l’agence qui fait germer vos idées*

le playbook de l’étoile blanche

altéa

L’étoile blanche

Contexte

L’Étoile Blanche est un restaurant et bar dansant situé au centre-ville de Lausanne, sur la place Benjamin-Constant. Établissement bien connu de la scène lausannoise, il a connu plusieurs changements de gérance au cours de la dernière décennie, ce qui a impacté la continuité de son image et de son positionnement.

Depuis février 2025, l’Étoile Blanche est reprise par une nouvelle direction composée de cinq associés, dont trois anciens étudiants de la HEIG-VD. Cette reprise marque une volonté claire de renouveau, tant sur le plan de la gestion interne que de la communication et de l’image de marque. La nouvelle direction souhaite notamment capitaliser sur ses compétences digitales afin de dynamiser la présence en ligne de l’établissement et d’accompagner la réouverture de la saison 2026.

Dans ce contexte, le mandat confié dans le cadre du cours ProdConMé2 consiste à accompagner l’Étoile Blanche dans la promotion de ce changement de direction et dans la redéfinition de son identité visuelle et digitale. Les objectifs principaux sont de renforcer la notoriété de l’établissement, de mettre en avant la nouvelle équipe dirigeante et de redonner une place centrale à l’activité de restauration, quelque peu délaissée durant la période post-COVID.

Pour répondre à ces enjeux, plusieurs axes de développement ont été définis par le mandant : la création de contenus promotionnels destinés aux réseaux sociaux, la refonte des supports visuels imprimés, la promotion du concept d’afterwork afin de positionner l’Étoile Blanche comme une référence à Lausanne, ainsi que l’élaboration d’une stratégie de communication digitale cohérente et durable.

Stratégie

Face aux enjeux identifiés dans le briefing de l’Étoile Blanche, notre approche s’est articulée autour d’une stratégie globale visant à renforcer la cohérence de l’image de l’établissement tout en soutenant ses objectifs commerciaux et de positionnement. Nous avons cherché à proposer des solutions concrètes, applicables à court et moyen terme, en combinant supports physiques et communication digitale.

Notre stratégie repose sur trois piliers principaux : la refonte des supports de restauration, la valorisation du concept d’afterwork et le déploiement d’une présence active et cohérente sur les réseaux sociaux.

1. Refonte des cartes des mets et des boissons

La carte constitue l’un des premiers points de contact entre le client et le restaurant. Dans cette optique, nous avons choisi de placer la refonte des cartes des mets et des boissons au cœur de notre démarche. L’objectif est double : moderniser l’image de l’Étoile Blanche et mettre en valeur le retour affirmé de l’offre de restauration.

Notre approche vise à proposer des supports clairs, lisibles et visuellement cohérents avec la nouvelle identité de l’établissement. Le travail graphique met l’accent sur une hiérarchisation efficace de l’information, un ton en adéquation avec l’ambiance du lieu et une esthétique contemporaine, afin de renforcer la perception de qualité et de professionnalisme. Les cartes sont pensées comme des outils évolutifs, facilement adaptables aux changements de saison, aux suggestions de la semaine et aux événements spécifiques.

2. Développement et valorisation du concept Afterwork

Afin de positionner l’Étoile Blanche comme une référence de l’afterwork lausannois, notre stratégie propose une amélioration et une structuration de ce concept. La proximité avec les bureaux et entreprises du quartier représente une opportunité majeure pour attirer une clientèle active en fin de journée.

Nous avons imaginé un afterwork identifiable, reposant sur une offre claire et attractive, tant au niveau des boissons que des propositions de restauration. L'objectif est de créer un rendez-vous régulier et reconnaissable, favorisant la fidélisation et l'ancrage de l'Étoile Blanche dans les habitudes locales. Cette approche permet également de faire le lien entre la restauration, le bar et l'ambiance festive du lieu, en assurant une transition naturelle entre la fin de journée et les soirées plus animées.

