

**UNIVERZITA KARLOVA V PRAZE**

**Přírodovědecká fakulta**

**Katedra sociální geografie a regionálního rozvoje**

Studijní program: Geografie

Studijní obor: Regionální a politická geografie



Sandra Motlochová

## **VINAŘSKÝ CESTOVNÍ RUCH V OBLASTI ČECHY**

**WINE TOURISM IN THE BOHEMIA REGION**

*Diplomová práce*

Praha 2014

Vedoucí diplomové práce: RNDr. Jiří Vágner, Ph.D.

Prohlašuji, že jsem tuto diplomovou práci vypracovala samostatně pod vedením RNDr. Jiřího Vágnera, Ph.D., a že jsem uvedla a řádně citovala všechny použité zdroje informací. Tato práce ani její část nebyla předložena k získání jiného akademického titulu.

V Praze, dne .....

.....  
podpis

Na tomto místě bych ráda poděkovala RNDr. Jiřímu Vágnerovi, Ph.D., za vedení, ochotu a odbornou pomoc při vypracování této diplomové práce. Poděkovat chci také všem, kteří mi věnovali svůj čas a poskytli cenné informace, bez kterých by tato práce nedosahovala takové kvality. V neposlední řadě bych ráda poděkovala i rodině a přátelům, kteří se mnou měli trpělivost a podporovali mě po celou dobu studia.

## **Abstrakt**

Diplomová práce se zabývá relativně novým odvětvím cestovního ruchu – vinařským cestovním ruchem. Ten představuje šetrnou formu cestovního ruchu, která se rozvíjí v návaznosti na trend udržitelnosti. V rámci analýzy literatury je diskutován výzkum vinařského cestovního ruchu. V souvislosti se zahraničními zkušenostmi je zkoumáno, zdali je tato forma cestovního ruchu skutečně tak šetrná, jak je proklamováno. V praktické části předkládané práce je věnována pozornost vinařskému cestovnímu ruchu v Česku, s důrazem na vinařskou oblast Čechy. Na příkladech měst Mělník, Litoměřice a Most je hodnocen současný stav tohoto odvětví a jeho rozvojový potenciál. Důraz je kladen na produkty vinařského cestovního ruchu, které jsou pro tato města vhodná (vinobraní, vinařské akce a festivaly, přehlídky a soutěže vín apod.). V neposlední řadě je v práci zmíněna vzrůstající poptávka a potřeba po koordinovaném řízení rozvoje regionu (destinačním managementu).

**Klíčová slova:** vinařský cestovní ruch, udržitelný rozvoj, vinařské stezky, vinobraní

## **Abstract**

This diploma thesis deals with a relatively new branch of tourism – wine tourism. It is a gentle form of tourism which is being developed as a follow-up to the trend of sustainability. Wine tourism is discussed in the analysis of literature. In connection with foreign experience it is being studied whether this form of tourism is really as gentle as proclaimed. The practical part of the thesis is devoted to the wine tourism in the Czech Republic, with an emphasis on the wine region of Bohemia. Illustrated with examples of the towns of Mělník, Litoměřice and Most, the present state of this branch and its development potential are evaluated. The emphasis is on the products of the wine tourism which are suitable for these cities (wine harvest, wine-growing events and festivals, shows and competitions, etc.). Finally, the work mentions the increasing demand and need for coordinated management of the region (Destination Management).

**Key words:** wine tourism, sustainable development, wine trails, wine harvest

# Obsah

<b>1 Úvod .....</b>	<b>10</b>
1.1 Výzkumné otázky .....	11
1.2 Cíl práce .....	11
<b>2 Teoretické zarámování .....</b>	<b>13</b>
2.1 Vývoj výzkumu vinařského cestovního ruchu .....	13
2.2 Zařazení a definice vinařského cestovního ruchu .....	16
2.3 Vinařský cestovní ruch a regionální rozvoj .....	20
2.4 Vinařský cestovní ruch a jeho organizace .....	22
2.5 Kontext Evropské unie .....	23
2.6 Vinařské stezky a trasy .....	25
2.7 Vinařské festivaly a další vinařské události .....	26
2.8 Terminologie .....	27
<b>3 Metodika .....</b>	<b>30</b>
<b>4 Empirická část .....</b>	<b>32</b>
4.1 Vinařské oblasti v Česku .....	32
4.2 Vinařská oblast Čechy .....	35
4.2.1 Historický vývoj .....	36
4.2.2 Přírodní podmínky .....	37
4.3 Strategické rozvojové dokumenty .....	38
4.4 Kategorizace obcí .....	44
4.5 Vymezení zájmového území .....	46
<b>5 Modelová území .....</b>	<b>48</b>
5.1 Mělník .....	48
5.1.1 Historie vinařství .....	48
5.1.2 Nejvýznamnější vinařství v Mělníku .....	49
5.1.3 Postoj vinařů a vedení města k vinařskému cestovnímu ruchu .....	51
5.1.4 Vinařské akce .....	52
5.1.5 Projekt Putování za vínem a poznáním .....	55
5.1.6 Význam destinační agentury a rozvojových koncepcí .....	56
5.1.7 Regionální muzeum Mělník .....	56
5.2 Litoměřice .....	58

5.2.1 Historie vinařství.....	59
5.2.2 Vinařský cestovní ruch v Litoměřicích.....	60
5.2.3 Vinařské stezky.....	66
5.3 Most .....	69
5.3.1 Historie vinařství.....	70
5.3.2 České vinařství Chrámce s.r.o. ....	70
<b>6 SWOT analýza vinařské oblasti Čechy.....</b>	<b>75</b>
<b>7 Závěr .....</b>	<b>77</b>
<b>8 Literatura a zdroje.....</b>	<b>81</b>

## **Seznam zkratk**

CR	cestovní ruch
ČR	Česká republika
DA	destinační agentura
EU	Evropská unie
MAS	Místní akční skupina
MEKUC	Mělnické kulturní centrum
OSN	Organizace spojených národů
RECEVIN	Red Europea de Ciudades del Vino
VCR	vinařský cestovní ruch

## Seznam obrázků

Obr. 1: Dělení cestovního ruchu na druhy a formy.....	17
Obr. 2: Základní dělení vinařského prostoru v Česku.....	32
Obr. 3: Hlavní oblasti a formy cestovního ruchu ve Středočeském kraji.....	40
Obr. 4: Turistické regiony v Ústeckém kraji.....	42
Obr. 5: Víno Ludmila v typické láhvi.....	50
Obr. 6: Prostory konání vinobraní v Mělníku.....	54
Obr. 7: Labská stezka v oblasti Českého středohoří.....	66
Obr. 8: Trasa Litoměřické vinařské stezky.....	67
Obr. 9: Lokalizace Českého vinařství Chrámce, s.r.o. ....	73
Obr. 10: Poloha Českého vinařství Chrámce, s.r.o. v kontextu litoměřické vinařské podoblasti.....	73

## Seznam tabulek

Tab. 1: Vinařské oblasti v Česku – stav k 31. 12. 2012.....	33
Tab. 2: Vinařské obce, katastrální území a viniční trati v Česku – stav k 31. 12. 2012.....	34
Tab. 3: Změny v koncepci mělnického vinobraní.....	53
Tab. 4: Vinařství v Mělníku a jejich nabídka produktů VCR.....	58
Tab. 5: Obecné cíle projektového záměru Svatostánek českého vinařství.....	63
Tab. 6: Specifické cíle projektového záměru Svatostánek českého vinařství.....	64
Tab. 7: Hlavní proudy atraktivit v okolí Litoměřic.....	65
Tab. 8: Otevírací doba vinařství participujících na projektu Litoměřická vinařská stezka.....	69
Tab. 9: Přehled získaných ocenění Českého vinařství Chrámce, s.r.o. ....	71

## Seznam map

Mapa 1: Vinařské obce ve vinařské oblasti Čechy v roce 2014.....	36
Mapa 2: Vinařské obce v mělnické vinařské podoblasti v roce 2014.....	45
Mapa 3: Vinařské obce v litoměřické vinařské podoblasti v roce 2014.....	46

## Seznam příloh

- Příloha 1: Seznam vinařských obcí a viničních tratí v Mělnické podoblasti, stanovených vyhláškou č. 254/2010 Sb.
- Příloha 2: Seznam vinařských obcí a viničních tratí v Litoměřické podoblasti, stanovených vyhláškou č. 254/2010 Sb.





# 1 Úvod

Cestovní ruch v současnosti představuje jedno z nejpozoruhodnějších a nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví. Jedná se o rychle rostoucí odvětví sektoru služeb, jehož rozvojový potenciál je velmi rozmanitý (Návrh nové rajonizace cestovního ruchu České republiky 2007). Cestovní ruch (dále CR) může nabývat různých forem. Tato práce se věnuje jedné z nich – vinařskému cestovnímu ruchu.

Vinařský cestovní ruch je šetrnou formou cestovního ruchu, která se odklání od typického masového cestovního ruchu (Pelánková 2012). Pro masový cestovní ruch je charakteristické cestování velkých skupin návštěvníků, využívání hromadných ubytovacích a stravovacích zařízení a dopravních prostředků apod. Typická je vysoká koncentrace návštěvníků v některých destinacích cestovního ruchu, která může mít potenciálně výrazný vliv na místní přírodní a socio-ekonomické prostředí. Protipólem tohoto termínu je individuální cestovní ruch, jehož typickými aktivitami jsou pěší turistika, agroturismus, cykloturistika a další (Pásková, Zelenka 2002). Mezi individuální cestovní ruch lze zařadit i vinařský cestovní ruch. Jedná se o alternativní pojetí cestovního ruchu, s ohledem na krajinu, tradice, lidovou architekturu. Alternativní cestovní ruch je obecným označením pro cestovní ruch alternativní k masovému cestovnímu ruchu. Jedná se o cestovní ruch v malých skupinách, který respektuje životní styl, potřeby a zvyklosti místní komunity a její životní prostředí. Alternativním cestovním ruchem je zejména ekoagroturismus, měkký cestovní ruch, odpovědný cestovní ruch, udržitelný cestovní ruch a další (Pásková, Zelenka 2002). Jeho rozvoj by proto měl probíhat v souladu se zásadami udržitelného rozvoje, který se jako téma dostává stále více do popředí zájmu. Klasická definice udržitelného rozvoje je z roku 1987 ze zprávy Komise OSN pro životní prostředí a rozvoj. Definice zní: *„Udržitelný rozvoj je takový rozvoj, který zajistí potřeby současných generací, aniž by bylo ohroženo splnění potřeb generací příštích, a aniž by se to dělalo na úkor jiných národů.“* (Udržitelný rozvoj – Ministerstvo životního prostředí 2014). V návaznosti na udržitelný rozvoj existuje termín udržitelný cestovní ruch, který díky koncepčnímu rozvoji a plánování dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí. Jeho cílem je ochrana a zachování životního prostředí ve všech jeho aspektech a respektování životního stylu místních obyvatel (Pásková, Zelenka 2002).

## **1.1 Výzkumné otázky**

Vzhledem k tomu, že vinařský cestovní ruch (dále VCR) představuje alternativní a šetrnou formu cestovního ruchu, stává se stále populárnější a vyhledávanější formou cestovního ruchu. Obzvláště destinace, ve kterých se tato forma rozvíjí po delší dobu, mohou čelit vzrůstajícímu počtu turistů, což může být doprovázeno i negativními dopady na životní prostředí, o čemž již v současné době existují evidentní důkazy (Alonso, Northcote 2008). Na základě tohoto tvrzení byly pro práci vytvořeny následující výzkumné otázky:

- Je vinařský cestovní ruch skutečně alternativní, měkkou, šetrnou a udržitelnou formou cestovního ruchu?
- Nenabírá vinařský cestovní ruch v určitých oblastech již charakteristiky, příznačné pro masový cestovní ruch?

K vymezení těchto forem cestovního ruchu bylo využito Výkladového slovníku cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 20002; Pásková, Zelenka 2012). K nalezení odpovědí na výzkumné otázky bylo zapotřebí důkladné analýzy zahraniční odborné literatury, která se zabývala dlouhodobějším vývojem vinařského cestovního ruchu a dopady jeho působení v území. Výzkumné otázky směřují k destinacím, ve kterých se vinařský cestovní ruch rozvíjí po delší dobu, ačkoliv ústředním tématem práce je vinařská oblast Čechy. V tomto ohledu bude brán zřetel na vhodné produkty vinařského cestovního ruchu, které je možno rozvíjet v souladu s principem udržitelnosti.

## **1.2 Cíl práce**

V zemích tradičně spjatých s pěstováním révy vinné představuje vinařský cestovní ruch běžnou formu trávení volného času. V případě Česka se jedná o poměrně mladý fenomén, jehož největší rozvoj probíhá na jižní Moravě, kde je v současné době úzce spjat s rozličnými formami aktivního cestovního ruchu – pěší turistikou, cykloturistikou, tak s rekreačními pobyty u vody, návštěvou kulturních, historických a přírodních památek a dalších atraktivit. Vzhledem k sezónnímu charakteru této formy cestovního ruchu zde bývá nejvyšší koncentrace turistů během letních, příp. podzimních měsíců (Vystoupil, Šauer, Holešinská, Kunc, Tonev a Seidenglanz 2011). Vinařská oblast Morava představuje komplexní celek, jehož atraktivním produktem jsou vinařské stezky. Byla zde vytvořena síť Moravských vinařských stezek, což je dlouhodobý projekt rozvoje vinařství, udržitelné

venkovské turistiky a podpory malého a středního podnikání (Vystoupil, Šauer, Holešinská, Kunc, Tonev a Seidenglanz 2011). Projekt se dostal do finále soutěže agentury CzechTourism o nejlepší destinaci Česka v kategorii s názvem Trendy destinace, kde skončil na druhém místě, což dokumentuje jeho atraktivitu (CzechTourism – DestinaCZe 2014). Vzhledem k sezónnosti a popularitě oblasti se naskytá otázka, zdali i v českých podmínkách se tato forma cestovního ruchu nezačíná odklánět od původního alternativního pojetí a nepřechází k masovému pojetí. Nicméně, výzkum ve vinařské oblasti Morava není cílem této práce.

Hlavním cílem předkládané práce je zhodnocení současného stavu a možností budoucího rozvoje vinařského cestovního ruchu v oblasti Čechy. V rámci praktické části bude nejprve charakterizována vinařská oblast Čechy a porovnána s vinařskou oblastí Morava. Následovat bude empirické šetření ve třech vybraných vinařských obcích – Mělník, Litoměřice a Most. Tato města nebyla vybrána náhodně. Všechna města disponují odkazem k vinařské tradici. Mělník a Litoměřice jsou velikostně a významově podobná města, obě jsou centry vinařských podoblastí, nachází se v oblasti Českého středohoří a disponují rozvojovým potenciálem pro vinařský cestovní ruch. Město Most bylo vybráno pro jeho ojedinělost, neboť v jeho okolí se v současné době využívá révy vinné jako rekultivační plodiny na výsypkách lomů, které zde vznikly během povrchové těžby uhlí. V návaznosti na stav vinařského cestovního ruchu na Moravě (prvky masového cestovního ruchu) a vzhledem k roztržité struktuře vinařských obcí v oblasti Čechy, je zapotřebí se zaměřit na takové produkty, kterými se turistická nabídka v oblasti rozšíří, diverzifikuje a zároveň vhodně doplní ostatní formy cestovního ruchu. Zvýšená pozornost proto bude věnována produktům, které se již odehrávají anebo se mohou odehrávat ve vybraných městech. Mezi takové produkty patří vinařské akce a festivaly, slavnosti vín, přehlídky a výstavy vín, vinařské konference apod. Stěžejní metodou pro tuto část práce se staly polostrukturované rozhovory se zainteresovanými aktéry, při kterých byly získány cenné informace.

Závěr práce patří shrnutí získaných poznatků. Díky nim bylo umožněno vytvořit SWOT analýzu, která zpřehledňuje současný stav a možnosti budoucího rozvoje oblasti, přičemž jsou zmíněny i slabé stránky a hrozby, které by mohly případný rozvoj ohrozit či znemožnit. Zároveň byla nastíněna témata, kterými by se mohl budoucí výzkum v oblasti zabývat, aby zdejší vinařský cestovní ruch byl koordinovaný a kontinuální.

## 2 Teoretické zarámování

Vinařský cestovní ruch je v současné době stále diskutovanější formou cestovního ruchu. Jeho obliba vzrůstá nejen v zahraničí, ale i u nás, v Česku. Rešerši literatury a teoretické zarámování této problematiky bych ráda rozdělila do dvou částí. V první části se budu věnovat vývoji diskuzí na toto téma, jak se vnímání a zkoumání vinařského cestovního ruchu proměňuje v čase a nabízejí se nové subjekty výzkumného bádání. V druhé části budu diskutovat nahlížení na současný vinařský cestovní ruch, který je vnímán jako ekologicky šetrný, alternativní, nemasový. Vzhledem k zahraniční dlouhodobější zkušenosti se nabízí otázka, zdali je tomu skutečně tak i v českých podmínkách, příp. jaká jsou jeho specifika.

### 2.1 Vývoj výzkumu vinařského cestovního ruchu

Počátek výzkumu vinařského cestovního ruchu je datován do poloviny 90. let 20. století (Carlsen, Charters 2006; López-Guzmán, Di-Clemente, Hernández-Mogollón 2014). Většina prvních prací pochází od autorů, kteří svůj výzkum prováděli v oblastech s dlouhou vinařskou tradicí a kde se zároveň začal prosazovat trend alternativního, nemasového trávení volného času. Právě trendy v cestovním ruchu jsou silně ovlivněny změnami ve společnosti. Šrámková (2012) ve svém příspěvku analyzuje a identifikuje 8 trendů, které se v současnosti projevují v cestovním ruchu. Konkrétně se jedná o oblast demografickou (zvyšující se počet osob vyššího věku); životní styl; informační technologie; volný čas; zdraví; vzdělávání; udržitelný rozvoj; jistota a bezpečí. Je zcela jisté možné převést některé z těchto trendů i na případ vinařského cestovního ruchu. Může se jednat o informační technologie, které umožňují podnikatelům na svých internetových stránkách nabízet a informovat turisty o nabídce svých služeb. Aplikací informačních technologií na průmysl cestovního ruchu, zejména v segmentu vinařského cestovního ruchu se věnuje autorské trio Lavandoski, Silva a Vargas-Sánchez (2014). Dále to může být i vzdělávání, kdy vinařští turisté touží dozvědět se o vínu, jeho historii, konzumaci i něco více, než co by byli schopni vyčíst z knížek.

Významným milníkem v historii vinařského cestovního ruchu se stal rok 1998, kdy se v Austrálii konala 1. odborná konference zabývající se tímto turistickým odvětvím. Díky této konferenci byly nastaveny parametry výzkumu vinařského cestovního ruchu a byl prozkoumán potenciál synergie, kterou generují dva úspěšné faktory, a to víno a cestovní

ruch. Právě Austrálii, podobně jako Nový Zéland, Jižní Afriku, Severní Ameriku či některé evropské země lze řadit mezi nejvyspělejší v oblasti vinařského cestovního ruchu a bezpochyby udávají směr rozvoje i pro méně rozvinuté země, které mají tendenci zapracovat na propojení vinařství a turismu.

Jednou z prvních prací, kde se rozpracovaněji objevují zmínky o možnostech a přínosech vinařského cestovního ruchu je Butler, Hall a Jenkins (1997). Autoři si uvědomují sílu a vliv cestovního ruchu, který se stává aktivním a dominantním činitelem nejen změny, ale i kontroly krajiny. Nezapomínají ani na vliv, který má cestovní ruch na venkovské komunity. Jedna z kapitol je věnována vinařskému cestovnímu ruchu v Austrálii a na Novém Zélandu, což koresponduje s dříve zmíněným tvrzením, že právě tyto země patří mezi nejstarší a nejvyspělejší v tomto odvětví cestovního ruchu. Samotní autoři vidí vinařský cestovní ruch jako součást venkovského cestovního ruchu. Jak se ukáže dále v textu, ne všichni autoři s tímto zařazením souhlasí. Závěr knihy je věnován udržitelnosti cestovního ruchu a rekreace ve venkovských oblastech. V dnešní době se právě otázce udržitelnosti cestovního ruchu věnuje nejen jeden výzkumník a je to v souladu i s trendy, které panují ve společnosti, neboť se mezi účastníky cestovního ruchu začíná prosazovat šetrnost jejich chování v destinaci, zvláště s ohledem na přírodní a kulturní dědictví.

Stěžejními díly v oblasti vinařského cestovního ruchu jsou Getz (2000) a Hall, Sharples, Cambourne a Macionis (2002). Právě D. Getz a C. M. Hall jsou, dle mého názoru, dva nejvýznamnější autoři tohoto odvětví, jejichž pohledy na tuto problematiku se od sebe liší. Getz zmiňuje 3 perspektivy, kterými nahlíží na vinařský cestovní ruch. Jedná se o strategii; formu chování spotřebitelů; a vzdělávání. Ve svém díle se zaměřuje spíše na podnikání a marketing. Oproti tomu Hall a kol. chápou vinařský cestovní ruch jako stále se vyvíjející koncept, popisují současný stav a perspektivy jeho vývoje v různých lokalitách, zároveň je velmi významný z hlediska chápání jeho globálních dopadů a následných nejenom ekonomických, sociálních a environmentálních dopadů, ale i příležitostí.

Další publikace přinášející ucelený pohled na dosavadní vývoj výzkumu vinařského cestovního ruchu podávají Carlsen a Carters (2006). Jejich dílo je souhrnem dosavadního zkoumání, kdy si uvědomují různorodost chápání vinařského cestovního ruchu, absenci jednotného konceptu, metodiky či výzkumného rámce. Celé dílo je velmi přehledně strukturováno a zabývá se těmi nejvýznačnějšími oblastmi vinařského cestovního ruchu, kterými jsou například jeho ekonomický vliv na regionální rozvoj, napojení na marketing, význam vinných sklípků, vinařských festivalů a akcí, které jsou dynamickým prvkem

odvětví a v neposlední řadě i vinařskými stezkami a trasami, které se těší čím dál většímu zájmu turistů toužících po aktivní formě trávení své dovolené.

S pokračujícím rozvojem vinařského cestovního ruchu se objevují další práce, které se už ale většinou úžeji zaměřují na různé specifické oblasti. Může se jednat o segment kvality služeb, která přispívá k diferenciaci trhu a nutí jednotlivé subjekty stále zlepšovat a rozšiřovat svoji nabídku, investovat za účelem konkurenceschopnosti (O'Neill, Charters 2000). Další autoři (Hall, Mitchell 2000) se zaměřují na propojení vína a cestovního ruchu jakožto užitečného nástroje pro restrukturalizaci a rozvoj regionu. V jejich práci je zmíněn význam Evropské unie (dále EU), jejíž rozvojové programy sehrály důležitou roli v rozvoji vinařského cestovního ruchu. Závěr článku je věnován budoucnosti venkovské restrukturalizace, kdy větší pozornost musí být věnována silnějšímu propojení mezi průmyslovými aktéry a je zapotřebí přidat vínu a potravinářským produktům ve venkovských oblastech hodnotu, aby restrukturalizace mohla být úspěšná. Co se týče vlivu a postavení Evropské unie, bude jí v této práci věnován ještě prostor později, a to v přímém navázání na kontext Česka. Jeden z nejnovějších článků (Neilson, Madill 2014) posuzuje různá vinařství v pěti zemích (Austrálie, Kanada, Chile, Francie, USA), zda a jakým způsobem používají své webové stránky, aby poskytli adekvátní informace a zároveň přilákali turisty. Zde se dá tedy říci, vzhledem k trendům, které jsou zmíněny výše, že se projevil trend informačních technologií.

Dále existuje řada prací, které se věnují vinařským cestám a trasám (Carlsen, Charters 2006; Bruwer 2003). Ty zažívají svůj rozvoj i v Česku, a to převážně na Jižní Moravě, kde se tento fenomén těší čím dál většímu zájmu turistů. Stačí do internetového vyhledávače zadat termín „Jižní Morava“ a mezi prvními odkazy najdete „vinařství“ a „cykloturistika“. I tomuto fenoménu bude v této práci později věnován dostatečný prostor.

I profilací vinařských turistů se zabývá nejedna studie. Věnují se jí Charters a Ali-Knight (2002), kdy pro ně vinařský cestovní ruch představuje formu spotřebitelského chování. Sestavili model skládající se ze tří dimenzí: 1) účel návštěvy; 2) obecná motivace turistů; 3) vztah k ostatním turistickým aktivitám. To jim umožnilo lokalizovat specifické turistické aktivity, porozumět tomu, co představuje vinařský cestovní ruch a v neposlední řadě jim napovídá, zda specifické kulturní a geografické rozdíly mají dopad na segmentaci mezi vinařskými turisty. Odlišný pohled nabízí Carmichael (2005), která při svém výzkumu bere v potaz dvě perspektivy, které turista vnímá. Na jedné straně je to poskytnutá kvalita služeb (lidský faktor), na straně druhé je to stav krajiny (environmentální kontext). Výsledky výzkumu ukázaly, že pro návštěvníkovo potěšení z

vinařského zážitku se jeví jako důležitější právě venkovská krajina. Estetičnost krajiny se ukázala pro vinařské turisty důležitá i v práci Quadri-Felitti a Fiore (2012).

V návaznosti na současné trendy v cestovním ruchu je zajímavé, jak se do popředí dostává i kulinářský (gastronomický) cestovní ruch, který má s tím vinařským mnoho společného. V tomto případě se místo vína stává hlavním důvodem, proč se lidé rozhodnou navštívit ten který region, jídlo. Dle Kotíkové (2013) je zapotřebí chápat jídlo a pití jako nedílnou součást kultury, tradic a kulturního dědictví, čímž plynule dochází k navázání jiných oborů na cestovní ruch. Ukazuje se, že spojení vína nebo jídla a cestovního ruchu je nyní velmi atraktivní a i tímto směrem se začíná ubírat vědecké bádání.

