

# STELLA ARTOIS : le site institutionnel ludique

Stella Artois a métamorphosé son site institutionnel le 18 septembre 2007 afin de rendre l'expérience de la marque plus communicante. L'objectif est de faire vivre une expérience complètement immersive avec vidéos et défis sur le fond historique de la marque.



**Le graphisme du site plonge immédiatement dans un univers particulier, un monde sombre et inquiétant dans lequel la Stella Artois, claire et dorée apparaît comme un bijou attirant.**

- La dimension cinématographique du site crée un univers complet qu'il est agréable de découvrir, tant pour l'aspect artistique qu'historique.
  - *Ils ont voulu créer un univers*
  - *Le site de stella artois était très chouette, original, amusant, je suis restée très très longtemps dessus.*
  - *Hyper bien fait, le côté historique, les pubs c'est assez marrant,*
- La marque Stella Artois, pourtant assez présente dans le site, apparaît comme discrète aux yeux des internautes car elle n'apparaît qu'à des moments stratégiques où elle semble justifiée et légitime.
  - *La marque est pas trop présente, quand elle est là c'est justifié, c'est le site de la marque*
  - *C'est parce qu'elle apparaît pas souvent que c'est bien.*

- La marque apparaît en général de manière centrale et évidente mais la mise en scène en fait une actrice plus qu'une volonté de vendre. Elle est présentée comme un joyau au milieu d'une pièce noire ce qui la valorise.
  - *Elle reste noble, bien incluse dans l'histoire*
  - *Elle apparaît pas très souvent, donc elle est en valeur*



**Le potentiel d'interaction du site est significatif. Tout est fait pour impliquer l'internaute, pour qu'à la fois il s'approprie le message et fasse vivre la marque.**

- Les plus jeunes apprécient les défis qu'ils peuvent relever et envoyer à des amis pour les challenger. Les jeux sont bien fait et font appel à de la tactique et de la logique. A noter que la bière est l'enjeu du défi...
  - *Défis Stella Artois*
  - *On peut défier un ami, c'est bien.*
  - *Il faut réussir à relever des défis, à bouger des pièces pour prendre la bière qui est au milieu.*



- Cette idée est d'autant plus valorisée qu'elle constitue un moyen supplémentaire pour fixer un RV pour aller boire un coup avec un ami. C'est le perdant du défi qui offre, évidemment.
  - *Ce qui est sympa, c'est que y'a un contrat, on choisi un bar une heure.*

➔ Le site Stella Artois traduit l'ambition haut de gamme de la marque, et trouve le bon équilibre entre bonne visibilité de la marque et contenu attractif.

➔ La création de défis intéressants à relever associés à la tradition belge qui consiste à se faire offrir une Stella dans un bar par le perdant crée une atmosphère conviviale et une utilisation supplémentaire du site (prétexte pour sortir dans un bar).