



O Fondu...

Vinařský fond byl zřízen zákonem č. 115/1995 Sb. ve znění pozdějších předpisů. Jeho úkolem před vstupem ČR do EU bylo za pomoci prostředků získaných jako platba odvodů od pěstitelů vinic, výrobců vína a dovozců vína a dále prostředků získaných jako dlouhodobě návratná finanční podpora od státu podporovat výsadbu a obnovu vinic před vstupem ČR do EU. Dalším úkolem bylo podporovat propagaci prodeje vína.





Vinařský fond činnost dle zákona 321/2004 Sb.





Zákonem č. 321/2004 Sb. se změnilo hlavní poslání Vinařského fondu. Vinařský fond:

- podporuje marketing vína, prodej produktů a ochranu označování vína podle zeměpisného původu
- informuje veřejnost o vinohradnictví a vinařství a o dalších významných skutečnostech souvisejících s vinohradnictvím a vinařstvím
- podporuje uchování a rozvoj vinohradnictví a vinařství jako významné součásti evropského kulturního dědictví, dále podporuje rozvoj turistiky v oblasti vinohradnictví a vinařství.





- po vstupu ČR do EU již Vinařský fond nepodporuje výsadby nových vinic ani jejich obnovu
- činnost je zaměřena na propagaci, marketing a prodej vína





Zdroje příjmů Vineařského fondu:

Zákonný odvod do Vineařského fondu:

- pěstitelé 350 Kč z každého i započatého hektaru vinic
- tuzemští výrobci 0,5 Kč z každého litru vína uvedeného do oběhu

Další zdroje:

- státní příspěvek ve výši všech zdrojů příjmu za příslušný kalendářní rok
- příspěvek od krajů
- dary
- penále
- úroky z vkladů





Vinařský fond

Smyslem je postihnout širokou škálu aktivit směřujících k jedinému cíli – podpořit propagaci a tím následně i prodej vín.

Koncepce marketingové a komunikační strategie VF, která byla připravena za účasti odborníků na reklamu, marketing, PR a samozřejmě i samotných vinařů, je základem pro veškerou další činnost VF. Koncepce počítá s následujícími aktivitami:





Cíle koncepce

- Vytvoření komplexní marketingové podpory a propagace kvalitních domácích vín
- Rozvíjení povědomí o vinařství a vinohradnictví ČR
- Posílení produkce tradičních domácích odrůd s důrazem na jakost
- Představování domácí produkce v zahraničí
- Nabídka vína jako zdravé alternativy vůči dalším alkoholickým nápojům
- Podpora konzumace domácích vín





Výběr některých činností podporovaných VF:

- Systematická podpora PR aktivit směřujících k propagaci a osvětě vína
- Podpora celonárodního internetového portálu o víně, zaměřeného na naše vinohradnictví a vinařství
- Systematický průzkum trhu
- Podpora účasti na veletrzích v zahraničí a to zejména formou společných expozic
- Podpora školení a seminářů





Výběr některých činností podporovaných VF:

- Příprava reklamních materiálů propagujících naše vinařství
- Podpora vinařské turistiky
- Podpora lokálních akcí
- Podpora exportu vína
- Vytvoření jednotné značky tuzemských vín a její reklamní podpora
- Podpora značky Svatomartinské víno
- Podpora růžových vín





Značka tuzemských vín





Značka Svatomartinské

