



Výroční zpráva Vinařského fondu
za rok 2006



Obsah:

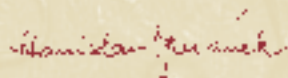
Úvod	2
VINAŘSKÝ FOND	4
PŘEHLED ČINNOSTI FONDU	5–9
1. Koncepce marketingové a komunikační strategie Fondu	
2. Průzkum trhu	
3. Komunikační kampaň	
4. Přehled další činnosti	
5. Výběr odvodů a kontrolní činnost Fondu	
PŘEHLED O POSKYTNUTÝCH PODPORÁCH	10
ZMĚNY ORGANIZAČNÍHO ŘÁDU FONDU	13
ZMĚNY VE SLOŽENÍ ORGÁNŮ FONDU	13
ZÁVĚR	13
ZPRÁVA AUDITORA K ROČNÍ ÚČETNÍ ZÁVĚRCE 2006	
A PŘÍLOHA K ÚČETNÍ ZÁVĚRCE	14–20

ÚVODNÍ SLOVO

Již tři roky je Česká republika členem Evropské unie a moravská a česká vína jsou vystavena stále silícímu konkurenčnímu tlaku ostatních vinařských zemí. Postavení našeho vinaře není jednoduché, nicméně o tom, že se se svými produkty rozhodně neztratí, svědčí mnohá medailová ocenění na zahraničních soutěžích.

Rok 2006 byl pro Vinařský fond zlomový. Po dlouhých měsících, kdy byla jeho činnost vinou neukončené notifikace omezena, začal plně fungovat. Nejvýraznější aktivitou bylo bezpochyby zahájení doposud největší komunikační kampaně propagující naše vína. Vinařský fond svou podporu dále soustředil především do oblasti výstavnictví, informování odborné i laické veřejnosti o víně a vinařství, ať už ve formě seminářů a konferencí či různých publikací a v neposlední řadě oblasti vinařské turistiky.

Z postavení hejtmana kraje, ve kterém leží 96 % vinic České republiky, si uvědomuji ještě více důležitost zachování vinařských tradic pro naši zemi. Věřím, že postupem času získá moravské víno pozici, která mu po právu patří.



Ing. Stanislav Juránek
předseda Rady Vinařského fondu

VINUM BONUM LAETIFICAT COR HOMINIS

(dobré víno rozveseluje srdce člověka)

Starý zákon

Asi málokdo si při pohledu na „obyčejnou“ láhev vína uvědomí, kolik úsilí a času vinaře se ukrývá pod její zátkou.

Je to kus lidského života – od celoroční péče o vinohrad a jeho úrodu, až po víno uskladněné ve sklepech. A přestože dnešní doba poskytuje vinařům řadu vymožeností, pro naše předky jen ztěží představitelných, jedno mají bez ohledu na čas stále společné.

Je to právě otevřené srdce, úcta k vínu a tradiční um českých a moravských vinařů, které dodávají našim vínům už po staletí jejich nezaměnitelnou chuť a jedinečný charakter.

Podle nejstarších pramenů byli prvními pěstiteli révy vinné na našem území pravděpodobně Keltové a na Moravě pod Pálavou římsí vojáci. V Čechách založila podle pověsti první vinici na Mělnicku sv. Ludmila kolem roku 892. O té doby se zásluhou církve a některých českých panovníků u nás vinařství úspěšně rozvíjelo. K výraznému poklesu počtu vinic došlo v průběhu třicetileté války a v 19. století vlivem přemnožení kořenové mšice, která zničila všechny evropské vinice. V roce 1930 už u nás vinná réva pokrývala pouhých 3 870 ha.

V současné době v České republice se pěstuje réva vinná na vinicích o rozloze 18 554 ha a produkce vína u nás pokryje zhruba pouze jednu třetinu spotřeby. Celá republika se dělí na dvě základní vinařské oblasti, Čechy a Moravu. Pod vinařskou oblast Morava spadá 311 vinařských obcí se 20 220 pěstiteli a tvoří ji 4 podoblasti – Mikulovská, Slovácká, Velkopavlovická a Znojemská. Vinařská oblast Čechy má 66 obcí se 174 pěstiteli vinné révy, je rozdělena na Litoměřickou a Mělnickou podoblast a patří k nejsevernějším výspám evropského vinohradnictví.

67 % plochy vinic u nás je osázeno bílými odrůdami, pro jejichž pěstování jsou zde výhodnější podmínky. K nejrozšířenějším odrůdám bílých vín u nás patří Müller Thurgau, Veltlínské zelené, Ryzlink rýnský, Ryzlink vlašský, Rulandské bílé, Sauvignon, Chardonnay, Rulandské šedé a Tramín červený. Kromě tradičních odrůd se pěstují i nově vyšlechtěné jako je Pálava, Aurelius a Muškát moravský. Červená vína jsou u nás nejčastěji zastoupena odrůdami Svatovavřínecké, Frankovka, Zweigeltrebe, Rulandské modré, Modrý Portugal. André a Cabernet Moravia jsou nové odrůdy.

Dobré víno rozveseluje srdce člověka

Vinařský fond

Vinařský fond je dnes v České republice hlavní institucí, která zajišťuje podporu a propagaci vinařství a vinohradnictví. Fond vznikl v roce 2002 na základě změny zákona č. 115/1995 Sb., o vinohradnictví a vinařství a jeho hlavní úkol před vstupem ČR do EU spočíval v podpoře výsadby a obnovy vinic, okrajově také v podpoře propagace prodeje vína.

Vinařským zákonem č. 321/2004 Sb. došlo ke změnám ve fungování Vinařského fondu a jeho posláním se tak stala výhradně podpora marketingu vína, prodeje produktů a ochrana označování vína podle zeměpisného původu. Dále také spadá do jeho aktivit informování veřejnosti o vinohradnictví a vinařství, stejně jako podpora uchování a rozvoje vinohradnictví jako významné součásti evropského kulturního dědictví a také rozvoje vinařské turistiky. Na realizaci těchto aktivit využívá Vinařský fond finančních prostředků, které jsou tvořeny zákonnými příspěvky vinařů a vinohradníků, příspěvky samosprávných orgánů a dále jednorázovým příspěvkem od státu ve stejné výši, jakou tvoří všechny ostatní příjmy fondu.

Vinařský fond nyní funguje na podobných principech jako obdobné instituce ve vyspělých vinařských zemích v Evropě. Orgány Vinařského fondu tvoří Rada Vinařského fondu, ředitel fondu a Dozorčí rada Vinařského fondu. Jejich složení je následující:

Rada Vinařského fondu

Ing. Stanislav Juránek – předseda
Ing. Jiří Sedlo, CSc. – místopředseda
Ing. Josef Čačík
Ing. Miroslav Olbrecht
Stanislav Rudolfský
Ing. Antonín Šťastný
Ing. Zdeněk Trnka
Ing. Pavel Vajčner
Ing. Josef Vozdecký

Dozorčí rada Vinařského fondu

Ing. Ladislav Skopal – předseda
Bc. Pavel Suchánek – místopředseda
JUDr. Zdeněk Koudelka, PhD.
Ing. Pavel Kováčik
Ing. Josef Vaculík

Ředitel Vinařského fondu

Ing. Jaroslav Machovec

Ostatní zaměstnanci Vinařského fondu

Mgr. Pavel Večeřa
Ing. Alena Straková
Ing. Ctibor Dolanský

V průběhu roku 2006 zasedala Rada Vinařského fondu desetkrát a Dozorčí rada dvakrát. Vinařský fond má povinnost vypracovat výroční zprávu dle ust. §31 odst. 8 zákona č. 321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů.

