

Slovenským vínam kraľuje Chardonnay, Frankovka a Dunaj

Súboj rekordných 138 vín z produkcie 29 slovenských vinárstiev priniesol 9. ročník súťaže METRO Víno roka. V rebríčkoch TOP 15 suchých a TOP 5 sladkých tuzemských vín mierne prevažujú biele odrody, silný rok má za sebou najmä vinárstvo Elesko.



*Tlačová správa
Bratislava 5. septembra 2013*

Medailové pozície sú pestré

Z víťazstva v kategórii suchých a polosuchých vín sa tento rok môže tešiť vinárstvo Elesko, ktoré si domov odnieslo zlatú aj striebornú medailu. Vínom roka 2013 sa v tejto kategórii stalo jeho Chardonnay 1, ročník 2012, s prívlastkom výber z hrozna, druhú priečku obsadilo s barikovým červeným vínom Dunaj, ročník 2011, výber z hrozna. Bronzovú medailu porota udelila Frankovke modrej, ročník 2011, výber z hrozna z Prestige kolekcie vinárstva Víno Matyšák.

Polosladkým a sladkým slovenským vínam tento rok kraľuje ľadové víno Frankovka modrá ružová, ročník 2011 od Vinárskeho závodu Topoľčianky. Druhú a tretiu priečku obsadili biele vína – Rulandské biele, ročník 2012, ľadové víno od Ladislava Trnovca a slamové víno Pálava, ročník 2011 z vinárstva Elesko.

Dunaj barrique, ročník 2011, z vinárstva Elesko sa na galavečere METRO Víno roka 2013 stal aj držiteľom ceny Grand Prix - vo finálovom rozstrele šiestich najlepšie hodnotených vzoriek z prvého kola ho za absolútneho šampióna vyhlásila zúžená komisia troch slovenských a troch českých hodnotiteľov.



Záujem o slovenské vína rastie

Do deviateho ročníka súťaže toho najlepšieho, čo slovenské vinárstvo momentálne ponúka, sa oproti roku 2012 prihlásil až dvojnásobný počet vinárstiev, 138 súťažných vzoriek prekonal minuloročné číslo približne o polovicu.

„Chuť slovenských vinárov súťažiť nás teší – odkazuje totiž na vysokú kvalitu nášho vína. Súťaž METRO Víno roka organizujeme, pretože nám záleží nielen na samotnom predaji, ale najmä na šírení dobrého mena slovenských producentov, ktorí sa tomuto ušľachtilému remeslu venujú. METRO sa dlhé roky snaží zákazníkom zo segmentu hotelierstva a reštaurácií, ale aj nezávislým

maloobchodníkom či koncovým spotrebiteľom, ponúkať široký sortiment vín z celého sveta, avšak s veľkým dôrazom na domáce vína,“ hovorí riaditeľ súťaže Richard Süß.

Martin Emrich, hlavný sommelier METRO a regionálny manažér pre segment vína, dopĺňa: *„Slovenská produkcia aktuálne tvorí až 70% ponuky, ale aj predaja vína v METRO. Dopyt po tuzemských vínach je veľký a každým rokom rastie. Prostredníctvom súťaže METRO Víno roka je naším cieľom pomôcť aj menším výrobcom kvalitného vína zviditeľniť ich produkciu a zároveň poskytnúť zákazníkom lepšiu orientáciu v sortimente vína, ako aj výber z toho najlepšieho, čo slovenské vinohradníctvo ponúka.“* Všetky ocenené vína z TOP 15 a TOP 5 sa tak exkluzívne dostanú práve do sortimentu vinotiek veľkoobchodu METRO Cash & Carry, kde sa s nimi zoznámia i maloobchodníci a majitelia gastronomických prevádzok z celého Slovenska.

Ako sa volí najlepšie víno

138 vzoriek vín degustovala naslepo porota zložená z 12 skúsených odborníkov, ktorí vínam udeľovali bodové hodnotenia v súlade s pravidlami Medzinárodnej únie enológov. Dbalo sa pri tom nielen na presne stanovenú postupnosť jednotlivých vzoriek (degustácia v poradí biele, ružové, červené; najprv suché, potom ostatné vína; mladé ročníky vína pred staršími a nearomatické odrody pred aromatickými). Pred začiatkom hodnotenia každej homogénnej série si komisia navyše spoločne vyhodnotila takzvanú „nultú“ kalibračnú vzorku vína, podľa ktorej si všetci členovia nastavili miery citlivosti na jednotlivé senzorické parametre hodnotených vín. Jednotlivé druhy vín sa následne degustovali pri pravidlami určených teplotách. Na základe súčtu pridelených bodov nakoniec členovia komisie zostavili rebríček 15 najlepších suchých a polosuchých vín, 5 najlepších polosladkých a sladkých vín a vo finálovom rozstrele šiestich najlepších určili šampióna, ktorý sa stal držiteľom ceny Grand Prix. Celé hodnotenie prebiehalo prostredníctvom najnovšieho softwaru SHIRAZ CODE podľa parametrov OIV, ktorý zabraňuje akýmkoľvek chybám pri počítaní a eliminuje nesprávne spočítavanie výsledkov.