Dans le but de positionner l'Étoile Blanche comme un lieu de référence pour l'afterwork à Lausanne, notre approche s'appuie sur une stratégie de proximité ciblée, exploitant l'environnement immédiat du restaurant. Nous avons défini un périmètre d'environ 300 mètres de diamètre autour de l'établissement, correspondant à une zone dense en bureaux et entreprises susceptibles de constituer le cœur de la clientèle afterwork.

La stratégie consiste à établir un lien direct avec ces entreprises locales à travers la distribution d'un flyer dédié, déposé à l'accueil de chaque structure située dans ce périmètre. Ce support a pour objectif de présenter clairement le concept afterwork de l'Étoile Blanche, ses avantages et son fonctionnement, tout en assurant une visibilité durable au sein des entreprises partenaires.

Le flyer intègre un QR code permettant aux employés de s'inscrire facilement au programme afterwork. En scannant ce code, les utilisateurs accèdent à une carte digitale ajoutée directement au wallet de leur smartphone. Cette solution permet d'identifier rapidement les clients comme membres d'une entreprise de proximité, tout en offrant une expérience fluide, sans support physique supplémentaire à présenter lors de leur venue.

Les détenteurs de cette carte bénéficient d'une formule afterwork exclusive, conçue pour être attractive et accessible :

Un cocktail ou un verre de vin accompagné d'une planchette à partager, au prix de CHF 15.— par personne. Cette offre vise à encourager les venues en fin de journée, à favoriser les moments de convivialité entre collègues et à instaurer une habitude régulière autour de l'Étoile Blanche.

Cette approche permet à la fois de renforcer l'ancrage local de l'établissement, de fidéliser une clientèle de proximité et de créer un concept afterwork identifiable, différenciant et facilement activable. Elle offre également au mandant une base exploitable pour des évolutions futures, telles que des offres ponctuelles, des événements dédiés ou des partenariats renforcés avec les entreprises du quartier.

3. Campagne et stratégie de communication sur les réseaux sociaux

En complément des supports physiques, notre approche intègre une campagne de communication pensée pour les réseaux sociaux, principalement Facebook, Instagram et TikTok. Ces plateformes ont été privilégiées en raison de leur adéquation avec la cible et leur capacité à valoriser l'ambiance, les produits et les événements de l'Étoile Blanche. Pour Facebook nous avons choisi de garder la même stratégie que sur Instagram car il est possible de partager le même contenu en même temps sur les deux réseaux.

La stratégie repose sur la création de contenus réguliers et cohérents, mêlant mise en avant des plats et boissons, promotion de l'afterwork et valorisation de l'atmosphère du lieu. Le ton se veut accessible, authentique et dynamique, afin de refléter la nouvelle impulsion donnée par la direction. Cette présence digitale vise à renforcer la visibilité de l'établissement, à susciter l'engagement de la communauté et à soutenir la fréquentation sur place.

Réalisations

Carte des mets



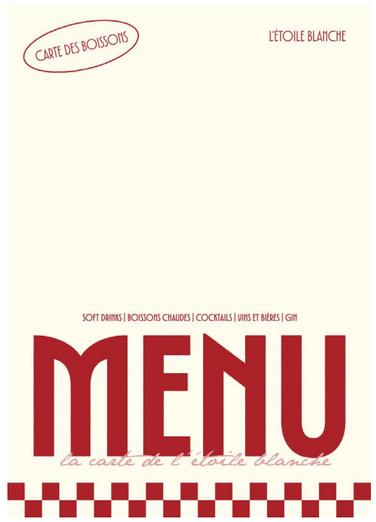


Le set de table valorise l'offre gastronomique au-delà de l'image «bar dansant». Format A3/A4 laminé, design épuré avec descriptions courtes et évocatrices des plats. Imprimé mensuellement, permet flexibilité culinaire et renouvellement régulier.