Přehled činností Vinařského fondu

V prvních měsících roku 2006 byl ukončen téměř dva roky trvající proces notifikace Vinařského fondu. Podpory z Vinařského fondu schválila Evropská komise a Fond tak mohl začít naplno vykonávat svou činnost. V návaznosti na ukončený proces notifikace vydalo dne 14. 3. 2006 Ministerstvo zemědělství vyhlášku č. 97/2006 Sb., „**O předpokladech a způsobu podpory marketingu a prodeje produktů, podpory rozvoje turistiky v oblasti vinohradnictví a vinařství a podrobnostech o poskytování informací veřejnosti Vinařským fondem**“.

Rada Vinařského fondu schválila pro rok 2006 koncepci marketingové a komunikační strategie, ze které Fond v uplynulém roce vycházel. Začátkem roku proběhl výběr reklamní agentury (COMTECH, spol. s r. o.), která ve spolupráci s Fondem zpracovala návrh a časový plán komunikační kampaně. Stěžejní aktivitou roku 2006 bylo vlastní zahájení komunikační kampaně – Projekt propagace a podpory prodeje tuzemských vín – založené na propagaci značky „vína z Moravy, vína z Čech“.

Na svých internetových stránkách <http://www.vinarskyfond.cz> poskytuje Fond vinařům souhrnný přehled zákonů, vyhlášek a dalších legislativních nařízení, souvisejících s vinařstvím a vinohradnictvím ČR



Zákon o vinohradnictví a vinařství č. 321/2004 Sb., a vyhlášky Ministerstva zemědělství ČR Vyhláška provádějící zákon č. 323/2004 Sb., Vyhláška stanovující podoblasti, obce a tratě č. 324/2004 Sb., Nařízení vlády o provádění některých věcí společně organizace trhu s vínem (restrukturalizace) č. 245/2004 Sb.

Kromě základních údajů o Vinařském fondu jsou zde k dispozici také užitečné odkazy na vinařské instituce, formuláře usnadňující komunikaci s Vinařským fondem (zejména z hlediska poskytování podpor a odvodů do Fondu), elektronický zpravodaj a aktuální informace k dění v oblasti vinařství a vinohradnictví.

Koncepce marketingové a komunikační strategie Vinařského fondu

Národní značku „vína z Moravy, vína z Čech“, která se stala zastřešujícím symbolem celého projektu představil Vinařský fond veřejnosti v polovině roku 2006. Její grafická podoba má symbolizovat nejen historickou náklonnost Čechů ke svým vínům, národní hrdost, ale především ryze domácí původ na úrodných vinicích Moravy a Čech. Značka se používá ve třech základních modifikacích: společné verzi (v případě obecné prezentace tuzemských vín) a dále ve dvou lokalizovaných verzích vztahujících se k příslušné oblasti původu.



(Nositeli značky mohou být výhradně láhvová vína **jakostní** nebo **jakostní s přívlastkem** s původem ve vinařských oblastech Morava nebo Čechy.)

Značka „vína z Moravy, vína z Čech“ byla uvedena na trh se záměrem zvýšit obecné povědomí o kvalitě a jedinečnosti moravských a českých vín, zlepšit jejich vnímání a prestiž v očích odborné (producenti a distributoři vína) a laické veřejnosti (koneční spotřebitelé). Ze střednědobého hlediska pak bylo cílem zvýšení spotřeby našich jakostních a přívlastkových vín na trzích v tuzemsku i v zahraničí.

Přehled činností Vinařského fondu Koncepce marketingové a komunikační strategie Vinařského fondu



„Objevte kouzlo našich vín“

Titulek uváděný v úvodní části reklamní kampaně vychází ze zastřešujícího sloganu „Objevte, poznejte, ochutnejte vína z našich vinic“ a koresponduje se základní myšlenkou komunikační strategie – zprostředkovat prvotní kontakt konečného spotřebitele se značkou „vína z Moravy, vína z Čech“



Kolik chutí může mít slunce?

Velké množství chutí vzniká díky slunci. Je to právě slunce, které poskytuje energii potřebnou pro fotosyntézu a tvorbu cukrů a kyseliny octové, které jsou hlavními složkami vína. To znamená, že čím více slunce, tím lepší víno.

Poznejte kouzlo romantičtější našich vín.



Průzkum trhu

Důležitým momentem přípravy samotného projektu bylo zpracování podrobné analýzy trhu s vínem prostřednictvím kvalitativního a kvantitativního výzkumu, jehož realizací byla pověřena společnost FOCUS – Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o. V průběhu měsíce února a března 2006 se tak uskutečnil **doposud nejrozsáhlejší průzkum realizovaný v oblasti vína v ČR**, a to ve dvou segmentech – „spotřebitelském“ a „distribučním“. Kvalitativní průzkum „Vino a jeho distributoři“ přispěl ke zmapování postojů vinařů, majitelů vinoték a ostatních obchodníků. Naopak výsledky kvantitativního průzkumu „**Vino a český spotřebitel**“ vedly k vytvoření přesnější představy o nákupním chování a postojích českých spotřebitelů.

Komunikační kampaň

Definování cílové skupiny na základě průzkumů bylo zásadním předpokladem pro vytvoření celkové strategie komunikace, efektivní zacílení kampaně a optimální výběr komunikačních prostředků.

Vlastní komunikační strategie vznikla s jasným cílem – představit novou národní značku veřejnosti, vybudovat povědomí o ní a naplnit ji jedinečnými asociacemi, které povedou k vytvoření image značky „vína z Moravy, vína z Čech“.

Základní koncept komunikační strategie vycházel z myšlenky postavené na vlastní zkušenosti spotřebitele (aby uvěřil, musí vyzkoušet). Proto byl také navržen zastřešující slogan celé kampaně „**Objevte, poznejte a ochutnejte vína z našich vinic**“, který přesně koresponduje se záměrem postupného seznamování spotřebitele se značkou v jednotlivých fázích komunikační kampaně. Současně se také prostřednictvím komunikačních aktivit v jednotlivých fázích představují spotřebiteli dva hlavní benefity – **pestrost chutí našich vín a garance jejich původu**, které mají novou značku jasně profilovat. Asociací „Kolik chutí může mít slunce“ poukazují tvůrci kampaně na četnost pěstovaných odrůd a různorodost chutí domácích vín. Přítomnost slunce ve víně zde zdůrazňuje právě vynikající kvalitu našich vín. Upozorněním na původ vín z **našich** vinic měla být budována další asociace, která staví nejen na národní hrdosti, ale také na preferenci místních plodin vhodnějších pro náš organismus.

Komunikační kampaň byla naplánována ve dvou fázích. V první fázi, která probíhala ve druhé polovině roku 2006, byl nejprve představen projekt a národní značka vinařům a distributorům vína a následně také konečnému spotřebiteli. Současně byl zahájen proces postupného zapojování vinařů a distributorů do tohoto projektu. Budování hodnotových a emocionálních vazeb mezi značkou a koncovým spotřebitelem bude hlavní náplní 2. fáze projektu v roce 2007.



Složení **komunikačního mixu** odpovídá výsledkům analýz a je zaměřeno jak na koncové spotřebitele, tak producenty vína, obchodníky a provozovatele gastronomických zařízení. V rámci příprav kampaně (červen až srpen 2006) byly zpracovány materiály určené pro představení národní značky vinařům a obchodníkům s vínem.



Vznikla závazná pravidla pro používání značky, proběhla úprava www stránek, byla zahájena distribuce materiálů pro vinaře a základních propagačních materiálů pro distribuční řetězce (vinotéky, velko a maloobchodní prodejny). Současně probíhala také prezentace značky v tradičních vinařských oblastech (billboardy, tisková inzerce).