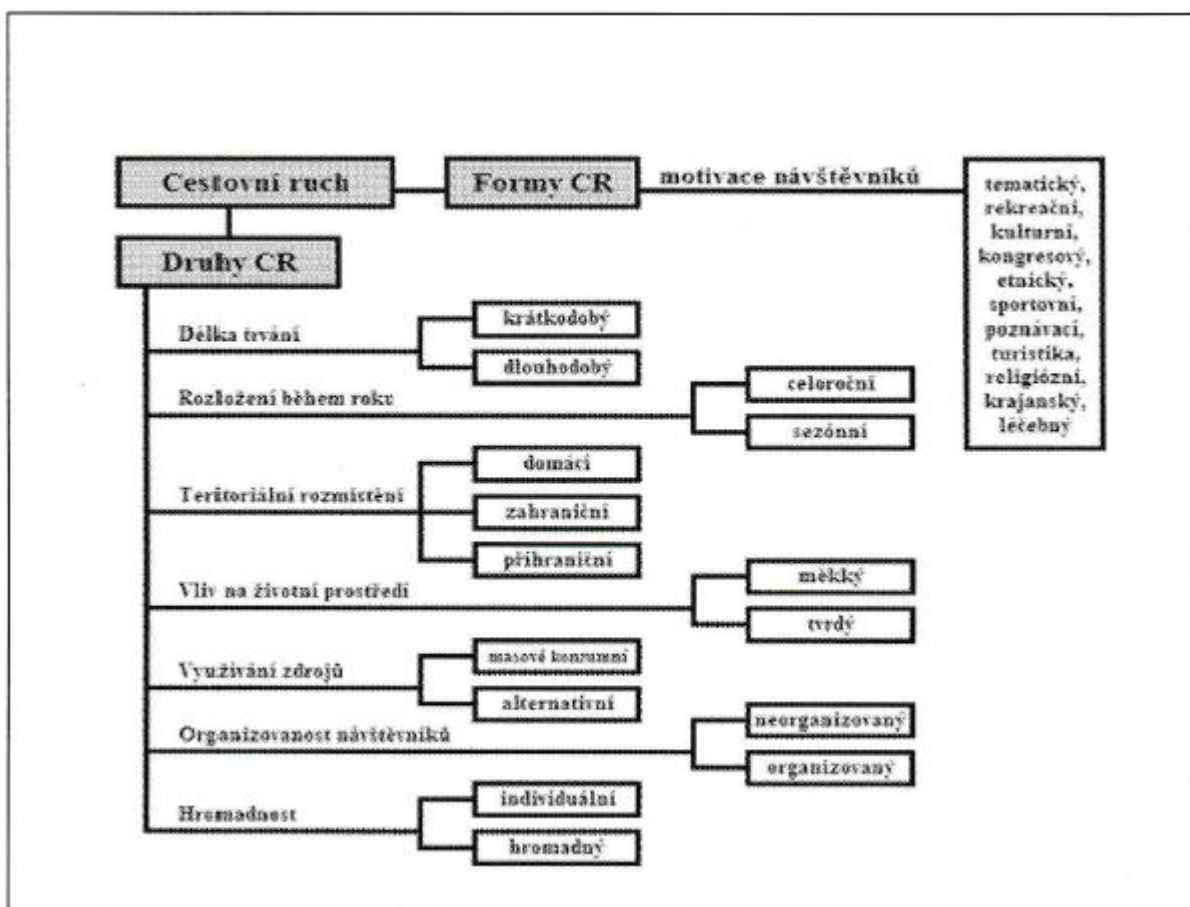
V dnešní době, která je technicky a technologicky velmi vyspělá, se objevuje požadavek turistů, ale i dalších aktérů vinařského cestovního ruchu, po vyspělé formě řízení destinace. Otázkou organizace a řízení destinace se zabývá např. Holešinská (2012). Vyspělou formu řízení pro ni představuje destinační management, v rámci něhož lze zahraniční poznatky (díky dlouhodobější zkušenosti s touto formou řízení) transformovat na podmínky Česka, a tím zefektivnit rozvoj destinací a jejich konkurenceschopnost na trhu. Destinační management představuje nástroj regionální politiky cestovního ruchu, která nabývá na významu v souvislosti s uvědomováním si rozdílů mezi regiony, resp. regionálních problémů, které jsou nejčastěji ekonomického charakteru. Východiskem a nástrojem pro efektivní regionální politiku by měl být právě destinační management, přesněji řečeno strategické řízení destinace.

## **2.2 Zařazení a definice vinařského cestovního ruchu**

Odvětví cestovního ruchu je jako systém velmi komplikované, kdy navíc dochází k jeho neustálé proměně v reakci na současné trendy a změny ve společnosti či posuny ve vědeckém bádání. Pro účely této práce postačí dělení na dva základní typy (Štěpánek, Kopačka, Šíp 2001). Jedná se o druhy a formy cestovního ruchu. Druhy cestovního ruchu lze rozlišit podle různých kritérií: délka, období, místo pobytu, počet návštěvníků... (Fialová 2012). Formy cestovního ruchu se pak liší podle motivace (převládající činnosti) účastníků. Mezi takové formy patří pobytový cestovní ruch, poznávací cestovní ruch, kulturní cestovní ruch, léčebný cestovní ruch a mnoho dalších. Pro jasnější představu dělení cestovního ruchu poslouží následující ilustrace (obr.1).



Obr.1: Dělení cestovního ruchu na druhy a formy



Zdroj: FIALOVÁ, D. (2012): Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty. P3K, Praha, 58 s.

Vinařský cestovní ruch jednoznačně představuje formu cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002), kdy hlavní motivací účastníků je zážitek spojený s vínem. Ten může mít různé podoby. Může se jednat o degustaci vín přímo u vinaře, kdy se návštěvník dozví i nějaké nové informace o víně, jeho výrobě, o konkrétním druhu či jeho historii. Může mít také podobu posezení ve vinném sklípku, které je u návštěvníků velmi populární. Tento zážitek navíc umocňuje autentická atmosféra ve sklípku, která může být doplněna o vystoupení cimbálové hudební skupiny. Zážitek může mít podobu cyklojízdy, kdy účastníci projíždějí malebnou krajinou plnou vinic a původních stavení, kdy během cesty mohou navštívit nějaké otevřené vinařství, vinotéku či vinný sklípek. V neposlední řadě se zážitkem může stát návštěva vinařských slavností (nejznámější je v Česku tzv. vinobraní), festivalů či dalších akcí spojených s vínem.

Problematickým se však jeví, jakou obecnější formu vinařský cestovní ruch představuje. Jedná se o venkovský cestovní ruch, kulturní cestovní ruch, městský cestovní ruch nebo jiný? V názorech na toto zařazení se autoři různí a zřejmě nejlépe to vystihují

Vystoupil, Kunc, Šauer a Tonev (2010), kteří ve svém příspěvku tvrdí, že vinařský cestovní ruch můžeme považovat za jednu z dílčích forem venkovského cestovního ruchu, neboť je s venkovskou krajinou přirozeně spjat, zároveň ale poznamenávají, že by se neměl a ani nemohl existovat izolovaně, vzhledem k jeho specifčnosti a napojení na další dílčí formy aktivního cestovního ruchu, kterými je pěší turistika, cykloturistika, ale i rekreace u vody, návštěva přírodních, kulturních, historických a dalších památek, které se ve venkovském prostředí nacházejí. K podobnému názoru na vinařský cestovní ruch dochází i v zahraniční literatuře (Quadri-Felitti, Fiora 2012), kde jej identifikují jako součást venkovského cestovního ruchu.

Opakem venkovského cestovního ruchu může být vnímán ten městský, a to z prostého důvodu, kterým je prostředí, ve kterém se odehrává. Není zcela neobvyklé, že se vinařský cestovní ruch odehrává právě ve městech. Většinou to bývá v rámci vinařských slavností, přehlídek vín a vinařů či festivalů. Tvrzení, které podporuje tuto myšlenku, najdeme v příspěvku (Kunc, Vystoupil 2005) věnovanému vinařské turistice v České republice, přesněji v části určené kategorizaci obcí významných pro toto odvětví. Autoři zmiňují specifikum, se kterým se během tvorby kategorizace setkali. Jedná se o zařazení Brna a hlavního města Prahy mezi typ A s velkým významem pro vinařskou turistiku. Ačkoliv Praha není typickou vinařskou lokalitou, patří „oficiálně“ mezi vinařské obce (dle znění „Zákona o vinohradnictví a vinařství“ č. 321/2004 Sb.). Jelikož se na území některých jejich městských částí nachází vinice, byla zařazena mezi obce s významem pro vinařskou turistiku. Navíc se zde během podzimního období konají různá vinobraní (na Pražském hradě, v Tróji, na náměstí Jiřího z Poděbrad). Na základě těchto skutečností je možné vinařský cestovní ruch řadit i mezi městský.

Existuje i další možnost, kam jej zařadit. Dle mého názoru lze vinařský cestovní ruch (za předpokladu, že hlavní motivací účasti je víno) považovat za paralelu ke kulinářskému cestovnímu ruchu (za předpokladu, že hlavní motivací účasti je jídlo). V takovém případě, v souladu s novými trendy v cestovním ruchu (Kotíková 2013), by mohl být vinařský cestovní ruch považován za součást kulturního cestovního ruchu. Toto tvrzení podporují výsledky studie (López-Guzmán, Di-Clemente, Hernández-Mogollón 2014), ve které byl hlavním cílem výzkum kulinářského cestovního ruchu, avšak i vinařskému cestovnímu ruchu byla věnována velká pozornost, neboť tato dvě odvětví jsou silně propojena, existuje mezi nimi významný vztah a do budoucna by mělo docházet k jejich společnému výzkumu, nikoli separátnímu. Spárování vinařského cestovního ruchu s jídlem

se věnuje také článek zaměřený na inovace v tomto odvětví (Ferreira, Müller 2013), kdy toto spojení vytváří ve výsledku kompletní produkt vinařského cestovního ruchu.

Moderním produktem pro podporu vinařského cestovního ruchu jsou tzv. vinařské stezky (Zelenka, Pásková 2002, s. 311). Detailněji o nich bude pojednáno v další části této práce. Vinařské stezky jsou: „*tematické stezky, pro které je charakteristické propojení jednotlivých pěstitelů a poskytovatelů dalších služeb do uceleného produktu*“. Z této definice je důležitý pojem „tematické“. V tomto pojetí lze vinařský cestovní ruch chápat jako tematický, což představuje další perspektivu, kterou je možno na něj nahlížet. Tomuto fenoménu navíc napomáhá fakt, podle něž se právě tematický turismus stává stále více populárním (López-Guzmán, Di-Clemente, Hernández-Mogollón 2014).

Z předchozí diskuze tedy vyplývá, že zařazení vinařského cestovního ruchu do systému cestovního ruchu není zcela jednoznačné a pevně dané. Záleží na úhlu pohledu, na prostředí, ve kterém se odehrává a co vše je v zážitku zahrnuto. Co se týče samotné definice vinařského cestovního ruchu, ani zde nepanuje jednotná shoda. Jak bylo zmíněno již výše, každý výzkumník nahlíží na toto odvětví z jiné perspektivy.

Autorem nejčastěji používané definice je C. M. Hall. Ten definuje vinařský cestovní ruch jako: „*návštěvu vinic, vinařství, slavností a výstav vín, kde je návštěvník primárně motivován ochutnávkou vína a/nebo poznáváním vinařské oblasti*“ (Hall 1996, cit. dle Hall 2000, s. 447, cit. Jeřábková 2013). Jeho pohled na toto odvětví je specifický v tom, že jej vnímá jako neustále se vyvíjející koncept, kdy hlavní pozornost patří účastníkovi této formy cestovního ruchu, jeho motivaci a poznání.

Druhou nejvýraznější osobností výzkumu vinařského cestovního ruchu je D. Getz, který pro něj představuje: „*současně formu chování spotřebitele, strategii vývoje destinace a atraktivity spojené s prodejem vína a marketingovou příležitostí pro vinařství dále se rozvíjet a nabízet své produkty přímo spotřebitelům*“ (Getz 2000, cit. dle Getz et al. 2006, s. 147, cit. Jeřábková 2013). Jedná se tedy o souběh tří různých perspektiv (vinař, destinace a spotřebitel), kterými je na toto odvětví možno nahlížet.

I v českých podmínkách, ačkoliv tato forma cestovního ruchu patří k poměrně mladým turistickým aktivitám, se už stihla dostat do povědomí odborníků. Dle Páskové a Zelenky (2002, s. 311) je vinařský cestovní ruch: „*forma cestovního ruchu, jejíž účastníci jsou motivováni poznáváním způsobu pěstování vína v tradičních vinařských oblastech, ochutnávkami vín, procítěním atmosféry vinných sklípků, vináren a vinoték, nákupem archivních i nových vín*“. Zajímavým dodatkem v jejich definici je zmínka o vinařských stezkách, které představují moderní produkt pro podporu vinařského cestovního ruchu.

Tyto stezky se v současné době v Česku těší stále větší oblibě a jsou vyhledávanou atraktivitou pro účastníky vinařského cestovního ruchu.

### **2.3 Vinařský cestovní ruch a regionální rozvoj**

Cestovní ruch je významný pro ekonomiku - stimuluje ekonomický rozvoj regionů, má multiplikační schopnosti v podobě akumulace finančních prostředků a vytváří synergické efekty (Holešinská 2012). S tvrzením, že cestovní ruch má svůj nesporný ekonomický význam, se setkáme v téměř jakékoliv publikaci věnující se cestovnímu ruchu, a je jedno, o jaký typ se jedná. V Atlasu cestovního ruchu České republiky (2006) se dočteme, že cestovní ruch v současnosti představuje jedno z nejpozoruhodnějších a zároveň nejdynamičtějších ekonomických a sociálních fenoménů, který od 2. pol. 20. stol. zaznamenává roční průměrný růst okolo 4-5 %. Navíc se jedná o významné národohospodářské odvětví, na jehož realizaci se podílí celá řada dalších odvětví - doprava, stavebnictví, kultura apod. Proto jeho studium vyžaduje interdisciplinární přístup, který navrhuje i Carlsen (2004). Dle jeho názoru je zapotřebí si uvědomit, že vinařský cestovní ruch se skládá ze dvou rozličných odvětví. Jedná se o vinařský průmysl a průmysl cestovního ruchu. Tato dvě odvětví stojí na opačných koncích ekonomického spektra, proto po výzkumnících vyžaduje, aby byli znalí obojího, tzn. jak tržních sil v cestovním ruchu, tak prostředí produkce ve vinařském průmyslu. Samozřejmě, že vinařský cestovní ruch negeneruje příjmy pouze do národních rozpočtů, ale co je pro regionální rozvoj důležitější, generuje příjmy i na regionální a lokální úrovni, kde finanční prostředky mohou být rychle, účelně a cíleně zpětně reinvestovány do rozvoje regionu či lokality.

Obecně se dá říci, že cestovní ruch stojí na třech základních pilířích. Jedná se o pilíř ekonomický, environmentální a socio-kulturní. K tomu, aby docházelo k udržitelnému rozvoji je zapotřebí, aby pilíře byly víceméně v rovnováze (Fialová 2012). Ke každému pilíři se pak pojí vlivy, které mohou být jak pozitivní, tak negativní. U pilíře socio-kulturního je velká pozornost věnována vztahům mezi rezidenty a turisty, jejichž vzájemné interakce mohou mít pozitivní i negativní dopady. U pilíře environmentálního se nejčastěji řeší pozitivní dopady na životní prostředí (rekultivace, ochrana přírody) a ty negativní (eroze půdy, znečištění). Pro tuto diplomovou práci je stěžejním pilíř ekonomický, u něhož se také objevují jak pozitivní (zvýšení zaměstnanosti díky tvorbě nových pracovních míst, stimulace ekonomického rozvoje regionů díky investicím), tak negativní vlivy (sezónnost, díky níž dochází k fluktuaci zaměstnanosti a nezaměstnanosti, problematika tzv. "šedé

ekonomiky"). Carlsen a Charters (2006) si při svém výzkumu uvědomili důležitou věc, a to že vinařské regiony se automaticky netransformují do destinací vinařského cestovního ruchu, nýbrž že je zapotřebí výrazně zainventovat čas, peníze a úsilí, aby došlo k rozvoji úspěšného regionu vinařského cestovního ruchu. Getz (2000) se zaměřil na oblast tzv. těžké infrastruktury potřebné pro úspěšný rozvoj. Carlsen a Charters (2006) se následně věnují tzv. měkké infrastruktuře, kterou představují znalosti, komunikace, sítě, inovace, informace a strategie.

Ekonomický rozvoj regionu může být doprovázen jak pozitivními, tak negativními jevy. Obecně je cestovní ruch považován za nástroj ekonomického růstu (Holešinská 2012), který jakožto pozitivní jev může mít své negativní dopady. Především je to již zmíněná sezónnost odvětví, kdy dochází k nestabilitě v zaměstnanosti a zároveň může představovat i riziko pro investory. Negativními vlivy rozvoje vinařského cestovního ruchu se zabývali i Alonso a Nortcote (2008). Typickou oblastí, která bývá v těchto případech zmiňována, je Napa Valley v Kalifornii. Zde se začaly projevovat negativní dopady na životní prostředí, které byly způsobeny především nárůstem dopravy, rozvoje a tím pádem došlo i k nadměrnému množství návštěvníků v oblasti. Na Novém Zélandu došlo ve venkovských oblastech v důsledku rozvoje vinařského cestovního ruchu k nárůstu cen kvůli rychlému a úspěšnému rozvoji jejich lokálního vinařského průmyslu. Dá se ovšem říci, že negativní vlivy doprovází regionální rozvoj méně často nežli ty pozitivní, kdy je navíc věnována pozornost tomu, aby jejich výskyt byl minimalizován.

Naopak, podmínkami pro úspěšný rozvoj regionu v rámci vinařského cestovního ruchu se zabývá celá řada prací, v nichž pak autoři identifikují faktory, které považují za klíčové. V předchozím odstavci byla zmíněna infrastruktura jako jeden ze základních elementů úspěšného rozvoje. Gammack (in Carlsen, Charters 2006) vyzdvihuje význam tzv. znalostní infrastruktury, která je doprovázena funkční sítí mezi vinařstvími a turistickými operátory, a technologiemi. Tyto tři prvky by měly tvořit platformu pro rozvoj a udržitelnost cestovního ruchu. Sparks a Malady (in Carlsen, Charters 2006) svou pozornost také věnují významu sítí a klastrů. Opakují se témata plánování a spolupráce, aby mohl vzniknout úspěšný produkt cestovního ruchu. Rozhodující je podle nich společná vize všech účastníků z různých klastrů (víno, jídlo, cestovní ruch) vybudovat úspěšnou značku. Svoji roli také sehrává informovaný a vyškolený personál. Tyto prvky jsou pak zárukou vyšší kvality zážitku z vinařského cestovního ruchu. I Hall (2004) se ve svém příspěvku věnuje významu regionálních klastrů a sítí. Svou pozornost zaměřuje na malé podnikatele, kteří musejí rozvíjet sítě a konkurenceschopné podnikání, aby mohlo dojít

k celkovému rozvoji konkurenceschopného regionu. I on nezapomíná na význam sociálního kapitálu a komunikačních toků, které jsou k takovému fungování zapotřebí.

López-Guzmán, Di-Clemente, Hernández-Mogollón (2014) za účelem regionálního rozvoje spojují víno s jídlem a cestovním ruchem. Tyto atributy tvoří kulturní identitu, jejíž význam stále sílí a následně tím tvoří příležitosti pro turistické destinace.

Vinařský cestovní ruch nemusí být pouze příležitostí pro regionální rozvoj, může to být i nástroj restrukturalizace, který byl aplikován v oblasti Středozevního moře (Hall, Mitchell 2000). Tato oblast byla typická produkcí kvalitních vín, avšak s postupem času a vlivu globalizace došlo k propojení vína a cestovního ruchu jako úspěšného nástroje pro restrukturalizaci a regionální rozvoj. Toto spojení se ukázalo o to efektivnější, pokud došlo k větší integraci v turistické propagaci a aktivitách spojených s rozvojem produktu vinařského cestovního ruchu. Pro rozvoj oblasti využívá Telfer (2001) tematických tras, které jsou napojeny na víno. V jeho příspěvku pak vyzdvihuje nezbytnost stanovit si strategická partnerství, která pak umožňují efektivní ekonomický rozvoj. Tato partnerství pak mají ve výsledku rozvíjet turistické služby a komplexní produkty, neboť jak ukazuje výzkum věnovaný cestování vinařských turistů (Getz, Brown 2006), ti jsou ochotni cestovat do vzdálenějších destinací pouze v případě, kdy jim bude nabídnuto širší spektrum aktivit v rámci vinařského cestovního ruchu.

## **2.4 Vinařský cestovní ruch a jeho organizace**

V návaznosti na předchozí odstavce, ve většině článků zabývajících se úspěšným regionálním rozvojem díky vinařskému cestovnímu ruchu se objevují jako klíčové faktory - partnerství, spolupráce, koordinace, plánování, síťování. V této souvislosti se dostává do popředí téma efektivního řízení (organizace) destinace, kterému bude věnována následující podkapitola. Technický a technologický pokrok, trendy, které se váží na sociodemografické (stárnutí obyvatelstva) a ekonomické změny (globalizace, hospodářská krize), to vše souvisí se změnami v chování návštěvníků, jejichž nároky narůstají a kteří touží po vyspělých destinacích (Holešinská 2012). K tomu, aby takové pozice destinace dosáhly, je zapotřebí vyspělá forma řízení destinace, kterou představuje destinační management. Ten představuje mladou vědní disciplínu, která se ve světě objevuje ve 2. pol. 20. století, v Česku je to až v 21. století. Zahraniční poznatky je možné transformovat na podmínky Česka, díky čemuž by mělo dojít k zefektivnění rozvoje destinací a jejich konkurenceschopnosti.

Je potřeba si uvědomit, že na tomto procesu svoji sehrává velké množství aktérů. Na straně poptávky jsou to účastníci cestovního ruchu, na straně poptávky jsou to poskytovatelé služeb. Nesmíme samozřejmě zapomínat ani na místní obyvatelstvo (rezidenty) jako takové, kteří s podnikáním v oblasti nemusejí mít nic společného. Mezi další aktéry pak jistě patří státní orgány, ať už centrální vláda, krajské úřady či samotná města a obce, které mají na chod destinace svůj vliv. V neposlední řadě mohou být aktivními aktéry různé nevládní organizace, dobrovolné svazky apod.

Destinační management (strategické řízení) představuje účinný nástroj regionální politiky cestovního ruchu, která nabývá na významu v souvislosti s uvědomováním si rozdílů mezi regiony, které jsou nejčastěji ekonomického charakteru. Regionální politika je záležitostí státní správy. Klíčovou úlohou státu, ve vztahu k udržitelnému rozvoji, by mělo být z hlediska ekonomického vytvoření rámcových podmínek pro podnikatelské prostředí; zajišťování podpory vedoucí k rozvoji regionu, jež je v souladu s hospodářskou soutěží; zabezpečení ochrany spotřebitele apod. Z hlediska environmentálního je to ochrana přírodního a kulturního dědictví, resp. obecně zdrojů cestovního ruchu; naplňování konceptu udržitelného cestovního ruchu; realizace monitoringu anebo regulační činnost. Z hlediska socio-kulturního jsou to otázky týkající se vzdělávání a osvěty; zajišťování bezpečnosti a právo obyvatel i návštěvníků atd. Vzhledem k tomu, že v českých podmínkách se jedná o mladé odvětví, je potřeba mu věnovat velkou pozornost. Je důležité, aby mezi aktéry byly funkční vazby a dobré komunikační toky, aby docházelo k naplňování principu 3K (komunikace, kooperace a koordinace), který je podstatou fungování destinačního managementu.

## **2.5 Kontext Evropské unie**

Otázka řízení a institucionálního rámce přímo vybízí k tomu, aby pozornost byla věnována také Evropské unii, ke které Česká republika přistoupila v roce 2004. To, že jsme se stali součástí tohoto evropského společenství, mělo svůj vliv na vývoj vinařského cestovního ruchu v Česku, neboť to znamenalo nutnost podřídit se legislativě této nadnárodní instituce.

Pro vinařský prostor v Česku znamenal vstup do EU zásadní zlom, neboť v souladu s její legislativou to znamenalo, že již nebude možné rozšiřovat vinice, neboť výsadba nových je touto institucí striktně zakázána (Kunc, Vystoupil 2005). To mělo za následek dva efekty. První se projevil v tom, že těsně před vstupem se Česko snažilo vysadit co

možná nejvíce vinic, dokud to ještě bylo možné. Ten druhý efekt spočívá v nemožnosti dalšího rozšiřování vinařského prostoru a tudíž i omezení pro vinařský cestovní ruch. Jediné, co nám zbývá pro jeho rozvoj, je tedy jeho intenzifikace v místech, kde se vinařství nacházejí (v případě venkovských oblastí). Druhou možností, kde jej lze spíše zviditelnit, nežli zintenzivnit, jsou vinařské akce, festivaly, slavnosti a výstavy vín, které mohou probíhat i v městských oblastech. Zde je tedy dobře dokumentovatelná dualita řazení vinařského cestovního ruchu do systému cestovního ruchu, kdy jej lze vnímat jako součást venkovského cestovního ruchu (převážně na jižní Moravě) anebo jako součást městského či kulturního cestovního ruchu, kdy tato forma může převažovat v oblasti Čechy. Z tohoto úhlu pohledu lze hodnotit vstup Česka do EU jako členství, které našemu vinařskému cestovnímu ruchu spíše uškodilo, nežli prospělo.

Na druhou stranu existují studie, ve kterých se ukazuje, jak členství v Evropské unii může být pro rozvoj vinařského cestovního ruchu prospěšné. V již dříve zmíněné práci o restrukturalizaci vinařských oblastí ve Středozeří (Hall, Mitchell 2000), kdy došlo nejenom díky rozvojovým programům EU k povzbuzení vztahu mezi vínem a cestovním ruchem.

Významné v evropském kontextu jsou poznatky z diplomové práce o vinařském cestovním ruchu v Rakousku (Rádlová 2012), ve kterých je zmíněna existence RECEVIN (*Red Europea de Ciudades del Vino*), což je Evropská síť vinařských měst. Jedná se o neziskovou organizaci, která sdružuje devět evropských zemí včetně našich dvou sousedů, Rakouska a Německa. Jejím cílem je prosazovat názory, náměty, vize a cíle místních samospráv, hájit jejich zájmy na regionální, národní i mezinárodní úrovni a to zejména u institucí jako je EU. Primárním účelem této iniciativy je zlepšit kvalitu života obyvatel skrze podporu vinařské kultury, turistiky, architektonického a krajinného dědictví. Díky RECEVIN se slaví „Evropský den vinařského cestovního ruchu“, který připadá na každou druhou neděli v listopadu. Dále se od roku 2012 koná soutěž „Evropské město vína“. Stát se členem RECEVIN není obtížné, jedinou podmínkou je více než 5 000 obyvatel v obci. Standardně se podává přihláška, prochází se formální procedurou přijetí, zaplatí se zápisné a každý rok platí členský příspěvek na provoz organizace. Dá se říci, že stát se členem RECEVIN není zas tak obtížné. Naskytá se otázka, proč žádná z českých vinařských obcí ještě v tomto uskupení není? Samozřejmě, hranice 5 000 obyvatel na obec ve venkovské oblasti je poměrně vysoké číslo. Avšak v Česku jsou bezpochyby i města, která mají mnohem více obyvatel, vztah k vinařskému cestovnímu ruchu, a stále členy nejsou (např. Znojmo, Mikulov). Důvodů, proč tomu tak není, může být více, v každém případě se jedná



o selhání organizačního a propagačního úsilí, lidského faktoru. Vinařský cestovní ruch u nás sdružuje mnoho aktérů (vinaři a poskytovatelé služeb, různé organizace a spolky, státní správa), přesto žádný z nich neprojevil dostatečnou snahu a úsilí stát se součástí této iniciativy. Přitom by to jistě bylo prospěšné pro rozvoj, získání znalostí a informací od zkušenějších členů. Už od našich jižních sousedů bychom se mohli spoustu dozvědět a naučit. Ani u nich není víno jako takové mnohdy hlavní motivací k návštěvě regionu. Návštěvníci většinou očekávají i další aktivity, které budou moci na místě provádět, proto je již zcela běžné napojení vinařského cestovního ruchu na wellness, gastronomii, moderní architekturu, golf či lyžování. České vinařské obce by členstvím v RECEVIN mohly jedinečně získat, nikoli ztratit.

