

PLAYBOOK - L'ÉTOILE BLANCHE

ÉTOILE BLANCHE

CAFÉ - BAR - RESTAURANT

UN LIEU. UNE JOURNÉE. MILLE MOMENTS.



INTRODUCTION – LE RENOUVEAU DE L'ÉTOILE BLANCHE	4
1. VISION & POSITIONNEMENT	5
La promesse	5
Les piliers de positionnement	5
Les cibles	5
2. RÔLE DE SHIFT AGENCY	6
3. STRATÉGIE DE CONTENU GLOBALE	7
Pourquoi le contenu est central	7
Ton & posture	7
Plateformes	7
Charte graphique	7
4. CONTENUS VIDÉO - GUIDE PRATIQUE	8
4.1 Vidéo cuisine/bar (exemple : burger)	8
4.2 Interview clients	9
5. RÉSEAUX SOCIAUX - UTILISATION DAY-TO-DAY	10
Fréquence recommandée	10
Types de contenus	10
6. TEMPLATE & OUTILS VISUELS	11
Objectif	11
Utilisation	11
Template stories modulables (rappel des cartes et menus)	12
Template stories modulables (stories à la une)	14



Publications type carrousel	16
Stratégie de contenu saisonnière	18
7. SUPPORTS IMPRIMÉS & DESIGN	20
Philosophie graphique	20
Ce qui a été conservé	20
Ce qui a été modernisé	20
8. AFTERWORK & TEMPS FORTS	25
Objectif stratégique	25
Communication afterwork - mode d'emploi	25
9. CONCEPT ÉVÉNEMENTIEL - LES MARDIS DU CRIME	29
Objectif	29
Concept	29
10. CALENDRIER ÉDITORIAL – ORGANISATION DU CONTENU AU QUOTIDIEN	31
Pourquoi un calendrier éditorial	31
Principe fondamental : recycler plutôt que produire en continu	31
Contenus répliquables	31
Rôle clé des stories à la une	31
Exemple d'organisation hebdomadaire (indicatif)	31
Mise en pratique	31
Exemple	32
CONCLUSION	33



INTRODUCTION – LE RENOUVEAU DE L'ÉTOILE BLANCHE

L'Étoile Blanche entame une nouvelle phase de son histoire. Suite au changement de gérance, l'enjeu principal n'était pas seulement de moderniser l'image du lieu, mais de réinstaller une ambiance, une qualité et une cohérence capables de faire revenir les Lausannois et de les inciter à rester.

Ce playbook a été conçu comme un document de référence, à la fois stratégique et opérationnel. Il présente l'ensemble des dispositifs mis en place par shift. Agency et explique comment les utiliser, les reproduire et les faire évoluer dans le temps.

Il s'adresse à deux publics :

- La direction, pour comprendre la vision, les choix stratégiques et les leviers activés.
- Le staff et les personnes en charge de la communication, pour disposer d'outils clairs, simples et directement applicables au quotidien.



1. VISION & POSITIONNEMENT

LA PROMESSE

Notre ambition est claire : positionner l'Étoile Blanche de se positionner comme un lieu vivant, authentique et central, où Lausannois et Lausannoises viennent autant pour manger que pour rester. L'objectif est de proposer une expérience qui dépasse le simple repas : un lieu où l'on peut aussi bien venir boire un café, partager un afterwork entre collègues, dîner dans une ambiance chaleureuse, puis prolonger naturellement la soirée autour d'un verre, sans rupture entre les différents moments de la journée.

LES PILIERS DE POSITIONNEMENT

- **Authentique** : une vraie cuisine, des produits de qualité, des personnes réelles.
- **Vivant** : un lieu qui bouge, qui évolue selon les moments de la journée.
- **Accessible** : chic mais jamais prétentieux, ouvert à toutes les générations.

LES CIBLES

- **Repas (midi & soir)** : Lausannois et Lausannoises, clientèle locale et régulière.
- **Afterwork** : jeunes actifs et actifs du quartier, collègues, ambiance détendue.
- **Soirées** : étudiants et personnes restant après le dîner, consommation majoritairement de boissons.



2. RÔLE DE SHIFT. AGENCY

Avec ce playbook, l'Étoile Blanche gagne un véritable partenaire stratégique, et non un simple exécutant. Le rôle de shift. Agency a été de :

- Structurer une vision claire,
- Traduire cette vision en contenus concrets,
- Fournir des outils permettant une autonomie maximale.

L'objectif n'est pas de figer la communication, mais de poser un cadre cohérent dans lequel l'Étoile Blanche peut évoluer librement.

Afin de laisser une totale autonomie à l'Étoile Blanche, ce playbook ne décrit pas seulement une marche à suivre mais, permet également d'adapter le contenu grâce aux templates réalisées par l'équipe.

Ces templates sont à retrouver en cliquant directement sur les images.