V září 2006 odstartovala **rozsáhlá mediální kampaň**, v jejímž rámci probíhala prezentace národní značky formou sponzoringu vybraných pořadů v televizi, tisková inzerce a PR prezentace v tiskových médiích. Kampaň byla



doplněna venkovní reklamou, p.o.s. materiály... Cílem této části projektu bylo představit národní značku široké odborné a laické veřejnosti.

Od září 2006 začal Vinařský fond vydávat elektronický zpravodaj, který v pravidelném měsíčním cyklu informuje vinařskou i nevinařskou veřejnost o činnosti Fondu v daném období (zpravodaj je zasílán

prostřednictvím elektronické pošty registrovaným uživatelům stránek www.vinarskyfond.cz).

Vinařský fond již od roku 2005 podporuje propagaci mladých svatomartinských vín, která jsou jako samostatná značka zaštiťována národní značkou „vína z Moravy, vína z Čech“. V rámci projektu „**Svatomartinské**“ proběhla v roce 2006 speciální komunikační kampaň na celorepublikové úrovni podpořená venkovní a rozhlasovou reklamou, inzercí v odborných titulech, PR aktivitami a p.o.s. materiály. Oficiální zahájení kampaně proběhlo 11. 11. 2006 na Moravském náměstí v Brně ochutnávkou mladého svatomartinského vína.



Tradiční akci „Svatomartinské“ propagovala kromě jiného také billboardová kampaň s vizuálem prezentujícím mladá vína. Současně na akci upozorňovalo také označení vlajčkami, plakáty apod. přímo na prodejních místech.



V rámci velkoobchodní sítě Makro vyšel pod záštitou Vinařského fondu speciální leták věnovaný moravským a českým vínům. V akčním období byla navíc označena tato vína v rámci prodejního místa vlajčkou „vína z Čech, vína z Moravy“ a probíhala také prezentace před prodejny formou plakátů a venkovních plachet.

Komunikační kampaň



*Slovenská filharmonie v Bratislavě
Pod záštitou velvyslance ČR na Slovensku a za účasti více než 400 hostů z řad obchodníků s vínem, zástupců gastronomie, vinoték a osobností veřejného života proběhla prezentace moravských vín od 34 různých vinařských firem.*

Vinařský fond podpořil realizaci následujících výstav, přehlídek a soutěží:

- Víno a destiláty (1. den výstavy pod názvem „Den vín z ČR“ věnovaný vínům z produkce Moravy a Čech)
- Vinařské Litoměřice
- Valtické vinné trhy
- TOP 77 vín České republiky
- Znojemská galerie veltlínů
- Vinum Juvenale, Grand Prix Sommelier
- Jarovín Rosé
- Pardubický festival vína
- Národní přehlídka sýrů a vín v Prachaticích
- Terroir znojemských vín
- Kroměřížské vinařské slavnosti
- výstava „O vínu“ v Národním zemědělském muzeu v Praze
- výstava vín dolnokounického mikroregionu (Dolní Kounice)
- 9. ročník Mistrovství České republiky sommelierů v kategorii junior a senior pod názvem „Trophée Bohemia Sekt Sommelier ČR 2006“
- Pardubický vinařský půlmaraton

Přehled další činnosti Fondu

ve vztahu k ust. § 31 odst. 4 zákona č. 321/2004 Sb.

Vinařský fond se v roce 2006 podílel také na realizaci dalších aktivit a projektů v oblasti výstavnictví, vzdělávání, konferencí, vinařské turistiky a vydávání publikací. Ve spolupráci s Fondem zajišťovaly některé akce a související PR aktivity agentury Omnimedia Public Relations, s. r. o., a AGENTURA TPR, s. r. o.

V oblasti **podpory marketingu vína a prodeje produktů** spolupracoval Vinařský fond s moravskými a českými vinaři na prezentaci v rámci zahraničních výstav, především na vytvoření společné expozice České republiky na veletrhu Proweine v Düsseldorfu (zastoupeny 4 vinařské firmy) a na veletrhu Enoexpo v Krakově (zastoupeno 14 vinařských firem). V rámci propagace moravských a českých vín na Slovensku proběhla unikátní prezentace v prostorách Slovenské filharmonie v Bratislavě.

V souvislosti s konáním tuzemských akcí podporoval Fond účast vinařských firem na **Vinexu** (účast 22 vinařských firem) a výstavě **Víno a destiláty** (účast 48 vinařských firem). Dále zajišťoval propagaci v rámci **nominačních výstav do Salonu vín ČR** ve vinařské podoblasti slovácké v Kyjově, v podoblasti mikulovské v Mikulově, v podoblasti znojemské ve Znojmě a ve vinařské oblasti Čechy, která probíhala v Kutné Hoře.



V oblasti poskytování **informací o vinohradnictví a vinařství** zajišťoval Vinařský fond podporu následujících seminářů, konferencí a školení:

- kurzy ABC o víně pro pracovníky sdělovacích prostředků a pro pracovníky odborných vzdělávacích zařízení pořádané Vinařskou akademií Valtice
- IV. ročník Mezinárodní konference Víno a zdraví, v Brně
- odborné semináře sdružení Moravín pro vinaře a vinohradníky
- konference Integrovaná produkce vína a ekologické vinohradnictví v Mikulově v rámci Pálavského vinobraní

Dále se také Fond spolupodílel na prezentaci tuzemského vinařství a vinohradnictví pro zahraniční účastníky zasedání **XX. Mezinárodní rady AREV** (Sdružení evropských vinařských regionů) a **prezentaci pro zahraniční novináře z mezinárodní organizace novinářů píšících o víně FIJEV**.

Současně Vinařský fond v oblasti poskytování informací o vinařství zajišťoval spuštění oficiálního internetového portálu tuzemského vinařství a vinohradnictví **www.wineofczechrepublic.cz** (www.vinazmoravy.cz / www.vinazcech.cz). V roce 2006 také vyšla propagační brožura **Vinařství v ČR** ve čtyřech jazykových mutacích a kolekce naučně propagačních plakátů (aromatický kruh, odrůdy bílých a červených vín) – realizováno ve spolupráci s Národním vinařským centrem.

Fond podporoval také vydání následujících publikací o víně a vinařství:

- Malá encyklopedie českých a moravských vín (vyd. Geronimo Collection)
- Kapesní průvodce po vinařstvích a vínech ČR 2007 (vyd. NEWSLETTER)

V oblasti **vinařské turistiky** se Fond podílel s Národním vinařským centrem a Jihomoravským krajem na **Projektu rozvoje a podpory vinařské turistiky na Moravě** a podpoře následujících aktivit:

- Pálavské vinobraní v Mikulově a Znojemské vinobraní ve Znojmě
- Putování po vinařské stezce – velkopavlovická podoblast („Krajem André“)
- Naučná vinařská stezka Vinice Novosedly „Stará Hora“ – jarní otevření stezky
- Vinobraní pod hradbami (Nosislav)
- filmový a televizní festival Znojemský hrozen
- Hudební festival Znojmo
- fam trip pro zástupce cestovních kanceláří – prezentace vinařské turistiky

Podpora výše zmíněných aktivit v oblasti vinařské turistiky byla realizována také zásluhou Jihomoravského kraje, který do rozpočtu Fondu na rok 2006 přispěl částkou 2 mil. Kč.

Výběr odvodů a kontrolní činnost Fondu

Dle ust. § 35 odst. 1 písm. a), b) patří k hlavním činnostem Fondu také výběr odvodů od vinařů za víno vyrobené v ČR a poprvé uvedené do oběhu. Výše odvodu je 0,50 Kč z litru a platí se čtvrtletně (vždy zpětně), přičemž za rok 2006 činila celková částka **za odvody z vína 17 918 122,86 Kč**.

