

Cactus et greenworlder signent un partenariat visant à rétablir les bases du réseau social

Windhof, le 22 juin 2023 – Cactus annonce son nouveau partenariat avec greenworlder, le nouveau réseau social vraiment éthique. Cactus est fier d’être la première entreprise alimentaire à soutenir ce projet qui s’inscrit dans le durable, le responsable et l’authenticité. Des valeurs chères aux deux parties.

En tant qu’acteur majeur de la grande distribution au Luxembourg, Cactus est conscient de sa triple responsabilité économique, écologique et sociale. Régi depuis ses débuts par des valeurs pionnières durables, le groupe met tout en œuvre pour agir en accord avec sa stratégie de responsabilité sociale des entreprises (RSE). De plus, le groupe tient à participer au développement d’acteurs de la Grande Région. C’est dans ce contexte qu’un nouveau partenariat a été signé entre Cactus et greenworlder.

A qui pensez-vous à l’évocation des termes « réseaux sociaux » ? En général, cinq plateformes viennent à l’esprit : Instagram et Facebook pour le groupe Meta. D’abord Instagram a misé sur le partage de photos pour conquérir son public. Puis récemment le réseau change de paradigme pour basculer de plus en plus fortement sur les vidéos courtes ou longues. Facebook est peu à peu devenu le repère des plus âgés et qui dès lors, est de moins en moins attractif auprès des publics plus jeunes. A l’inverse, TikTok, la plateforme jeune par excellence s’inscrit en faux par rapport à Facebook. Seul ombre au tableau, et non des moindres, la plateforme chinoise est de plus en plus critiquée sur le plan politique. Ensuite vient souvent Twitter. Au départ, un réseau d’informations de choix pour les dernières actualités est aujourd’hui sous le feu des projecteurs grâce aux frasques d’Elon Musk et surtout car c’est le rendez-vous des fake news. Pour finir, il y a LinkedIn, réseau social professionnel destiné à la population active. Greenworlder veut se différencier de ces plateformes et a comme point focal le partage et la création de contenu axé autour du durable et de l’écologie durable.

Greenworlder est un nouveau réseau social dont le but est d’éviter les écueils de ses concurrents et se veut différent à plusieurs égards. D’abord, greenworlder n’est ni américain ni chinois. Son siège social est au Luxembourg et jouit d’un soutien européen. Le réseau social a bien entendu des ambitions internationales. De plus, il entend garder son indépendance et sa neutralité politique. Deuxièmement, le réseau social revient aux bases du succès des réseaux sociaux en refusant des posts superficiels au profit de la création de communautés engagées et interactives.

Greenworlder va se développer progressivement dans les prochaines semaines avec Cactus à bord comme sponsor pionnier et participant actif dans la publication de contenu et cela dès ses débuts officiels. Cactus, marque engagée et durable depuis sa constitution en 1967, sera la première enseigne alimentaire à soutenir et à suivre le lancement de ce futur réseau social qui sera durable, responsable et refusant tout greenwashing. Gilles Feipel, directeur marketing chez Cactus, est heureux de ce partenariat. Il est aussi impatient de voir greenworlder développer son plein potentiel. Du côté de chez greenworlder, ils sont reconnaissants qu’une grosse structure comme Cactus leur fassent confiance dès le début.

Légende photo (de g. à dr.) : Daniel Klementz (Greenworlder), Peter Bartholin (Greenworlder), Marc Hoffmann (Cactus S.A.) et Gilles Feipel (Cactus S.A.)

Contact Presse – Cactus S.A.

Service Relations Publiques

Tel. : (+352) 2828 3469 - E-mail : pr@cactus.lu