Porota METRO Víno roka 2013 zasadla v zložení:

Ivo Dvořák, viceprezident asociácie sommelierov ČR

Michal Šetka, šéfredaktor Wine&Degustation (ČR)

Miroslav Majer, obchodný riaditeľ Vinselekt Michlovský (ČR)

Edita Ďurčová, riaditeľka Vilama s.r.o. (SR)

Robert Müller, enológ (SR)

Jana Jančovičová, certifikačný orgán ŠVPÚ (Štátny veterinárny a potravinový ústav) (SR)

Jaroslav Žák, výrobný riaditeľ Matyšák (SR)

Milan Pavelka ml., Vinárstvo Pavelka (SR)

Tibor Vittek, vinársky publicista, degustátor a zakladateľ časopisu Vinotéka (SR)

Ladislav Šebo, majiteľ vinárstva Karpatská perla (SR)

Vladimír Mrva, majiteľ vinárstva Mrva&Stanko (SR)

Jerguš Hajdučík, enológ Chateau Modra (SR)

METRO Víno roka 2013 - prehľad výsledkov

TOP 15 SUCHÉ A POLOSUCHÉ VÍNA					
Vinárstvo	Názov	Prívlastok	Ročník	Zvyškový cukor	Miesto
ELESKO a. s.	Chardonnay 1	výber z hrozna	2012	suché	1
ELESKO a. s.	Dunaj barrique	výber z hrozna	2011	suché	2
VÍNO MATYŠÁK, s.r.o.	Frankovka modrá	výber z hrozna	2011	suché	3
ELESKO a. s.	Viognier	akostné značkové	2012	suché	4
ELESKO a. s.	Dunaj	výber z hrozna	2011	suché	5
Villa Vino Rača a.s.	Rulandské biele	neskorý zber	2012	suché	6
VPS - Vinohradníctvo PAVELKA A SYN, s. r. o.	Rizling Vlašský	neskorý zber	2012	suché	7
ELESKO a. s.	Pálava	výber z hrozna	2012	suché	8
VÍNO MATYŠÁK, s.r.o.	Sauvignon	neskorý zber	2012	suché	9
Vinárske závody Topoľčianky, s.r.o.	Müller Thurgau	kabinetné	2012	suché	10
MILAN SKOVAJSA	Veltlínské zelené	výber z hrozna	2012	suché	11
Villa Vino Rača a.s.	Frankovka modrá	výber z hrozna	2012	suché	12
ELESKO a. s.	Petit Merle barrique	akostné značkové	2011	suché	13
TERRA PARNA, Zenagro s.r.o.	Svätovavrinecké	akostné víno	2010	suché	14
Igor Blaho	Rulandské modré	výber z hrozna	2007	suché	15

TOP 5 POLOSLADKÉ A SLADKÉ VÍNA					
Vinárstvo	Názov	Prívlastok	Ročník	Zvyškový cukor	Miesto
Vinárske závody Topoľčianky, s.r.o.	Frankovka modrá ružová	ľadové víno	2011	sladké	1
Ladislav Trnovec	Rulandské biele	ľadové víno	2012	sladké	2
ELESKO a. s.	Pálava	slamové víno	2011	sladké	3
Vinárske závody Topoľčianky, s.r.o.	Devín	slamové víno	2012	sladké	4
Pivnica Tibava s.r.o.	Tramín červený	slamové víno	2012	sladké	5

CENA GRAND PRIX					
Vinárstvo	Názov	Prívlastok	Ročník	Zvyškový cukor	Miesto
ELESKO a. s.	Dunaj barrique	výber z hrozna	2011	suché	

* * * * *

Pre viac informácií, prosím, kontaktujte:

- Eva Šoucová – Media & Communication Consulting, spol. s r.o.
E-mail: eva.soucova@mcc.sk, Tel.č.: +421 2 53 41 00 85, +421 948 268 368
- Lenka Čepková – Media & Communication Consulting, spol. s r.o.
E-mail: lenka.cepkova@mcc.sk, Tel.č: +421 905 869 213

* * * * *

METRO Cash & Carry má zastúpenie v 29 krajinách sveta s viac ako 700 veľkoobchodnými centrami typu cash&carry. Zamestnáva viac ako 120 tisíc ľudí a v roku 2012 dosiahlo tržby vo výške 32 miliárd eur. METRO Cash & Carry je predajnou divíziou METRO GROUP, jednej z najväčších medzinárodných maloobchodných a veľkoobchodných spoločností. V roku 2012 dosiahla skupina tržby približne vo výške 67 miliárd eur. Celkovo má spoločnosť viac ako 280 tisíc zamestnancov a prevádzkuje približne 2 200 predajných centier v 32 krajinách sveta. Výkonnosť celej skupiny je založená na sile jej jednotlivých obchodných divízií, ktoré pôsobia nezávisle v rámci ich trhového segmentu: METRO/Makro Cash & Carry – medzinárodný líder v oblasti veľkoobchodných predajní typu cash&carry (samoobsluhy), Real hypermarkety, Media Markt a Saturn – európska jednotka na trhu v oblasti maloobchodov so spotrebnou elektronikou a obchodné domy Galeria Kaufhof. Viac informácií nájdete na: www.metrogroup.de.

V Slovenskej republike patrí do siete METRO Cash & Carry SR 6 veľkoobchodných centier pre podnikateľov s predajnou plochou každého 7 500 m². Široká ponuka tovaru, prevádzková výkonnosť, vyspelá logistika a priame nákupy vo veľkých objemoch umožňujú spoločnosti METRO predávať tovar za najvýhodnejšie veľkoobchodné ceny. METRO sa na Slovensku orientuje predovšetkým na tri skupiny zákazníkov – profesionálov a to na oblasť HoReCa, maloobchod a malé až stredné firmy, ktoré podporuje okrem širokej ponuky tovaru aj nadštandardnými službami na mieru. Viac na www.metro.sk alebo www.facebook.com/metro.sk.