Současně Fond zajišťuje také výběr odvodů **za plochu vinic**, kde z jednoho hektaru vinice odvádí vinař 350 Kč vždy k 31. 12. daného roku. V loňském roce vybral Fond za plochu vinic částku ve výši **4 556 495 Kč**.

Vinařský fond dále v uplynulém roce **zkontroloval vybudování opěrné konstrukce vinic**, které byly v letech 2003–2004 vysazeny s podporou Fondu. Jednalo se o povinnost vyplývající ze zákona č.115/1995 Sb., o vinohradnictví a vinařství, ve znění pozdějších předpisů a nařízení vlády č. 342/2002 Sb. Proběhla kontrola u všech 760 příjemců podpory, z nichž 15 nesplnilo danou podmínku. Dokumentace k těmto případům byla předložena Radě Fondu k dalšímu projednání.



AREV

Představení tuzemského vinohradnictví a vinařství na zasedání Sdružení evropských vinařských regionů (XX. Zasedání Mezinárodní rady AREV proběhlo ve dnech 27.–28.7. 2006 v Brně)



*Veletrh ENOEXPO
Výstavní stánek národní značky v polském Krakově*

*Veletrh PROWEIN
Expozice „Vína z Moravy, vína z Čech“ prezentující domácí vína v německém Düsseldorfu*



*Výstava VÍNO A ADESTILÁTY
Společný stánek Vinařského fondu, Národního vinařského centra a Svazu vinařů ČR*

Přehled o poskytnutých podporách

(ve vztahu k účelu podpory dle ust. §31 odst. 4 zákona č.321/2004 Sb., o vinohradnictví a vinařství)

V následujících přehledech jsou uvedeny veškeré výdaje Vinařského fondu v roce 2006 na činnosti dle ust. §31 odst. 4 zákona č.321/2004 Sb.

(Zahrnuty jsou i výdaje, které se vztahují k aktivitám roku 2005, ale vyplaceny byly až v roce 2006.)

- písm. a) Podpora marketingu vína, prodeje produktů a ochrana označování vína podle zeměpisného původu
- písm. b) Informování veřejnosti o vinohradnictví a vinařství
- písm. c) Podpora uchování a rozvoje vinohradnictví a vinařství jako významné součásti evropského kulturního dědictví, podpora rozvoje vinařské turistiky

Přehled o poskytnutých podporách

Příjemce podpory	Akce/činnost/projekt	Účel podpory (dle ust. §31 odst. 4 zákona č. 321/2004 Sb.)	Výše poskytnuté podpory (stav k 31. 12. 2006, v Kč)
AGENTURA TPR s. r. o.	PR služby	písm. a)	296 150
Agrodružstvo Nový Šaldorf	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	30 000
Ampelos, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	24 000
Arcibiskupské zámecké víno Kroměříž, s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
Bohemia Sekt, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000
Bohemia Sekt, a. s.	9. ročník Mistrovství České republiky sommelierů v kategorii junior a senior pod názvem „Trophée Bohemia Sekt Sommelier ČR 2006“	písm. a)	300 000
Bohemia Sekt, a. s.	8. ročník Mistrovství České republiky sommelierů v kategorii junior a senior pod názvem „Trophée Bohemia Sekt Sommelier ČR 2005“	písm. a)	300 000
Bronislav Vajbar	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	24 000
Bujnoch spol. s r. o.	propagace moravského a českého vína na akci „Pardubický vinařský půlmaraton“	písm. a)	30000
Cech kyjovských vinařů	propagace moravských vín na nominační výstavě slovácké vinařské podoblasti pro Salon vín	písm. a)	40 000
Czech marketing, s. r. o.	Pardubický festival vína	písm. a)	100 000
ČEBAV s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
Českomoravské vinné sklepy, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	30 000
Eko Hnízdo s. r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	13 500
Eko Hnízdo s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
František Veverka	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
HABÁNSKÉ SKLEPY, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000
CHATEAU Bzenec, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000
Ing. Hynek Holánek	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	6 000
Ing. Karel Válka	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	6 000
Ing. Luboš Oulehla	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	15 000
Jiří Hanzl	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	18 000
LIVI, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	33 750
LIVI, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	45 000
Ludvík Maděříč	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	24 000
MAMA trading, s. r. o.	Výstava / soutěž TOP 77 vín z České republiky	písm. a)	200 000
Martin Koptiva	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	6 000
Michal Kočan – MIKO	Národní přehlídka sýrů a vín v Prachaticích	písm. a)	50 000
MIKA CZ, s. r. o.	Vinum Juvenale, Grand Prix Sommelier 2005	písm. a)	242 500

Přehled o poskytnutých podporách

Přehled o poskytnutých podporách

Příjemce podpory	Akce/činnost/projekt	Účel podpory (dle ust. §31 odst. 4 zákona č. 321/2004 Sb.)	Výše poskytnuté podpory (stav k 31. 12. 2006, v Kč)
MORAVÍNO s. r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	13 500
Moravské vinařské závody Bzenec, s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	63 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	zajištění účasti tuzemských vín na zahraničních soutěžích 2006	písm. a)	130 900
Národní vinařské centrum, o. p. s.	zajištění výstavních expozic na výstavách Vinařské Litoměřice a Víno & destiláty 2006	písm. a)	100 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	registrace a úprava ochranné známky „vína z Moravy, vína z Čech“	písm. a)	56 180
Národní vinařské centrum, o. p. s.	propagace tuzemského vinařství na skleničkách s logem „vína z Moravy, vína z Čech“	písm. a)	87 586,40
Národní vinařské centrum, o. p. s.	Svatomartinské 2006	písm. a)	110 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	propagace tuzemských vín na veletrhu Prowein 2006	písm. a)	1 000 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	organizační zajištění kampaně Svatomartinské 2006	písm. a)	110 000
Národní zemědělské muzeum Praha	reklama moravského a českého vína na výstavě „O vínu“ v Národním zemědělském muzeu v Praze	písm. a)	50 000
NEOKLAS a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	30 000
NEOKLAS a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	30 000
ORTOPEDICKÉ CENTRUM s. r. o.	Vinařské Litoměřice 2006	písm. a)	170 000
PATRIA Kobylí, a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	58 500
PATRIA Kobylí, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	54 000
Pavel Springer	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	12 000
Pavel Veselský	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	6 000
Pavlovín, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	47 250
PPS AGRO a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	30 000
PRVNÍ ZNOJEMSKÁ VINAŘSKÁ a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000
PRVNÍ ZNOJEMSKÁ VINAŘSKÁ a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	36 000
Reisten, s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	24 000
Sdružení dobšických vinařů	výstava Jarovín Rosé 2006	písm. a)	40 000
Sdružení vinařů mikulovské vinařské podoblasti	Uspořádání nominační výstavy mikulovské vinařské podoblasti	písm. a)	60 750
Soare sekt a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	75 000
Soare sekt a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000
SPIELBERG CZ, s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	24 000
Stanislav Žůrek	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	6 000
Svaz vinařů České republiky	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	32 500
Svaz vinařů České republiky	Svatomartinské 2005	písm. a)	52 409
Svaz vinařů České republiky	monitoring zpráv o víně, vinařství a vinohradnictví 2005	písm. a)	30 000
Šlechtitelská stanice vinařská Velké Pavlovice	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	18 000
Šlechtitelská stanice vinařská Velké Pavlovice	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	25 500
Štěpán Maňák	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
Templářské sklepy Čejkovice	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	37 500
Templářské sklepy Čejkovice	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	37 500
Tomáš Krist	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	18 000
Tomáš Krist	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
Věstonické sklepy, s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	15 000
Vinacz, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	30 000
Vinařství Kovács s. r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	37 500
Vinařství Kovács s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	37 500
Vinařství rodiny Špalkovy s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	18 000
VINIUM a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000

