



J. B. DAUMONT

LES SECRETS D'UN MENTALISTE

SÉDUCTION, ATTRACTION :
MANIPULATIONS

Éditions
de La Martinière

Ouvrage publié sous la direction de Bertil Scali

ISBN : 978-2-7324-5299-9

© 2012, Éditions de La Martinière

Une marque de La Martinière Groupe, Paris, France

Connectez-vous sur :

www.lamartinieregroupe.com

Dépôt légal : mai 2012

Ce document numérique a été réalisé par [Nord Compo](#)

« Quand on est maître de soi,
on est maître du monde. »

Friedrich Nietzsche

Table des matières

[Couverture](#)

[Copyright](#)

[Table des matières](#)

[Comment utiliser un QR Code](#)

[Convicere : cet homme est un magicien - Par Frédéric Monera](#)

[Seducere : détourner autrui de son chemin - Par Patrick Berger](#)

[Avant-propos](#)

[Παῦσις – Pausis](#)

[Le levier de l'attraction : la suggestion](#)

[« Par ici mon petit chien » : la domestication future du consommateur](#)

[L'animal est-il bien dompté ? Réagit-il bien au « charisme » de l'émetteur ? Vérifions : le neuromarketing](#)

[L'hypnose, force de frappe charismatique](#)

[Du magnétisme animal à l'hypnose ericksonienne](#)

[Κάθαρσις – Katharsis](#)

[Παῦσις – Pausis](#)

[De la suggestion à la séduction](#)

[Le mirage du culte de l'apparence](#)

Les échanges sont avant tout émotionnels

Κάθαρσις – Katharsis

Παῦσις – Pausis

De la séduction à la fanatisation

Le contrôle indirect dans une surface sociale restreinte : génération d'un individu alpha

De l'espiègle individu alpha isolé à la naissance d'une passion fanatisante

Κάθαρσις – Katharsis

Παυσις – Pausis

Séduction 2.0

Un laboratoire à échelle humaine

Passer de rat de laboratoire à expérimentateur : les bons outils

Du laboratoire au jeu

Les erreurs à ne pas commettre

Κάθαρσις – Katharsis

Remerciements

Comment utiliser un QR Code

Pour plus d'informations techniques et illustrations vidéo, vous trouverez parfois dans cet ouvrage un QR Code¹. L'équivalent d'un code-barres, que vous pouvez scanner avec un smartphone, vous permettant, sans bouger de l'endroit confortable où vous avez décidé de parcourir ces pages, de compléter paisiblement votre expérience par un accès à un contenu Internet, directement sur votre mobile.

Pour ceux qui ne disposeraient pas d'un tel matériel, à chaque référence à un contenu de ce type, le lien Internet est aussi indiqué en note de bas de page. Ils devront alors accéder à un ordinateur et recopier le lien (que j'ai conçu de façon la plus simple du monde, pour vous faciliter la tâche). En scannant ou photographiant le QR Code avec un téléphone portable ou une tablette numérique disposant de cette fonctionnalité ou sur lesquels vous avez téléchargé une application de type QR-Reader ou Kaywa Reader, vous verrez directement les vidéos, sites ou informations s'afficher sur votre écran. Par exemple : voici le QR Code du site² et de la page Facebook qui complètent cet ouvrage. Vous y trouverez des informations sur le conditionnement mental, ainsi que des vidéos de démonstrations.



Page Facebook³ :



1. Ces codes donnent accès à des liens dont le contenu n'est pas contrôlé par les Éditions de La Martinière. L'éditeur n'est pas responsable de leur utilisation ni de leur contenu.
2. <http://secretsmentalistes.com>
3. <http://on.fb.me/mentaliste>

Convicere : cet homme est un magicien

Par Frédéric Monera¹

Lorsque John Bastardi Daumont vint me demander une préface pour son second tome des *Secrets d'un mentaliste*, je ne sus quoi répondre. Du mentalisme, je ne savais rien ou guère plus que tout un chacun qui, n'ayant séjourné sur une île déserte ces dernières années, a pu suivre quelque épisode d'une série du même nom sur une chaîne à grande écoute et s'intéresse aussi à l'illusionnisme. Certes, il me restait bien en mémoire certaines lectures, de Sigmund Freud à Vance Packard, glissant au passage sur quelques réminiscences de Gustave Le Bon. Suffisantes pour alimenter le propos d'après-dîner, devant un auditoire poli ; totalement inutilisables dans le cadre de cette préface.

Alors quoi ? Une preuve vivante : disons quelques mots de l'auteur.

Je le rencontrai pour la première fois lors d'un cocktail donné à la faculté de droit de Nice, en l'honneur de la promotion d'un DESS de Sécurité intérieure, celui précisément où il se plut à briller. Si, nouvel enseignant, je ne connaissais personne, tout le monde en revanche le connaissait, lui. Premier outrage que l'on inflige au *Deus ex machina* de l'estrade et du micro qui se retrouve ainsi, petit et sans voix, dans un univers où tout l'ignore. Ne serait-ce que le buffet, accueillant vis-à-vis des naufragés des cocktails comme l'île de Robinson dut l'être vis-à-vis de celui des mers du Sud. Au fait, n'est-ce pas autour d'un bon verre que l'on fait les meilleures rencontres comme c'est, bien souvent, après le troisième que se formulent les idées les plus lumineuses ?

Or je ne sais si vous en avez vous-même fait l'expérience ou si votre science en la matière relève du seul oui-dire, mais les buffets, principalement lorsqu'ils sont garnis, et jusqu'à ce qu'ils ne le soient plus, sont particulièrement difficiles à atteindre. Celui dont le verre est vide se le faisant remplir, tel autre dont le verre est plein demeurant, sait-on jamais ?, près des bouteilles, les deux alimentant généralement leur propre groupe de discussion à grands coups de petits-fours dont on peut se demander dans quel gouffre ils disparaissent à pareille vitesse et en si grande quantité, bâtissant ainsi une sorte de mur continu rendant toute approche impossible.

Et face aux ogres en costume cravate et tailleurs dernier cri un autre groupe, plus discret, à l'intérêt moins vorace mais qui ne s'en rend que plus sympathique, au centre duquel se tient, immobile, un grand garçon mince, à l'élégance typiquement britannique, qui semble comme avoir capté l'attention de ceux qui étaient venus là pour autre chose que manger. Quelques mots, un sourire, une grâce physique que venait conforter la séduction du verbe et, le verre à la main, voici ce jeune homme qui enferme l'intérêt de gens d'un même âge dans les circonvolutions de son propos. De façon magnétique.

De ce garçon, qui sera absent tout au long des années que je passerai à enseigner dans ce centre, j'entendrai longuement parler. C'est somme toute chose commune lorsqu'une personnalité d'exception a le bon goût de disparaître assez tôt pour laisser place à sa légende. Personnalité d'exception, John Bastardi Daumont ? Ça se discute. Personnalité charismatique ? C'est possible. Personnalité manipulatrice et séductrice ? Certains, parmi les mauvaises langues, le disent et prétendent même qu'il en ferait profession. Ses livres, et celui-ci en particulier, n'en constituent-ils pas l'exemple ?

Mes souvenirs sur John auraient pu se limiter à cet aperçu, quelques traits griffonnés à la hâte entre un liquide pétillant et une poignée de cacahuètes arrachées de haute lutte à l'ennemi. C'eût été sans compter sur la malice d'un hasard auquel je ne crois pas. Ancien illusionniste, après des études universitaires brillantes, un parcours non moins exceptionnel au centre de formation des avocats et un début de carrière au barreau qui ne fut rien moins que remarquable, John Bastardi Daumont était devenu avocat dans le cabinet auquel je venais de m'associer. Pour mémoire, il me faut

préciser ici qu'il y a, paraît-il, quelque mille deux cents avocats à Nice. La fatalité est ennemie de la providence.

Durant ces quelques trop courtes années, j'aurai au moins pu vérifier que l'aura – au sens le plus fort du terme – de John Bastardi Daumont dépassait, de loin, le cadre universitaire. Avocats et gens en tous genres qui font de la procédure un métier – et pour quelques-uns une vocation – semblaient s'animer au simple prononcé de son nom. Pour certains, le regard soudain plus clair trahissait une admiration qui allait au-delà de la seule reconnaissance de son talent. Ah, comme maître Bastardi plaide ! me disait-on, le sourire aux lèvres et le regard perdu quelque part entre le haut du mur d'en face et le plafond, là où les mouches elles-mêmes hésitent à s'égarer. Comme je détestais ces stupides encensements ! Mais qu'a-t-il donc fait pour mériter de pareilles louanges ?

Certes, il est pénaliste et je n'ignore pas que les pénalistes, de tradition, ont bien souvent la matière et quelquefois le talent propres à enflammer les passions et, occasionnellement, les esprits. Nous en avons connu de ces Berryer, de ces Moro-Giafferi dont les ombres légendaires hantent encore nos prétoires, dont les voûtes de nos salles d'audience semblent comme renvoyer l'écho de la voix, dont les mots résonnent à l'infini dans nos mémoires. Et puis cette allure nonchalante, ce timbre bienveillant, ce regard doux et tendre comme celui d'un adolescent qu'un drame subi viendrait d'arracher à l'enfance.

Des plaidoiries niçoises de John, je ne vis pas une. Mais, tout de même, il me fallut bien l'entendre. L'occasion se présenta à la fin d'un été, il y a quelques années, devant une chambre correctionnelle du tribunal de grande instance de Paris.

Après trois quarts d'heure d'attente au milieu de l'arène, des curieux qui, comme moi, attirés autant par l'intérêt du litige que par la parole de l'orateur, jouant des coudes pour ne pas perdre mon épouse tout en conservant ma place, je parvins à pénétrer les lieux et, profitant d'un instant d'inattention d'autrui, à m'approprier un coin de banc pour deux. C'est dire s'il y avait foule. Et au fond de la salle d'audience, comme une mèche isolée flottant sur une forêt de têtes, John, que je reconnus bientôt lorsque, tout le monde s'étant assis, il demeura seul debout, de dos, comme face à ses juges.

Les portes se referment, le silence, lentement, se fraie un chemin, du prétoire aux travées les plus éloignées. La poussière elle-même, comme suspendue dans ses raies de lumière, hésite à retomber. La salle retient son souffle. Alors l'avocat se dresse, les deux ailes déployées comme un grand corbeau noir prêt à fondre sur sa proie. La voix, restée douce, reprend les faits, les expose dans une cohérence qui n'est plus celle du président, qui n'est plus celle du procureur, qui n'est plus celle des plaignants. Elle est celle d'une vérité faite sienne et, parce que c'est sa vérité, elle devient dès lors la vérité, nous dirions presque nonchalante comme celui qui l'exprime, comme le verbe en cet instant.

Les derniers mots sont retombés et c'est dans un silence incrédule que le plaideur dépose son dossier sur le bureau du président. C'est fini. L'audience est levée et nous nous retrouvons dans la rue avec, en tête, ces mots désormais orphelins de leur auteur et que nous tentons, comme nous le pouvons, de remettre en ordre. Car cette nonchalance en avait déstabilisé beaucoup. Nonchalance. Un terme que vous retrouverez souvent en parcourant son livre. Nonchalance de magicien, de plaideur, de séducteur, de conférencier ? Finalement, on ne sait plus. De caméléon, peut-être.

Cet homme au verbe apparemment désinvolte, à l'allure éternellement juvénile, dont le regard vous rassure et vous scrute en même temps, cet homme est un manipulateur. Qui livre ses techniques dans ce livre. En nous manipulant encore, à travers elles.

1. Chargé de cours à la faculté de droit et à l'EDHEC Business School, maître de conférences à Sciences Po Paris.

Seducere : détourner autrui de son chemin

Par Patrick Berger¹

À Athènes, 350 ans avant notre ère, Phryné est la prostituée de luxe la plus célèbre de son époque. Modèle de statue pour Aphrodite, cette hétéra² est connue pour son odieuse et divine beauté érotique. Ses charmes sont tant recherchés qu'une nuit avec elle peut s'échanger contre la fortune d'un homme. Mais, à susciter autant de désirs, on s'attire quelques ennemis.

Accusée de profanation par un ancien amant frustré, Phryné doit être condamnée par le tribunal populaire chargé de la juger. Dans un geste désespéré, son avocat arrache la tunique de sa cliente et soumet sa sublime nudité à une assemblée médusée. Phryné ne peut être condamnée car son corps est l'œuvre des dieux. Elle sera acquittée.

L'habileté à séduire est un immense pouvoir. Il peut nous sortir des situations les plus désespérées en détournant l'attention de ceux qui peuvent nous nuire. D'ailleurs, séduire, au sens étymologique, c'est détourner autrui de son chemin pour l'amener sur le nôtre. Et après avoir lu ce livre, vous ne parlerez plus de conviction ou de séduction. Vous parlerez de rupture de pattern, de *recall*, d'*underground hypnosis*... tant de méthodes différentes que vous aurez appris à maîtriser.

L'histoire de Phryné ne doit pas nous induire en erreur ; pour séduire, il n'est pas nécessaire d'avoir une belle esthétique même si cela représente un atout indéniable.

Au cours du procès de Phryné, celui qui séduit les juges et les détourne de leurs velléités malveillantes, c'est l'avocat (par ailleurs amant de

Phryné...). Sans son audace et sa capacité à s'adapter à son auditoire, sa cliente (et amante) aurait sans doute été condamnée.

De l'audace, il en faut pour développer son art de séduire ; alors, comment être audacieux ? Pas d'audace sans confiance en soi et pas de confiance en soi sans réussite. L'art de séduire se développe donc en réussissant... à séduire. Le problème semble se mordre la queue.

C'est oublier que la réussite est toujours le fruit d'échecs passés. C'est en s'essayant à la séduction (professionnelle, amicale ou sexuelle) qu'on apprend à séduire. Celui qui n'est pas prêt à tomber n'apprendra jamais à marcher. C'est ce que nous rappelle John à travers les nombreuses expérimentations auxquelles chaque lecteur pourra s'essayer, et qu'il parviendra à réussir, grâce à ce second tome des *Secrets d'un mentaliste*.

Car cet ouvrage est un ouvrage fait par un praticien pour des praticiens (communicants apprentis ou confirmés). Je parle en connaissance de cause pour avoir vu l'auteur tester et pratiquer avec succès les techniques qu'il présente dans des contextes variés : conversations à la terrasse d'un café, interviews, animations de séminaires d'entreprise, conférences de conditionnement devant des centaines de personnes.

Cet art sert en toute situation.

Notre époque est celle des réseaux. Et pour tisser sa toile, chacun de nous ne peut compter que sur son pouvoir d'attraction, sa capacité à susciter et à maintenir le désir chez l'autre. Que ce soit avec nos amis, nos voisins, nos collaborateurs, nos clients... La séduction est une des clés sinon la clé de la réussite. Autant dire que vous ne vous êtes pas trompé d'ouvrage...

Mais ce livre n'est pas un simple « manuel » de séduction, de charisme ou de communication ; c'est le recueil des secrets d'un expert. Car, en plus d'être un praticien de talent, John est aussi un chercheur curieux et critique. Il a étudié, testé et synthétisé l'ensemble des connaissances pratiques et théoriques en matière de séduction et de communication, des plus traditionnelles aux plus récentes.

Le tout en entraînant le lecteur dans un arc narratif qui vous permettra de poursuivre l'expérience sur Internet. Technique de l'arc narratif contre laquelle l'auteur met en garde, tout en l'utilisant dans le même temps. C'est tout son profil. Blanc ou noir, on ne sait plus : d'illusionniste, l'homme est devenu avocat ; d'avocat, il devient conférencier ; de conférencier, il devient auteur. En partant d'une formation sur le renseignement humain. Le

livre est à l'image de l'auteur : une fusion d'expériences acquises sur le terrain.

Ne soyez donc pas surpris de voir les dernières découvertes en neurosciences côtoyer des histoires de mages ésotériques au milieu de deux parenthèses de psychologie cognitive. John sait passer d'un domaine à un autre comme un virtuose changerait d'instrument tout en continuant à jouer le même morceau.

C'est ce côté éclectique de l'expert « multicasquette » qui nous a fait nous rejoindre, John et moi, au sein du groupe Maieutic³. Une équipe de chercheurs praticiens, réunissant scientifiques, professeurs d'université, conférenciers, mentalistes, et s'employant à innover dans le domaine du développement personnel, professionnel et organisationnel.

Le livre que vous tenez entre vos mains est un brillant exemple de cette démarche. Je vous souhaite d'en savourer chaque expérience et chaque révélation.

1. Professeur agrégé des universités et associé du cabinet de formation B+A, ancien rédacteur en chef du magazine *Science extrême*, membre (proactif) de www.maieutic.com.
2. Wikipedia explique : « Les hétaires ne se contentent pas d'offrir des services sexuels et leurs prestations ne sont pas ponctuelles : de manière littérale, *ἑταίρα/hetaíra* signifie "compagne". Elles possèdent généralement une éducation soignée et sont capables de prendre part à des conversations entre gens cultivés, par exemple lors des banquets. Seules entre toutes les femmes de Grèce, Spartiates exceptées, elles sont indépendantes et peuvent gérer leurs biens »
(http://fr.wikipedia.org/wiki/Prostitution_en_Gr%C3%A8ce_antique#H.C3.A9ta.C3.AFres).
3. <http://www.maieutic.com>

Avant-propos

Le livre que vous tenez entre les mains est soit une arme offensive, soit un bouclier, faits du même métal : le charisme. Dans les deux cas, il permet de résoudre une sensation pénible à laquelle chaque être humain est un jour confronté : l'impuissance.

L'impuissance est la seule drogue dont on prend plaisir quand son effet s'estompe. En revanche, en cas d'overdose, elle se transforme en perfide et paralysante dépression. Un sanglier traqué comme un beefsteak sur pattes par une horde de chasseurs affamés a plus d'entrain qu'un homme paralysé par le charisme d'un autre.

Selon l'usage que vous ferez des techniques qui y sont décrites, cette émotion incapacitante se transformera *a minima* en une nonchalante indifférence ou, selon votre personnalité, en voracité conquérante. Car il ne sera pas ici question de duperie, de résistance à la manipulation, de maîtrise ou de détection du mensonge comme ce fut le cas dans le tome précédent.

Il s'agit d'apprendre à connaître et contrôler la plus grande force dont l'être humain dispose depuis la nuit des temps : le charisme.

Instinctif d'après certains, maîtrisé pour d'autres, le charisme demeure la source primordiale de toute forme de pouvoir sur autrui. Capable de créer des religions se diffusant dans le monde entier sans moyens de communication modernes, de générer des guerres dévastatrices à partir d'une seule volonté humaine magnifiée et reproduite servilement par une armée d'exécutants ou, à l'inverse, de faire naître amour, tendresse, affection ou amitié entre des êtres. Bonus de cette mystérieuse faculté : des nuits de sexe débridé, une réduction chez l'épicier du coin ou, tout simplement, une amende de 75 euros qui se transforme en avertissement.

Beaucoup ont tenté de théoriser la notion de charisme. Nietzsche, Weber, Durkheim, Freud, Hume, Mill, Mesmer, Le Bon, Tarde, Erickson, Volkoff, pour ne citer qu'eux, se sont employés à chercher la genèse de cette faculté, ses raisons, ses effets, ses conséquences, sa portée sur un individu ou sur une foule. Aucun d'entre eux n'est parvenu à établir un consensus avec ses contradicteurs.

Pourtant, Saül de Tarse (saint Paul, l'infatigable VPR du Christ) leur avait donné une piste précieuse, des siècles avant qu'ils ne touchent pour la première fois de leur vie une plume, alors que ce brave homme suant sa foi parcourait le désert en *caligae* pour répandre la bonne parole de son idole. D'une part en décrivant la diversité des *charismes* (sagesse, faculté de discernement de la personnalité d'autrui, maîtrise de soi, aisance rhétorique...), d'autre part en employant le mot de *don* pour qualifier ces manifestations. Or qu'est-ce qu'un don si ce n'est une faculté humaine exploitable par un entraînement précis ? En le travaillant, il devient pouvoir. En l'ignorant, c'est un gâchis.

C'est pourquoi cet ouvrage essentiellement technique a pour but d'amplifier ce que Saül de Tarse appelle un *don*, en décrivant des méthodes modernes permettant d'y parvenir, ainsi que leurs sources théoriques. Car, plus de deux mille ans après les judicieux mots de Saül, l'évolution des sciences sociales, l'explosion technologique de la communication, l'apparition de nouvelles disciplines telles que l'hypnose, l'illusionnisme, le mentalisme, permettent de mieux comprendre comment diriger l'attention d'un individu et, dès lors, diminuer sa vigilance en l'orientant vers ce champ magnétique immatériel mais pourtant presque physiquement tangible : le charisme. Ce sont de ces techniques, inédites et utilisables au quotidien, par chacun d'entre nous, dont nous allons nous entretenir ici.

Παῦσις – Pausis

Louis XI était un homme féru d'astrologie. Comme tout monarque digne de ce titre, il avait, au beau milieu de sa cour faite de serviles affidés, bouffons et autres parasites, un astrologue du nom de Galeotti.

Un matin, le devin Galeotti prédit la mort d'une courtisane dans les huit jours. Le tragique décès de cette malheureuse survint conformément à ce qu'avait dit le mage.

Confiant en la clairvoyance épisodique de son oracle mais peu féru de miracles inopinés de ce genre, le bon Louis XI se dit la chose suivante :

— soit Galeotti dispose de pouvoirs psychiques suffisamment importants pour nuire à mon propre pouvoir ;

— soit cet infâme escroc a tué cette malheureuse.

Dans les deux cas, il mérite d'être exécuté.

Par un soir de pleine lune, Louis XI convoqua donc dans ses appartements le charismatique mage, dans l'objectif plutôt avisé de le faire jeter par la fenêtre comme un vulgaire seau d'excréments.

Contre toute attente, non seulement Galeotti évita cette mort stupide, mais en outre, à la suite de leur conversation, il devint l'homme de confiance du roi, qui le traita mieux que la plus belle de ses favorites. De fait, Galeotti se fit l'homme le plus charismatique de la cour.

Sur quel sentiment humain le fourbe mage a-t-il joué pour sauver sa précieuse carcasse ?

(Réponse en fin de chapitre.)

Le levier de l'attraction : la suggestion

*« Πα βω και χαριστιωνι ταν γαν κινησω
πασαν. »*

« Donnez-moi un point d'appui, et un levier,
je soulèverai le monde. »

Archimède¹

Afin de comprendre comment se produit le phénomène d'attraction, de mimétisme et de réceptivité au charisme chez l'être humain, il convient de s'intéresser à la mécanique qui permettra la création de tels effets. Par nature, l'homme est un animal social adaptable instinctivement aux situations qui l'entourent. C'est d'ailleurs sa principale caractéristique, source de son évolution et de son progrès depuis qu'une bande de malins primates se mit en tête de sortir de la jungle pour créer des civilisations, il y a 50 000 ans. Pas idiot. Une hutte est plus confortable qu'une caverne.

Ne dit-on pas souvent que « l'intelligence est la faculté d'adaptation » ? C'est en partie vrai. Mais le réflexe d'adaptation instinctif de l'homme est également son talon d'Achille.

Faiblesse que vont utiliser sans vergogne certains pervers narcissiques, gourous, hommes politiques, journalistes, publicitaires, leaders d'opinion. Dans l'unique but de parvenir à un contrôle du mental de leurs cibles. Par l'utilisation de nombreuses techniques de conditionnement qui seront

décrites dans cet ouvrage. C'est de bonne guerre, pourquoi s'en priveraient-ils ?

Faiblesse qui peut malgré tout se transformer en force, lorsque l'on emploie celle-ci à des fins positives, pour s'affranchir d'une addiction, retrouver un sommeil paisible, optimiser certaines capacités, en utilisant des techniques basées sur les mêmes leviers, mais cette fois-ci dans un but constructif.

La plupart de ces procédés, issus principalement du monde de l'illusionnisme, de l'hypnose, de celui du renseignement humain, de la propagande, ainsi que de la psychologie sociale, sont basés sur la suggestion. Très tôt dans l'histoire, et dès le XII^e siècle, le mot même de « suggestion » est associé directement à la sorcellerie. Bossuet dénonce dans ses *Méditations sur l'Évangile* ce qu'il appelle les « suggestions du démon », faisant référence aux pulsions agressives et naturelles présentes en chacun de nous. Selon lui :

Un saint pape a remarqué, et après lui tous les saints docteurs, que la tentation nous attaque en trois manières, par la suggestion, par la délectation et par le consentement. La suggestion consiste en une pensée, soit que le démon la jette immédiatement dans l'esprit, soit que ce soit en nous proposant des objets extérieurs. [...] Si vous lui laissez le moyen de vous chatouiller les sens, et si le démon qui peut même, comme vous voyez, remuer les corps, se met à agiter les humeurs, quelle tempête ne s'élèvera pas dans votre intérieur ! [...] Coupez court et rompez le premier coup. Prévenez le plaisir naissant, ou des sens, ou de l'ambition, ou de la vengeance ; de peur que se répandant dans toute votre âme, il ne l'entraîne trop facilement au consentement si artificieusement préparé².

Remplaçons juste le mot « démon » par un autre terme. Allez, au hasard, choisissons un génie : « Steve Jobs ». Changeons-en deux ou trois autres, histoire de s'amuser un peu, et modernisons le style, juste un poil.

Voici ce que cela donne, plus de trois cents ans après la mort de Bossuet :

La tentation nous attaque en trois manières, par la suggestion, par la délectation, et par le consentement. La suggestion consiste en une envie, que Steve Jobs jette immédiatement dans votre esprit, en vous proposant de nouvelles applications qui ne servent à rien mais que vous allez trouver géniales. [...] Si vous lui laissez le moyen de vous chatouiller les sens, et si ce Steve Jobs, qui peut même, comme vous voyez, remuer vos propres doigts sur un bout de vitre et vous parler d'outre-tombe via un iPhone 4S, se met à agiter vos humeurs, quelle tempête ne s'abattra pas sur votre compte en banque ! [...] Coupez court et rompez à la première mise à jour que vous allez mettre quatre heures à installer. Prévenez le plaisir naissant, ou des sens, ou de la technologie, ou de l'envie d'être un bon geek toujours à la pointe pour flamber devant vos potes ; de peur que se répandant dans toute votre âme, il ne l'entraîne trop facilement à un consentement si malicieusement préparé.

En suggérant le désir, on crée l'envie. En obtenant l'envie, le besoin apparaît. En stimulant le besoin, la volonté d'y mettre fin se développe. Jusqu'à ce que l'objectif soit atteint : le consentement. Dans les exemples précédents, Bossuet parlait de pulsions diaboliques et votre serviteur d'un gentil téléphone. La mécanique est la même pour du sexe, de la drogue, un vote, un don ou un sac de patates bio vendu trois fois le prix normal, dont l'achat vous donne l'impression d'avoir fait un acte de foi écologique.

Bonne ou pas, et quel que soit l'objectif visé par le « suggérant », la suggestion, surtout dans le monde moderne qui est le nôtre, où l'homme est assailli en permanence par des stimuli commerciaux, sexuels, légaux, politiques, etc., est devenue une arme capable de faire naître le désir, voire l'amour sincère d'un individu pour un autre, mais également la haine, la guerre ou des révolutions.

Utilisée à des fins de séduction, la suggestion, comme nous allons le découvrir ensemble, est l'outil le plus puissant dont l'être humain dispose. Avant de passer à la théorie, prenons deux exemples de manipulations de ce genre utilisées à grande échelle. Comme nous le verrons dans les chapitres suivants, les mêmes processus peuvent être développés dans les relations interindividuelles, tant en matière de séduction que de charisme.

« Par ici mon petit chien » :
la domestication future du consommateur

Un message publicitaire a pour unique objectif de vendre un produit. Jusqu'à récemment, les opérations de pub prenaient des formes plutôt classiques :

- télévision ;
- Internet ;
- affichage.

Or l'avenir proche de la publicité a été développé il y a peu par un expert en la matière, Shiv Singh, responsable mondial du numérique pour PepsiCo³. Selon lui, les classiques spots télévisuels vont désormais être utilisés comme le prolongement des technologies de géolocalisation, mais surtout de personnalisation et d'interactivité. L'objectif est clair : pousser le spectateur à prolonger son expérience sur Internet, en happant sa curiosité. Si Patrick Le Lay déclarait en son temps que son travail consistait entre autres à vendre à Coca-Cola « du temps de cerveau humain disponible⁴ », le mode opératoire va désormais changer. En se basant sur une technique psychologique de forçage bien connue dite de « l'engagement » (pousser un individu à s'engager dans une suite d'actions lors desquelles son investissement personnel s'accroît au fur et à mesure, à partir d'un stimulus à l'origine bénin).

Les recherches dont fait état Shiv Singh dans son étude prospective démontrent que 60 % des téléspectateurs sont simultanément sur leur téléphone cellulaire en regardant la télévision. 33 % ont leur ordinateur à la main. Le plus intéressant, d'après l'oracle publicitaire précité, réside dans le constat suivant : « Les propriétaires de tablettes passent plus de temps en face de leur télé avec leur tablette [qu'à effectuer] toute autre activité. »

Dès lors, la logique est simple : pourquoi se priver d'un autre média afin d'entraîner la cible dans un arc narratif dont l'origine est le message publicitaire télévisuel ? Il n'existe aucun petit profit. Surtout en matière de publicité. Il est donc normal pour les publicités télévisuelles de se transformer progressivement en un élément déclencheur compris dans un arc narratif et interactif beaucoup plus large et profitable à la marque.

« Rendez-vous ici pour jouer avec nous. »
« Une nouvelle expérience vous attend là. »
« Prolongez l'aventure chez vous. »
Etc.

La technique dite de l'arc narratif permet de raconter une histoire autour de ses propres produits. De capter du temps de l'utilisateur en l'entraînant d'abord sur le net puis, pourquoi pas, sur un jeu, une application, un lien qui va l'unir à la marque. Ce qui présente un double avantage :

- 1) Mesurer avec beaucoup plus de précision et à moindre coût l'impact des campagnes, les retours sur médias étant directement contrôlés par les sites Web liés au spot.
- 2) Aspirer le fameux temps de cerveau humain disponible que l'ancienne génération voulait juste temporairement « capter ». Le consommateur, séduit par un jeu, une interactivité, rentre dans un processus de suspension d'incrédulité (atténuation de l'esprit critique) et dans la spirale du marketing en temps réel.

Singh conclut sa prophétie ainsi : « Ils [les consommateurs] ont besoin de répondre en temps réel. De se sentir concernés. Cela nous ouvre des possibilités de marketing en temps réel et de promotion pour services connexes. Aucun consommateur ne sera épargné. »

En lisant ces lignes, vous penserez peut-être que ce type de technologie est réservé exclusivement aux grands groupes, disposant de moyens colossaux. Eh bien, non. Aujourd'hui, la communication, et donc le modus de séduction, n'est plus verticale. Grâce aux nouvelles technologies, elle est devenue horizontale. Ce qui signifie que chacun d'entre nous, individuellement, peut utiliser les mêmes procédés pour capter l'attention de son prochain et l'attirer vers son propre arc narratif.

Un exemple ? Le précédent tome de cet ouvrage. Plus d'une année avant la prophétie de Singh, le premier tome des *Secrets d'un mentaliste* commençait par ceci :



Une invitation à scanner un code-barres vous renvoyant sur un site Internet⁵. Via un simple smartphone. Pour vous entraîner dans un arc narratif. Comme l'écrivaient les journalistes à l'époque de sa sortie : « On y apprend la manipulation en se faisant soi-même manipuler⁶. » Résultat ? Une moyenne d'un millier de visites par jour. C'est à se demander – avec une pointe de gouaille – si le malicieux Singh ne nous a pas pompé. Quel gredin. Sans rancune.

Sur quel processus psychologique repose la technique employée ici-bas depuis plus de deux ans et annoncé par Singh comme l'avenir de la publicité ? La suggestion. Uniquement.

Suggérer l'hypothèse d'une nouvelle découverte au consommateur afin d'introduire le besoin suivant dans son mental : *Je veux en savoir plus. Je veux aller plus loin.* Lorsqu'il s'agit d'ouvrage ou de textes tels que celui-ci pour décrypter ce type de manipulation, l'objectif est pédagogique. En revanche, lorsqu'il s'agit de programmer un individu afin qu'une marque infiltre doucement mais sûrement son quotidien, ses habitudes, son mode de pensée, on peut parler sans honte de robotisation. Et comme tout bon robot qui se respecte, le sujet doit être analysé quant à ses résultats aux expériences qu'il subit.

L'animal est-il bien dompté ?
Réagit-il bien au « charisme » de l'émetteur ?
Vérifions : le neuromarketing

Procédé apparu au XXI^e siècle, le neuromarketing est une fusion de techniques utilisées en sciences cognitives, en communication interpersonnelle et, bien sûr, en marketing. L'objectif de cette nouvelle discipline est d'analyser avec précision les réactions d'un individu lors d'un stimulus destiné à implanter dans son esprit le désir. En l'occurrence, d'achat. En réalité, les chercheurs en neuromarketing ont surtout utilisé et modernisé des techniques, vieilles comme le poker, de décryptage des expressions faciales, popularisées par Paul Ekman, inspirateur du personnage de Cal Lightman dans la série *Lie to Me*. Aujourd'hui, Ekman est formateur au FBI et donne régulièrement des conférences sur l'universalité des micro-expressions humaines lorsqu'un individu est soumis à une émotion particulière : joie, colère, tristesse.

Vous trouverez un résumé en images des grands axes de la théorie d'Ekman ici⁷, réalisé par votre serviteur :



Si les joueurs de poker utilisent l'observation humaine, les spécialistes du neuromarketing sont allés beaucoup plus loin. En utilisant de l'imagerie par résonance magnétique et des électro-encéphalogrammes afin de déterminer les zones du cerveau activées lorsqu'un individu est confronté à une image, un slogan, un objet.

Ce faisant, ils peuvent mesurer la vitesse et l'intensité de la réaction cérébrale de la cible. Martin Lindstrom, dans son ouvrage *Buyology*⁸, décrit ainsi comment l'affichage de photographies ignobles de poumons atrophiés, de dents que l'on croirait appartenir à une sorcière confondant fluor et acide sulfurique ou encore de personnes sous respiration artificielle, adossées aux

paquets de cigarettes, provoque une réaction de rejet immédiat sur 32 % des 2 000 cobayes passés dans son laboratoire. Il met également en évidence le fait qu'un produit, quel qu'il soit, est mieux mémorisé par un sujet test lorsqu'il est en mouvement.

