

CHÂTEAU FAYAT  
· Pomerol ·



**renom**

BUREAU DE CRÉATION

# CHÂTEAU FAYAT

## · Pomerol ·

Vin / Bordeaux / Pomerol /  
Stratégie créative / Conseil en marque /  
Direction artistique globale / Design graphique /  
Sourcing...

### C L I E N T

*(notre cœur)*

Château Fayat est une jeune marque créée en 2009. Ce vignoble majoritairement urbain, entre Libourne et Pomerol s'est s'attaché à mener de nombreuses évolutions au cours de la décennie passée afin de donner toute sa dimension aux derniers millésimes.

### O B J E C T I F

*(notre tête)*

Participer à ce renouveau au travers de l'ensemble des codes identitaires mettant en lumière notamment les actions à destination de la protection de la biodiversité.

### S O L U T I O N

*(nos jambes)*

Nous avons redesigner l'identité visuelle en incarnant la nature et l'homme par l'esprit crafted. Le choix typographique singulier, l'illustration sur mesure et en détail, l'esprit photographique silencieux ont participé à la nouvelle expression visuelle du Château Fayat qui comme l'appellation Pomerol fait plus ressentir qu'il donne à voir...

*Photographie : Mickaël Boudot et Anne-Sophie Annese*

*Illustration : Anne-Lise Bertrand*

*Typographie : Jäger, Violaine & Jérémy*



CHÂTEAU  
FAYAT  
·Pomerol·

---



Promesse

A detailed, light-colored illustration of a bird in flight, positioned behind the word 'Promesse'. The bird's wings are spread wide, and its tail feathers are visible. The illustration is rendered in a fine-line, etched style.

CHÂTEAU  
LA DOMINIQUE  
GRAND CRU CLASSÉ  
SAINT-ÉMILION GRAND CRU

CHÂTEAU  
FAYAT  
· Pomerol ·

CHÂTEAU  
CLÉMENT-PICHON  
CRU BOURGEOIS  
HAUT-MÉDOC

*Famille Clément Fayat*



DA photographique,  
photographe Mickaël Boudot

CRAFTED  
EXCLUSIF  
INTEMPOREL  
DÉLICATESSE

*La Jäger dessinée par  
le studio Violaine  
& JérémY est un hommage  
au savoir-faire artisanal*







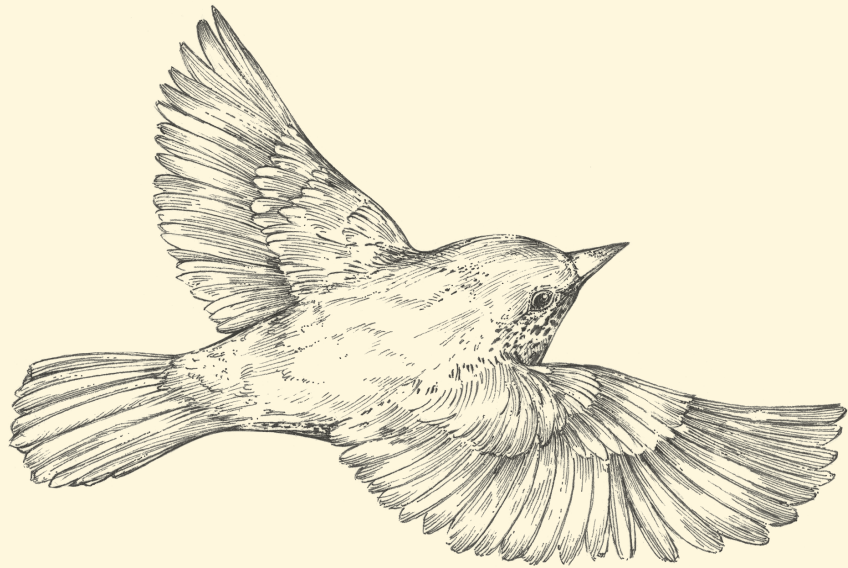


CHÂTEAU  
FAYAT  
· Pomerol ·



2019

*Famille Clément Fayat*





Promesse



DE

CHÂTEAU

FAYAT

· Pomerol ·

2019

*Famille Clément-Fayat*











## · Elena Aroztegui ·

### 01 / Quel était l'objet de votre collaboration avec Renom ?

Notre collaboration avec Renom s'est faite autour d'un projet de refonte de charte graphique et d'identité visuelle pour notre propriété sur l'appellation de Pomerol

### 02 / À propos de votre marque, si vous en parliez... vous diriez quoi ?

On est sur un château viticole, sur l'appellation de Pomerol, avec un vin très identitaire qui n'était pas encore valorisé et qui est quand même une perle sur l'appellation, sur une petite production, qu'on voulait vraiment faire éclore.

### 03 / Notre rencontre : un hasard ou ne doit rien au hasard ?

Je dirais plutôt qu'elle ne doit rien au hasard. C'est grâce à Michaël Boudot, qui nous a aussi aiguillé sur la direction artistique des propriétés sur lesquelles on travaille, qui a su en fait nous mettre en lien avec Renom, puisqu'il a su cerner qu'on partageait les mêmes envies, les mêmes attentes. Et je pense aussi les mêmes traits de personnalité, pour collaborer avec Anne-Sarah.

### 4 / Votre sensibilité au design graphique ?

L'envie qu'on avait de collaborer avec Renom, c'était de partager des choix très fins, très élégants, de mettre en valeur le produit que l'on fait, qui est un produit unique, qui a un savoir-faire artisanal et qui est un produit fait à la main aussi. Donc, pour nous, c'était très important d'avoir un design graphique qui correspond à l'univers de ce qu'il y a dans notre bouteille.

### 5 / Votre lien à l'art de vivre ?

L'art de vivre, c'est très large avec le vin. Ça peut lier la gastronomie, le partage, les événements festifs. Donc nous, on est très proche d'un art de vivre à la française et on valorise de bons moments autour d'une bonne bouteille.

### 6 / Quelles étaient vos intentions de départ ?

Justement, on a fait appel à Renom et Anne Sarah pour nous aider puisque le but était de refondre totalement une image qui ne nous correspondait plus. Et on ne savait pas trop vers quoi tendre. Donc on a été aiguillés de A à Z pour la refonte de cette image de marque.

### 7 / Vos ressentis en chemin ?

Le processus a été très fluide, très naturel. Ça a été un travail long quand même sur une année, une année et demie. Mais on a toujours été bien épaulé. On a eu beaucoup d'échanges, beaucoup de discussions, de réunions. On a pu aussi partager avec l'ensemble de l'équipe du Château. Donc on s'est senti très écouté et très bien représenté.

### 8 / À l'arrivée renommée ?

Oui, succès de ce nouveau packaging, de cette nouvelle image et puis surtout de cette nouvelle notoriété que ce travail en collaboration avec Renom, nous a permis de mettre à jour.

### 9 / Et demain ?

Demain, beaucoup de projets sur la propriété qu'on espère continuer d'illustrer et de travailler avec Renom, sur une propriété, en biodiversité avec beaucoup de projets à venir avec l'équipe et surtout une progression sur du long terme puisque le but est vraiment d'inclure la propriété dans son écosystème et d'en faire quelque chose de pérenne.