Carte des boissons



La carte des boissons positionne l'Étoile Blanche comme établissement premium. Organisation claire par catégories (cocktails, vins, gins, soft), palette rouge/crème cohérente avec l'identité, typographie bistrot parisien. À mettre à jour trimestriellement pour intégrer saisonnalité et nouveautés.













Menu de la semaine



MENU DE LA SEMAINE

SUGGESTIONS

DU 01.12.25 AU 05.12.25

RÖSTI MAISON 20
SAUCE AUX CHAMPIGNONS ET LÉGUMES GLACÉS ŒUFS AU PLAT, PICKLES ET FROMAGE

PÂTES AUX VONGOLE ET CREVETTES SAFRANÉES 22
ESTRAGON ET POUSSES DE ROQUETTE

SAUCISSE ARTISANALE RÔTIE 24
PURÉE DE POMMES DE TERRE, SAUCE À L'OIGNON ET LÉGUMES GLACÉS

CHAQUE PLAT DE LA SEMAINE EST ACCOMPAGNÉ D'UNE PETITE SOUPE DE SAISON

Format A4 sur clip, actualisé chaque semaine. Trois plats signature avec mention «accompagné d’une soupe maison».

Promotion de l’afterwork

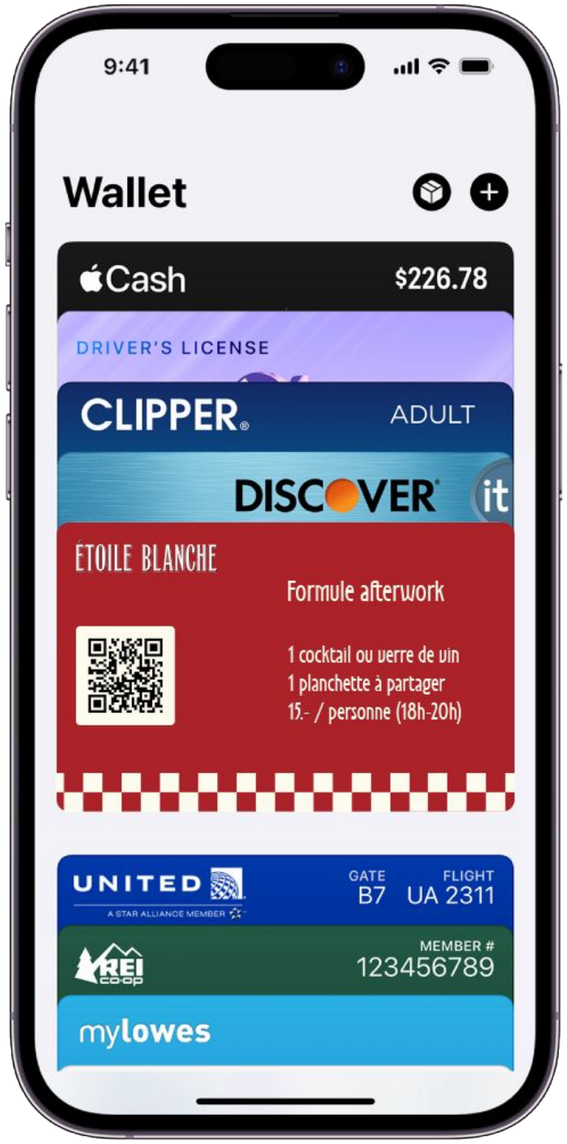




Ce flyer afterwork a été pensé comme un outil de proximité, destiné aux entreprises situées autour de l’Étoile Blanche. Il permet d’identifier clairement le lieu, de présenter l’offre afterwork et d’activer simplement le dispositif grâce à un QR code, facilitant l’accès à une formule dédiée pour les employés du quartier.



Carte virtuelle ajoutée dans le wallet de l'utilisateur-trice après avoir scanné le QR code du flyer déposé à l'accueil des entreprises.