3. STRATÉGIE DE CONTENUS GLOBALE

POURQUOI LE CONTENU EST CENTRAL

Cette stratégie a pour but de révéler ce qui fait la différence de l'Étoile Blanche à travers l'ambiance du lieu, les personnes qui le font vivre, le savoir-faire en cuisine et derrière le bar, ainsi que la vie quotidienne du restaurant. La stratégie repose volontairement sur des contenus simples, humains et réguliers, afin de valoriser l'authenticité du lieu plutôt que de s'appuyer sur une production lourde ou artificielle.

TON & POSTURE

Le ton adopté est spontané et chaleureux, sans jamais tomber dans une communication trop marketing ou artificielle. L'objectif est de faire ressentir la véritable vibe de l'Étoile Blanche, telle qu'elle est vécue sur place, en privilégiant des contenus sincères et naturels plutôt qu'une mise en scène excessive ou surjouée.

PLATEFORMES

- Instagram : posts, stories, reels, stories à la une.
- TikTok : vidéos courtes, immersives, coulisses.

CHARTRE GRAPHIQUE





4. CONTENUS VIDÉO – GUIDE PRATIQUE

4.1 VIDÉO CUISINE/BAR (EXEMPLE : BURGER)

OBJECTIF

Montrer le savoir-faire, le fait maison et la qualité des produits.

MESSAGE CLÉ

Tout est préparé avec passion, à partir de produits locaux et d'un vrai savoir-faire.

FORMAT

- Durée : maximum 3 minutes
- Vertical (Instagram / TikTok)

COMMENT FILMER - PAS À PAS

1. Filmer le chef pendant qu'il cuisine (pas besoin de poser face caméra).
2. Varier les plans : mains qui travaillent, cuisson à la poêle, montage du burger, gestes précis.
3. Laisser le chef parler naturellement pendant qu'il cuisine.
4. Garder un ton passionné et simple.
5. Privilégier la lumière naturelle et le son ambiant.

À ÉVITER

- Texte récité
- Mise en scène trop rigide



Nous vous invitons à regarder la vidéo
"Coulisses_Burger"



4. CONTENUS VIDÉO – GUIDE PRATIQUE

4.2 INTERVIEWS CLIENTS

OBJECTIF

Montrer la réalité de l'expérience client et faire ressortir l'ambiance.

QUAND FILMER

- Pendant l'afterwork
- Après le repas
- En soirée

COMMENT FILMER - PAS À PAS

1. Filmer sur place, dans l'ambiance réelle.
2. La personne interviewée parle à quelqu'un hors champ. Poser des questions simples :
 - "Comment vous trouvez l'ambiance ?"
 - "Pourquoi vous aimez venir ici ?"
 - "C'est plutôt un lieu pour manger ou pour rester ?"
3. Ne pas préparer les réponses.
4. Garder les moments les plus spontanés.
5. Privilégier la lumière naturelle et le son ambiant.

EXEMPLES DE MESSAGES UTILISÉS

- "L'ambiance est revenue."
- "Les cocktails sont top."
- "C'est l'endroit parfait pour l'afterwork."
- "C'est super bon, les produits sont top."



Nous vous invitons à regarder les vidéos
"Interview_Resto" et "Interview_Bar"



5. RÉSEAUX SOCIAUX – UTILISATION DAY-TO-DAY

Cette mise en place permet à l'Étoile Blanche de communiquer de manière régulière sans pression excessive.

FRÉQUENCE RECOMMANDÉE

- Posts / Reels : 1 fois par semaine
- Stories : plusieurs fois par semaine (menus, ambiance, coulisses)

TYPES DE CONTENUS

- Menus du jour / semaine
- Ambiance du service
- Coulisses cuisine de quelques secondes
- Clients et staff
- Événements



L'objectif n'est pas la perfection, mais la présence.

Nous vous invitons à regarder les vidéos
"Vibe_Générale", "Matin_Midi_Soir" et "Nourriture_Verticale"



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

OBJECTIF

Afin de permettre une autonomie totale du staff et de la direction tout en garantissant une cohérence visuelle nous avons préparé des templates qui pourront être utilisés dans toutes les situations.

Les templates servent de cadre : ils peuvent être remplis rapidement sans compétences graphiques.

Ces templates sont à retrouver en cliquant directement sur les images.

UTILISATION

- Stories à la une : À propos, Menu, Événements
- Annonces Afterwork et soirées



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

TEMPLATE STORIES MODULABLES (RAPPEL DES CARTES ET MENUS)

L'objectif est de simplifier la création de contenu quotidien. Nous avons conçu une structure visuelle fixe (le "cadre") où seuls deux éléments varient selon le besoin : l'image de fond et le texte descriptif.

1. La Structure Fixe (pour la cohérence)

- Le Bandeau de Marque : Le logo "Étoile Blanche" reste toujours lisible pour une reconnaissance immédiate.
- Le Bouton d'Action (CTA) : Un bouton clair en bas de l'écran (ex: "Découvrir la carte" ou "Rejoignez-nous") pour diriger le client.
- La Hiérarchie Visuelle : L'utilisation de la diagonale rouge permet de dynamiser l'image tout en laissant de l'espace pour le texte informatif.