Přehled o poskytnutých podporách

Příjemce podpory	Akce/činnost/projekt	Účel podpory (dle ust. §31 odst. 4 zákona č. 321/2004 Sb.)	Výše poskytnuté podpory (stav k 31. 12. 2006, v Kč)
Vinné sklepy Lechovice, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	36 000
Vinné sklepy Lechovice, spol. s r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	22 500
Vinné sklepy Roztoky s. r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	24 000
Vinné sklepy Valtice, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	27 000
VÍNO BLATEL, a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	45 000
VÍNO BLATEL, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
Víno Valtice s. r. o.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	75 000
Víno Valtice s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	75 000
Víno z Velkých Pavlovic	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	37 500
Vinofol, s. r. o.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	37 500
WINEWORLD s. r. o.	Kroměřížské vinařské slavnosti	písm. a)	30 000
ZD Sedlec u Mikulova	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	36 000
Zemědělská a. s. Čejkovice	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	18 000
Zemědělská a. s. Čejkovice	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
Znovín Znojmo, a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	5 000
Znovín Znojmo, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	63 000
ZVOS Hustopeče, a. s.	podpora účasti na výstavě Vinex	písm. a)	13 500
ZVOS Hustopeče, a. s.	podpora účasti na výstavě Víno & destiláty	písm. a)	13 500
VEGO PRAG, spol. s r. o.	uskutečnění Dne vín z ČR na výstavě Víno a destiláty	písm. a)– b)	426 496
Bohumil Vurm – společnost Praga Mystica	prezentace moravských a českých vín ve Slovenské filharmonii v Bratislavě	písm. a), c)	537 750
Národní vinařské centrum, o. p. s.	zhotovení reklamních a propagačních materiálů tuzemského vinařství	písm. a)–c)	796 800
Národní vinařské centrum, o. p. s.	úprava, aktualizace oficiálního internetového portálu tuzemského vinařství a vinohradnictví www.wineofczechrepublic.cz	písm. a)–c)	228 480
Národní vinařské centrum, o. p. s.	zhotovení propagačních materiálů o tuzemském vinařství	písm. a)–c)	500 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	realizace propagačních aktivit v rámci Dne vín z ČR na výstavě Víno a destiláty	písm. a)–c)	350 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	prezentace tuzemského vinařství u příležitosti XX. Mezinárodní rady AREV	písm. a)–c)	100 000
Omnimedia Public Relations s. r. o.	PR služby	písm. a)–c)	575 152
Omnimedia Public Relations s. r. o.	PR služby	písm. a)–c)	224 173,60
Omnimedia Public Relations s. r. o.	PR služby	písm. a)–c)	700 000
Omnimedia Public Relations s. r. o.	PR služby	písm. a)–c)	1 000 000
Svaz vinařů České republiky	úprava internetového portálu www.wineofczechrepublic.cz	písm. a)–c)	96 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	databáze fotografií k vinařství a vinohradnictví	písm. a)–c)	100 000
FOCUS–Centrum pro sociální a marketingovou analýzu, spol. s r. o.	průzkum trhu	písm. b)	1 424 073
Geronimo Collection, s. r. o.	Malá encyklopedie českých a moravských vín	písm. b)	100 000
MAMA marketing, s. r. o.	III. ročník konference Víno a zdraví (2005)	písm. b)	150 000
MAMA marketing, s. r. o.	IV. ročník Mezinárodní konference Víno a zdraví (2006)	písm. b)	200 000
Město Dolní Kounice	Výstava vín dolnokounického mikroregionu – seminář	písm. b)	18 000
Moravín – svaz moravských vinařů	podpora konání seminářů pro vinaře 2005	písm. b)	31 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	zhotovení propagačních materiálů o tuzemském vinařství	písm. b)	296 800
PRVNÍ ZNOJEMSKÁ VINAŘSKÁ, a. s.	Nominační soutěž vín znojemské vinařské podoblasti	písm. b)	30 000
Sdružení vinařů mikulovské vinařské podoblasti	konference „Integrovaná produkce vína ekologické vinohradnictví“	písm. b)	220 000
Svaz vinařů České republiky	monitoring zpráv o víně, vinařství a vinohradnictví	písm. b)	100 000
Vinařská akademie Valtice	kurzy ABC o víně pro pracovníky sdělovacích prostředků	písm. b)	130 652

Přehled o poskytnutých podporách

Přehled o poskytnutých podporách

Příjemce podpory	Akce/činnost/projekt	Účel podpory (dle ust. §31 odst. 4 zákona č. 321/2004 Sb.)	Výše poskytnuté podpory (stav k 31. 12. 2006, v Kč)
INCENTIVA, cestovní agengura, s. r. o.	Prezentace tuzemského vinařství a vinařské turistiky pro zástupce cestovních kanceláří (fam-trip)	písm. c)	63 246
Ing. Petr Marcinčák	Naučná vinařská stezka Vinice Novosedly „Stará Hora“ – jarní otevření stezky	písm. c)	63 840
Město Mikulov	Pálavské vinobraní 2006	písm. c)	169 998,90
Město Velké Pavlovice	Putování po vinařské stezce – velkopavlovická podoblast (Krajem André)	písm. c)	213 500
Moravsko-český hrozen s. r. o.	Znojemský hrozen 2006	písm. c)	200 000
Moravsko-český hrozen s. r. o.	Znojemský hrozen 2005	písm. c)	300 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	rozvoj a podpora vinařské turistiky na Moravě	písm. c)	1500 000
Regionální agrární komora JMK	Krajské dožínky Jihomoravského kraje, soutěž Potravinářský výrobek a Potravinářský výrobce JMK 2006	písm. c)	100 000
Sdružení znojemských vinařů	Znojemská galerie veltlínů	písm. c)	93 258,60
Sdružení znojemských vinařů	Projekt Terroir znojemských vín	písm. c)	17 223
Společnost Valtické vinné trhy	Valtické vinné trhy 2006	písm. c)	300 000
Znojemská beseda	Znojemské vinobraní 2006	písm. c)	106 473
Znojemský hudební festival	reklama moravského a českého vína na Hudebním festivalu Znojmo 2006	písm. c)	100 000
Národní vinařské centrum, o. p. s.	rozvoj a podpora vinařské turistiky	písm.c)	300 000

Změny organizačního řádu Fondu

V roce 2006 byly orgány Vinařského fondu provedeny tyto změny organizačního řádu:

– Z důvodu vydání vyhlášky č. 97/2006 Sb. rozhodla Dozorčí rada o zrušení přílohy č. 2 k organizačnímu řádu (Pravidla Rady o využití finančních prostředků Vinařským fondem).

Změny ve složení orgánů Fondu

V roce 2006 nedošlo k žádným změnám ve složení orgánů Fondu.

Závěr

Účetní závěrka sestavená k 31. 12. 2006, která je součástí výroční zprávy, byla ověřena auditorskou společností. Zpráva auditora je taktéž součástí výroční zprávy.

Výroční zprávu o činnosti Fondu projednaly na společném zasedání dne 27. 2. 2007 Rada Fondu a Dozorčí rada Fondu.

