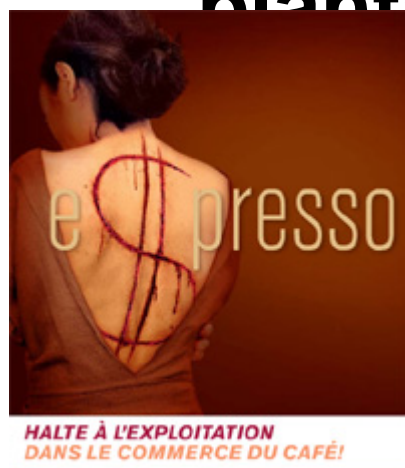


Extrait du CDURABLE.info l'essentiel du développement durable

<http://cdurable.info/Nespresso-parodie-pub-George-Clooney-commerce-equitable-Neslte.html>

Le spot que Neslté voudrait supprimer

# What else ? Une parodie de pub Nespresso dénonce l'exploitation dans les plantations



nt Durable en action -  
Date de mise en ligne : mercredi 7 septembre 2011

---

Copyright © CDURABLE.info l'essentiel du développement durable - Tous

droits réservés

---

**L'ONG Solidar Suisse vient de frapper un grand coup, en mettant en scène une contre-pub reprenant les codes de Nespresso. Active dans la lutte contre l'exploitation dans les plantations de café du Nicaragua, l'association pointe ouvertement du doigt la multinationale.**

Dans ce clip parodique, un sosie de George Clooney évite le fameux piano qui tombe du ciel. mais lorsqu'il se retourne, il reçoit la pancarte de la marque de café dans l'entrejambe. Une petite voix ironise alors "Sorry George, mais un cueilleur de café exploité ressent la même chose que toi."

L'ONG appelle toutes les personnes qui visionnent la vidéo à envoyer un mail à George via un formulaire. "Cher George... En tant qu'ambassadeur de bonne volonté de l'ONU, tu t'engages pour un monde plus juste. C'est génial ! Tu es donc certainement gêné par l'inaction de Nestlé contre l'exploitation des cueilleurs et cueilleuses de café. C'est pourquoi je te prie de placer Nestlé devant un choix clair : du café équitable ou plus jamais de publicité pour Nespresso avec George Clooney." Pour envoyer un mail à George [cliquez ici](#).

"Les multinationales ne doivent plus accepter que le café qu'elles vendent soit le fruit de l'exploitation" explique Solidar Suisse. L'ONG exige que Nestlé, l'un des plus grands commerçants de café de la planète, propose du café équitable dans toutes ses lignes de produit, en particulier dans son assortiment Nespresso.

## Rapport sur le café : E\$PRESSO

Le rapport de Solidar sur le café vous procurera toutes les informations utiles sur le commerce équitable, Nestlé et les labels existants :

### CE QUE SOLIDAR EXIGE DE NESTLÉ

▶ **Nestlé doit proposer du café équitable pour l'ensemble de son assortiment Nespresso.** Tout particulièrement dans le cas des capsules Nespresso coûtant la rondelette somme de 50 centimes l'unité, nous sommes en droit d'attendre un traitement correct des cueilleurs et cueilleuses de café, ainsi que l'absence d'exploitation des enfants. Proposer, dans l'assortiment actuel, des capsules Nespresso produites dans des conditions équitables serait un premier pas pour que la clientèle puisse choisir de consommer équitable. L'objectif final demeure, cependant, la reconversion de toute l'offre Nespresso au café négocié à des conditions équitables.

▶ **Nestlé doit proposer du café équitable dans toutes ses lignes de produit.** Nestlé transborde 800'000 tonnes de café par an, ce qui place la multinationale parmi les premiers commerçants de café de la planète. C'est pourquoi nous exigeons qu'elle prenne au sérieux ses responsabilités sociales et propose du café équitable dans tout son assortiment. Cette mesure permettra aux cultivateurs et cultivatrices de vendre, en tout temps, leur café à des prix équitables ; elle garantira aussi des conditions de travail décentes aux cueilleurs et cueilleuses.

▶ **Stop aux labels marketing suggérant à la clientèle que Nestlé utilise du café négocié à des conditions équitables.** Nestlé se présente comme une multinationale responsable sur le plan social et s'appuie, pour ce faire,

## **What else ? Une parodie de pub Nespresso dénonce l'exploitation dans les plantations**

---

sur des labels propres (4c et Sustainable Quality AAA Programm). Ces labels n'apportent cependant pas grand-chose aux cultivateurs et cultivatrices de café. Ils s'apparentent pour l'essentiel à de simples déclarations d'intention et manquent cruellement de transparence ; de plus, seule une petite partie de la production fait l'objet d'une certification. Cela doit cesser : Nestlé doit utiliser des labels indépendants et fiables.