

Facebook est un territoire propice à l'émergence et à la consolidation du risque d'opinion, on le sait et les exemples ne manquent pas : Nestlé, Domino's, etc. Et pour cause. Une interface publique entre une marque, une entreprise et ses publics ne saurait toujours être parfaitement élogieuse et tranquille...

**Plus d'infos :**