De plus en plus de groupes hôteliers ont déjà complètement modifié le design de leurs chambres d'hôtel, prenant acte des conclusions établies pas les experts en neuromarketing. En utilisant une technique apparue il y a peu en France mais désormais courante outre-Atlantique : l'*eye tracking*. Ou comment scruter les visages des clients avec des caméras en analysant par ordinateurs leurs réactions face aux nouveaux aménagements.

Sourcils froncés : lumière trop vive. Regard qui se fige sur un meuble : celui-ci plaît. Qu'est-ce donc si ce n'est de l'analyse comportementale face à des suggestions dans l'unique objectif d'accroître le charisme des produits vendus ?

Nous verrons ici que ces techniques, qui semblent sortir d'un roman de science-fiction, sont non seulement de plus en plus pratiquées, mais également utilisables par un individu lambda désireux d'accroître son propre charisme et, dès lors, sa capacité de séduction. Car l'acte de préférence dans la mémorisation d'un acte d'achat procède de la même mécanique mentale que l'acte de préférence pour un autre être humain. Vous pensez que l'*eye tracking* est une technique uniquement réservée aux riches et puissantes entreprises ? Lorsque vous lirez le dernier chapitre de cet ouvrage, vous comprendrez que vous pouvez en tirer les enseignements vous-mêmes et les utiliser, directement, à partir d'un simple profil Facebook.

Dans quel but ? Hypnotiser celui qui le regardera, tout simplement.

L'hypnose, force de frappe charismatique

Lorsque l'on évoque l'hypnose, les réactions sont variées. La première image qui peut venir aux yeux sera celle d'un merveilleux artiste en train de briser à coups de masse un morceau de parpaing posé sur le ventre d'un malheureux spectateur cataleptique qui, à la base, n'a rien demandé. Si, juste voir un spectacle d'hypnose. D'autres évoqueront des jonctions avec

la psychanalyse. Certains, la sophrologie, le magnétisme, le mesmérisme, etc.

L'hypnose est devenue un mot fourre-tout, en raison du trop grand nombre de dérivés et d'écoles aux points de vue divergents. Aussi, allons au plus simple.

Nous distinguerons quatre catégories majeures de l'hypnose.

— *L'hypnose directe formelle dite classique* qui est très directive et va facilement créer une coopération chez le sujet lors de l'induction du comportement car l'individu sait finalement ce que l'on attend de lui. Exemple : « Au chiffre 3, vos yeux vont se fermer. » Nous l'appellerons poliment « hypnose de spectacle ». Un spectateur monte sur une scène, premier acte de coopération. Il se retrouve devant 300 personnes et des projecteurs, deuxième acte : intimidation. Le seul individu « ami » pouvant le guider dans cette forêt de têtes sombres inconnues au regard braqué sur lui est cet homme charmant au smoking noir : Monsieur l'hypnotiseur. « Me détendre ? Me mettre entre ces deux chaises ? Oui, Monsieur, bien, Monsieur. »

— *L'hypnose indirecte formelle dite moderne*, plus sérieuse, qui procède d'une préparation plus longue afin de plonger le sujet – avec son accord – dans un état de conscience modifié. Le sujet sait qu'il va se passer quelque chose mais ne sait pas quoi et quand. Il sait en revanche pourquoi. Car nous sommes dans le cadre de la thérapie et la personne vient consulter un thérapeute à des fins précises. La plupart du temps cette forme d'hypnose, dérivée des théories de Milton Erickson, est utilisée dans des buts thérapeutiques de relaxation.

– *L'hypnose directe camouflée* : introduite par la PNL (programmation neurolinguistique), nous pouvons sans crainte la qualifier de néo-PNL, car si la PNL usitée jusqu'à la moelle par les cabinets de coaching et de formation français a encore son utilité pour optimiser une communication interpersonnelle, elle est de fait remplacée totalement par de nouvelles techniques utilisées par les Anglo-Saxons.

— *L'hypnose indirecte camouflée* (de loin notre préférée) : dite *covert hypnosis* ou *black ops hypnosis*, ou encore *underground hypnosis*. Cette dernière est constituée d'un mélange de plusieurs techniques permettant de manipuler un individu et de le faire rentrer dans un état

de réceptivité maximale sans même que celui-ci s'en rende compte. L'individu ne réalise pas qu'il est placé dans un état hypnotique, tout comme le consommateur évoqué plus haut qui est ravi d'aller s'amuser sur sa tablette avec le nouveau jeu inventé par sa marque de soda préférée dont il vient de prendre connaissance en regardant la télévision : « Ciel ! comme ce petit jeu est marrant, merci de me l'avoir conseillé. » La personne ne prend pas conscience de la manipulation. Une porte dérobée a été ouverte dans son mental. Les Anglo-Saxons parlent de *mental hacking* ou de *back door*. Les scénaristes de la série *Le Mentaliste* l'utilisent régulièrement. Patrick Jane emploie quasiment à chaque épisode ce type de technique.

Pour ceux qui ne connaîtraient pas encore le personnage de Patrick Jane, je vous invite à consulter l'analyse intégrale de la conception de ce personnage, présente sur le site relié à cet ouvrage⁹. Un peu d'interactivité ne fait pas de mal.



Avant de développer plus en aval l'*underground hypnosis*, de loin la plus efficace en terme de séduction, d'optimisation de charisme et de manipulation mentale (pour apprendre à vous en servir ou vous en prémunir), un petit rappel historique et technique s'impose.

Du magnétisme animal à l'hypnose ericksonienne

Finalement, le premier terme était le bon. Beaucoup plus charismatique. Relisez les deux. Lequel est le plus vendeur ? (Non, il n'y a pas de microwebcam cachée dans la reliure de cet ouvrage, promis.)

L'origine du catalyseur de charisme : le mesmérisme

On peut raisonnablement estimer que l'apparition de l'hypnose remonte à celle de Mesmer et de ses disciples. D'ailleurs, en anglais, le terme « hypnotiser » peut se dire ainsi : *to hypnotize* ou *to mesmerize*. Malgré la tornade de critiques que la médecine a déchaînée sur Mesmer, son nom est resté gravé dans le marbre de cette science.

Né en 1734 en Allemagne, Franz Anton Mesmer commença sa carrière médicale par une thèse évoquant l'influence du mouvement des planètes sur le corps humain. Il tenta de démontrer qu'une sorte d'énergie universelle, qu'il nomma très judicieusement le magnétisme animal, pénètre nos corps et nos esprits et a un impact sur notre santé.

Plus tard, Mesmer (qui aurait fait un très bon expert en marketing ou un prospère coach en séduction) corrigea son discours en remplaçant le mot de *force* par celui de *fluide*, lorsqu'il arriva tranquillement à Paris en tenant sous le bras ce qui allait déclencher une mode ravageuse : son *Mémoire sur la découverte du magnétisme animal*¹⁰.

C'était après s'être fait copieusement décrédibiliser par un groupe de sceptiques suite à une fausse guérison l'ayant contraint à quitter Vienne. La fille du conseiller spécial de l'impératrice d'Autriche était aveugle et fut soumise aux mains expertes de Mesmer dont la réputation de guérisseur grandissait dans la ville. Progressivement, sous l'influence de Mesmer, cette jeune femme, Maria Theresa Paradis, commença à distinguer des formes. Deux problèmes : d'une part, Paradis était une véritable virtuose du piano et ses capacités de musicienne à l'oreille absolue diminuaient au fur et à mesure de sa guérison, au grand dam de son père (qui voulait en outre conserver la pension d'invalidité de sa fille) ; d'autre part, son état empira brutalement et elle redevint complètement aveugle. Petit supplément : Mesmer eut une aventure – non thérapeutique – avec la jeune handicapée.

En réalité, Maria Theresa Paradis souffrait d'une cécité hystérique, soignée désormais avec efficacité¹¹. Mais l'échec de Mesmer nuisit

gravement à sa réputation et il fut contraint de s'exiler à Paris. Avec le recul, l'histoire de cette jeune femme valide une partie des méthodes de Mesmer car il avait réussi à obtenir pendant un moment une véritable amélioration de son état. Alors que la cécité hystérique ne fut découverte que beaucoup plus tard.

C'est donc muni de son *Mémoire* et du soutien bienveillant de son disciple Charles Deslon (médecin du comte d'Artois) que Mesmer est introduit dans la société médicale parisienne tel un ovni. Sa popularité est immédiate car il dispose de soutiens de poids, convaincus par sa théorie, tels le marquis de Puységur ou Honoré de Balzac.

Les grands axes du magnétisme animal sont les suivants :

- un fluide physiquement tangible mais invisible est présent entre tous les êtres vivants, la nature et l'univers.
- les souffrances ou maladies sont la plupart du temps générées par un déséquilibre dans la répartition de ce fluide.
- Grâce à des procédés de magnétisation, il est possible de canaliser ce fluide afin de le transmettre à d'autres personnes, dans le but d'obtenir une surtension psychique se manifestant par des crises proches de l'hystérie qui neutralisent la souffrance.

Clairement, Mesmer fait référence au magnétisme de l'aimant, connu pour sa part depuis longtemps, et l'adapte aux êtres humains pour soigner des maladies encore méconnues. Il s'agissait en réalité de névroses, ce que Freud démontra ultérieurement. Ce faisant, Mesmer utilise deux principes intangibles en matière de conviction : partir d'une donnée acquise et, une fois celle-ci acceptée, entraîner la cible vers la suite de son propre raisonnement. En *underground hypnosis*, ceci se nomme un *yes set*.

Dépassé par le nombre de patients souhaitant le consulter, Mesmer inventa la pratique dite du baquet magnétique : une bassine contenant de l'eau considérée comme magnétique, de la limaille de fer et du verre pilé où étaient plongées des tiges de fer tenues à leurs extrémités par les patients. Faisant jouer de la musique, il les conduisait ensuite par son discours dans un état de transe.

Voici un témoignage de l'époque, décrivant l'état de l'une des patientes :

La respiration était précipitée ; elle étendait les deux bras derrière le dos en les tordant fortement, et en penchant le corps en avant ; il y a eu un tremblement général de tout le corps ; le claquement de dents est devenu si bruyant qu'il pouvait être entendu du dehors ; elle s'est mordu la main, et assez fort pour que les dents soient restées marquées¹².

Exactement le même procédé de suggestion employé lors de fausses séances de spiritisme, où chasseurs d'esprits se retrouvent un doigt sur un verre à vin posé sur un tableau de bois pour invoquer un fantôme. Il s'agit d'un conditionnement mental de groupe.

Même type de conditionnement que les sceptiques ont démontré dans le décryptage de séance spirite : verre bougeant par l'effet de micromouvements de l'ensemble des participants qui veulent que l'esprit apparaisse, esprit apparaissant dont le nom est connu par toute la tablée – Satan est un VRP spirite plus VIP que l'anonyme démon Ashmedai –, conditions à remplir pour générer la tension nerveuse chez les participants... Si vous voulez en savoir plus pour organiser vous-même une séance spirite avec vos amis, une petite pause détente entre deux films d'amour, c'est ici¹³ :



Très vite, Mesmer multiplie à Paris des démonstrations, principalement en compagnie de femmes qu'il fascine d'abord, puis guérit ensuite. Guéries de troubles nerveux car principalement fascinées par le charisme personnel

de Mesmer et l'originalité de ses techniques, ces patientes lui font une telle publicité que la communauté scientifique se mobilise entièrement contre lui. Car, en plus de ses judicieuses associations sémantiques sur le magnétisme, Mesmer avait compris une autre leçon majeure en matière de séduction et de charisme : posséder des référents positifs, des personnes qui feront votre publicité à votre place. Des fidèles. Il avait également intégré une donnée majeure : la confiance en soi. Optimale. Malgré les railleries, les revues satiriques le prenant pour cible, Mesmer s'est toujours considéré comme un praticien d'avant-garde, confronté à des conservateurs de la vieille école complètement attardés.

Son impact fut si rapide et si important que le gouvernement dut créer spécialement une commission scientifique composée de sommités (Condorcet, Bailly, Franklin, Lavoisier), afin de prouver ou d'infirmer la validité de ses méthodes de guérison. Cette commission conclut qu'il n'existait aucune preuve de l'existence du fluide magnétique et que le succès de certaines cures tenait au pouvoir de l'imagination dans l'esprit des patients, généralement de sexe féminin (quelle bande d'affreux sexistes !)¹⁴.

Par l'effet désastreux de ce rapport officiel, Mesmer fut conduit de nouveau à s'exiler, cette fois-ci en Suisse, où il mourut paisiblement en 1815, riche, vieux et célèbre.

Si nous devons retenir une seule chose de l'utilité du mesmérisme dans les développements qui vont suivre, c'est la suivante, la conclusion de Bailly à la fin de l'étude de la commission scientifique :

L'imagination sans magnétisme produit des convulsions [...], le magnétisme sans imagination ne produit rien. [...] Les expériences sont uniformes et sont également décisives ; elles autorisent à conclure que l'imagination est la véritable cause des effets attribués au magnétisme¹⁵.

L'imagination est la véritable cause des effets attribués au magnétisme... Par quel procédé enclenche-t-on le processus d'imagination ? Par quel moyen le maîtrise-t-on ? Par la suggestion.

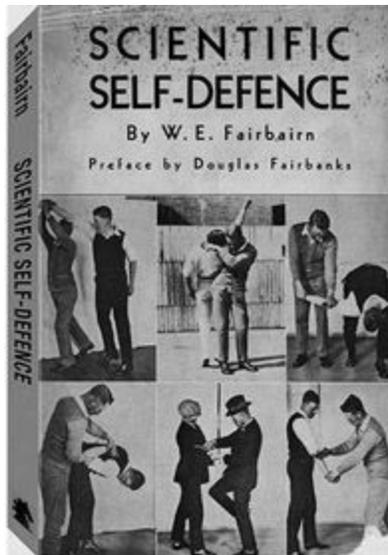
De l'optimisation charismatique d'un homme à la réelle action hypnotique sur autrui

Depuis l'apparition du mesmérisme et de ses disciples, l'hypnose a beaucoup évolué. Au départ, comme nous venons de le voir, il était question d'un magnétisme animal qu'une personne pouvait déployer sur le mental d'un autre individu. Aujourd'hui, plus aucun observateur ni technicien ne considère que l'hypnose est le résultat de la supériorité d'un esprit fort sur un esprit faible. Il ne manquerait plus que ça.

Et pourtant... Quid de celui qui maîtrise des techniques de *covert hypnosis* face à un interlocuteur qui en ignore jusqu'à l'existence ? Il ne s'agit pas de supériorité, certes, mais de connaissance. En revanche, il est couramment admis que certaines personnes sont plus facilement hypnotisables, et donc « suggestionnables », que d'autres.

La vision moderne de l'hypnose selon laquelle celle-ci est un état de dé-vigilance progressive, de sommeil artificiel, est apparue depuis James Braid¹⁶ qui a inventé le terme au milieu du XIX^e siècle. Il qualifie l'hypnose à très juste titre de sommeil nerveux. Même s'il a considérablement avancé la recherche sur le sujet, notamment en matière d'anesthésie sous hypnose, on lui reproche principalement d'avoir généré le phréno-hypnotisme, technique permettant de générer des sensations ou des actes en pressant fortement certaines zones du crâne du sujet.

En voici un exemple, très dangereux mais pourtant utilisé encore par quelques hypnotiseurs de spectacle sans scrupules. En maintenant la tête du sujet de la main gauche, on exerce une pression avec le pouce et l'index de l'autre main sur les carotides, ce qui va provoquer quasi instantanément une anorexie cérébrale temporaire. Si l'expérience est poursuivie plus de 15 secondes, le sujet meurt. Pour vous donner une image parlante, c'est ce que le super-agent Jack Bauer exécute à merveille avec son bras droit quand il neutralise un vilain terroriste dans la série *24 heures chrono*. De façon plus technique, cette méthode de neutralisation instantanée a été modernisée par le major Fairbairn, outre une foule d'autres techniques, dans son manuel fondateur qui a entraîné la création de nombreuses sous-disciplines de *close combat* : *Scientific Self-Defense*¹⁷, préfacé par Douglas Fairbanks, le plus grand acteur de l'époque.



James Braid fut rejoint par Pavlov dans cette analyse, selon laquelle le sommeil et l'état hypnotique sont très proches. Mais un autre chercheur, Baker, a démontré qu'ils n'étaient pas pour autant identiques. Loin de là. Il étudia pour conforter ses constatations le réflexe du genou, pourtant mécanique (en tant que réflexe patellaire, lorsque l'on tape sur un genou, on obtient en réponse une contraction de la jambe, déclenchée par un étirement involontaire du muscle, beaucoup d'entre nous se souviennent du pédiatre et de son petit maillet). Cette stimulation, qui ne se produit pas pendant le sommeil, demeure chez un individu placé sous hypnose. Constatation qui se reproduit pour tous les réflexes de ce type. Baker constata que si, lors du sommeil, le tonus musculaire des bras et des jambes demeure dans un état de rigidité tonique, au cours d'une transe hypnotique, il peut parfaitement se transformer en détente¹⁸.

Dans le même sens, de nombreuses études ont démontré à la suite des travaux de Baker que l'encéphalogramme d'une personne endormie ne présentait pas les mêmes caractéristiques que celui d'une personne sous état hypnotique, à moins qu'un véritable endormissement ne soit provoqué par l'hypnose.

Si le concept de suggestion a clairement établi que c'est par ce processus que nous rentrons dans un état hypnotique, il demeure de nombreuses zones d'ombre sur la nature précise du processus lui-même. C'est la théorie de l'hypnose dite motivationnelle, issue des travaux de Milton Erickson, qui a changé la donne. Selon celle-ci, un sujet qui subit

une expérience d'hypnose est dans un état de coopération, c'est-à-dire que ce dernier est d'accord pour participer à l'expérience et, dès lors, se laisser faire. Soit parce qu'il souhaite être anesthésié (hypnose thérapeutique), soit parce qu'il désire participer à une expérience ou qu'il veut être le centre de l'attention (hypnose de démonstration).

Selon Erickson, surnommé The Wizard par ses confrères, en raison des résultats exceptionnels qu'il obtenait dans le soin de ses patients, l'inconscient est une puissance bienveillante qui ne demande qu'à coopérer dans l'équilibre des forces psychologiques d'une victime de névrose ou d'addiction, à condition de pouvoir intervenir. C'est pourquoi, au lieu d'être directif comme le suggérait Braid qui faisait fixer à des malheureux ses scalpels brillants pendant de longues minutes pour faire baisser (de fatigue) leurs paupières, Erickson privilégie l'adaptation en fonction de chaque sujet.

Et ce, en analysant ce que celui-ci apporte, c'est-à-dire son caractère, son humeur du jour, les mots qu'il emploie, son système de perception, en calibrant les suggestions émises en fonction de ces données, en guidant le patient de façon que ce dernier se guérisse lui-même de ses troubles, par une réassociation d'idées et d'énergies. En ce sens, il s'agit d'une rééducation personnalisée. Ce qui rend Erickson très proche de l'approche de Freud qui, même s'il l'a abandonnée par la suite, déclarait dès 1923 au sujet de l'hypnose : « On ne peut surestimer l'importance de l'hypnose pour le développement de la psychanalyse. [Mais] au point de vue théorique, la psychanalyse gère l'héritage qu'elle a reçu de l'hypnose¹⁹. »

Néanmoins, malgré les individualités psychologiques qui sont les nôtres, nous restons tous constitués de la même manière. Avec (si l'on a un minimum de chance) un cœur et des poumons. La seule utilisation de ces deux organes peut induire un premier état de dé-vigilance.

Tentons ensemble une expérience basique afin que vous fassiez le distinguo avec ce qui va suivre : la manipulation hypnotique dans une situation de non-coopération. Car en matière de charisme, ou de séduction, rien n'est acquis. Si l'ensemble de votre environnement se soumettait spontanément à notre charisme naturel de la même façon que les patients d'Erickson se jettent à ses pieds pour arrêter de fumer, nous n'aurions même plus le temps de dormir.

Pour cette expérience, nous allons devoir coopérer. En plus, comme vous le verrez, ça fait du bien.

Installez-vous paisiblement là où vous vous sentirez le mieux et faites une pause dans la découverte de cet ouvrage en utilisant un smartphone ou un ordinateur, muni d'un casque, afin que nous interagissions à distance. Si vous ne pouvez pas le faire actuellement, stoppez ici votre lecture et revenez-y lorsque vous aurez la possibilité d'effectuer cet exercice de décontraction. Nos journées d'hommes et de femmes modernes sont particulièrement stressantes, harcelés que nous sommes de stimuli permanents. Aussi est-il bon et agréable de savoir prendre un moment à soi pour, tout simplement, se relaxer. Dès lors, prenons ensemble cinq minutes de notre temps et octroyons-nous une pause.

L'exercice qui va suivre est une fusion de sophrologie et de mise en cohérence du rythme cardiaque avec le cerveau émotionnel pour ressentir un état de bien-être naturel et lutter contre les états de surmenage. L'induction respiratoire est un des moyens les plus simples d'y parvenir. Il vous suffira d'adopter en suivant cette animation une fréquence respiratoire d'une inspiration de cinq secondes, puis d'un bref arrêt (au moment du sommet et de la base) et, enfin, une expiration de cinq secondes. Pratiqué chaque jour, en rentrant du travail, par exemple, ce seul exercice vous procurera un apaisement non négligeable. Allons-y²⁰.



Lorsqu'il y a une véritable volonté de se prêter au jeu d'une technique hypnotique, celle-ci a de grandes chances de fonctionner. Dans le cas inverse, d'autres méthodes ont été envisagées. Cette fois-ci non pas par des

thérapeutes ou des psychologues, mais par les services de renseignement, certains délinquants et les illusionnistes.

De l'hypnose thérapeutique à la modification du comportement d'un individu sans son consentement

Oui, il est malheureusement possible d'orienter et de modifier le comportement d'un être humain sans que celui-ci soit au préalable conscient de vouloir participer à une expérience. De diriger et d'orienter son attention là où l'on souhaite qu'elle aille. En combinant la suggestion hypnotique aux automatismes que nous sommes tous contraints de créer pour vivre sans que notre cerveau n'implose à force de réflexion sur le moindre de nos actes.

Prenons un exemple simple : la conduite. Au départ délicate, la conduite nécessite un apprentissage complet. Code de la route, fonctionnement du véhicule, gestion de l'espace. Qui n'a jamais pris pour la première fois les commandes d'un véhicule en se disant : ah oui, quand même, ce n'est pas si évident ? Mais, une fois l'apprentissage effectué, les automatismes permettent de libérer une partie de l'attention en accomplissant mécaniquement cette série d'actions complexes. Conduire devient alors une action automatique. L'acte ne nécessite quasiment plus d'effort de concentration. Du moins, c'est ce que l'on croit. Alors on utilise un téléphone portable, on discute avec son voisin, on écoute de la musique, tout en conduisant tranquillement, comme si cette action était aussi facile que la respiration. Décontracté.

Puis une voiture frôle la vôtre, un feu rouge est grillé, et une rupture brutale de cet automatisme intervient : l'imminence d'un accident. Beaucoup de conducteurs ont déjà vécu cette sensation, certains ont déjà eu un ou plusieurs accidents et pourront facilement faire un *feedback* de ce que l'on éprouve dans ce type d'instant : une remobilisation subite de son attention, extrêmement brutale, générée par la décharge d'adrénaline provoquée par la peur de l'accident lui-même. Certains disent même cette phrase aujourd'hui commune : « En quelques secondes, j'ai vu ma vie défiler devant mes yeux. »

Gros effort mental. Essayez de le faire, là, maintenant. Tentez de faire défiler en quatre secondes votre vie entière, l'ensemble de vos souvenirs, avec son et image, s'il vous plaît. C'est impossible. Lorsque l'on est confronté à un péril de mort imminente, la sécrétion d'adrénaline rend les choses différentes.

Ce passage d'une situation automatisée à une autre, brutale, est appelé en hypnose *black ops*, une rupture de pattern. Le pattern étant le programme que l'individu a conçu pour rentrer dans une forme de pilotage automatique, à son travail, en société, en conduisant.

La maîtrise de l'attention d'autrui par l'utilisation de ses automatismes : la rupture de pattern

Maintenant que vous avez cette sensation à l'esprit, cette rupture brutale entre un état de dé-vigilance et un état de concentration accrue, voyons comment il est possible de profiter de cette faiblesse inhérente à l'être humain pour le manipuler. Avec une illustration facile : le pickpocket.

• « *Dis-moi à quel endroit je peux te voler* »

Certains illusionnistes ne pratiquent jamais le pickpocket. Il s'agit d'une erreur. Car c'est une école de vie lorsque l'on souhaite pratiquer des détournements d'attention. Derren Brown, le mentaliste le plus célèbre du monde, avoue lui-même sa passion pour cet art dans son ouvrage *Magie absolue*, à l'intérieur duquel il retrace son parcours, commençant par du *close up* classique (magie rapprochée) pour s'intéresser ensuite à l'optimisation de ses effets, puis à l'hypnose, puis *in fine* au mentalisme.

Mise en situation : il est 7 heures 30 du matin et vous vous apprêtez à prendre le métro pour vous rendre au travail. Vous êtes dès lors en situation de pilotage automatique. Nous appellerons cette situation le pattern « Je vais bosser ». Café, douche, habillage, station de métro, case boulot... la reproduction quotidienne de ces actes constitue en elle-même un pattern : une programmation. C'est alors qu'en vous pressant au milieu de la foule besogneuse partant travailler à la même heure vous constatez l'avertissement suivant, accroché sur un mur, en lettres blanches sur fond rouge : « ATTENTION AUX PICKPOCKETS ».

Instinctivement, quasi mécaniquement, la majorité des individus découvrant cet avertissement vont porter les mains à leurs poches pour vérifier que leurs objets de valeur sont toujours là (téléphone portable, portefeuille...). Soit sur le moment, soit un peu plus tard. C'est justement ce que veulent les pickpockets, qui ont besoin d'obtenir une information sur l'endroit où se trouve dans la vêtue de leur cible l'objet à dérober. Il est impossible dans une opération éclair de pickpocket de fouiller toutes les poches d'une cible. Même si certains endroits comme une poche intérieure de veste sont des repositoires classiques pour des objets de valeur, le risque d'erreur doit être minimisé le plus possible.

Voilà pourquoi 95 % de ces panneaux sont placés par des pickpockets eux-mêmes. Qui nous remercient tous chaleureusement de leur indiquer précisément l'endroit où se situe notre portable.

Invertissons la situation. Vous arrivez au bureau, posez vos affaires, allumez votre ordinateur et découvrez avec stupéfaction un panneau sur le mur face à vous : « ATTENTION AUX PICKPOCKETS ». La réaction sera totalement différente. Vous penserez à une farce d'un collègue. Car vous n'êtes plus dans une situation de programmation mentale automatique. Plus de lieu public, plus de foule, plus de chemin tout tracé pour atteindre un objectif sans réfléchir. Un paisible bureau. Aucune main ne partira mécaniquement à votre poche pour vérifier la présence de vos objets. Au mieux, ce panneau attirera votre curiosité et, tel Sherlock Holmes, vous chercherez peut-être le Moriarty auteur de cette vilaine blague, caché tel un serpent parmi vos compagnons de travail, pour lui rendre la monnaie de sa pièce. Quoi qu'il en soit, cet événement anodin aura éveillé votre intérêt. Votre curiosité.

• ***L'attraction de l'attention par la loi de l'intérêt***

Un des objectifs majeurs d'une opération de séduction, d'attraction magnétique de l'attention d'un autre individu réside dans la nécessité de canaliser son intérêt vers un point précis. En illusionnisme, ce procédé est appelé la *misdirection*.

Une *misdirection* consiste à attirer l'attention d'une cible vers un point insoupçonnable pendant qu'une autre action est en cours. Technique très utile basée sur le principe de la programmation automatique évoqué ci-

dessus : il est impossible pour un être humain de traduire avec une précision égale l'intégralité des stimuli qu'il reçoit. La plupart de ces stimuli sont visuels, auditifs ou kinesthésiques (tactiles). Dans les trois cas, il peut y avoir manipulation.

L'œil humain est continuellement en mouvement, en perpétuelle sélection de ce qui lui semble le plus intéressant à un moment donné. Ce qui conduit à cette règle fondamentale, utilisée de l'hypnose à la publicité en passant par l'illusionnisme : l'œil aura toujours tendance à suivre en priorité un mouvement plutôt qu'une image fixe. Dès lors, une autre action, secrète, peut ainsi être effectuée simultanément à un mouvement plus ample qui n'a qu'un seul objectif : la dissimulation.

Prenons l'exemple du Ninjutsu. Parmi les différentes techniques de combat que le praticien doit intégrer, et qui sont réunies dans le Bujinkan, figure le Onshinjutsu : l'art de devenir invisible. Le premier principe du Onshinjutsu consiste à profiter d'un mouvement extérieur pour se déplacer dans l'obscurité. Jamais, même lentement, un exercice d'Onshinjutsu ne sera réalisé sans la présence d'un autre stimulus, naturel ou créé, de diversion (vent, brusque bruit, etc.).

L'aboutissement moderne militaire de ce type de *misdirection* est la grenade incapacitante, appelée aussi grenade à saturation sensorielle, type M84, obligatoire pour les opérations du SWAT ou du LPDA dans le cadre de la pénétration dans un bâtiment. Pourquoi la M84 a-t-elle été rendue obligatoire ? Au moment de la pénétration, toute l'attention de la cible retranchée est focalisée sur l'entrée du bâtiment. Ce type de matériel, une fois mis en marche, permet l'activation simultanée de toutes les cellules rétiniennes photosensibles, pendant une durée minimale de cinq secondes. C'est une *misdirection* violente, mais elle est prise ici à titre d'exemple pour bien comprendre le principe. Pendant le temps de la *misdirection* provoquée par la grenade, les cellules photosensorielles, saturées, envoient au cerveau la même image jusqu'à ce qu'elles se rendorment et le cerveau n'a aucune autre possibilité que l'interpréter en une image fixe : un blanc.

Sans accessoire et livré à lui-même, quiconque souhaiterait employer une *misdirection* « à la main » devra utiliser les outils décrits ci-dessous. Ces derniers peuvent aussi bien servir en technique de pickpocket, en mentalisme, en illusionnisme, dans des conditions d'interrogatoire, pour renforcer ou diriger l'attention d'un auditoire, d'une cible, etc. N'oubliez

jamais que le cerveau n'analyse pas les actions séparément, une par une, mais capture l'ensemble. Comme la lecture.

C'est ce mécanisme qui vous permet de lire toute phrase même si les lettres sont en vrac.

Un enfant apprenant à lire ne pourra pas le faire, car il analysera les mots un par un.

Pour pouvoir maîtriser deux actions simultanément afin de rompre le pattern d'un autre individu, la première qualité à acquérir est de prêter une grande attention aux gestes naturels. Abandonner tout mouvement inutile, brusque ou polluant. La décontraction et une part de nonchalance conduisent à un style naturel. En revanche, toute attitude triomphante est rigoureusement à proscrire. L'*acting* nonchalant est l'attitude déterminante. Je vous laisse momentanément en compagnie de Gary Kurtz qui, avant de devenir un des mentalistes les plus célèbres de la planète, a étudié la *misdirection* pendant des années à travers la manipulation de pièces. Notamment dans sa célèbre routine, « Flurious²¹ », où les passes s'enchaînent avec une fluidité déconcertante. Observez bien car si, d'un point de vue purement technique, Kurtz est un maître de la manipulation de pièces, sa dextérité ne produit que 10 % de l'effet. Tout le reste n'est qu'*acting* et nonchalance.

La technique n'est qu'un préalable.



Comme vous le voyez dans cette routine, les spectateurs suivent les mouvements et le regard de Kurtz. Il les amène exactement où il veut, et toutes ses actions secrètes sont dissimulées. Cela malgré sa veste deux fois

trop grande pour lui, d'où un observateur attentif peut imaginer qu'à un moment donné de sa routine il va sortir quelque chose.

Décontraction et nonchalance impliquent de ne pas avoir l'air, en toutes situations, d'un robot qui exécute une action. Limiter les mouvements ne signifie pas devenir mécanique. Kurtz habite l'espace, sans pour autant prendre beaucoup de place. Il reste fluide. La même attitude (fluidité, économie de mouvement, légère nonchalance) vous permettra de placer plus facilement des actions secrètes en toutes situations. Comme nous le verrons plus tard, l'*underground hypnosis* en matière de séduction pure a beaucoup de points communs avec ce type de technique. À la différence près qu'elle les applique à l'utilisation de la sémantique. Mais procédons progressivement.

L'expression faciale joue également un rôle déterminant. Les expressions faciales font partie intégrante d'une *misdirection*. Elles doivent être mûrement placées comme une technique d'illusionnisme, de vente, ou de pickpocket, avec autant d'attention. Par exemple, un fulgurant changement d'expression faciale, passant d'un calme olympien à une rage simulée, aura un effet analytique similaire à une grenade M84 sur un esprit non entraîné : une temporaire sidération. Pendant ce temps, libre à vous de profiter de ce focus pour exécuter une action secondaire.

Prenons l'exemple d'une querelle qui dégénère en rixe. Souvent, le ton monte progressivement entre les individus, qui sans le vouloir, par un effet d'entraînement, se synchronisent entre eux dans leur montée de nerfs, enchaînant insultes, provocations, jusqu'à l'affrontement ultérieur, purement physique. Isolons l'un des individus en colère et plaçons-le en face d'un praticien de ce que l'hypnose *black ops* intitule *the darkening feature*. Ce dernier va rester calme. Et renforcera cette attitude avec une intensité similaire à l'augmentation de la colère de son « partenaire ». Stratagème validé par Schopenhauer, qui écrivait : « Mettez l'adversaire en colère ; car, dans sa fureur, il est incapable de porter un jugement exact et de s'apercevoir de son avantage²². »

Cette désynchronisation va renforcer la colère – et donc l'absence de maîtrise – de ce dernier. Ce n'est qu'au moment où le partenaire est en train de rentrer dans un pattern de colère automatique que le praticien de *darkening feature* va brutalement modifier son attitude en explosant de rage

lui-même. Ici encore, simulation. L'effet produit sur la cible est inévitable : le calme face à la colère ayant entraîné de façon hypnotique une augmentation de celle-ci, cherchant en vain une prise sur l'autre mental, une explosion de rage subite créera un effet de rupture de pattern entraînant quelques instants de sidération. De non-action, résultant d'un *hacking mental*. Instants précieux lorsqu'il s'agit de neutraliser le charmant partenaire, subitement désorienté. En illusionnisme, ceci s'appelle un *climax*.