## **2.6 Vinařské stezky a trasy**

Vinařské stezky tvoří jeden z nejpobulárnějších produktů vinařského cestovního ruchu v Česku. Pásková a Zelenka (2002, s. 311) je definují jako „*tematické stezky, pro které je charakteristické propojení jednotlivých pěstitelů a poskytovatelů služeb do uceleného produktu. Motivací pro návštěvníky se tak stává poznání způsobu pěstování vína, ochutnávky vín ve sklípcích s typickou atmosférou, nákup archivních i nových vín*“.

Nejdůležitějším projektem na jižní Moravě jsou tzv. moravské vinařské stezky, jejich účelem je mj. ochrana kulturního dědictví a rozvoj vinařské turistiky (Kotíková 2013). Tento projekt realizuje Nadace Partnerství od roku 1999 a nyní na něm spolupracuje více jak 280 vinařských obcí a dalších partnerů. Jednotlivé stezky jsou propojeny páteří Moravskou vinnou stezkou a celkem tvoří síť stezek dlouhou 1 200 km, kde jsou návštěvníkům nabízeny jak jednodenní, tak i vícedenní výlety za poznáním folkloru, vína a památek (Moravské vinařské stezky 2013).

Jedná se o hlavní projekt v moravském vinařském prostoru a do dnešního dne je zde vytyčeno 20 tematických vinařských tras (Vína z Moravy, vína z Čech 2013). Oproti tomu v českém vinařském prostoru se nachází pouze jedna vinařská trasa, na Kutnohorsku. Tento fakt dokumentuje poddimenzovanost ve vnímání vinařské oblasti Čechy navzdory Moravě. Soliterní výskyt může být důsledkem roztržité struktury vinařských obcí v této oblasti. Taková struktura může mít za následek horší koordinaci a kooperaci mezi zainteresovanými aktéry. Zároveň to ale není důvodem k tomu, aby nemohlo dojít k výstavbě kratších a nepropojených stezek, vždyť v Evropě je vinařský cestovní ruch strukturován především prostřednictvím navrhování a tvorbou turistických tras (López-

Guzmán, Di-Clemente, Hernández-Mogollón, 2014). Evropa je kontinent bohatý na kulturní a přírodní zdroje, kdy stezky si mohou být podobné, avšak díky těmto zdrojům je každá z nich jedinečná. Jedná se o diferenciální sílu pro každou destinaci, která disponuje svým *geniem loci*. To proměňuje běžný turistický produkt v originální zážitek, který je v současné době klíčovým faktorem pro zisk a uspokojení moderního turistu.

## **2.7 Vinařské festivaly a další vinařské události**

Politika rozvoje cestovního ruchu je řízena strategiemi z lokální, národní a nadnárodní úrovně. S narůstajícím počtem strategií, které uznávají vinařský cestovní ruch jako rostoucí oblast s potenciálem pro turistický rozvoj regionu, roste také zájem o podporu jeho strategických akcí a vinařských festivalů (Carlsen, Charters 2006). Festivaly, slavnosti a další akce spojené s vínem jsou významnou součástí vinařského cestovního ruchu. Jedná se o atraktivní události a dynamické složky rozvoje. Hall (2004) na ně nahlíží jako na katalyzátory pro opakovanou turistickou návštěvu ve vinařských regionech, což je vzhledem k pravidelnosti konání akce (většinou jednou za rok) pro rozvoj regionu velmi důležité.

Vinařské akce mohou nabývat různých podob. Může se jednat o jednorázovou výstavu vín anebo naopak o několikadenní festival. V českých podmínkách lze za největší akci považovat tzv. vinobraní, které se koná pouze na podzim, kdy dochází ke sklizni hroznů a k dostání je jedinečný kvašený hroznový mošt, tzv. burčák, který má velmi omezenou dobu spotřeby. Každé větší vinobraní je doplněno o bohatý doprovodný program a kvalitní služby.

Pro návštěvníky představují vinařské akce jedinečný a neopakovatelný zážitek, kdy se mohou setkat s vinaři, mohou ochutnat speciální vína, mohou se dozvědět zajímavé informace o jejich oblíbené odrůdě apod. Naopak pro vinaře je to výjimečná příležitost, kdy svá vína mohou představit širší veřejnosti a pokusit se zvýšit své příjmy z přímého prodeje. Samozřejmě pro vinaře jsou důležité i různé výstavy a přehlídky vín, avšak zde se jedná spíše o záležitost prestiže, nežli by se jim zde podařilo navýšit prodej.

Ukazuje se, že svoji roli sehrává také místo konání akce. Pro vinařské regiony je typická autentičnost a kultura, takže pokud se zde koná nějaký vinařský či kulturní festival, bývá to často tradiční událost ve venkovské oblasti, kdy dochází k oslavě minulé kultury a jejího dědictví. Tyto festivaly představují zajímavou oblast výzkumu, kdy jejich výsledky mohou poskytnout cenné informace pro vinařství vzhledem k jejich provozním a

marketingovým potřebám. Oproti tomu festivaly a akce konané v urbánních oblastech, díky jejich lokaci, velikosti, ekonomickým dopadům a zájmu médií se těší větší pozornosti ze strany průmyslových a turistických výzkumníků. Ať už se akce koná ve venkovské či urbánní oblasti, výzkumníci se shodují v tom, že se mohou objevit kumulativní efekty těchto událostí a mohou mít pozitivní dopady na lokální ekonomiku regionu.

V Česku se koná relativně dostatečné množství akcí spojených s vinařským cestovním ruchem. Jejich kalendář je k dispozici na webových stránkách Vína z Moravy, vína z Čech (2013). Kromě vinobraní a výstav vín stojí za pozornost projekt společnosti Partnerství o.p.s.. Jedná se o Festival otevřených sklepů, který se koná několikrát do roka a společně jej pořádá několik sousedních vinařských obcí, kdy každou reprezentuje několik nejlepších vinařů. Jeho filosofie spočívá v zachování autenticity prostředí a kontaktů s místními lidmi, v nabídce nejvyšší kvality vín a gastronomie a v pozvednutí obrazu o kvalitě vín a služeb vinařské turistiky na Moravě (Kotíková 2013). Opět je zde identifikovatelná sofistikovanější spolupráce a koordinace při realizaci tohoto projektu na Moravě nežli v Čechách. V tomto případě je však pravdou, že struktura vinařských obcí je v Čechách roztráštěná, a proto by takovýto projekt v těchto podmínkách nebyl životaschopný.

## **2.8 Terminologie**

Jak bylo avizováno již v úvodu, vinařský cestovní ruch je obecně vnímán jako alternativní, šetrná, udržitelná, odpovědná, měkká forma cestovního ruchu, která se odklání od masovosti směrem k individualismu. Pro objasnění jednotlivých forem je využito definic z výkladového slovníku cestovního ruchu (Pásková, Zelenka 2002; Zelenka, Pásková 2012).

**Alternativní cestovní ruch:** *„obecné označení pro cestovní ruch alternativní k masovému cestovnímu ruchu s jeho negativními vlivy na sociální a kulturní prostředí a na životní prostředí obecně. Zpravidla cestovní ruch v malých skupinách, který respektuje potřeby a zvyklosti místní komunity a její životní prostředí.“* (Zelenka, Pásková 2012, s. 32). Již dříve v této práci došlo k zamyšlení nad tím, zdali se vinařský cestovní ruch vždy takto projevuje. Jak se ukázalo na příkladu Napa Valley v Kalifornii (Alonso, Northcote 2008), nemusí to tak být, neboť s rozvojem vinařského cestovního ruchu zde došlo k negativním

dopadům na prostředí díky nárůstu dopravy a návštěvníků, kdy již nelze hovořit o tom, že by se jednalo o nemasovou formu cestovního ruchu.

**Individuální cestovní ruch:** „*druh cestovního ruchu ... cesty jednotlivců nebo rodin (malých skupin) cestujících samostatně, nikoli v rámci organizované skupiny.*“ (Pásková, Zelenka 2002, s. 43). Tento druh cestovního ruchu je protipólem masového cestovního ruchu a začíná se stále více prosazovat díky své šetrnosti k životnímu prostředí a jeho složkám.

**Masový cestovní ruch:** „*obecný termín označující cestování velkých skupin návštěvníků, využívání hromadných ubytovacích zařízení a stravovacích zařízení a dopravních prostředků apod.*“ (Zelenka, Pásková 2012, s. 331). Tento termín v sobě obsahuje i aspekt marketingový a prožitkový, čímž je vytvářena masová poptávka po specifických místech nebo zážitcích. V návaznosti na současné trendy v cestovním ruchu (Kotíková 2013), kdy je kladen důraz na zážitek, je vinařský cestovní ruch (převážně v tradičních vinařských destinacích) ohrožen možností masovosti.

**Měkký cestovní ruch:** „*druh cestovního ruchu, který minimalizuje vliv nežádoucích aktivit spojených s cestovním ruchem na místní komunitu a životní prostředí. Základními principy jsou maximální zapojení místních zdrojů (suroviny, lidé, know-how, tradice, kultura, aj.) a malokapacitní cestovní ruch.*“ (Zelenka, Pásková 2012, s. 335). I u této definice již došlo k jejímu vyvrácení, neboť existuje případ z Nového Zélandu, kdy kvůli rychlému a úspěšnému rozvoji jejich lokálního vinařského průmyslu došlo ve venkovských oblastech k nárůstu cen (Alonso, Northcote 2008), což bezesporu není v souladu s tím, že by nedošlo k nežádoucím dopadům na místní komunitu.

**Odpovědný cestovní ruch:** „*cestovní ruch, při jehož realizaci jeho organizátoři i účastníci vymezují a respektují svou odpovědnost ve vztahu k přírodnímu dědictví, kulturnímu dědictví; k místní komunitě.*“ (Zelenka, Pásková 2012, s. 393). Je to opět velmi podobné jako předchozí pojmy, avšak v návaznosti na vinařský cestovní ruch nedisponují žádnou publikací, článkem, studií, ve které by toto tvrzení bylo vyvráceno. Představu nenaplňování odpovědného cestovního ruchu si dokáží snáze asociovat se sportovně-rekreačním cestovním ruchem, například kdy za účelem rozšíření sjezdových tratí na horách by byla vykáčena část lesa.

**Šetrný cestovní ruch** se jako pojem ve výše citovaném slovníku nenachází, avšak může prezentovat v rámci rozvoje: „*přístup k potenciálu cestovního ruchu šetrným způsobem*“ (Večeřová 2011, s. 12), díky němuž vznikají měkké formy cestovního ruchu.

**Udržitelný cestovní ruch:** „*cestovní ruch, který díky koncepčnímu rozvoji a plánování dlouhodobě nenarušuje přírodní, kulturní a sociální prostředí.*“ (Zelenka, Pásková 2012, s. 590). I zde lze zmínit již dříve zmíněná fakta, která jsou v rozporu s touto definicí. Avšak je pravdou, že udržitelnost rozvoje je v současnosti velmi diskutovaným tématem a je povinností ze strany státu, aby vyžadovala dodržování jeho principů od všech aktérů cestovního ruchu.

### 3 Metodika

Pro první část práce byla základní metodou rešerše literatury, která umožnila sledovat vznik a vývoj výzkumu odvětví vinařského cestovního ruchu napříč světovými regiony. Zároveň bylo zaznamenáno, jak s postupem času se do středu zájmu výzkumu dostávaly další, specifické subjekty, a jak docházelo k zacílení výzkumu na dílčí segmenty v odvětví. Rešerše literatury ukázala, že každý autor může na problematiku vinařského cestovního ruchu nahlížet z jiné perspektivy, čímž vznikají odlišné koncepty chápání tohoto odvětví. Rešerše se nezabývala pouze odbornými publikacemi, přínosnými se ukázaly i články pro širokou veřejnost.

Součástí předkládané práce byla charakteristika vinařské oblasti Čechy a její porovnání s vinařskou oblastí Morava. K tomuto účelu byl využit zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství; a vyhláška č. 254/2010 Sb., kterou se stanoví seznam vinařských podoblastí, vinařských obcí a viničních tratí (Portál eAGRI 2013). Grafickým výstupem jsou mapy zobrazující vinařskou oblast Čechy s vinařskými obcemi a dále jednotlivé vinařské podoblasti s vinařskými obcemi. Významným pro tuto fázi práce byl webový portál Vína z Moravy, vína z Čech (2013), na kterém se nacházejí nejen informace o vinařských oblastech v Česku, ale také statistické údaje, situační a výhledové zprávy o víně či informace o vinařské legislativě. Webový portál je spravován Národním vinařským centrem, o.p.s. sídlícím ve Valticích na jižní Moravě a podílejícím se na rozvoji vinařského cestovního ruchu v Česku. V rámci charakteristiky vinařské oblasti Čechy byla provedena analýza dvou strategických rozvojových dokumentů - Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji (2007) a Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015 (2010).

V rámci empirické části bylo zapotřebí terénního šetření. To mělo v první fázi podobu návštěv vinařských akcí různých typů (vinobraní, slavnosti vín či přehlídky vín), jejichž účelem byl jednak vlastní zážitek z účasti, dále možnost navázání kontaktů s účastníky akce, ať již s návštěvníky, tak s vystavujícími vinaři. Většina otázek, které k nim směřovaly, se týkala témat propagace a spolupráce. V další fázi terénního šetření byly provedeny polostrukturované rozhovory se zainteresovanými aktéry v zájmovém území (Mělník, Litoměřice, Most). Otázky se opět týkaly témat spolupráce, propagace a potenciálu rozvoje vinařského cestovního ruchu v obcích. Tito aktéři byli pečlivě vybráni a jednalo se jak o vinaře, provozující svoji činnost ve zkoumaném území, tak o představitele

obcí, o další podnikateli v obcích a v neposlední řadě byly rozhovory vedeny se zástupci institucí, které se podílejí na rozvoji cestovního ruchu v obci a okolí.

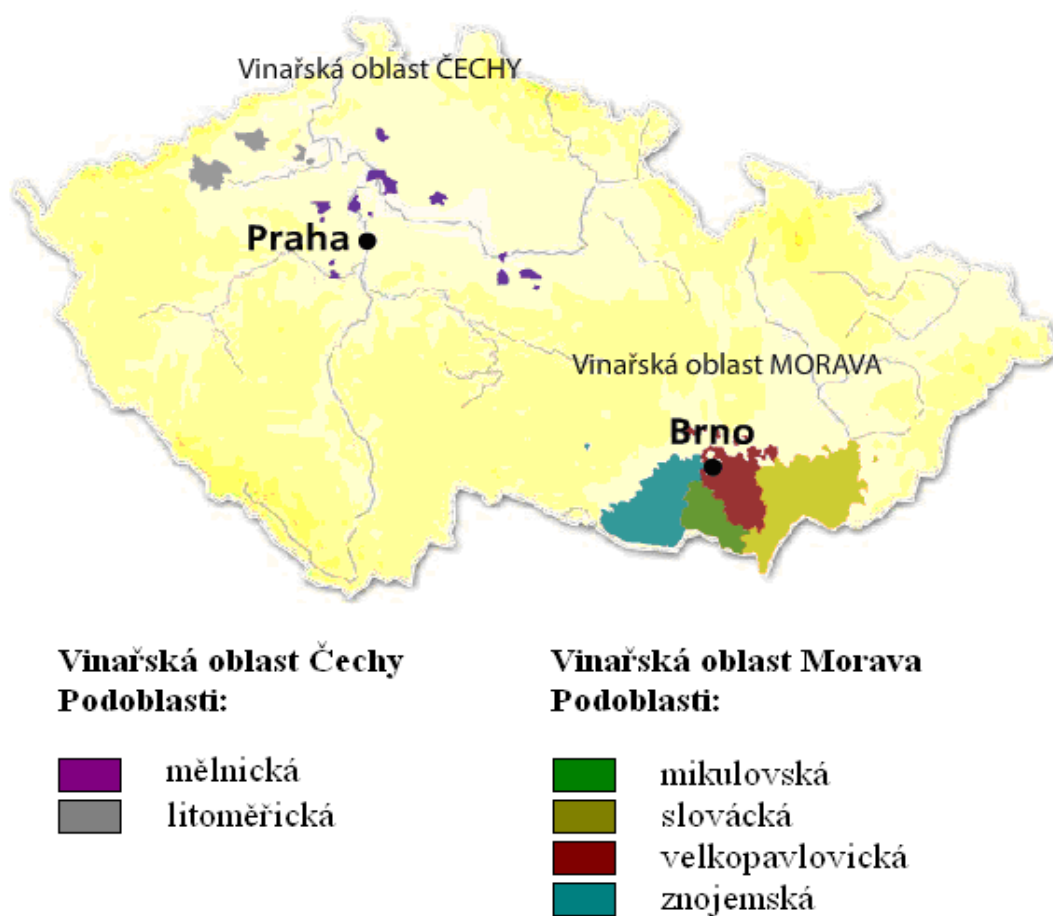
V návaznosti na tuto fázi byla využita metoda SWOT analýzy, která zpřehlednila stávající stav vinařského cestovního ruchu v oblasti Čechy a na jejímž základě byl identifikován rozvojový potenciál tohoto odvětví. Zároveň jsou zmíněny faktory, které by rozvoji mohly bránit či jej ohrozit.

## 4 Empirická část

### 4.1 Vinařské oblasti v Česku

Vinařský prostor v Česku je vymezen „Zákonem o vinohradnictví a vinařství“ č. 321/2004 Sb., který stanovuje dvě pěstitelské oblasti, kterými jsou vinařská oblast Čechy a vinařská oblast Morava (Kunc, Vystoupil, 2005). Tyto oblasti se dále dělí na podoblasti, vinařské obce a viniční tratě. Vinařská oblast Čechy se skládá ze dvou podoblastí: Mělnické (42 vinařských obcí) a Litoměřické (30 obcí). Vinařská oblast Morava se skládá ze čtyř podoblastí: Mikulovské (30 obcí), Slovácké (117 obcí), Velkopavlovické (75 obcí) a Znojemské (90 obcí) (Situační a výhledová zpráva Réva vinná a víno, 2013). Jejich geografické rozložení znázorňuje obr.2.

Obr. 2. Základní dělení vinařského prostoru v Česku



Zdroj: Vína z Moravy, vína z Čech (2013), vlastní úprava



Základní statistické údaje o vinařských oblastech v Česku poskytují následující tabulky (tab. 1, tab. 2). První tabulka (tab. 1) poskytuje základní údaje o vinařských oblastech v Česku a dokumentuje, jak výrazné rozdíly existují mezi vinařskou oblastí Čechy a vinařskou oblastí Morava. Ve všech kategoriích jasně dominuje oblast Moravy. To jí napomáhá i v rozvoji vinařského cestovního ruchu, kde se víno stává centrálním produktem a motivem cestování. Jedná se o specifickou formu cestovního ruchu, která se stává stále populárnější (Vystoupil, Šauer, Holešinská, Kunc, Tonev a Seidenglanz 2011). Již se nejedná pouze o tradiční posezení ve vinném sklípku s degustací. V současnosti se dostává do popředí aktivnější forma cestování za vínem, která propojuje turistiku, ať už pěší či cyklo-, s vinařskou tradicí v podobě vinařských stezek a tras. Subjekty odpovědné za propagaci tohoto regionu v oblasti cestovního ruchu si jsou vědomy atraktivity tohoto odvětví a celá oblast jižní Moravy je v současné době primárně prezentována jako vinařská oblast s možností trávení volného času aktivním způsobem, který je doplněn o dostatečné množství dalších aktivit a atraktivit.

Tab. 1: Vinařské oblasti v Česku – stav k 31. 12. 2012

	Oblast Čechy	Oblast Morava
<b>Počet vinařských podoblastí</b>	2	4
<b>Počet vinařských obcí</b>	72	312
<b>Plocha osázených vinic (v ha)</b>	665	16 647
<b>Počet registrovaných pěstitelů*</b>	162	18 827
<b>Podíl na celkové produkci (v %)</b>	4	96

Zdroj: Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno za rok 2012 (2013), vlastní úprava

Druhá tabulka (tab. 2) poskytuje detailnější pohled na statistické údaje o všech vinařských podoblastech, a tím dokumentuje rozdílnost jak mezi vinařskými oblastmi, tak i jejich dílčími částmi.

\* Počet pěstitelů je uveden včetně pěstitelů, kteří jsou registrováni, ale nemají v současné době osázenou plochu vinic, avšak disponují právy na opětovnou výsadbu. Jeden pěstitel může mít vinice ve více oblastech, nebo podoblastech.

Tab. 2: Vinařské obce, katastrální území a viniční trati v Česku – stav k 31. 12. 2012

Vinařská podoblast	Počet vinařských obcí	Počet katastr. území	Počet viničních tratí	Plocha viničních tratí (ha)	Počet pěstitelů*	Plocha osázených vinic (ha)
<b>Oblast Čechy</b>						
Mělnická	42	53	82	1420	94	350
Litoměřická	30	37	70	1244	51	305
Ostatní					17	10
<b>Celkem Čechy</b>	<b>72</b>	<b>90</b>	<b>152</b>	<b>2664</b>	<b>162</b>	<b>665</b>
<b>Oblast Morava</b>						
Mikulovská	30	33	182	10449	2473	4494
Slovácká	117	132	408	15572	8278	4262
Velkopavlovická	75	80	321	15074	6993	4747
Znojemská	90	105	215	8841	1148	3135
Ostatní					48	9
<b>Celkem Morava</b>	<b>312</b>	<b>350</b>	<b>1126</b>	<b>49936</b>	<b>18827</b>	<b>16647</b>
<b>Celkem ČR</b>	<b>384</b>	<b>440</b>	<b>1278</b>	<b>52600</b>	<b>18988</b>	<b>17312</b>

Zdroj: Situační a výhledová zpráva Réva vinná a víno za rok 2012 (2013), vlastní úprava

V návaznosti na „Zákon o vinohradnictví a vinařství“ č. 321/2004 Sb., existuje vyhláška č. 254/2010 Sb., která stanovuje konkrétní seznam vinařských podoblastí, vinařských obcí a viničních tratí včetně jejich územního vymezení (Portál eAGRI 2013). Tento seznam je obsáhlý a z toho důvodu je v práci uveden jako Příloha 1. Na základě tohoto seznamu a s využitím dat z Portálu farmáře (internetový portál spravovaný Ministerstvem zemědělství), na kterém se nachází největší zemědělský registr půdy, byla vytvořena podrobná mapa vinařské oblasti Čechy (mapa 1) a dvě mapy zobrazující rozmístění vinařských obcí v obou vinařských podoblastech (mapa 2, mapa 3) (viz kap. 4.4). Jako podkladová vrstva byla zvolena vrstva zobrazující administrativní členění ČR na krajské úrovni. Vzhledem ke geografické rozptýlenosti jednotlivých vinařských obcí je možno sledovat jejich přesah z centrálních krajů vinařských oblastí (Středočeský a Ústecký

\* Počet pěstitelů je uveden včetně pěstitelů, kteří jsou registrováni, ale nemají v současné době osázenou plochu vinic, avšak disponují právy na opětovnou výsadbu. Jeden pěstitel může mít vinice ve více oblastech, nebo podoblastech.

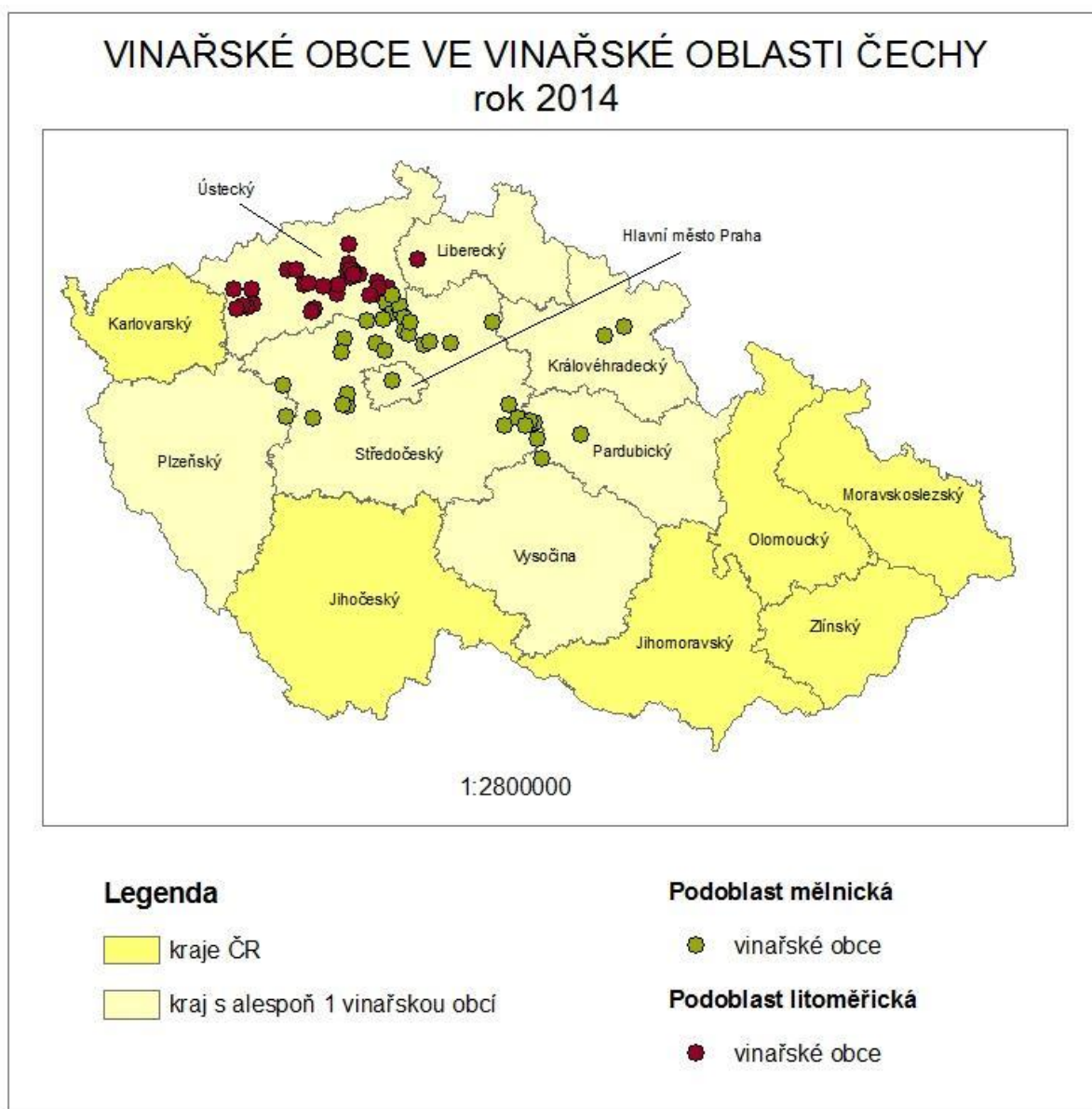
kraj) do krajů okolních (Plzeňský, Liberecký, Královéhradecký, Pardubický, Vysočina a Hl. m. Praha).

