

## Vino Nobile di Montepulciano

# Investitionsboom im ältesten DOCG-Gebiet



Im ältesten Ursprungsgebiet Italiens wurden in den vergangenen 15 Jahren 340 Millionen Euro in Infrastruktur und Weinberge investiert. Dass die Winzer von ihrer Anbauzone überzeugt sind, zeigt eine vom Konsortium in Auftrag gegebene Untersuchung: 74 Prozent wollten das hohe Ansehen des DOCG-Gebiets bewahren.

[www.consorziovinobile.it](http://www.consorziovinobile.it)

Über 340 Millionen Euro in den letzten 15 Jahren: Diese stattliche Summe wurde von den 76 Weingütern von Montepulciano in die Hand genommen, um die Kellerarbeit zu verbessern oder in den Weinbergen die Qualität des Vino Nobile di Montepulciano zu forcieren, eines der renommiertesten Rotweine Italiens, der vorwiegend aus Sangiovese (Prugnolo Gentile) gekeltert wird.

Durchschnittlich 4,7 Millionen hat somit jedes Weingut eingesetzt: von architektonischen Massnahmen über die Optimierung der Weinberge und der Technologie im Rebberg und im Keller bis hin zu Massnahmen zur Verbesserung der Nachhaltigkeit.

Eine der interessantesten Tatsachen, die sich aus der Umfrage ergibt, die das Konsortium von Vino Nobile di Montepulciano bei seinen Mitgliedern durchgeführt hat, ist, dass 42 Prozent der produzierenden Unternehmen in den letzten zehn Jahren gegründet wurden oder den Eigentümer gewechselt haben. Die meisten der Gründer oder Käufer stammen von ausserhalb der Region (60 Prozent), ein Teil (25 Prozent) aus Montepulciano, während 15 Prozent einen ausländischen Pass haben.

Die Begründungen, warum investiert wurde, sind vielfältig: «Wegen der anerkannten Qualität von Vino Nobile di Montepulciano» wurde von fast allen Befragten als Grund bestätigt. Darüber hinaus bestätigen 74 Prozent als Ursache das Prestige des Namens, während 65 Prozent den Ruhm der Stadt Montepulciano als Renaissance-Kleinod anführen. Für 56 Prozent der Weingüter ist die Investition in diesen Wein auf die starke Gebietsbindung und die Eleganz des Sangiovese zurückzuführen. 35 Prozent gaben an, dass sie in Vino Nobile investieren, weil er im Ausland als eines der Aushängeschilder der Toskana und somit Italiens gilt. Wenn die Marke neue

Investoren anzieht und in historische Unternehmen investiert wird, ist aber Nachhaltigkeit das Schlüsselwort für die Zukunft: Über 90 Prozent der Befragten gaben bei der Frage nach zukünftigen Projekten an, dass sie ihre Produktion nach Umweltgesichtspunkten verbessern wollen. 47 Prozent sind auch der Meinung, dass sie in Zukunft das Augenmerk verstärkt auf Hospitality legen sollten.

**Consorzio  
del Vino Nobile  
di Montepulciano**

Halle 16, F31



**Verkostung  
Halle 14, C61**

**Montag, 18. März  
14.15–14.45 Uhr**