L'efficacité de ce type de rupture de pattern est non seulement vérifiée empiriquement par les hypnotiseurs, illusionnistes, mentalistes, agents de renseignement, pickpockets, mais également scientifiquement prouvée. Des enregistrements électro-encéphalographiques intracrâniens révèlent que la présentation d'événements inhabituels déclenche une augmentation d'activité à la fois dans l'amygdale cérébrale et dans la jonction temporo-parietale, une structure impliquée dans la détection de la nouveauté. Ces observations confirment que l'incongruité ne se contente pas d'attirer notre attention, mais qu'elle nous stupéfie. Elle interfère avec notre fonctionnement cognitif et nous déstabilise pendant quelques secondes²³. En hypnose dite *black ops*, ce processus est nommé un *hacking mental*, en illusionnisme, une *misdirection*.

L'un des principes majeurs de ce que l'on nomme la *misdirection* est la loi de l'intérêt. Nos sens sont tout le temps en train de recevoir des stimuli et doivent effectuer une sélection entre eux. Nous avons déjà évoqué le cas de l'œil, qui naturellement sera attiré par le mouvement mais peut se concentrer sur une image fixe. L'oreille est également susceptible de s'affranchir d'un stimulus au profit d'un autre. Exemple auditif de *darkening feature* : vous êtes en train de lire tout en étant entouré de bruits de fond (musique, conversations, etc.) mais, en un instant, votre lecture et votre concentration peuvent être interrompues par une stimulation plus forte (serveur qui renverse un plateau, hurlement, etc.).

Même si le cerveau est capable de faire un tri, sa concentration peut être subitement attirée par quelque chose de précis. En mentalisme, il s'agit de la loi de l'intérêt, la loi du mouvement premier : quand deux objets commencent à bouger dans le même champ de vision, l'œil humain a

tendance à suivre soit le mouvement initial, soit le moment impactant : celui de la rupture. Le même procédé s'applique au sens auditif ou kinesthésique.

Pour revenir à nos amis pickpockets, il s'agit de leur technique fondamentale. Illustration : attention, vous risquez de devoir revoir la vidéo plusieurs fois tant l'individu opère rapidement. Bob Arno est l'un des pickpockets les plus efficaces au monde. Observez attentivement²⁴. Chacun de ses gestes, sans aucune exception, est basé sur la loi de l'intérêt. Bob Arno attire l'attention de la cible sur un mouvement précis et exécute son action secrète dans un second temps.



Vous constaterez que pour parvenir à ces résultats, Bob Arno possède également l'ensemble des techniques évoquées plus haut : maîtrise de l'espace, nonchalance, fluidité, expression faciale, pour calibrer trois différents types de *misdirection* lui permettant d'entraîner l'attention de son sujet où il le désire.

La *misdirection* du premier degré. L'objectif est de détourner l'attention de la cible d'un point dangereux (un authentique risque de vol), à un point innocent (« attention aux pickpockets ») pour se prémunir de sa concentration sur le point que l'on désire masquer. On offre alors au sujet un point d'attention innocent qui présente un intérêt. Un point innocent, et un point dangereux. L'objectif est de faire focaliser l'attention de la cible sur le point innocent.

La *misdirection* du second degré. Plus visible. Prenons l'exemple de deux jongleurs qui seront habillés identiquement, mais avec un point, et un seul, de différence. Par exemple, la beauté. Ou un défaut dans un costume. L'œil n'est plus seulement brouillé par les deux objets, mais captivé aussi

par l'un des deux. C'est le même procédé qui est couramment utilisé en magie de scène. Ce n'est pas un hasard si les assistantes des magiciens de scène sont la plupart du temps choisies en fonction de leur physique avantageux. En matière de communication politique, c'est exactement le procédé qui est appliqué dans le cadre des spots de propagande. Deux messages sont délivrés. L'un visuel (le design), l'autre auditif (le programme). Le design primera toujours sur l'auditif dans la conception de ces spots.

La *misdirection* du troisième degré. Ici, nous sommes en face d'une diversion totale. Dans l'exemple des jongleurs, il s'agira de celui qui en plein numéro fera tomber ses balles. Le détournement ainsi créé permet à l'autre de réaliser une action secrète, comme une modification de son costume. Dans l'exemple d'un client voleur au tabac, celui-ci, au lieu de recompter ses pièces, fera tomber subitement l'ensemble de sa monnaie, générant un désordre subit qui détournera l'attention du vendeur. En matière de querelle, un brusque changement d'attitude après calibration d'un pattern hypnotique inversé. Dans le domaine de la propagande politique, il s'agira de magnifier un événement international (conflit extérieur, catastrophe naturelle), de façon à suspendre l'attention du public d'un problème national particulier... *Misdirection* effectuée de plus en plus régulièrement.

Ne sous-estimons jamais l'importance des techniques de ceux que l'on appelle les « saltimbanques », dont est issu à l'origine votre serviteur. Dans toutes les civilisations, l'acrobate, le jongleur, le magicien ont tenu une grande place. Dans le cimetière des hommes célèbres, à Moscou, à côté des sépultures d'écrivains, de philosophes célèbres, d'hommes d'État de l'ancien et du nouveau régime, un clown repose. Dans un tombeau de marbre.

Avant de passer à l'étape suivante, observons ensemble une rupture de pattern employée cette fois-ci non pas sur une seule personne, mais sur plusieurs centaines. L'expérience s'est produite au cours du cycle de conférences accompagnant la sortie du premier tome de cet ouvrage. Alors que le public était amené à applaudir les deux invités en présence (Bernard Aujan, ancien commissaire de l'ex-DST, et Jean-Pierre Vallarino, premier champion du monde français d'illusionnisme), votre serviteur ralentit tout doucement les applaudissements qu'il effectuait lui-même. Jusqu'à ce que les 600 personnes de l'amphithéâtre se calibrent sur son rythme. Puis, d'un

seul coup, je prononçais un mot : « Stop ! » tout en gardant mes mains tendues vers le public, en position d'arrêt, paumes tournées vers lui. Deuxième phrase : « Gardez-les ainsi. »

La rupture brutale d'un rituel classique (l'applaudissement) conduisit le public à garder les bras tendus, mains tournées vers les conférenciers, figé pendant quelques précieuses secondes. Secondes pendant lesquelles il fallait très vite enchaîner sur : « Puisque nous allons traiter des rapports humains, de l'empathie et du décryptage du mensonge, faites connaissance, tournez-vous vers votre voisin de gauche et présentez-vous à lui. Le climat n'en sera que plus agréable. »

S'ensuivit une cacophonie intense, chaque spectateur se présentant à son voisin de gauche. Mais, en quelques secondes, non seulement la glace était rompue entre les conférenciers et le public, mais également au sein de l'assistance elle-même. Les spectateurs devenant complices de ce qui allait suivre. L'amphithéâtre rempli se transformait en petit salon où nous allions échanger et où tout le monde se connaissait. Cette technique de mise en condition d'un public repose sur la rupture d'un comportement automatique, pour enchaîner sur un guidage, en profitant de la suspension d'esprit critique qui s'opère en raison de la rupture.

Mais, tout de même, il est vrai que cela fait bizarre de voir plusieurs centaines de personnes reproduire ses propres gestes, en se figeant. C'était pour la bonne cause. Je ne diffuse que peu les images des conférences en question, intervenant majoritairement dans des entreprises mais, pour illustrer ces propos et afin que vous voyiez cette position figée, bras tendus, obtenue par une rupture de pattern, voici l'illustration vidéo²⁵ :



1. En dialecte dorien, parlé à Syracuse.
2. Jacques Bénigne Bossuet, *Œuvres complètes de Bossuet, évêque de Meaux*, t. III, Lefèvre, 1836, p. 155.
3. http://blogs.hbr.org/cs/2012/01/mass_medias_new_engagement_me_a.html?utm_source=dlvr.it&utm_medium=twitter
4. http://lexpansion.lexpress.fr/entreprise/patrick-le-lay-president-directeur-general-de-tf1_105361.html
5. <http://secretsmentalistes.com>
6. Isabelle Auzias, « *Les Secrets d'un mentaliste, dangereux ou jubilatoire ?* », *Tribune. Bulletin Côte d'Azur*, 11 janvier 2011.
7. <http://bit.ly/mentalismemicroexpressions>
8. Martin Lindstrom, *Buyology*, New York, Knopf Doubleday Publishing Group, 2008.
9. <http://bit.ly/lementalimedepatrickjane>
10. Franz-Anton Mesmer, *Mémoire sur la découverte du magnétisme animal*, Genève-Paris, Didot, 1779.
11. Michèle Halberstadt, *L'Incroyable Histoire de Mademoiselle Paradis*, Paris, Albin Michel, 2008.
12. Jean Sylvain Bailly, *Rapport des commissaires chargés par le Roi de l'examen du magnétisme animal*, Paris, 1784.
13. <http://bit.ly/spiritisme>
14. Robert Darnton, *La Fin des Lumières. Le mesmérisme et la Révolution*, Paris, Perrin, 1984.
15. Jean Sylvain Bailly, *op. cit.*
16. James Braid, *Hypnose ou Traité du sommeil nerveux*, Paris, L'Harmattan, 2005.
17. William E. Fairbairn, *Scientific Self-Defense*, Boulder, Paladin, 2006.
18. C.S. Baker et J.E. Caster, « Comparative Suggestibility in the Tance and Waking States, a Further Study », *Journal of General Psychology*, vol. VII, n° 2, 1932.
19. Yves Ranty, *Les Somatisations*, Paris, L'Harmattan, 1994, p. 41.
20. <http://bit.ly/coherencecardiaque>
21. <http://bit.ly/flurious>

22. Arthur Schopenhauer, *L'Art d'avoir toujours raison*, Strasbourg, Circé, 2010.
23. Kevin Dutton, « L'art de la persuasion », *Cerveau & Psycho*, n° 39, mai-juin 2011, p. 31.
24. <http://bit.ly/bobarno>
25. <http://dai.ly/conferencementalisme>

Κάθαρσις – Katharsis

Vous souvenez-vous du mage Galeotti ? Convoqué par le roi Louis XI qui tentait de mettre à l'épreuve ses pouvoirs, avant de le faire jeter par la fenêtre, ce brave sorcier s'en tira avec les honneurs. Par un procédé de suggestion.

Lorsque Galeotti arriva dans les appartements du roi, Louis XI lui demanda : « Vous prétendez pouvoir par une maîtrise de l'astrologie prédire quand les gens mourront. Dans ce cas, dites-moi donc comment vous mourrez vous-même et dans combien de temps. » Réponse du mage : « Je mourrai dans mon lit, tout juste trois jours avant Votre Majesté. »

Louis XI pris soin de son sorcier comme de sa propre santé, et Galeotti mourut couvert d'or et de gloire des années après le décès du souverain.

En implantant avec une nonchalance déconcertante dans l'esprit de Louis XI l'idée de sa propre mort, Galeotti effectua une rupture de programmation mentale, transformant le dominant en dominé.

Παῦσις – Pausis

Au XIII^e siècle, le chercheur Fibonacci dit Léonard de Pise importa en Europe une création hybride venue à la fois de l'Inde, de Perse et des mathématiciens arabes : le zéro. Pourtant de bonne réputation, ce chercheur fut conspué lorsqu'il tenta d'expliquer à ses contemporains l'intérêt mathématique d'une telle découverte.

Mais l'Église, via ses inquisiteurs, estima que le zéro devait être affligé du sceau du diable. Non seulement le zéro survécut aux inquisiteurs, mais l'Église elle-même dut plier devant la puissance de ce « virus ». Pourquoi ?

(Réponse en fin de chapitre.)

De la suggestion à la séduction

Comme nous l'avons vu précédemment, il est possible de manipuler l'attraction ressentie par un individu vers un autre ou vers un objet précis grâce à l'utilisation de dérivés de l'hypnose, du mentalisme ou de l'illusionnisme. Cela n'a rien à voir avec le marché exponentiel qui se développe en ce moment et qui concerne la séduction et, surtout, le relooking. La télévision française, reproduisant le modèle américain, propose des émissions où il est question de changer de look, d'apparence, en ayant recours à des spécialistes : coiffeurs, tailleurs, maquilleurs, etc.

Un autre marché vise l'acceptation de soi-même, à travers d'autres émissions, qui consistent cette fois-ci à faire comprendre à une personne que, finalement, elle n'est pas si laide que ça. La plus perfide manipulation dans ce type de programme : des personnes de forte corpulence comparées entre elles avec l'individu test au milieu pour faire prendre conscience à ce dernier de la chose suivante : mon cher, rassurez-vous, il y a plus gros que vous.

Dans les deux cas, les médias exploitent ce qu'il convient d'appeler le culte de l'apparence, soit pour proposer un changement, soit pour développer une acceptation de son physique. Exploitation logique dans une société occidentale qui communique massivement par l'image. Les États-Unis, pour leur part, vont encore plus loin en soumettant aux téléspectateurs des concours de chirurgie esthétique. Votez pour celle/celui que la science a rendu plus beau (images d'opérations incluses, bon appétit, messieurs, dames).

Pourtant, même si l'apparence physique est évidemment un élément déclencheur de séduction, il n'est qu'un aspect parmi d'autres. Mineur. Est-

ce que les sirènes de la mythologie grecque, qui ont séduit les marins jusqu'à leur mort, ont des cuisses de rêve ? Non. Dionysos, symbole immortel de la séduction et de l'ivresse, a-t-il le physique de James Dean ? Non plus.

Le mirage du culte de l'apparence

Naturellement, il n'est pas recommandé lorsque l'on entreprend une opération de séduction de se transformer pour l'occasion en Gargamel. Aussi, ne serait-ce que par respect pour son entourage, il est de bon ton de soigner son corps, son hygiène et son apparence. Mais, comme l'ont mis en évidence Richard Bandler et John Ginder (les inventeurs de la programmation neurolinguistique), ce sont les signaux non verbaux qui génèrent entre 60 % et 95 % de notre communication. C'est-à-dire, notre langage corporel. Et ainsi, notre capacité à plaire ou déplaire.

Pourtant, certains ont cherché à faire de la puissance de l'apparence une quasi-science. Par exemple, cette fameuse expérience citée par de nombreux médias établissant un rapport taille/hanche idéal de 0,71 chez les femmes pour attirer un homme comme une mouche attire une truite : un tour de taille de 64 centimètres sur un tour de hanche de 90 (celui de Marilyn Monroe, de Sophia Loren ou de la Vénus de Milo).

De la façon dont les choses nous sont présentées, nous pourrions croire qu'il s'agit d'une vérité universelle. D'un théorème de Pythagore. Ce que l'on dit moins : l'expérience en question a été menée sur 14 sujets tests masculins. Pas 122, nombre de conquêtes du vérolé Casanova en soixante-treize ans, ce qui fit sa légende. Ou 12 775 sujets tests, correspondant au nombre de femmes séduites par Warren Beatty, selon son biographe¹. Non. 14 hommes, à qui l'on présenta 15 photographies de femmes nues qu'ils devaient noter de 1 à 5 en fonction de leur attractivité en appuyant sur un buzzer. Pourtant, les résultats de cette expérience firent le tour du monde et la richesse des relookers.

Alors, qu'est-ce qui prime sur l'apparence fixe ? Le langage corporel.

Lorsque nous présentons des signes de nervosité dans une situation stressante, des manifestations physiques apparaissent : mains moites,

démangeaisons, réflexes de la main qui se porte au visage, position de fermeture (bras croisés), etc. Naturellement, les femmes sont beaucoup plus entraînées à repérer ce type de langage que les hommes. Navré, Messieurs, mais le sixième sens féminin existe bel et bien. Pourquoi ? Imaginons un instant le vécu d'une jolie jeune fille. Pendant l'enfance, tout va bien, puis, dès la puberté, le comportement des hommes change à son endroit. Un jour, un total inconnu va l'arrêter pour lui demander son numéro de téléphone. Le lendemain, elle se retrouvera confrontée à un autre qui la suivra gentiment dans la rue sans raison apparente. Tout ça pour finir la semaine sur un regard lubrique jeté sur elle par un collègue de travail parce qu'elle a eu le culot de porter une jolie jupe.

Dès lors, très vite, à l'inverse de l'homme, une femme apprend à détecter le langage corporel d'un homme qui drague, tout simplement. Et à l'éviter, le manipuler ou en jouer, selon les cas. Mais, dans la grande majorité des situations, une apparence physique masculine agréable associée à un langage corporel désastreux produira l'effet suivant : rejet. Et cela quel que soit le physique de l'individu.

Le psychologue Albert Mehrabian a mis en évidence ce qu'il appelle ce principe de cohérence dans une des études les plus complètes jamais réalisées sur la communication². Selon lui, la crédibilité dépend de la cohérence entre le message transmis et le messager lui-même. 55 % de notre intérêt va se porter sur la composante visuelle, 38 % sur la composante sonore et 7 % seulement sur le vocabulaire utilisé. Mais la composante visuelle ne se focalise pas sur l'apparence physique, et cela quel que soit le sexe du sujet observé. Elle repose sur la cohérence entre l'attitude, la gestuelle et le message délivré.

Pour prendre quelques exemples visuels :

— un individu qui vous fera un bras d'honneur en vous disant « Je t'aime » : incohérence ;

— une jolie jeune femme qui vous dira « Ce que tu racontes est passionnant » tout en regardant votre voisin : incohérence ;

— un serveur qui prendra votre commande, le regard fixé sur une autre table, et se présentera en demandant « Que puis-je faire pour vous ? » : incohérence.

Malgré le culte voué à l'apparence physique seule, la communication, et donc la séduction, dépend principalement d'une cohérence entre l'attitude adoptée et le message délivré. Ni d'un nez refait, ni d'une paire de seins gonflés à l'hélium, ni de pectoraux en plastique implantés sous un torse décharné. Ni même de la beauté physique naturelle. Car finalement, puisqu'il y a des canons de beauté, quiconque veut devenir beau peut l'être. C'est l'une des déchéances de la société moderne : la civilisation d'un homme sans visage.

On ne compte plus le nombre de personnes ne rentrant pas dans les canons traditionnels de beauté que la société moderne impose qui furent et demeurent de grands séducteurs/trices. Exemple ? Serge Gainsbourg. Plus récemment, Neil Strauss, principalement connu pour son best-seller aux États-Unis *The Game : les secrets d'un virtuose de la drague*, qui se décrit lui-même (à raison) comme un homme au physique peu avenant³. Ou encore Joséphine Baker et Marlène Dietrich qui prenaient plaisir à s'habiller en homme, attirant de la sorte... d'autres hommes.

Leur pouvoir de séduction repose plus sur leur attitude que sur leur physique. Car une attitude envoûtante, colérique, désinvolte ou indifférente déclenche une émotion plus forte chez celui qui la reçoit que le simple constat visuel de la beauté d'un corps.

Les échanges sont avant tout émotionnels

Si l'on analyse la symbolique artistique de l'amour, et cela dans toutes les cultures, on constate que celui-ci est représenté comme un enfant ou un adolescent. La plupart du temps, nu. Muni d'un arc, de flèches, et les yeux bandés. Souvent accompagné d'un globe terrestre qui symbolise sa puissance universelle. Le fait que l'amour soit représenté par un enfant symbolise sans doute son éternelle jeunesse, mais également une certaine forme d'irresponsabilité. Son arme et ses yeux bandés signifient qu'il se joue des humains qu'il chasse, qu'il incarne un désir qui se passe d'intermédiaire. Qu'il frappe où il veut, quand il veut. Qu'il est un désir avant tout basé sur l'envoûtement d'autrui.

Comme nous le verrons plus tard, les procédures d'envoûtement existent et peuvent, poussées à leur maximum, entraîner la création d'individus polarisants, aimants, dits « individus alpha », devenant la plupart du temps gourous.

Quelques expériences d'échauffement

L'observation. Puisque nous en sommes à la douce séduction, commençons par une expérience simple. Installez-vous dans un endroit public et observez les autres. À la terrasse d'un café, par exemple. Mon endroit favori est le suivant : un café dans une galerie marchande. Là où nous allons tous faire nos emplettes. Alimentaires, de préférence. Un régal. En matière de lecture discrète de langage corporel, mon joyau.

D'une part, parce que personne ne fait attention à vous. Nous sommes samedi, il est 17 heures, la semaine fut harassante, rien à voir avec un café en terrasse en jour d'activité professionnelle. Une partie des réflexes « sociaux » de représentation ainsi que la vigilance s'amenuisent. Nous rentrons dans un mode de programmation « Faire les courses. Vite. Et rentrer ». Comme le travailleur dont nous parlions dans le chapitre précédent qui est programmé sur la note « Je vais bosser ». C'est d'ailleurs pour les mêmes raisons que les pickpockets ont également pour lieu de prédilection ce genre d'endroits. Aux mêmes heures et aux mêmes jours. Eux volent les billets, nous capterons les comportements. Profitant des faiblesses communes des cibles à ces instants précis.

Localisez les couples et tentez d'analyser uniquement en observant leur langage corporel ceux qui sont dans une authentique relation et ceux qui ne le sont pas ou plus. Vous y arriverez très facilement, et il ne s'agira pas de l'expression de préjugés de votre part mais d'une simple observation neutre d'un point précis : la façon dont leurs corps se synchronisent.

Dont, finalement, ils se ressemblent ou pas. Collaborent-ils dans la répartition des tâches ? L'homme profite-t-il de l'attention de sa chérie au rayon couches pour bébé pour entamer un dialogue éclair avec une autre femme ? Où se portent leurs regards ? Critiquent-ils ceux qui les entourent ? Vous observerez d'autres comportements : des attitudes de fermeture, de prédation sexuelle, d'indifférence. Sans trop de difficulté, vous parviendrez

à distinguer les couples harmonieux des couples asynchrones. Avec un peu de chance, vous capterez également nos jumeaux négatifs : les pickpockets. Détendons-nous, nulle question de voyeurisme. Un simple exercice.

Si l'on nous compare aux méthodes employées par les services de renseignement, nous autres mentalistes sommes des anges. À l'époque de la guerre froide, des micros étaient placés dans les chambres à coucher des étrangers résidant en Union soviétique et en Allemagne de l'Est par le KGB et la Stasi. Pour vérifier un point : si les couples faisaient bien l'amour. S'ils étaient joyeux en ébats comme en ménage. Dans le cas inverse, Markus Wolf, surnommé l'« homme sans visage » par les services américains et ancien chef de la Stasi, envoyait au moins jouisseur des deux partenaires une de ses créations les plus géniales : un agent Roméo.

De sexe masculin ou féminin, les agents Roméo étaient formés pour briser des couples. Ainsi, il rendait le cocu malheureux, donc plus enclin à trouver ces nouveaux « amis », agents recruteurs dont cet infortuné était la cible depuis le début de l'opération. Le KGB avait des caméras et des micros, servons-nous de nos yeux et nos oreilles.

Ce sens de l'observation est primordial en matière de séduction. À de multiples titres. Principalement pour pouvoir observer l'individu que vous souhaitez séduire et trouver quel est son propre langage. Sa propre note musicale psychologique. Comment il décrypte le monde qui l'entoure. Est-il un visuel, un auditif, un kinesthésique ? S'arrête-t-il dans la foule quelques instants pour écouter un violoniste faisant la quête ? Jette-t-il des regards autour de lui pour savoir s'il capte l'attention, cherchant un besoin de reconnaissance ? A-t-il un besoin instinctif de toucher les personnes l'entourant lorsqu'il entre en communication avec elles ?

Attention cependant aux mauvaises interprétations. C'est pourquoi, afin d'être efficace dans le décryptage, l'entraînement doit se répéter très souvent. L'idéal : une pause de ce type de *lecture à froid*, une fois par semaine. Ça détend.

Prenez garde également aux mauvaises interprétations que le cerveau peut faire de données parfaitement identiques qu'il va considérer comme étant différentes. Un exemple : regardez attentivement ces deux visages.



À première vue, l'individu de gauche est un sujet aux traits masculins en colère, celui de droite présente des traits féminins et son visage est placide. Mais... Appuyez sur la tranche de cet ouvrage de façon à le garder ouvert, posez-le sur un quelconque socle et reculez-vous de trois mètres pour observer à nouveau ces photographies. Non, ce livre n'est pas une Nintendo DS3.

Fait ? Bien. Les expressions sont inversées. Pourquoi ?

Les deux visages reposent exactement sur la même base mais chacune des photographies a été complétée par des informations de hautes et de basses fréquences spatiales. Il s'agit de distance angulaire, inversée. Appliquée sur la photo de gauche pour ajouter les signes distinctifs de l'expression de colère (que vous avez déjà acquis grâce aux interactions vidéos du chapitre précédent) et sur la photo de droite pour illustrer une expression neutre. De près, l'interprétation cérébrale d'un message que transmet l'œil se calibre spontanément sur les hautes fréquences. De loin, les basses fréquences l'emportent⁴.

Autre test. En vous reportant au lien suivant⁵ ou en scannant le QR Code ci-dessous, vous verrez une jolie danseuse tourner sur elle-même. Dans le même sens. À première vue.

À vous. (Cette page Internet est protégée par un code, le voici, facile à retenir : danseusebellesfesses.)



Cette image est un test permettant de savoir quel type de cerveau vous utilisez, donc avec quel genre d'outil vous allez observer vos semblables faire comme vous : leurs courses. Il est couramment admis que nos deux hémisphères cérébraux fonctionnent différemment. Le « cerveau gauche » présente les caractéristiques suivantes : la logique, le rationnel, le sens analytique. Le « cerveau droit » génère les capacités synthétiques, créatives, intuitives.

Si vous voyez cette jolie danseuse tourner dans le sens des aiguilles d'une montre, vous utilisez principalement votre hémisphère droit. Dans l'inverse, le gauche. Parfois, vous la verrez tourner dans les deux sens. Faites donc le test suivant : regardez cette jolie danseuse se mouvoir, puis tournez les yeux ailleurs. Revenez ensuite sur l'image. Il est fort probable qu'elle ait changé de sens.

Plus fort. Êtes-vous un psychique capable de modifier à distance un site Internet par vos seules ondes cérébrales ? Voyons cela. Fixez l'image en question et tentez, rien qu'en pensée, de modifier le sens dans lequel cette silhouette tourne. Certains d'entre vous y parviendront. Dans ce cas, il leur est recommandé de fermer tout de suite cet ouvrage et d'ouvrir un cabinet de voyance.

Alors, gauche ou droit ?

Cochez sous la description. Pour vous en imprégner.

CERVEAU GAUCHE	CERVEAU DROIT
Je suis un être rationnel et analytique susceptible de se fixer sur le moindre petit détail. Mon	Je suis un intuitif, un créatif, capable d'avoir une vision très large de l'environnement qui m'entoure.

intelligence est de type *mathématique*, capable de se concentrer très intensément sur un objectif, mais pendant un temps limité.

Mon intelligence est de type *littéraire*, capable de se mobiliser avec constance sur de très longues périodes.

Navré, mais vous venez de vous faire manipuler par le culte de votre propre apparence mentale. La notion cerveau gauche/cerveau droit étant désormais considérée par la plupart des neuroscientifiques contemporains comme une pure légende urbaine.

En effet, même si des expériences dans les années 1960 validaient en partie cette théorie symboliquement séduisante, Joseph Hellige, psychologue à l'université de Californie, a démontré que les deux hémisphères du cerveau jouent un rôle identique en terme d'activité dans des processus de sélection d'images, d'objets ou d'orientation dans l'environnement. Par l'utilisation d'un scanner. Alors que la théorie du *split brain*, qui valut un prix Nobel à Roger Sperry de Caltech, était basée sur des résultats obtenus en pratiquant une opération chirurgicale de coupe du paquet de nerfs assurant la connexion entre les deux hémisphères. En outre, telle la commission Mesmer en son temps, une commission d'experts réunie par l'Académie nationale des sciences américaine établit une série d'analyses pour vérifier ou invalider la théorie du *split brain*. Conclusion : « Nous n'avons aucune preuve directe qu'une utilisation hémisphérique différentielle peut être entraînée⁶. »

Enfonçons le clou. Techniquement, il s'agit d'une illusion GIF (34 images fixes recomposées) produisant l'illusion suivante : si on imagine l'image de dos, par exemple, dans l'animation, de l'image 29 vers l'image 32, elle va tourner dans le sens des aiguilles d'une montre. Si on l'imagine de face, dans l'autre sens. Aucun rapport avec le *split brain*. Une simple illusion d'optique.

Décryptage technique avec repères visuels, ici⁷ (avec le même mot de passe – pourquoi changer ?) :



Le but de ce petit jeu est de faire comprendre la chose suivante : le culte de l'apparence se développe jusqu'à la propre vision que l'on désire avoir de sa façon de penser. Conforme à ce qui sera le plus charmant, bien sûr. Tentant, ce cerveau droit, non ?

Dès lors, même si l'apparence physique, en matière de charisme et de séduction, n'est que le plus faible des outils de séduction, en revanche, le besoin naturel de l'homme d'être catégorisé, ou perçu, selon une apparence avantageuse est constant. C'est le besoin de reconnaissance.

Revenons à notre agent de renseignement – vous – envoyé en entraînement dans une galerie marchande. C'est ce talon d'Achille que vous observerez. Pour vous en imprégner et apprendre à le manipuler ultérieurement.

Nouvel exercice : voici une palette de quelques signaux comportementaux qui vous aideront à repérer des types d'action instinctive plus facilement. Toutes basées sur le besoin de reconnaissance inhérent à chacun d'entre nous. Vous y ajouterez au fil du temps vos propres constatations. Point déterminant pour cet exercice (relativement long, mais crucial pour la suite de l'apprentissage) : pour le rendre véritablement utile pour vous, à chaque pose, adoptez celle-ci, précisément, quelques instants et imprégnez-vous de ce que vous ressentez par instinct en la prenant. Ensuite, reprenez une pose neutre quelques instants afin de vous déprogrammer. Puis recommencez. (Exercice à éviter d'exécuter dans un lieu public, à moins que l'on ne souhaite passer pour fou.)

À vous.

- ***Les interactions entre les mains et le visage***

Je suis jaloux. L'index dressé à l'extérieur gauche du cou est un signe de jalousie. Le choix inconscient de l'index pour parer à cette microdémangeaison est très important, un autre doigt aurait simplement montré de l'agressivité dissimulée. L'index est le doigt du commandement, de l'autorité, de la possessivité, mis à mal dans la présente situation observée.

Je suis énervé. La main gauche gratte la zone extérieure du cou de tous les doigts. Que cela soit à gauche ou à droite du cou, cette attitude traduit un mal-être non exprimé verbalement.

Je montre ma sensualité. Dans cette situation, le fait que cela soit la main gauche qui exécute le geste est particulièrement important. Dans plus de 70 % des cas, ce geste est accompagné d'un sourire. La personne se passe la main gauche dans les cheveux. Ce geste peut être réalisé par des hommes comme par des femmes.

J'ai très envie de comprendre. L'index vient au centre du visage, sur le front. Symboliquement, il ouvre davantage l'œil. Il pointe le *troisième œil*, celui de la réflexion. La personne est très fortement intéressée par les propos tenus et voudrait en savoir davantage.

Ce que je vois me dérange. La microdémangeaison à proximité de l'œil est l'expression de quelque chose qui dérange très fortement et que le sujet aurait préféré ne pas voir. On se frotte l'œil comme au réveil.

Je ne suis pas forcément d'accord. La main couvre la bouche avec le petit doigt, l'annulaire et le majeur, l'index reste proche de la tempe. Dans ce cas, il y a de fortes chances que la personne faisant ce geste ne soit pas d'accord avec son interlocuteur, mais ne lui dise pas et tente de lui camoufler. Il s'agit d'une fausse posture d'intéressement.

J'ai envie de te dire que... La personne garde sa main gauche devant la bouche comme pour aider les mots à sortir de sa bouche.

Laisse-moi réfléchir. La main est placée sur la bouche, mais la paume est tournée vers l'extérieur. Cela signifie que l'interlocuteur se coupe, le temps de réfléchir, tout en demeurant en attitude coopérative. Son esprit est néanmoins tourné vers la réponse qu'il s'apprête à formuler.

Désir sensuel. L'index gratte la « gouttière » située au-dessus de la lèvre supérieure. Cela traduit un désir de se rapprocher de notre interlocuteur/trice.

Vous me faites peur. La main clôt complètement la bouche. Observez le reste du corps lors de ce geste, vous remarquerez un inconfort total.

J'écoute attentivement. Le poing est fermé sur le menton, mais la bouche n'est pas obstruée et le pouce remonte vers le haut du visage.

Je suis d'accord. Le pouce est ouvert et posé sous le menton alors que la main (gauche) est tournée vers soi.

Je me sens bien en ce moment. La tête repose sur la main gauche, légèrement inclinée vers le côté de la main sur laquelle elle repose.

Je m'interroge. La main prend la forme d'une pince et touche le menton avec le pouce et l'index.

Je prends du recul. La main est posée ouverte sur le menton paume tournée vers l'interlocuteur.

Je suis extrêmement bien. Les mains sont sur les joues, encerclent le visage, mais laissent la bouche découverte pour que la communication soit de bonne qualité.

C'est extrêmement positif. Le pouce gratte l'arête du nez, cela traduit un sentiment très positif par rapport à une situation. C'est une attitude instinctive d'autorécompense.

• **Le buste**

Je suis satisfait de moi-même. Les deux mains caressent le ventre, ce qui indique que le sujet est satisfait de lui-même.

Je reste sans voix. La main est pressée contre la gorge, c'est une situation typique de mal-être.

J'ai envie de lui dire ce que je pense. L'index gratte la glotte, ce qui signifie que « je » suis capable de dire ce que je pense et que je ne vais pas tarder à le faire.

Ayez un peu de considération pour moi. La main gratte la poitrine au niveau du plexus, cela signifie que l'individu est frustré de ne pouvoir se mettre plus en avant.

Je suis arrêté dans mon élan et j'en suis frustré. La main gauche gratte juste en dessous de la clavicule droite, je suis arrêté dans mon élan par un événement, quelque chose venant de l'extérieur.

Je suis l'autorité. La personne met la main au niveau de la fourchette sternale, sur son nœud de cravate. Cela exprime une volonté de vouloir

montrer qu'elle est l'autorité. Inversement, ce mouvement répété plusieurs fois illustre un doute sur sa propre autorité (nœud de cravate touché à de multiples reprises, mains qui se portent au col d'une chemise pour la remonter).

