

La Fiche Produit de Soi : compression de la singularité individuelle au format standardisé des plateformes d'appariement, taux de survie des attributs différenciants et paradoxe du produit auto-résiliant

Pellerin A. 1, Yamamoto R. 1, Diagne-Costa M. 2

1 Laboratoire d'Économie des Singularités (LES), Université de Montréal-Fictive 2 Centre d'Étude des Formats Contraints (CEFC), Université de Vienne-Fictive

DOI : 10.9999/icf.2026.fps.tsad · icf.news/article-fiche-produit-de-soi

RÉSUMÉ

Contexte. Une majorité des appariements affectifs s'initie désormais via des plateformes imposant à chaque utilisateur la production d'une fiche descriptive standardisée de lui-même, que la présente étude propose de désigner par son nom technique : la Fiche Produit de Soi (FPS).

Mots-clés : fiche produit de soi · attributs différenciants · régression vers le format · abord en conditions réelles · supplément de visibilité · auto-résiliation · équité du format

1. Introduction

L'appariement affectif humain a longtemps reposé sur un dispositif technique unique : la présence. Un individu en abordait un autre en conditions réelles, et l'ensemble de ses attributs — voix, regard, timing, aisance, courage de l'abord lui-même — participait simultanément à l'opération. Ce dispositif présentait des défauts documentés (trac, râteaux, malentendus de vestiaire), mais une propriété que la littérature n'avait jamais eu besoin de nommer, faute d'alternative : il transmettait la personne entière.

L'alternative existe désormais. Une majorité des appariements — 64 % dans le corpus de référence — s'initie via des plateformes exigeant de chaque utilisateur qu'il se traduise préalablement en un objet standardisé : six photographies, un métier, un âge, une taille, et un espace de texte libre dont la longueur maximale est celle d'une notice de médicament, section « effets indésirables » exclue. La présente étude désigne cet objet par son nom technique : la Fiche Produit de Soi. Le terme n'est pas polémique. C'est une description de format.

La question de recherche découle du format lui-même : quelle proportion des attributs qui différencient réellement un individu survit à sa traduction en fiche ? Et cette proportion est-elle la même pour tout le monde ?

2. Cadre théorique

2.1 Attributs transposables et non transposables

Un attribut est dit **transposable** s'il dispose d'un champ dans le format (âge, taille, profession, goût déclaré pour le voyage) et **non transposable** dans le cas contraire. L'inventaire préalable révèle que les attributs les plus fréquemment cités par l'entourage comme différenciants — la manière d'écouter, le timing d'une phrase, l'élégance d'un abord, la présence — appartiennent intégralement à la seconde catégorie. Le format ne les refuse pas. Il ne dispose simplement d'aucun endroit où les mettre, ce qui produit le même résultat avec de meilleures manières.

2.2 Le Taux de Survie des Attributs Différenciants (TSAD)

Le TSAD rapporte le nombre d'attributs différenciants d'un individu présents dans sa FPS au nombre d'attributs différenciants documentés en conditions réelles. Un TSAD de 1 signifierait que la fiche transmet la personne. Aucun TSAD de 1 n'a été observé. Aucun TSAD supérieur à 0,31 n'a été observé. Le maximum a été atteint par un participant dont l'attribut différenciant principal était sa taille.

2.3 La Régression Vers le Format (RVF)

La RVF désigne le phénomène par lequel des individus de différenciation initiale très inégale convergent, après traduction en fiche, vers un objet statistiquement indiscernable. La RVF n'est pas un dysfonctionnement : un format a précisément pour fonction de rendre les objets comparables, et rendre comparable est l'opération exacte qui détruit l'incomparable. La plateforme ne dégrade pas la singularité. Elle la convertit dans une unité où elle n'existe pas.

3. Méthodologie

3.1 Participants et inventaire

120 individus (60 femmes, 60 hommes, 24–49 ans) ont fait l'objet d'un inventaire d'attributs différenciants établi par triangulation : entretiens avec trois membres de l'entourage, observation en contexte social réel, et auto-déclaration, cette dernière pondérée à la baisse conformément aux standards du champ. L'inventaire moyen comporte 14,2 attributs différenciants par personne, dont un cas à 31 (cas n°71, chirurgienne équine, 31 ans, décrite par son entourage comme « objectivement décourageante pour le reste de l'échantillon ») et un cas à 4, qui a demandé à connaître les 4.