2. Les Éléments Modulables (pour la flexibilité)

Le personnel peut adapter le template en moins de 2 minutes sur Canva pour différentes utilisations :

- Exemple "Carte des Boissons" : Utiliser une photo de cocktail en arrière-plan avec le texte "Besoin d'un verre ?".
- Exemple "Côté Cuisine" : Intégrer un visuel de la carte ou d'un plat avec le texte "Votre repère gourmand 7j/7".
- Adaptation "Carte des Desserts" : Il suffit de remplacer l'image par un visuel de Fondant au chocolat ou de Crème Brulée et de modifier le titre en "Envie d'une note sucrée ?".



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS



ÉTOILE BLANCHE
CAFÉ - BAR - RESTAURANT

RIEN 20.- | POISSON 22.- | VIANDE 24.- | FORMULE ENTRÉE -

Servi avec légumes et gratin de pommes de terre

Cordon-bleu

- **Le classique** 29.-
Volaille, Gruyère et jambon de campagne
- **Le montagnard** 32.-
Volaille, lard et raclette
- **Le valaisan** 33.-
Volaille, Gruyère et viande séchée

Pâtis enjant - 12.-

Nos plats

- **Travers de porc confits**
Confits 12h, laqué au miel et accompagné d'une purée de pommes de terre

Carte de L'Etoile

En plein cœur de Lausanne,
votre repère gourmand 7j/7.

[Découvrir la carte >](#)



ÉTOILE BLANCHE

Besoin d'un verre?

Cocktails, bières, vins...
Et dès 18h l'ambiance monte

[Rejoignez nous à la
Place Benjamin - Constant
Lausanne](#)



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

TEMPLATES D'INFORMATIONS MODULABLES (STORIES À LA UNE)

L'objectif de ces supports est de centraliser les informations essentielles de l'établissement (Horaires, Privatisation, Accès) sous une identité visuelle unifiée et professionnelle.

1. Un Cadre Fixe pour une Identité Forte

- Mise en page constante : Chaque story utilise un fond crème élégant avec une bordure fine rouge, assurant une transition fluide lorsque l'utilisateur parcourt les "Highlights".
- Signatures visuelles : Le logo officiel de l'Étoile Blanche est maintenu en haut de chaque visuel, tandis que des étoiles stylisées décorent le coin inférieur droit pour rappeler la "DA" de l'enseigne.
- Typographie structurée : Un titre en rouge majuscule pour l'impact, suivi de détails textuels en noir pour une lisibilité maximale sur mobile.

2. Flexibilité et Autonomie du Personnel

Ces templates sont pensés pour être modifiés en quelques secondes sur Canva en fonction de l'évolution des besoins de l'établissement :

- Gestion des Horaires : Comme illustré, l'équipe peut modifier les plages d'ouverture ou préciser l'heure de début du finger food (dès 17h30) en éditant simplement les blocs de texte.
- Promotion des Services : Pour la section "Privatisation", le texte peut être ajusté pour mettre en avant des événements spécifiques ou mettre à jour le numéro de contact (021 351 24 60).
- Adaptabilité Totale : Ce même canevas peut être utilisé pour annoncer un nouveau dessert ou un changement de menu temporaire. Il suffit de supprimer le texte existant et de taper la nouvelle information ; la mise en page garantit que le résultat restera "pro".

Avec ces templates, l'agence Shift ne livre pas seulement des images, mais un véritable outil de gestion. L'Étoile Blanche devient autonome: elle peut informer leur communauté en temps réel sans jamais dégrader l'image de marque.



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

ÉTOILE BLANCHE
CAFÉ - BAR - RESTAURANT

HORAIRES

Ouverts 7j/7
(finger food dès 17h30)

Du lundi au jeudi:
08h - 01h

Vendredi:
08h - 02h

Samedi:
09h - 02h

Dimanche:
09h - 01h



ÉTOILE BLANCHE
CAFÉ - BAR - RESTAURANT

PRIVATISATION

ÉVÉNEMENTS
PRIVÉS
&
SOIRÉES
SUR MESURE

RÉSERVATIONS

 021 351 24 60

ETOILEBLANCHE.CH





6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

PUBLICATION TYPE CARROUSEL

Le format carrousel est privilégié pour sa capacité à raconter une histoire gourmande et à augmenter le temps de lecture des utilisateurs. Ce modèle est conçu pour être décliné selon les besoins : Menu de la semaine, Sélection de Cocktails, ou Focus Desserts.

1. Narration visuelle et progressive

- Slide d'ouverture (Accroche) : Un montage dynamique présentant "Les 5 plats de l'Étoile" pour capter l'attention immédiate.
- Slides de présentation (Le Produit) : Chaque slide suivante met en avant une assiette spécifique avec une numérotation claire en rouge, facilitant la mémorisation des plats stars comme le Cordon Bleu, le Tartare de Bœuf, le Burger, la Salade César ou la Bavette Charolaise.
- Slide de fermeture (Le Call-to-Action) : Une conclusion systématique invitant à l'action immédiate ("Réservez votre table") via un QR Code intégré, transformant l'intérêt visuel en réservation concrète.