- ***Les jambes, le flanc et le dos***

J'ai envie d'échanger. Jambes ouvertes, les deux pieds sont parallèles, c'est une position relationnelle neutre chez l'individu de sexe masculin.

On me demande trop de flexibilité. Le sujet se gratte la malléole (cheville), cette zone est très souvent sur le corps la correspondance psychique de réflexions de nature sexuées. En revanche, des jambes croisées et une cheville désignant plusieurs fois l'interlocuteur de la pointe du pied témoignent d'un geste instinctif de danse séductrice (attitude particulièrement féminine).

Allons-y vite. La personne en face de vous se gratte le tibia gauche, cela indique la volonté de voir le mouvement physique hâté, en d'autres termes, cette personne a envie de partir.

Je suis ouvert à toi. Position debout face à l'interlocuteur, les paumes vers lui, bras le long du corps. Cela indique que le sujet est acquis avant que le dialogue ne s'instaure. Ce langage corporel peut également signifier la soumission d'un individu au regard d'un autre, dans une situation de tension.

Fermeture face à l'autre. La personne se tient debout, cependant ses jambes sont croisées, la jambe gauche sur la jambe droite, cela indique un mal-être interne.

Je suis l'autorité. Autre signe d'autorité, le sujet se tient debout les mains sur les hanches, cependant ses paumes ne sont pas dirigées vers son interlocuteur. C'est la posture généralement adoptée par les parents envers leurs enfants lors d'une dispute.

Je ne peux vous venir en aide. La main gauche du sujet va se loger sous l'aisselle droite, cela indique que cette personne est gênée car elle ne peut fournir une aide comme elle le souhaiterait.

Il faut que je me sorte de cette situation. Spontanément, la main gauche va gratter le milieu du dos, légèrement à droite. Le sujet n'est pas à l'aise et le traduit ainsi.

J'aimerais me rapprocher de vous physiquement. Position assise, la main gauche caresse la cuisse gauche. Cela traduit, ajouté à d'autres gestes, une envie de se rapprocher physiquement.

• *L'écoute*

Outre le décryptage corporel, le décryptage du langage verbal de l'individu permet de connaître quel est son sens dominant. Et ainsi de s'y adapter, en adoptant par effet miroir le même que lui. Effectivement, c'est vérifié.

Exemples de mots employés par un visuel :

- J'y vois plus clair.
- C'est arrivé sous mes yeux.
- Cet individu nous fait de l'ombre.
- Pouvez-vous éclairer ma lanterne ?
- J'imagine très bien l'image.
- Quand je regarde derrière moi...
- Il m'a fichu une peur bleue.
- Tu vois ce que je veux dire ?
- Cette fille voit la vie en rose.

Exemples de mots employés par un auditif :

- Ça me parle.
- Écoute, je vais te dire...
- J'en suis resté sans voix.
- J'ai déjà entendu ça quelque part.
- Aucune harmonie dans ce que je constate.
- Ce que tu dis sonne faux.
- C'est totalement discordant.
- Une nouvelle retentissante !
- Un conseil face à ce pervers narcissique : fais la sourde oreille.

Exemples de mots employés par un kinesthésique :

- J'ai établi le contact.

- J'en tremble rien qu'à l'idée.
- Restons soudés.
- Il est raide comme la justice.
- C'est très dur ce qui t'arrive.
- Tu saisis l'importance du truc ?
- J'en ai plein le dos.

À l'écoute, on peut déterminer le sens prédominant de son sujet test et adopter le même pour se synchroniser à lui et créer un rapport de confiance lors d'une opération de communication optimale : de séduction. Car, même si l'adage consiste à dire que les contraires s'attirent comme les atomes, rien n'est plus faux. On apprécie en priorité les gens qui sont comme nous. Mieux, on les recherche.

L'appartenance à l'un de ces trois groupes se détecte également à la manière dont une personne bouge les yeux. Si l'on fait appel à la mémoire de quelqu'un pour lui demander de se remémorer un souvenir précis et qu'il commence instinctivement par lever les yeux vers le haut : fortes chances que ce soit un visuel. Sur le côté, un auditif. S'il baisse les yeux, un sensitif.

Petite démonstration de mentalisme, participative, que j'utilise notamment dans le cadre de modules de formation en entreprise pour développer le sens de l'observation entre les membres d'une équipe destinée à travailler ensemble, ainsi que ce que j'ai dénommé leur *capacité d'écoutes visuelle et kinesthésique*.

Demandez à une personne de penser à un ami d'enfance. À son visage. De se le remémorer intensivement, de visualiser les traits du visage de cet ami. De se concentrer. Notez à ce moment précis son comportement non verbal, et principalement le mouvement de ses yeux. (L'assistance, également, regarde.) Une fois ceci fait, donnez-lui un bout de papier pour qu'elle inscrive le prénom de son ami, le plie en quatre et le pose devant elle. (Elle seule a la connaissance du contenu de ce papier.) Ensuite, faites la même chose, mais cette fois-ci pour sa musique préférée. Ressenti du refrain, des notes, des paroles s'il y en a. Titre de la chanson noté, papier plié en quatre, posé devant elle. Lors de la phase de concentration, le langage corporel est déjà différent. Enfin, même procédé, mais en l'enjoignant de se remémorer la souffrance physique la plus intense qu'elle ait ressentie dans sa vie. Phase de concentration. Le langage corporel change, à nouveau. Dernier papier posé. Tournez le dos à votre sujet test

(vous et l'ensemble de l'assistance) et sollicitez d'un volontaire qu'il mélange les papiers en question, les yeux fermés. La personne qui a consigné son intimité dans ces notes doit également avoir les yeux fermés. Ensuite, elle prend celui qu'elle veut, au hasard, écarte les deux autres, les jette, au besoin. Ouvre le papier restant, prend connaissance de l'information qu'elle a écrite, le replie et le place entre ses mains paumes aplaties, qu'elle tend vers vous. Tout le monde peut se retourner.

Prenez alors très lentement ses mains dans les vôtres, dans la même position. (Vos mains entourent les siennes.) Marquez une pause afin que la chaleur de vos mains contamine les siennes, comme si vous alliez procéder très doucement.

Puis demandez-lui la chose suivante, rapidement : « Qu'avez-vous ressenti en tombant sur ce papier par hasard ? » (Ici encore, rupture de programmation. Vous commencez lentement, presque sensuellement, une expérience personnelle, intime, le tout dans un climat rassurant de confiance, lentement, pour accélérer ensuite d'un coup. Mais, attention, pas brusquement. Juste rapidement.)

Immédiatement, le comportement non verbal – corporel – que vous et l'assistance auraient observé pendant la phase de préparation réapparaîtra de façon extrêmement brève. Car vous l'avez programmé. Il s'agit d'un ancrage. Et vous savez ce que contient ce papier en reconnaissant le comportement d'origine, qui se reproduit en accéléré à ce moment.

Si, comme dans 2 % des cas, cela ne se produit pas, poursuivez par : « Et maintenant, à travers ces mains jointes qui sont les nôtres, quelle émotion ressentez-vous ? » La gêne provoquée par ce contact physique inopiné qui dure rendra le sujet encore plus transparent. Idem pour son langage corporel. Il reproduira les gestes accomplis pendant la phase première de remémoration du souvenir, qu'il a produits spontanément avant de passer à l'étape de note sur le papier, qui doit être présentée comme totalement anodine.

Non seulement vous parviendrez à détecter ce que contient le papier, ce qui est réellement du mentalisme, car dépourvu de tout trucage ou objet, mais l'assistance aussi. Vous pourriez même, avant votre révélation, faire passer l'assistance à un vote. Ami, musique ou sensation ? Une majorité claire se dessinera en faveur de l'un. Celui qui est entre les mains de votre spectateur.

Cette expérience présente un intérêt majeur pour le décryptage du non-verbal. Je vous la recommande dans le cadre de soirées entre amis, car en outre elle est ludique. Mieux, lors de mes formations, je fais ensuite procéder à la même expérience (légèrement modifiée, ne livrons pas tout ici) entre les participants. Deux par deux. Pour qu'ils apprennent ensemble à développer cette *capacité mutuelle d'écoutes visuelle et kinesthésique*.

Croyez-moi si vous le voulez, mais de ce simple exercice se sont établies des relations amoureuses entre certains participants. Ce qui est, finalement, logique. Car dans une société virtuelle de moins en moins axée sur le « contact », lorsque l'on utilise judicieusement celui-ci, il se magnifie. Nul besoin de talent, d'ingéniosité ou d'expérience. Il s'agit d'un besoin naturel de l'homme, dont la technologie le prive, progressivement.

Il existe un autre test imparable pour savoir si un individu est kinesthésique, visuel ou auditif. Une autre expérience, très simple, basée sur de l'hypnose *black ops* : la *technique de la bise*.

Une pratique que votre serviteur a apprise il y a plusieurs années. Voici comment je l'ai appliquée dans mon principal milieu professionnel : l'avocature. Puis dans les autres. Le barreau de Nice est composé d'environ 1 200 avocats. On nous dénomme « confrères » et pas « collègues de travail ». Ce qui implique une certaine déontologie entre nous et l'appartenance à un ordre dans le cadre d'une profession réglementée. Mais qui ne diffère pas totalement des règles de bon sens et de courtoisie élémentaires devant s'appliquer dans une entreprise. Donc confrères (médecins, avocats, notaires) ou collègues de travail, même combat, dans quelque milieu que ce soit, universalité de la *technique de la bise*. Validée ultérieurement par mes soins dans le cadre du milieu de la formation en entreprise, où j'évolue actuellement. Elle est très simple. Au bout de la deuxième ou troisième rencontre avec un partenaire de travail, vous aurez jugé de son degré d'empathie instinctif pour vous. Nous développerons plus bas comment établir cette empathie très rapidement.

Si vous avez en face de vous un supérieur hiérarchique extrêmement pointilleux sur les usages de l'autorité, bien sûr, ne tentez rien, vous respecterez ainsi une règle importante dans les relations individuelles, avalisée par le manuel du *Parfait Courtisan et la Dame de cour*⁸ à *Power*⁹ :

« toujours flatter le sujet en position dominante » (quitte à le détruire ensuite, si l'occasion et les raisons se présentent, mais surtout : ne jamais surpasser le maître). Mais, avec vos autres collègues, allez-y gaiement. Au bout, donc, de quelques rencontres, si vous sentez que le contact passe bien, quel que soit le sexe de l'individu en face de vous, au lieu de le saluer d'une poignée de main, approchez-vous naturellement de lui pour lui faire une bonne bise en vous contentant d'un « salut ! » ou « bonjour ! » et observez sa réaction. Deux effets :

- 1) rupture de pattern s'il a pris l'habitude de vous serrer la main, quelques microsecondes d'incrédulité : c'est son instinct qui va parler ;
- 2) réaction immédiate de son langage corporel.

Extrêmement peu de cibles vous rejetteront en considération du premier point. Si c'est le cas, aucun problème. Ce ne sera pas vous le plus gêné des deux, mais le « bisé », qui devra justifier son refus. Par son corps ou son langage. Parfait, c'est le but de l'opération : savoir comment son instinct fonctionne.

Quelle que soit la raison invoquée pour le refus, votre réponse sera toujours la même (accompagnée d'un sourire « vrai », remontant jusqu'aux yeux) : « Ah, pardon, j'ai l'habitude de faire la bise aux personnes que j'aime bien, un tic émotionnel, sans doute. Ça me passera... »

Comme en matière d'hypnose indirecte, il faut la prononcer très rapidement et passer immédiatement à une autre phrase. Exemple : « ... Tic latin, d'ailleurs. Et toi, tu es d'où ? À ton avis, pourquoi le nombre de bises diffère-t-il selon les régions ? 2, 3, 4, c'est à n'y rien comprendre. Aucune personne ne m'a jamais éclairé sur ce point. Qu'est-ce que tu en penses ? »

Seconde rupture de pattern, très rapide. Non seulement le bisé est instinctivement rassuré de ne pas avoir à justifier son refus. Mais, en outre, il doit répondre à une question totalement ouverte sans aucun sens. Pas de vrai ou faux. Au pire, il dira : « je n'en sais rien », ou : « je m'en fous, espèce de sangsue » (ce qui ne se produira pas, vu que l'expérience en question doit être, rappelons-le, effectuée sur des sujets non hostiles à votre endroit).

Dans tous les cas, concluez par : « À très bientôt, passe une excellente journée. » Avec, là encore, un sourire vrai. L'échange doit être le plus bref

possible, pour pouvoir enchaîner ces deux ruptures de pattern.

Avec un petit test de ce genre qui prend au maximum neuf secondes, vous pourrez distinguer immédiatement plusieurs types de sujets :

— *Le rigide* : sa sphère d'intimité est violée, il se raidit comme une barre, ne vous embrasse pas ou rejette instinctivement l'approche. Vous avez pénétré de force sa barrière invisible. Il s'agit d'un individu méticuleux, très porté sur les apparences, et donc, ultérieurement, extrêmement facile à manipuler ou ridiculiser. Car il vient de vous donner son point faible. Cadeau.

— *Le timide* : raidissement au début, puis légère détente instinctive pendant la première rupture de pattern (la bise elle-même). Il ne demande qu'à être écouté et, *in fine*, votre attitude le rassure.

— *Le « Monsieur Masque »* : se laissera faire de bon cœur, mais vous interrogera sur cette habitude pour justifier son propre comportement. Surtout si cet acte est exécuté en public. Le genre à dire (dans le cas émetteur/récepteur masculins) : « Bon Dieu, mais c'est quoi cette manie de faire la bise tout le temps ? Tu es gay ou quoi ? » Superbe. Non seulement il vous la fait quand même, mais en plus il attire votre attention sur sa propre crainte que, de près ou de loin, on le considère comme un gay. Merci pour ce point faible. Autre cadeau.

— *Le tactile* : se laissera immédiatement faire comme une corde de violon habilement caressée par un archet gracieux. Kinesthésique à vérifier par le langage qu'il emploie. (Voir plus haut.)

— *Le supertactile* : se rapprochera de votre bouche pour vous adresser une bise plus que courtoise. Sujet pas si rare que l'on peut le penser. Kinesthésique. Au maximum. Avec cette cible, calibrez-vous définitivement sur le langage tactile, dans le geste comme dans la parole.

Dans cette micro-expérience de bise – qui me vaudra bientôt de n'être salué au sein de mon barreau que par un « Coucou, sale expérimentateur ! » –, j'ai insisté sur l'importance cruciale du sourire vrai (voir vidéo sur les micro-expressions dans le premier chapitre) et la rapidité des phrases employées. Partez du principe que lorsque vous utilisez des techniques de rupture de pattern, celles-ci doivent être exécutées et s'enchaîner très

rapidement. Nous verrons d'autres exemples ensuite, mais revenons sur l'importance d'une donnée qui a l'air classique à première vue, mais pas tant que ça si l'on s'y attarde.

- ***Les patterns contaminants : exemple, le sourire***

Un sourire, s'il est présenté avec authenticité, en le ressentant de l'intérieur, est rarement rejeté. Ainsi, lorsque vous souriez pour communiquer positivement avec quelqu'un, tentez de ressentir dans le même temps une émotion de joie. Pour consolider votre sourire et le rendre communicatif.

Les attitudes réflexes telles que le sourire sont en effet instinctivement communicatives. Faites l'expérience vous-même avec la technique du bâillement. Au milieu d'un groupe, mettez-vous à bâiller. Une fois, deux fois, trois fois. Le geste va se répandre plus rapidement qu'un rhume. Autre exemple : au cour d'un apéritif, prenez un ton enjoué et utilisez le pattern « Levons nos verres en l'honneur de... ! » (de préférence le nom d'un des convives, qui aura raconté tantôt une expérience positive). Votre geste sera reproduit. Robotiquement. Car il s'agit d'un comportement social. Une programmation mentale. Déclenchable.

Le sourire, en tant que comportement social et instrument de communication émotionnelle, est une arme majeure. Observons cette conférence TED^{[10](#)} de Ron Gutman basée sur les vertus du sourire, et la façon dont le conférencier lui-même contamine le public par ses sourires, les rendant, parfois, hilares alors qu'il traite d'un sujet très sérieux, citant kyrielles d'études universitaires appuyant ses propos^{[11](#)} :



On y apprendra que les statistiques démontrent que le sourire est naturellement contagieux. Qu'il est inné. Même dans le ventre maternel, les fœtus sourient. Et continuent de sourire une fois enfants, y compris lorsqu'ils sont privés d'un de leurs sens, comme la vue, par exemple. Moins de 14 % des êtres humains sourient moins de cinq fois par jour, alors que le tiers sourit plus de vingt fois. Les enfants, en moyenne, plus de quatre cents fois. Ce qui explique le bien-être naturel que leur présence procure chez une majorité d'adultes. Mais surtout, qu'il y a mimétisme dans le sourire. Pas seulement au niveau de l'émission, mais de la perception. C'est-à-dire que si une personne est placée elle-même dans l'incapacité physique de sourire (avec un crayon dans la bouche, par exemple), elle ne peut plus reconnaître si un sourire qui lui est adressé est vrai ou faux. Cela implique que le fait de sourire génère non seulement une émotion chez l'émetteur, mais également chez le récepteur et, plus encore, sur ses propres perceptions, selon qu'il soit capable de se synchroniser ou non avec l'individu souriant.

Comme nous le rappelions au début de ce chapitre, la séduction est avant tout basée sur des échanges émotionnels. Tout sourire adressé à une personne dans un but de communication, ou de séduction, devra donc être accompagné d'une émotion de joie, ressentie par l'émetteur. Ce qui produira deux conséquences :

- 1) le sourire sera un sourire vrai ;
- 2) ce sourire vrai, comme un virus, se propagera.

Faites une autre expérience. Décidément, l'ouvrage en est peuplé. Mais c'est avant tout un livre pratique, donc, allons-y : souriez. Commencez par sourire dans chaque interaction sociale avec un commerçant, par exemple. En ressentant une émotion interne de joie. En vous imaginant la projeter physiquement sur lui. Testez sa réaction.

Souriez ensuite à vos proches, de la même façon. Puis d'une façon différente : un sourire faux (sans expression de joie générée). Comparez les réactions faciales que vous obtenez. Puis poursuivez l'expérience dans la rue, avec de parfaits inconnus. En vous promenant, les interactions sociales sont permanentes. Marchez donc tranquillement et dès qu'une personne vous regarde, souriez-lui spontanément en projetant cette joie interne qui n'est en réalité qu'un pattern hypnotique que vous avez créé de toutes

pièces en pensant à un sujet qui vous ravit. Projetez cette émotion. Très intensément, mais très brièvement, tout en continuant votre chemin comme si de rien n'était. Majoritairement, l'individu cible de cette *joie* sera – ici encore – bousculé dans sa programmation ordinaire « Je marche dans la rue », interrompue dans son propre pattern, et se posera une question : « Je dois le connaître, mais d'où ? »

Sans effort particulier, en une seconde, vous venez de voler trois minutes de temps de cerveau disponible à cette personne qui continuera de marcher en réfléchissant, pour savoir pourquoi vous lui avez souri et d'où elle peut vous connaître. Bonus : chez certaines personnes, vous entraînerez la réaction suivante : « Bon sang, je n'ai pas rendu ce sourire, je dois le connaître, il a dû me prendre pour un(e) gros(se) malpoli(e). »

Ultime conseil, validé par l'expérience. Lorsque vous projetez cette émotion de joie par un sourire, ce qui sera votre deuxième test réel de contamination, suite aux phases d'apprentissage et d'observation, prenez pour habitude d'imaginer qu'un de vos organes, le cœur, est tourné vers le sujet cible et le fixe. Physiquement. Cela déclenchera une réaction instinctive d'ouverture de votre langage corporel qui amplifiera considérablement cette projection émotionnelle.

Il ne s'agit pas d'ordinaire technique de drague. Ou même de *speed seduction*. Nous y venons. Chaque étape en son temps. Mais d'apprentissage progressif de la capacité suivante : savoir projeter sur autrui une émotion contaminante et/ou déstabilisante.

La projection émotionnelle



• *Les expériences menées par la CIA sur les vertus de la suggestion*

Un document récemment déclassifié a révélé que l'hypnose a été méticuleusement étudiée pour des applications militaires aux États-Unis. Dans le cadre global du projet MK-ULTRA, développé largement dans le premier tome des *Secrets d'un mentaliste. Comment décrypter les techniques du mensonge et de la manipulation*. À la lecture de ce document, il apparaît que les expériences ont rendu possibles des états de « surdité hypnotique », de « cécité ».

Vous pourrez télécharger ce document longtemps classé par la CIA « confidentiel » par l'intermédiaire du QR Code suivant ou du lien Internet en note¹². Cette page est protégée par un mot de passe, outrageusement facile à retenir. Le voici : semynonys.

À l'origine, les recherches menées par la CIA furent élaborées pour résoudre trois questions précises, concernant l'utilité de l'hypnose dans le cadre d'un interrogatoire :

- Est-ce qu'une transe hypnotique est possible sur un sujet non consentant ?
- Est-ce qu'une transe va permettre de révéler des informations valables ?
- Est-ce que les informations délivrées auront une pertinence réelle ?

Beaucoup d'études ont été écrites quant à la possibilité d'une mémoire absolue, qui serait invocable par un processus de *recall*, de *feedback*. Classiquement, la technique de *feedback* est employée par les acteurs lorsque ceux-ci souhaitent simuler une émotion. Ils font alors appel à leur propre vécu pour reproduire l'émotion intérieurement et, ensuite, la traduire par leur langage corporel. Pour que le public y croie.

Mais Young a démontré qu'un sujet, même en régression hypnotique, ne présentait pas des résultats cohérents face aux tests d'intelligence¹³. Il demeurait donc dans le même état mental, en terme d'intelligence, ramené à l'âge de 6 ans. Cette sophistication du discernement se retrouvait dans les

dessins, par exemple, exécutés par le sujet sous transe hypnotique. Dessins trop complexes pour être réalisés par un enfant. Des constatations biologiques confirmèrent cette démonstration. Aucun parallélisme entre l'encéphalogramme d'une personne en état de régression à l'âge de 6 ans et celui d'un enfant âgé de 6 ans. Idem pour les rythmes cardiaques, plus rapides chez l'enfant.

Quant à la véracité des confessions faites par un individu interrogé en état hypnotique, les conclusions de la CIA furent du même ordre. L'individu hypnotisé peut malgré tout dissimuler une vérité pendant une transe. C'est pourquoi les experts en renseignement préconisent la chose suivante : la véracité d'un aveu sous hypnose doit obligatoirement être vérifiée par une source indépendante. Ceci étant dit, les recherches de la CIA sur l'hypnose deviennent particulièrement intéressantes pour un émetteur d'influence, séducteur, vendeur, gourou, sur un point de vue précis : l'autoprogrammation. Le stade supérieur à l'expérience respiratoire que vous avez menée tout à l'heure, de cohérence cardiaque, vous plongeant dans un état naturel de bien-être.

Peut-on utiliser l'hypnose lorsque l'on est capturé par un ennemi, pour aider à lutter contre la souffrance, la torture, la peur ? Est-ce qu'une amnésie hypnotique peut être tentée ? Les recherches de la CIA ont établi que l'autohypnose peut être utilisée pour neutraliser une première sensation naturelle : la sensation de culpabilité de collaborer avec l'ennemi. Néanmoins, cette pratique a ses limites, parce qu'une opération d'interrogatoire peut durer des semaines et que l'état hypnotique, même chez un individu très entraîné, reste temporaire. En outre, très peu de personnes peuvent franchir le stade ultime : rentrer dans un état autohypnotique si intense qu'elles se retrouvent en analgésie. L'hypnose utilisée comme un procédé anesthésique nécessite la présence d'un tiers, d'un thérapeute. Poursuivant mes recherches sur ce point, il m'a été évoqué une donnée intéressante, directement par un ancien agent de terrain, lors d'un entretien réalisé dans le cadre de cet ouvrage :

Lorsque l'on est capturé, la première chose que nous devons faire est de se forcer à neutraliser intégralement notre affect. Nos amis, notre famille, notre époux, notre épouse, nos enfants. Car c'est en partie sur cela que l'ennemi va jouer. Il y a plusieurs styles de torture. La torture

psychologique visant les points faibles affectifs du capturé est parfois plus douloureuse que la torture physique elle-même. On ne peut parvenir à ce résultat qu'avec un entraînement préalable. Il s'agit, en effet, de programmation¹⁴.

Si certains agents de renseignement sont capables de déprogrammer instantanément leur affect en cas de capture, pourquoi l'inverse ne serait-il pas possible pour les agents d'influence : générer de toutes pièces une émotion qui n'existe pas pour la projeter ensuite sur autrui ? Naturellement, c'est possible. Et cela avec une grande efficacité. Il s'agit d'autoprogrammation hypnotique. D'autosuggestion.

• ***Méthode Coué et sophrologie***

Sur ce point, il convient de rendre hommage à Émile Coué qui fut le premier à mettre en évidence une méthode d'autoprogrammation consciente. À l'origine, il partit d'un constat simple : si un individu marche sur une planche de bois posée à même le sol, aucun vertige ne se produit. En revanche, placé dans les mêmes conditions mais avec une planche surélevée, le risque de chute s'accroît : l'imagination provoque l'acte. Ce qui le conduisit à cette phrase célèbre : « La volonté, que nous revendiquons si fièrement, cède toujours le pas sur l'imagination. » Dès lors, la crainte d'un événement accroît la possibilité que celui-ci se produise. Une personne qui passe son temps à se dire : « Je suis incapable de séduire quelqu'un », ou : « Ce produit est une catastrophe, je n'ai aucune chance de le vendre », n'a que peu d'espoir de réussir. Le même *modus operandi* permet de produire l'effet inverse.

La méthode Coué, pourtant très critiquée à ses débuts, fut le commencement de la psychologie comportementale et de la pensée positive. En concrétisant des suggestions pour les rendre positives.

Prenons un exemple pratique. Une personne vous intéresse, mais vous pensez que vous ne pourrez jamais lui adresser un mot. Il s'agit d'une crainte. Le meilleur moyen de neutraliser mentalement cette crainte est de la transformer en objectif. Et de le réaliser. D'agir sans réfléchir au départ, suivant ainsi le postulat posé par James Allen, qui s'est largement inspiré des écrits de Coué : « Semez une pensée, vous récolterez une action. Semez

une action, vous récolterez une habitude. Semez une habitude, vous récolterez un caractère. Semez un caractère, vous récolterez une destinée¹⁵. » Dès lors, cette personne qui vous intéresse mais qui vous intimide doit être approchée comme n'importe quelle autre, de façon automatique. Le fait d'être rejeté n'a aucune importance (comme dans l'expérience de violation de sphère d'intimité que nous évoquions plus haut). Ce qui compte réside dans la neutralisation de la crainte. Plus celle-ci est neutralisée, plus le comportement naturel prend le dessus, ainsi que la pensée dissuasive elle-même. En se forgeant dans l'esprit ce credo : *ce n'est pas la pensée qui crée l'action mais l'action qui crée la pensée*.

Un illusionniste qui part sur scène avec l'idée préconçue que sa démonstration va échouer sera nécessairement moins efficace que celui qui n'est pas bloqué par ce filtre destructeur. Il en va de même pour les techniques de séduction et de conviction. Chaque victoire sur chaque crainte forge une habitude qui fait rejaillir la confiance en soi, par un processus d'autosuggestion.

Pour cela, il est nécessaire aussi de s'affranchir de la notion d'échéance. Cette dernière étant elle-même génératrice de crainte. Exemple : « Avant la fin de la semaine, je lui ai parlé. » Non seulement une première peur est déjà présente, mais quiconque pensera ainsi en rajoutera une seconde, en *bonus track*. Comme l'individu interrogé qui, outre sa crainte vis-à-vis de son interrogateur, pensera en boucle : « Quand est-ce que ça va se terminer ? » Nous vivons dans un monde moderne où les nouvelles technologies ont considérablement renforcé cette notion d'échéance. Réfléchissons un instant : vous êtes-vous déjà demandé sérieusement ce que valait une heure de votre temps ? En avez-vous une notion précise ? Tentez de la déterminer. Vous mesurerez avec d'autant plus de précision le nombre d'heures que nous perdons quotidiennement. Pour rien.

Nous rendant plus accessibles les uns les autres, branchés en permanence sur nos téléphones portables, nos e-mails, les réseaux sociaux, les flux d'informations... le tout dans une vision du temps qui se veut raccourci.

Aussi, qui dit plus accessible dit également plus sollicité. Le rétrécissement du temps, l'instantanéité dans l'échange d'informations

renforce cette inquiétude issue de la notion d'échéance : « Je dois répondre », « Je n'ai pas répondu », « J'ai oublié de faire ça », etc., il est fort probable d'ailleurs qu'en lisant ces lignes ce type de pensée vous ait traversé l'esprit. Il s'agit d'une pensée polluante. Qui, dans le cadre de la vie intérieure comme dans le processus d'une opération de séduction, se traduira automatiquement par une attitude de dispersion inutile. Une interruption fréquente qui a un coût sur notre équilibre émotionnel et nos capacités d'attention. Dont nous avons sérieusement besoin pour créer une dynamique d'attraction sur autrui.

Ceci pour vous montrer la puissance de ces notions de crainte et d'échéance, dont le communicant doit s'affranchir pour devenir action. Pour se penser action. Pour se concevoir lui-même comme une action. Les « actes », écrivait Machiavel. Les actes. Vous n'avez pas envie de répondre à une sollicitation : ne le faites pas. Votre instinct vous commande de ne pas réagir à un stimulus : suivez-le. Il s'agit d'un nettoyage mental. Même si nous sommes naturellement enclins à la suggestion, il vous reste un pouvoir crucial : le pouvoir de choisir. Choisissez donc les plus et oubliez les moins. Avec autant de nonchalance qu'un Bob Arno dépouille son spectateur. Aucune coercition. De la nonchalance. Car la coercition mentale, l'effort exagéré, démontrent l'anxiété et la crainte. Ainsi que le préconise le docteur Marcel Viard :

Comme tous les phénomènes naturels, nos pensées se forment quasi automatiquement. Mais il faut que l'esprit se rende compte de ce fonctionnement, qui est le fonctionnement normal. Pour arriver à ce résultat, il est indispensable de faire observer à l'esprit une discipline très sévère. Les pensées apparaîtront alors dans un ordre déterminé, selon leur mode naturel ou suivant notre volonté. Et lorsque, par un travail opiniâtre, nous serons arrivés à les contrôler, à les obliger à apparaître et à se succéder à leur tour, par une concentration énergique, nous les aurons disciplinées et nous retirerons de ce fait les plus grandes jouissances intellectuelles¹⁶.

Échéances incessantes, pensées polluantes : perte de temps.

Prendre le risque d'échouer pour neutraliser une crainte, déjouer l'angoisse : gain de temps.

De la même façon qu'en neutralisant les heures perdues à ne rien faire, éliminez les vampires d'énergie. Lorsque Machiavel écrit *Le Prince*, il édicte un certain nombre de lois, de coutumes et d'usages à adopter pour conquérir et, surtout, conserver le pouvoir. Dans son chapitre VI, Machiavel prévient ainsi : « Il n'y a point d'entreprise plus difficile à conduire, plus incertaine quant au succès, et plus dangereuse que celle d'introduire de nouvelles institutions. » Cette remarque vaut pour toutes les situations. Les vampires d'énergie représentent l'archétype de la personne qui vous soutiendra en public, mais qui s'évertuera à multiplier les critiques lorsque vous n'êtes pas présent. Le contraire d'un référent positif, qui fera sans que vous lui demandiez votre publicité. Augmentant dès lors votre charisme. À l'époque, cela se faisait par élimination physique. Dans la société contemporaine, relativement plus pacifiste, il s'agira de s'affranchir de leur réaction et de diminuer leur capacité d'impact. En rompant le contact. Faire le décompte des non-agissants dans votre entourage, à qui vous consacrez du temps mais qui vous déçoivent en retour, devrait vous aider à vous débarrasser facilement des vampires d'énergie.

La neutralisation de pensées négatives, de craintes ou de vampires d'énergie revigore naturellement l'instinct. Comme la sophrologie permet de s'octroyer du calme. La sophrologie, dérivée de l'hypnose, a été principalement mise en évidence par le psychiatre Alfonso Caycedo. Elle se distingue de l'hypnose par l'absence d'intermédiaire : le sujet procède à une suggestion sur lui-même. Pour atteindre un état de calme. De sérénité.

Voici un exemple d'exercice de sophrologie réalisable quotidiennement. Il dure une quinzaine de minutes. Minutes pendant lesquelles téléphone portable, e-mails, Facebook, Twitter et autres cannibales de temps doivent être ignorés. Assis ou couché, fermez les yeux et imaginez-vous une scène de calme, qui vous apaise. Adoptez une respiration régulière. L'idéal : celle évoquée plus haut lors de notre exercice de cohérence cardiaque. Concentrez-vous sur l'extrémité de votre cuir chevelu, puis votre front, votre visage, et tentez de fixer votre attention sur chaque partie de votre corps, du haut vers le bas. Arrivé aux membres supérieurs, aux bras, en vous concentrant sur eux, dites-vous : « Je ressens de la chaleur dans mon bras. » Vous la ressentirez. Puis : « Celui-ci devient lourd. » Il le deviendra. Procédez ainsi pour l'ensemble de vos membres. Progressivement, chaque point de contact de votre corps avec

l'environnement (dos contre la chaise, omoplates, tête, etc.) doit être ressenti comme un point d'évacuation de tension nerveuse. Jusqu'à percevoir une fuite d'énergie par le biais de ces médias. En une dizaine de minutes, votre corps sera entièrement décontracté et reposé.

Une fois que vous aurez pris l'habitude de faire cet exercice, concluez-le par un mot ou un geste particulier lors de votre « réveil ». Ce comportement constitue un ancrage, nécessaire si vous souhaitez reproduire rapidement cette sensation. Avec de l'entraînement, vous pourrez ressentir une émotion de bien-être, résultat du processus entier uniquement, en effectuant ce mouvement. Cela peut être un lent tour de poignet, par exemple.

L'exercice sophrologique est nécessaire pour venir au suivant. En matière de séduction, de conviction et d'attraction, comme nous l'avons vu, tout est question d'attitude. Or comment être en permanence dans une attitude disposée à attirer autrui ? Rassurez-vous immédiatement, c'est impossible. Mais une programmation d'attitude positive et attractive, car chaleureuse, est réalisable par le même autoconditionnement. Nous appellerons ceci le processus de *recall*.