Součástí registru půdy je i registr vinic, který obsahuje konkrétní seznam pěstitelů révy vinné ve všech vinařských podoblastech v Česku. Tento registr však není veřejně přístupný. Ani přes snahu získat údaje pro účely diplomové práce, nebylo žádosti vyhověno.

## **4.2 Vinařská oblast Čechy**

Vinařská oblast Čechy se převážně rozprostírá na území Středočeského kraje (vinařská podoblast Mělnická) a Ústeckého kraje (vinařská podoblast Litoměřická), ojediněle se vinařské obce nacházejí i v sousedních krajích (viz mapa 1). Vinařská oblast Čechy, stejně jako vinařská oblast Morava, byla definována zákonem v roce 2004. Jedná se o soubor vinařských podoblastí, které se skládají z jednotlivých vinařských obcí a územně vytyčených viničních tratí. Vinařskými obcemi se rozumí takové obce, na jejichž katastrálním území jsou vysázeny vinohrady (Večeřová 2011). Vinařskou oblast Čechy představují jednotlivé lokality, ve kterých jsou příhodné mikroklimatické podmínky. Tyto lokality se nacházejí na chráněných jižních svazích v nižších nadmořských výškách, většinou podél toků řek Labe, Vltavy, Berounky a Ohře. Mezi větší města, v jejichž okolí se nachází vinice, patří Praha, Mělník, Litoměřice, Most, Louny, Roudnice nad Labem, Kutná Hora ale i například Kuks (Vína z Moravy, vína z Čech 2013).

Mapa 1: Vinařské obce ve vinařské oblasti Čechy v roce 2014



Zdroj: Vyhláška č. 254/2010 Sb. (Portál eAGRI 2013), vlastní úprava

#### 4.2.1 Historický vývoj

Počátky pěstování révy vinné jsou spjaty s šířením křesťanství (Mělník 2013). Legenda praví, že první víno do Čech poslal velkomoravský kníže Svatopluk jako dar knížeti Bořivojovi a jeho ženě Ludmile k oslavě narození jejich syna Spytihněva. Těm moravská vína natolik zachutnala, že v okolí Mělníka nechali vysadit první vinice (Vína z Moravy, vína z Čech 2013). Sv. Ludmila dala založit jednu z prvních vinic nedaleko svého rodiště, hradiště Pšova, dnešního Mělníka (Mělník 2013). Zde se výrobě vína zaučoval i její vnuk sv. Václav. Iniciátorem rozvoje vinařství se stal český král a římský

císař Karel IV. Největšího rozvoje dosáhlo vinařství v Čechách za vlády císaře Rudolfa II., kdy bylo v oblasti kolem 3 500 ha vinic. Právem je středověk považován za zlatý věk českého vinařství, kdy výroba vína a obchod s ním se staly významnou aktivitou bohatých měšťanů. K nejproslulejším vinařským střediskům patřila města Praha, Kutná Hora, Mělník a Litoměřice. Kolaps českého vinařství nastal v období třicetileté války (1618-1648), kdy přibližně polovina vinic zanikla a už nikdy nebyla obnovena (Vína z Moravy, vína z Čech 2013). Na přelomu 20. a 21. století dochází k vinařské renesanci. Restituce vinic a privatizace vedly k obnově rodinných vinařství, dochází k znovuobnovení řady vinic a vinařských tratí, které v minulosti zanikly. Réva vinná se stala rekultivační plodinou pro krajinu na severu Čech, poničenou povrchovou těžbou. Roku 1978 zde vysazena první vinice, Barbora, na výsypce lomu Hrabák v Čepirozích u Mostu. V současnosti se nachází nejvíce vinic v okolí Mělníka, Litoměřic a Mostu (Vína z Moravy, vína z Čech 2013).

#### **4.2.2 Přírodní podmínky**

Vinařská oblast Čechy představuje jednu z nejsevernějších oblastí Evropy, kde se réva vinná pěstuje. Zdejší vinice těží z příhodných mikroklimatických podmínek. Místnímu klimatu napomáhá poloha ve srážkovém stínu Krušných hor a Českého středohoří. Počasí je ovlivňováno jak vpády chladného a vlhkého vzduchu od Atlantického oceánu, tak suchým vzduchem ze Sibíře. Dozrávání hroznů urychlují teplé letní měsíce a svoji roli sehrávají i časté inverze v úzkých skalních údolích řek. Vinaři si na proměnlivé počasí, které zde panuje odjakživa, zvykli a aplikují metodu uchovávání a zrání vína na sudech (Vína z Moravy, vína z Čech 2013).

Geologický podklad je ve vinařské oblasti Čechy velmi rozmanitý. V okolí Prahy tvoří podklad silurské, z části devonské vápence, a ordovické jílovité břidlice s vulkanickou příměsí. Severně od Prahy jsou okrajové sedimenty křídové pánve uloženy jako opuky. V oblasti Litoměřic tvoří podklad turonské slínovce a pískovce s místními výlevy vulkanitů, směrem k Žernosekům jsou fylity a metavulkanity. Okolí Mělníka a Roudnice nad Labem je podklad tvořen sedimenty středního a svrchního turonu. Jsou tu pískovce, slínovce a spraše, na kterých se nachází kvartérní naváté písky a štěrkopískové terasy Labe. Podloží v okolí Mostu je tvořeno hlavně různými druhy vulkanitů, dále terciárními sedimenty mostecké pánve a sprašeni. Severozápadním směrem se nachází fonolity. Východně a jižně od Mostu převládají tefrity, bazanity a nefeliny. Podklad na Kutnohorsku a Čáslavsku je tvořen metamorfovanými krystalickými břidlicemi.

Půdní podloží je rovněž různorodé. Pro mělnickou podoblast jsou, vzhledem ke geologickému podloží, typické spíše lehčí hlinito-písčité půdy, které jsou bohaté na obsah vápníku. Oproti tomu v podoblasti litoměřické převládají tmavé půdy zvětralého čediče (Vína z Moravy, vína z Čech 2013).

### **4.3 Strategické rozvojové dokumenty**

Pro rozvoj území jsou důležité nejrůznější strategické a koncepční dokumenty, jejichž účelem je na základě analýzy současného stavu, zhodnotit možnosti budoucího rozvoje a vytyčit cíle, ke kterým by rozvoj měl směřovat. Tyto dokumenty se mohou týkat různých oblastí či odvětví a mohou být aplikovány na různých úrovních (stát, kraj, mikroregion apod.). V rámci této diplomové práce bude pozornost věnována pouze dvěma koncepčním dokumentů. Jelikož je ústředním tématem práce vinařská oblast Čechy a jak již bylo zmíněno výše, největší koncentrace vinařských obcí se rozkládá na území Středočeského a Ústeckého kraje, v následující podkapitole budou porovnány dva dokumenty – Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji (2007) a Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015 (2010), s důrazem na odvětví vinařského cestovního ruchu.

#### **Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji**

Tento dokument byl vypracován v průběhu roku 2007, skládá se z pěti hlavních částí (analytická část; syntéza; návrhová část – strategie; návrhová část – akční plán; investiční příležitosti), přičemž každá z částí se dělí na další kapitoly a podkapitoly. Analytická část charakterizuje kraj a jeho regiony z pohledu nabídky, poptávky a dalších ukazatelů, které mají vztah k odvětví cestovního ruchu. Je zde odkaz na principy udržitelného rozvoje, se kterými by měla být tvorba nových produktů cestovního ruchu v souladu. Nové národní produkty představují pilíře nového pojetí podpory příjezdového cestovního ruchu, které byly připraveny na základě obecných trendů vývoje cestovního ruchu. Jeden z takovýchto produktů představuje zážitková dovolená (gastronomie, víno, pivo, destiláty, divadlo, festivaly atd.), která je poměrně novým oborem cestovního ruchu. Ten lidem přináší kromě poznání také emocionální vjemy. V Česku se jedná o nový, avšak dynamicky rostoucí trend.

V souvislosti s novými trendy je zmíněna vzrůstající obliba turistických tras s charakteristickým obsahem (tzv. tématických tras). Trasy využívají jak tradic, tak

kulturních či technických památek a nabízejí možnosti prezentovat další zajímavosti destinace, jako je folklór, gastronomie, tradiční výroba i zemědělství. Proč by tedy do budoucna nemohlo v rámci rozvojové koncepce dojít k napojení tématické trasy na víno? V současné době se již takové projekty realizují, o čemž bude v této práci pojednáno později.

Je potřeba mít na vědomí, že konkurence dalších odvětví je velká a potenciál folklórních aktivit pro cestovní ruch je omezený. S tradicí českého vinařství souvisí slavnosti vína – vinobraní konaná v mnoha městech v Čechách (Mělník, Karlštejn, Praha, Litoměřice a další). V podmínkách vinařské oblasti Čechy by právě města měla být centry vinařského cestovního ruchu. K tradičnímu vinobraní se mohou přidat i další vinařské akce. Pokud by města disponovala vhodnými prostory, mohla by se stát i centry kongresové turistiky s vinařskou tematikou.

Syntetická část navazuje na část analytickou a identifikuje a interpretuje její základní výstupy. Vytváří se zde východiska pro formulaci strategie a zároveň dochází i ke kategorizaci území z hlediska potenciálu pro rozvoj cestovního ruchu. Podle této kategorizace má město Mělník velmi vysoký rozvojový potenciál. Navíc, dle Atlasu cestovního ruchu České republiky (2006), představuje historické město s nadregionálním významem. Tato tvrzení jsou dobrými předpoklady pro jeho budoucí rozvoj.

Na syntetickou část navazuje část návrhová – strategie. V jejímž úvodu jsou vyjmenovány oblasti a formy cestovního ruchu, kterým je následně v dokumentu věnován prostor. Jak je z přehledu vidět (obr. 3), vinařský cestovní ruch se mezi nimi nenachází, avšak je zde uvedeno několik forem cestovního ruchu, jejichž součástí by vinařský cestovní ruch mohl být, např. cykloturistika, incentivní cestovní ruch, kongresy a konference, veletržní a výstavní cestovní ruch anebo venkovská turistika.

Obr. 3: Hlavní oblasti a formy cestovního ruchu ve Středočeském kraji

Oblasti cestovního ruchu	Formy cestovního ruchu
1. lázeňství, péče o zdraví a wellness	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ léčebné pobyty</li> <li>➤ ozdravné a wellness pobyty</li> </ul>
2. aktivní/sportovní cestovní ruch	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ paragliding</li> <li>➤ sportovní létání</li> <li>➤ sjezdové lyžování</li> <li>➤ běžecké lyžování</li> <li>➤ cykloturistika</li> <li>➤ pěší turistika</li> <li>➤ hipoturistika a jezdeckví</li> <li>➤ vodní sporty</li> <li>➤ sportovní a rekreační rybaření</li> </ul>
3. poznávací cestovní ruch	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ poznávání historických atraktivit</li> <li>➤ poznávání architektonických atraktivit</li> <li>➤ religiózní cestovní ruch (vč. poznávání sakrálních atraktivit)</li> <li>➤ poutní turistika</li> <li>➤ poznávání přírodních atraktivit</li> <li>➤ poznávání kulturních atraktivit</li> <li>➤ poznávání průmyslových atraktivit a technických zajímavostí (industriální cestovní ruch)</li> </ul>
4. rekreační cestovní ruch	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ rekreace u vodních ploch</li> <li>➤ rekreace v horských a podhorských oblastech</li> <li>➤ příměstská rekreace</li> </ul>
5. profesní cestovní ruch	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ kongresy a konference</li> <li>➤ incentivní cestovní ruch</li> <li>➤ výcvikové a vzdělávací programy</li> <li>➤ obchodně-podnikatelský cestovní ruch</li> <li>➤ veletržní a výstavní cestovní ruch</li> </ul>
6. městský cestovní ruch	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ nákupní cestovní ruch</li> <li>➤ zábavní cestovní ruch</li> </ul>
7. venkovský cestovní ruch	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ venkovská turistika</li> <li>➤ agroturistika</li> <li>➤ eko-agroturistika</li> </ul>

Zdroj: Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji (2007)

Součástí návrhové části – strategie je vize (dlouhodobější výhled) a strategické rozvojové cíle, které jsou konkretizací této vize pro kratší časové období. Jedna z vizí rozvoje cestovního ruchu se opírá o fakt, že Středočeský kraj představuje významnou národní chmelařskou a vinařskou oblast.

V dokumentu je vyjmenováno 5 strategických rozvojových cílů, přičemž za zmínku stojí hlavně ten poslední, pátý. Netýká se sice oblasti vinařského cestovního ruchu, avšak zabývá se jiným tématem, o kterém bylo v práci již pojednáno. Bod č. 5 se zaměřuje na potřebu vytvoření systému řízení cestovního ruchu (destinačního managementu) na území Středočeského kraje. V návaznosti na trendy a poznatky z úspěšných destinací cestovního ruchu je právě dobrá organizace cestovního ruchu (destinační management) základním předpokladem úspěchu. V rámci návrhové části – strategie je formulována i marketingová strategie.

V celém dokumentu se téma vinařství objevuje jen ojediněle, většinou je zapotřebí jej vnímat jako součást venkovského cestovního ruchu. Do budoucna by však mohlo dojít ke spárování dalšími trendy v cestovním ruchu (gastronomický cestovní ruch či tematické



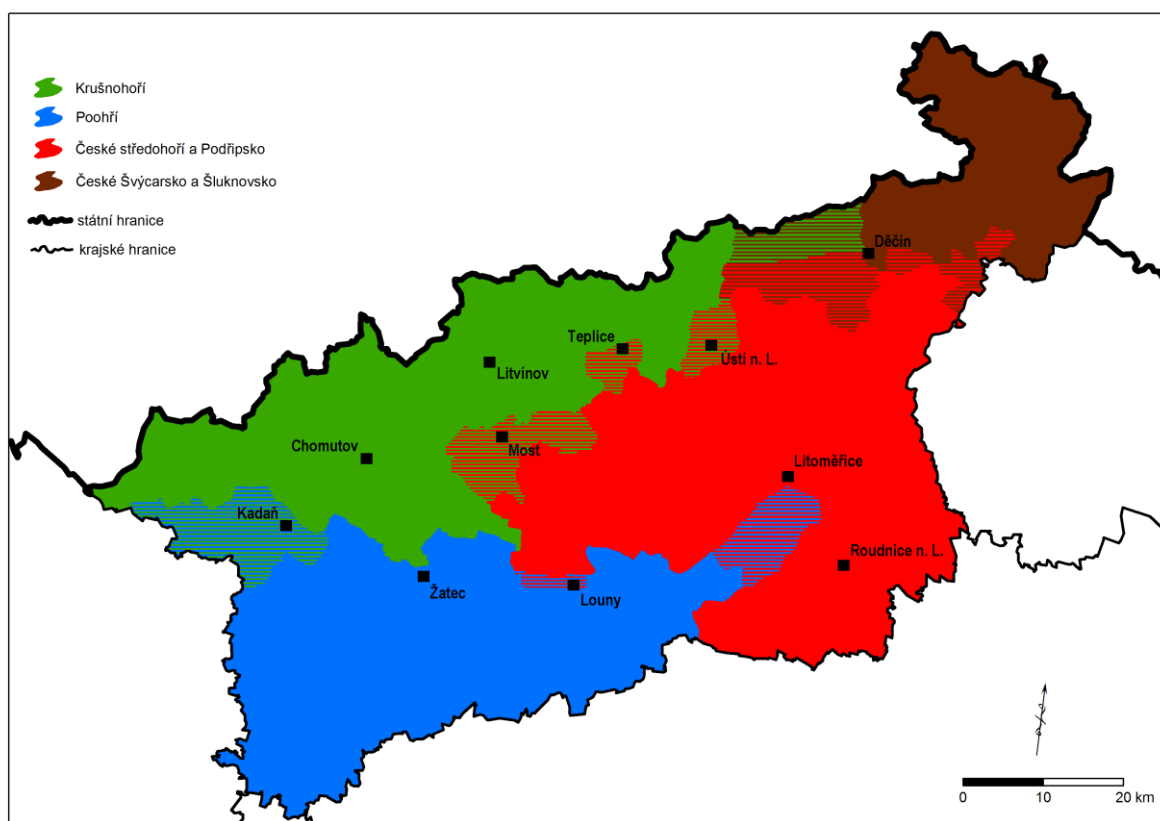
stezky). Pokud bude pozornost zaměřena na město Mělník, ten má navíc předpoklady i pro rozvoj kongresového cestovního ruchu.

### **Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015**

Tento dokument se od předchozího v mnohém odlišuje. Opět budou zmíněny pouze informace vztahující se k vinařskému cestovnímu ruchu. Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje představuje základní koncepční dokument kraje, který rozpracovává nadřazený dokument Program rozvoje Ústeckého kraje. Vznikal v průběhu roku 2009 a lze jej rozdělit jen do dvou částí, které současně představují dva hlavní výstupy. Prvním z nich je marketingový a analytický průzkum, skládající z dílčích částí a analýz. Druhým výstupem je vlastní Strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji, která je rozpracována do dílčích cílů, opatření a návrhů. V úvodu dokumentu je zmíněna role kraje, jehož cílem je tvorba koncepčních a rozvojových dokumentů, realizace podpůrných programů, marketing a prezentace v cestovním ruchu na regionální úrovni včetně tvorby a realizace regionálních produktů cestovního ruchu. Právě regionální (resp. krajská) úroveň je pro koordinaci aktivit v cestovním ruchu základní. Cílem celého dokumentu je najít a specifikovat vhodná řešení a nástroje, které by měl otecký kraj jako subjekt realizovat pro rozvoj cestovního ruchu.

Analytická část se opět skládá z dílčích analýz nabídky, poptávky, organizace a řízení rozvoje cestovního ruchu a dalších. Cílem analýzy je identifikace regionálních rozdílů v předpokladech pro rozvoj cestovního ruchu a jeho jednotlivých forem, které rovněž vykazují regionální rozdíly. Součástí analýzy je přehled vývoje regionalizace Ústeckého kraje, kde stejně jako Mělník byly i Litoměřice vyhodnoceny jako historické město s nadregionálním významem (Atlas cestovního ruchu České republiky 2006). Podstatné je, že pro účely tohoto dokumentu byla provedena vlastní regionalizace kraje z hlediska cestovního ruchu, čímž vznikly 4 turistické regiony (Krušnohoří, Poohří, České středohoří a Podřipsko, České Švýcarsko a Šluknovsko), které na sebe navazují a částečně se i překrývají (obr. 4).

Obr. 4: Turistické regiony v Ústeckém kraji



Zdroj: Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015 (2010)

Pro účely práce je nejdůležitějším regionem České středohoří a Podřipsko. Tento region disponuje relativně nižší vybaveností infrastrukturou, a tím pádem má potenciál především pro poznávací turistiku, ať už přírodní, tak kulturní a historickou. Svoji roli sehrává tradice vinařství, která vytváří relativně příznivé podmínky pro rozvoj gastronomického cestovního ruchu. Potenciálem pro rozvoj tohoto odvětví cestovního ruchu má rovněž region Poohří, který disponuje tradicí chmelařství a výrobou piva.

Na území regionu Krušnohoří se nacházejí města Most a Kadaň, v jejichž okolí se nacházejí vinice, které jsou součástí litoměřické vinařské oblasti. Jejich význam pro vinařskou turistiku je oproti Litoměřicku a Podřipsku malý. Konají se zde tradiční slavnosti vinobraní, více však potenciál vinařství v cestovním ruchu využíván není.

Oproti tomu region České středohoří a Podřipsko má pro rozvoj vinařské turistiky lepší předpoklady. Pro region je pěstování révy vinné typické, a to především na Roudnicku a Žernosecku. I na tomto území, konkrétně v Litoměřicích, Roudnici nad Labem či Velkých Žernosekách, se každoročně konají vinobraní. V dokumentu je zmínka o vinařských stezkách, které zde nejsou značeny, ačkoliv poptávka po takovém produktu

prokazatelně existuje. Jak bude v dále v práci dokázáno, toto tvrzení již není pravdivé. V průběhu let byla vytvořena Litoměřická vinařská stezka, která začíná v Litoměřicích, pokračuje přes Velké a Malé Žernoseky až do Lovosic, odkud se lze dostat zpět do Litoměřic. Stezka představuje jednu trasu v podobě uzavřeného okruhu (Litoměřická vinařská stezka 2012). O této stezce bude detailněji pojednáno v kap. 5.2.3.

V závěru analytické části je prostor věnován i ostatním formám cestovního ruchu v Ústeckém kraji, přičemž je zmíněn i kongresový a konferenční cestovní ruch, pro jehož rozvoj mají dobré předpoklady města Ústí nad Labem, Teplice, Litoměřice, Kadaň a Most (poslední tři města mají vztah k vinařskému cestovnímu ruchu a nabízí se možnost vzájemného provázání těchto dvou forem cestovního ruchu).

Druhá část dokumentu se věnuje návrhu strategie: problémům, vizím a aktivitám. Jedná se o syntézu problémů a vizi rozvoje cestovního ruchu, doplněnou o návrhy priorit a opatření. Vize rozvoje je v tomto případě zpracována podrobněji a obsahuje obecnou představu toho, jakými směry se má strategie rozvoje cestovního ruchu v Ústeckém kraji ubírat. Identifikovány byly 4 hlavní okruhy problémů rozvoje cestovního ruchu, které je potřeba vyřešit. Jedná se o:

- 1) Málo účinný marketing cestovního ruchu
- 2) Nedostatky v politice cestovního ruchu
- 3) Nedostatečný rozsah a kvalita nabídky v cestovním ruchu
- 4) Nízká návštěvnost a nevyhovující skladba návštěvnosti.

Za zmínku v tomto ohledu, stejně jako u rozvojové koncepce Středočeského kraje, stojí bod č. 2, kde jedním z nedostatků je chybějící destinační řízení na úrovni turistických regionů. Na tuto oblast navazuje jedna z následných vizí (Marketing a řízení rozvoje cestovního ruchu), která si klade za cíl, aby se města a obce v horizontu 10ti let stala důležitou součástí řízení cestovního ruchu na regionální úrovni, tzn. budou členy destinačních organizací.

Co se týče další vize, ta se zabývá infrastrukturou cestovního ruchu (nabídkou). V této oblasti je prioritní rozvoj forem cestovního ruchu, kde v případě Českého středohoří a Podřipska se mj. jedná o gastronomický cestovní ruch vázaný na vinařství. Plošně je pak jednou z prioritních forem konferenční cestovní ruch. Tato dvě tvrzení se relativně shodují i s formami cestovního ruchu, které mají potenciál na rozvoj na Mělnicku. Úlohou Ústeckého kraje bude podpora projektů rozvoje cestovního ruchu, avšak v nefinanční podobě. Podpora bude mít charakter zastřešující koordinace, lobbingu a podpory projektů jednáním na národní či jiné úrovni. Mezi projekty, které budou takto podporovány, patří i

gastronomické produkty vázané na vinařství a chmelařství, čímž se tento trend opět dostává do popředí zájmu.

Podobně jako u předchozího dokumentu, i v tomto se příležitostně objeví poznámky o vinařském cestovním ruchu, resp. vinařské turistice. Do budoucna lze předpokládat, že v rámci rozvoje gastronomického cestovního ruchu bude tematika vinařství hlouběji rozpracována, neboť zážitek jako motiv návštěvy destinace je rovněž jedním z trendů v odvětví cestovního ruchu.

#### **4.4 Kategorizace obcí**

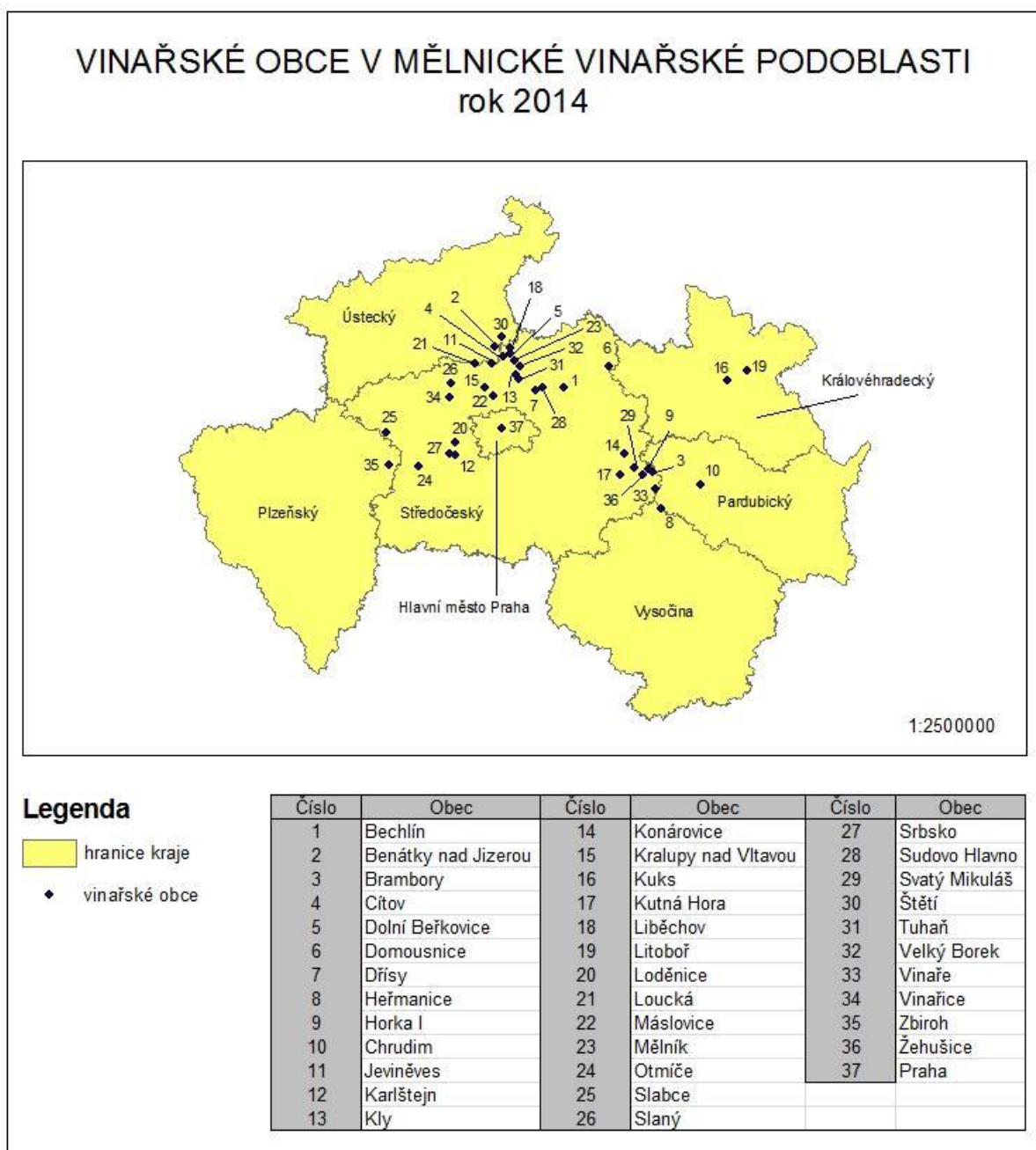
Kunc a Vystoupil (2005) se jako první pokusili o kategorizaci obcí významných pro vinařskou turistiku v Česku. Na základě legislativního uchopení vinařského prostoru provedli vlastní kategorizaci obcí, které mají různý význam pro vinařskou turistiku. Tyto obce rozdělily do tří typů:

- Typ A: S velkým významem pro vinařskou turistiku
- Typ B: S významem pro vinařskou turistiku
- Typ C: S menším významem pro vinařskou turistiku.