2. Un template, des possibilités infinies

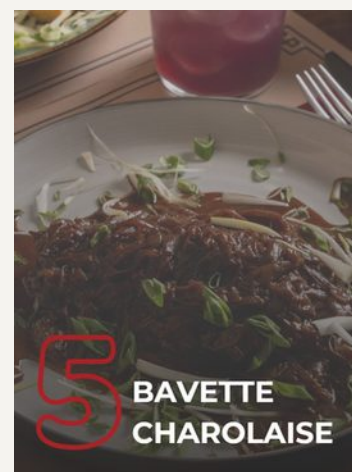
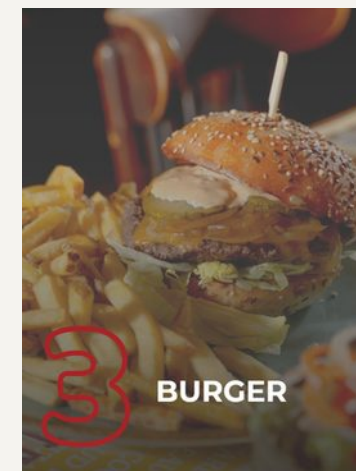
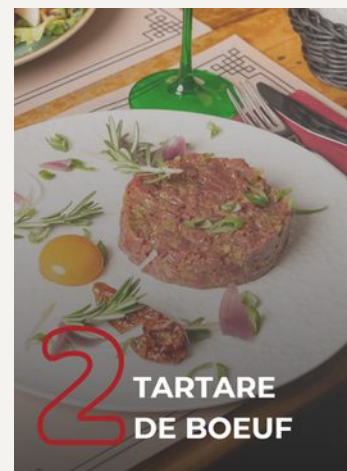
Ce modèle a été pensé pour que l'équipe de l'Étoile Blanche puisse renouveler son contenu en toute autonomie sur Canva :

- Flexibilité des thèmes : Pour présenter la carte des boissons, il suffit de remplacer les visuels des plats par des photos de cocktails et d'ajuster les titres (ex: "Nos 5 Cocktails Signatures").
- Mise à jour saisonnière : Lors du changement de carte, les photos des suggestions d'automne (comme la chasse) s'intègrent directement dans le cadre existant, préservant la cohérence graphique.
- Adaptabilité du CTA : Le dernier visuel peut être modifié selon l'objectif du moment : "Voir la carte complète", "Nous appeler", ou "Réserver pour la Murder Mystery Party".

Pour un carrousel réussi, veillez à ce que la première image soit la plus percutante. L'utilisation des chiffres rouges crée un sentiment de collection qui pousse l'utilisateur à swiper jusqu'à la fin, où se trouve votre lien de réservation.



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS





6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

STRATÉGIE DE CONTENU SAISONNIÈRE

L'objectif de cette section est de fournir à l'équipe de l'Étoile Blanche un cadre créatif pour animer le compte Instagram tout au long de l'année. Bien que nous utilisions le Printemps comme exemple concret, cette structure est conçue pour être ajustée et déclinée pour chaque saison. Le Modèle de Déclinaison (Adaptable 4 Saisons)

Pour chaque changement de saison, l'équipe doit simplement remplacer les éléments visuels tout en gardant la même mécanique narrative :

- L'Accroche Visuelle (Le Teasing) : Choisir une image qui incarne le moment présent.
 - Exemple Printemps : La renaissance de la terrasse.
 - Exemple Hiver : L'ambiance calfeutrée d'un chocolat chaud ou d'un plat réconfortant.
- Le Message Clé : Un texte court qui invite à la transition.
 - Exemple Printemps : "Les premiers rayons sont là".
 - Exemple Été : "Les soirées qui s'éternisent sous les parasols".
- L'Appel à l'Action (La Conversion) : Un rappel systématique de réservation pour transformer l'envie en visite.
 - Exemple permanent : "Réservez dès maintenant votre table".

Pourquoi ce système est-il durable pour l'établissement ?

- Autonomie totale : En utilisant ces exemples comme base, l'Étoile Blanche peut créer de nouvelles publications en 5 minutes sur Canva sans avoir besoin d'une agence à chaque saison.
- Cohérence de marque : Peu importe la saison, l'utilisateur reconnaît la "touche" Étoile Blanche (typographies, logo, structure des messages).
- Réactivité : Si le soleil pointe son nez en avance, l'équipe a déjà le "Mode d'Emploi" pour communiquer instantanément