3.2 Traduction en fiche

Chaque participant a ensuite produit sa FPS sur six plateformes fictives aux formats convergents. La convergence des formats entre plateformes concurrentes — même nombre de photographies, mêmes champs, même longueur de texte — constitue un résultat préliminaire en soi : le marché de la différenciation individuelle est servi par des outils rigoureusement identiques, situation que l'économie ne documente habituellement que pour les produits dont la différenciation n'est pas l'objet.

3.3 Précision éthique

La valeur des personnes n'est pas une variable de la présente étude ; leur compressibilité l'est. Les termes « quartile le plus différencié » et « quartile le moins différencié » décrivent des inventaires d'attributs, pas des hiérarchies humaines. Le Comité d'Éthique a demandé cette précision. Les auteurs la trouvaient déjà dans leur manuscrit, mais ont accepté qu'elle soit désormais à lui.

4. Résultats

4.1 Le TSAD et sa distribution

Quartile de différenciation initiale	Attributs moyens (réel)	Attributs survivants (fiche)	Perte
Q4 — le plus différencié	24,6	1,5	94 %
Q3	16,1	1,9	88 %
Q2	10,4	2,1	80 %
Q1 — le moins différencié	5,8	5,1	12 %

Tableau 1. Survie des attributs différenciants au passage en fiche, par quartile (n = 120). La perte croît avec la richesse initiale. Trois participants du quartile Q1 présentent un gain net d'attributs après traduction, imputable à la qualité professionnelle de leurs photographies. Le format ne s'est pas excusé.

Le TSAD moyen s'établit à 11 %. Sa distribution est le résultat central de l'étude : la perte est strictement croissante avec la différenciation initiale. L'individu le plus singulier du corpus et l'individu le moins singulier disposent, après traduction, du même nombre de photographies, du même nombre de champs et du même nombre de caractères. Le format appelle cela l'équité. Les auteurs reproduisent le terme sans le commenter, le commentaire figurant dans le Tableau 1.

4.2 L'attribut budgétaire

Les six plateformes proposent un mécanisme de restauration partielle de la visibilité perdue, sous forme d'un supplément payant à partir de 9,99 € par mois. L'analyse fonctionnelle de ce mécanisme conduit à un constat que les auteurs livrent dans l'ordre où il s'est imposé à eux : le format détruit la différenciation à l'entrée, puis en revend une version compatible à la sortie. Le seul attribut différenciant nativement pris en charge par le format est ainsi la carte bancaire — attribut dont la littérature s'accorde à dire qu'il était déjà le mieux formaté de tous.

4.3 L'abord en conditions réelles : un attribut orphelin

L'attribut « capacité à aborder naturellement et avec élégance une personne en conditions réelles » — documenté chez 19 % des participants, cité par l'entourage comme différenciant majeur dans 100 % de ces cas — présente un taux de transposition de 0 %. Aucun champ ne l'accepte, aucune photographie ne le montre, et sa mention en texte libre a été jugée « contre-productive » par les huit participants qui ont essayé. Il s'agit du seul attribut du corpus dont la valeur en conditions réelles est maximale et la valeur en format strictement nulle, taux de change que les auteurs proposent de retenir comme définition opérationnelle du mot « époque ».

4.4 Le paradoxe du produit auto-résiliant

Interrogés sur leurs motivations, 71 % des utilisateurs du corpus déclarent utiliser la plateforme « dans l'espoir de ne plus jamais avoir à l'utiliser ». La plateforme est ainsi le seul produit du corpus économique de référence dont l'usage vise explicitement sa propre cessation — profil de consommation que la littérature ne documentait jusqu'ici que pour les patches de nicotine. La différence, notent les auteurs, est que le patch partage l'objectif de l'utilisateur. Le modèle économique de la plateforme repose sur son échec, configuration où le produit et son client travaillent, en toute cordialité, à des fins opposées.

4.5 Symétrie des pertes

Aucune différence significative de TSAD n'est observée entre femmes et hommes (10,8 % contre 11,3 %). Le format écrase les deux sexes avec une impartialité que les auteurs qualifient de complète, et qui constitue, à leur connaissance, le seul point du contentieux contemporain entre les sexes sur lequel les données autorisent un consensus : personne ne survit à la fiche.

5. Discussion

Les résultats dessinent un mécanisme en trois temps que l'Institut commence à bien connaître. L'utilisateur dépose sa singularité au guichet du format — l'étude n°25 documentait le dépôt de la décision, la présente étude documente le dépôt de la différence. Le format la convertit en objet comparable, opération dont la RVF mesure le coût. Puis le supplément payant propose de racheter une fraction de ce qui a été déposé. À aucun moment le dispositif ne ment : chaque étape est décrite dans les conditions générales, que 0 % du corpus déclare avoir lues, taux conforme à la littérature.