• ***Le processus de recall***

Dans ce théâtre humain dont nous faisons partie, nous jouons tous, à un moment ou à un autre, un rôle. Celui de séducteur en est un. Celui de communicant positif également. Ce rôle, on ne peut le remplir que si on le joue volontairement. On le remplit encore mieux si on crée des moyens d'émotions.

Toute habitude, tout talent se forment et se fortifient par les actions qui leur sont analogues. Marchez pour être marcheur, courez pour être coureur. Voulez-vous savoir lire ? Lisez. Savoir écrire ? Écrivez. Restez couché dix jours, puis essayez de faire une longue route, et vous verrez comme vos jambes seront fortes ! Une fois pour toutes, si vous voulez prendre l'habitude d'une chose, faites cette chose. (Épictète, *Entretiens*, II, 13.)

Certaines sensations peuvent subitement entraîner un état général. Par processus de remémoration. Cela nous arrive parfois sans que nous le souhaitions par un phénomène nommé le *déjà-vu*. Cette sensation d'avoir déjà vécu la situation présente ou d'avoir déjà été témoin d'un événement qui vient de se produire sous nos yeux. Il existe plusieurs dizaines de théories tentant d'expliquer les raisons du phénomène de déjà-vu. Pour certains, il s'agit d'une fausse remémoration due à une ressemblance avec la situation présente et un événement vécu mais oublié. Pour d'autres, un arrêt de l'activité cérébrale pendant une fraction de seconde, entraînant un sentiment de duplication de souvenir. Enfin, même certaines religions se sont emparées de ce phénomène pour essayer d'y trouver la preuve de la réincarnation.

Le processus de *recall* permet d'obtenir la même impression que l'on ressent lors d'une expérience de déjà-vu, mais à deux différences près :

- Il est activable n'importe quand, selon son bon vouloir.
- Son but n'est pas un choc émotionnel interne, mais un calibrage de soi pour émettre une attitude positive face à son interlocuteur.

Deux différences importantes, car le *recall* vous calibre automatiquement sur une attitude positive lorsque vous devez communiquer, rentrer dans un processus de séduction ou de conviction, sans avoir à faire d'effort de synchronisation avec votre sujet ou d'observation de celui-ci. Immédiatement, vous vous placez dans une attitude agréable pour lui. Vous peaufinez votre synchronisation ensuite.

Comment s'effectue le *recall* ? Il s'agit d'une programmation mentale. Tout comme l'état de sérénité résultant d'un entraînement sophrologique, le *recall* procède du même *modus operandi* : l'autosuggestion. Une image mentale vaut mille mots. Donc voici comment procéder :

— Installez-vous confortablement dans un endroit calme, en ayant pris soin d'avoir devant vous une dizaine de minutes de tranquillité.

— Fermez les yeux et calibrez votre respiration sur le rythme de cohérence cardiaque que nous avons évoqué plus haut. Pendant quelques minutes. Juste afin de décrocher mentalement de votre rythme habituel. Celui d'un être humain occidental moderne : pressé.

— Cherchez sans hâte mais avec calme et tranquillité un souvenir très agréable pour vous. Lors duquel vous avez été particulièrement fier de vous ou, tout simplement, heureux (une vente réussie, une promotion obtenue, des bons moments passés en compagnie de vos amis, etc.). Prenez votre temps dans le choix de ce souvenir. Il doit nécessairement vous irradier. Vous vous surprendrez à vous remémorer plusieurs souvenirs positifs que vous aviez simplement occultés en raison de la *pollution des échéances* ou des *craintes inutiles* dont nous parlions plus haut. En vous remémorant un bon souvenir, ces virus mentaux disparaîtront d’eux-mêmes.

— Une fois que vous tenez ce souvenir en tête, amplifiez-le. À tous les niveaux. Cherchez dans votre mémoire tous les détails correspondant à cette scène. Tous. Tenue du client lors de la vente réussie, ce qu’il y avait sur le bureau de votre boss lorsque vous avez été promu, quels parfums portaient vos amis lors de ce bon moment... Là encore, prenez votre temps. Vous vous êtes octroyé ce temps. Replongez-vous totalement, de façon sensitive, dans ce souvenir. Les sensations, progressivement, vont réapparaître. Y compris certains signaux aussi minimes que des stimuli olfactifs, à votre plus grande surprise. Cela est susceptible de vous déstabiliser. Ne vous déconcentrez pas à ce moment. Au contraire, il s’agit du plus important.

— Il y a de grandes chances que vous souriez lors d’un processus de *recall*. Instinctivement. Laissez-vous faire. Vous pouvez même rire. Laissez votre souvenir prendre possession de vous mais ne le consommez pas comme une éphémère jouissance. Faites-le durer. Augmentez l’intensité de ces sensations. Au moment où vous aurez atteint ce que vous sentez être un état optimal, joignez vos mains, doigts croisés, et imaginez-vous canaliser l’intégralité de ce flux d’énergie entre vos paumes. Comme une boule d’énergie, prisonnière de vos mains. Vos paumes de mains vont chauffer de façon naturelle, mais le conditionnement du *recall* amplifiera cette sensation.

— Une fois que vous avez atteint votre maximum de concentration énergétique, prononcez ce mot à haute voix : « *recall* ». Ouvrez ensuite les mains, paumes vers le ciel. Sans bouger les bras. Vous sentirez une propulsion de sensations vers l’extérieur. Attendez quelques instants, n’ouvrez pas les yeux, et recommencez la concentration d’énergie en joignant à nouveau vos mains (*recall*). Puis relâchez. Faites l’exercice plusieurs fois d’affilée. Enfin, relâchez l’intégralité de cette énergie.

Vous vous sentirez certainement fatigué après cet exercice. Ce qui est tout à fait naturel, puisque vous effectuez un effort de programmation mentale et de concentration. Attendez dès lors quelques instants avant de reprendre votre réalité quotidienne et de sortir de ce passé si agréable. Mais, lorsque vous aurez un moment devant vous, quelque temps plus tard, une heure, par exemple, asseyez-vous, fermez les yeux, effectuez une respiration de cohérence cardiaque pendant une minute à peine, puis joignez vos mains comme dans le processus décrit plus haut en prononçant le mot : « *recall* ». Une partie des sensations réapparaîtra instantanément. Et votre attitude en sera modifiée.

Le processus de *recall*, exercé régulièrement, en changeant de souvenir ou en gardant le même en permanence, donne au sujet qui le maîtrise la capacité de se placer dans une disposition agréable pour lui-même, et donc pour les autres, car le *recaller* entraîné ne présente plus aucun signe extérieur d'anxiété ou de contrariété, en quelques secondes à peine, et cela même confronté à une situation d'ordinaire stressante. D'autre part, la suggestion de projection d'énergie, associée à un langage corporel ouvert à l'autre, optimise la communication interindividuelle. Une dernière chose au niveau du *recall*. Cette sensation ressentie au niveau des mains. Elle constitue à elle seule un enseignement. Considérez toujours vos mains comme des projecteurs d'émotions positives. Votre langage corporel s'en ressentira. Nous avons ensemble ressenti cela lors de l'exercice des postures. Les mains y occupaient une place déterminante.

• ***Le développement de l'intensité du regard***

En magnétisme, le regard a une importance cruciale. Nous observons tous, mais tous les yeux n'ont pas la même puissance. Pourtant, au grand dam du culte de l'apparence, ceci n'a rien à voir avec la couleur des yeux, leur forme ou leur positionnement. Un serpent n'a pas les yeux de Kate Moss. Pourtant, en se servant d'eux, il fascine l'oiseau et fait tomber la pauvre créature de son bout de branche pour la dévorer.

Pour augmenter rapidement l'effectivité d'un regard, il y a un point dont il faut s'affranchir immédiatement : l'effronterie. C'est un faux ami. Qui n'a rien à voir avec la nonchalance du praticien en *misdirection*.

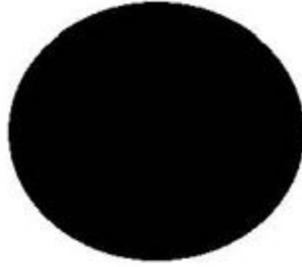
L'arrogance d'un regard, son effronterie, est perçue instinctivement par le récepteur comme l'arme du faible. Et représente ainsi une attitude polluante. En voulant se placer dans une attitude dominante, le timide effronté exhibe sa posture de dominé. En revanche, un regard calme, fixe et détendu est un moyen d'influence. Comme nous l'avons vu dans le premier tome de cet ouvrage, un des signaux corporels qui trahissent un menteur lorsqu'il est confronté à son forfait réside dans la dispersion de son regard. Porté sur les objets posés sur le bureau du policier qui l'interroge ou encore déviant instinctivement vers le bas dans le cadre de la micro-expression de honte telle que décrite par Paul Ekman.

Ne pas disperser son regard et éviter de masquer sa timidité par de l'arrogance ou de l'effronterie sont les premières attitudes à adopter pour optimiser l'influence d'un regard. Les femmes, comme nous l'indiquons plus haut, ont naturellement plus de maîtrise que les hommes de leur propre regard. Une femme attirée par un homme le regardera dans les yeux, puis détournera la tête, puis reviendra vers lui. Elle n'a pas besoin d'en faire plus pour établir le contact. L'homme, dans une posture plus prédatrice lors d'opérations de séduction, multiplie trop souvent les signaux de séduction jusqu'à entraîner l'effet inverse de celui désiré : une saturation.

Dans tous les cas, pour intensifier la puissance magnétique d'un regard, il faut, et c'est le point essentiel, ne pas tomber dans le piège de la fatigue oculaire. L'exercice de *recall* dont nous parlions plus haut et qui vise la construction interne d'une émotion positive, avant de la projeter, nécessite du calme et se veut apaisante. Idem pour une optimisation du regard. Si vous dirigez votre regard avec trop de force sur un point précis, très vite votre vision se brouillera, votre cible s'estompera et la fatigue oculaire frappera vos paupières qui s'affaibliront.

Voici un exercice simple pour entraîner l'intensité et la concentration de votre regard. Simpliste, diront certains ? Une base pour l'entraînement des snipers de l'US Army. Fortification des muscles situés autour du globe oculaire.

Prenez le dessin ci-dessous et reproduisez-le sur une feuille blanche. Ou tout simplement, après avoir lu les explications, posez le livre à une distance de deux mètres de vous et fixez ce dessin.



Asseyez-vous de façon que votre dessin ou cette image soit placé directement en face de votre champ visuel. Une fois ceci fait, regardez fixement ce rond noir. Aussi longtemps que cela vous sera possible. Chronométrez-vous. Cet exercice a pour objet de vous entraîner à la fixité et à l'intensité du regard. Ne cessez que lorsque vous ressentirez une véritable fatigue. Et mesurez vos progrès, périodiquement.

Faites le même exercice (posture et placement similaires), mais cette fois-ci en fixant ce point noir obliquement. Cela entraînera vos yeux à concentrer leur attention sur une cible fixe. Quelle que soit la posture. Enfin, encore le même exercice, mais avec la tête en mouvement. De droite à gauche ou de gauche à droite. Jusqu'à ce qu'il soit possible de regarder ainsi sans fatigue une cible pendant plusieurs minutes.

In fine, répétez les mêmes exercices, et cette fois-ci non seulement le plus longtemps possible, mais sans ciller une seule fois. Au premier clignement, l'exercice s'arrête, vous avez perdu. Reposez-vous, et recommencez plus tard. Un sniper ne peut pas se permettre de cligner des yeux au moment où sa cible passe. Il meurt ou il est viré. Pour nous, c'est moins embêtant. Mais tout de même.

Une fois cet exercice maîtrisé, dirigez votre regard non plus vers ce point, mais vers votre propre reflet, devant un miroir. Navré, pas de miroir dans ce livre. Fixez votre propre image en dirigeant vos regards entre les deux yeux, à la racine du nez. C'est cette attitude qu'il convient de prendre en face d'un interlocuteur. Les hindous nomment cette position l'« œil de Çiva ».

Lorsque ces exercices seront effectués avec constance, mélangez le processus de *recall* suivi immédiatement d'un entraînement oculaire devant votre propre reflet : vous venez de faire connaissance avec une personne irradiante. Devez-vous pour autant toujours regarder fixement votre

interlocuteur ? Grand Dieu ! gardons-nous en. Cela le mettrait mal à l'aise. Néanmoins, la concentration nécessaire d'un regard est déterminante lorsque vous vous placez dans la situation optimum pour captiver : non pas une exhibition de vos propres réussites futiles dont votre interlocuteur se fiche comme de son premier biberon, mais... l'écoute.

• *L'oreille pour miroir*

Un individu qui séduit vraiment n'est pas égoïste ou exhibitionniste, mais tourné vers les autres. Comme l'arrogance est une erreur en matière de regard, la vantardise en est une autre au niveau de la séduction. Pensez du bien de votre interlocuteur, inconsciemment, vous penserez ainsi du bien de vous-même. Même mécanique qu'un illusionniste emploie lorsqu'il est confronté à un spectateur difficile, ce qui nous est, dans ce milieu, arrivé à tous. Le prestidigitateur contourne la difficulté en faisant du spectateur difficile un sujet d'attention pour le public. Voire un complice. Ouvertement. En interne, nous appelons cela la « neutralisation d'emmerdeurs ».

Selon Arthur Schnabel, pianiste de génie : « Je n'utilise pas les notes de façon différente d'un autre pianiste, mais j'utilise mieux les pauses entre les notes, et c'est là que se cache l'art¹⁷. »

Quand deux personnes échangent pour la première fois, elles ne savent, *a priori*, rien sur l'autre. Le travail de l'attirant est donc d'être observateur et de poser des questions ouvertes qui ne peuvent entraîner de réponse comme « oui » et « non » mais qui commencent par « qui », « quoi », « comment », « quand ».

« Comment as-tu connu cet endroit ? » Cette phrase ne vous rappelle rien ? Elle est employée systématiquement par les commerces ou les sites Internet, qui vous demandent de répondre à une forme d'enquête de satisfaction : « Comment avez-vous connu cet endroit ? » Elle n'est pas anodine. À tous les coups, vous constaterez parmi les suggestions de réponses à cocher : « Par un ami ». Souvent, vous aurez effectivement connu cet endroit par un ami. En cochant une simple case, vous venez de faire ce que ces fiches publicitaires attendent de vous : une jonction d'affect entre vous et le commerce en question. En matière de séduction, c'est la même chose. Les questions ouvertes permettent de savoir ce que l'autre

aime et, comme par hasard, d'aimer les mêmes choses que lui. Au même titre que la maîtrise de son langage corporel, l'intensité de son regard, le décryptage du non-verbal, l'attitude positive et rassurante de calme, la projection d'émotions irradiantes, les patterns contaminants, l'écoute est ainsi déterminante.

À l'inverse, voici quelques échantillons de ce qu'il ne faut pas faire : parler de soi. Dire tout le temps « je ». Succincte compilation de bourdes :

- Quand je regarde tes yeux, je suis retourné par leur beauté.
- Je n'aime que toi.
- Je trouve que tu dégages un réel charisme.
- Je te trouve charmant(e).
- J'ai envie de te confier quelque chose d'important : tu me fais fondre.
- Mon cœur est paralysé lorsque mes yeux te regardent.

Moi, moi, moi, moi, moi. Qu'est-ce que l'autre en a à faire ? Rien. Enfin si, mais seulement si vous l'attirez. Or, pour l'attirer, être en empathie avec lui est primordial. Pour être en empathie, il faut l'écouter. Pour l'écouter, il faut qu'il parle. Et pour qu'il parle, il faut le pousser à parler. Non pas comme dans un interrogatoire de la CIA, mais à la manière d'une douce symphonie de rebonds. De relances de conversation. Les « je » dans une phase d'approche sont les déchets du verbe.

En revanche, le *self-service bias* est son joyau en matière d'attraction. Un *self-service bias* est la tendance pour une personne ayant une estime relativement positive d'elle-même à interpréter les choses en adéquation avec ses propres croyances. Et ainsi à croire des choses positives à propos d'elle. Toute déclaration concernant l'ego qui soit raisonnable et positive sera acceptée et crue. Donc une validation de son interlocuteur pour chacune des informations glanées, appréciée. Accompagnée d'un commentaire personnel. Voici pourquoi disposer d'une bonne culture générale pour pouvoir rebondir sur une majorité de sujets constitue une autre arme d'attraction.

L'écoute permet également aussi d'utiliser une autre technique : le *vividness effect*.

Cet instrument de *hacking mental* repose sur le principe suivant : un témoignage personnel a toujours plus de poids qu'un fait statistique. Voilà pourquoi quelqu'un qui répondra à l'expression d'un goût quelconque par une statistique aura l'air d'un parasite à pustules (oui, le pire existe) alors qu'un praticien qui symétrisera l'émotion de son interlocuteur en lui faisant écho par une expérience personnelle semblera... charmant.

Exemple :

— Vous voyagez souvent ?

— Non, j'ai très peur de l'avion.

— Mais vous n'avez aucune raison d'avoir peur ! Statistiquement, il n'y a que deux accidents d'avions par million de vols !

Ceci est un parasite à pustules. Réponse pensée, instinctive :

— Pauvre abruti, si je te dis que j'ai peur en avion, c'est parce que j'ai peur de me retrouver crashé(e) dans un de ces deux accidents, justement. Et puis tes statistiques, ça me gonfle.

Contre-exemple :

— Vous voyagez souvent ?

— Non, j'ai très peur de l'avion.

— Idem, un jour, alors que je prenais l'avion... [Évocation rapide d'un risque d'accident d'avion imminent, vécu ou non.] Comme vous avez raison. Ce genre de sensation ne s'oublie jamais. Vous avez déjà ressenti d'autres sensations de ce type ? Ce genre de montées d'adrénaline ?

Self-service bias + *vividness effect* = vous pénétrez l'intimité sensorielle de votre sujet. Suite à un partage d'émotions communes, il/elle va se livrer.

Un exemple pratique de *self-service bias*¹⁸. Flashez le code suivant ou allez jeter un œil sur la description de vous-même. En direct. (Livre ultramoderne, équipé de détecteurs captant les réactions du lecteur pour dresser des portraits sur mesure de ce dernier selon ses réactions aux expériences. Promis.)

Page codée. Mot de passe : selfservice.



Les techniques de *self-service bias* et de *vividness effect* ont un impact sûr. Néanmoins à condition de raconter une histoire censée avoir été vécue. En symétrie avec le ressenti de l'interlocuteur et, surtout, courte. Pas une légende urbaine. Les légendes urbaines ont un effet sur les masses, mais très peu dans les relations interindividuelles.

Exemple :

— J'adore l'astronomie. Ça me passionne.

— Ah oui ? Tu savais que la muraille de Chine est la seule réalisation de l'homme visible depuis l'espace ?

Ceci est une légende urbaine, mais ça peut passer. Par contre, si vous tombez sur quelqu'un de censé, en plus de passer pour un abruti, vous aurez droit à la réponse suivante :

— Mouais, enfin, bon... La muraille de Chine est longue mais pas large. Si elle était visible depuis l'espace, ce serait la même chose pour les autoroutes. Tu gobes vraiment n'importe quoi.

Réponse qui calme. (Décidément, entre les autoroutes et la « bravitude¹⁹ », la muraille de Chine porte malheur.)

En utilisant une combinaison de plusieurs techniques de ce genre, certains gourous de la séduction sont apparus aux États-Unis. Développant le concept de *speed seduction*. Aucune réplique réelle de ces personnes n'est encore apparue en France, le dernier que j'ai vu à l'œuvre s'étant fait ridiculiser dans une émission de télé-réalité. Néanmoins, il faut avouer que ces gourous américains de la *speed seduction*, pour les avoir étudiés de près et m'être rendu à certaines conférences afin de constater par moi-même leurs méthodes, sont réellement efficaces. Pervers narcissiques, pour sûr,

mais diablement efficaces. J'appellerai leurs techniques les « ruses de Sioux ».

La speed seduction : les ruses de Sioux

L'homme qui a inventé la méthode dite de *speed seduction* s'appelle Ross Jeffries. Cette méthode, très populaire aux États-Unis où l'individu est devenu une véritable machine à cash, est une fusion de certaines des techniques que nous avons décrites plus haut pour diriger et attirer l'attention d'un être vers le but souhaité. But qui peut être artistique, politique, thérapeutique ou... en l'espèce : sexuel.

Principalement, Ross Jeffries utilise la même technique de *hacking mental* que les pickpockets : la rupture de programmation. La rupture de pattern. Associée à une dose d'hypnose indirecte camouflée, ou *black ops*. Il n'a inventé aucune des deux mais a popularisé leur fusion. La paternité de rupture de programmation mentale revient à Robert Bandler, dans ses écrits sur la programmation neurolinguistique. Quant à la *black ops*, elle est également une fusion des quelque dix-huit écoles d'hypnose différentes, nous avons ici traité des principales. La popularité de la *speed seduction* émane du constat suivant : certaines des techniques utilisées par Ross Jeffries pour séduire sont clairement efficaces. Elles présentent cependant un inconvénient majeur : ces techniques ne s'appliquent qu'aux hommes voulant séduire rapidement une femme. Donc pas de marché français de *speed seduction* pour les femmes. (Pour l'instant... mais ça arrive. Dernière tendance américaine : comment briser le ménage d'un homme qui tient bon.) 700 dollars la méthode, soit plus de 40 fois le prix de ce livre. Dix fois moins de techniques dedans, mais il existe toujours une clientèle lorsque l'on vend du rêve.

Voilà pourquoi avec un groupe composé de femmes, d'hommes, travaillant dans le marketing, l'avocature, le renseignement, l'illusionnisme, le monde artistique, la vente, le milieu médical, et qui sont dans les remerciements de ce livre, nous nous sommes penchés sur la possibilité d'unifier une partie de cette base afin de la rendre utilisable par les deux sexes. En étudiant les principales techniques en question une par une. À titre personnel, dans le cadre de conférences ou de formations en entreprise,

j'ai pu constater l'utilité de cette base de réflexion commune dans d'autres domaines que la séduction. Et bien au-delà des instruments utilisés par Jeffries. Comme la prise de décision en équipe. La gestion de conflits, la réinstauration de l'autorité, ou du commandement, pour une hiérarchie déstabilisée ou, à l'inverse, la détection de tentatives de manipulation mentale dans les programmes de formation proposée à des comités d'entreprise.

Mais revenons aux ruses de Sioux. Une des jeunes femmes de notre groupe faisait deux réflexions très justes à propos de ces techniques de séduction contemporaine :

— Quand une femme est séduite (rapidement ou pas), elle aspire rapidement à s'arrêter au lit.

— Il y a de l'idée. Je ne sais pas si on peut ainsi mettre une fille dans son lit mais il est clair que la séduction est bien amorcée si l'intonation, le regard, l'attitude et la posture ont été mis en place.

Intonation, regard, voix, posture, tout ce que nous avons déjà travaillé précédemment. Tous, nous convenions que le concept de question ouverte, tel que nous l'évoquions plus haut, était un socle de la *speed seduction*. Un socle, mais pas seulement en matière de séduction. Dans de multiples domaines. La plaidoirie en est un. Une succession de questions ouvertes auxquelles personne ne peut répondre mais que tout le monde doit écouter, car l'usage veut que l'avocat ne soit pas interrompu dans sa plaidoirie, peut provoquer un brouillage mental chez les individus à qui elle est adressée.

Attardons-nous sur un autre exemple, plus large : les formations en entreprise. Dans un séminaire de communication interpersonnelle, il arrive fréquemment que l'on pose la question suivante aux participants : « Pour vous, qu'est-ce que signifie le mot "apprendre" ? » Chacun a sa propre vision de ce mot (échanger, s'enrichir, prendre du plaisir, s'amuser, etc.).

Les mots fusent dans tous les sens, raison pour laquelle nous remettons aux participants des feuilles pour que ceux-ci consignent leurs réponses à cette question et à d'autres afin que chacun expose son point de vue aux autres. Pour les amener vers une direction commune, voulue depuis le début du séminaire par le formateur et qui coïncidera avec toutes les réflexions évoquées par les participants, écrites au fur et à mesure de leur énoncé sur un tableau blanc :

Apprendre = changer. Voilà pourquoi cette question est posée au début de ce type de séminaire. Pour conditionner l'individu mentalement, le préparer au fait qu'il va s'opérer un changement en lui après l'apprentissage auquel il va participer. C'est de la manipulation mentale, clairement. Mais utilisée dans un bon sens : répondre à une demande (optimisation, résolution d'un problème) et placer les participants dans un état de réceptivité suffisant pour qu'ils soient absorbés par les réponses proposées comme solutions à leur problème. De même, en matière commerciale, la question ouverte est la base de la phase de découverte du client lors de la négociation. Sur ce point, Ross Jeffries n'a rien inventé. Nous non plus, d'ailleurs. Socrate, peut-être.

En revanche, Jeffries reprend avec constance comme tous les autres gourous de la *speed seduction*, et tous les coaches sportifs, artistiques, de développement personnel, etc., un précepte vieux comme Hérode mais bien utile : l'entraînement. En matière de séduction comme pour une manipulation de cartes, un exercice de *recall* ou un revers au tennis, l'entraînement est primordial.

Le but est donc la répétition : se promener avec un objectif concret. Un objectif concret est un objectif vérifiable, donc avec une donnée fixe à atteindre. L'objectif concret, ici : aborder une vingtaine de personnes dans une journée. Peu importent les réactions de rejet. De préférence, pour celui ou celle qui souhaite optimiser les résultats, les entraînements décrits dans les chapitres précédents devront avoir été maîtrisés au préalable. S'entraîner d'accord, mais s'entraîner dans la joie. S'entraîner en considérant l'entraînement comme un jeu. Donc aborder vingt personnes. Régulièrement. Une fois par semaine, par exemple. Vivre ou s'exercer dans une grande ville est préférable. Sinon, vous risquez de passer pour le/la pervers(e) du village. À moins que ça ne vous convienne et, dans ce cas-là, tant mieux.

Souvent, on demande de faire des répétitions sur ce point dans les techniques employées par les coaches en *speed seduction* : entraînez-vous – *you are training*. Ce qui rappelle fortement le fameux « *note it* », de Ron Hubbard. Ce faisant, l'entraîné est lui-même, pour son propre bien (une réponse à sa demande), manipulé.

Un autre point : gardez vos secrets pour vous. Normal. Imaginons : « Tiens, je vais t'hypnotiser, tu ne t'en rendras pas compte et, dans moins de

trois heures, nous couchons ensemble. » Traduction illusionniste : « Je vais prendre cette carte que j'ai contrôlée sur le dessus du jeu, l'emmener dans ma poche en l'empalant dans ma main droite et, ensuite, la ressortir. À ce moment-là, tu seras ahuri(e). » Efficacité : zéro.

Seconde manipulation utile pour le praticien. Au profit du client *speed* séducteur. En insistant sur le caractère occulte de la méthode, de l'hypnose *underground*, le coach suggère au praticien qu'il dispose d'un as dans sa manche. D'une arme secrète. Donc d'un avantage. Dès lors, celui-ci gagne en confiance. Par association d'idées. Le processus est semblable lorsque les praticiens de la *speed seduction* recommandent de toujours rester concentré sur le but fixé : séduire. En sachant que l'on dispose d'armes secrètes. Cela permet une distanciation émotionnelle entre le séducteur et l'être qu'il convoite. Le *speed* séducteur ne s'investit pas au niveau émotionnel. Il ne peut pas le faire. Il simule. Comme l'illusionniste, il ne peut être captivé par l'effet de son propre tour pour l'exécuter parfaitement. Cette distance est nécessaire pour opérer.

De même que, dans ce livre, le culte de l'apparence, à juste titre, est neutralisé par l'école Jeffries. Au prétexte que l'homme pense que la femme est d'abord attirée par un physique alors qu'en réalité il s'agit d'une personnalité. D'où une succession de réflexions rassurantes et encourageantes sur le physique de l'homme, et quelques conseils pour optimiser ce dernier.

Mais cela est vrai pour les deux sexes. Sujet sur lequel Jeffries ne s'est pas penché. Combien de ménages furent brisés alors qu'un homme quittait sa femme pour une autre, moins charmante physiquement que sa femme ou ne remplissant pas les critères « scientifiques » de beauté énoncés en début de chapitre ? Des millions. Une image parlante : celle du trio Diana/Charles/Camilla Parker Bowles. Inutile de mettre côte à côte une photo de Diana et de Camilla pour comparer leur beauté. Pour autant, le prince de Galles avait clairement fait son choix. Comme des millions d'autres hommes avant et après lui. Pourquoi ? Pas pour le physique, c'est évident. Parce qu'il était attiré par une personnalité, plus certainement. Ou parce que Camilla a su être extrêmement plus sensuelle dans certaines situations, ce qui, là encore, correspond à une attitude et non à un physique. Tentez un exercice de *recall* en vous remémorant ce que vous estimez être

votre plus belle prouesse sensuelle ou sexuelle. Votre réaction instinctive vous amusera.

Imaginez maintenant un processus de *recall* inversé. Vous êtes dans ce que notre petit groupe appelle les « techniques de Sioux ». D'ailleurs, si vous voulez nous rejoindre dans nos échanges, c'est par ici : ID = 285D909.

Il s'agit d'un groupe BBM. (BlackBerry Messenger, eh oui, malgré la puissance de suggestion décrite par Bossuet en début d'ouvrage, nous demeurons fans de Sherlock Holmes version BBC et de la sécurisation de données.)

Deux règles :

- 1) Se présenter dans la section adéquate et être poli.
- 2) Il n'y a pas d'autres règles.

Revenons au *recall* inversé. Dans un processus de *recall*, vous rentrez dans une phase d'autohypnose pour ressentir des sensations positives afin de pouvoir déclencher des attitudes optimales lors d'une phase de communication. Dans un *recall* inversé, le même effet se produit, mais sur votre cible, sans que celle-ci s'en rende compte. Il s'agit d'hypnose *black ops*, commençant par les mots : « Avez-vous déjà... » Mots décrits par Ross Jeffries dans ses conférences ou vidéos comme les portes de l'enfer. L'homme a le sens de la formule. Car il a raison. En demandant une remémoration, avec politesse, en utilisant une attitude calme, sereine et rassurante, le sujet va se plonger dans ses propres souvenirs. Comme vous dans un processus de *recall*.

Bien sûr, ces portes de l'enfer, ces trois mots : « Avez-vous déjà... », doivent être suivis de l'évocation d'une expérience excitante. Exemple : « Je sais que ça peut paraître étrange, mais vous êtes-vous déjà senti totalement relaxé(e) et apaisé(e) en parlant à une personne que vous connaissez à peine, que vous venez de rencontrer ? Parfois, ça arrive, quand cette forme de connexion, ce contact s'établit entre *eux* et *nous*. » Phrase qui doit être prononcée rapidement, comme une expérience qui vous a vous-même surpris(e), avec un geste des mains rapide, d'ouverture rapide des doigts comme une sorte d'explosion. Quelque chose qui vous est arrivé, que vous cherchez à comprendre et à partager. D'où l'importance cruciale du *eux*. Remplacez ce mot par « lui » ou « elle » (c'est-à-dire vous) et la technique est ruinée. Idem pour le mot *nous*. Qui induit une complicité

immédiate. En outre, vous parlez des autres. Ce que tout le monde aime faire. Une fois la réponse obtenue, l'objectif est d'amplifier le sentiment ressenti. Progressivement. En échangeant.

Ainsi, en demandant des exemples : qu'est-ce que la personne ressent lorsque cela arrive. Au premier refus de communication de la cible, surtout, ne jamais demander le *pourquoi* du refus. Pour deux raisons. D'une part, c'est une attitude de soumis. D'autre part, le *pourquoi* entraîne une réactivation de l'esprit critique qui neutralise totalement l'hypnose *black ops*. Changez de sujet. Tout simplement.

Une technique fort utile afin d'éviter le refus en *speed seduction*, toutes écoles confondues (car comme pour l'hypnose il y a plusieurs courants), est celle dite du *fluff* (dérivé de bluff), ce qui signifie du papotage. En illusionnisme ou en mentalisme, nous appellerions cela du *cold reading* (lecture à froid). De la captation d'information. Un chapitre entier est consacré à la lecture à froid dans le tome précédent de cet ouvrage, mais si vous souhaitez en savoir plus sur le *cold reading*, c'est ici²⁰ :



Le *fluff* permet au *speed* séducteur, comme le *cold reading* pour le mentaliste ou la technique de l'hameçonnage pour l'agent de renseignement, de récupérer de l'information dans le cadre d'une discussion qui semble banale. Mais qui doit, en matière de séduction, toujours être basée sur des émotions ou des sensations. Pour pouvoir ensuite procéder au *recall* ou enchaîner sur un pattern de suggestion.

Exemple, vous savez que votre cible va souvent faire de la randonnée :
— Qu'est-ce que tu as fait ce week-end ?

— J'ai été faire de la rando.

— Ah oui, tu as vu des choses intéressantes ?

— Blablabla...

— Tu as pris des photos ?

— Blablabla...

— Tu en fais souvent ?

— Blablabla...

— On se sent bien mieux après, non ?

— Blablabla...

— Je ressens ça aussi. J'en ai fait une fois ou deux. Faudrait que je le fasse plus souvent... Quel endroit me recommandes-tu ? Celui où, toi, tu te sens le mieux.

— Blablabla...

Captation d'information à l'insu de l'interlocuteur. Et progressivement, lent dérivé vers les émotions, le ressenti, un vécu, une remémoration. Pour enchaîner sur un diabolique :

— As-tu déjà...

Comment faire la différence entre un *speed* séducteur et quelqu'un qui s'intéresse réellement à vous ? Si le *speed* séducteur est très entraîné, c'est tout bonnement impossible. Autant vous rassurer tout de suite. Surtout s'il rajoute à la *speed seduction* la remémoration symbolique. À laquelle Ross Jeffries n'a pas pensé mais qui est utilisée par les illusionnistes, lorsqu'ils laissent une carte signée en souvenir, par exemple. Pour comprendre, il faut revenir à ce qu'est un symbole, à son origine. Vous allez très vite comprendre. Initialement, un symbole est un objet coupé en deux. Deux personnes en gardent une partie, deux séquestres. Parfois un créancier et un débiteur, parfois deux religieux, parfois... deux amoureux. En rapprochant les deux parties de l'objet, ils reconnaissent instinctivement les liens sensitifs qui les relient en tant qu'être humain. Ils se reconnaissent en lui. L'objet évoque le fait qu'une communauté a été formée et que, quoiqu'il arrive, elle peut se reformer. Carl Jung décrit fort bien cela en indiquant que le symbole possède une propriété d'interpénétration. Les contenus symboliques présentent ce que Jung appelle une affinité sensorielle. Le symbole devient le substitut de l'émotion liée à une relation.