6. TEMPLATES & OUTILS VISUELS

**LA TERRASE
RENAÎT.**



**LES PREMIERS
RAYONS SONT
LA**

**RÉSERVEZ DÈS
MAINTENANT
VOTRE TABLE >**





7. SUPPORTS IMPRIMÉS & DESIGN

PHILOSOPHIE GRAPHIQUE

- Chic accessible
- Moderne
- Fidèle à l'âme du lieu

CE QUI A ÉTÉ CONSERVÉ

- Logo
- Couleurs
- Ton

CE QUI A ÉTÉ MODERNISÉ

- Mise en page
- Hiérarchie de l'information

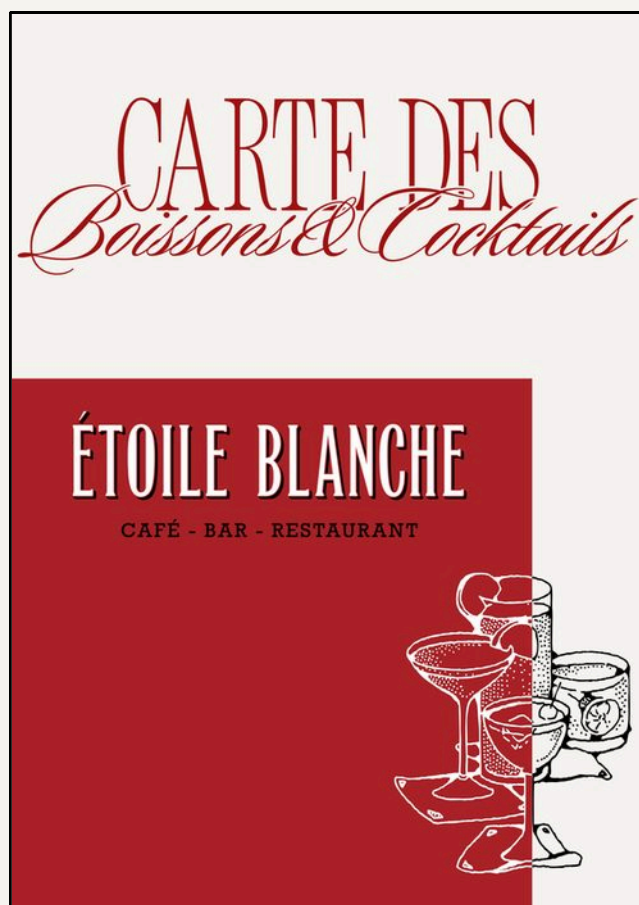
CARTE MENU DE LA SEMAINE





7. SUPPORTS IMPRIMÉS & DESIGN

CARTE DES BOISSONS & COCKTAILS



VINS	
<i>Blancs</i>	
Fechy VD, Grand Cru, Kursner	6.-
Chardonnay, Petit Chablis, Le Domain d'Henry	7,50.-
Epesse Vignefol AOC, Chasselas, J. & M. Dizerens	6.-
Petite Arvine, Les Effeuilleuses, Bétrisey Albrecht	7.-
Poggio Argentato IGT, Sauvignon Blanc, Le Pupille	7.-
<i>Rosés</i>	
Château Roubine, Hippy, IGP Méditerranée	6.-
Château de la Galinière, Côte de Provence	7,50.-
Rosamati Rosato Maremma DOC, Syrah, Le Pupille	7.-
<i>Rouges</i>	
Humagne rouge, Réserve des Chasseurs, Bétrisey Albrecht	6,50.-
Taneo Tinto, Tempranillo, Pagos de Matanegra	7,50.-
Simponio Primitivo di Manduria, Primitivo, Terra Nobile	6,50.-
Morellino di Scansano, Sangiovese, Le Pupille	6.-

TVA de 8.1% incluse



CAFÉS	
Café, espresso, ristretto	3,60.-
Décaféiné	3,90.-
Renversé	4.-
Capuccino	4,20.-
Latte machiatto	5,50.-
CHOCOLATS & BOISSONS CHAUDES	
Chocolat, chaud ou froid	4,50.-
Ovomaltine, chaud ou froid	4,50.-
Chocolat / café viennois	5,50.-
Lait chaud ou froid	3,50.-
Thé noir et infusion	4,30.-
Thés Sirocco	4,30.-
Chai latte	4,30.-
Matcha latte	4,30.-

