

La Sollicitation Non Reproductible : taux de survie à la répétition des énoncés d'approche en conditions réelles et paradoxe commercial des méthodes enseignées

Vasilenko M. 1, Hoffmann-Bergamo C. 2, Renard T. 1

1 Unité d'Étude des Énoncés Uniques, Université de Ravenne-Alpine 2 Laboratoire de Pragmatique des Conditions Réelles (LPCR), Université d'Aarhus-Centrale

DOI : 10.9999/icf.2026.tsr.unique · icf.news/article-sollicitation-non-reproductible

RÉSUMÉ

Contexte. L'Étude n°27 a identifié un attribut orphelin : la capacité à aborder naturellement une personne en conditions réelles, dont le taux de transposition dans les formats d'appariement est de 0 %. Un marché s'est constitué autour de cet attribut. Il l'enseigne, en formations, contre paiement. La présente étude examine ce qu'il vend.

Mots-clés : TSR · énoncé unique · énoncé pré-écrit · attribut orphelin · paradoxe commercial · conditions réelles · sincérité non transférable

1. Introduction

Il existe une compétence humaine que les formats d'appariement ne savent pas représenter : aller vers quelqu'un et le lui dire. L'Étude n°27 lui a donné son statut — attribut orphelin, taux de transposition 0 %, aucune case disponible. Ce que la présente étude ajoute est simple : là où il n'y a pas de case, il y a un marché.

Ce marché enseigne l'approche. Il produit des vidéos, des formations, des tarifs. Les auteurs se sont procuré son catalogue, l'ont recensé, et ont mesuré ce qu'il vend. Ils préviennent d'emblée qu'ils n'ont rien trouvé, et que c'est le résultat.

Le protocole désigne l'espace où se déroulent les faits étudiés par le sigle **IRL** (*in real life*), conformément à l'usage. Les auteurs consignent l'observation suivante, qu'ils jugent digne d'un développement.

Le monde réel est le lieu où les personnes se trouvent lorsqu'elles ne se trouvent nulle part ailleurs. Il ne dispose d'aucune interface, d'aucune conception, d'aucun service client. Il est antérieur à tous ses concurrents et ne s'est jamais présenté sous un nom : pendant l'essentiel de l'histoire humaine, il n'avait pas besoin d'être distingué, n'ayant rien à côté de quoi se tenir. Il était simplement le lieu où l'on était.

Il a fallu qu'un autre espace apparaisse pour que le premier reçoive un sigle. Le protocole note que ce sigle est *anglais*, qu'il est *abrégé*, et qu'il provient *de l'autre espace* : le monde réel a donc été nommé par son concurrent, dans la langue de son concurrent, selon les conventions typographiques de son concurrent. Il n'a pas été consulté. La question ne s'est pas posée : elle ne figurait sur aucun formulaire.

Les auteurs relèvent enfin une propriété distributionnelle remarquable. Les personnes qui passent le plus de temps IRL — celles dont l'existence entière s'y déroule, sans compte ni profil — sont statistiquement celles qui ignorent le plus complètement la signification du sigle. Il en résulte que le monde réel est désigné, exclusivement, par ceux qui n'y sont pas. Le protocole n'a pas trouvé d'équivalent. Aucun autre lieu ne porte un nom que ses habitants ne connaissent pas.

2. Le Taux de Survie à la Répétition

Le TSR mesure le nombre d'occurrences au terme duquel un énoncé cesse de produire son effet. L'indicateur est né d'une observation clinique qui a orienté toute l'étude, et que les auteurs reproduisent ici.

Une participante de 23 ans rapporte s'être approchée d'un inconnu et lui avoir dit : « *Excuse-moi, je suis vraiment désolée, ce n'est pas du tout mon genre de faire ça, c'est même la première fois — mais je te trouve très beau. C'est possible d'avoir ton numéro ?* » L'énoncé a fonctionné.

Les auteurs ont examiné pourquoi. La réponse tient en une clause : « **c'est la première fois** ». Elle était vraie. Elle constituait l'intégralité de la valeur de l'énoncé — et elle a cessé d'être vraie à l'instant précis où l'énoncé a fonctionné. La participante ne peut plus le reprononcer : les mots seraient identiques, la phrase serait fausse. Toute autre personne le repronçant dirait quelque chose de faux dès sa première tentative.

« L'énoncé contenait sa propre condition de validité, et l'a consommée en fonctionnant. » Section 2, définition opératoire du TSR »

Le TSR de cet énoncé est donc de 1. Une occurrence, une seule, non transférable, non enseignable, invendable. Les auteurs précisent qu'il ne s'agit pas d'une technique dont la validité s'épuiserait à l'usage, comme un médicament. Il s'agit d'une phrase vraie, dont la vérité était le principe actif.

3. L'inventaire des énoncés pré-écrits

Le corpus comprend 340 énoncés recensés dans des matériels pédagogiques payants — vidéos, modules, sessions filmées en conditions réelles — ainsi que dans des pratiques spontanées non commercialisées. Le protocole les a traités identiquement : ce qui est mesuré est le TSR, non l'intention.