Merch de l'équipe





T-shirt blanc coton premium, design rouge intemporel : «JACOB» + «L'ÉTOILE BLANCHE» + illustration + damier signature. À la fois communication interne (fierté équipe) et externe (ambassadeurs ambulants). Distribution équipe + vente clients. Valeur : extension de la marque et création de communauté.



Dessous de verre







Rond réversible liège/tissu (rouge verso blanc crème). «SANTÉ» script élégant, double ligne festonnée, localisé «1009 LAUSANNE». Objet quotidien qui crée souvenir tangible et collectible.

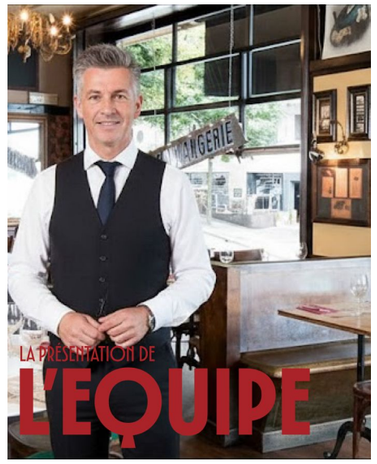
Stickers



Ces stickers sont un moyen simple et efficace de faire exister l'Étoile Blanche dans l'espace urbain. En jouant avec des codes graphiques familiers (étoiles, marques connues, univers des boissons) ils attirent l'œil, créent de la reconnaissance et renforcent la présence du lieu dans le quotidien de la ville.

Les réseaux sociaux - posts







Ces 3 posts sont à épingler tout en haut du profil Instagram pour promouvoir le changement de propriétaire. Le post du milieu “présentation de l’équipe” serait un carrousel avec une photo par membre de l’équipe pour présenter chacun d’entre eux. Cela créerait alors une proximité avec les clients.



Ce post a pour but de fournir une information claire et accessible sur les horaires d’ouverture, tout en maintenant une tonalité accueillante et alignée à l’identité Étoile Blanche.



Ce post promeut les brunchs qui serait un dimanche par mois. (utilisé pour l’exemple)



Le concours permet de gagner en visibilité. La méthode de participation (mentionner des amis, s’abonner, mettre en story) stimule l’algorithme Facebook/Instagram et en passant ramène des clients.



Ce post peut être utilisé pour chaque soirée et changé le contenu en fonction de la soirée.

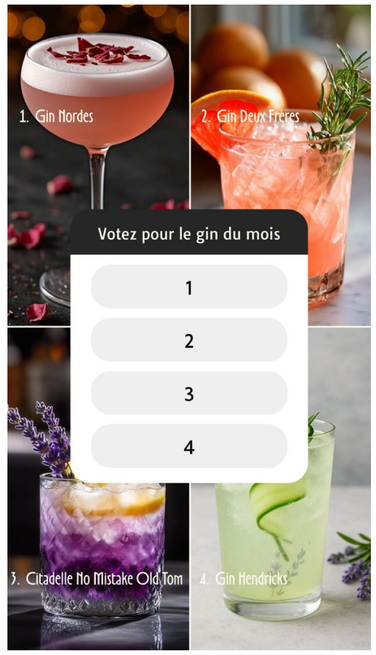


Ce carrousel est destiné à être publié chaque semaine afin de présenter le gin de la semaine. Le staff peut sélectionner un gin parmi la carte des gins pour le mettre en avant auprès des clients. Ce format permet également de montrer les différentes façons de consommer le gin sélectionné.

Les réseaux sociaux - story



Story publiée en début de chaque semaine, destinée à faire découvrir le menu de la semaine en cours.



Cette story est destinée à générer de l'interaction avec les clients en leur offrant la possibilité de voter pour leur gin préféré du mois écoulé, découvert grâce aux carrousels des gins du mois.