V tomto systému jsou určitým specifikem dvě města (Praha a Brno), která byla zařazena mezi vinařské obce typu A. Zařazení Brna nebylo až tak problematické, vzhledem k jeho geografické poloze, kdy je volně napojeno na moravské vinařské podoblasti. Praha byla zařazena mezi typ A, neboť oficiálně patří mezi vinařské obce, ačkoliv vinařský cestovní ruch nepatří mezi prioritní oblasti.

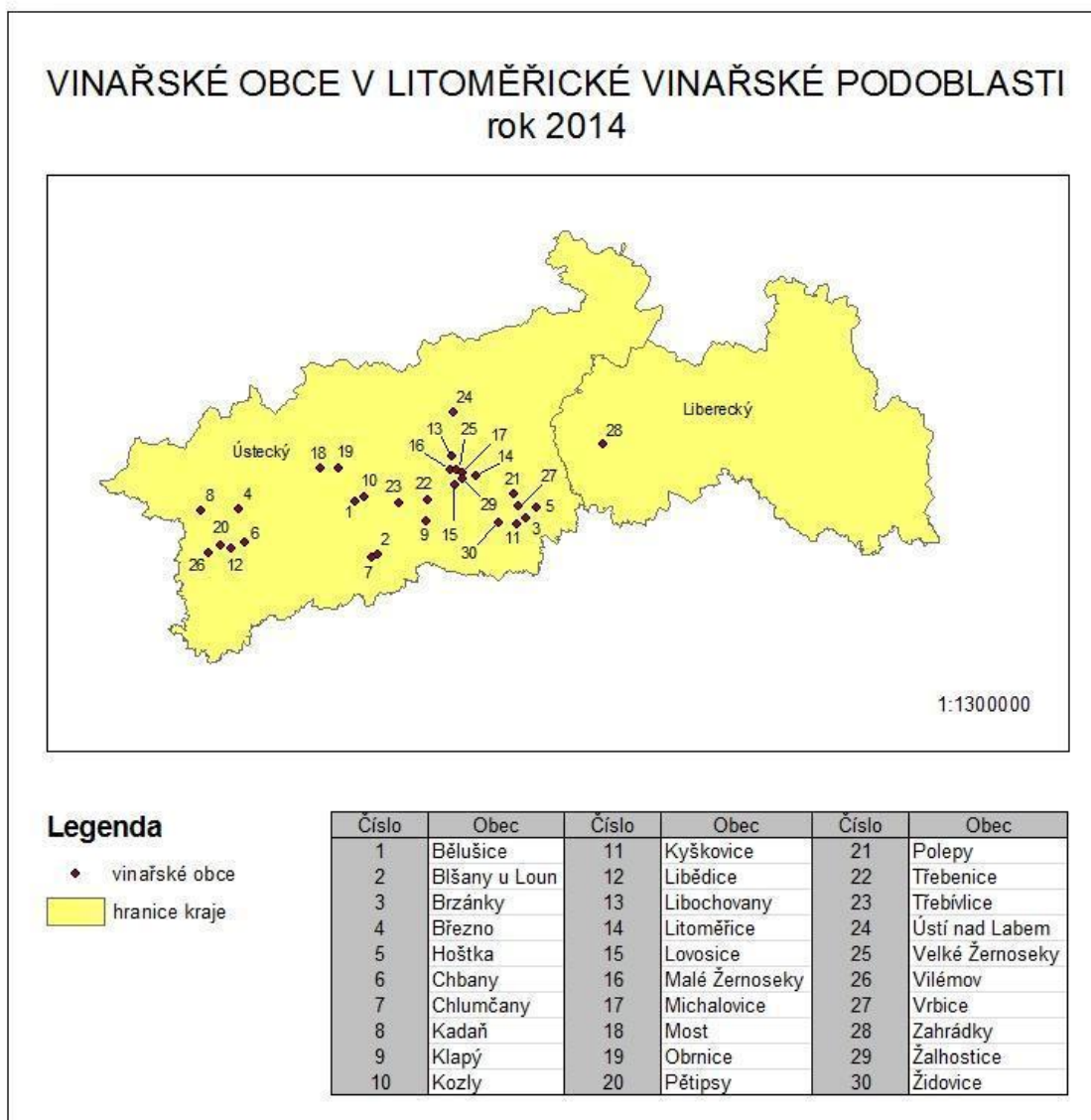
Tato diplomová práce si nekladla za cíl vytvořit vlastní kategorizaci obcí s významem pro vinařský cestovní ruch. Následující mapy (mapa 2, mapa 3) pouze zobrazují rozmístění vinařských obcí v mělnické a litoměřické podoblasti. V tomto případě byla rovněž u Prahy udělena výjimka. V několika městských částech (Praha 1, Praha 2, Praha 6, Praha 9, Praha 12 a Praha-Troja) se nacházejí vinice a jsou zaneseny do seznamu vinařských obcí samostatně. Pro zjednodušení a přehlednost byly všechny tyto obce sloučeny do jedné. Ve výsledku se tedy v mapě č. 2 nenachází 42 vinařských obcí, ale pouze 37.

Mapa 2: Vinařské obce v mělnické vinařské podoblasti v roce 2014



Zdroj: Vyhláška č. 254/2010 Sb. (Portál eAGRI 2013), vlastní úprava 2014

Mapa 3: Vinařské obce v litoměřické vinařské podoblasti v roce 2014



Zdroj: Vyhláška č. 254/2010 Sb. (Portál eAGRI 2013), vlastní úprava 2014

#### 4.5 Vymezení zájmového území

Pro účely této práce byla vybrána tři města, ve kterých došlo k hodnocení současného stavu a perspektiv rozvoje v oblasti vinařského cestovního ruchu. Jedná se o města Mělník, Litoměřice a Most. Mělník a Litoměřice se mohou opřít o dlouhou vinařskou tradici. Jsou centry vinařských podoblastí, pořádají se zde vinařské akce různých typů s různým lokálním, regionálním i nadregionálním významem. Jejich rozvojový potenciál by mohl být aktivován díky zaměření se na vinařský cestovní ruch, čímž by se mohla odlišovat od konkurenceschopných měst v regionu. Město Most bylo vybráno pro

specifičnost okolní krajiny, kde se réva vinná pěstuje na tradičních vinohradech a kde zároveň dochází k jejímu využití jakožto rekultivační plodiny na výsypkách lomů. Druhým důvodem je fakt, že jako jedna ze dvou vinařských obcí v Čechách se umístil na 75. místě v žebříčku 100 největších vinařských obcí v Česku (dle rozlohy osázených vinic). Druhou vinařskou obcí je Mělník, který figuruje na 50. místě (Situační a výhledová zpráva Réva vinná a víno 2013).

## 5 Modelová území

Následující kapitola je věnována empirickému šetření v modelovém území (Mělník, Litoměřice, Most) a shrnutí nejcennějších poznatků. Města Mělník a Litoměřice byla vybrána, neboť disponují vinařskou tradicí a jsou centry vinařských podoblastí. V návaznosti na Atlas cestovního ruchu České republiky (2006) jsou hodnocena jako historická města s nadregionálním významem, což jsou dobré předpoklady pro rozvoj cestovního ruchu. Město Most bylo vybráno pro specifický charakter vinic, které zde donedávna vznikaly na výsypkách lomů. Druhým důvodem výběru je výjimečné postavení Českého vinařství Chrámce, s.r.o., které se jako jediné v Česku specializuje na výrobu košer vín.

V jednotlivých podkapitolách je vždy úvod věnován historii vinařství. Následná struktura se odvíjí od získaných informací a úrovně jejich významnosti.

### 5.1 Mělník

Okresní město Mělník se nachází ve Středočeském kraji asi 30 km severně od Prahy. Leží na soutoku řek Labe a Vltavy. V roce 2011 zde žilo 19 599 obyvatel (Veřejná databáze ČSÚ 2014). Jedná se o královské věnné město, které se v historii proslavilo především pěstováním révy vinné, což je tradice, ke které se v současné době město vrací. Mělník je centrem vinařské podoblasti a po celý rok se zde konají různé akce s vinařskou tematikou.

#### 5.1.1 Historie vinařství

Počátky pěstování révy vinné na Mělnicku jsou spojovány se šířením křesťanství. Dle legendy byla první vinice vysázena na přání kněžny Ludmily, babičky sv. Václava, a to nedaleko jejího rodiště, hradiště Pšova, dnešního Mělníka. Sv. Václav se péčí o vinice následně zabýval a i díky tomu se z něj stal patron vinařů. Další rozvoj vinařství na Mělnicku nastal během vlády Karla IV., který nechal přivézt z Francie ušlechtilé odrůdy révy a rozšířil plochy vinic. V rozšiřování a rozvoji vinařství pokračovali i následující panovníci, a tak v 16. století bylo dosaženo největších ploch vinic v Čechách a na Moravě. Od té doby se střídala období úpadku a prosperity (Mělník 2013).



Pro současný stav vinařství a s ním spojeného cestovního ruchu v Mělníku byl významný konec 20. století. Tou dobou docházelo k privatizaci majetku a majetkovým restitucím, při kterých byl navrácen zámek, společně s vinicemi a vinařstvím, rodu Lobkowiczů. Nemovitosti byly v poměrně špatném stavu a bylo zapotřebí investovat velké množství času a peněz pro jeho obnovu. Té se ujala Bettina Lobkowicz, tou dobou manželka Jiřího Lobkowicz. Po mnoha letech usilovné práce se jí podařilo obnovit vinařskou tradici. Následovalo několik rodinných událostí, které vyústily v rozvod manželů Lobkowiczových. Při majetkovém vyrovnání byl Jiřímu Lobkowicz ponechán zámek s částí vinic (př. Svatoludmilská vinice, která se nachází v bezprostřední blízkosti zámku a je jeho nedílnou součástí). Vinařství, společně se zbylou částí vinic, připadlo Bettině Lobkowicz (Rozhovor se Z. Jansovou, vedoucí odboru školství a kultury, 9. 6. 2014).

### **5.1.2 Nejvýznamnější vinařství v Mělníku**

Bettina Lobkowicz se jako podnikatelský subjekt osamostatnila a v rozvoji vinařství pokračovala. Dnes je se 45 ha vinic největším producentem vína v Mělníku (Lobkowicz vinařství Mělník 2014) a mezi vinaři si vybudovala dobré jméno. Vinařství kromě prodeje vín nabízí i řízené degustace, čímž ovšem účast na vinařském cestovním ruchu končí.

Druhým významným subjektem je Zámek Mělník a vinné sklepy Jiřího Lobkowicze. Zámek je dominantou města a hlavní atraktivitou pro turisty. V jeho okolí se rozkládají vinice, které dotvářejí krajinu a umocňují návštěvníkům zážitek. Právě zážitek je jedním z trendů v cestovním ruchu, který návštěvníci vyhledávají. Důležitým artiklem, který se pojí k tradici vinařství, je víno Ludmila. Jedná se o nejznámější mělnické víno, které se vyrábí v zámeckém vinařství a je stáčeno do originálních lahví, tzv. „kalamářů“ (obr. 5). Právě po tomto produktu je mezi turisty velká poptávka, neboť se u něj může stát pěkný suvenýr z návštěvy města (Kudy z nudy 2014) a je tím doložena jedna ze silných stránek Mělnicka – tradice vinařství.

Obr. 5: Víno Ludmila v typické lahvi



Zdroj: O víně (2009)

V důsledku častých personálních změn, ke kterým v zámeckém vinařství docházelo, nebyla produkována vína velmi kvalitní a je na škodu, že tato vína jsou i nadále plněna do těchto lahví a prodávána pod značkou Ludmilina vína. Tato skutečnost poškozuje pověst nejen zámeckého vinařství, ale veškerého vinařství na Mělnicku (Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014). Bylo by žádoucí, kdyby se toto téma začalo nějakým způsobem řešit, aby tento tradiční produkt nebyl ohrožen. Nejednou se již stalo, že v jedné z místních vinoték si návštěvníci zakoupili Ludmilino víno a po jeho otevření a ochutnání jím byli zklamáni. V některých případech žádali i navrácení peněz (Rozhovor s pracovníkem Vinotéky U Ludmily, 9. 6. 2014). Proto místní provozovatelé vinoték nechtějí Ludmilino víno prodávat, neboť se obávají o své podnikání a dobrou pověst podniku. Veškeré tyto osobní vztahy a kvalita vína mohou mít vliv na marketing a propagaci mělnického vína.

Se zámeckým vinařstvím se pojí i další obavy o rozvoj vinařského cestovního ruchu. Jedná se o Svatoludmilskou vinici, která neodmyslitelně patří k objektu zámku, avšak z podnikatelského hlediska je prodělečná. Jiří Lobkowicz má údajně v úmyslu vinici rozparcelovat a rozprodat (Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014), což by pro vinařskou tradici znamenalo velkou ztrátu.

Třetí a poslední významné vinařství ve městě je Mělnické vinařství Kraus. Po Bettině Lobkowicz a Jiřím Lobkowicz je Kraus posledním vinařem, který se touto činností živí. Ve městě jsou i další drobní vinaři, pro které vinařství představuje pouze hobby, nikoli živobytí (Rozhovor se Z. Jansovou, vedoucí odboru školství a kultury, 9. 6. 2014).

Vinařství Kraus kromě prodeje vín nabízí i řízené degustace vín. Ty se nekonají v sídle firmy, která se nachází v odlehlé části města, nýbrž v jednom z restauračních zařízení v centru města (Rozhovor s technologem firmy, 17. 6. 2014). Vinařství by se rádo více angažovalo v rozvoji vinařského cestovního ruchu. Takovou příležitost mu přináší právě realizovaný projekt Polabskými stezkami za vínem a poznáním, na kterém spolupracují MAS Vyhlídky (Mělník) a MAS Podřipsko (Roudnice nad Labem) (Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014). O celém projektu bude pojednáno později. Pro Mělnické vinařství Kraus participace na projektu znamená, že zpřístupní své vinice ze dvou stran, které se tak nově stanou pro turisty průchozí (Rozhovor s technologem firmy, 17. 6. 2014; Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014).

### **5.1.3 Postoj vinařů a vedení města k vinařskému cestovnímu ruchu**

Postoj vinařů k vinařskému cestovnímu ruchu lze hodnotit vesměs kladně. Většina z nich by se ráda aktivněji zapojila do tohoto specifického odvětví a rozšířila svou turistickou nabídku. Problematickým je neexistující podnět „shora“. Bylo by zapotřebí vytvořit nějaký větší, zastřešující projekt, ke kterému by se vinaři následně přidali. Z jejich perspektivy takováto iniciativa vznikne stěží, neboť mají příliš práce s chodem vinařství. V případě, že by za nimi přišel někdo s připraveným projektem, s největší pravděpodobností by se pokusili zapojit. Další omezení u rozvojových projektů, které si vinaři uvědomují, je jejich investiční náročnost a následná pomalá návratnost (Rozhovor s technologem firmy, 17. 6. 2014).

Postoj vedení města k tomuto odvětví cestovnímu ruchu je rovněž kladný. Představitelé města si uvědomují existující rezervy v oblasti nabídky služeb pro turisty a jejich snahou je tyto nedostatky odstranit, přičemž fenoménu vinařského cestovního ruchu je věnována stále větší pozornost (Rozhovor se Z. Jansovou, vedoucí odboru školství a kultury, 9. 6. 2014). Město hledá už řadu let symbol, se kterým by mohlo být identifikováno. Jičín, například, v tomto ohledu využívá pohádkovou postavu Rumcajse. V minulosti již proběhlo mnoho jednání na toto téma, přičemž se vždy dospělo ke stejnému závěru. Pro město je nejpříhodnějším symbolem víno (Rozhovor s R. Kareisovou, ředitelkou MEKUC, 17. 6. 2014). Vinařství by zároveň mělo tvořit základ cestovního ruchu v Mělníku (Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014), neboť bylo centrem vinařství už od pradávna. Nachází se zde zámek obklopený

vinicemi a existující odkaz na sv. Ludmilu a její víno. Toto všechno jsou atributy, na které by město mělo myslet při své propagaci.

#### 5.1.4 Vinařské akce

V Mělníku se každoročně konají tři velké vinařské akce. Nejvýznamnější z nich je vinařská slavnost vinobraní, kterou pořádá a finančně zajišťuje město Mělník (Rozhovor se Z. Jansovou, vedoucí odboru školství a kultury, 9. 6. 2014). Ohledně organizace akce se pro tento rok město dohodlo a uzavřelo smlouvu s Ing. Radkou Kareisovou, ředitelkou Mělnického kulturního centra, o.p.s. (dále MEKUC), která dále spolupracuje s dalšími aktéry. Aby vinobraní bylo úspěšné, je zapotřebí vytvořit vhodnou koncepci, kterou má na starosti manažer akce. Na tento post byli v minulosti velmi často dosazováni jiní lidé, čímž se koncepce rok od roku měnila. Úkolem Ing. Kareisové je vzít si z různých ročníků jen ty dobré a praktické poznatky, které může využít i letos, a naopak se vyvarovat těm, které byly v předešlých letech nevyhovující.

Tradičním motivem vinobraní je víno, přičemž snahou pořadatelů má být i vytvoření vhodných podmínek pro vinaře. Pro návštěvníky je to příležitost, jak se o víně dozvědět něco více. V posledních letech je možné zaznamenat odklon od tohoto tradičního pojetí vinobraní. Celá akce změnila svůj charakter a v dnešní době připomíná spíše hudební festival, nežli slavnost vína. Z toho důvodu se Ing. Kareisová rozhodla koncepci opět změnit a navrátit se k původnímu motivu – k vínu. Změny se týkají několika oblastí a jsou následně zpřehledněny v tabulce (tab. 3):

- 1) programová náplň – místo punkových hudebních skupin vystoupí folklórní soubory, divadelní soubory a bude připraven program i pro děti s výtvarnými dílnami
- 2) prostor – dříve se scény nacházely až na třech místech (nám. Míru, nám. Karla IV. a v okolí Masarykova kulturního domu). Letos bude vinobraní více koncentrované, a to do prostoru nám. Míru a napojující se Palackého ulice (obr. 6)
- 3) ne/placené zóny – v minulosti se vinobraní dělilo do dvou zón (placenou a neplacenou), přičemž se od sebe programově lišily (víno, řemesla, koncerty hudebních skupin, pouťové atrakce). I letos bude prostor dělen do dvou zón. V centru města se bude nacházet placená zóna určená vínu, řemeslům a vystoupením. Na tuto zónu bude navazovat neplacená zóna, ve které se budou nacházet pouťové atrakce. To je dobré jak pro návštěvníky, kteří si chtějí užít atrakcí, tak pro město, které díky poplatkům za provoz atrakcí získá finanční prostředky.

4) vstupné – v minulosti bylo jen jednotné vstupné, ačkoliv akce trvá tři dny. Letos bude možno si zakoupit i jednodenní vstupné (pátek, sobota či neděle) anebo vstupné na všechny tři dny. Zároveň je zcela zrušeno dětské vstupné (do 140 cm zdarma).

Tab. 3: Změny v koncepci mělnického vinobraní

	<b>předešlé ročníky</b>	<b>ročník 2014</b>
<b>charakter akce (program)</b>	Hudební festival	Návrat k vínu, program pro děti
<b>prostor</b>	Nám. Míru, nám. Karla IV., okolí Masarykova kulturního domu	Nám. Míru a přilehlá Palackého ulice
<b>ne/placené zóny</b>	Placená byla část s hudebními vystoupeními i doprovodnými atrakcemi; neplacená byla vinařská část a řemesla	Placená bude vinařská část; neplacené budou doprovodné atrakce
<b>vstupné</b>	Jednorázové na všechny tři dny, dětské vstupné	Jednodenní i třídenní vstupné, děti do 140 cm zdarma

Zdroj: Rozhovor s R. Kareisovou, ředitelkou MEKUC, 17. 6. 2014, vlastní úprava

Obr. 6: Prostory konání vinobraní v Mělníku



Legenda:

- 1) náměstí Míru
- 2) Palackého ul.
- 3) nám. Karla IV.
- 4) Masarykův kulturní dům

(měřítko 1:6 000)

Zdroj: Mapy. cz (2014), vlastní úprava

Propagační činnost akce je směřována převážně na návštěvníky, kteří nejsou z Mělníka a to z toho důvodu, že místní lidé o existenci akce vědí a zajímají se až o programovou náplň. Důležitější klientela se nachází mimo město a Ing. Kareisová se rozhodla zacílit na Prahu. Jednak chce využít tzv. Citylight, což je prosvětlená reklamní plocha (Vintrová 2008), kterých by mělo být pronajato zhruba 10-15. Dále pak při výjezdu z Prahy by na mělnické vinobraní měly lákat billboardy. V pokročilejší části kampaně chce návštěvníky lákat nejenom na samotnou akci, ale i na další atraktivitu, které se ve městě nacházejí (věž s galerií, mělnické podzemí atd.), což se doposud při propagaci města nedělo. Cílem je propagovat město jako celek. Propagace bude probíhat i na internetu, kdy aktuální informace je možné sledovat na sociální síti [www.facebook.com](http://www.facebook.com). Potřebné informace mohou návštěvníci najít i na oficiálních internetových stránkách [www.vinobranimelnik.cz](http://www.vinobranimelnik.cz), které město spravuje. Mezi klasická média patří tisk a rozhlas. V tomto ohledu se objeví inzeráty v deníku MF Dnes. V rádiovém vysílání bude reklama probíhat na Rádiu Blaník (Rozhovor s R. Kareisovou, ředitelkou MEKUC, 17. 6. 2014).

Vzhledem k odklonu vinobraní od své tradiční formy směrem k moderní, masové hudební akci, vznikly na popud místních vinařů dvě další vinařské akce. Těmi jsou **Mělnický košť** a **Vinná noc**. Jedná se o prezentační akce českých vinařů. Vinobraní se koná koncem září, Mělnický košť počátkem srpna a Vinná noc koncem dubna, díky čemuž jsou akce s vinařskou tematikou rozloženy v průběhu celého roku a pro Mělník je takový počet akcí adekvátní. Pokud by město chtělo pořádát ještě nějakou vinařskou akci, v úvahu

by připadala už jen jedna, která by se konala v listopadu, v období Svatomartinských vín. Jednalo by se spíše o přehlídku „mladých“ vín, neboť na svatomartinská vína je zde brzy. Více akcí by se místní vinaři už účastnit nemohli a to z prostého důvodu, neboť místní produkce vína není tak vysoká (Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014).

Mělnický košt je úspěšnou akcí a v Roudnici nad Labem k němu vznikla paralela, tzv. Roudnický košt. Ten se koná v červnu a prezentují se na něm opět čeští vinaři (Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014). Partnerem této akce je i Místní akční skupina (dále MAS) Podřipsko, která nyní realizuje projekt Putování za vínem a poznáním. Na projektu se podílí společně s MAS Vyhlídky, která působí v Mělníku (Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014).

### **5.1.5 Projekt Putování za vínem a poznáním**

Projekt Putování za vínem a poznáním je jedním z projektů Programu rozvoje venkova Evropské unie. Je to projekt meziregionální spolupráce, na kterém se podílejí vinaři z Mělnicka a Roudnicka (celkem 14 vinařů). Do tohoto projektu byli pozváni i vinaři z litoměřické oblasti, avšak ti účast odmítli. Tím však vzniká šance, že do budoucna by se zapojením mohli souhlasit, čímž by se projekt mohl dále rozvíjet.

Výstupem projektu bude studie, jejíž součástí budou možnosti cestovního ruchu obou regionů (Mělnicka a Roudnicka). Budou navrženy nové trasy a napojeny na stávající infrastrukturu (pěší i cyklo-). V blízkosti těchto tras se budou nacházet jednotlivá vinařství. Studie by měla být zhotovena koncem srpna, kdy kromě historie a současného stavu bude obsahovat i perspektivy budoucího rozvoje.

V současné době jsou již trasy navrženy a za pomoci Klubu českých turistů dochází k jejich značení. Zároveň má dojít k vybudování zázemí pro turisty, v blízkosti cest budou umístěny informační tabule, které budou přinášet zajímavosti o oblasti a vinařské tradici, zároveň budou odkazovat na konkrétní vinaře, kteří jsou do projektu zapojeni. V provozu by měl být i internetový portál s interaktivní mapou, na kterém si turisté mohou naplánovat svoji trasu a zjistit, co v jejím průběhu mohou vidět a jakého vinaře mohou navštívit (Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014). Vinařské stezky jsou moderní a populární produkt ve vinařské oblasti Morava. V Čechách se jedná o ojedinělý případ, přičemž do dnešních dní funguje zatím jen jedna vinařská stezka, a to na Kutnohorsku.

Projekt vypadá slibně, avšak objevují se i skeptické pohledy na jeho úspěch. V

minulosti již takovýto záměr existoval, ale nesetkal se zájmem vinařů. Hlavním důvodem neúspěchu byla neochota vinařů být návštěvníkům téměř neustále k dispozici. Další úskalí, které se dostává jako téma do popředí i na Moravě, je konzumace alkoholu v kombinaci s jízdou na kole, což je v rozporu se Zákonem č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích (Zákon o silničním provozu 2012). Jelikož plánovaná trasa má být poměrně dlouhá, turisté se jízdě na kole nevyhnou (Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014). Lze argumentovat, že ve vinařství bude docházet pouze k degustacím vzorků, které by se na dovednostech cyklisty neměly výrazněji projevit. Je tedy otázkou, do jaké míry bude projekt nakonec úspěšný.

