

Marrenon setzt auf das Gelbe Trikot

17.04.2026, 11:52 | Freizeit, Bunt, Vermischtes

Pressemitteilung von: Vinergie GmbH



Auf dem Weg zum Mont Ventoux - Etappenziel für Radler und Weingenießer

Der Erzeuger aus den Appellationen Luberon und Ventoux startet internationale Zusammenarbeit mit der Tour de France.

Marrenon, führender Erzeuger aus den Appellationen Luberon und Ventoux, startet eine auf drei Jahre angelegte internationale Kooperation mit der Tour de France. Das Programm erstreckt sich über rund 15 Exportmärkte und ist ein zentraler Baustein in der globalen Wachstumsstrategie des Unternehmens aus dem südlichen Rhôneal. Ziel ist es, die Präsenz der terroirgeprägten Weine aus den Appellationen (AOC) Luberon und Ventoux in internationalen Schlüsselmärkten nachhaltig zu stärken.

Die Kooperation bringt zwei starke Botschafter französischer Identität zusammen: charaktervolle Weine aus den Appellationen Luberon und Ventoux und eines der weltweit renommiertesten Sportereignisse – ein Symbol für Spitzenleistungen, französische Kultur, Tradition und regionale Verwurzelung.

Synergie aus Terroir und Spitzenleistung

Die Verbindung zwischen dem Haus Marrenon und dem bekanntesten Radrennen der Welt ist tief in der Geografie verwurzelt. Die Etappen der Tour de France führen regelmäßig durch die spektakulären Landschaften des Regionalen Naturparks Luberon und hinauf auf den legendären Mont Ventoux, auch bekannt als „Riese der Provence“. An dessen Ausläufern, auf bis zu 500 Metern Höhe, liegen die Weinberge von Marrenon.

„Radsport und Weinbau teilen dieselbe DNA: Ausdauer, Präzision und einen unbedingten Teamgeist“, erklärt der Exportdirektor Julien Di Matteo. „Als traditionsreicher Produzent dieser Region ist die Tour de France für uns die ideale Bühne, um die Frische und Eleganz unserer vom Höhenklima geprägten Weine weltweit sichtbar zu machen.“

In Deutschland erfolgt die Umsetzung in enger Kooperation mit dem langjährigen Distributionspartner Vinergie (Düsseldorf). Dabei setzt das Haus Marrenon auf eine klare Marktsegmentierung: Die Weine der Marke *Amédée* richten sich an den gehobenen Lebensmitteleinzelhandel (LEH) und sollen durch die Kooperation mit der Tour de France massiv gestärkt werden. Mit „*Amédée Ventoux Experience*“ bringt das Unternehmen eine exklusive Tour-Cuvée (als Rot-, Rosé-

und Weißwein) für den LEH auf den Markt. Alle weiteren Weine des Hauses Marrenon bleiben unter dem Markennamen Marrenon dem qualifizierten Fachhandel und der Gastronomie vorbehalten.

Sichtbarkeit am Point of Sale (PoS)

Um die Kooperation mit der Tour de France auch im Handel erlebbar zu machen, setzt Marrenon auf ein umfassendes Maßnahmenpaket:

- **Sondereditionen:** Alle Verpackungen werden mit dem Logo „Offizielles Produkt der Tour de France“ versehen.
- **Zweitplatzierungen & Displays:** Spezielle Displays und Geschenkverpackungen sollen im Handel für zusätzliche Impulse sorgen.
- **Ansprache der Endverbraucher:** Attraktive Gewinnspiele mit Reisen zur Tour de France sollen eine starke emotionale Bindung zum Endverbraucher aufbauen.
- **Exklusive Cuvée:** Mit „*Amédée Ventoux Experience*“ präsentiert Marrenon eine speziell für den LEH entwickelte Cuvée (rot, rosé, weiß), die auf Frische, Zugänglichkeit und Geselligkeit setzt.

Wachstum trotz komplexem Marktumfeld

Trotz globaler Herausforderungen wie dem Klimawandel und Marktschwankungen blickt Marrenon auf ein dynamisches Jahr 2025 zurück. Besonders in Märkten wie Großbritannien, den Benelux-Staaten sowie in Übersee (u.a. Kanada, Australien, Brasilien) verzeichnete das Unternehmen ein ermutigendes Wachstum. Die Zusammenarbeit mit der Tour de France fungiert hierbei als „Beschleuniger“, um die Bekanntheit in den aktuell 30 Exportländern weiter auszubauen und neue Listungen zu festigen. Für Marrenon ist die Kooperation mit der Tour de France weit mehr als eine kurzfristige Marketingmaßnahme – sie ist eine strategische Investition in die internationale Zukunft der Appellationen Luberon und Ventoux.

Neben der sportlichen Strahlkraft untermauert Marrenon seinen Anspruch als moderner Erzeuger durch die jüngst erreichte **B-Corp-Zertifizierung**. Dieses Siegel bestätigt das hohe soziale und ökologische Engagement des Unternehmens, das mehrere hundert Winzerfamilien vereint.

Textbuero Nicole Pluemer

Richard Wagner Str. 34a
65193 Wiesbaden
Deutschland

Portrait

Redaktionsbüro für Weine, Genuss und Lifestyle

Pressekontakt

Textbuero Nicole Pluemer Richard Wagner Str. 34a
65193 Wiesbaden
Deutschland

NicolePlümer (Inhaberin)

+49 (0) 611 9856-219

nicole@textbuero-pluemer.de

www.textbuero-pluemer.de

News-ID: 1309548 • Views: 253 (Stand: 14.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1309548/Marrenon-setzt-auf-das-Gelbe-Trikot.html>