Les auteurs tiennent à écarter la lecture morale du phénomène. Les utilisateurs ne sont ni naïfs ni paresseux : 64 % des appariements s'initiant en format, le choix de ne pas s'y traduire équivalait à un retrait partiel du marché, décision dont le coût croît chaque année. Le participant du quartile Q4 qui rédige sa fiche ne commet pas une erreur. Il paie un péage, dont le tarif — 94 % de ses attributs — est simplement proportionnel à ce qu'il transporte. Le format est un pont dont le droit de passage se règle en singularité, et les plus chargés paient le plus. L'économie classique appelle cela une taxe dégressive. Le marché de l'appariement l'appelle un profil.

Reste la donnée la plus têtue du corpus : les 71 % d'usagers qui rêvent de résilier. Elle indique que le dispositif n'a pas conquis ses utilisateurs, seulement leurs alternatives. C'est une nuance que les bilans trimestriels des plateformes ne distinguent pas, la colonne « utilisateurs actifs » ne comportant pas de sous-colonne « à contrecœur ».

6. Limites

Le groupe contrôle — appariements initiés intégralement en conditions réelles — a été difficile à constituer, les conditions réelles étant en voie de raréfaction documentée. Les 41 participants du groupe contrôle présentent par ailleurs un biais de sélection assumé : ils possèdent tous l'attribut orphelin de la section 4.3, ce qui revient à mesurer la marche à pied sur un échantillon de facteurs ruraux. Enfin, l'inventaire des attributs différenciants repose partiellement sur l'entourage des participants, dont l'indépendance n'a pas été mesurée, l'Institut ayant déjà donné sur ce sujet (voir Étude n°26).

7. Conclusion

La traduction d'un individu en Fiche Produit de Soi détruit en moyenne 89 % de ses attributs différenciants, la perte croissant strictement avec la richesse initiale. Le format est équitable au sens exact où il ne reconnaît personne. La restauration partielle de la visibilité est disponible à partir de 9,99 € par mois. L'abord en conditions réelles demeure l'attribut au meilleur rendement documenté et au taux de transposition nul.

71 % des utilisateurs espèrent ne plus jamais avoir à utiliser le dispositif qu'ils utilisent. Leur situation sentimentale est stable. C'est précisément le problème.

Déclarations

Conflits d'intérêts : Pellerin A. déclare avoir rencontré sa compagne dans une file d'attente, information qu'il mentionne, selon ses coauteurs, « à chaque réunion ». Yamamoto R. déclare un TSAD personnel de 0,07, mesuré hors protocole, et une résiliation. Diagne-Costa M. déclare n'avoir jamais téléchargé les applications étudiées et avoir été recrutée, comme il est d'usage à l'Institut, pour cette raison.

Financement : Budget total : 89 €, dont 59,94 € de suppléments de visibilité souscrits à fins d'analyse fonctionnelle (six plateformes, un mois) et 29,06 € de café offert aux entourages interrogés. Les suppléments n'ont pas été renouvelés. Les plateformes ont envoyé sept courriels à ce sujet.

Approbation éthique : Approuvée par le Comité d'Éthique, qui a demandé l'ajout de la section 3.3 et souhaite qu'il soit consigné que la demande venait de lui. C'est consigné.

Note de la rédaction : Publié par l'Institut du Constat Fondamental — icf.news

Références

- Pellerin, A. et Yamamoto, R. (2025). L'incomparable et son marché : éléments d'économie des singularités. *Revue d'Économie Affective et des Marchés de l'Appariement*, 1(1), 5–27.
- Diagne-Costa, M. (2024). *Six photos et un métier : anthropologie du champ contraint*. Vienne : Presses du CEFC. Chapitre 2 : « Ce que le formulaire ne demande pas ».
- Institut du Constat Fondamental (2026). Étude n°25 — Le Transfert Volontaire de Souveraineté Décisionnelle. *icf.news*. Pour le dépôt au guichet.
- Institut du Constat Fondamental (2026). Étude n°26 — De l'indépendance des commissions indépendantes. *icf.news*. Pour l'indépendance de l'entourage, non mesurée.
- Beaumont-Schiavetti, É. (2021). *Anthropologie de l'indécence dans les populations sibériennes du XVIIIe siècle*. Nordic Academic Press. Pour les modalités d'appariement en conditions réelles extrêmes, pp. 340–361, section que le directeur de thèse n'a pas encore atteinte.
- Conditions générales d'utilisation (2016–2026). Corpus des six plateformes. Non lues, conformément au protocole naturaliste.