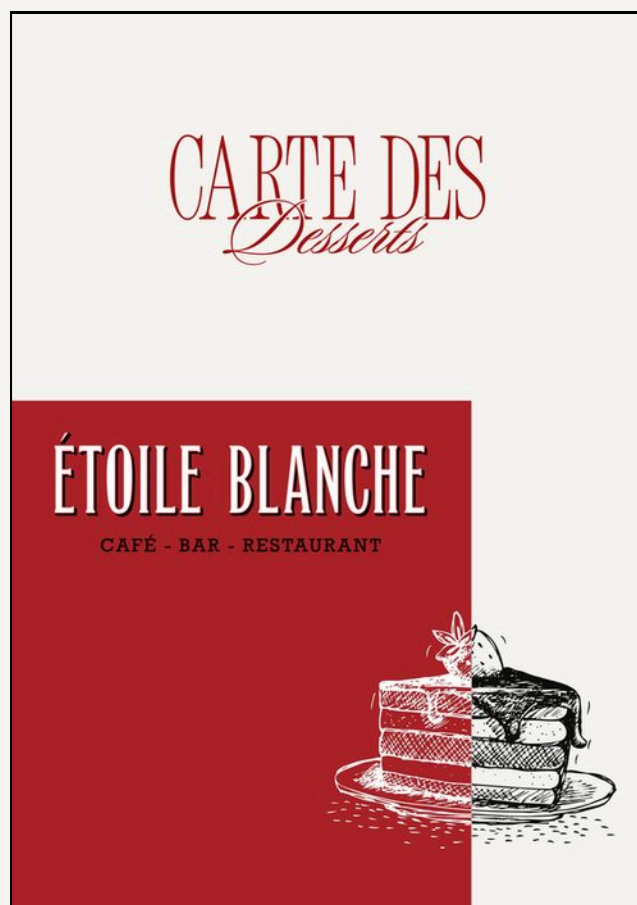
TVA de 8.1% incluse





7. SUPPORTS IMPRIMÉS & DESIGN

CARTE DES DESSERTS



VINS	
<i>Blancs</i>	
Fechy VD, Grand Cru, Kursner	6.-
Chardonnay, Petit Chablis, Le Domain d'Henry	7,50.-
Epesse Vignefol AOC, Chasselas, J. & M. Dizerens	6.-
Petite Arvine, Les Effeuilleuses, Bétrisey Albrecht	7.-
Poggio Argentato IGT, Sauvignon Blanc, Le Pupille	7.-
<i>Rosés</i>	
Château Roubine, Hippy, IGP Méditerranée	6.-
Château de la Galinière, Côte de Provence	7,50.-
Rosamati Rosato Maremma DOC, Syrah, Le Pupille	7.-
<i>Rouges</i>	
Humagne rouge, Réserve des Chasseurs, Bétrisey Albrecht	6,50.-
Taneo Tinto, Tempranillo, Pagos de Matanegra	7,50.-
Simponio Primitivo di Manduria, Primitivo, Terra Nobile	6,50.-
Morellino di Scansano, Sangiovese, Le Pupille	6.-
TVA de 8.1% incluse	





7. SUPPORTS IMPRIMÉS & DESIGN

CARTE DES VINS OUVERTS

ÉTOILE BLANCHE			
CAFÉ - BAR - RESTAURANT			
VINS OUVERTS			
		1dl	75cl
<i>Mousseux</i>			
ADORO Prosecco Conegliano Valdobbiadene Sup. Extra Dry DOCG (Glera Col di Rocca Venetie Italie)		7.-	49.-
Champagne Brut Cordon Bleu (Chardonnay, Meunier, Pinot Noir Champagne de Venoge Champagne France)		14.-	98.-
Champagne Dom Pérignon 2015 (Pinot Noir, Chardonnay Dom Pérignon Champagne France)			290.-
<i>Blancs</i>			
Epesses Vignefol AOC (Chasselas J. & M. Dizerens Vaud Suisse)		6.-	42.-
Petit Chablis AOC 2022 (Chardonnay Le Domaine d'Henri Bourgogne France)		7.50.-	52.-
Poggio Argentato IGT 2023 (Sauvignon Blanc Le Pupille Toscana Italie)		7.-	49.-
El Gordo del Circo Rueda DO 2023 (Verdejo Casa Rojo Rueda Espagne)		6,50.-	45.-
Petite Arvine Les Effeulleuses Valais AOC 2022 (Petite Arvine Bétrisey Albrecht Valais Suisse)		7.-	49.-
<i>Rosés</i>			
ROSAMATI Rosato Maremma DOC 2023 (Syrah Le Pupille Toscana Italie)		7.-	49.-
Mapliers «Préférences» Rosé Côtes de Provence 2023 (Cinsault, Grenache Domaine des Mapliers Provence France)		7,50.-	52.-
<i>Rouges</i>			
Humagne Rouge Réserve des Chasseurs Wallis AOC 2023 (Humagne Rouge Bétrisey & Albrecht Valais Suisse)		6,50.-	45.-
SIMPONIO Primitivo di Manduria DOC 2021 (Primitivo Terra Nobile Puglia Italie)		6,50.-	45.-
Morellino di Scansano DOCG 2021 (Sangiovese, Alicante, Ciliegiole Le Pupille Toscana Italie)		6.-	42.-
TANEO Tinto Selecccion DO 2020 (Tempranillo Pagos de Matanegra Ribera del Duero Espagne)		7,50.-	52.-
Alicante Bouchet Private Collection Tinto 2021 (Alicante Bouchet Casal da Coelhoira Tejo Portugal)		7.-	49.-

CARTE À PARTAGER

ÉTOILE BLANCHE

CAFÉ - BAR - RESTAURANT

À PARTAGER - NOS BRICOLES

Formule 3 bricoles : 35.-

Formule 5 bricoles : 57.-

Bouchées de boeuf en tartare (4 pc)	13.-
Croquetas (8 pc)	14.-
Mini malakoffs (4 pc)	12.-
Foie gras et chutney (4 pc)	15.-
Chèvre croustillant (4 pc)	10.-
Poulet croquant	12.-
Beignets du pêcheur	10.-
Houmous	11.-
Panier de frites	8.-

LES PLANCHETTES

Charcuteries et fromages locaux, assortiment de pickles	26.-
Saucisson local du moment	12.-
Tomme vaudoise au four, huile truffée et miel	10.-

CÔTÉ BAR / SPORT-CHILL

Burger de l'Étoile	26.-
Steak de boeuf suisse (160 g), gruyère, sauce aioli, tomates, cornichons, oignons caramélisés. Servi avec frites.	
Latenight Steak de l'Étoile	28.-
Steak sandwich sauce Jack Daniel's & Coca. Fines tranches de boeuf, poivrons, oignons confits, roquette et parmesan. Servi avec frites	
Soupe à l'oignon	15.-
Gratinée au gruyère façon lyonnaise.	