Přehled o poskytnutých podporách
Změny organizačního řádu Fondu
Změny ve složení orgánů Fondu
Závěr

Zpráva auditora

ověření roční účetní závěrky

Vinařského fondu
se sídlem v Brně – Žerotínovo nám. 3/5

k 31. 12. 2006

Přílohy: Rozvaha
Výkaz zisku a ztráty
Příloha k závěrce

Příjemce zprávy
Ředitel fondu

Subjekt
Vinařský fond, se sídlem v Brně, Žerotínovo nám. 3/5
IČO: 71233717

Předmět podnikání a zahájení činnosti

Vinařský fond vznikl na základě zákona č. 321/2004 Sb. s datem účinnosti 28. 5. 2004 ve znění novely zákona č. 411/2005 Sb., jako nástupce Vinařského fondu zřízeného podle dřívějšího zákona, kterým byl zákon č. 115/1995 Sb. o vinohradnictví a vinařství ve znění zákona č. 50/2002 Sb. (účinnost tohoto zákona byla od 10. 3. 2002 do 27. 5. 2004). Fond je právnickou osobou, která hospodaří s vlastním majetkem se sídlem v Brně. Při rozhodovacích procesech o placení povinných odvodů a žádostech o poskytnutí podpory z prostředků Fondu má charakter orgánu veřejné moci.

V čele Fondu je ředitel, který zastupuje Fond navenek a řídí výkon činností Fondu. Dalšími orgány; jsou Rada Fondu a Dozorčí rada Fondu. Radu Fondu jmenuje ministr zemědělství z řad zaměstnanců ministerstva, zastupitelstva Jihomoravského kraje a 7 členů na návrh vinohradnických a vinařských sdružení.

Předmět činnosti vyplývá ze zvláštního postavení Fondu, kterým je výběr odvodů z vyrobeného vína na území České republiky a odvodů od pěstitelů vinné révy podle zákonem stanovených podmínek. Vybrané prostředky jsou určeny na podporu marketingu vína, informace veřejnosti o vinohradnictví a vinařství, podporu, uchovávání a rozvoj vinohradnictví.

Ověřované období účetní závěrky

1. 1. 2006 – 31. 12. 2006

Předmět, období a účel ověření

Předmětem ověření je účetní závěrka k 31. 12. 2006, účelem je ověřit, zda účetnictví je vedeno v souladu s platnou právní úpravou, zejména zda je vedeno průkazným a správným způsobem a že z něho převzaté údaje v účetní závěrce věrně a poctivě zobrazují předmět účetnictví – aktiva a pasiva, náklady, výnosy, výsledek hospodaření a dále finanční situaci společnosti.

Vzhledem k situaci, že účetní jednotka nepodléhá ze zákona povinnému auditu, byl předmět ověření přiměřeně upraven.

Vymezení odpovědnosti za účetní závěrku a popis rozsahu auditu

Za sestavení a věrné zobrazení účetní závěrky v souladu s českými účetními předpisy odpovídá statutární orgán účetní jednotky. Součástí této odpovědnosti je navrhnout, zavést a zajistit vnitřní kontroly nad sestavováním a věrným zobrazením účetní závěrky tak, aby neobsahovala významné nesprávnosti způsobené podvodem nebo chybou, zvolit a uplatňovat vhodné účetní metody a provádět dané situaci přiměřené účetní odhady.

Naší úlohou je vydat na základě provedeného auditu výrok k účetní závěrce v souladu se zákonem č. 254/2000 Sb. o auditorech a o změně zákona č. 165/1998 Sb. ve znění pozdějších změn a zákonem č. 563/1991Sb. o účetnictví, ve znění pozdějších změn.

Audit jsme provedli v souladu se zákonem o auditorech a Mezinárodními auditorskými standardy a souvisejícími aplikačními doložkami Komory auditorů České republiky. V souladu s těmito předpisy jsme povinni dodržovat etické normy a naplánovat a provést audit tak, abychom získali přiměřenou jistotu, že účetní závěrka neobsahuje významné nesprávnosti.

Audit zahrnuje provedení auditorských postupů, jejichž cílem je získat důkazní informace o částkách a skutečnostech uvedených v účetní závěrce. Výběr auditorských postupů závisí na úsudku auditora, včetně posouzení rizik, že účetní závěrka obsahuje významné nesprávnosti způsobené podvodem nebo chybou. Při posuzování těchto rizik auditor přihlédne k vnitřním kontrolám, které jsou relevantní pro sestavení a věrné zobrazení účetní závěrky. Cílem posouzení vnitřních kontrol je navrhnout vhodné auditorské postupy, nikoli vyjádřit se k účinnosti vnitřních kontrol. Audit též zahrnuje posouzení vhodnosti použitých účetních metod, přiměřenosti účetních odhadů provedených vedením i posouzení celkové prezentace účetní závěrky.

Odpovědný auditor

AUDITIA spol. s r. o., Poštovská 8c, čp. 455, 602 00 Brno

zapsaná rejstříkovým soudem vedeným Krajským soudem v Brně, odd. C, vložka 1603

registrovaná Komorou auditorů, osvědčení č. 006 z 19. 4. 1993

auditoři: Ing. Jiří Vrba – osvědčení č. 0064

Zhodnocení vypovídací schopnosti účetní závěrky

Při auditu byly zhodnoceny zvolené účetní metody a odhady, včetně vypovídací schopnosti poskytovaných informací z pohledu uživatele účetní závěrky. Zvolené účetní metody a odhady byly posouzeny jako odpovídající včetně zhodnocení celkové prezentace účetní závěrky.

Účetní závěrka se skládá z rozvahy, výkazu zisku a ztráty a přílohy. Předložené výkazy odpovídají ustanovením vyhlášky č. 504/2002 Sb., ve znění pozdějších změn, kterou se provádějí některá ustanovení zákona č. 563/1991 Sb. o účetnictví ve znění pozdějších předpisů, pro účetní jednotky, u kterých hlavním předmětem činnosti není podnikání, s využitím českých účetních standardů.

K datu předání auditorské zprávy nedošlo dle prohlášení vedení účetní jednotky k žádným významným událostem, které měly být promítnuty v účetní závěrce a mohly by ovlivnit její vypovídací schopnost a celkovou prezentaci, případně ovlivnit druh výroku.

Výrok auditora k účetní závěrce

Domníváme se, že získané důkazní informace tvoří dostatečný a vhodný základ pro vyjádření našeho výroku.

Celkovým posouzením prověřované účetní závěrky Vinařského fondu k 31. 12. 2006 dospěli ověřovatelé k závěru, že tato: **podle našeho názoru podává věrný a poctivý obraz předmětu účetnictví, finanční situace společnosti a výsledku hospodaření za rok 2006 v souladu s českými účetními předpisy.**

Datum vyhotovení zprávy:

V Brně dne: 22. 2. 2007



Ing. Jiří Vrba
auditor

ředitel a jednatel společnosti

Rozvaha (balance)

ke dni 31. 12. 2006
(v celých Kč)

