



L'effet Streisand

publié le 08/12/2022

Descriptif :

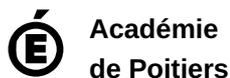
Présentation d'un article rapide à lire sur France Info concernant l'effet Streisand

À travers l'exemple actuel du jeu de société "Antifa" (qui consiste grosso modo à gérer un groupe d'antifascistes face à une menace d'extrême-droite) vendu par la FNAC et provoquant l'ire de certains groupes et la polémique, nous apprenons que le jeu est en rupture de stock, victime de son succès.

Et ce succès est dû à la publicité involontaire créée par la polémique autour de la présence de ce jeu dans la gamme de l'enseigne autrement appelé "**Effet Streisand**".

L'effet Streisand a pour origine la plainte de Barbara Streisand concernant la publication de photos de sa villa de Malibu, plainte qui eu pour effet d'éveiller la curiosité du plus grand nombre et de multiplier les visites et recherches sur ce sujet. Cet effet est donc le succès d'un produit ou d'une organisation grâce au buzz involontaire créé par les plaignants, engendrant involontairement l'engouement autour du sujet décrié.

Et comme l'écrit l'article [🔗](#), cet effet Streisand entre dans le cadre du concept de l'e-réputation puisque on-line, tout va plus vite !



Académie
de Poitiers

Avertissement : ce document est la reprise au format pdf d'un article proposé sur l'espace pédagogique de l'académie de Poitiers.

Il ne peut en aucun cas être proposé au téléchargement ou à la consultation depuis un autre site.