7. SUPPORTS IMPRIMÉS & DESIGN

CARTE MENU

ÉTOILE BLANCHE

CAFÉ - BAR - RESTAURANT

Uniquement le midi en semaine

PLAT DU JOUR : VÉGÉTARIEN 20.- | POISSON 22.- | VIANDE 24.- | FORMULE ENTRÉE - PLAT - DESSERT 29.-

Entrées

Salade mixte croquante 10.-

Foie gras et Chutney sur toast 15.-

Os à moelle 15.-
Cuit au fout, persillade et pain grillé

Feuilleté de champignons 16.-
Persillade et oeuf poché

Mini malakoffs 12.-

Soupe à l'oignon 12.-
Gratinée au Gruyère, façon Lyonnaise

Bouchées de boeuf en tartare 13.-

Végétarien

Feuilleté forestier 29.-
Champignons des bois à la persillade et oeuf poché

Salade César 28.-
Sauce traditionnelle et malakoffs

Servi avec légumes et gratin de pommes de terre

Cordon-bleu

Le classique 29.-
Volaille, Gruyère et jambon de campagne

Le montagnard * 32.-
Volaille, lard et raclette

Le valaisan * 32.-
Volaille, Gruyère et viande séchée

Plat enfant - 12.- Demandez à notre équipe

Nos plats

Travers de porc confits 32.-
Confits 12h, laqué au miel et au romarin, servi avec une purée de pommes de terre et carottes glacées

Tartare de boeuf 34.-
Coupé au couteau, servi avec frites et toasts

Fillet de daurade 34.-
Légumes fondants, beurre blanc parfumé au citron

Parmentier de canard* 36.-
Canard confit, foie gras gratiné aux herbes

Bouchée à la reine 34.-
Garnie rognons, ris de veau et champignons forestiers

Salade César 28.-
Sauce traditionnelle et poulet grillé

Pêche du jour* Selon arrivage

Accompagnements et sauce au choix

Nos viandes

Bavette charolaise 24.-

Entrecôte parisienne 26.-

La pièce du boucher Selon arrivage

Nos Accompagnements

Salade 3.-

Légumes du marché 3.-

Gratin de pommes de terre 5.-

Frites maison 5.-

Nos sauces

Beurre composé de l'étoile 3.-

Échalote 3.-

Poivre 5.-

Jus de viande 4.-

* (Uniquement le soir)



8. AFTERWORK & TEMPS FORTS

OBJECTIF STRATÉGIQUE

L'enjeu est ici de positionner clairement l'Étoile Blanche comme la référence de l'afterwork lausannois, en particulier pour les entreprises et bureaux du quartier.

COMMUNICATION AFTERWORK – MODE D'EMPLOI

AVANT

- Stories Instagram mettant en avant les cocktails proposés et l'ambiance des précédents afterwork
- Mise à jour des stories à la une "Afterwork"

PENDANT

- Photos et vidéos spontanées de l'ambiance
- Mise en avant des verres, des groupes, du lieu vivant

APRÈS

- Reposts de contenus
- Rappels réguliers que l'Étoile Blanche est un lieu où l'on peut rester après le travail



8. AFTERWORK & TEMPS FORTS

AVANT



ACTIVATION DIGITALE AVANT "AFTERWORK"

Utilisation d'un template dynamique pour susciter l'envie avant la journée de travail.

L'objectif est de capter l'attention des employés du quartier et de les projeter dans l'ambiance Afterwork grâce à un visuel cocktail fort et une promesse claire, l'ambiance monte dès 18h.



8. AFTERWORK & TEMPS FORTS

PENDANT



AMBIANCE DU BAR - PENDANT

Contenu spontané capturé au coeur de l'action (vidéo, photo).

En montrant l'effervescence du bar, les visages et le mouvement, nous créons un sentiment de proximité et de "FOMO"¹ pour ceux qui ne sont pas encore là.

¹ FOMO - Fear Of Missing Out, la peur de rater, de ne pas faire partie de.



8. AFTERWORK & TEMPS FORTS

APRÈS



AMPLIFICATION PAR LA PREUVE SOCIALE

La phase “Après” ne se limite pas à la clôture de l'événement ; elle sert à valoriser l'expérience vécue par les clients.

En repartageant (Repost) les stories et publications des participants, afin de montrer l'authenticité de l'ambiance de l'Étoile Blanche.

