

# Domaine de la Croix du Pendu x dbcreation : un grand cru à venir



*Alors qu'on s'adonne aux premières vendanges dans le vignoble de La Croix du Pendu, sur les coteaux de Redu, l'identité graphique de cette entreprise vitivinicole a entièrement été réalisée par un studio local : dbcreation. Stimulée par l'esprit clairvoyant du patron, Paul Delahaut, l'image de marque du vignoble a commencé à se dessiner dès le début du projet.*

---

Redu était déjà connu pour ses librairies et l'Euro Space Center. Désormais, le village sera également connu pour ses vignes ! [Le Domaine de la Croix du Pendu](#), vignoble qui est arrivé cette année à sa « 4<sup>ème</sup> feuille », s'implante dans les terres schisteuses des Ardennes et est orchestré par Paul Delahaut et son épouse. Ce véritable projet familial a été

lancé en 2020 et a pris le temps de mûrir jusqu'à sa professionnalisation. Avec ses 1,8 hectares et ses 6000 pieds de vigne, le 2<sup>ème</sup> plus grand vignoble de la Province du Luxembourg est mû par des valeurs conviviales et familiales, ainsi que par le souci du respect de la nature et de la biodiversité.

Natif de Redu et très attaché à son territoire, Paul Delahaut s'est tout naturellement tourné vers [dbccreation](#), studio de design voisin, fruit de l'association entre Michel Bourgeois et Anthony Dehez, pour imaginer pas à pas l'identité graphique et visuelle complète du vignoble. Un studio dont l'approche est claire : "construire l'identité d'une marque, c'est faire en sorte qu'elle n'ait plus besoin de se présenter."



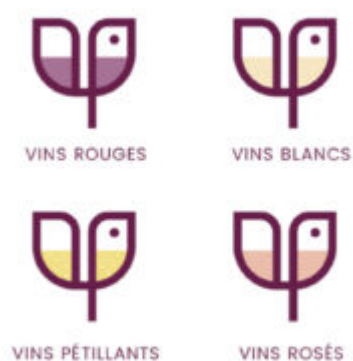
LES SYMBOLIQUES DU LOGO

## Un projet bien ancré dans son territoire

Cette collaboration extrêmement locale prolonge ainsi une volonté d'enracinement à laquelle Paul Delahaut est attaché depuis le départ. Si des vins dits "tranquilles" et d'autres effervescents sortiront bientôt de tout ce travail viticole, la richesse du lieu et sa biodiversité sont des notions très importantes à mettre en évidence lors du projet d'identité

visuelle du vignoble !

En témoignent, d'une part, l'oiseau, le livre et le verre de vin, symbolisés dans le logo du Domaine de la Croix du Pendu – et, d'autre part, les photos du domaine, prises tout au long de l'élaboration du projet. Ces dernières illustrent le travail autour de la vigne et s'inscrivent dès lors dans une logique de storytelling, chère au patron comme au studio. Elles constituent ainsi déjà les « archives » du vignoble familial. Paul Delahaut insiste là-dessus : l'important dans une identité visuelle, c'est d'abord le récit !





Pour pouvoir élaborer un récit, il fallait se pencher sur la question de l'image dès les origines du projet. Paul Delahaut, déjà sensibilisé à cet aspect au cours de sa carrière de chef d'entreprise, y croit dur comme fer.”

*” Quand on commence, il ne faut jamais rater la première marche. Dès qu'on crée quelque chose, il faut traiter immédiatement de la question de l'image. Il faut se soucier de comment on va exister comme nouvel acteur. Une entreprise vient au monde et raconter son histoire contribue, bien au-delà des chiffres, à donner une épaisseur à ce projet porté par la détermination et l'enthousiasme. ”*

*– Paul Delahaut*

Pour lui, l'image ne doit pas représenter la simple fonctionnalité d'un projet. Il faut sans cesse enrichir cette mise en valeur par l'image à l'aide des outils multimédias d'aujourd'hui.



## **Des discussions de travail régulières... autour d'un verre, bien sûr !**

C'est dans un contexte de dialogue et de complicité entre le patron vitivinicole et le studio de design que le projet visuel fut élaboré et continue encore de grandir. Ils ont tout d'abord commencé par l'élaboration du logo, par étapes successives, puis s'en sont suivis les étiquettes, les produits d'accompagnement et maintenant le site internet. La patience et l'écoute figurant au cœur du travail, la construction de l'identité visuelle a avancé pas à pas, à force de discussion, entretenant ainsi un rythme presque organique, comme celui des vignes. Cette façon de mener à bien un projet de A à Z, en prenant le temps de réfléchir, est une valeur commune à tous les protagonistes de cette collaboration.

*" Voilà comment on commence : il faut d'abord comprendre le projet, le client, s'intéresser au vin, découvrir un domaine d'activité, s'immerger tout en cernant le positionnement du client. Tout ça, en fait ça représente 80% du travail. "*

*– Michel Bourgeois et Anthony Dehez, dbcreation*



On l'aura compris, pour Paul et dbcreation, le travail doit rester un plaisir ! La nature singulière de l'entreprise du

Domaine de la Croix du Pendu réside dans son aspect familial et son focus sur la vigne, le vin et le village de Redu. C'est sans aucun doute ce qu'incarne le logo, à l'allure simple et volontairement épurée.

Et l'histoire n'est pas finie ! D'ici l'année prochaine, un nouveau chai tout habillé de gabions sera la porte d'entrée du village. Tout comme l'identité visuelle du vignoble, le bâtiment vinicole multifonctionnel, minéral et végétal, intégré à la forêt qui protège le vignoble au nord, est lui aussi issu d'une réflexion approfondie, avec l'aide d'une équipe d'architectes et d'entrepreneurs du cru. Il fera également partie du récit qui entoure toute la belle l'histoire du Domaine de la Croix du Pendu.

Cliquez [ici](#) pour découvrir notre article dédié au studio design dbcreation.

---

[www.lacroixdupendu.be](http://www.lacroixdupendu.be)

[www.dbcreation.be](http://www.dbcreation.be)

Photos © dbcreation / Anthony Dehez

---

*Article corédigé par Manon Dainotti et Cécilia Rigaux,  
Avec le soutien du Fonds européen de développement régional.*



LE FONDS EUROPÉEN DE DÉVELOPPEMENT RÉGIONAL  
ET LA WALLONIE INVESTISSENT DANS VOTRE AVENIR