### **5.1.6 Význam destinační agentury a rozvojových koncepcí**

Při rozhovoru s referentkou MAS Vyhlídky, o.s. byl zmíněn význam existence destinační agentury (dále DA) v oblasti. Na Roudnicku a Litoměřicku působí destinační agentura České středohoří. Ta údajně spolupracuje či poskytuje materiály MAS Podřipsko (Rozhovor s referentkou DA České středohoří, 25. 6. 2014) . Oproti tomu na Mělnicku takováto agentura chybí a v oblasti rozvoje cestovního ruchu je to znatelné. Druhým nedostatkem v oblasti je chybějící rozvojová koncepce (Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014).

V současné době se ale jako téma dostává do popředí potřeba koncepce kultury. Je zde velký zájem členů rady města, vstřícný přístup starosty města a kulturní politika se začíná aktivně vytvářet (Rozhovor s R. Kareisovou, ředitelkou MEKUC, 17. 6. 2014). Dále se, v rámci Svazu měst a obcí, na úrovni Správního obvodu obce s rozšířenou působností Mělník, začíná rozvíjet projekt zabývající se systémovým řízením rozvoje v oblasti cestovního ruchu. Výsledkem by měla být jednotná rozvojová koncepce, která zde doposud chyběla. Projekt s touto tematikou MAS Vyhlídky, o.s. vítá, neboť v jeho důsledku bude rozvoj koordinován a bude mít konkrétní cíl (Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014).

### **5.1.7 Regionální muzeum Mělník**

Důležitou institucí pro vinařský cestovní ruch v Mělníku je zdejší Regionální muzeum, které se specializuje na historii vinařství v oblasti Čechy a je velmi aktivním subjektem. Jak už bylo zmíněno dříve, právě vinařství by mělo tvořit základ cestovního



ruchu v Mělníku. Je potřeba mít na vědomí, že zde existují limitující faktory, které rozvojový potenciál zpomalují. Jedním z takových faktorů jsou nevyhovující či nedostatečné prostory pro pořádání větších akcí. Dalším typem limitů mohou být ty územní, které se projevují na malém množství produkce vína, kdy vinaři nejsou schopni se účastnit více než čtyřech či pěti akcí za rok.

V prostorách muzea se nachází kavárna, kde je možno ochutnat vzorky z produkce českých vinařů, případně si vína zakoupit. Kavárna je otevřena celoročně a degustace je umožněna i pro jednotlivce. V objektu muzea se nachází i vinný sklep, ve kterém se pořádají degustace skupinové. Návštěvníci mají na výběr česká vína, přičemž mělnické je pouze jedno.

Společně s Cechem vinařů pořádá muzeum Zemskou soutěž českou, která se koná během vinobraní. Muzeum se snaží podílet i na dalších akcích, pokud je nějakým subjektem osloveno. Tyto akce většinou bývají prodělečné, avšak pro muzeum představují důležitou formu propagace.

V nedávné minulosti se z města stalo centrum kongresové turistiky, když se zde konaly dvě vinařské konference. Konference bylo možné realizovat za pomoci finančních prostředků z Vinařského fondu, avšak jejich uskutečnění představuje možnost, jakým směrem by se budoucí směr rozvoje vinařského cestovního ruchu mohl ubírat.

Hlavní výstupy Muzea musí směřovat k turistům, neboť na jejich návštěvnosti je jeho fungování závislé. V tomto ohledu je konkurenčním subjektem mělnický zámek, který je dominantou města a jehož součástí je i vinařství. Zájezdy turistů, které do města přijíždějí, většinou směřují právě do zámku. V tomto ohledu by bylo zapotřebí více zapracovat na propagaci muzea a zviditelnit jeho nabídku, kterou by zámek mohl konkurovat.

Závěrečná tabulka (tab. 4) zřehledňuje seznam subjektů a jejich nabídku produktů z pohledu vinařského cestovního ruchu.

Tab. 4: Vinařství v Mělníku a jejich nabídka produktů VCR

Subjekt	Nabídka
Lobkowicz vinařství Mělník	prodej vín; degustace vín ve vinném domečku
Zámek Mělník a vinné sklepy Jiřího Lobkowicze	zámecká enotéka s degustací vín a možností občerstvení
Mělnické vinařství Kraus	prodej vín; snoubení vín a jídel; degustace vín (v centru města); zákaznické etikety (reklama, dárek...) + účast na projektu Putování za vínem a poznáním (zpřístupnění vinice)
Regionální muzeum Mělník	degustace vín pro skupiny ve vinném sklepě; degustace vín pro jednotlivce v muzejní kavárně

Zdroj: internetové stránky jednotlivých subjektů, vlastní úprava

## 5.2 Litoměřice

Město Litoměřice jsou okresním městem ležícím na soutoku Labe a Ohře v oblasti Českého středohoří, nacházejícím se v severních Čechách, konkrétně v Ústeckém kraji. V roce 2011 zde žilo 24 098 obyvatel (Veřejná databáze ČSÚ 2014), avšak díky městům ležícím v blízkém okolí (Terezín, Lovosice a Bohušovice nad Ohří), dohromady tvoří aglomeraci čítající skoro 40 000 obyvatel. Jedná se o královské město, které svůj status získalo mezi lety 1219-1228. v němž se nachází historické centrum, které se roku 1950 stalo památkovou rezervací. Ve městě sídlí biskupství litoměřické diecéze, ke kterému se také vztahuje fenomén vinařského cestovního ruchu.

### 5.2.1 Historie vinařství

Z historického hlediska jsou Litoměřice spojeny s tradicí vinařství už téměř tisíc let. Původní opevněné sídlo, raně středověký hrad, bylo zaznamenáno kronikářem Kosmasem k 31. květnu 993. První písemná zmínka o vinohradnictví se nachází v darovací listině Svytlahy II. z roku 1057, která hovoří o nadaci kolegiálnímu kostelu sv. Štěpána v Litoměřicích a zmiňuje darování vinic i s vinaři (Litoměřická vinařská stezka 2012). To podporuje tvrzení o dlouhé vinařské tradici. Další šíření pěstování révy vinné souviselo s vytvářením církevních institucí. Významným milníkem v historii pro rozvoj vinařství se stal rok 1359, kdy litoměřičtí měšťané dostali od krále Karla IV. vrch Radobýl s okolními svahy pro zakládání nových vinic (Litoměřická vinařská stezka 2012). Do současnosti se k postavě krále Karla IV. Litoměřice vracejí například při pořádání vinobraní. V době vlády Jiřího z Poděbrad zachvátil město a okolí velký požár, který způsobil velké škody i na vinicích. Za vlády stejného panovníka došlo k obnově a nové výsadbě vinic, čímž byla tradice vinařství znovu obnovena. Za vlády císaře Rudolfa II. pak došlo k největšímu rozsahu vinic v oblasti, když v jejich katastru bylo 400 ha vinic a z Litoměřic se stalo druhé největší vinařské město v Čechách, kdy prvenství patřilo Praze (Svatostánek českého vinařství 2009). Pro rozvoj vinařství v oblasti bylo také důležité vyhloubení rozměrných vinných sklepů v Žernosekách řádem cisterciáků v roce 1251 a založení vinic v údolí při vstupu Labe do Českého středohoří skalní průrvou zvanou Česká Brána (Porta Bohemica), ze které se stala atraktivita cestovního ruchu (Vína z Moravy, vína z Čech 2013).

Litoměřická vinařská podoblast zahrnuje mj. vinařské obce Most, Velké a Malé Žernoseky, Třebívlice, Lovosice, Žalhostice, Roudnici nad Labem a v neposlední řadě Litoměřice (viz Příloha 2). Pro vinařský cestovní ruch v Litoměřicích jsou kromě místních vinařství významná i vinařství nacházející se ve Velkých a Malých Žernosekách (atraktivní okolí Porta Bohemica), které jsou od centra Litoměřic vzdáleny zhruba 6,5 km (Mapy. cz 2014) a je zde dobrá dopravní dostupnost, což je pro rozvoj tohoto odvětví cestovního ruchu velmi příznivé.

Vinařský cestovní ruch v oblasti se dá rozdělit na dvě části. První část bude věnována akcím, slavnostem a festivalům s tematikou vinařství, které jsou dynamickými prvky tohoto odvětví a odehrávají se přímo ve městě. Druhá část je věnována litoměřickému okolí, kde vinařský cestovní ruch může nejčastěji nabývat podob vinařských stezek či výletů do vinařství.

## 5.2.2 Vinařský cestovní ruch v Litoměřicích

Město Litoměřice si pro oblast cestovního ruchu zřídilo příspěvkovou organizaci s názvem Centrum cestovního ruchu Litoměřice, která je provozovatelem Informačního centra a Gotického hradu. Druhou významnou příspěvkovou organizací, kterou město zřídilo, jsou Městská kulturní zařízení v Litoměřicích, která mají na starosti program kina, divadla a kulturního domu. Mezi jejich nejvýznamnější kompetenci, z hlediska vinařského cestovního ruchu, je organizace slavnosti vinobraní, která se každoročně koná v září. Třetím subjektem, který se podílí na podpoře a propagaci Litoměřic a okolí, je destinační agentura České středohoří.

### Vinobraní

Bezpochyby nejvýznamnější vinařskou akcí, která se ve městě koná, je slavnost vinobraní. Ta v posledních letech nabývá na popularitě a rok od roku rozšiřuje svoji nabídku, čímž láká do města stále více návštěvníků. Podobně jako v Mělníku se svojí formou odklání od tradičního komorního pojetí, kde ústředním tématem je víno, a svým charakterem se podobá hudebnímu festivalu (Rozhovor s L. Gottwaldovou, vedoucí střediska Gotického hradu, 25. 6. 2014). Pro rozvoj vinařského cestovního ruchu je to na jednu stranu přínosem, na druhou stranu to přináší i svá úskalí. Hudebních festivalů se přes léto koná velká spousta. Oproti tomu vinařských akcí, obzvláště v Litoměřicích a ve vinařské oblasti Čechy, je v průběhu roku minimum a představují ojedinělou příležitost, kdy mohou vinaři svá vína prezentovat širší veřejnosti. V tomto ohledu by bylo žádoucí, kdyby i vinobraní v Litoměřicích postupně změnilo svoji koncepci a navrátilo se k tradici vína, aby cílem byla prezentace místních vín.

Organizace vinobraní spadá do kompetence Městských kulturních zařízení, přičemž je zapotřebí spolupráce i s dalšími subjekty. Důležitým aktérem v tomto ohledu je Centrum cestovního ruchu Litoměřice, konkrétně zástupci Gotického hradu, a to vzhledem k tomu, že každoročně probíhá autentický průvod císaře Karla IV., který svou cestu vždy zahajuje na nádvoří Gotického hradu (Rozhovor s M. Vondrákovou, marketingová manažerka Centra cestovního ruchu Litoměřice, 25. 6. 2014). V tomto ohledu je zapotřebí jistá míra spolupráce a koordinace, která by se měla do budoucna prohlubovat, vzhledem k rozvoji vinařského cestovního ruchu.

K fenoménu vinobraní je nutno podotknout, že Litoměřice nejsou jediným městem, ve kterém se tato slavnost odehrává. Jak již bylo zmíněno dříve, vinobraní se koná i

v Mělníku. V okolí Litoměřic se tato slavnost koná i ve Velkých Žernosekách. Z předešlých ročníků vyplývá, že vinobraní v Litoměřicích a Mělníku se konalo ve stejném termínu (Svatostánek českého vinařství 2009). V tomto ohledu by nebylo na škodu, kdyby města spolu spolupracovala a dohodla se na pořádání akcí v různých termínech. Na jednu stranu by se snížila konkurence, neboť by se návštěvník nemusel rozhodovat, zda se účastní vinobraní v Litoměřicích či Mělníku. Na druhou stranu, pokud by se vinobraní konala v různých termínech, konkurence by se zvýšila, neboť návštěvníkovi by se naskytl příležitost zúčastnit se obou akcí, které by následně mohl mezi sebou porovnat. V případě zpětné vazby by se organizátoři akce mohli dozvědět, v jakých ohledech byla akce úspěšná a naopak, v čem byly její nedostatky.

### **Objekt Gotického hradu**

Gotický hrad byl mezi lety 2006-2011 rekonstruován a následně slavnostně otevřen 4. března 2011. Hrad je dominantou města, nachází se přímo v jeho historickém jádru. Pro rozvoj vinařského cestovního ruchu je vhodné, že zde sídlí Centrum cestovního ruchu Litoměřice, které má připravenou velmi komplexní rozvojovou strategii, ve které je velká pozornost věnována fenoménu vinařství, neboť jejím cílem je z hradu vytvořit Svatostánek českého vinařství (Svatostánek českého vinařství 2009). K tomuto projektu existuje marketingová studie, která předkládá možnosti rozvoje vinařské turistiky v Litoměřicích. Některé z bodů tohoto návrhu však není možné realizovat vzhledem k jejich finanční náročnosti (Rozhovor s L. Gottwaldovou, vedoucí střediska Gotického hradu, 1. 8. 2014).

V současné době se v budově hradu nachází moderní expozice, která je turistickou atrakcí nejen pro milovníky dobrého vína. **Expozice je věnována českému vinařství** a nese název Cesta za vínem. Přináší průřez vinařstvím od dávné historie, zahrnující i Řecko a Řím, přes středověk, novověk až po vinohradnictví 20. a 21. století. Umožňuje poznat téma vinařství v Čechách z mnoha úhlů pohledů a zajímavou formou seznamuje s rozvojem vinařství v dobových souvislostech, které každé téma provází. Návštěvníci se seznámí s výrobními zařízeními jako je lis, mlýnek, apod. Důležité je, že jsou zde využity interaktivní prostředky pro prezentaci, audiovizuální hry a projekce, mechanické 3D modely a funkční předměty. Toto interaktivní pojetí expozice je pro návštěvníky velmi zajímavé a představuje odlišné uchopení, kdy pohled do historie nemá podobu skanzenu (protiváha k Regionálnímu muzeu vinařství v Mělníku), ale přináší návštěvníkovi různé formy prezentace a interakce, kdy má možnosti si sám vyzkoušet některé z předmětů a nástrojů. Závěrečná část výstavy seznamuje s vinařskými oblastmi v Čechách a

návštěvníkovi je umožněno ochutnat i vzorky z regionální vinařské produkce (Břeňová 2013). Je zřejmé, že Centrum cestovního ruchu Litoměřice se při plánování této expozice inspirovalo i nabídkou v okolních městech. Tímto pojetím se snaží turistickou nabídku doplnit a rozšířit, nikoli ostatním subjektům konkurovat.

Další místností, která se v budově Gotického hradu nachází, je **degustační místnost**, která je jednou z nejhezčích částí historického objektu. Má ojedinělý interiér a je vybavena moderními technologiemi. Řízené degustace se těší čím dál větší oblibě, proto je vhodné si místa rezervovat. Je umožněn pronájem celé degustační. Degustace s odborným výkladem trvají zhruba dvě hodiny, během nichž mohou účastníci ochutnat přibližně patnáct vzorků vín, především z českých oblastí, což představuje podporu místním vinařům. V těsné blízkosti této místnosti se pak nachází **Hradní vinárna**, která je nedílnou součástí Gotického hradu a která nabízí v létě i příjemné posezení na předzahrádce. V létě se konají dvě netradiční řízené degustace, neboť se odehrávají na malém nádvoří, které je součástí hradního komplexu.

V objektu Gotického hradu lze také nalézt **konferenční sál**. Jeho primárním účelem bylo zvýšit povědomí o Litoměřicích i jako o centru kongresové turistiky. Je zde atraktivní interiér, který umožňuje pořádání kongresů, konferencí, veletrhů, výstav, firemních akcí, banketů, koncertů, ale i svatebních obřadů či módních přehlídek. Centrum cestovního ruchu zde pořádá i plesy, a co je z hlediska vinařského cestovního ruchu důležité, že jednou do roka se koná i vinařský ples, který je doplněn širokou nabídkou vín, která jsou účastníkům servírována.

Konferenční sál má kapacitu zhruba pro 180 osob, avšak pokud by taková to kapacita nebyla pro plánovanou akci dostatečná, lze ji rozšířit díky službám sousedního **domu kultury** s kapacitou sálu 660 míst. Hrad je s kulturním domem propojen a například během akce Vinařské Litoměřice (soutěž a výstava vín), která se koná v dubnu, umožňuje toto spojení vzniknout jednomu komplexnímu svatostánku vinařství. Organizátorem akce Vinařské Litoměřice není žádný subjekt působící v Litoměřicích, nýbrž Ortopedické centrum s.r.o., které sídlí v Ústí nad Labem. Hlavním jednatelem společnosti je MUDr. Pavel Kacerovský, který akci pořádá z vlastní iniciativy (Rozhovor s M. Vondrákovou, marketingová manažerka Centra cestovního ruchu Litoměřice, 25. 6. 2014). Vzhledem k tomu, že se jednalo již o dvanáctý ročník akce, lze usuzovat, že Vinařské Litoměřice se těší oblibě jak u odborníků z vinařského prostředí, tak i u návštěvníků z řad široké veřejnosti, kteří mají k vínu vztah a jsou ochotni za ním vycestovat.

V objektu se nachází i **vinný sklep s vinotékou**, kde je umístěna prodejní galerie lahvových vín. Vína jsou opět z produkce českých vinařů. Centrum cestovního ruchu se snaží vycházet vstříc veřejnosti i tím, že lidem umožňuje skladovat v jejich vzácná vína v těchto sklepech, kde jsou pro to optimální podmínky.

Jak bylo již zmíněno výše, Centrum cestovního ruchu Litoměřice má připravenou rozvojovou strategii. Jedná se o projekt Svatostánku českého vinařství, ve kterém se skloubí veškeré výše popsané akce a atraktivity v objektu Gotického hradu. Tím však tento projekt nekončí, neboť se snaží pracovat s rozvojem cestovního ruchu v širších souvislostech. V marketingové studii jsou popsány obecné i specifické cíle projektového záměru Svatostánku, kde stěžejním byla rekonstrukce gotického hradu. Výčet cílů je zpřehledněn v následujících tabulkách (tab. 5, tab. 6) a je doplněn o informace získané v průběhu terénního šetření.

Tab. 5: Obecné cíle projektového záměru Svatostánku českého vinařství

Obecné cíle	Komentář
Vznikne nový produkt CR s nadregionálním významem.	Ano. Predispozice k takovému postavení město má. V Atlasu CR ČR (2006) jsou Litoměřice hodnoceny jako historické město s nadregionálním významem.
Zvýší se podíl Litoměřic na CR v ČR	Ano, za předpokladu, že zde CR skutečně začne generovat zisky.
Pro rozvoj turistického ruchu bude využívání historického, přírodního a kulturního bohatství regionu.	V dnešní době je takovýto rozvoj žádoucí a navazuje na trend udržitelného rozvoje regionu.
Zvýšení turistického ruchu bude doprovázeno zvýšením odbytu regionálních vinařů, výrobců potravinářských specialit a ubytovacích služeb	V tomto ohledu je zapotřebí zapracovat na větší propagaci regionální produktů. Co se týče ubytovacích služeb, je tento cíl diskutabilní. Kvantita je nedostačující a kvalita neodpovídá cenovým poměrům.

Zdroj: Svatostánek českého vinařství (2009), vlastní úprava

Tab. 6: Specifické cíle projektového záměru Svatostánku českého vinařství

Specifické cíle	Komentář
Nové aktivity v centru města přinesou zvýšení CR	Tímto cílem se rozšíří turistická nabídka a pokud bude po aktivitách dostatečná poptávka, je pravděpodobné, že k naplnění cíle dojde. Zároveň je potřeba mít na vědomí, že rozšíření aktivit v centru bude mít za následek i zvýšení životní úrovně místních obyvatel.
Zvýší se počet návštěvníků města	V případě, že nové atraktivita budou vhodně propagovány, lze s tímto tvrzením souhlasit. Propagaci je potřeba zacílit na vhodnou skupinu návštěvníků.
Zlepší se turistická infrastruktura města	Pokud dojde k generaci zisku z CR, bylo by vhodné tyto prostředky dále investovat, a to do rozvoje infrastruktury města. Vedení města by však mohlo část svých finančních prostředků investovat do zlepšení infrastruktury i před očekávaným rozvojem. Důvodem je dobrá image města, do kterého návštěvníci zavítají a pokud se jim zde líbí, mohou sem zavítat znovu.
Bude zachována a dále rozvíjena vinařská tradice města a jeho okolí	Pro město je to vhodný směr, kterým by se mělo rozvíjet. Vinařský cestovní ruch se jako forma CR stává populární a v oblasti Čechy není mnoho konkurenčních subjektů.
Zlepší se propagace regionu v ČR a zahraničí	Zpracovat na propagaci regionu by bylo žádoucí, a to nejen vzhledem k rozvojovému záměru, nýbrž celkově. Ústecký kraj se dlouhodobě potýká s problematikou špatného povědomí v zahraničí.
Zvýšení příjmů z CR i pro soukromé podnikatele (prodloužení průměrné délky pobytu návštěvníků, prodloužení turistické sezóny)	Sezónnost je jednou z nejslabších stránek vinařského cestovního ruchu. K prodloužení sezóny by mohly posloužit další akce s vinařskou tematikou, které by se konaly v průběhu celého roku. V případě dobré dopravní dostupnosti atraktivit v okolí by mohlo dojít i k prodloužení průměrné délky pobytu návštěvníků.

Zdroj: Svatostánek českého vinařství (2009), vlastní úprava



V marketingové studii je pojednáno o speciálním pod-projektu, který nese název Kraj českého vína. Účelem je propagace regionu českého vína s centrem v Litoměřicích, kde se křižují jednotlivé vinařské trasy. Projekt nabídne turistům potřebné možnosti pro vícedenní pobyt v regionu. Tímto regionem je míněno spojení Litoměřice – Mělník – Ústí nad Labem – Most v návaznosti na Prahu. Součástí regionu budou vinařská města a obce, trasy mezi nimi a přilehlá místa s turistickým potenciálem. Cílem projektu je prodloužení délky pobyt návštěvníků, kteří by v „Kraji českého vína“ měli strávit 3-7 dní. Přínosem tohoto projektu je sjednocení již existujícího potenciálu vinařské turistiky, nabídky turistických služeb a turistické atraktivity regionu pod jednou značkou a nabídne jejich ucelenou propagaci (Svatostánek českého vinařství 2009). Tento pod-projekt je součástí marketingové studie, jejímž účelem bylo zmapování příležitostí pro rozvoj vinařského cestovního ruchu. Ačkoliv se pod-projekt pro rozvoj tohoto specifického odvětví cestovního ruchu jeví jako vhodný, byl pouze jedním z možných rozvojových návrhů a do dnešních dní realizován nebyl (Rozhovor s L. Gottwaldovou, vedoucí střediska Gotického hradu, 1. 8. 2014).

Pro rozvoj Litoměřic a celého regionu je důležité zmapovat turistické atraktivity jejich okolí, které se rozkládají víceméně do čtyř hlavních proudů (tab. 7).

Tab. 7: Hlavní proudy atraktivity v okolí Litoměřic

Směr	Atraktivity
Po proudu Labe směrem na Ústí nad Labem	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Porta Bohemica</li> <li>- vinařské obce Velké a Malé Žernoseky, spojené přívozem</li> </ul>
Proti proudu Labe	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zámek Ploskovice</li> <li>- Mělník s historickým jádrem a vinařskou tradicí</li> </ul>
Proti proudu řeky Ohře směrem na Louny	<ul style="list-style-type: none"> <li>- pevnostní město Terezín</li> <li>- historická města Doksany (klášter) a Buryně nad Ohří (tvrz)</li> </ul>
Západní směr	<ul style="list-style-type: none"> <li>- CHKO České středohoří (vrcholy Lovoš a Milešovka)</li> <li>- Třebenice a Třebívlice (víno, české granáty)</li> <li>- Most (město dromů)</li> </ul>

Zdroj: Svatostánek českého vinařství (2009), vlastní úprava

### 5.2.3 Vinařské stezky

Centrální stezka, která prochází litoměřickou oblastí, je tzv. Labská stezka. Ta se vine kolem toku Labe už od začátku, z Krkonoš, a končí až v Německu, při ústí řeky do Severního moře. Do oblasti vstupuje směrem od Roudnice nad Labem, pokračuje přes Litoměřice a Velké Žernoseky, kde se nachází Brána Čech (Porta Bohemica). Dále stezka pokračuje směrem na Ústí nad Labem. Trasa stezky je znázorněna na obr. 7.

Obr. 7: Labská stezka v oblasti Českého středohoří



Zdroj: České středohoří (2014)

Labská stezka je vyhledávanou cestou pro příznivce cykloturistiky a aktivního trávení volného času. Díky ní přijíždí do oblasti množství turistů, ať již z Čech nebo z Německa, kteří tímto způsobem získávají možnost poznat krásy měst a blízkého okolí. V samotných Litoměřicích, jak již bylo zmíněno výše, se nachází mnoho atraktivit pro turisty, ať již napojených na tradici vinařství či nikoli. Ve Velkých Žernosekách turisté objeví dvě vinařství – Žernosecké vinařství s.r.o. a Rodinné vinařství Mikulenkoví. Největším lákadlem je tamní zámek s vinnými sklepy, ve kterém sídlí prvně zmíněné

vinařství. Žernosecké vinařství s.r.o. je symbolem vinařské tradice na Litoměřicku a nabízí turistům exkurze do historických sklepů, řízené degustace či prodej vína. Pokud by návštěvníci měli zájem se zde ubytovat, v budově záměčku se nacházejí apartmány, které je možno si pronajmout. Vinařství dále nabízí možnost pořádání slavnostních akcí, firemních večírků, svatebních obřadů či soukromých oslav v areálu (Žernosecké vinařství s.r.o. 2014). Nabídka služeb tohoto vinařství je poměrně pestrá a z pohledu vinařského cestovního ruchu adekvátní.

V oblasti Velkých a Malých Žernosek se nachází i další vinařství (Zdeněk Vybíral – Vinařství sv. Tomáše a Vinařství Hrabovský Pavel), která neleží přímo na trase centrální Labské stezky. Za tímto účelem se občanské sdružení Békadilkoš, sídlící v Lovosicích, rozhodlo realizovat projekt s názvem Litoměřická vinařská stezka. Ten byl realizován s finanční podporou Ústeckého kraje. Stezka byla slavnostně otevřena 30. 6. 2012. Cílem projektu je zviditelnit vinařskou oblast Litoměřicka v očích veřejnosti a podpořit rozvoj vinařské turistiky, která si v této lokalitě své místo teprve hledá, ačkoliv rozvojový potenciál v sobě bezesporu má (Litoměřická vinařská stezka 2012).