Exemple : vous êtes en pleine phase de cristallisation amoureuse avec votre conjoint(e), tout se passe bien et, lors de cette phase de bonheur, vous

adoptez un animal domestique. Puis crise des cinq ans (légende urbaine), violence, tromperie ou toute autre raison vous pousse à vous séparer. Reste ce petit chien à la bonne bouille. Il est un symbole. À la différence près que, moralement, on peut difficilement le couper en deux. Voilà pourquoi l'être quitté s'en émouvra tant en regardant cette créature. Qui, elle, reste là. Le rappel est pour le cœur ce que l'eau est pour le poisson.

Le symbole est une très bonne technique pour renforcer un lien dans un processus de séduction. Pratique, en plus. Car il peut prendre toutes les formes. Vous venez de passer un bon moment avec l'être que vous séduisez. C'est normal. Vous utilisez un langage corporel parfait, avez décrypté le sien, bien utilisé votre regard, déployé des émotions harmonieuses et, pour couronner le tout, vous l'avez placé en état de semi-hypnose par un enchaînement *fluff*/pattern. Pourquoi se priver d'un symbole ? Un bout de papier déchiré en deux, promesse de se revoir. L'emballage d'un bonbon, un pétale de fleur, n'importe quel objet. Du moment qu'il est lié à une affinité sensorielle. Si vous utilisez comme symbole un des objets que vous avez employés dans une démonstration nonchalante de mentalisme de spectacle, encore mieux.

Pardon ? Vous ne savez pas faire de mentalisme de spectacle. Ce qui signifie soit que vous n'avez pas trouvé le mot caché dans le précédent volume, soit que vous n'êtes pas en possession de celui-ci.

Dans les deux cas, pour vous remercier d'avoir acquis le second, je vous livre le code caché dans le premier. Un mot mal orthographié, volontairement. Pour que vous le trouviez. Il s'agissait du mot de passe « gayssaud ». En le tapant sur cette page codée²¹, vous aurez accès à des dizaines de tours impromptus de mentalisme réalisables dans n'importe quelles conditions. Facilement exécutables. Largement de quoi créer de toutes pièces un « symbole » chargé non seulement du bon moment que vous venez de passer, mais également d'une expérience magique amusante.



1. Peter Biskind, *Star. How Warren Beatty Seduced America*, New York, Simon & Schuster, 2010.
2. Albert Mehrabian et Morton Wiener, « Decoding of Inconsistent Communications », *Journal of Personality and Social Psychology*, vol. VI, n° 1, 1967, p. 109-114.
3. Neil Strauss, *The Game : les secrets d'un virtuose de la drague*, Vauvert, Au diable vauvert, 2008.
4. Philippe G. Schyns et Aude Oliva, « Dr. Angry and Mr. Smile : When Categorization Flexibly Modifies the Perception of Faces in Rapid Visual Presentations », *Cognition*, vol. LXIX, n° 3, janvier 1999, p. 243-265.
5. <http://bit.ly/mentalismetestvisuel>
6. Daniel Druckman, *Enhancing Human Performance : Issues, Theories, and Techniques*, Washington (D. C.), National Academy Press, 1988, p. 110.
7. <http://bit.ly/testvisuelsolution>
8. Baldassare Castiglione, *Le Parfait Courtisan et la Dame de cour*, Paris, Étienne Loyson, 1690.
9. Robert Greene, *Power. Les 48 lois du pouvoir*, Paris, Leduc, 2011.
10. La conférence TED se donne pour mission de « propager des idées » et met gratuitement à la disposition du public les meilleures conférences sur son site Internet. Les exposés couvrent un large éventail de sujets, tels que la science, les arts, la politique, les questions internationales, l'architecture, la musique et plusieurs autres sphères de compétences. Les intervenants viennent de tous

horizons. Cette conférence se tient deux fois par an dont une à Monterey, en Californie.

11. <http://bit.ly/mentalismesourire>
12. <http://bit.ly/mentalismeCIA>
13. Jeffrey E. Young, *Reinventing your Life*, New York, Dutton, 1993.
14. Bernard Aujan, ancien commissaire divisionnaire à l'ex-DST, entretien avec l'auteur.
15. James Allen, *L'homme est le reflet de ses pensées*, Brossard, Un monde différent, 2011.
16. Marcel Viard, *L'Art de penser et le développement rationel des facultés mentales*, Paris, Durville, 1921.
17. Les Giblin, *How to Have Confidence and Power in Dealing with People*, Englewood Cliffs (N. J.), Prentice Hall, 1956.
18. <http://bit.ly/selfservicebias>
19. Pour mémoire : néologisme fameux inventé par une candidate à l'élection présidentielle de 2007, toute vêtue de blanc pour l'occasion (couleur du deuil, en Chine, jamais deux sans trois).
20. <http://bit.ly/coldreading13>
21. <http://bit.ly/lestricks>

Κάθαρσις – Katharsis

Vous souvenez-vous de ce fameux zéro, qui survécut aux inquisiteurs estimant celui-ci diabolique ?

D'évidence, pour l'Église, diabolique, car multiplié aux autres chiffres, il les anéantissait. Le nettoyeur par le vide. En revanche, si on l'ajoutait à la suite d'autres chiffres, il en augmentait la puissance.

Qu'a donc choisi l'Église, finalement ? Le profit.

Ainsi, le zéro vainquit l'Église.

Παῦσις – Pausis

Alors que vous êtes en train de tenter une compilation de techniques de lecture à froid, de speed seduction, de patterns hypnotiques, de démonstrations de mentalisme et d'autres ruses de Sioux, vous vient l'idée, comme nous sommes tous un peu crâneurs sur les bords, de faire surgir de la fumée de vos doigts nus. Comme ça, l'air de rien.

Quel modus operandi chimique vous permet de réaliser cet envoûtant miracle ?

(Réponse en fin de chapitre.)

De la séduction à la fanatisation

Le monde moderne est un monde de peur. Plus de 52 % des Français partagent la phobie du dimanche soir, selon une étude datant de 2008 du groupe Monster (rien que le nom met à l'aise). Aux États-Unis, ce chiffre monte à 70 %¹. À petites doses, tout stress est bon à prendre, car il améliore notre réactivité. Il adapte notre corps, notre rythme cardiaque, à une situation d'urgence que nous devons régler. En augmentant la perfusion, il nous rend nerveux, anxieux, agressifs, mais... particulièrement « suggestionnables ». Car nous souhaitons que cela cesse. Que la course cesse. Course à l'innovation, concurrence tyrannique, toute-puissance des marchés financiers et des agences de notation, qui peuvent, d'un coup de plume, décrédibiliser un pays entier.

Que la course cesse.

Si vous avez suivi quelques-uns des exercices présents dans ce livre, vous disposez déjà de beaucoup d'instruments pour atténuer ce stress. Diminuer votre manque de vigilance et rétablir votre esprit critique en ayant pris connaissance de nombreuses techniques de manipulation mentale, et de moyens d'y remédier, positivement. Ou de les utiliser, à votre profit, sur un individu nerveux, envahi par ce stress.

C'est généralement sur cette forme de désespoir, conduisant parfois au suicide comme nous l'avons constaté dans bon nombre de pays, sur cette corde sensible que jouent – avouons-le, à merveille – les « hommes providentiels ». Paradoxe, car l'homme ne peut pas se substituer à la providence. Il peut en revanche leurrer son prochain en lui faisant croire qu'il incarne la providence. Le retournement. Qu'il peut mettre fin à une

crise économique, un mal-être psychologique ou une quête désespérée de recherche métaphysique.

Ces conditionnements sont en général obtenus par des individus que nous nommerons les individus alpha (en référence aux ondes cérébrales dites alpha, qui sont le reflet d'une perte d'esprit critique, de vigilance, et à une nouvelle pratique qui se développe de plus en plus : la programmation alpha). Ceux qui attirent l'attention des foules plus que les autres, qui savent établir un contact direct plus rapidement, qui peuvent prendre indirectement le contrôle mental d'une cible donnée, la poussant au pire ou au meilleur. Et qui se retrouvent, par le hasard de la providence, placés dans des conditions exceptionnelles qui permettent leur expansion fulgurante.

À ce stade de la lecture, beaucoup d'entre vous peuvent, s'ils exécutent les expériences qui s'y trouvent, devenir, dans leur propre environnement, de meilleurs communicants, des manipulateurs d'émotions. Ou détecter ces derniers et stopper leur influence sur votre consentement. Pouvons encore loin l'expérience en expliquant d'autres techniques permettant d'introduire un contrôle indirect sur un individu. Ces techniques sont à la frontière de la programmation mentale extrêmement dangereuse de personnes s'affranchissant totalement du sentiment d'empathie. Pour le simuler. Je vous recommande dès lors de les lire avec les précautions qui s'imposent.

Le contrôle indirect dans une surface sociale restreinte : génération d'un individu alpha

Commençons par quelques indications. Toutes les techniques suivantes sont issues d'une fusion entre l'hypnose, la PNL (très similaire à l'hypnose, et cela à plusieurs niveaux), les bases de la *speed seduction* et la psychologie cognitive. Cette fusion a donné lieu à la genèse d'un courant, dont nous avons déjà parlé ici, nommé : les techniques *black ops*.

Utilisées par de nombreux gourous et dictateurs par le passé, d'instinct, les techniques *black ops* se théorisent et se pratiquent avec méthode au début du XXI^e siècle, et apparaissent aux États-Unis. Les praticiens de cette forme de contrôle indirect considèrent que les individus les entourant sont des « cibles ». Que le cerveau est une simple machine facilement comparable à un ordinateur. Vaincu, d'ailleurs, par un ordinateur,

en faisant référence au dernier match d'échecs opposant Garry Kasparov à la machine Deep Blue ou, plus récemment, par Cubstormer II, à un jeu où pourtant l'homme allait vite : le Rubik's Cube. Pour voir la démonstration – impressionnante – de cette raclée totale, c'est ici² :



Aussi, sur la base de ce postulat, les praticiens *black ops* partent du principe que leurs techniques sont efficaces indépendamment de l'intelligence de la cible. De sa position sociale ou de sa situation sur le moment. Nous ne serons pas loin de leur donner raison quand l'on constatera plus bas ce que certaines personnalités dites *caméléons* ont réussi à faire de leur côté en matière d'escroquerie.

Pour mettre en œuvre une technique de ce type, il faut tout de même que l'opérateur et sa « cible » soient préparés. Pour l'un, entraîné, pour l'autre, un minimum espionnée. Les techniques d'espionnage d'une cible sont décrites dans le premier tome de cette série. En collaboration avec d'anciens agents de renseignement. Nous n'y reviendrons donc pas ici. Le processus de *recall* expliqué dans le chapitre précédent permet de préparer l'opérateur. Cela, en utilisant le *recall* pour invoquer quatre situations, quatre émotions précises :

- Une émotion suscitée par la confiance en soi.
- Une émotion liée à l'attraction (réussite dans une opération de séduction, par exemple).
- Une émotion lors du retournement d'une situation favorable.
- Une émotion d'indifférence positive à des stimuli qui vous auraient oppressé.

Quatre piliers. Invocables à tout moment grâce au processus de *recall*.

La moindre parcelle de doute, pour un praticien *black ops*, n'a pas sa place dans une opération de prise de contrôle. L'individu alpha souhaitant prendre le contrôle d'une salle, d'un groupe ou d'une personne doit lui-même se considérer comme un virus. Ne présenter aucun doute. C'est-à-dire s'affranchir de tout ce qui pourrait constituer une source de doute : les autres.

La programmation d'un alpha

La programmation de l'indifférence signifie que l'individu alpha ne doit avoir absolument aucune considération pour ce que les gens pensent de lui. Montrer et afficher une totale indifférence. Calibrer ainsi son langage corporel. Une personne avec ce type de comportement n'aura absolument rien à faire de ce qui se passe autour d'elle. Instantanément. Pas par un procédé d'autohypnose comme c'est le cas dans la sophrologie, mais quasiment d'instinct. D'où l'importance d'un entraînement au *recall* qui permet d'activer l'indifférence lorsque celle-ci n'est pas naturelle ou que l'environnement devient trop hostile.

On a souvent tendance à oublier à quel point les dictateurs ont été raillés, critiqués, caricaturés pendant leur ascension vers le pouvoir. Hitler faisait l'objet de moqueries permanentes, sa dangerosité a aussi été évoquée dans les journaux allemands pendant des années, y compris au moment de son accession au pouvoir. Napoléon fut la victime constante des caricaturistes anglais et français. La même indifférence aux critiques est présente dans les mouvements sectaires. Les raéliens, pourtant médiatiquement ridiculisés dans le monde entier par leur annonce, non validée par des preuves scientifiques, d'un clonage humain, existent toujours. Et Raël se porte bien au moment où ces lignes sont écrites. En pleine forme. Je le dis avec d'autant plus de certitude que j'ai moi-même infiltré un de leurs groupes. Pour observer leur fonctionnement. D'évidence, même si je n'ai pu constater de mes yeux la bonne santé et la présence rayonnante de Raël, les fidèles sont unanimes : le chef est au top de ses capacités. Indifférence aux critiques. Absence totale de doute.

À notre niveau microbien, suivons déjà, en sus de l'activation instantanée d'émotions dites de « blindage », une autre recommandation *black ops* : ne plus jamais prononcer de sa vie la phrase suivante, que nous avons tous tendance à dire, parfois malgré nous, après une erreur : « Je n'aurai jamais dû dire [ou faire] cela. » Plus jamais. Ne plus montrer aucun signe de culpabilité. Pour quoi que ce soit. Quelle qu'ait été l'action commise. Les praticiens *black ops* n'ont rien inventé. Ils ont compilé. La même technique fut utilisée par les nazis pendant la Seconde Guerre mondiale pour programmer mentalement le soldat SS à devenir une machine de guerre. Dans son tristement célèbre ouvrage *L'Ordre SS : éthique et idéologie*³, Edwige Thibaut a réuni et traduit les cahiers de la Waffen SS destinés à l'époque à la formation idéologique de ces soldats. Il n'est pas étonnant de découvrir que 85 % du contenu des carnets de la SS visaient à la programmation mentale du soldat, le développement de son sentiment d'appartenance à un groupe, de solidarité et d'honnêteté absolues vis-à-vis de ses camarades (« la gamelle d'un SS n'a pas de cadenas »), et d'indifférence totale aux critiques que l'on pouvait émettre sur le régime en place.

Indifférence et empathie simulée

Idem lorsque l'on se penche sur le tout aussi détestable – et nocif – manuel d'Al-Qaïda⁴. On constate qu'il est conçu de la même façon en termes de programmation mentale. « Vous aurez à affronter des critiques, des obstacles, faites-en fi, car ceux qui les émettent vous sont inférieurs. Ce sont des mécréants. » Sentiment d'indifférence, encore. Vital, pour l'individu alpha, qui est en réalité un agent d'influence, car comme dit l'adage : « Doute de ton pouvoir et tu donnes pouvoir à tes doutes. » Or l'alpha ne peut en aucun cas avoir de doutes. Il doit donc s'autoprogrammer pour y faire face. Voilà pourquoi les techniques *black ops* sont extrêmement dangereuses : elles affranchissent l'être humain d'un sentiment normal de culpabilité, source qui génère la notion d'éthique.

Les praticiens *black ops* recommandent après avoir calibré son indifférence la neutralisation de ce sentiment humain spontané. Et dès lors de l'empathie. La fixation sur l'idée d'indifférence. En changeant sa propre

dynamique, en étant indifférent. Ce qui est plus facile lorsque ce type de programmation s'effectue, nous le verrons, dans le cadre de groupes. De la formation d'individus à un type de comportement associé à une idéologie globale. Comme c'est le cas pour les deux manuels de programmation précités.

Dans la programmation alpha, l'environnement est une donnée. La sécurisation du praticien provient de sa connaissance des techniques. Ici, nous retrouvons un point commun avec l'illusionnisme ou la *speed seduction*. Mais également avec le fanatisme religieux ou le sectarisme. Remplacez le mot « technique » par « vérité ». Même type de programmation. Considéré comme une donnée, l'environnement devient un élément matériel à gérer, mais qui ne pénètre pas l'individu émotionnellement.

Deuxième constatation de la dangerosité de ce type de programmation, que nous sentions déjà poindre dans le cadre de la *speed seduction* : si l'on considère l'environnement comme une donnée, comment ne pas considérer ceux qui le peuplent comme des choses ? À l'évidence, l'être humain est réifié dans la vision globale qu'un individu alpha a du monde qui l'entoure.

Les praticiens alpha recommandent aussi une capacité de changement de personnalité rapide. Adaptable à chaque dynamique sociale rencontrée. En ce sens, nous sommes ici très proches de la création de personnalités caméléons. Ce qui cache en réalité une profonde vulnérabilité et une quête de puissance que l'on souhaite compenser par un apprentissage. Une fracture émotionnelle vécue la plupart du temps jeune qui mène facilement un individu à chercher ailleurs son propre moi. Voilà pourquoi les séminaires de formation alpha, auxquels j'ai pu assister afin de mener cette enquête, sont souvent peuplés de personnes faibles au niveau de leur personnalité. Ce qui est logique. Dépenser une certaine somme d'argent pour « devenir plus fort », c'est faire le constat de sa propre faiblesse. Et induire par la suite un processus d'engagement vers la méthode proposée par le formateur car, justement, le sujet veut oublier sa propre faiblesse.

En réalité, cette variabilité comportementale est facilement décelable lorsque vous communiquez avec quelqu'un. Le super-communicant va se calibrer gentiment à vous, à votre langage corporel, pour tenter de vous vendre un produit ou un service. Le *speed* séducteur tentera de se calibrer sur vos propres émotions, tentant ainsi de créer chez vous un désir : son

corps. Le caméléon est reconnaissable car il est capable de varier de comportement instantanément selon l'individu qui arrive dans la pièce ou dans la conversation et de changer subitement d'attitude pour se mettre à lui ressembler.

La meilleure façon de détecter une personnalité caméléon est de l'écouter parler. Et surtout, vous répondre. Si le *speed* séducteur ou le super-communicant jouent des coups à trois bandes, le caméléon, lui, calibrera jusqu'à l'intonation de sa voix sur la vôtre : il adoptera votre façon de parler. Et si vous n'y prenez pas garde, vous ne vous en rendrez même pas compte et entrerez dès lors dans un processus hypnotique, non consenti, car vous serez bercé par les notes que produit votre propre voix.

Ce qui est recommandé à l'apprenti alpha est un changement rapide de personnalité. Une division de sa propre personnalité. Partant du principe que chaque cible souhaite quelque chose de différent. Chaque cible a des émotions, des ambitions différentes. Il faut donc pour pouvoir y répondre avec efficacité *devenir* la cible. Nicolas Machiavel a été l'un des premiers à conseiller au prince Laurent II de Médicis de ne pas voir les individus tels que ceux-ci ont envie d'être ni tels qu'ils pourraient être, mais ce qu'ils sont. C'est seulement en comprenant et en manipulant les gens tels qu'ils sont que l'on peut ensuite gouverner efficacement. César Borgia, dont la vie inspira Machiavel dans l'élaboration du *Prince*, avait coutume, même au summum de sa puissance, d'aller marcher au milieu des rues, seul, masqué. Pour s'imprégner des autres. Devenir ces personnes, les ressentir, l'espace d'un instant, pour mieux les manipuler ensuite.

Pour produire ces changements, ces changes comme nous disons en illusionnisme, plusieurs expériences sont recommandées. Par exemple : marcher seul, tout en se disant : « J'ai l'air idiot. » Ou remarquer un détail qui cloche dans son apparence et se focaliser dessus. Ce que nous avons parfois tendance à faire naturellement. Imaginez que vous ayez une tache sur votre vêtement qui vous obsède pendant une réunion de travail. À coup sûr, rien que le fait d'y penser créera une modification de votre langage corporel. Et votre corps se mettra à bouger autour de cette tache. Donc vos collègues remarqueront ce à quoi vous pensez : la tache. Si vous arrêtez d'y penser, en vous imaginant ôter des lunettes de soleil qui vous obstruent la vue, votre entourage a beaucoup moins de chance de la remarquer. La tache, finalement, c'est nous. Qui la projetons ou la neutralisons par notre langage

corporel. La pratique *black ops* recommande de se placer volontairement dans ces situations, afin de développer plus facilement la capacité de s'en affranchir et d'acquérir ainsi ce Graal du faible : l'indifférence. Cette programmation est dénommée : le *black pattern*. Elle est destinée à accroître la capacité de changement de l'individu alpha. Qui se plonge volontairement dans des situations embarrassantes pour mieux les retourner. Pour que ce retournement devienne un automatisme.

Pendant la guerre d'Indochine, pour détecter les traîtres, il était recommandé aux militaires de faire procéder à l'exécution de prisonniers par des Indochinois coopérants. Le parti communiste le savait. Dès lors, il apprit à certains agents destinés à l'infiltration à exécuter leurs propres camarades. Afin que cela ne pose aucun problème une fois qu'ils se trouveront en situation opérationnelle. Le *black pattern* repose sur la même mécanique. Un entraînement. À la honte. Puis à l'indifférence. À ce qu'un individu à la personnalité faible va ressentir comme le mal absolu (la honte) puis à l'idée qu'il se fait du bien, à sa quête (l'indifférence). Au changement.

Ici encore, les praticiens *black ops* n'ont rien inventé. Il suffit de se plonger dans le fascinant ouvrage d'Ignace de Loyola, le père fondateur de l'ordre des jésuites, *Exercices spirituels*, datant de 1548. De vocation moralement plus noble peut-être, mais en termes de programmation mentale tout aussi efficace. Voire bien plus. Principalement basée sur le changement d'attitude de l'aspirant jésuite, durant un programme de quatre semaines d'épreuves, à la fois physiques et psychologiques. Quatre semaines de retraite spirituelle destinées à faire du retraitant un jésuite, qui consistent en quatre phases différentes d'alternance entre des comportements totalement différents, mais montant crescendo.

Première semaine : la présence du mal. L'intégration du mal. Prendre sa mesure. En regardant par l'imagination les feux immenses des enfers et les âmes prisonnières dans des corps enflammés comme dans des prisons. L'odeur y est très présente. Le fidèle doit respirer le soufre du mal. Il est quasiment privé de nourriture. De tout contact humain

Deuxième semaine : ça va déjà mieux. Il peut rencontrer un « guide », qui va s'adapter aux besoins du retraitant, en l'écoutant, chaque jour, et en lui parlant du Christ.

Troisième semaine : c'est celle de la contemplation : « Je verrai les personnes de la Cène ; puis, réfléchissant en moi-même, je m'efforcerai d'en retirer quelque profit. Dans le second, j'entendrai ce qu'elles disent, et je tâcherai d'en retirer quelque utilité pour mon âme. Dans le troisième, je regarderai ce qu'elles font, afin d'en retirer quelque fruit. »

Quatrième semaine : on dit merci. C'est l'expression de la gratitude envers Dieu qui doit être accomplie : « Je demanderai la connaissance intime de tant de bienfaits que j'ai reçus de Dieu, afin que, dans un vif sentiment de gratitude, je me consacre sans réserve au service et à l'amour de Sa Divine Majesté. »

Ignace de Loyola, par ses exercices spirituels, forma, principalement aux XVI^e et XVII^e siècles, les meilleurs agents de renseignement de la papauté. Il fut d'ailleurs canonisé par Grégoire XV le 12 mars 1622.

Il faut reconnaître que ces entraînements au changement de personnalité, d'émotion, de réactions, rendent les individus alpha très efficaces dans le cadre d'une autoprogrammation instantanée. Ces derniers ne se demandent pas, placés devant une situation de doute, comment ils vont faire (idée polluante), mais déclenchent une idée : l'action.

Autre exemple de pratique *black ops*. L'interaction fulgurante. Faire en sorte d'établir une relation qui va créer un souvenir dans l'esprit d'une cible en moins d'une minute. Voici comment procéder. Tout d'abord, il faut localiser une cible qui présente un défaut visible et corrigéable. Le hasard fait parfois superbement les choses, un individu qui fait tomber un objet personnel par terre mais ne s'en rend pas compte. C'est une situation optimale. Nous pourrions également envisager une personne qui, portant son portefeuille dans sa poche arrière de pantalon, est sur le point de le perdre. Arriver immédiatement sur la cible, sans se poser de question, et lui dire : « Eh ! vous allez perdre votre portefeuille. » Surtout pas d'« excusez-moi » : rien que le terme agresse *a priori*. Le terme est tabou. L'expression « excusez-moi » porte une coloration péjorative. Si l'on s'excuse avant même de commencer, le cerveau de la cible l'interprète comme suit : « Lui, il va m'ennuyer. » C'est d'ailleurs un comble que les pétitionnaires ou autres mendiants d'opinion pour telle ou telle cause dont vous vous fichez copieusement n'aient toujours pas intégré cela dans leur approche. Un

simple « Eh ! », suivi directement du service rendu, suffit à établir le contact.

Il ne faut surtout pas embarrasser la cible, mais chercher à l'aider. Ensuite, lui donner l'impression que vous allez vous retirer très vite, au moment même où elle s'apprête à vous remercier pour service rendu. Personne n'apprécie d'être collé. Dès lors, il faut donner l'impression que vous allez disparaître. C'est un aspect stratégique très important. Surtout si vous avez en face de vous une personne dotée d'un gros ego. « Oh, ne me remerciez pas, c'est normal. Pardon, je dois partir, je suis déjà en retard, mais avant j'ai juste une question à vous poser. » (Phrase prononcée très rapidement.)

Phase suivante : la question stupide. Sans aucun sens. Ignoblement grotesque. Dont personne ne connaît la réponse. En général. « Je sors d'une conversation avec un pote qui pense qu'une espèce parmi les escargots est capable de voler. Je trouve ça dingue. Vous pensez que c'est vrai, vous ? » Cette question n'a qu'un seul but : la connivence entre la cible et vous. Sur la bêtise de votre ami imaginaire. L'objectif est le suivant : l'approbation. Bien sûr qu'aucun escargot ne vole. Au mieux, vous aurez droit à un : « Je ne crois pas, non. » Ce qui permet d'enchaîner sur : « Je pense comme vous. » Observez la cible un instant, puis disparaissez.

Quelle que soit la question que vous lui posez, la cible s'en souviendra. Il y a de fortes chances qu'elle aille taper ensuite, en rentrant chez elle, sur Internet : « escargot voler ». Faites cette expérience, vous vous en rendrez compte dans son regard. Il s'agit d'une interaction fulgurante.

Vous venez de programmer quelqu'un.

Ce type d'exercices, les praticiens de *black ops* recommandent de les réaliser des dizaines de fois, en variant les questions. Un seul but : rendre l'alpha plus rapide, plus fluide, plus nonchalant dans son exercice de la communication. Qu'il considère autrui comme une chose manipulable. Qu'il prenne ainsi de la distance avec son genre. Le genre humain. Afin d'enchaîner sur une autre technique : la conversation miroir.

Comme la personnalité caméléon calibre jusqu'à l'intonation de sa voix sur celle de son interlocuteur, parfois sans s'en rendre compte, la conversation miroir réside en un dérivé de la *speed seduction*. Mais poussé à son maximum. Dans une conversation, il s'agit de repérer les mots

principaux qu'emploie la cible. Pas plus de deux ou trois. Les récurrents. Si ce sont des objets, les visualiser, intérieurement. Et les dépeindre. Quoique la cible aime, le praticien *black ops* aimera. En orientant doucement la cible vers ses propres passions. Les alphas ne font pas cela dans un but, séduire, comme c'est le cas pour les *speed* séducteurs. Ils le font par jeu. Pur. Pour le plaisir de manipuler autrui et gagner ainsi en confiance. Pour s'affranchir peu à peu des authentiques relations humaines car, en réalité, elles leur font peur. C'est la technique dite du zéro mot. La cible se parle à elle-même. Nous ne sommes plus dans le cadre d'une synchronisation *soft* façon PNL ou d'un doux glissement sensoriel procuré par la *speed seduction*. Nous sommes devant un individu qui se joue totalement de l'individu en face de lui. Pour l'unique et exclusif plaisir de le manipuler. Pour se voir lui-même manipuler autrui. Et ainsi gagner en confiance.

Les alphas sont finalement les plus dangereux de toutes les catégories de manipulateurs que nous avons traitées, car ils n'ont en réalité aucun autre but que l'augmentation de leur capacité à manipuler.

De l'espiègle individu alpha isolé à la naissance d'une passion fanatisante

Le titre de cette section nécessite la rencontre de deux éléments : un super-communicant, axé uniquement sur la communication et la manipulation d'autrui, sans autre but que la satisfaction de sa propre montée en puissance ou celle de l'idéologie en laquelle il croit, et un groupe.

Car si, seul, l'homme est naturellement suggestionnable, en groupe, il devient un mouton. Il est possible de donner des centaines d'exemples dans l'histoire de l'humanité où la suggestion collective a joué un rôle important, allant jusqu'à des suicides ou des meurtres de masse. Car l'état hypnotique est contagieux. Dès que plusieurs êtres humains sont réunis, même si chacun d'eux est capable de conserver son esprit critique lorsqu'il est seul, il sera tenté, au sein d'une foule, de suivre celui ou celle qui crie le plus fort.

La foule a un caractère

Pour les hypnotisés comme pour les foules, il y a nécessairement une figure centrale et inspiratrice qui pousse à l'action. Les psychologues des foules pensent que ces dernières agissent selon un principe de réaction à des stimuli. Plus le stimulus est intense, plus la réaction de la foule le sera. Le groupe répond à tout ce qui lui donne une forme, un but. Une vraie action charismatique induit une forte influence du leader sur le groupe. Le charisme. Le terme s'est aujourd'hui élargi à l'effet que produisent sur le public acteurs, rock star, écrivains, etc. Une admiration et une fascination bien supérieures au respect que l'on peut avoir pour une personne qui possède un haut degré d'expertise, mais ne disposant pas d'outils de propagation comme les médias. Aujourd'hui, l'autogénération de charisme est devenue plus facile avec l'horizontalité des communications permise par les nouvelles technologies.

Émile Durkheim considère le groupe comme une entité *sui generis*, et le travail de tout sociologue est de trouver les règles qui régissent les fonctionnements des groupes. Car, selon lui, ce qui motive le groupe est différent de ce qui stimule l'individu. Concept que Freud appellera plus tard le superego. N'oublions pas que Durkheim est très marqué par la Révolution française, en se représentant la ferveur qui transporta les individualités. Cette ferveur est observable lorsque l'on se trouve soi-même au sein d'une manifestation avec des membres liés par une communauté d'idéaux ou, dans un stade de football, au sein d'une tribune de supporters. L'effet de contamination est quasi instantané. Capable du meilleur comme du pire. Processus que décrit fort bien Jean Teulé dans son roman *Mangez-le si vous voulez*⁵ : l'histoire d'une foule devenue folle qui s'acharne sur un homme et se livre aux pires actes de barbaries. Pour rien. Une histoire vraie, ayant eu lieu au XIX^e siècle en France. Un fait divers tragique, dont le héros est un jeune homme, Alain de Monéys, 28 ans, pris à partie par quelques individus, puis par une véritable meute de 600 personnes hystériques, à partir de la simple phrase : « Venez, on a chopé un Prussien. » Au lendemain de ce crime, beaucoup de ces tortionnaires d'un jour n'avaient, devant leurs juges, qu'une phrase à la bouche : « Je ne sais pas ce qui m'a pris. »

Une similitude entre les membres d'un groupe accentue leur proximité physique. Atténuant les individualités au profit du groupe. Ce que

Durkheim appelle une effervescence collective, dont le leader n'est que le symbole. L'incarnation du groupe. Très souvent, c'est ainsi que se présentent les leaders spirituels : comme une incarnation. C'est ainsi qu'ils se vendent à leurs fidèles.

Gustave Le Bon est allé plus loin que Durkheim. Si Durkheim fait le constat de l'effervescence collective, Le Bon, dans son ouvrage majeur, *Psychologie des foules*⁶, s'intéresse aux relations entre le leader et la foule. Expliquant principalement aux leaders comment répondre aux besoins des foules, il va très vite être qualifié de nouveau Machiavel et prisé par de nombreux hommes politiques.

Le Bon indique qu'une foule va naturellement suivre une personne qui démontre une ferveur, qui exprime une vision. Il doit nécessairement présenter un particularisme, physique ou esthétique, et être totalement possédé par la vision du monde qu'il veut transmettre. Utilisant des métaphores, des symboles, des mythes, qui parleront à tous, et qui neutralisent le raisonnement. En outre, comme le praticien en hypnose, il doit user de répétitions. Pour motiver en permanence la foule. Devenir sa caisse de résonance. Lorsqu'il écrit *Psychologie des foules*, nous sommes en 1895 et Le Bon annonce : « L'ère dans laquelle nous allons rentrer est l'ère des foules. »

Les particularismes mis en évidence par Le Bon sont repris pas Robert Waite, dans son ouvrage *The Psychopathic God*⁷, pour décrire la personnalité d'Adolf Hitler, qu'il qualifie de *borderline*. Capable de varier énormément son ego, d'amplifier son expression tout en revenant ensuite à une activité normale. En souhaitant donner à son auditoire l'impression d'être tout-puissant et très stable. Mais, en réalité, profondément troublé et fragile. Contraint d'endosser des rôles en permanence. Ce qui lui confère une capacité de construction de fluide empathique très forte, mais fausse. Capable de sentir la moindre nuance de comportement chez l'autre tout en restant totalement détaché d'un point de vue émotionnel. Ça ne vous rappelle rien ? La programmation alpha. La personnalité caméléon.

Pour augmenter l'impressionnabilité collective, il faut naturellement jouer sur des sentiments humains générateurs d'effervescence collective. Comme la peur, la colère, ou encore la soif de justice, le désir d'une autre vie, de mutation. L'adosser ensuite à un symbole, touchant l'inconscient

collectif de la foule, et à un slogan. À une idée qui colle. Les frères Heath, dans leur ouvrage *Made to Stick : Why Some Ideas Survive and Others Die*⁸, en analysant slogans publicitaires, politiques, légendes urbaines, discours religieux, mirent en évidence cinq principes qui doivent être appliqués à une idée pour renforcer sa force adhésive :

- Inattendue : le public sera attentif.
- Concrète : il pourra la comprendre et s'en souvenir.
- Crédible : il la croira.
- Teintée d'émotion : il se sentira concerné.
- Utilisant une histoire : les cibles seront poussées à agir.