Ressources

Figma

Création visuel: https://www.figma.com/design/AjRHeyb5ncsqZCam9fAFhj/heig_ProdConM%C3%A9_Etoile-menu?node-id=0-1&t=4RSGaLQCWWtuEjOx-1

Calendrier éditorial: https://www.figma.com/design/kQAwNTlhehSjjsMV9HFtuP/Sans-titre?node-id=1-121&t=5M7XlrKcnLAObkEZ-1

Fichiers

https://hessoit-my.sharepoint.com/:f:/g/personal/charline_vernay_hes-so_ch/IgAXG39HNaueR4s8n6Pv9-IqAXnqUaVbhYz6JNamI4C2fOM?e=0CcKSf

Prise en main

Calendrier éditorial

Ce calendrier a été conçu pour vous offrir une vision claire et organisée de votre communication sur les réseaux sociaux (Instagram, Facebook et TikTok). Il vous permet de savoir exactement quoi publier, où et quand.

Mode d'emploi du tableau :

Ligne du haut (Rouge) : Elle indique le jour de la semaine.
Colonne de gauche (Gris) : Elle précise sur quelle plateforme le contenu doit être publié.
Les cases blanches : Elles contiennent le sujet ou le type de contenu à créer (ex: un menu, une vidéo "trend", ou un carrousel).
Les annotations : Sous certains titres, vous trouverez la fréquence (ex: 1x par semaine), ce qui vous aide à garder un rythme régulier sans saturer votre audience.

Fonctionnement par plateforme :

1. Instagram & Facebook : Les contenus sont souvent groupés car ils permettent de partager des visuels soignés, des informations pratiques (horaires, menus) et de l'interaction directe (stories).
2. TikTok : Ici, l'accent est mis sur la vidéo dynamique et les tendances du moment pour toucher un public plus large et montrer les coulisses de votre établissement.

À noter : Ce document représente la Semaine 1 à titre d'exemple pour illustrer la stratégie. Dans un cadre réel, ce modèle est à décliner et à adapter pour chaque semaine du mois afin de varier les plaisirs et de coller à l'actualité de votre établissement (événements spéciaux, changements de saison, etc.).

Glossaire

Le glossaire est un document de référence interne qui rassemble les termes, expressions et tournures de phrases à utiliser dans l'ensemble des communications digitales de l'Étoile Blanche. Il garantit une cohérence de ton, une identité claire et une manière de s'exprimer fidèle à l'ambiance du lieu. Ce guide donne aux employés comme à la direction un cadre simple, commun et naturel pour communiquer au nom de l'établissement, tout en laissant la place à la spontanéité et à l'authenticité qui caractérisent l'Étoile Blanche.

Ce glossaire est conçu comme un outil pratique destiné aux réseaux sociaux de l'Étoile Blanche. Il sert de référence lors de la rédaction de publications sur Instagram, Facebook ou tout autre canal social, afin d'assurer une cohérence de ton, de style et de vocabulaire sur l'ensemble des contenus diffusés.

Il ne s'agit pas d'appliquer des formules figées, mais de s'inspirer des structures, expressions et tournures proposées pour rester fidèle à l'identité du lieu.

Avant chaque publication, il est recommandé de :

- identifier le type de contenu (produit, événement, ambiance, communauté, etc.) ;
- s'appuyer sur les formats et exemples proposés ;
- adapter légèrement les formulations si nécessaire, tout en respectant l'esprit général du glossaire.

Ce document constitue un cadre commun pour toutes les prises de parole sur les réseaux sociaux, garantissant une communication naturelle, homogène et reconnaissable, quel que soit l'auteur du message.

Figma

Le Figma est prêt à l'emploi. Il faut idéalement copier toutes les frames sur un Figma personnel pour pouvoir utiliser et modifier les ressources au besoin.

Exporter depuis Figma : https://help.figma.com/hc/fr/articles/360040028114-Exporter-depuis-Figma

Remerciements

Nous tenons à remercier l'Étoile Blanche de nous avoir donné l'opportunité de présenter et de démontrer nos différentes idées créatives. Nous remercions également l'HEIG-VD d'avoir mis à notre disposition ce projet particulièrement intéressant, sur lequel nous avons pris grand plaisir à travailler.