Stezka měří přibližně 15 km (obr. 8) a je napojena na již existující cyklostezky vedoucí podél řeky Labe na pravém břehu. Cílem je vybudování jedné trasy, která bude mít podobu uzavřeného okruhu.

Obr. 8: Trasa Litoměřické vinařské stezky (2012)



Zdroj: Litoměřická vinařská stezka (2012)

Během cesty turisté narazí na několik informačních tabulích, na kterých se dozví více o místní vinařské oblasti, o tradici s ní spjaté či o okolních atrakcích, které stojí za návštěvu. Start trasy je oficiálně v Litoměřicích, kde přímo v centru se nachází sídlo

vinařství společnosti Agrofrukt Kamýk – Klášterní vinné sklepy Litoměřice. Návštěvníci si mohou zakoupit víno a po domluvě a při dostatečném počtu zájemců je možno navštívit rozsáhlé historické vinné sklepy nacházející se pod městem. Odsud se turisté mohou dopravit různými způsoby (lodní doprava, turistický vláček, na kole či pěšky) stezkou vedoucí kolem vinic a sadů do Velkých Žernosek, kde se nachází nejznámější vinařství v oblasti, Žernosecké vinařství s.r.o., o jehož produktech bylo napsáno již dříve. Z Velkých Žernosek pokračuje stezka na druhý břeh Labe, do Malých Žernosek, kam se lze přepravit po vodě přívozem. Poté pokračuje stezka podél vinic až k Vinařství sv. Tomáše pana Zdeňka Vybírala, kde lze také navštívit vinný sklep nebo si domluvit ochutnávku zdejší produkce. Stezka dále směřuje do vsi Opárno a odtud do Lovosic. V této části se nachází sídlo společnosti VinumCelebratum.cz, která je partnerem projektu stezky, nachází se zde ukázková vinice a rovněž zde lze ochutnat místní vína. Jedná se o předposlední vytyčenou zastávku na trase. Odtud už stezka pokračuje podél dalších vinic až do Lovosic, s cílem ve zdejším přístavišti. V Lovosicích je možnost využít vlakového spojení nebo nastoupit na výletní loď Porta Bohemica a vrátit se zpět do Litoměřic (Litoměřická vinařská stezka 2012).

Celý projekt měl dvě fáze. V té první bylo hlavním cílem vytvoření a správa informačního webového portálu, který slouží k představení a propagaci projektu po celou dobu jeho fungování. Na webových stránkách se dozvíme o celém projektu, o konkrétním trasování cyklostezky, o vinařstvích, která po cestě turisté potkají. Druhá fáze byla tzv. technická, v jejím průběhu došlo k vybudování stezky a umístění informačních cedulí na její trase. Celkový záměr projektu, jehož hlavním cílem byla podpora a propagace vinařské turistiky na Litoměřicku, lze vnímat velmi pozitivně. Pro rozvoj tohoto specifického odvětví cestovního ruchu je to jedna z nejlepších a v současné době nejpopulárnějších možností. Je potřeba se ale zabývat i nedostatky, které tento projekt doprovází. Nejvíce problematická je spolupráce s jednotlivými vinaři. Ti jsou na jednu stranu jsou ochotni spolupracovat a účastnit se vinařského cestovního ruchu, neboť přijíždějící turisté jim generují zisky. Na druhou stranu je problematické synchronizovat možnosti otevírací doby (tab. 8) jednotlivých vinařství.

Tab. 8: Otevírací doba vinařství participujících na projektu Litoměřická vinařská stezka

Vinařství	Otevírací doba
Agrofrukt Kamýk – Klášterní vinné sklepy Litoměřice	pondělí – pátek (6:00 – 14:00)
Žernosecké vinařství s.r.o.	pondělí – pátek (6:30 – 10:45 a 11:30 – 14:45)
Vinařství sv. Tomáše	pouze po předchozí domluvě
Vinařství Hrabovský Pavel	celý týden vč. víkendu (9:00 – 12:00 a 15:00 – 18:00)
Rodinné vinařství Mikulenkoví	úterý – pátek (12:30 – 18:00) sobota – neděle (12:00 – 19:00)

Zdroj: Litoměřická vinařská stezka (2012), vlastní úprava

Z přehledu vyplývá, že větší a známější vinařství nejsou ochotna mít otevřeno o víkendech, kdy se na druhou stranu dá předpokládat největší návštěvnost. V tomto ohledu by bylo zapotřebí navázat s vinaři diskuzi a snažit se přijít na vhodné řešení této situace. Je pochopitelné, že vzhledem k náročnosti oboru si vinaři o víkendech chtějí odpočinout. Nabízí se možnost, že na víkendový provoz by byla zaměstnána pomocná síla, která by v obchodě prodávala vína a prováděla návštěvníky po sklepeních. V regionu by tím vznikla nová pracovní místa a návštěvníci by regentovali další zisky, které by mohly být následně využity k dalšímu rozvoji.

### 5.3 Most

Město Most se nachází v severozápadních Čechách. Jedná se o statutární město nacházející se v Ústeckém kraji, ležící na řece Bílině a rozkládající se v oblasti Českého středohoří. V roce 2011 zde žilo 65 193 obyvatel (Veřejná databáze ČSÚ 2014), a tím se zařadilo na 14. místo v ČR. Jedná se o historické město, jehož rozvoj se drasticky změnil v průběhu 2. pol. 20. století, kdy bylo téměř zničeno kvůli těžbě uhlí. V současné době je město známé jako město „dromů“ (autodrom, aquadrom, hipodrom, aerodrom), což je značka, ze které v rámci cestovního ruchu může čerpat zřejmě nejvíce.

Těžba uhlí ve 20. století byla umožněna kvalitním podložím, na kterém se město a okolí nachází. Jedná se většinou o čedičové podloží. Mostecko se nachází v Českém středohoří a zdejší malebná krajina byla znehodnocena negativními vlivy těžby, zároveň se na ni podepsal i běh dějin v podobě válek. V posledních letech dochází ke zlepšení situace, k rekultivaci a revitalizaci oblastí, díky čemuž jsou dnes v okolí Mostu vinice nejen na

přirozených svazích a uvnitř města na svažitéch historických terasách, ale i na výsypkách hnědouhelných dolů, neboť právě réva vinná se stala jednou z rekultivačních plodin. Nutno podotknout, že její prvotní výsadba v oblasti sahá do vzdálenější historie. V oblasti se nachází pouze jedno vinařství (Situační a výhledová zpráva Réva vinná a víno 2013), které obhospodařuje všechny zdejší vinice. Jedná se o České vinařství Chrámce, s.r.o., které lze oprávněně vnímat jako synonymum pro vinařský cestovní ruch na Mostecku.

### **5.3.1 Historie vinařství**

Co se týče historického vývoje, réva vinná se pěstuje v oblasti Českého středohoří přes 1000 let, kde jižní svahy jsou pro její pěstování velmi vhodné a příznivé je i zdejší podnebí (průměrná roční teplota, vegetační teplota i množství srážek). Dá se říci, že zdejší zeměpisné podmínky jsou stejné jako v Burgundsku a Porýní. První písemné záznamy o vinařství na Mostecku existují od roku 1207, avšak vzhledem k jeho vyspělosti odborníci soudí, že zde bylo již mnohem dříve. Významným milníkem se stal 24.únor 1374, kdy pražský purkmistr, Niklas von Bernecke, udělil na příkaz Karla IV. pražské viniční právo městu Most. Následovalo rozšíření vinařství a vývoz vína do Saska. V 15. století byla v Mostě více jak 500 vinařů, kteří se sdružili do vinařského cechu. V roce 1650 bylo v Mostě 180 ha vinic a v jejich ploše bylo město na prvním místě v žateckém kraji. Po třicetileté válce (1618-1648) nastal úpadek vinařství a od dob Josefa II. se plocha vinic neustále zmenšovala. Po první světové válce vinice na Mostecku zcela zanikly a zůstaly po nich jen nádherné čedičové terasy (České vinařství Chrámce 2007).

### **5.3.2 České vinařství Chrámce s.r.o.**

Tento stav trval do roku 1967. Tou dobou Ing. Ivan Váňa společně se svými spolupracovníky na bývalém Státním statku Most v obci Chrámce obnovil mostecké vinařství. Po pěti letech usilovné práce se v Chrámcích již nacházelo 41 ha vinic, budovalo se sklepní hospodářství a vyrábělo první víno. V roce 1977 se vinice rozšířily díky výsadbě i na teplé svahy vrchu Špičák u Mostu a o rok později se réva vinná stává rekultivační plodinou, když byla vysazena vinice Barbora na výsypce lomu Hrabák v Čepirozích u Mostu, což je vnímáno jako krok správným směrem pro obnovu krajiny zničené těžbou uhlí. Trend obnovy starých vinic pokračuje do dnešních dní. Město Most je od 70. let obklopeno prstencem vinic, které tvoří jeho nové okolí. Plocha vinic stoupá až na 113 ha

v roce 1983, s tím je spojeno i rozšiřování sklepního hospodářství, které v dnešní době má moderní zařízení a kapacitu sklepů 500 000 litrů vína. Dalším významným milníkem se stává rok 1991, kdy Ing. Váňa s rodinou pronajímá vinařství a postupně jej privatizuje. Po restitucích se stará o 72 ha vinic a v roce 2001 vzniká společnost České vinařství Chrámce s.r.o. (České vinařství Chrámce 2007), jež je v současnosti největším výrobcem vín z vlastních hroznů ve vinařské oblasti Čechy (Situační a výhledová zpráva Réva vinná a víno 2013). Vzhledem k tomu, že vína za posledních 15 let byla velmi kvalitní, rozhodli se vinaři snížit výnosy hroznů, čímž byla zaručena vždy kvalitní sklizeň. Vína jsou natolik dobrá, že bývají oceňována, a to nejen na domácích soutěžích. Tento fakt dokumentuje následující tabulka (tab. 9), ve které jsou zaznamenána získaná ocenění v posledních letech.

Tab. 9: Přehled získaných ocenění Českého vinařství Chrámce, s.r.o.

Rok	Víno	Soutěž
2014	Rulandské modré pozdní sběr 2012	Celorepubliková soutěž vín TOP 77
2013	Ryzlink rýnský košer 2007	Mezinárodní přehlídka Festwine; Výstava Benátský hrozen; Národní soutěž vín vinařské oblasti Čechy
2013	Košer Rulandské modré výběr z hroznů 2011	Salon vín ČR
2012	Rulandské modré výběr z hroznů košer 2011	Regionální výstava českých vín Kutná Hora
2011	Zweigeltrebe 2009 ledové víno	Regionální výstava vín vinařské oblasti Čechy v Litoměřicích

Zdroj: Vína z Moravy, vína z Čech (2013)

### Specializace na košer vína

Jedinečnost Českého vinařství Chrámce s.r.o. spočívá v jeho specializaci. Od roku 1994 je jediným pravidelným výrobcem košer vín v České republice. Tato vína vyrábějí ortodoxní Židé a pro jejich výrobu platí předpisy židovského náboženství, kdy od zpracování hroznů až po zátkování lahví se mohou procesu účastnit pouze ortodoxní Židé. Výroba košer vín musí být zcela oddělena od výroby běžných vín, veškeré použité stroje a zařízení musejí být pečlivě vyčištěny a sterilizovány, zároveň i všechny přísady přidávané do vína jsou košer. Košer vína ale nepijí pouze ortodoxní Židé, mohou si na nich pochutnat i běžní milovníci vín či turisté. Právě výroba košer vín dělá toto vinařství výjimečným a je

to způsob, jak vydělávat na specifickém produktu, který na trhu chyběl. Pokud mluvíme o vinařství na Mostecku, jednoznačným synonymem je České vinařství Chrámce, s.r.o., které je zároveň jediným subjektem, který může k rozvoji vinařského cestovního ruchu v oblasti přispět. Možnosti v tomto odvětví jsou však značně omezené a zdá se, že rozvojový potenciál je zde minimální. Toto tvrzení bude v následující části podpořeno několika důkazy.

### **Produkty vinařského cestovního ruchu**

V současné době nabízí výše zmíněné vinařství několik produktů pro turisty. V první řadě se jedná o **řízenou degustaci vína**, která se koná ve třech provozovnách. Jednak přímo ve vinařství v Chrámčích, dále v Mostě ve vinárně „U Divocha“ anebo v Litvínově ve vinárně „U sv. Anny“. Ve vinárně „U Divocha“ se prodávají a ochutnávají pouze vína z Chrámců a těší se velkému zájmu ze strany veřejnosti (Rozhovor s pracovnící vinárny „U Divocha“, 28. 6.2014; Rozhovor s referentkou, Turistické informační centrum Most, 28. 6. 2014).

Kromě degustací se v Chrámčích pořádají **prohlídky vinic, vinného sklepa a provozu výroby vína**. V květnu se zde koná **Den otevřených dveří**, v listopadu **Otevírání archivu vín** a v říjnu **Burčáková slavnost**. Tyto akce jsou spojeny s řemeslným trhem a dalšími atrakcemi pro děti, čímž se snaží rozšířit nabídku atraktivit pro návštěvníky. Veškeré akce, které se zde konají, vznikají z vlastní iniciativy Českého vinařství Chrámce s.r.o., které s žádným jiným subjektem nespolupracuje (míněno z organizátorského hlediska, nikoli propagačního, ve kterém se angažuje např. turistické informační centrum Most) (Rozhovor s manažerkou Českého vinařství Chrámce s.r.o., 20. 6. 2014).

### **Problematika rozvoje vinařského cestovního ruchu**

Jedním z důvodů, proč je vinařství při organizaci akcí osamoceno, je jeho odlehlá geografická poloha. Chrámce jsou osadou obce Skršín a leží zhruba 14 km od Mostu (obr. 9), což nepředstavuje velkou vzdálenost od centra dění, avšak jejich dopravní dostupnost, obzvláště o víkendech, je velmi špatná. V osadě se nenachází žádné historické centrum a ani v okolí se nenachází žádné další atraktivní místo (obr. 10), které by přimělo turisty tuto oblast navštívit, natož se zde zdržet déle. Dalším negativem v tomto ohledu je neexistence ubytovacích zařízení (Rozhovor s manažerkou Českého vinařství Chrámce s.r.o., 20. 6. 2014).



Obr. 9: Lokalizace Českého vinařství Chrámce, s.r.o.



Zdroj: České vinařství Chrámce (2007)

Obr. 10: Poloha Českého vinařství Chrámce, s.r.o v kontextu litoměřické vinařské podoblasti



Zdroj: Vinohradnictví (2013), vlastní úprava

Tato izolovanost vinařství má za následek nemožnost spolupráce s jakýmkoliv dalším subjektem. Vinařství je členem Cechu českých vinařů a Vinařského fondu. Tyto dvě organizace jim napomáhají při propagaci vinařství, avšak tím jejich spolupráce končí. Dalším propagátorem je pak dříve zmíněné Turistické informační centrum v Mostě. Zde lze nalézt brožury o Českém vinařství Chrámce s.r.o. a o regionálních produktech z Chrámců, mezi které patří ovocné pálenky, bio-džemy, sušené ovoce a mošty (Regionální produkty 2014). Město Most pořádá Mostecké slavnosti, kterých se vinaři účastní. V loňském roce město napomohlo zviditelnit vinařství tím, že zahájilo letní turistickou sezónu na jejich vinicích (Rozhovor s referentkou, Turistické informační centrum Most, 28. 6. 2014). Dá se říci, že toto izolované vinařství se v posledních letech přeci jen dostává do povědomí širší veřejnosti, avšak větší rozvoj zde nenastane.

V 90. letech do těchto míst mířilo mnoho německých turistů, což z jisté části mohlo být zapříčiněno pádem železné opony, ale hlavně otevřením hranic, kdy pro německé turisty bylo snazší a zajímavější cestovat k východním sousedům. Dalo se očekávat, že s postupem času se zájem a návštěvnost sníží, k čemuž také došlo. Za zmínku stojí, že zrovna cestovní kanceláře z Německa pořádaly zájezdy do vinařství, kdežto z české strany takový zájezd nepořádala ani jedna cestovní kancelář. V současnosti mezi pravidelné návštěvníky vinařství patří klienti centra pro seniory v Ústí nad Labem. Bylo zamýšleno do vinařství přilákat i pacienty z blízkých lázeňských měst (Teplíce a Jáchymov), avšak tento záměr nebyl nikdy realizován (Rozhovor s manažerkou Českého vinařství Chrámce s.r.o., 20. 6. 2014).

Z pohledu města Most je obtížné více se věnovat rozvoji vinařského cestovního ruchu. Jak už bylo zmíněno výše, nyní je město známé díky hipodromu, aerodromu, autodromu či aquadromu, pro vinařskou turistiku už nezůstává tolik prostoru či finančních prostředků. Svou roli také sehrává vysoká konkurence jiných segmentů cestovního ruchu. Problematickým se jeví horší skladba obyvatelstva, které o takovouto formu cestovního ruchu nejeví zájem (Rozhovor s referentkou, Turistické informační centrum Most, 28. 6. 2014).

Toto jsou důkazy, které svědčí proti rozvoji vinařského cestovního ruchu na Mostecku. V současné době se dá říci, že potenciál byl již téměř vyčerpán a do budoucna se nenabízí způsoby, kterými by se mohl dále rozvíjet. Úspěchem pro vinařství a oblast bude udržení současného stavu, produkce a popularizace košer vína, které se dostane do povědomí širší veřejnosti a i v následujících letech bude vinařství profitovat převážně díky prodeji vína.

## 6 SWOT analýza vinařské oblasti Čechy

Na základě získaných poznatků byla pro vinařskou oblast Čechy vytvořena SWOT analýza, která dokumentuje současný stav i perspektivy budoucího rozvoje vinařského cestovního ruchu v oblasti. Cílena byla převážně na města Mělník, Litoměřice a Most.

### SWOT analýza vinařské oblasti Čechy

Silné stránky	Slabé stránky
<ul style="list-style-type: none"> <li>- tradice vinařství (Mělník – Ludmila, Litoměřice – Karel IV.)</li> <li>- další atraktivity spojené s vinařstvím (muzea s vinařskou tematikou v Mělníku a Litoměřicích)</li> <li>- speciální vína (košer vína v Chrámčích)</li> <li>- atraktivní objekty (Mělník – zámek, Litoměřice – Gotický hrad)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- malá známost vinařské oblasti Čechy (oproti Moravě)</li> <li>- nízká produkce vína</li> <li>- roztržitá struktura vinařských obcí a viničních tratí</li> <li>- infrastruktura (ubytovací a dopravní)</li> <li>- nekoordinovaná otevírací doba ve vinařstvích</li> <li>- nevhodné/nedostačující prostory pro pořádání akcí (Mělník)</li> </ul>
Příležitosti	Hrozby
<ul style="list-style-type: none"> <li>- návštěvníci z Prahy, z Německa (dálnice D8)</li> <li>- meziregionální spolupráce</li> <li>- přilákání nových návštěvníků prostřednictvím netradiční nabídky</li> <li>- využití turistického potenciálu širšího okolí (Ústí nad Labem – Most – České středohoří – Praha)</li> <li>- propojení s dalšími atraktivitami a formami CR – např. Labská stezka a na ni napojené cyklostezky, přívoz mezi Velkými a Malými Žernosekami, podzemí</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- podpora propagace vinařské oblasti Morava na úkor Čech</li> <li>- nepodchycení potenciálních návštěvníků kvůli slabému marketingu</li> <li>- nevhodná rozvojová koncepce (regionální, národní)</li> <li>- nevyužití možnosti čerpání dotací z fondů EU</li> <li>- konkurence namísto kooperace</li> <li>- nevyjasněné majetkové poměry po restitucích (Mělník)</li> </ul>

Vinařská oblast Čechy, převážně pak zmíněná města, mají potenciál pro úspěšný rozvoj vinařského cestovního ruchu. Mohou těžit z dlouholeté vinařské tradice a bohatého kulturního a přírodního bohatství v jejich okolí. V případě města Most je zřejmou jedinou silnou stránkou specializace Českého vinařství Chrámce, s.r.o. na výrobu košer vín, která jsou určena k náboženským účelům. Všechna zmíněná města by měla těžit z výhodné geografické polohy a příhodné dopravní infrastruktury, kterou představuje dálnice D8, po níž by k nim mohli zamířit návštěvníci jak z Prahy, tak z Německa. Bylo by zapotřebí vytvořit vhodnou marketingovou strategii, díky které by se města zviditelnila jako centra vinařství. Dalším příslibem rozvoje by měla být meziregionální spolupráce. V tomto ohledu je aktivní MAS Vyhlídky (Mělník), která spolupracuje a realizuje projekt s MAS Podřipsko (Roudnice nad Labem). Dalším partnerem by se pro ně mohlo stát MAS České středohoří, které působí na Litoměřicku. Při této a dalších rozvojových příležitostech by mělo docházet ke zvýšení čerpání dotací z fondů EU, které jsou doposud využívány v omezené míře.

Mezi slabé stránky patří nízká produkce vína místních vinařů. V oblasti figuruje jen málo vinařů, kteří se touto činností živí. Pro zbylou většinu drobných vinařů je vinařství koníčkem a není v jejich možnostech, aby produkce byla výrazněji navýšena. Místní vinaři proto nemohou jezdit na větší množství přehlídek a soutěží vín, kde by se prezentovali. Nicméně, pokud by na nadregionální úrovni byla vytvořila vhodná koncepce pořádání vinařských akcí v průběhu celého roku (4-5 akcí), které by byly koncentrovány do prostoru Čech, převážně do měst jako je Mělník a Litoměřice, pro místní vinaře by bylo realizovatelné se jich účastnit a představit svá vína, což by jistě napomohlo dalšímu rozvoji. Další slabou stránkou oblasti je roztržitá struktura vinařských obcí a viničních tratí, která znesnadňuje aplikaci tolik populárního produktu vinařského cestovního ruchu na jižní Moravě, kterým jsou vinařské stezky. V tomto případě je zapotřebí se zaměřit na produkty vinařského cestovního ruchu, které se mohou situovat do měst. Kromě slavností vín tzv. vinobraní, to mohou být i přehlídky a soutěže vín, konference s vinařskou tematikou apod. V neposlední řadě je potřeba zmínit, že pro úspěšný rozvoj vinařského cestovního ruchu je zapotřebí, aby vztahy mezi vinaři a ostatními aktéry v odvětví nebyly přehnaně konkurenční, nýbrž naopak koordinační.

## 7 Závěr

Cestovní ruch je jedním z nejperspektivnějších a nejdynamičtěji se rozvíjejících odvětví. V této práci byla pozornost věnována jednomu z jeho dílčích odvětví – vinařskému cestovnímu ruchu, který představuje specifickou formu cestovního ruchu, která se rozvíjí v souladu s principy trvalé udržitelnosti. V úvodu práce bylo pojednáno o tomto odvětví a dopadech jeho neřízeného rozvoje, které mohou postihnout dotčenou destinaci. Byly formulovány výzkumné otázky, které byly v průběhu práce zodpovězeny. Zároveň byl vytyčen i cíl práce, ke kterému tato práce směřovala.

Předkládaná práce se zabývala vinařským cestovním ruchem v oblasti Čechy. Dá se rozdělit do dvou částí. V první části byla pozornost věnována vzniku a vývoji výzkumu tohoto specifického odvětví cestovního ruchu napříč světovými regiony. Při rešerši literatury byly diskutovány různé definice a pohledy na odvětví vinařského cestovního ruchu, stejně tak i na jeho dílčí segmenty. Byly představeny jeho nejatraktivnější produkty, mezi které patří návštěvy vinic a vinařství s možností ochutnávky místní produkce, vinařské stezky, slavnosti vína a další. Zmíněna byla i legislativní nařízení, která se v průběhu let mění a mají vliv na rozvoj vinařského cestovního ruchu. V neposlední řadě byla pozornost věnována destinačnímu managementu, který se jako téma rovněž dostává do popředí zájmu.

Úlohou destinačního managementu je koordinovaný rozvoj území v souladu s principy udržitelnosti. Tento termín je v současné době neodmyslitelnou součástí rozvoje jakéhokoliv území na jakékoli úrovni (lokální, regionální, národní, nadnárodní, globální). Vinařský cestovní ruch představuje specifickou formu cestovního ruchu, která je vnímána jako šetrná, alternativní, udržitelná. V návaznosti na tato tvrzení byla vytvořena výzkumná otázka, na kterou byla v rámci analýzy literatury nalezena odpověď. Ano, vinařský cestovní ruch je šetrnou, alternativní a udržitelnou formou cestovního ruchu, ale pouze za předpokladu, že jeho rozvoj je plánovaný a koordinovaný. Ze zahraničních zkušeností jsou evidovány důkazy, kdy neřízený rozvoj vinařského cestovního ruchu byl doprovázen negativními vlivy na životní prostředí. Zvýšená koncentrace návštěvníků a s ním spojená zvýšená automobilová doprava, doplněná o přetížené ubytovací kapacity, to vše vedlo ke zhoršení situace v dotčeném území. Jedná se o prvky masového cestovního ruchu, které se v dnešní době mohou projevovat i u nás, v letní sezóně ve vinařské oblasti Morava. Z těchto informací by si aktéři ve vinařské oblasti Čechy měli vzít ponaučení a vyvarovat

se podobnému scénáři. Aktéři by měli využít šance, kterou jim toto specifické odvětví cestovního ruchu nabízí, diverzifikovat svou turistickou nabídku, vhodně doplnit již existující formy cestovního ruchu, a to vše v alternativním, šetrném a udržitelném pojetí.

Druhá část práce se týkala vinařských oblastí v Česku. Nejprve byla charakterizována vinařská oblast Čechy a porovnána s vinařskou oblastí Morava. Jejich role ve vinařském cestovním ruchu jsou diametrálně odlišné. Úvodní statistika poukazuje na dominanci Moravy. Vyprodukuje se zde 96 % z celkové produkce vína, zbylá 4 % náleží vinařské oblasti Čechy. Mezi 100 největšími vinařskými obcemi v Česku (dle plochy osázených vinic) jsou pouze dvě z oblasti Čechy (50. místo – Mělník, 75. místo – Most). Oblasti se liší i rozmístěním vinařských obcí, kdy Morava představuje komplexní celek, ve kterém úspěšně funguje produkt vinařských stezek. V Čechách se jedná o ojedinělé příhodné lokality pro pěstování révy vinné, proto je potřeba se zaměřit na jiné produkty. Adekvátními se v tomto ohledu jeví dynamické prvky jako jsou slavnosti vína, výstavy a přehlídky vín, vinařské konference apod., které se mohou odehrávat v centrech měst. Za tímto účelem byla vybrána tři modelová území (Mělník, Litoměřice a Most), ve kterých byl zkoumán současný stav vinařského cestovního ruchu a potenciál budoucího rozvoje v tomto odvětví.