AKTIVA	Stav k prvnímu dni účetního období	Stav k posled. dni účetního období
A. Dlouhodobý majetek celkem	1 548 490	1 489 021
I. Dlouhodobý nehmotný majetek celkem	1 485 273	1 760 879
1. Software	71 962	429 926
2. Ocenitelná práva	1 259 869	1 316 149
3. Drobný dlouhodobý nehmotný majetek	14 804	14 804
4. Pořízení dlouhodobého nehmotného majetku	138 638	0
II. Oprávky k nehmotnému majetku	-14 804	-309 942
1. Oprávky k nehmotným výsledkům výzkumu a vývoje		
2. Oprávky k softwaru		-83 597
3. Oprávky k ocenitelným právům		-211 541
4. Oprávky k drobnému dlouhodobému nehmotnému majetku	-14 804	-14 804
5. Oprávky k ostatnímu dlouhodobému nehmotnému majetku		
III. Dlouhodobý hmotný majetek celkem	1 661 562	1 709 668
1. Samostatné movité věci a soubory movitých věcí	1 335 352	1 383 458
2. Drobný dlouhodobý hmotný majetek	326 211	326 211
IV. Oprávky k majetku celkem	-1 583 541	-1 671 584
1. Oprávky k samostatným movitým věcem a souborům movitých věcí	-1 257 330	-1 345 373
2. Oprávky k drobnému dlouhodobému hmotnému majetku	-326 211	-326 211
3. Ostatní dlouhodobý drobný majetek		
V. Dlouhodobý finanční majetek	0	0
1. Majetkové účasti v podnicích		
2. Dlužné cenné papíry držené po splatnosti		
3. Ostatní dlouhodobé půjčky		
B. Krátkodobý majetek celkem	327 939 653	340 163 553
I. Zásoby celkem	0	0
1. Materiál na skladě		
II. Pohledávky celkem	239 927 001	231 062 911
1. Pohledávky za povinné odvody plátců	9 263 522	13 466 694
2. Směnky k inkasu		
3. Pohledávky za eskontované cenné papíry – depozitní směnky		
4. Poskytnuté provozní zálohy	5 065	5 065
5. Ostatní pohledávky – zálohy na projekty	-3 939 312	-7 114 243
6. Pohledávky za zaměstnanci		
7. Nárok na fin. podporu státu – MZe	9 892 329	0
8. Poskytnuté návratné podpory z prostředku MZe	224 705 396	224 705 396
9. Dohadné účty aktivní		
10. Opravná položka k pohledávkám		
III. Krátkodobý finanční majetek celkem	88 012 652	109 093 800
1. Pokladna	12 087	18 589
2. Ceniny	900	6 303
3. Účty v bankách	4 001 771	5 559 008
4. Pořízení krátkodob. Fin. majetku – Depozitní směnky, eTrading	84 000 000	103 500 000
5. Peníze na cestě	-2 106	9 901
IV. Přechodné účty aktivní	0	6 841
1. Náklady příštích období	0	6 841
AKTIVA CELKEM	329 488 143	341 652 574

PASIVA	Stav k prvnímu dni účetního období	Stav k posled. dni účetního období
A. Vlastní zdroje celkem	103 733 091	113 272 385
I. Jmění celkem	103 733 091	113 272 385
1. Vlastní jmění		
2. Vinařský fond – disponibilní	96 514 081	104 966 719
3. Vinařský fond – pochybné pohledávky	7 140 988	6 816 645
4. Fond na investice	78 022	1 489 021
II. Výsledek hospodaření celkem	0	0
1. Nevypořádané provozní náklady bez odpisů	0	0
2. Výsledek hospodaření ve schvalovacím řízení	0	0
3. Nerozdělený zisk, neuhrazená ztráta minulých let	0	0
B. Cizí zdroje celkem	225 755 052	228 380 189
I. Rezervy celkem	0	0
1. Rezervy	0	0
II. Dlouhodobé závazky celkem	224 749 390	224 749 390
1. Dlouhodobé bankovní úvěry	0	0
2. Emitované dluhopisy	0	0
3. Závazky z pronájmu	0	0
4. Přijaté dlouhodobé zálohy	0	0
5. Dlouhodobé směnky k úhradě	0	0
6. Dohadné účty pasivní	0	0
7. Návrtná finanční podpora státu	224 749 390	224 749 390
III. Krátkodobé závazky celkem	1 005 662	3 530 799
1. Dodavatelé	171 277	109 838
COMTECH		2 797 309
2. Směnky k úhradě	0	0
3. Přijaté zálohy – Penále, odvody	0	0
4. Ostatní závazky – přeplatky	32 511	19 950
5. Zaměstnanci	84 110	86 971
6. Ostatní závazky vůči zaměstnancům	0	0
7. Závazky k instit.-soc. zabezpečení a zdravotního pojištění	54 907	55 873
8. Daň z příjmů	16 571	15 311
9. Ostatní přímé daně	0	0
10. Ostatní daně a poplatky		
11. Nevypořádané podpory k datu závěrky	-140 000	0
12. Nejasné platby a jiné závazky	786 286	445 548
13. Ostatní krátkodobé finanční výpomoci		
IV. Bankovní výpomoci a půjčky	0	0
1. Krátkodobé bankovní úvěry		
2. Eskontní úvěry		
3. Vlastní dluhopisy		
V. Přejídné účty pasivní	0	100 000
1. Výdaje příštích období		100 000
2. Výnosy příštích období		
3. Kursové rozdíly pasivní		
PASIVA CELKEM	329 488 143	341 652 574

Výkaz zisku a ztráty

ke dni 31. 12. 2006
(v celých Kč)

	Číslo řádku	Stav k prvnímu dni účetního období	Stav k poslednímu dni účetního období
A. Náklady	1		
I. Spotřebované nákupy celkem	2	157 058	166 766
1. Spotřeba materiálu	3	39 065	53 137
2. Spotřeba energie	4	117 994	113 629
II. Služby celkem	5	3 095 922	2 778 740
5. Opravy a udržování	6	68 067	79 521
6. Cestovné	7	58 382	73 366
7. Náklady na reprezentaci	8	34 541	329 689
8. Ostatní služby	9	2 934 932	2 296 164
III. Osobní náklady celkem	10	1 998 036	2 190 659
9. Mzdové náklady	11	1 442 942	1 590 429
10. Zákonné sociální pojištění	12	505 033	556 658
11. Ostatní sociální pojištění	13		
12. Zákonné sociální náklady	14	39 219	36 892
13. Ostatní sociální náklady	15	10 842	6 680
IV. Daně a poplatky celkem	16	29 495	26 339
14. Daň silniční	17		-1 926
15. Daň z nemovitostí	18		
16. Ostatní daně a poplatky	19	29 495	28 265
V. Ostatní náklady celkem	20	51	120
19. Odpis nedobytné pohledávky	21		
21. Kursové ztráty	22	51	120
22. Dary	23		
VI. Odpisy, prodaný majetek, tvorba rezerv a opravných položek celkem	24	366 374	383 181
25. Odpisy dlouhodobého nehmotného a hmotného majetku	25	366 374	383 181
26. Zůstatková cena prod. dlouhodob. nehmot. a hmot. majetku	26		
30. Tvorba opravných položek	27		
VII. Poskytnuté příspěvky celkem	28	0	0
32. Poskytnuté příspěvky	29		
VIII. Daň z příjmů celkem	30	0	0
NÁKLADY CELKEM	31	5 646 936	5 545 805
B. Výnosy	32		
I. Tržby za vlastní výkony a za zboží celkem	33	0	0
2. Tržby z prodeje služeb	34	0	0
II. Změny stavu vnitroorganizačních zásob celkem	35	0	0
4. Změna stavu zásob nedokončené výroby	36	0	0
III. Aktivace celkem	37	0	0
8. Aktivace materiálu a zboží	38	0	0
IV. Ostatní výnosy celkem	39	5 646 936	5 545 805
17. Zúčtování investičního fondu – úhrada odpisů	40	366 374	383 181
18. Vypořádání provozních nákladů z VF	41	5 280 563	5 162 624
V. Tržby z prodeje majetku, zúčtování rezerv a opravných položek celkem	42	0	0
19. Tržby z prodeje dlouhodobého majetku	43	0	0
25. Zúčtování opravných položek	44	0	0
VI. Přijaté příspěvky celkem	45	0	0
27. Přijaté příspěvky (dary)	46	0	0
VII. Provozní dotace celkem	47	0	0
29. Provozní dotace	48		
VÝNOSY CELKEM	49	5 646 936	5 545 805
C. Výsledek hospodaření před zdaněním	50	0	0
34. Daň z příjmů	51	0	0
D. Výsledek hospodaření po zdanění	52	0	0

Výkaz zisku a ztráty

Příloha k závěrce k 31. 12. 2006

Čl. I. Obecné údaje

1. Organizace	Vinařský fond	Předseda Rady Fondu: Ing. Stanislav Juránek
Sídlo:	Žerotínovo náměstí 3/5, 601 82 Brno	Předseda Dozorčí rady: Ing. Ladislav Skopal
Právní forma:	nezisková organizace zřízená zvláštním zákonem č. 50/2002 Sb. a upraveno dle zákona č. 321/2004 Sb.	2. Počet zaměstnanců a osobní náklady
Datum vzniku:	28. 5. 2004	Počet pracovníků k 31. 12. 2006
Ředitel:	Ing. Jaroslav Machovec	Osobní náklady celkem v Kč
		– z toho mzdy
		– z toho sociální náklady

Čl. II. Informace o účetních metodách a obecných účetních zásadách

Účetnictví je vedeno dle zákona 563/1991 Sb. ve znění pozdějších změn a účetními postupy pro neziskové organizace dle vyhl. 504/2002 Sb. ve znění pozdějších změn a Českých účetních standardů.

