



Marrenon se repositionne entre mer et montagnes

- Vallée du Rhône
- Coopérative



Philippe Tolleret ©DR

L'union coopérative du Luberon et du Ventoux a décidé de consolider l'identité visuelle de sa marque avec un nom plus visible et de réaffirmer son savoir-faire tout en réinvestissant dans un nouvel outil.

« Nous avons voulu gagner en visibilité sur les nouveaux packs et réaffirmer ce que nous étions, une Maison de vigneron avec une image de savoir-faire, détaille Philippe Tolleret, directeur depuis 2006 qui poursuit une politique de valorisation accrue ces dernières années. Nous avons déjà des slogans comme « Plaisir par Nature » ou « Vignobles en Luberon-Ventoux » mais « Entre Mer et Montagnes » fait davantage rêver, inclut les autres vignobles avec lesquels nous travaillons et c'est notre ADN puisque Marrenon en occitan vient de Mar (mer) et Mount ». Ventoux-Luberon représente toujours près des deux-tiers de l'activité mais les vins de cépages progressent, notamment des rolles en blancs et des pinots noirs en rouges. « Ces cépages ont chez nous une époque de maturité comparable à la Bourgogne. Nous incitons donc les viticulteurs à en replanter car ils sont aussi utilisés en AOP, le rolle tend à remplacer le grenache blanc car il est plus aromatique et c'est un marqueur fort de la région sur un profil agrumes; dans le cadre du réchauffement climatique, le cinsault en rosé, le marselan en rouge deviennent également intéressants ».

Marrenon désormais présidé par Joël Bouscarle qui a succédé en 2022 à Jean-Louis Piton pèse 55 % des volumes de l'appellation Luberon, avec une répartition couleur similaire, 45-46% en rosé (environ 60 % il y a 8 ans), 25-26% en rouge, 26-27 % en blancs en forte hausse. « Avant, on mettait plutôt les blancs dans les rosés ou dans les bases de mousseux pour les ugnis blancs » reconnaît Philippe Tolleret.

La poursuite de la valorisation

Marrenon en a également profité pour clarifier ses gammes, mieux identifiées pour valoriser davantage les vins d'exceptions et iconiques (Grand Marrenon, Orca). Les Essentiels regroupent les vins cœur de marché, les Belles Echappées ceux hors Ventoux-Luberon (**Crozes-Hermitage, Gigondas, Plan de Dieu, Côtes-du-Rhône**). Dans la famille Innovations, les vins bios (une cinquantaine d'exploitations sur 470 ha, en léger tassement depuis deux ans) et les nouveaux vins, à petits degrés,



désalcoolisés, les packs originaux et décalés et à terme les cépages en test comme le piquepoul et l'assyrτικο. Parmi les dernières créations, le Ventoux rosé Rosace en grenache-syrah (6,50€) et la gamme de rosés Trinité déjà en Côtes-de-Provence Sainte-Victoire (10€) qui va s'étoffer en Luberon et Ventoux. « 2023 sera sans doute en retrait en volume à cause de la sécheresse mais on s'en sort bien comparé aux autres secteurs de la vallée du Rhône grâce à de belles amplitudes thermiques au sud-est du Ventoux, nos vignes étant en moyenne à 300 m d'altitude, jusqu'à 550 m. »

La coopérative va par ailleurs réinvestir dans son outil technique en lançant la construction d'un nouveau bâtiment d'embouteillage et de stockage sur le site de La Tour-d'Aigues. Outre les nouvelles chaînes de conditionnement et un doublement du chai à barriques, il abritera davantage de petites cuves de 50 à 200 hl pour un travail parcellaire renforcé. Les premiers coups de pioche ne vont pas tarder, le chantier devrait être bouclé fin 2024.

Quelques chiffres

Marrenon (34,2 M€ de chiffre d'affaires en 2022) compte désormais 437 vigneronns sur 3800 hectares pour une production moyenne de 220 000 hl.

Elle regroupe six coopératives (Sylla, Bonnieux, Grambois, Louérion, Ansois, Pertuis, la cave de Valdèze spécialisé dans le vrac ayant quitté le groupement en 2016).

Elle commercialise 70 % de ses vins en France (60 % en grande distribution, 40 % chez les cavistes) et 30 % à l'export dans 45 pays, principalement en Allemagne, Grande-Bretagne, Belgique, Chine, Japon, Corée, Etats-Unis...