V rámci empirického šetření se rozvojové možnosti města Most jeví jako značně omezené. Jedná se o velké město (oproti Mělníku a Litoměřicím), pro které jsou významnější jiná odvětví cestovního ruchu, ve kterých je schopno konkurovat okolí. V oblasti Mostu se nachází jediné vinařství, České vinařství Chrámce s.r.o., které jako podnikatelský subjekt v oblasti vinařství je úspěšné, avšak pro rozvoj vinařského cestovního ruchu má omezené možnosti. Ty jsou dané jeho odlehlou geografickou polohou a neexistencí ubytovacích zařízení. Sídlo firmy se nachází v osadě Skršín, která nemá žádné historické jádro a ani v jeho okolí se nenachází turisticky atraktivní objekty. V prostorách vinařství se pravidelně během roku pořádají zhruba tři akce s vinařskou tematikou, díky kterým se může zviditelnit, avšak hlavní pozornost bude i nadále věnována produkci a prodeji vína. Vinařství se jako jediné v Česku věnuje produkci košer vína pro vybranou klientelu, čímž si upevňuje svoji výjimečnou pozici na trhu.

Města Mělník a Litoměřice se v rámci šetření ukázala jako vhodná pro rozvoj vinařského cestovního ruchu. Obě města jsou centry vinařských podoblastí a disponují vinařskou tradicí, ke které se odkazují. Zároveň hledají symbol, se kterým by si je turisté mohli identifikovat, a právě víno se v tomto ohledu jeví jako nejvhodnější. Shodně se obě města nacházejí poblíž dálnice D8, mají historická jádra, muzea s expozicí o vinařství,

ubytovací kapacity a dostatečné množství dalších turistických atraktivit, buď přímo ve městech, anebo jejich blízkém okolí. Mezi subjekty participujícími na rozvoji vinařského cestovního ruchu začíná docházet ke komunikaci, koordinaci a kooperaci činností. Vedení města jejich snažení podporuje, a začíná se vytvářet kulturní politika, která doposud ve městech chyběla. Dá se říci, že Mělník i Litoměřice mají rozvojový potenciál, který je v současné době aktivován a do budoucna se mohou stát vinařskými centry s regionálním až nadregionálním významem.

Nejpřínosnější částí práce se stala závěrečná SWOT analýza, která identifikovala silné a slabé stránky, příležitosti i hrozby pro rozvoj vinařského cestovního ruchu v modelovém území, které lze aplikovat na celou vinařskou oblast Čechy. Vinařský cestovní ruch v této oblasti není příliš známou formou cestovního ruchu. Pro oblast je to příležitost, jak rozšířit svoji stávající turistickou nabídku o netradiční formu cestovního ruchu. Zároveň, v návaznosti na nové trendy v cestovním ruchu, by se vinařský cestovní ruch mohl vhodně spárovat s gastronomickým (kulinářským) cestovním ruchem, který rovněž získává na popularitě. Pro úspěšný rozvoj vinařského cestovního ruchu v oblasti Čechy je zapotřebí využít poznatků z praxe na Moravě a v zahraničí a vyvarovat se tím nepříznivým efektům, které mohou rozvoj doprovázet. Nezbytná je proto komunikace mezi aktéry, jejich spolupráce a koordinace činností. V současné době se jako téma dostává do popředí potřeba jednotné rozvojové koncepce, kterou by se všechny participující subjekty snažily naplňovat. Koordinovaný rozvoj je základem pro udržitelný rozvoj.

Základní předpoklady práce byly, domnívám se, naplněny. V úvodní části přináší ucelený pohled na vývoj vinařského cestovního ruchu, jeho provázanost s dalšími tématy (udržitelný rozvoj, destinační management atd.), nebezpečí nerovnoměrného rozvoje s negativními dopady na dotčenou destinaci. Hlavní část práce v rámci možností a dostupných informací pojednává o současném stavu vinařského cestovního ruchu v oblasti Čechy, kde nejprve dochází k porovnání s vinařskou oblastí Morava a následuje vlastní empirické šetření v modelovém území. V práci jsou identifikováni nejvýznamnější aktéři a jejich činnosti, zmíněny jsou právě probíhající i připravované projekty, které bezpodmínečně ovlivní rozvoj území.

V návaznosti na tuto práci by mohl být následný výzkum mohl být věnován obecnějším tématům, kde zvýšený důraz by mohl být kladen na spárování s další atraktivní formou cestovního ruchu, s gastronomickým cestovním ruchem. Vinařský cestovní ruch v některých oblastech inklinuje k masovému pojetí. V rámci výzkumu by mohly být identifikovány prvky, které tuto změnu zapříčiňují a následně by mohla být vytvořena

koncepce, která jejich vznik eliminuje. Díky tomu by se toto odvětví i nadále neslo v duchu udržitelnosti a šetrnosti.



## 8 Literatura a zdroje

ALONSO, A. D., NORTHCOTE, J. (2008): Small Winegrowers' Views on their Relationship with Local Communities [online]. Dostupné z WWW: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/09571260902891035> (cit. 4. 3. 2014)

BRUWER, J. (2003): South African wine routes: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product [online]. Dostupné z WWW: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S026151770200105X> (cit. 1. 3. 2014)

BŘEŇOVÁ, E. (2013): Hrad Litoměřice. Centrum cestovního ruchu Litoměřice, Litoměřice, 16 s.

BUTLER, R., HALL, C. M., JENKINS, J. (1997): Tourism and recreation in rural areas. John Wiley & Sons Ltd, Chichester, 261 s.

CARLSEN, J. (2004): A Review of Global Wine Tourism Research: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product [online]. Dostupné z WWW: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/0957126042000300281> (cit. 28. 2. 2014)

CARLSEN, J., CHARTERS, S. (2006): Global wine tourism: research, management and marketing. CABI, Cambridge, 278 s.

CARMICHAEL, B. (2005): Understanding the Wine Tourism Experience for Winery Visitors in the Niagara Region, Ontario, Canada: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product [online]. Dostupné z WWW: <http://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/14616680500072414> (cit 3. 3. 2014)

CHARTERS, S, ALI-KNIGHT, J. (2002): Who is the wine tourist?: some perspectives on the wine tourism industry's structural dimensions and wine tourism product [online]. Dostupné z WWW: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0261517701000796> (cit. 28. 2. 2014)

CzechTourism - DestinaCZe (2014) [online]. Dostupné z WWW:  
<http://www.destinacze2014.cz> (cit. 3. 7. 2014)

České vinařství Chrámce, s.r.o. (2007) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.ceske-vinarstvi.cz/vinarstvi.php> (cit. 3. 8. 2014)

FERREIRA, S. L., MÜLLER, R. (2013): Innovating the wine tourism product: Food-and-wine pairing in Stellenbosch wine routes. *African Journal for Physical Health Education, Recreation and Dance: Tourism research issues in southern Africa: Supplement 3*, č. 19, s. 72-85.

FIALOVÁ, D. (2012): *Cena za cestovní ruch: přínosy versus ztráty*. P3K, Praha, 58 s.

GAMMACK, J. G. (2006): Wine Tourism and Sustainable Development in Regional Australia. In: Carlsen, J., Charters, S.: *Global wine tourism: research, management and marketing*. CABI, Cambridge, s. 59-66.

GETZ, D. (2000): *Explore wine tourism: management, development & destinations*. Cognizant Communication Corporation, Elmsford, 255 s.

GETZ, D., BROWN, G. (2006): Critical success factors for wine tourism regions: a demand analysis. *Tourism Management*, 27, č. 1, s. 146-158.

HALL, C. M. (2004): Small firms and wine and food tourism in New Zealand: issues of collaboration, clusters and lifestyles. In: Thomas, R.: *Small firms in tourism: international perspectives*. Elsevier Science B.V., Amsterdam, s. 167-181.

HALL, C. M., MITCHELL, R. (2000): Wine tourism in the Mediterranean: a tool for restructuring and development. *Thunderbird International Business Review*, 42, č. 4, s. 445-465.

HALL, C. M., SHARPLES, L., CAMBOURNE, B., MACIONIS, N. (2000): *Wine tourism around the world: development, management and markets*. Butterworth-Heinemann, Oxford, 347 s.

HOLEŠINSKÁ, A. (2012): Destinační management jako nástroj regionální politiky cestovního ruchu. Masarykova univerzita, Brno, 151 s.

JEŘÁBKOVÁ, Š. (2013): Vinařská turistika na Jižní Moravě – kultura, tradice, architektura. Diplomová práce. Ekonomicko-správní fakulta MU, Brno, 101 s.

KOTÍKOVÁ, H. (2013): Nové trendy v nabídce cestovního ruchu. Grada, Praha, 207 s.

Kudy z nudy (2014) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.kudyznudy.cz/> (cit. 14. 7. 2014)

KUNC, J., VYSTOUPIL, P. (2005): Vinařská turistika v České republice - regionálně geografické aspekty. In: VIII. mezinárodní kolokvium o regionálních vědách. Masarykova univerzita, Brno, s. 265-269.

LAVANDOSKI, J., SILVA, J. A., VARGAS-SÁNCHEZ, A. (2014): Institutional Theory In Tourism Studies: Evidence And Future Directions [online]. Dostupné z WWW: [http://ideas.repec.org/p/ris/cieodp/2014\\_003.html](http://ideas.repec.org/p/ris/cieodp/2014_003.html) (cit. 12. 4. 2014)

Litoměřická vinařská stezka (2012) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.vinnastezka.cz/cz/stezka.html> (cit. 14. 7. 2014)

Lobkowicz vinařství Mělník (2014) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.lobkowicz-vinarstvi.cz/cz/o-nas/> (cit. 14. 7. 2014)

LÓPEZ-GUZMÁN, T., DI-CLEMENTE, E., HERNÁNDEZ-MOGOLLÓN, J. M. (2014): Culinary tourists in the Spanish region of Extremadura [online]. Dostupné z WWW: <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve> (cit. 12. 4. 2014)

Mapy.cz (2014) [online]. Dostupné z WWW: <http://mapy.cz/> (cit. 3 .8. 2014)

Mělník (2013) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.melnik.cz> (cit. 14. 7. 2014)

Moravské vinařské stezky (2013) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.stezky.cz/uvod.aspx> (cit. 14. 7. 2014)

NEILSON, L., MADILL, J. (2014): Using winery web sites to attract wine tourists: an international comparison [online]. Dostupné z WWW: <http://www.emeraldinsight.com/10.1108/IJWBR-07-2012-0022> (cit. 8. 3. 2014)

O víně (2009) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.ovine.cz/web/structure/10.html> (cit. 14. 7. 2014)

O'NEILL, M., CHARTERS, S. (2000): Service quality at the cellar door: implications for Western Australia's developing wine tourism industry [online]. Dostupné z WWW: <http://www.emeraldinsight.com/10.1108/09604520010318308> (cit. 4. 3. 2014)

PÁSKOVÁ, M., ZELENKA, J. (2002): Výkladový slovník cestovního ruchu. MMR, Praha, 448 s.

PELÁNKOVÁ, Z. (2012): Vinařský průmysl a vinařský cestovní ruch v České republice. Diplomová práce. Ekonomicko-správní fakulta MU, Brno, 84 s.

Portál eAGRI (2013) [online]. Dostupné z WWW: <http://eagri.cz/public/web/mze/> (cit. 14. 7. 2014)

Program rozvoje cestovního ruchu ve Středočeském kraji (2007) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.kr-stredocesky.cz/web/regionalni-rozvoj/program-rozvoje-cestovniho-ruchu> (cit. 15. 8. 2014)

QUADRI-FELITTI, D., FIORE, A. M. (2012): Experience economy constructs as a framework for understanding wine tourism [online]. Dostupné z WWW: <http://jvm.sagepub.com/cgi/doi/10.1177/1356766711432222> (cit. 3. 3. 2014)

RÁDLOVÁ, A. (2012): Vinařský cestovní ruch v Rakousku. Diplomová práce. Ekonomicko-správní fakulta MU, Brno, 122 s.

Svatostánek českého vinařství – marketingová studie (2009) [online]. Dostupné z WWW: [http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CDwQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.esfcr.cz%2Fmodules%2Fprocurements%2Ffile.php%3Fi%3D49383%26n%3Dmarketingova-studie-litomericko-finalni-verze.pdf&ei=DNXzU8CIFqaj4gTK0IG4Bw&usq=AFQjCNGAxJTy0GNvx1\\_X2ai3CMZc8YSwPw&sig2=TGFuiRiPsJWLLXZRTjdNag&bvm=bv.73231344,d.bGE](http://www.google.cz/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=3&ved=0CDwQFjAC&url=http%3A%2F%2Fwww.esfcr.cz%2Fmodules%2Fprocurements%2Ffile.php%3Fi%3D49383%26n%3Dmarketingova-studie-litomericko-finalni-verze.pdf&ei=DNXzU8CIFqaj4gTK0IG4Bw&usq=AFQjCNGAxJTy0GNvx1_X2ai3CMZc8YSwPw&sig2=TGFuiRiPsJWLLXZRTjdNag&bvm=bv.73231344,d.bGE) (cit. 3. 8. 2014)

Situační a výhledová zpráva réva vinná a víno za rok 2012 (2013) [online]. Dostupné z WWW:

[http://www.wineofczechrepublic.cz/files/aktuality/souvisejici\\_soubory/files\\_aktuality\\_3448/SVZRevavinnavino2013.pdf](http://www.wineofczechrepublic.cz/files/aktuality/souvisejici_soubory/files_aktuality_3448/SVZRevavinnavino2013.pdf) (cit. 5. 6. 2014)

SPARKS, B., MALADY, J. (2006): Emerging Wine Tourism Regions: Lessons for Development. In: Carlsen, J., Charters, S.: Global wine tourism: research, management and marketing. CABI, Cambridge, s. 67-79.

Regionální produkty (2014) [online]. Dostupné z WWW: [http://www.mesto-most.cz/VismoOnline\\_ActionScripts/File.ashx?id\\_org=9959&id\\_dokumenty=20591](http://www.mesto-most.cz/VismoOnline_ActionScripts/File.ashx?id_org=9959&id_dokumenty=20591) (cit. 3. 8. 2014)

Strategie rozvoje cestovního ruchu Ústeckého kraje na roky 2010-2015 (2010) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.kr-ustecky.cz/aktualizace-strategie-rozvoje-cestovniho-ruchu-usteckeho-kraje/ds-98619> (cit. 15. 8. 2014)

ŠRÁMKOVÁ, D. (2012): Aktuální světové trendy v cestovním ruchu. In: Nové trendy a technologie v cestovním ruchu – sborník z mezinárodní konference. Vysoká škola polytechnická, Jihlava, 340 s.

ŠTĚPÁNEK, V., KOPAČKA, L., ŠÍP, J. (2001): Geografie cestovního ruchu. Karolinum, Praha, 229 s.

TELFER, D. J. (2001): From a Wine Tourism Village to a Regional Wine Route: an investigation of the competitive advantage of embedded clusters in Niagara, Canada. *Tourism Recreation Research*, 26, č. 2, s. 23-34.

Udržitelný rozvoj – Ministerstvo životního prostředí (2014) [online]. Dostupné z WWW: [http://www.mzp.cz/cz/udrzitelny\\_rozvoj](http://www.mzp.cz/cz/udrzitelny_rozvoj) (cit. 3. 3. 2014)

VEČEŘOVÁ, L. (2011): Trvale udržitelný rozvoj vinařského cestovního ruchu na jižní Moravě. Diplomová práce. Přírodovědecká fakulta UK, Praha, 117 s.

Veřejná databáze ČSÚ (2014) [online]. Dostupné z WWW: <http://vdb.czso.cz/vdbvo/uvod.jsp> (cit. 5. 6. 2014)

Vína z Moravy, vína z Čech (2013) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.wineofczechrepublic.cz/> (cit. 13. 4. 2014)

Vinohradnictví (2013) [online]. Dostupné z WWW: [http://web2.mendelu.cz/af\\_291\\_projekty2/vseo/stranka.php?kod=778](http://web2.mendelu.cz/af_291_projekty2/vseo/stranka.php?kod=778) (cit. 14. 7. 2014)

VINTROVÁ, L. (2008): Světlo, pohyb, zvuk – Citylight v marketingovém mixu [online]. Dostupné z WWW: <http://strategie.e15.cz/prilohy/marketing-magazin/svetlo-pohyb-zvuk-citylight-v-marketingovem-mixu-469114> (cit. 18. 7. 2014)

VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A., KUNC, J., MARYÁŠ, J., SEIDENGLANZ, D., ŠAUER, M., TONEV, P., VITURKA, M. (2006): Atlas cestovního ruchu České republiky. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Praha, 156 s.

VYSTOUPIL, J., HOLEŠINSKÁ, A., KUNC, J., ŠAUER, M. (2007): Návrh nové rajonizace cestovního ruchu ČR. Ministerstvo pro místní rozvoj ČR, Brno, 108 s.

VYSTOUPIL, J., KUNC, J., ŠAUER, M., TONEV, P. (2010): Vývoj cestovního ruchu v ČR a jeho prostorové organizace v letech 1990 - 2009. Urbanismus a územní rozvoj, 13, č. 5, s. 93-108.

VYSTOUPIL, J., ŠAUER, M., HOLEŠINSKÁ, A., KUNC, J., TONEV, P., SEIDENGLANZ, D. (2011): Geografie cestovního ruchu České republiky. Vydavatelství a nakladatelství Aleš Čeněk, Plzeň, 315 s.

ZELENKA, J., PÁSKOVÁ, M. (2012): Výkladový slovník cestovního ruchu. Linde Praha, Praha, 776 s.

Žernosecké vinařství s.r.o. (2014) [online]. Dostupné z WWW: <http://www.zernosecke-vinarstvi.cz/> (cit. 3. 8. 2014)

### **Právní předpisy**

- zákon č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství a o změně některých souvisejících zákonů
- vyhláška č. 254/2012 Sb., kterou se stanoví seznam vinařských podoblastí, vinařských obcí a viničních tratí
- zákon č. 361/2000 Sb., o provozu na pozemních komunikacích a o změnách některých zákonů

### **Řízené rozhovory**

Rozhovor s L. Gottwaldovou, vedoucí střediska Gotického hradu, 1. 8. 2014

Rozhovor s referentkou, Turistické informační centrum Most, 28. 6. 2014

Rozhovor s pracovnící vinárny „U Divocha“, 28. 6. 2014

Rozhovor s L. Gottwaldovou, vedoucí střediska Gotického hradu, 25. 6. 2014

Rozhovor s M. Vondrákovou, marketingová manažerka Centra cestovního ruchu Litoměřice, 25. 6. 2014

Rozhovor s referentkou DA České středohoří, 25. 6. 2014

Rozhovor s manažerkou Českého vinařství Chrámce s.r.o., 20. 6. 2014

Rozhovor s referentkou MAS Vyhlídky, o.s., 17. 6. 2014

Rozhovor s R. Kareisovou, ředitelkou MEKUC, 17. 6. 2014

Rozhovor s technologem firmy, 17. 6. 2014

Rozhovor s M. Havlíčkovou, ředitelkou Regionálního muzea Mělník, 17. 6. 2014

Rozhovor se Z. Jansovou, vedoucí odboru školství a kultury, 9. 6. 2014

Rozhovor s pracovníkem Vinotéky U Ludmily, 9. 6. 2014

**Příloha 1: Seznam vinařských obcí a viničních tratí v Mělnické podoblasti, stanovených vyhláškou č. 254/2010 Sb.**

Seznam vinařských obcí a viničních tratí v Mělnické podoblasti				
Vinařská obec	Katastrální území	Název viniční trati		
1. Bechlín	1. Bechlín	1. Bertýnka 2. Na průhonu 3. Piksovka		
	2. Předonín	1. Bertýnka		
2. Benátky nad Jizerou	1. Nové Benátky	1. Pod zámkem 2. Stráň nad Jizerou		
	2. Obodř	1. Akátové údolí		
3. Brambory	1. Brambory	1. U luhů 2. Nade vsí		
		1. Cítov	1. Zdenčina	
4. Cítov	1. Cítov	1. Zdenčina		
5. Dolní Beřkovice	1. Dolní Beřkovice	1. Beřkovská		
	2. Vliněves	1. Beřkovská		
6. Domousnice	1. Domousnice	1. U Sv. Jiří		
7. Dřísy	1. Dřísy	1. Svatováclavská		
8. Heřmanice	1. Heřmanice	1. Na kamnech		
9. Horka I	1. Horka u Žehušic	1. Nad hospodou 2. Nad týneckou cestou 3. Za bažantnicí		
		1. Chrudim	1. U Záchrany	
		1. Jeviněves	1. Na vinicích	
11. Jeviněves	1. Jeviněves	1. Na vinicích		
12. Karlštejn	1. Budňany	1. Plešivec 2. Vrše 3. Rešna		
		13. Kly	1. Kly	1. Kelská 2. Záboří II.
			2. Záboří u Kel	1. Kelská 2. Záboří I. 3. Záboří II.
14. Konárovice	1. Konárovice	1. V hájku 2. Zadní zájezd		
15. Kralupy nad Vltavou	1. Mikovice u Kralup nad Vltavou	1. Nad vinicí		
	2. Zeměchy u Kralup nad Vltavou	1. Velký kus		
16. Kuks	1. Kuks	Nad zámkem		
17. Kutná Hora	1. Kutná Hora	1. U všech svatých 2. Pod chrámem sv. Barbory 3. U sv. Trojice 4. Pod Kuklíkem		
		2. Sedlec u Kutné Hory	1. Nad kapličkou	
18. Liběchov	1. Ješovice	1. Ješovická		
	2. Liběchov	1. Liběchovská 2. Buryně 3. Pod kostelíčkem		
19. Litoboř	1. Litoboř	1. Pod Hromobitkou		
20. Loděnice	1. Loděnice u Berouna	1. Kněží hora		
21. Loucká	1. Loucká	1. Vidrholec		
22. Máslovice	1. Máslovice	1. Dolská		
23. Mělník	1. Mělník	1. Venkovská		



	2. Vehlovice	2. Klamovka 3. Neuberská 4. Na bílých břehách 5. Městská 6. Turbovická 1. Labská 2. Klamovka
24. Otmíče	1. Otmíče	1. Pod Otmíčskou horou
25. Praha - Troja	1. Troja	1. Svatá Klára 2. Salabka
26. Praha 1	1. Malá Strana 2. Hradčany	1. Svatováclavská vinice 1. Svatojánská
27. Praha 2	1. Vinohrady	1. Gröbovka
28. Praha 6	1. Dejvice	1. Baba
29. Praha 9	1. Vysočany	1. Pod Prosekem
30. Praha 12	1. Modřany	1. Modřanská vinice
31. Slabce	1. Slabce	1. Balkán
32. Slaný	1. Blahotice 2. Kvíc 3. Slaný	1. Ovčáry 1. Na křížku 1. Ovčáry
33. Srbsko	1. Srbsko u Karlštejna	1. Na vinicích 2. U besídek
34. Sudovo Hlavno	1. Sudovo Hlavno	1. Vinum Palladium
35. Svatý Mikuláš	1. Svatý Mikuláš	1. U borku
36. Štětí	1. Počeplice	1. Na Pelunce 2. Na Liběchovské cestě
37. Tuhaň	1. Tuhaň	1. Na Raholinách
38. Velký Borek	1. Skuhrov u Mělníka	1. Turbovická
39. Vinaře	1. Vinaře	1. Na příčce
40. Vinařice	1. Vinařice u Kladna	1. Vinařická hora 2. Na paloučkách 3. V řádcích 4. V trníčkách
41. Zbiroh	1. Zbiroh	1. Zámecká
42. Žehušice	1. Žehušice	1. Na skále

**Příloha 2: Seznam vinařských obcí a viničních tratí v Litoměřické podoblasti, stanovených vyhláškou č. 254/2010 Sb.**

Seznam vinařských obcí a viničních tratí v Litoměřické podoblasti		
Vinařská obec	Katastrální území	Název viniční tratě
1. Bělušice	1. Bělušice u Mostu	1. Vinice Lenka 2. Vinice Klára 3. Vinice velká Anna 4. Vinice Lucie 5. Vinice Vendula 6. Vinice Muškát 7. Vinice malá Anna
2. Blšany u Loun	1. Blšany u Loun	1. Pod Chlumem
3. Brzánky	1. Brzánky	1. Sovice 2. Labské stráně
4. Březno	1. Březno u Chomutova 2. Stranná u Nechranic	1. Zámecká 1. Zámecká
5. Hoštka	1. Hoštka 2. Kochovice	1. Labské vinice 2. Bauška 1. Kochov
6. Chbany	1. Poláky	1. Vamperk
7. Chlumčany	1. Chlumčany u Loun	1. Pod Chlumem
8. Kadaň	1. Kadaň 2. Tušimice 3. Úhošťany	1. Zlatý vrch 2. Nad meandrem 3. Svatováclavská trať 4. Na vinici 1. Běšická trať 1. Pod Purperkem
9. Klapý	1. Klapý	1. Pod Hamburkem
10. Kozly	1. Kozly u Loun	1. Vinice Lenka
11. Kyškovice	1. Kyškovice	1. Lis
12. Libědice	1. Libědice	1. Svatovítská
13. Libochovany	1. Libochovany	1. Pod Hrádkem 2. U třech křížů
14. Litoměřice	1. Litoměřice	1. Pod Radobýlem 2. Labská stráň
15. Lovosice	1. Lovosice	1. Pod Lovošem
16. Malé Žernoseky	1. Malé Žernoseky	1. Na Dobraji
17. Michalovice	1. Michalovice u Velkých Žernosek	1. U vodárny 2. U cihelny 3. Na vinici
18. Most	1. Čepirohy 2. Most II 3. Rudolice nad Bílinou	1. Vinice Barbora 2. Vinice Mariana 3. Vinice Libuše 4. Vinice sv. Jiří 1. Vinice Matčina 2. Široký vrch 3. Hněvín 1. Vinice sv. Vavřince
19. Obrnice	1. Obrnice	1. Osecká vinice
20. Pětipsy	1. Pětipsy	1. Vamperk
21. Polepy	1. Encovany	1. Holý vrch

		2. Pod skalkou 3. Prachová
22. Třeбенice	1. Třeбенice	1. Pod Košťálovem
23. Třebívlice	1. Šepetely 2. Třebívlice	1. Pod Šepetelským vrchem 1. Vinice 2 Koskov
24. Ústí nad Labem	1. Mojžíř	1. Kozí vrch
25. Velké Žernoseky	1. Velké Žernoseky	1. Velká Vendule 2. Malá Vendule 3. Mariánská 4. Kostelní 5. Pod Třešňovkou 6. U Lomu 7. Na Jámě
26. Vilémov	1. Vinaře u Kadaně	1. Vinařická trať
27. Vrbice	1. Vetlá	1. Sovice 2. Labské vinice
28. Zahrádky	1. Zahrádky u České Lípy	1. Mariánov
29. Žalhostice	1. Žalhostice	1. Pod Radobýlem 2. Nad školou
30. Židovice	1. Židovice nad Labem	1. Na Bulfu 2. Na terasách 3. Na viničkách