Pour conclure, penchons-nous à présent sur une illustration que ce type de relation peut engendrer entre une masse touchée par une « effervescence », issue d'une « idée qui colle » et émise par une « personnalité caméléon ».

Suivre le caméléon jusqu'au suicide : un ordre, 900 morts

En novembre 1978, la société est informée d'un suicide de masse ayant eu lieu au Guyana, provoqué par un conditionnement assez unique en son genre. Le 15 novembre, le député américain Leo Ryan est envoyé pour diligenter une enquête dans ce petit État centraméricain où s'est installé un groupe d'un millier de personnes : le Temple du Peuple, dirigé par un certain Jim Jones.

Dans cette ville nommée Jonestown, Jim Jones imposait un culte total à sa personne, malgré une idéologie égalitariste clairement affichée. Une forme, pour reprendre ses propres termes, de « socialisme apostolique », exprimée par un groupe composé majoritairement d'exclus et de stigmatisés, que Jones avait réussi à attirer vers lui en commençant par prêcher dans la rue. Puis en enchaînant des démonstrations de guérison miraculeuse. Certaines personnes semblant réellement guérir à son contact, sa confiance grandit, aussi parvint-il à fonder sa propre communauté tout d'abord dans l'Indiana. À la condition de se déposséder de tous leurs biens,

les fidèles avaient la promesse de voir l'intégralité de leurs besoins assouvis au sein du Temple. Organisateur efficace, il avait réussi à créer une entité autonome, vivant de l'agriculture, de l'autoproduction.

Jones diffusait à ses fidèles le slogan suivant : « Dieu est la force de l'amour et je suis son incarnation. Si vous aimez Dieu, il faudra aimer son incarnation. » La phrase qui devait être employée au sein de la communauté en guise de formule de politesse était : « Jim loves you. » Très sûr de son pouvoir en apparence, Jones souffrait pourtant d'insomnie et de troubles mentaux. Son premier cercle, dont sa femme, savait qu'il n'avait aucun pouvoir de guérison réelle. Mais diffusait tout de même le message. L'association du mot *amour* à celui de *Jim* ne constituait pas seulement un pattern de programmation hypnotique. Jones se voulait l'incarnation même de l'amour physique. C'est pourquoi tous les couples étaient séparés, le gourou s'arrangeait ensuite pour former d'autres couples qui ne se désiraient pas. Jones à travers des réunions publiques au sein de la congrégation invitait les membres à pratiquer entre eux la joute verbale, se rabaissant les uns les autres, puis l'instant d'après à déclamer sous forme de concours d'éloquence leur attirance sexuelle pour lui. Les deux sexes confondus. Les hommes devaient avouer publiquement un désir sexuel pour Jones.

Dépendant aux amphétamines, Jones est le maître incontesté de cette communauté, capable de rester une semaine sans dormir, tout en étant hyperactif, et de se placer avec ses sujets dans une transe émotionnelle très rapidement. Mais l'homme est aussi faillible, susceptible de s'emporter dans de grandes crises de rage, paranoïaque et totalement obsédé par le sexe. Il voit d'un très mauvais œil l'arrivée de cette commission d'enquête au sein de sa communauté. Mais laisse pourtant la commission constater le fonctionnement de sa secte. Puis, alors que la commission s'apprête à partir, il donne l'ordre à un commando d'en assassiner tous les membres. Seul un journaliste, Ron Javers, parvint à s'échapper et relata plus tard dans un livre son expérience⁹.

Profondément instable, Jones avait déjà préparé ce qui allait suivre, dans la même journée : un suicide de masse, à travers des nuits de programmation mentale lors desquelles il faisait réveiller ses fidèles pour leur annoncer que la fin était venue. Que le monde était trop malsain. Que

des mercenaires, un jour, viendraient et les tortureraient, tous. Le seul moyen, disait-il, de mourir dignement, c'était de passer à l'acte et de commettre un acte de suicide révolutionnaire en protestation contre les conditions de ce monde inhumain. Invoquant ainsi un *recall* massif des anciennes frustrations de ses fidèles stigmatisés par un monde moderne les rejetant, mais tout aussi torturés par un gourou leur imposant la destruction totale de leur libre arbitre.

Le FBI a récupéré le dernier discours de Jim Jones. Celui appelant ses fidèles à se suicider par le poison. Tuant les enfants en premier, les plus âgés ensuite. Méthodiquement. Ce que 908 personnes ont fait. Appliquant méthodiquement les ordres de leur gourou. Conditionnement hypnotique, gestion parfaite du silence, intonations lentes, idées adhésives, empathie progressive avec la masse, fragilisation psychologique, montée crescendo, assurance, calme, nonchalance, indifférence, beaucoup des concepts que nous avons évoqués ici s'y trouvent. Malheureusement, cette fois-ci, ils ont servi un mauvais but. Un enregistrement de plus de quarante minutes nommé « Death Tape »... L'apprentissage continue¹⁰ :



1. Jean-François Dortier, « Le blues du dimanche soir », www.scienceshumaines.com ; http://www.scienceshumaines.com/le-blues-du-dimanche-soir_fr_22699.html
2. <http://frenchparadoxx.com/2011/11/27/cubestormer-ii-vient-de-vaincre-le-cerveau-humain/>
3. Edwige Thibaut, *L'Ordre SS : éthique et idéologie*, Paris, Avalon, 1991. Cet ouvrage, qui fait également l'apologie du nazisme,

préfacé par le collaborateur et nazi belge Léon Degrelle, est bien heureusement interdit de vente en France.

4. Al-Qaida, *Manuel pratique du terroriste*, édition établie par Arnaud Blin, Bruxelles, André Versaille, 2009.
5. Jean Teulé, *Mangez-le si vous voulez*, Paris, Julliard, 2009.
6. Gustave Le Bon, *Psychologie des foules*, Paris, PUF, 2003.
7. Robert Waite, *The Psychopathic God : Adolf Hitler*, New York, Da Capo Press, 1993.
8. Chip et Dan Heath, *Made to Stick : Why Some Ideas Survive and Others Die*, New York, Random House, 2007.
9. Ron Javers in Marshall Kilduff, *L'Enfer de Guyana. Révélations inédites sur la secte du Temple du Peuple par des journalistes et des rescapés du massacre*, Montréal, Stanké, 1978.
10. <http://bit.ly/deathtapejim>

Κάθαρσις – Katharsis

Vous souvenez-vous de cette fumée apparaissant mystérieusement entre vos doigts ? Peut-être même avez-vous sauté la partie sur le charisme pour avoir la solution.

Le procédé chimique est très simple. Le voici :

FhijklfjQknlskdjpozekrmipoufkdnfnlkjroiuiiuhng

Vous pensiez vraiment qu'après une telle vocalise de Jim Jones on pouvait parler allumettes ? Décidément, nous demeurerons éternellement manipulables.

Bon, ne soyons pas méchants. Allez faire un tour dans la section « tricks » du site.

Παυσις – Pausis

Vous apprêtant à effectuer une démonstration de clairvoyance, vous disposez quelques cartes postales devant un ami en lui demandant de penser à une destination qu'il aime. Puis de ressentir les émotions que procure cette destination. Vous confiez alors un pendule à votre ami qui doit le passer sur chacune des cartes postales, sans dire un mot. Sans faille, vous découvrirez sa pensée. Comment ?

(Réponse en fin de chapitre.)

Séduction 2.0

Un laboratoire à échelle humaine

Inutile d'en informer les lecteurs, ce que l'on appelle le Web 2.0 a tout changé dans les rapports interindividuels. Facebook a désormais remplacé le SMS pour se souhaiter la bonne année. Un clic, et 500 messages sont postés. Bonne année ! Bon débarras, diront certains. Une tâche de moins à accomplir. Que l'on nous rappelle, en plus, selon les cas : Facebook : « Attention, demain, c'est l'anniversaire de... » Nous : « Ok, vous êtes bien aimable, je l'ai dans mes contacts, mais j'ignore jusqu'à son vrai nom. »

Finalement, les échanges se multiplient mais le véritable contact diminue. Désormais, la tendance est la suivante : les internautes envoient leurs vœux (anniversaire, bonne année, etc.) via les réseaux sociaux au maximum de personnes et conservent, malgré tout, le petit SMS qui fait plaisir pour leur premier cercle d'amis.

Première leçon à en tirer (et donc à exploiter) : à l'époque de Facebook, le SMS est devenu la même carte de vœux que l'authentique carte de vœux était à l'arrivée du SMS : une preuve d'attention. Aussi, comme en matière de séduction, il faut souvent aller à contre-courant des modes établies, n'hésitez pas à revenir à la source : recréer le contact.

Envoyer du papier. Plus l'intention se dématérialise, plus la matérialisation de cette dernière aura un impact sur la cible visée. Et c'est ainsi qu'une simple carte de vœux jadis ordinaire redevient un symbole tel que nous en traitons dans le chapitre sur l'attraction.

Car il faut réaliser qu'aujourd'hui, d'après l'étude TRU – Teens Research Unlimited –, réalisée par TNS Sofres pour l'année 2010-2011 sur un panel concernant les 12-19 ans dans plus de quarante pays, passer du temps sur Internet est devenu une occupation plus chronophage (44 %) que les rencontres réelles avec leurs amis (39 %). C'est la génération Web 2.0, dite *digital native* (née avec Internet), celle des 15-25 ans. Ils sont *multitaskers*, simultanément sur plusieurs plateformes. Ultra-mobiles, habitués à se connecter sans contrainte de temps, de localisation ou de débit. Ils sont 7,4 millions en France.

Selon la même étude, cinq jeunes sur dix se rendent sur les réseaux sociaux plusieurs fois par jour. Normal : une fois inscrits, beaucoup d'entre nous, tous âges confondus, reçoivent des notifications nous invitant à relever un commentaire qui aurait été posté sur notre profil, vérifier que nous avons été tagués sur une photo, répondre à un message privé qui vient d'arriver d'un illustre inconnu, etc.

Même lorsque l'internaute lambda n'est pas connecté à son ordinateur, c'est son téléphone portable qui lui rappellera son devoir numérique, le replongeant ainsi dans un arc narratif permanent, chronophage, et neutralisant en partie son esprit critique. L'individu devient progressivement aussi préoccupé par son apparence virtuelle que par son apparence réelle. Cela ne vaut pas seulement pour les adolescents en passe de devenir des adultes. C'est aussi vrai pour les autres tranches d'âge.

Selon la même étude, la première source d'information des adolescents français n'est plus la télévision. C'est Internet. Pour 68 % d'entre eux.

Résumons ces informations par quelques constats :

1) La génération qui arrive privilégie le contact virtuel au contact réel, et la tendance ne va faire que s'accroître.

2) Cette même génération s'affranchit des *mass media* pour s'informer directement sur Internet, pour le meilleur et pour le pire.

3) Le phénomène ne touche pas seulement les jeunes, il concerne également les adultes.

Dès lors, lorsque la communication se virtualise, procédons à une analyse simple : étant donné que nous ne disposons ni de la parole, ni du

regard, ni de l'odeur, ni de l'ambiance, ni du langage corporel pour s'attirer et se séduire, que nous reste-t-il ?

Le texte, la vidéo, la photographie... pour synthétiser : l'exhibitionnisme. Cet exhibitionnisme, auquel les internautes se plient, conditionnés comme les chiens de Pavlov, sans même se rendre compte du nombre astronomique d'informations qu'ils peuvent laisser derrière eux, est, pour un individu qui a décidé d'en séduire un autre, l'équivalent du drone le plus moderne fabriqué dans les laboratoires de l'US Army. Car si les conditions réelles des techniques dérivées de l'illusionnisme et du monde du renseignement comme le *cold reading*, ou la lecture à froid, développées dans le tome précédent, nous permettent en quelques minutes de dresser un portrait psychologique rapide de notre cible, dans l'univers du Web 2.0, tout est différent. Il suffit de se connecter et de regarder les gens qui s'exhibent. De noter leurs centres d'intérêt, de prêter une attention extrêmement forte non pas à la superbe robe que Mme X porta lors d'une soirée mondaine, mais à son environnement, l'endroit où elle se situe, les lieux qu'elle fréquente, la façon dont est rangé son domicile pour les personnes qui commettent l'imprudence de se photographier dans leur salle à manger, le contenu de leur bibliothèque, etc. Ce qui permet à la personne connectée de faire, en réalité, du *hot reading*. Du repérage.

Et cela vaut aussi pour les entreprises. Jusqu'à l'apparition des réseaux sociaux, beaucoup d'entreprises qui souhaitaient communiquer et séduire les consommateurs en les informant de la sortie de produits ou services étaient naturellement contraintes de passer par les moyens de publicité ordinaire mais également par un autre biais : le *mailing*. Il fallait donc créer ou récupérer les listings d'adresses e-mail de personnes intéressées par un sujet particulier, la plupart du temps en les attirant vers un site par le biais d'une inscription obligatoire pour recevoir informations, newsletters, offres promotionnelles. Il suffisait le plus souvent à ces personnes de remplir deux simples cases :

- adresse e-mail ;
- mot de passe.

Résultat : Merci, vous êtes inscrits, nous pouvons maintenant commencer à vous harceler. Au bout de la 50^e offre promotionnelle, vous finirez bien par nous acheter un petit produit.

Cette époque est désormais révolue. Comme les séducteurs, les entreprises n'ont plus qu'à se servir. Si une entreprise qui a décidé de lancer des huiles solaires bio désire se procurer un listing de clients potentiels, elle n'a qu'à se connecter sur Facebook et observer tous les membres inscrits sur les pages ou sur les groupes relatifs au soleil, à l'écologie, aux vacances, au bronzage. Ou comment récupérer un listing de 10 000 clients uniquement en les observant... L'entrepreneur-espion chevronné analysera ainsi profil par profil les cibles en question afin de récupérer leur adresse e-mail et pourra, en plus, connaître leurs goûts. Dès lors, il personnalisera l'offre. En agissant ainsi, l'entrepreneur en question ne fait que reproduire un système déjà décrit plus haut dans d'autres situations, il capte la cible et s'adapte à elle afin que son produit lui ressemble. Plus besoin d'acheter en douce des listings d'adresses e-mail à des dealers numériques peu scrupuleux. Non, regardons les exhibitionnistes. Et tirons-en partie.

Bien sûr, Facebook a les défauts de ses qualités. Si ce champion des réseaux sociaux qui va bientôt dépasser le milliard d'utilisateurs est devenu un passage quasi obligé pour un grand nombre d'internautes, son cannibalisme fini par renforcer, par ricochet, l'intérêt des individus pour d'autres réseaux sociaux plus spécialisés. Pourquoi ? Pour une raison finalement assez simple contre laquelle Mark Zuckerberg est en train de lutter avec beaucoup de force (il a compris qu'il s'agissait du talon d'Achille de son réseau) : les faux profils. En effet, de plus en plus de *Facebook gamers* s'amuse à communiquer sur le réseau grâce à plusieurs comptes, dont la plupart créés avec un pseudonyme. Généralement, d'ailleurs, il s'agit des plus enragés politiquement. Comme quoi, la douce couverture de l'anonymat renforce souvent l'excès de rage contre tel ou tel parti politique, personnalité ou système bancaire. Ce qui pose un très gros problème à Zucky. D'une part, cela sature ses serveurs, et pourtant Facebook investit des sommes colossales afin de pouvoir conserver les données circulant sur le réseau. D'autre part, cela décrédibilise le but originel de son innovation : mettre d'authentiques personnes en relation. Ce qui crée paradoxalement une double conséquence amusante.

Première conséquence. Les réseaux plus pauvres, du type Yahoo, ne disposant pas des mêmes moyens, sont contraints d'effacer leurs données périodiquement afin de faire des économies sur le coût de stockage des informations. Exemple : vous videz votre corbeille d'e-mails. Ceux-ci disparaissent de votre boîte, mais également au bout d'un certain temps des serveurs de votre prestataire de services. Résultat : votre messagerie devient plus sûre, et moins perméable qu'un message privé Facebook. Non pas que votre opérateur veuille se priver de précieuses informations, mais parce qu'il n'a tout simplement pas les moyens financiers de les conserver. Or Facebook a la capacité financière d'investir dans la sauvegarde de données (plus de 30 000 serveurs, plus de 80 milliards de photos déjà archivées), mais la firme n'a certainement pas envie de les dépenser pour conserver des données relatives à des pseudonymes quasiment inutiles – même si le réseau a la capacité technique de connaître précisément quel ordinateur se cache derrière ce pseudonyme. Épineux problème lorsque l'on est régulièrement critiqué par la presse mondiale pour atteinte à la vie privée des internautes et que des concurrents plus faibles deviennent moins indiscrets par manque d'argent.

Deuxième conséquence. Cette recrudescence de pseudonymes génère un retrait stratégique des personnes voulant créer d'authentiques relations, du moins, *a minima*, une relation commerciale, amicale ou sentimentale avec une personne qui ne se nomme pas « Jean File-Lenouvelordremondial ». Aussi, les concurrents de Facebook, pris de panique deux ans plus tôt, se frottent aujourd'hui les mains de rapatrier un nombre non négligeable d'internautes, la plupart du temps sérieux et au réseau social bien établi. C'est le cas, par exemple, de Linked In, au niveau international. *Idem*, sur le territoire français, pour le réseau Viadeo. Lassés par un excès de virtualisation qui va jusqu'à l'identité même des individus, les internautes décident de partir à la recherche d'authentiques contacts, personnels ou professionnels. Nous revenons à ce credo majeur : rétablir le contact.

Pour séduire, pour attirer, commencez par être. Et ne pas vous cacher. Pour témoigner de votre attention à une personne en la félicitant pour un événement heureux dans sa vie, faites-le matériellement. Le trait de craie sur un mur Facebook pour souhaiter un anniversaire n'est rien comparativement à l'emploi de témoignage d'affection physiquement

tangible. Une carte, un mot, une lettre, une visite surprise, des usages jadis usuels et non surprenants sont désormais, grâce à nos bons amis les inventeurs de réseaux sociaux, magnifiés. Profitez-en.

Ayant compris cette dérive financièrement préjudiciable pour lui à terme, Zucky lance au moment même où j'écris ces lignes une véritable purge de pseudonymes sur son réseau. En février 2012, un grand coup de balai a été passé sur Facebook et des milliers de pseudonymes ont disparu tout d'un coup. Raison invoquée par le réseau social Facebook : « Compte désactivé » (RIP, pour un toxicomane du réseau). « Une des priorités de Facebook est de proposer un site dans lequel chacun se sent en sécurité. Votre compte a été désactivé pour infraction à la déclaration des droits et responsabilités publiée par Facebook. [...] Les profils (journaux) doivent être associés à votre vrai prénom et à votre vrai nom de famille [...]. Facebook est une communauté dans laquelle les gens communiquent en exposant leur identité réelle. Nous demandons à chacun d'utiliser ses vrais prénom et nom de famille. Cela aide à garantir la sécurité de notre communauté. La sécurité de notre communauté est très importante à nos yeux. C'est pourquoi nous supprimons les comptes établis avec un faux nom dès que nous les repérons. »

Je trouve la répétition des mots « sécurité », « vrais prénom et nom de famille » et « communauté » assez intéressante. Surtout quand on les associe au mot « exposer ». D'autant plus baroque au moment de l'entrée en bourse de Facebook, à la manière d'une entreprise : c'est donc la première « communauté » introduite en bourse... Séducteurs, séductrices, champagne ! Notre terrain de jeu vient de créer un précédent historique. Un jour, il faudra suggérer aux mormons de postuler à Wall Street.

Avant de passer aux techniques proprement dites, ce petit rappel contextuel était nécessaire. Afin de faire comprendre une chose : le vieil adage consistant à dire « Soyez partout » va se transformer peu à peu en ce dernier : « Soyez là où cela compte pour vous ». Et ce ne sera pas forcément sur Twitter ou sur Facebook. Ce nouvel adage s'applique également : « Ne vous dispersez pas, ne vous cachez pas et ciblez ce qui compte pour vous, c'est-à-dire visez les personnes qui peuvent être séduites par vos communications. » Faites le tri.

Car, progressivement, ces deux réseaux sociaux massifs se transforment en agrégateurs de flux Internet, de partage de liens, de communication d'informations. Le profil qui intéresse informe. Il présente une utilité pour l'internaute, à la différence de celui qui raconte comment s'est passée sa dernière partie de pétanque.

C'est une des raisons pour lesquelles Mark Zuckerberg a très vite compris la dangerosité du réseau FriendFeed et a racheté quasi immédiatement ce dernier dès son apparition. Pourquoi ? Tout simplement parce que FriendFeed proposait d'agréger sur la même page l'intégralité d'un contenu productible par un internaute (blogs, albums Flickr, flux RSS, actus d'un site Internet, messages Twitter, humeur du moment...). Il était un danger potentiel pour Facebook qui finit par le racheter. Logique. Car, au final, l'objectif de Facebook est de devenir le même type de produit. FriendFeed, même embryonnaire, allait faire de l'ombre au géant. Et c'est ce gigantisme qui va permettre aux plus petits de prospérer. Et donc de mieux vous servir. On assistera également à une modification des services classiques de type YouTube qui vont favoriser de plus en plus d'interactions entre leurs membres, fonctionnant ainsi comme un réseau social à part.

Passer de rat de laboratoire à expérimentateur :
les bons outils

Alors, dans cet océan de réseaux sociaux totalement diversifiés et aux usages différents, comment s'y retrouver ? Quelle utilisation en faire pour entrer dans une démarche de séduction et de conviction plus efficace encore ?

Premièrement, maîtrisez l'ensemble de votre communication à partir d'un seul dispositif. Sans avoir à passer d'une application à une autre, d'un site à un autre, perdant ainsi un temps précieux, ces réseaux étant particulièrement chronophages. Il en existe deux principaux :

— *Seismic* : il a le privilège d'être français et utilisable sur n'importe quel smartphone ou ordinateur. Sur une page, vous voyez tout. Comment réagissent les internautes par rapport à vos publications, quels sont ceux qui sont les plus intéressés par ces publications et quelles sont, finalement, les

cibles que vous séduisez le plus. Dans tous les domaines que nous avons abordés au sein de cet ouvrage revenait de façon récurrente le principe de repérage. Séduire et convaincre à tout va, c'est bien pour l'entraînement, se focaliser sur des cibles que vous intéressez déjà un minimum, c'est encore meilleur pour la confiance.

— *BufferApp* : encore plus vicieux. Étant donné que les réseaux sociaux se développent à une vitesse exponentielle, un marché parallèle émerge : celui des analyseurs de réseaux sociaux. Des outils qui vont nous permettre de donner plus de pertinence à nos communications et de maximiser notre visibilité et notre influence. Cet outil vous permettra non seulement d'envoyer massivement vos posts sur différents réseaux à la fois, mais en plus de savoir quand vos amis, vos contacts seront susceptibles de prêter le plus d'attention à vos mises à jour. En analysant les moments où ces derniers sont connectés et en vous permettant de programmer vos mises à jour, tranquillement, pour que celles-ci coïncident à ces moments. De la drague, de la séduction, de la conviction, de la communication... À contretemps. En illusionnisme, comment appelle-t-on cela ? Une *misdirection*...

Voilà en ce qui concerne les outils. Les principaux, tout du moins. Voyons le contenu, à présent.

ComScore¹, un des meilleurs analyseurs de tendance d'Internet qui a récemment apporté aux gens ce qu'ils recherchent pour la plupart sur les réseaux sociaux : des exclusivités, des promotions, des infos. L'internaute, ami ou pas, se fiche complètement que vous fassiez une « sushi party » un samedi à 21 h 30. Il se fiche encore plus du fait de savoir si les sushis étaient bons ou pas.

Cela, ça peut marcher si vous vous appelez Demi Moore ou Ashton Kutcher et que vous postez sur Twitter vos dernières actions domestiques. Si vous avez une notoriété basée sur un relais mass média préalable. Mais, même dans ce cas, ça lasse. Au moment où j'écris ces lignes, Ashton Kutcher vient de bloquer l'accès à son compte Twitter aux journalistes. Pourquoi ? Parce que son propre exhibitionnisme et les répercussions qu'il engendrait ont fini par le rendre malheureux. Ça peut également amuser certains journalistes français, lorsqu'un politique prend en photo un autre

politique en train de dormir pendant une séance parlementaire. Twitter, en grande partie, demeure le *Voici* du Web.

Exclusivités, promotions, infos, martèle ComScore. À raison.

Moins vous étalez votre vie privée sur Internet, plus vous serez protégé. Vous ne risquerez pas un licenciement après avoir déclaré sur Facebook : « Mon patron est un connard », et vous bénéficierez de la douce quiétude consistant à ne pas avoir une photo de vous complètement saoul, nu(e) sur une table de billard, exposée à la une de votre page d'actualité par un copain bienveillant.

Exclusivités, promotions, infos. Cela signifie quoi ?

Cela signifie que la majorité des gens se fiche éperdument de vos états d'âme, car d'une part vous n'êtes pas une célébrité et d'autre part aujourd'hui, à l'exception des stars mondiales, la célébrité ne signifie plus rien. Il vous suffit de postuler à une émission de télé-réalité pour créer un groupe de fans qui sera tout aussi éphémère que les publicités qui entrecourent ces émissions. Jusqu'à la prochaine vague de candidats.

En revanche, faire la promotion exclusive de bonnes informations auprès d'autres internautes présente une utilité indéniable : la technique vous rend utile. Utile car vous informez. Utile car vous divertissez. Utile car vous suscitez des sujets de débat. Or toute forme de séduction passe par ce degré d'utilité. D'utile, vous deviendrez nécessaire. Vous créerez un besoin. En créant un besoin, vous deviendrez attractif. En devenant attractif, vous séduirez. Et cela, en ayant entouré votre vie privée d'un écran de fumigènes. Ce qui poussera les autres internautes connectés à votre sphère virtuelle sociale à vouloir en savoir plus et, dès lors, à vous contacter directement. C'est à cet instant que vous pourrez utiliser les patterns de séduction décrits dans l'ouvrage. Pas avant. Et c'est à ce moment précis que, en choisissant celui ou celle qui vous plaira le plus, vous utiliserez la première technique de cet épilogue : rétablir le contact. Physique. C'est-à-dire faire parvenir à votre élu(e) un symbole physiquement tangible qui matérialisera votre prise de contact.

Plusieurs études ont démontré que cinq contributeurs sur cent seulement produisent du contenu sur les réseaux sociaux. Un pour cent des contributeurs en génère les deux tiers. Le reste n'est que reprise. La *Harvard Business Review* va plus loin en indiquant que Twitter n'est même plus un réseau social. Un petit nombre d'internautes alimentent, les autres

sont des touristes. C'est la même mécanique qui est en train de se produire sur Facebook.

À la différence près que si, sur Twitter, les touristes suivent des « stars », sur Facebook, vos contacts vous suivent, vous. Il vous appartient dès lors de les entraîner là où vous voulez les amener : vers votre terrain de jeu.

Du laboratoire au jeu

Les limites du jeu

Avant même de commencer à jouer et à tester des expériences, premier avertissement : prenez garde à la censure. Si vous rentrez dans le détail des conditions générales d'utilisation des réseaux sociaux les plus célèbres comme Twitter et Facebook, vous découvrirez des limites drastiques à la liberté d'expression. L'une de ses limites avait été magnifiée médiatiquement lorsque Facebook retira le profil d'un universitaire qui avait osé commettre l'impardonnable : publier une photo de *L'Origine du monde*, ce tableau de Gustave Courbet représentant de façon fort réaliste un sexe féminin.

Prenez garde, donc, à ne pas trop publier de photos ou vidéos à caractère sexuel sur un réseau pudique. Vous risquerez de voir votre compte désactivé assez rapidement. C'est assez incroyable d'ailleurs, car dans le même temps Facebook continue de fermer les yeux sur des groupes révisionnistes, déclarant par la voix de son porte-parole Barry Schnitt : « Renier l'existence de l'holocauste n'est pas une violation des conditions générales du service². » De la même façon, poster une photo de femme allaitant un enfant : bannissement³.

Donc, avis aux séducteurs et séductrices : le révisionnisme, ok, les nichons, non.

Or ce n'est pas avec des sujets du type 1939-1945 que nous allons pouvoir aller bien loin pour conter fleurette. En revanche, quelques petites photos sexuellement aguichantes, dans ce monde dominé par le culte de l'apparence comme nous l'indiquons plus haut, ça pouvait toujours servir.

Dès lors, si vous disposez d'un physique avantageux et que vous souhaitez le mettre en valeur publiquement, conservez cette jurisprudence virtuelle à l'esprit : suggérez, mais ne montrez pas tout. Pour une simple photo de fesses, même l'artiste Gilbert Pedinielli, qui utilisait son compte pour faire la promotion de son art, a vu la faucheuse lui couper la langue... virtuelle.

Même Twitter, le *Voici* d'Internet, a mis de l'eau dans son vin. Récemment, alors que Twitter avait pour réputation de pouvoir générer par la rapidité de ses flux des réactions en chaîne pouvant provoquer jusqu'à des révolutions (printemps arabe), il a cédé à la censure étatique. Le phénomène a commencé en Chine, où Twitter cherche à s'implanter pour concurrencer un réseau déjà bien en place mais rigoureusement contrôlé par le gouvernement chinois : Weibo. Seule solution : plier. Raison (la même qui a conduit à la purge des pseudonymes sur Facebook) : le profit. C'est ainsi que, fin janvier 2012, les représentants de Twitter ont déclaré qu'ils acceptaient désormais de bloquer certains messages en réponse à des demandes étatiques. Plus récemment, Twitter a effectué les mêmes concessions vis-à-vis du gouvernement indien.

Comme si cela ne suffisait pas et pour en terminer avec les limites, le centre stratégique d'information des opérations du FBI a récemment mis en ligne un appel d'offres pour le développement d'un programme dont l'unique but sera de nous surveiller sur les réseaux sociaux. Naturellement, le programme en question est légitimé par une lutte contre le terrorisme, mais, de fait, il va entraîner une surveillance permanente des utilisateurs de ce type de réseau. Le logiciel demandé a pour objectif de localiser des mots-clés dans une douzaine de langues différentes et de supprimer les commentaires litigieux. C'est ce que l'on pourrait appeler l'« *open source* flicage ». Selon le *Sunday Times*, il est déjà possible pour Facebook d'espionner les SMS et les appels téléphoniques des personnes ayant installé l'application Facebook sur leur téléphone portable (Android).

Pour les petits curieux, voici le lien direct vous permettant d'accéder à l'appel d'offres émis par le FBI⁴ :



Il est important d'attirer votre attention sur ce point : ce programme ayant pour destination d'être *open source*, les talents de plusieurs programmeurs vont être associés pour le créer. Et il y aura obligatoirement des fuites de cet algorithme. Comme ce fut le cas d'ailleurs pour les logiciels d'espionnage de téléphone portable, destinés à l'origine aux services de renseignement et vendus aujourd'hui pour quelques dizaines d'euros à des personnes soucieuses de savoir si leur conjoint les trompe.

Aussi, pour ceux qui souhaiteraient devenir des *serial* séducteurs de Facebook, vous voici désormais affranchis des risques passés, actuels et à venir, que des tiers pudiques ou paranoïaques peuvent faire courir à vos petites facéties.

Les erreurs à ne pas commettre

Maintenant que nous avons fixé les limites de notre petit jeu, passons aux erreurs dramatiques à ne pas commettre lors d'une opération de séduction menée via un réseau social.

Première faute : la mitrailleuse du clic

Souvent, on peut être tenté de montrer à une personne que l'on s'intéresse à elle en appuyant tout simplement sur « J'aime ça » lorsque votre cible publie un lien, une photo ou un statut. Attirer l'attention ne signifie pas la capter de force. Apprécier une communication ne se matérialise pas dans une frénésie de clics. Or beaucoup d'internautes

commettent cette erreur. En « likant » systématiquement les publications de votre cible, non seulement vous vous placez déjà dans une situation de disponibilité acquise, mais en outre vous avez de fortes chances de passer pour un taré. Surtout si vous vous lancez dans une série de clics mentionnant que vous aimez des publications et cela dans un temps très limité. « J'aime ça », « J'aime ça », « J'aime ça », « J'aime ça »... Équivalent dans l'univers téléphonique : le harcèlement par SMS.

Donc, oubliez la technique de la mitrailleuse, privilégiez celle du sniper.

La technique du sniper marche d'autant mieux que les personnes visées sont dotées d'un ego particulièrement développé, qu'elles passent leur temps à poster leurs photos sur Facebook, de préférence prises de trois quarts et légèrement retouchées. Naturellement, surtout s'il s'agit d'une belle femme ou d'un beau garçon, la plupart des mitrailleurs vont se lancer dans des commentaires du genre : « Tu es magnifique sur cette photo », « Mais quel beau gosse ! », etc. Ça flatte l'ego, c'est sûr, mais ça ne tape pas le cœur. Le destinataire de ces multiples compliments se dira, avec logique : « Finalement, je n'ai qu'à me baisser pour choisir. » Grosse erreur, donc, de la part des émetteurs qui, pensant séduire par la flagornerie, se réduisent à l'état de choses facilement consommables... choses qui ne seront d'ailleurs que très rarement consommées, l'exhibitionniste facebookien ayant plus tendance à privilégier une caresse de son ego virtuel que de son corps véritable. C'est la personnalité que le sniper va viser.

Et pour viser l'âme, c'est très simple : il s'agit de choisir de cliquer sur la photo la plus naturelle, parfois même la plus moche, et de se limiter à ce seul clic. Expérience que j'ai souvent réalisée et qui conduit systématiquement au même résultat. Les mitrailleurs ayant délaissé cette photo esthétiquement inintéressante selon leur échelle de goût, elle présente très peu, voire pas, d'interactions. L'émetteur de la photo est alors surpris que, tout d'un coup, un commentaire apparaisse sur cette photo délaissée.