Cela crée un sentiment d'appartenance et encourage les autres clients à publier à leur tour lors de leur prochaine visite pour apparaître sur notre compte officiel"



9. CONCEPT ÉVÉNEMENTIEL – MURDER MYSTERY PARTY

OBJECTIF

L'enjeu est ici de positionner clairement l'Étoile Blanche comme la référence de l'afterwork lausannois, en particulier pour les entreprises et bureaux du quartier.

Ce genre d'événement peut également attirer un autre type de clientèle friande de ce genre d'expérience. Ce type d'événement peut être organisé notamment lors des périodes creuses du restaurant.

CONCEPT

Soirée immersive et théâtrale de type murder mystery, organisée avec une entreprise spécialisée. Le staff de l'Étoile Blanche ne joue aucun rôle. Il assure uniquement le service.

FONCTIONNEMENT

- Entrée payante pour participer à la soirée
- Boissons en supplément
- Possibilité d'adapter le concept selon les besoins
- La pièce évolue au fil des différents plats afin de non seulement profiter de l'expérience, mais également de la cuisine

COMMUNICATION

- Flyers distribués aux clients les semaines précédentes
- Post Instagram dédié

FLYER



Ce concept est duplicable et peut évoluer selon le succès rencontré.



9. CONCEPT ÉVÉNEMENTIEL – MURDER MYSTERY PARTY

MENU SPÉCIAL MURDER MYSTERY PARTY



Voici l'exemple d'une carte qui pourrait être proposée, les prix peuvent disparaître si l'on pratique un prix d'entrée avec menu inclus

Pistes afin de pouvoir organiser cela avec une société externe :

- [Fabula](#)
- [Mortelle Soirée](#)

LIENS

- [Flyer](#)
- [Menu](#)
- [Post Instagram](#)
- [Story Instagram](#)



10. CALENDRIER ÉDITORIAL – ORGANISATION DU CONTENU AU QUOTIDIEN

POURQUOI UN CALENDRIER ÉDITORIAL

Pour concrétiser ces actions de manière réaliste, l'Étoile Blanche peut s'appuyer sur un calendrier éditorial simple, pensé pour un usage non professionnel. Le calendrier éditorial sert à :

- Accessible pour tout le monde
- Outil de gestion pour éviter d'oublier
- Éviter le stress du "qu'est-ce qu'on poste aujourd'hui?"

PRINCIPE FONDAMENTAL : RECYCLER PLUTÔT QUE PRODUIRE EN CONTINU

Il n'est pas nécessaire de créer du contenu chaque jour. Certaines vidéos peuvent être filmées en avance. Un bon moment capté peut être utilisé plusieurs fois. Une soirée avec beaucoup d'ambiance peut alimenter la communication sur plusieurs semaines.

Si un soir est plus calme, il est tout à fait pertinent de publier une vidéo ou une photo issue d'un autre moment.

CONTENUS RÉPLICABLES

Certains contenus peuvent être reproduits facilement d'autres soirs en suivant la marche à suivre définie précédemment. Ils peuvent être repostés, adaptés en stories ou intégrés aux stories à la une, ce qui permet de valoriser les meilleurs moments et de maintenir une communication régulière sans repartir de zéro.

- Vidéos cuisine / bar
- Interviews clients
- Vidéos d'ambiance
- Photos de groupes ou de cocktails



10. CALENDRIER ÉDITORIAL – ORGANISATION DU CONTENU AU QUOTIDIEN

RÔLE CLÉ DES STORIES À LA UNE

Les stories à la une permettent une republication rapide et cohérente. Elles valorisent les meilleurs moments, elles structurent l'image du lieu et permettent aux nouveaux visiteurs d'avoir directement une idée de ce qu'ils recherchent, que ce soit l'afterwork ou le repas du soir.

EXEMPLE D'ORGANISATION HEBDOMADAIRE (INDICATIF)

- Début de semaine : menu de midi
- Milieu de semaine : contenu cuisine ou interview
- Fin de semaine : ambiance / afterwork / soirée

Cette organisation reste flexible et doit s'adapter à la réalité du terrain.

MISE EN PRATIQUE

Un exemple de calendrier éditorial est fourni afin d'illustrer concrètement comment organiser les contenus sur une semaine ou un mois.



10. CALENDRIER ÉDITORIAL – ORGANISATION DU CONTENU AU QUOTIDIEN

EXEMPLE

P = Post Instagram

S = Stories Instagram

Semaine	Lundi	Mardi	Mercredi	Jeudi	Vendredi	Samedi	Dimanche
Semaine 1	S - menu de la semaine		P – Plat / gastronomie		S – Afterwork (ambiance)		
Semaine 2	S - menu de la semaine		S Coulisses cuisine		P – Afterwork (ambiance)		
Semaine 3	S - menu de la semaine		P – Ambiance / clients		S – Afterwork		
Semaine 4	S - menu de la semaine		S – Annonce événement		P – Événement / Murder Mystery		



CONCLUSION

Ce playbook n'est pas une contrainte, mais une boussole.

Il offre à l'Étoile Blanche une base solide, cohérente et humaine pour continuer à faire vivre le lieu, s'adapter aux moments, et garder ce qui fait sa force : l'authenticité et la vie.