ECHECS UTILES : Naming and shaming

19-04-2007

Naming and shaming : désigner et faire honte. La technique consistant à montrer du doigt ceux qui ne respectent pas la règle sans qu’on puisse pour autant les poursuivre juridiquement, se répand. Initialement pratiquée dans le domaine des droits de l’homme, elle s’est étendue aux pratiques financières. La verra-t-on se déployer dans d’autres composantes de la sphère commerciale ?

Le commentaire oomark

Le naming and shaming existe en vérité déjà dans l’action commerciale. On l’appelle « contre-référence ». Les contre-références visibles peuvent détruire l’image d’un produit, voire d’une société. C’est pourquoi la plupart des entreprises s’efforcent de les éviter. Même les grands groupes, protégés par leurs marques mais confrontés à l’opinion publique à travers le web, doivent aujourd’hui s’en méfier. A la différence du naming and shaming institutionnel, la communication demeure informelle en matière de contre-références. Mais pour combien de temps ?