De nombreuses fois, en testant ce que j'ai appelé la technique du sniper, la cible m'a contacté directement par message privé pour me dire simplement : « Merci. » Sur quoi il convient de répondre : « Mais je vous en prie, sur cette photo, c'est vous. Les autres sont des leurres. » Dès lors, la conversation s'engage car, souvent, les autres photos sont en effet des leurres. Des trappes à flatteurs. Des photos faites uniquement pour rassurer

celui qui les publie sur son physique. Or si votre cible a besoin d'être rassurée sur son physique, c'est qu'elle a un petit problème avec son âme. C'est donc le mental et non le physique qu'il faut viser. En outre, en utilisant le mot « leurre », vous programmez déjà la suite de la conversation. Car vous avez pénétré le mental de la personne. D'une part, elle va considérer que vous êtes différent des autres, c'est-à-dire dans une posture de non-soumission, d'autre part, elle va être poussée à s'expliquer sur cette notion de leurre. Sur les raisons qui la poussent à s'exhiber ainsi. À vous de jouer ensuite avec les fausses raisons qui seront invoquées : « J'adore la photo », « J'aime voir les gens réagir, je suis joueur/joueuse », etc. Ce à quoi vous répondrez : « Pourquoi ? » Et progressivement, surtout si vous utilisez les techniques décrites dans le chapitre concernant la *speed seduction*, qui fonctionnent également lorsqu'on les emploie avec du texte, votre cible se livrera à vous. Et vous entamerez une opération de contrôle de la situation.

Soyez donc sniper, jamais mitrailleur.

Deuxième faute : étaler ses états d'âme

Le préalable pour limiter les risques d'exposer ses états d'âme sur Facebook est le suivant : ne jamais poster quoi que ce soit lorsque vous êtes ivre. Ceci étant dit, poster ses états d'âmes, c'est se dévoiler. Or si l'érotisme physique est en grande partie dû à la découverte progressive de la nudité de l'autre, l'attraction mentale procède de la même logique. Le mystère entretenu autour de votre personnalité virtuelle exposée aux yeux d'autrui doit être considéré comme équivalent à de la lingerie fine. Pour entretenir le désir, il convient de suggérer, mais de ne jamais s'exhiber directement. En outre, toute réaction colérique, de tristesse, de mélancolie, de haine et de projets de vengeance contre tel ou tel ami qui vous aurait fait du mal n'aura qu'un seul effet auprès de ceux qui vous lisent : vous faire passer pour un faible.

Parce que vous ne savez pas vous contrôler, parce que vous vous montrez impulsif pour des raisons que la quasi-totalité de vos contacts ignore, parce que vous êtes attristé par une nouvelle dont votre réseau se fiche. Vous obtiendrez alors de la compassion de circonstance, une certaine

forme, parfois, d'encouragement venant de la part de pousse-au-crime, mais dans tous les cas vous vous positionnez dans la posture suivante : une donnée à gérer. « Il est triste, on va le consoler un peu », « Il est en colère, on va s'en amuser ou le calmer », etc.

Vous n'êtes donc plus en position de contrôle et, bien au-delà de la faiblesse que vous affichez, vous devenez une chose virtuelle à contrôler. Tombez sur un manipulateur et il se jouera de vous comme on se joue d'un bilboquet. Au surplus, par nature, les états sont fluctuants. Et ce qui est dit sur le coup de la colère un soir pourrait être regretté dès le lendemain et piteusement effacé. Sauf que tout le monde l'aura vu. Et aura constaté l'effacement.

Aussi, les états d'âme sont à bannir pour toute personne qui souhaite entamer une démarche de séduction ou d'attraction sur un réseau social. Privilégiez, comme le recommande ComScore, du contenu informatif. Non pas sur vous-même mais sur le monde. Sur tous les mondes. Une publication musicale d'un groupe que personne ne connaît, une information passée inaperçue sur le monde technologique, des informations politiques présentées avec une nonchalance absolue, ouvrant ainsi des sujets de débat pour les membres de votre réseau, débats auxquels vous ne participerez pas pour autant vous-même.

Pour ce faire, commencez par fermer votre mur Facebook. De façon que personne d'autre que vous ne puisse publier dessus. Autorisez seulement les commentaires. Vous restez ainsi maître du débat. D'un débat dans lequel vous n'êtes pas personnellement investi : votre entourage virtuel ignore ce que vous pensez vraiment, mais il en débattrait devant vous. Ce qui vous permettra, avec le temps, de savoir qui aime quoi, à quel point et pourquoi. Ainsi, vous construisez vous-même un *hot reading* sans livrer aucune information exploitable vous concernant. Ou, au maximum, des informations contradictoires. Ce qui augmentera sensiblement votre part de mystère et entraînera une partie non négligeable de vos contacts à vous écrire directement par message privé pour en savoir plus sur vous. Cette phase s'appelle la « pêche ». (Oui, un sniper peut pêcher : une cible dans le viseur, une canne à pêche posée en attendant que le poisson morde.)

Troisième faute : mal maîtriser les demandes de mises en relation

On a de plus en plus tendance sur les réseaux sociaux à ajouter des contacts comme s'il s'agissait d'images autocollantes de vieux albums Panini. Dans les premières années de Facebook, ce système fonctionnait bien, chacun voulant grossir son réseau et acceptant bien volontiers du nombre, sans raison apparente. Aujourd'hui, la tendance s'inverse. Afin de ne pas passer pour un simple collectionneur d'images Panini, rappelez-vous les règles élémentaires de politesse qui s'appliquent dans la vie réelle. Cherchez un point commun avec votre cible en utilisant les données que celle-ci a rendu publiques. S'il n'y en a pas, créez-le en aimant la même page fan que votre cible, par exemple, et introduisez-vous tout bonnement dans votre demande en lui faisant passer un lien diffusé sur cette page, qu'elle aurait peut-être loupé, accompagné d'un petit commentaire sympathique. Sur plus de deux mille essais, je n'ai jamais essuyé un refus.

L'inverse est encore plus efficace. Un collectionneur Panini vous contacte, homme ou femme, aucune importance. Vous ne le connaissez pas dans le monde réel. Demandez-lui donc poliment pourquoi il vous contacte. Évitez le « Nous nous connaissons ? », un peu brusque et classique, pour privilégier un « Ravi de cette demande, que me vaut cette initiative ? ». Le mot « ravi » met la cible à l'aise, le mot « initiative » est en lui-même une sorte d'hypnose camouflée. Remplacez le mot « initiative » par le mot « plaisir » et vous vous transformez en flagorneur. Inefficace. Utiliser le mot « initiative » permet non seulement de rappeler à la personne qu'elle est en position de demandeur « positif », le mot « initiative » n'ayant rien de péjoratif, mais aussi de l'inviter par ce doux rappel à développer. À se découvrir légèrement. Ce qui vous suffira si vous avez intégré les notions décrites avant ce chapitre.

Si vous agissez sous votre véritable identité, ce que je recommande, et qu'une personne dont tout porte à croire qu'il s'agit d'un pseudonyme (peu ou pas de photos, nom constituant en lui-même un message politique ou humoristique, etc.) vous demande de devenir son ami, refusez. En prenant la peine d'expliquer pourquoi. La réponse est simple : « Navré mais, par principe, je ne réponds pas aux demandes des pseudonymes. J'espère que vous n'en prendrez pas ombrage, vous demeurez le bienvenu sous votre véritable identité. Bien à vous. » Il y a de très fortes chances que le pseudonyme en question revienne plus tard, cette fois-ci sous sa réelle identité, afin de vous demander à nouveau une mise en relation. Gain de

l'opération : captation d'information, accroissement du respect que la cible vous porte. Si elle ne revient pas, vous n'aurez rien loupé.

Dans tous les cas et quelle que soit votre qualité communicationnelle, sachez faire bref. D'une part parce que les messages brefs sont plus facilement interprétables de différentes façons, d'autre part parce que nous vivons dans une époque de surcommunication et que vous n'êtes pas le seul *serial* séducteur du réseau. Idéalement, un message privé ne contient que deux paragraphes, de deux phrases maximum chacun. Évitez les discussions qui n'en finissent plus. Sachez couper court. Et ne vous fatiguez pas les yeux, car la lecture sur écran prend 30 % de temps de plus que la lecture sur papier. (Tablette Kindle exclue, il s'agit d'encre numérique. Mais, pour l'heure, pas de Facebook sur Kindle. Ça arrive avec le Kindle Fire.) Si vous utilisez une technique de *fluff*, ne traînez pas trop et enchaînez rapidement sur le domaine sensitif. En ouvrant les « portes de l'enfer » décrites dans le second chapitre.

Enfin, évitez les discussions en direct. Les tchats. Prenez le temps d'analyser chaque mot que votre cible emploie. Rien qu'à l'aide de sa syntaxe vous pourrez déterminer quel est son sens dominant et en jouer comme d'une corde de violon. Ce type d'analyse nécessite un temps relativement court, mais mieux vaut le faire à tête reposée.

Quatrième faute : mal gérer sa communication visuelle

Il n'y a rien de pire qu'un album de photos prises par vous-même où l'on voit presque votre bras tendu en train de tâtonner sur votre téléphone portable. D'une part le rendu est désastreux à l'image, d'autre part cela donne une impression d'égoïsme *cheap* extrêmement désagréable. Choisissez avec soin vos photos. Rendez-les amusantes, utilisez quelques instruments de retouche pour rajouter des détails divertissants ou totalement improbables, comme, par exemple, des stickers dont le message ne correspond absolument pas à l'ambiance de la photo postée. Le décalage visuel en résultant est lui-même une rupture de pattern. Qui attire l'œil. En outre, n'hésitez pas à multiplier les albums photos, non pas de vos vacances en famille mais d'autres personnalités charismatiques ou d'œuvres d'art. L'esprit qui parcourra votre profil effectuera dès lors inconsciemment une

jonction entre ces merveilleuses statues grecques ou ces splendides tableaux, ou encore ces superbes actrices et acteurs, et votre propre image. Ce qu'en matière d'information le sociologue Pierre Bourdieu appelle une « contamination ». Au niveau médiatique, la contamination consiste à faire se succéder deux sujets sans rapport apparent, mais dont l'association va créer un sentiment particulier chez la cible. Par exemple, un fait divers sordide décrit à la télévision suivi immédiatement du discours d'un politique sur la notion de sécurité. Appliquez la mécanique de contamination à l'image. Quelles que soient les images contaminantes que vous choisirez, vous n'en tirerez que des bénéfiques.

Cinquième faute : tout dire

Si vous êtes un sniper-pêcheur-chasseur d'infos, vous ne pouvez pas vous balader dans cet univers virtuel vêtu d'un pyjama violet fluo. Comme en matière d'état d'âme, il est important de faire abstraction de toute communication personnelle concernant votre situation amoureuse, vos opinions politiques, votre religion, vos centres d'intérêt, etc.

Si vous souhaitez séduire sur un réseau social, vous ne pouvez pas d'entrée de jeu faire fuir ceux qui ne partagent pas les mêmes opinions que vous. Ce serait vous priver d'un beau vivier. Car en matière de séduction pure se faire catégoriser dans une case politique ou religieuse vous empêche de pouvoir afficher une mystérieuse neutralité. Si malgré tout vous aviez envie de faire étalage de convictions, la meilleure technique hypnotique pour que personne ne puisse vous catégoriser et, dès lors, vous empêcher toute possibilité de manœuvre, est la suivante : communiquez, certes, mais utilisez les opinions des autres (liens vidéo de penseurs, philosophes, écrivains, politiques, etc.) et publiez systématiquement des opinions contraires. De même, fuyez comme la peste toutes les invitations aux applications tierces, principalement celles qui constituent des jeux. La plupart du temps, les gens qui vous l'envoient n'y jouent même pas et la sympathique invitation vous est envoyée automatiquement par ses programmeurs, qui ne veulent qu'une chose : avoir accès à vos données afin d'en faire commerce en vue d'une publicité ciblée. À la suite d'une enquête, le *Wall Street Journal* a clairement démontré que, même en

fermant les paramètres de confidentialité au maximum sur un profil Facebook, aucun utilisateur ne peut empêcher la fuite de ses données personnelles et leur vente à des sociétés publicitaires. Le seul moyen de minimiser le risque est justement de ne pas installer une des 500 000 applications proposées sur le réseau.

Sixième faute : se couper de la vie réelle

Les malheureuses statistiques évoquées plus haut démontrent que les relations interindividuelles sont désormais majoritairement virtuelles, du moins en ce qui concerne la partie la plus jeune de la population. Or toutes les expériences de communication menées jusqu'à présent à travers la lecture de cet ouvrage permettent de comprendre et, au-delà, de ressentir qu'il est déterminant d'établir un contact physique, visuel, auditif, olfactif avec un individu lorsqu'on entame une démarche de séduction. Ici, question séduction : zéro. Certes. Mais privilégier la communication virtuelle aux dépens des véritables échanges réels neutralise votre efficacité sur Internet.

Pourquoi ? Savoir décrocher de son ordinateur est capital. Tout simplement car déconnectés nous rencontrons plus de gens. Et nous devenons plus « populaires ». Ce qui nous permet d'utiliser une méthode « contrarienne », qui consiste à aller chercher les individus dans le monde réel pour les ramener dans votre sphère virtuelle, afin d'optimiser votre charisme dans les deux sphères. Les méthodes d'entraînement de *speed seduction* de programmation alpha permettent de partir très rapidement à la rencontre d'individus, quel que soit leur sexe, et d'obtenir d'eux des informations, d'introduire dans leur mental des souvenirs positifs vous concernant, avant de les rapatrier dans un territoire que vous maîtrisez intégralement : votre identité numérique.

Privilégiez le virtuel au détriment du réel a deux inconvénients majeurs.

Les réseaux sociaux créent un prisme déformant. Vous pouvez avoir un profil extrêmement efficace sur la toile mais être d'une timidité malade, non corrigée par un entraînement régulier, dans le monde réel. Or si l'amour courtois via claviers interposés est une jouissance mentale intéressante, rien ne remplace le contact physique. D'ailleurs, la majorité du temps, les

relations basées uniquement sur le virtuel, pendant une longue période, et qui donnent lieu subitement à une rencontre réelle sont décevantes. Car la cible de votre séduction aura fantasmé pendant des mois sur une image qui ne sera pas forcément la vôtre si vous n'êtes pas pleinement opérationnel sur le terrain. La déception n'en sera que plus rude.

Le tout virtuel éteint, l'entraînement réel vivifie. S'il est possible de calculer derrière un écran d'ordinateur les réactions d'un panel de cibles que vous souhaitez attirer, convaincre ou séduire, cela ne vous confère pas pour autant une formation efficace de *cold reader* ou d'émetteur physique d'émotion par le processus de *recall*. Ce que vous pensez être une force autosuffisante si vous êtes efficace dans le virtuel peut se révéler être une dramatique faiblesse une fois en condition.

Aussi, il ne faut jamais oublier que la face virtuelle de votre personnage n'est qu'un amplificateur de son incarnation charnelle. Rien de plus. Elle est ainsi la face cachée de l'iceberg, mais si l'on tranche la pointe émergente de l'iceberg, alors celui-ci deviendra invisible. C'est ce qui vous guette si vous sombrez dans le « tout virtuel ».

Septième faute : s'affranchir de l'information

Le réseau Facebook présente, nous l'avons vu, une particularité : il pousse naturellement à l'exhibitionnisme. Or construire un profil séduisant, attractif, où votre réseau viendra pour se détendre, apprendre des choses, s'informer, s'amuser, écouter de la bonne musique, bref, ressentir du bien-être (*speed seduction* virtuelle) est une bonne première étape, mais le sniper-pêcheur-chasseur mystère opérationnel est avant tout un espion. Voilà pourquoi, lorsque l'on commence à obtenir un certain nombre d'interactions, voire des messages amoureux potentiels, on pourrait se dire que la partie est déjà jouée et commettre la même erreur que l'exhibitionniste cité plus haut en se disant : « Après tout, je n'ai qu'à me baisser. » Rien n'est plus faux. Si vous souhaitez séduire quelqu'un à partir d'un réseau social, il conviendra de tout savoir de cette personne avant même d'entamer le moindre début de conversation. La moindre interaction. Même si vous avez affaire à un mitrailleur.

Plus vous avez soigné votre préparation, plus vous avez analysé ce qui plaît à votre cible, plus vous pourrez tout doucement, très progressivement, orienter vos publications destinées à tous dans son sens à elle. Rendre discrètement mais sûrement votre image virtuelle compatible avec l'ensemble des goûts que vous avez pu observer chez votre cible, mais en gardant le silence. Y compris lorsque celle-ci décide de faire le premier pas en vous contactant en message privé sous couvert d'un prétexte banal. N'y répondez pas... tout de suite. Laissez passer une bonne semaine, tout en continuant d'orienter vos communications en fonction des goûts de votre cible, sans commentaire, sans allusion à celle-ci. Se créera alors une sorte de jeu, de non-dits, de questionnements. La personne que vous avez décidé de séduire commence à devenir de plus en plus réceptive et prendra chacune de vos publications pour un message qui lui est personnellement destiné. Un clin d'œil. Tout en ayant un doute : et si ce n'était pas le cas ?

Attraction, doute, interrogations grâce à votre silence, construction d'un arc narratif autour de cette personne : virtuellement et en peu temps, vous induisez à partir d'un simple clavier d'ordinateur une atténuation de son esprit critique par un emploi d'hypnose indirecte. Virtuelle. Alors que l'échange n'a même pas encore commencé.

Du jeu à la science

En moyenne, les 38 millions d'internautes français passent environ quatre heures par jour sur Internet. Sur ces 38 millions d'internautes, 23 millions sont présents sur Facebook et s'y connectent plusieurs fois par jour. Cela valait bien quelques petites enquêtes scientifiques...

Vous vous souvenez de la technique d'*eye tracking* ? Nous en parlions en début d'ouvrage. L'*eye tracking* permet de mesurer ce qui attire le plus l'œil de l'être humain dans une situation donnée, un restaurant, un magasin, la chambre d'hôtel... Cela grâce à l'emploi de microcaméras et de logiciels analysant la durée pendant laquelle se fige le regard sur un endroit qui l'attire particulièrement.

Eh bien, ce qui a été fait pour les groupes hôteliers et les magasins de téléphonie mobile, entre autres, a également été réalisé scientifiquement par un groupe de chercheurs observant un panel de trente participants et le

comportement de leur regard face à un écran d'ordinateur affichant des pages Facebook, Google +, YouTube, Twitter, dans le seul et unique but de savoir ce qui va attirer instinctivement l'être humain lorsqu'il contemple le profil virtuel de son congénère.

Il s'agissait dans cette équipe américaine, dénommée EyeTrackShop, de mesurer le niveau d'attention visuelle des cobayes et de définir l'ordre de priorité dans leur réception de l'information transmise par le profil. Cette étude n'est pas une étude isolée. D'autres recherches plus confidentielles et menées directement par les réseaux sociaux eux-mêmes, en utilisant la même technique, ont induit en 2011-2012 un changement de présentation, à la fois sur Facebook (le journal) et sur YouTube.

En comparant les résultats de présentation, les chercheurs se sont aperçus que les visiteurs d'un profil Google + fixaient en moyenne leur regard pendant 5,9 secondes sur le centre de la page qui, en termes de présentation, est conçu pour montrer une image de taille assez importante, générée automatiquement à chaque fois que l'utilisateur poste un lien. 5,9 secondes. Comparativement, c'était beaucoup plus que l'ancienne présentation de Facebook, livrée à la même étude, qui comprenait, avant sa transformation en *live journal*, des miniatures de liens suivis de commentaires textuels. L'œil se focalisait également sur le centre de la page mais y passait deux fois moins de temps. Pour se tourner immédiatement vers la photo profil Facebook de l'individu.

De même qu'en matière de *misdirection* et d'illusionnisme, la « loi de l'intérêt » s'applique sur les profils des réseaux sociaux : si le mouvement permet de diriger l'attention d'une cible lors d'une opération de prestidigitation, c'est l'image qui captive le regard en priorité, et cela quel que soit le texte employé, même si celui-ci est particulièrement choquant ou dérangent. Étant donné le niveau de compétition annoncé entre le réseau Google + et Facebook depuis un an, on peut comprendre pourquoi le second, qui n'est pourtant pas le challenger, a changé sa présentation. Pour créer des cases, curieusement de la même taille que les images captivant l'esprit pendant 5,9 secondes, et en renforçant la présentation visuelle avec une autre donnée extrêmement intéressante d'un point de vue stratégique : le fil d'actualité qui défile sur la gauche en temps réel sur les profils Facebook nouvelle génération.

Deux de leçons sont à tirer de cette étude pour votre propre communication sur le Web 2.0 :

- privilégiez l'image au texte ;
- privilégiez la vidéo à l'image.

Voilà pourquoi, en matière de séduction et d'attraction via les réseaux sociaux, ces deux lois plutôt simples et qui paraissent d'ailleurs évidentes devraient inspirer ceux qui pensent qu'en écrivant des textes semi-poétiques de cinquante lignes et en les publiant sur leur profil ils vont réussir à attirer du monde. Bon courage.

Comme la phrase d'accroche en matière de journalisme pour introduire un article, une simple image, judicieusement choisie, accompagnée d'un lien renvoyant vers une musique originale et inconnue de la majorité de vos contacts suffit à créer la première connexion qui va les entraîner dans votre arc narratif. Dès lors, au lieu de perdre son temps à écrire des poèmes que des amis « likeront » sans les lire, par politesse, il est préférable de s'inscrire sur des flux RSS de sites diffusant de l'information originale, amusante et divertissante sous la forme de « musique d'images » et de vous fendre d'un simple copier-coller. Avec, le cas échéant, un petit commentaire ambigu de votre part, prenant la forme d'une question ouverte mais sans point d'interrogation final. Mécanisme qui conduira le contact à d'abord regarder ou entendre le contenu multimédia, à ressentir quelque chose au regard de ce contenu et, en dernier lieu seulement, à lire votre commentaire ambigu pour, *in fine*, entamer des échanges.

Quand la science s'en mêle, surtout lorsqu'elle est financée par des organismes privés, le business n'est pas loin...

Nous ne sommes pas des VIP. Ni vous, ni moi. Néanmoins, cela ne nous empêche de nous retrouver du jour au lendemain avec une page fan consacrée à notre modeste personne et remplie immédiatement de 5 000 fans en délire. Je parle de véritables comptes, de véritables individus, de véritables fans... loués.

Car effectivement, pour renforcer un effet de halo, de plus en plus de communicants, moyennant finances, rémunèrent directement en ligne des gens pour vous aimer. Par paquets de cent. À vous ensuite de vous créer une identité numérique totalement bidon en vous faisant, par exemple, passer

pour un expert en géopolitique qui se contenterait en coulisse de recopier les textes de publication type *Intelligence Online* et, pourquoi pas devant le buzz créé par une telle crédibilité, un tel sérieux, finir sur un plateau de télévision, repéré par un journaliste qui a fait un tour sur Facebook.

Le sexe s'achète depuis la nuit des temps, on dit que l'amour aussi : eh bien, c'est la même chose pour les fans Facebook. Je vous invite à vous rendre sur le site de Fbfansupply qui, moyennant quelques centaines de dollars, fera de vous une personne très en vogue sur le réseau au regard du nombre de vos suiveurs⁵. Ce marché s'est développé très simplement, en partant d'un principe que nous avons souvent développé dans le premier tome et que nous avons également évoqué dans celui-ci : le conditionnement de masse. « Livre vendu à 100 000 exemplaires » = « Je veux être le 100 001^e acquéreur ». « Si ça se vend, c'est bon. »

Pire, maintenant que pour 200 dollars 2 000 personnes vous « likent » sur Facebook et que, pour 78 dollars, vous venez de captiver brutalement 1 000 *followers* sur Twitter, pourquoi ne pas louer un harem, afin de montrer que, définitivement, vous êtes irrésistible ? C'est également possible. Et c'est une Américaine de 23 ans qui vient de lancer la mode. Cette jeune fille, surnommée Kathy, collant parfaitement au culte de l'apparence, se propose de devenir votre petite amie sur Facebook moyennant 5 dollars par semaine. Pour ce tarif, Kathy se propose de poster de temps en temps des petits messages sympathiques sur votre mur, d'amour ou de tendresse. Elle peut également simuler des sorties, des soirées, des sentiments. Son annonce a été postée sur le site Fiverr⁶. Finalement personne ne sait réellement qui est cette Kathy. Peut-être s'appelle-t-elle Robert et adore-t-elle le rugby. Mais son idée s'est répandue comme une traînée de poudre sur le réseau, il suffit de taper « girlfriend Facebook » sur le site en question pour voir s'afficher plusieurs centaines d'annonces similaires. Naturellement, « boyfriend Facebook » marche aussi.

Maintenant que vous avez plusieurs copines qui s'extasient sur la beauté de vos photos et des milliers de fans qui suivent le moindre de vos gestes, le phénomène d'attraction est créé (j'espère cependant pour vous qu'au regard du nombre de techniques décrites dans ce livre vous n'aurez pas eu besoin de bourse délier pour obtenir ce résultat), il vous faut

surveiller votre périmètre virtuel. Le vôtre, mais également celui de ceux que vous désirez séduire et desquels vous avez intérêt à tout savoir. Voici quelques outils qui vous y aideront.

Bien sûr, il y a le classique Google Alerts qui permet de créer un système de veille chaque fois que votre nom ou celui de votre cible est cité sur Internet. Vous pouvez donc vous surveiller vous-même ou littéralement pister quelqu'un numériquement. La procédure est très simple : une fois que vous avez tapé le mot souhaité dans le champ de recherche, rendez-vous au bas de la page et cliquez sur « créer une alerte pour ». Google vous demandera alors votre adresse e-mail et vous enverra des alertes à la fréquence que vous souhaiterez. Je lui préfère personnellement www.gigaalert.com, qui a un inconvénient, c'est payant, mais qui est beaucoup plus précis. N'oubliez pas une chose : si la personne que vous désirez séduire, attirer et donc surveiller avant de passer à l'action utilise sur les réseaux sociaux un pseudonyme, elle utilise également une adresse e-mail pour s'inscrire sur ce même réseau. La plupart du temps les personnes oublient de rendre invisible leur adresse e-mail dans leur profil. En leur collant un traqueur aux fesses non pas sur leur pseudonyme mais sur cette malheureuse adresse qu'ils ont eu le tort de laisser traîner, vous pourrez facilement repérer cette gentille personne qui se fait appeler Marie et qui vous drague sur Facebook, tout en étant inscrite sur un forum de fans de pétanque avec la même adresse sous le pseudonyme « Boules d'acier ». Les traceurs, ça aide.

Encore plus pratique, je dirais même splendide : Social Mention Alerts⁷. Un robot espion purement génial et justement spécialisé dans l'analyse des réseaux sociaux. Il va donc scanner avec une facilité déconcertante Facebook, Linked In, YouTube, etc. Et son principal avantage réside dans le fait qu'il analyse l'impact de chacune de vos communications ou de chacune des communications de la personne sur laquelle vous avez créé l'alerte : est-ce que le sujet a été aimé ou critiqué ? Est-ce qu'il a été partagé ?

De la suggestion à l'attraction, de l'attraction à la fanatisation, de la fanatisation à la néo-communication, vous disposez d'une batterie suffisante d'armes psychologiques, physiques et technologiques pour vous prémunir des manipulateurs ou pour exercer vos talents de Moriarty en

herbe. Un dernier conseil cependant. En toutes matières et quelle que soit la situation, suivez toujours votre instinct. Ce *daemon* intérieur qui nous gouverne tous.

Certains utiliseront ces techniques égoïstement et feront nécessairement du mal en jouant avec les sentiments d'autrui. Ce processus renforcera « autrui », il n'est pas de souffrance dont on ne sort renforcé. D'autres se serviront de cet ouvrage comme d'un manuel de self-défense face au conditionnement. Ce processus affaiblira les « manipulateurs ».

Aucun jugement moral ne peut être porté sur le choix que vous, lecteur, ferez. Car les deux comportements s'équilibrent et font partie de l'ordre du monde. Je vous dirai juste, en guise de salutations : « Connais-toi toi-même, et deviens ce que tu es. »

1. <http://www.comscore.com/fre>
2. <http://fr.techcrunch.com/2009/05/12/facebook-continue-de-fermer-les-yeux-sur-les-groupes-revisionnistes/>
3. <http://techcrunch.com/2007/09/07/breast-isnt-best-on-facebook/>
4. <http://bit.ly/appeoffreFBI>
5. <http://www.fbfansupply.com>
6. <http://fiverr.com>
7. www.socialmention.com

Κάθαρσις – Katharsis

Vous souvenez-vous de ces quelques cartes postales ? Votre ami en a choisi une, mentalement, et l'a inscrite sur un bout de papier. Et le pendule va lire pour vous cette pensée.

Au-dessus de chaque carte non sélectionnée, le pendule décrira simplement un balancement d'avant en arrière. Au-dessus de la carte choisie, il tracera un cercle.

Le phénomène est rendu possible par un léger mouvement inconscient des muscles. Laissez suffisamment de temps au spectateur et il fera le travail pour vous. C'est une application d'un principe développé ici¹ :



[1. http://secretsmentalistes.com/2011/12/22/mentalisme-et-cumberlandisme](http://secretsmentalistes.com/2011/12/22/mentalisme-et-cumberlandisme)

Remerciements

Ma reconnaissance va à ces personnes qu'il m'est impossible de ne pas remercier.

« Ma Noix » : pour avoir géré lorsque je n'ai pas été là, faisant ces voyages pour aller chercher l'information à sa source, suivant ces séminaires de programmation, me déprogrammant et me replongeant dans les recherches comme un zombie en rentrant. Pour un manuel de séduction, j'avoue qu'à certains moments ton homme n'était pas très glam'.

Frédéric Monera : pour m'avoir fait l'honneur de préfacer cet ouvrage. Cet homme est doté de la modestie infinie d'un individu qui, pourtant, au regard de son palmarès universitaire pourrait avoir le défaut de la prétention. S'il regrette de ne jamais avoir été mon professeur, il peut se réjouir de représenter bien plus que cela à mes yeux.

Patrick Berger : pour m'avoir initié à la formation en entreprise, pour son efficacité, son éclectisme et son sens de l'innovation. Un avant-gardiste, qui trouve le moyen de démystifier les voyants et autres chasseurs de fantômes tout en formant les meilleurs cadres de France et en assurant sa fonction de professeur agrégé. Le tout avec tranquillité et brio. Nonchalant, le Berger.

Bernard Aufan : pour ces longs entretiens qu'il m'a accordés sur son expérience dans le renseignement humain, le conditionnement d'autrui, le partage de ses aventures d'agent du renseignement, dont on pourrait si facilement faire un livre. Mais, pour l'instant, il ne le veut pas : « secret défense » (je me ronge d'impatience, cher ami).

Sébastien Cerise : pour son expérience de militaire *black ops* spécialisé dans le retournement psychologique et les opérations « délicates » qui m'a permis d'avoir accès à une documentation inédite, dérangeante, mais tellement enivrante. Merci pour ta confiance. (P.-S. : quand tu liras ces lignes, l'opération Jackman aura commencé.)

Chaymaa Abd el-All : la première adhérente d'un think thank très privé sur la *speed seduction*. Je n'ai jamais pu la surprendre en défaut de pertinence. Une décodeuse de pattern de premier ordre, œuvrant dans le domaine médical. Capable de mettre un Ross Jeffries mentalement K.-O. en moins de quinze secondes. Le pire, c'est que c'est inné.

Benjamin Briquet : pour sa soif d'apprentissage en mentalisme, qui m'a rappelé mes premières années à l'époque où j'étais illusionniste. Sacré Ben. Je me suis remis à l'illusionnisme grâce à toi, ce que tu apprends ce jour, et j'ai dû m'y mettre sacrament, car de façon générale tu apprends très vite. Au moment où tu liras ce remerciement, ta carrière de mentaliste sera déjà lancée. Connaissant ce qui vient, j'aime l'écrire pendant que tu es en mode « échauffement ».

Jeremy Stubbs : historien des idées, spécialiste du matérialisme philosophique, maître de conférence, consultant en formation interculturelle : pour m'avoir fait confiance en m'intégrant dans le groupe Maietic après un forçage psychologique à la terrasse d'un café. Jeremy, on va peaufiner les *decision making tools*. Mais promets-moi de ne plus hypnotiser les intervenants en formation. Ou alors, dis-leur au moins ce que tu vas faire, par humanité.

Mehdi Aouli, alias « Massoud l'Ataraxique » : la légende urbaine du réseau social Facebook, rencontre improbable de deux destinées qui s'est muée avec le temps et l'espièglerie en expériences psychologiques particulièrement vicieuses sur le Web 2.0. T'as le bonjour de Double Face. Maintenant que le livre est fini, on va pouvoir retourner détruire des groupes de 95 000 personnes en jouant avec nos *black patterns*. Entre les deux, on regardera ce bon vieux Moriarty sur BBC... Ça inspire.

Lawrens Godon : pour ces retrouvailles, quinze ans après, alors que tu es devenu une star mondiale de l'illusionnisme, lors de laquelle tu m'as démontré par A + B que l'on pouvait envoûter littéralement un auditoire uniquement en manipulant une balle de plus de huit cents

grammes comme si elle en pesait dix. En la faisant « flotter ». Nonchalance, gestuelle, *body language*, tu es à toi seul une leçon d'attraction visuelle. Et je sais le travail que cela a représenté.

Johann Fischer : pour sa capacité innée de designer, capable de créer, en moins de temps qu'il n'en faut pour écrire, des visuels qui hypnotisent ceux qui ont le malheur de les regarder une fraction de seconde. Tu m'as fait comprendre par quels moyens techniques l'image pouvait émettre son propre champ magnétique.

« Vinz Buzz It » (qui désire et conservera de ce fait un anonymat précieux) : pour ta maîtrise de la réactivité Internet et l'ensemble de nos échanges sur les procédés de conviction *hardcore* utilisés dans le monde de l'entreprise aux États-Unis.

Saïd Derouiche, virtuose du développement personnel (Sand & Partners) : pour tes contributions permanentes dans ce qui se fait de plus moderne en matière de communication interpersonnelle. Avec toi, la *speed seduction* en deviendrait presque ringarde. (Elle l'est déjà, d'ailleurs, puisque nous l'avons réinventée par la présente.)

Claire Fiorrucci : pour tes précieux enseignements en psychologie cognitive. Grâce à toi, j'ai pu suivre un cours accéléré. S'avaler quatre ans de fac en trois mois, j'avoue que c'est légèrement délicat. Prends garde à ne pas sombrer du côté obscur de la force, manipulatrice experte des réseaux sociaux que tu es. Je sais que tu as une petite tendance à aimer les *dark pattern*. Déformation professionnelle ?

zlibrary

Your gateway to knowledge and culture. Accessible for everyone.



z-library.se

singlelogin.re

go-to-zlibrary.se

single-login.ru



[Official Telegram channel](#)



[Z-Access](#)



<https://wikipedia.org/wiki/Z-Library>