Tvorba fondu za odvody z prodeje vína je zúčtována dle přiznání zaslaných od jednotlivých plátců do 31. 12. 2006 dle přehledu stavu vinic dle ÚKZÚZ.

Nárok na finanční podporu od státu byl uplatněn a proto je do tvorby fondu za rok 2006 zahrnut.

Vyhláška 504/2002 Sb. vylučuje možnost tvorby opravných položek k pohledávkám pro neziskové organizace, proto je tvorba fondu vykazována v „brutto“ předpisu, předpokládané nezaplacení dlužných poplatků je zhodnoceno v této příloze.

Základní zásady odpisového plánu:

Dlouhodobý hmotný i nehmotný majetek je odepisován podle stanovené životnosti – rovnoměrně (hranice nad 40 000,- Kč včetně DPH). Drobný dlouhodobý hmotný i nehmotný majetek je odepisován jednorázově ve výši 100 % v roce pořízení.

Čl. III. Přehled o celkové tvorbě a čerpání Fondu dle zákona č. 321/2004 Sb.

Přehled o vývoji a stavu pohledávek k 31. 12. 2006				(v Kč)	
Stav pohledávek evidovaných do 31. 12. 2005					
Účet	Pohledávky	Nedobytnost	Reálná hodnota pohledávek		
Penále do 31. 12. 2005	1 985 373,00	1 985 373,00	0,00		0,0 %
Víno 2002	65 837,00	65 837,00	0,00		0,0 %
Víno 2003	420 547,00	420 547,00	0,00		0,0 %
Víno 2004	238 854,33	84 554,00	154 300,33		64,6 %
Víno 2005	837 706,15	628 198,00	209 508,15		25,0 %
Dovoz 2002	38 651,00	38 651,00	0,00		0,0 %
Dovoz 2003	1 571 585,00	1 571 585,00	0,00		0,0 %
Dovoz 2004	454 791,00	454 791,00	0,00		0,0 %
Vinice 2002	79 800,00	79 800,00	0,00		0,0 %
Vinice 2003	73 850,00	73 850,00	0,00		0,0 %
Vinice 2004	121 800,00	121 800,00	0,00		0,0 %
Vinice 2005	463 605,00	463 605,00	0,00		0,0 %
Celkem	6 352 399,48	5 988 591,00	363 808,48		5,7 %
Stav pohledávek za období 2006					
Poplatky za víno	3 927 054,37	53 904,00	3 873 150,37		98,6 %
Poplatky za vinice	2 580 500,00	774 150,00	1 806 350,00		70,0 %
Penále	523 143,00	0,00	523 143,00		100,0 %
Úroky z odložené částky	83 597,00	0,00	83 597,00		100,0 %
Celkem pohledávky 2006	7 114 294,37	828 054,00	6 286 240,37		88,4 %
Pohledávky celkem	13 466 693,85	6 816 645,00	6 650 048,85		49,4 %

Tvorba fondů za dobu od 1. 1. 2006 do 31. 12. 2006:				(v Kč)
		Předpis	Fond na nedobytnost	Disponibilní Fond
Za víno § 35 odst.1a)	913-401	15 311 086,39	53 904,00	15 257 182,39
Vinice § 35 odst.1b)	913-403	4 800 250,00	774 150,00	4 026 100,00
Penále §35 odst.1k)	913-410	733 906,00	0,00	733 906,00
Úroky §35 odst. 1j)	913-411	2 013 692,25	0,00	2 013 692,25
Úroky z odložené částky§35 odst. 1j)	913-412	234 767,00		234 767,00
Drobné přeplatky	913-415	830,79	0,00	830,79
Dotace JMK §35 odst.1e)	913-406	2 700 000,00	0,00	2 700 000,00
Finanční podpora státu Mze §35 odst. 1c)	913-404	37 200 682,00	0,00	37 200 682,00
Doměrky za minulá období	913-405	7 183 981,07	-1 152 397,25	8 336 378,32
Tvorba fondu za rok 2006		70 179 195,50	-324 343,25	70 503 538,75
Stav fondu na počátku období 1. 1. 2006			7 140 988,25	96 514 081,77
Zdroje fondu od počátku				167 017 620,52
Podpora marketingu (skutečná)				12 596 975,40
Informace veřejnosti o vinohradnictví				2 684 727,10
Podpora a rozvoj vinařství a turistiky				5 609 266,49
Komunikační kampaň				34 203 127,60
Provozní náklady (bez odpisů)				5 162 624,49
Pořízené investice				1 794 180,80
Čerpání fondu				62 050 901,88
Stav fondu k 31. 12. 2006			6 816 645,00	104 966 718,64

Přehled o čerpání prostředků na podpory – §31 odst. 4				(v Kč)
Podpora marketingu předepsaná				12 597 649,80
Informace veřejnosti o vinohradnictví				2 684 727,10
Podpora rozvoje vinařství a turistiky				5 609 266,49
Komunikační kampaň				34 203 127,60
Celkem				55 154 770,99
	<i>určeno k rozdělení</i>	<i>vyplaceno k 31. 12. 2006</i>	<i>nevyplaceno k 31. 12. 2006</i>	
Podpora propagace 2006	55 154 770,99	45 243 218,55		9 911 552,44

Přehled o čerpání prostředků na provoz Fondu – §36 odst. 1b)			(v Kč)
Provozní náklady roku			limit (max. 10 %)
2004		2 628 021	8,37 %
2005		5 299 931	8,65 %
2006		5 545 805	7,90 %
Celkem		13 473 757	

Čl. IV. Přehled o stavu dlouhodobého majetku				(v Kč)
	Pořizovací cena	Oprávký	Zůstatková cena	
Škoda Octavie z roku 2002	578 868	578 868	0	
Škoda Fabia z roku 2003	313 500	313 500	0	
Ostatní vybavení fondu 02-05	783 998	783 998	0	
Vybavení kanceláří 2006	48 106	10 022	38 084	
Ochranná známka Svatomartinské	1 259 869	209 978	1 049 891	
Ochranná známka Vína z Moravy	56 280	1 563	54 717	
Software Qi 2006	429 926	83 597	346 329	
Celkem pořízeny investice	3 470 547	1 981 526	1 489 021	

Čl. V. Přehled o stavu dlouhodobých pohledávek

Návratná finanční podpora na výsadbu vinic 224 705 396 Kč.

Příloha k závěrce



Vinařský fond
Žerotínovo nám. 3/5, 601 82 Brno
tel./fax: +420 541 652 479
e-mail: info@vinarskyfond.cz
www.vinazmoravy.cz
www.vinazcech.cz