopitelně včetně nabídky  
vína. Vše má svůj řád a pečlivě vypracovaná  
pravidla a vyzkoušené mechanismy a je pod-  
řízeno čtyřem základním příkázáním:

*Zastav a vejdi!  
Vejdi a nakup!  
Nakup více, než potřebuješ!  
Přijď znovu!*

Obrovská prodejní plocha je rozdělena na  
horké a ledové zóny, zboží se dělí na základ-