



Francouzské vinařství má za sebou tisíciletou tradici, ale dnes už se jeho příběh neodehrává jen na vinicích a ve sklepích. Producenti slavných značek čelí novým výzvám globalizovaného světa.

Rozstříhejte sadu kartiček s texty. Každá kartička představuje nějaký děj, příčinu nebo následek spojený s francouzským vinařstvím. Vaším úkolem je:

1. Seřadit kartičky tak, aby vznikla logická posloupnost událostí. Některé cesty se mohou větvit - neexistuje jen jedno správné řešení.
2. Nalepit kartičky na velký papír tak, aby vzniklo přehledné schéma (např. jako časová osa, pavouk příčin a následků nebo propojené bloky).
3. Doplnit design - přidejte k výslednému plakátu obrázky, symboly nebo grafické prvky, které souvisejí s vínem (hrozen, sklenička, mapa Francie, vlajky obchodních partnerů apod.).
4. Přidat kontextové informace - můžete vložit vysvětlivky pojmů (např. clo, export, lobbisté), nebo připojit statistiky největších exportérů podle objemu i hodnoty vývozu.

Cílem je vytvořit plakát, který ukáže příběh francouzského vína: jak se tradice a krajina prolínají s ekonomikou, politikou a současnými globálními problémy.

Francouzská ekonomika získává z vinařství stovky tisíc pracovních míst a miliardové příjmy.	UNESCO zapisuje vinařské krajiny Champagne, Burgundsko a Bordeaux jako kulturní dědictví.
Zákazníci v zahraničí vyhledávají prémiová francouzská vína z vinařských oblastí, jako jsou: Bordeaux, Burgundsko, Beaujolais nebo Champagne, což zvyšuje hodnotu francouzského exportu.	Francouzští vinaři se obávají ztráty odbytu a snížení tržeb na americkém trhu.
Římané přinášejí do Galie révu vinnou a zakládají první vinice.	Francouzská společnost vnímá víno jako součást své identity a gastronomie.

Obchodní napětí nutí exportéry hledat nové trhy, upravit marketingové strategie a diverzifikovat prodej.	Klimatické změny přinášejí sucho, mrazy a choroby → produkce v některých letech klesá až o 20%.
Rozmanité regiony Francie pěstují různé odrůdy díky rozdílným přírodním podmínkám.	Francouzští exportéři vyvážejí 14,5 mil. hl vína ročně - méně objemu než Itálie a Španělsko, ale za vyšší cenu, což svědčí o „premiumizaci“, tedy orientaci vývozců na dražší značky.
Čína a další trhy snižují poptávku po drahých vínech, exportní příjmy francouzských vinařů tak klesají.	Francouzští vinaři postupně zdokonalují odrůdy a výrobní postupy.
Budoucí generace vinařů musí investovat do zavlažování a pěstování odolnějších odrůd.	Francouzská vláda a lobbisté využívají diplomacie k vyjednávání o lepších podmínkách pro vývoz francouzského vína.
Kláštery a šlechta ve středověku rozvíjejí hospodaření na vinicích.	Spojené státy hrozí zavedením 200% cel na dovoz francouzských vín.