

Napísal používateľ Administrator
Sobota, 26. Október 2013 13:49



Pri príležitosti získania ocenenia **Prix de la Communication**, ktorá sa udeľuje vinárstvom za inovácie v internetovej komunikácii, na prestížnej švajčiarskej výstave vín

Mondial des Pinots

, pani Anne Serres spravila rozhovor s pánom Stankom. Jej otázky boli smerované hlavne na využívanie internetovej komunikácie, rozvoji exportu našich vín do zahraničia a budúcnosti slovenských vín. Prepis rozhovoru nájdete nižšie pod článkom, jeho anglickú, alebo franúzsku verziu na stránkach

[Vitisphere](#)

Ann Serres: Ako dôležitý je internet pre Váš predaj a komunikáciu?

Peter Stanko: Internet je pre nás veľmi dôležitým fenoménom, nakoľko je dostupný veľmi veľkému spektru ľudí. Internet sa stal v krátkom čase najvariabilnejším médiom a dokáže prenášať enormný objem informácií v krátkom čase, kde vieme rýchlo reagovať na potreby trhu a dopĺňať aktuálne portfóliá našich vín. V porovnaní s tlačovou formou je omnoho rýchlejší a tak isto lacnejší a ekologickejší.

AP: Ako je Váš predaj prerozdelený medzi export a domáci trh?

PS: V prvom rade je dôležité poznamenať, že Slovensko v súčasnosti nie je sebestačnou krajinou v produkcii vín, preto slovenský trh nie je nasýtený a dokáže predať takmer celú

Napísal používateľ Administrator
Sobota, 26 Október 2013 13:49

produkcii vín na domácom trhu.

Renomé slovenských vín v zahraničí nie je také vysoké ako v tradičných vinárskych krajinách, akou je napríklad Francúzsko, preto sa snažíme, najmä prostredníctvom zahraničných súťaží a internetu upevniť renomé slovenských vín v zahraničí a dúfame, že práve tieto dve metódy nám pomáhajú zvyšovať percentá exportu našich vín.

Z týchto dvoch dôvodov je pomer 90%/10% naklonený domácomu trhu.

AS: Máte strategický plán pre rozvoj Vašich export predajov, ak áno, aké trhy sú Vašou prioritou?

PS: Náš strategický plán, ako som už spomenul, je postavený hlavne na možnosti zúčastňovať sa na rôznych zahraničných súťažiach a úspechy z nich využívať pre čo najlepšiu propagáciu našich vín v zahraničí. Snažíme sa oslovovať najmä trhy okolitých krajín ako napríklad Česká republika, Rakúsko, Ukrajina, alebo Ďaleký Východ /Japonsko/.

AS: Ako vidíte budúcnosť slovenských vín vo všeobecnosti a ako im internet pomáha v rozvoji?

PS: Budúcnosť slovenských vín vidím optimisticky, nakoľko Slovensko sa nachádza na Severnom okraji európskych vinohradníckych oblastí a tým sa slovenské vína vyznačujú tým, že majú vyšší obsah kyselín a vína zostávajú veľmi svieže, ľahké a ovocné. To, čo nám klíma uberá v červených vínach, to nám naopak vynahrádza v rosé vínach. Domnievame sa, že tak ako sa navštevujú kvôli červeným vínam oblasti Toskánska a Bordeaux, chodí sa na biele vína do Rheingau a Monsel.

Veríme, že o pár rokov sa za rosé vínami bude chodiť k nám, práve kvôli ich sviežosti a ovocnosti.

Zdroj: Mrva & Stanko foto: www.obchodsvinom.sk