

# **l'Art de la Guerre sur Facebook entre : Greenpeace et Nestlé**

Ces derniers jours s'est joué sur Facebook une bataille entre Greenpeace et Nestlé qui fera date dans l'histoire de l'activisme, des média sociaux, et dans la façon dont les grands annonceurs aborderont désormais internet.

Ce n'est pas la première fois que de tels affrontements ont lieu sur internet, mais cette fois, c'est à une opération savamment mise au point, et exécutée de façon parfaitement professionnelle, à laquelle Nestlé a du faire face.

Cela a été l'occasion pour la multinationale Suisse de réaliser à quel point l'amateurisme en matière de média social n'était plus de mise : cinq ans après l'avènement du web 2.0, les activistes sont désormais tout ce qu'il y a de plus professionnels, et l'ère du buzz, qui représente encore trop souvent l'alpha et l'omega du web 2.0 pour les grands annonceurs, semble désormais bien finie.

La campagne Greenpeace

Greenpeace n'a pourtant pas pris Nestlé en traître. Cela fait un bout de temps que l'organisation de protection de la nature dénonce les agissements des sous traitants de Nestlé qui, pour produire l'huile de palme indispensable à l'agro alimentaire, n'hésitent pas à saccager la forêt indonésienne et à détruire l'habitat de nombreuses espèces protégées (et fait cela via ses sous traitants, ce qui, comme pour Nike en son temps avec le travail des enfants, ne trompe absolument personne).

Après avoir publié plusieurs rapports et écrit une série d'articles, Greenpeace a décidé de se faire entendre d'une toute autre façon, en portant sur internet les actions qui l'ont rendu célèbre IRL (« In Real Life »).

lire la suite =>readwriteweb

*Par*

**Publié sur Cafeduweb - Revue de presse le samedi 10 avril 2010**

Consultable en ligne : <http://revuedepresse.cafeduweb.com/lire/11711-art-guerre-facebook-entre-greenpeace-nestle.html>