Type d'énoncé	Principe déclaré	TSR
Compliment dépréciatif calibré	Susciter une recherche d'approbation par abaissement contrôlé de l'estime	0
Interruption de trajectoire	Obtenir l'arrêt physique de la personne pour ouvrir l'échange	0
Contrainte horaire feinte	Rassurer sur la brièveté de l'échange, lequel se prolonge de 45 minutes	0
Compliment d'opinion pré-rédigé	Signaler une perception singulière, énoncée à 45 personnes par jour	0
Ancrage kinesthésique	Associer sa présence à une émotion positive par contact calibré	0
Prétexte d'invitation non crédible	Fournir un motif de déplacement dont les deux parties connaissent la fausseté	0
Interpellation sonore depuis un lieu de travail	Aucun principe déclaré. Aucune formation. Aucun tarif.	0
Énoncé vrai, prononcé une fois	Aucun principe. La personne dit ce qu'elle pense.	1

Tableau 1. Taux de survie à la répétition selon le type d'énoncé. La dernière ligne du bloc supérieur n'est enseignée nulle part et ne coûte rien : son TSR est identique à celui des méthodes vendues 497 €. Le protocole n'établit aucune hiérarchie entre les lignes de ce bloc. Elles partagent la seule propriété qu'il mesure.

Le résultat le plus commenté en comité est le suivant : **l'amabilité de l'énoncé n'a aucun effet sur son TSR**. Le compliment d'opinion pré-rédigé est courtois, flatteur, agréable à entendre — et son TSR est de 0, exactement comme celui du compliment dépréciatif, qui est désagréable. Les deux échouent pour la même raison, qui n'a rien à voir avec la politesse : ils ont été écrits avant de rencontrer la personne à qui ils sont adressés. Le destinataire ne l'ignore pas. Le protocole établit qu'il le détecte en 1,4 seconde, délai qui correspond, aux marges près, à celui d'une phrase prononcée.

4. Le paradoxe commercial

Le marché des méthodes d'approche vend un produit dont la propriété centrale est la reproductibilité : une phrase qui fonctionne, transmissible à qui l'achète, réutilisable à volonté. C'est précisément ce que la section 2 exclut. Un énoncé fonctionne parce qu'il est vrai à cet endroit, à cette heure, dans cette bouche. Le transmettre le rend faux. L'enseigner le rend faux pour tous les élèves simultanément. La reproductibilité n'est pas une qualité que ce produit possède mal : c'est l'opération qui le détruit.

Les auteurs relèvent que le modèle économique fonctionne néanmoins, et qu'il fonctionne bien. La raison est structurelle : le produit vendu n'est pas l'énoncé. C'est l'espoir d'une méthode. Or l'espoir d'une méthode, lui, est parfaitement reproductible — il se vend indéfiniment, à un public renouvelé, dont l'échec confirme le besoin de formation supplémentaire. Le lecteur de l'Étude n°29 reconnaîtra le mécanisme : un dispositif dont la réussite éliminerait le client. Ce n'est pas un défaut du produit. C'est le produit.

5. Discussion

Les auteurs souhaitent écarter une lecture. Cette étude n'établit pas que les personnes qui achètent ces formations sont crédules : elle établit qu'elles cherchent quelque chose de réel — l'attribut orphelin de l'Étude n°27, la seule compétence que ni les plateformes ni les formulaires ne savent accueillir — auprès du seul secteur qui prétend le vendre. La demande est légitime. C'est l'offre qui est impossible.

Reste alors la question que le protocole ne peut pas traiter et que les auteurs formulent quand même : s'il n'existe aucune méthode, que reste-t-il ? La réponse tient dans la dernière ligne du tableau 1, et elle est décevante pour un marché : il reste de dire la vérité, une fois, à quelqu'un. Le protocole ne peut ni l'enseigner, ni le calibrer, ni le facturer. Il peut seulement confirmer que, dans le corpus, c'est le seul énoncé dont le TSR n'est pas nul.

Les auteurs signalent enfin que cette conclusion ne constitue pas un conseil. Un lecteur qui déciderait d'être sincère afin d'obtenir un résultat aurait converti la sincérité en méthode, et le TSR de la méthode est de 0. L'étude est ainsi la seule du corpus dont l'application par le lecteur invaliderait le résultat. Le comité a jugé cette propriété élégante. Le rédacteur en chef l'a jugée irritante.

6. Limites

Le corpus des énoncés vrais est, par construction, très inférieur au corpus des énoncés pré-écrits : les premiers ne sont pas documentés, ne sont pas filmés, ne sont pas vendus, et leurs auteurs n'en gardent généralement pas de trace, sinon un souvenir précis et une personne à côté d'eux. Les auteurs reconnaissent que cette asymétrie de collecte pourrait surestimer le TSR de la catégorie. Ils font toutefois observer qu'un TSR de 1 est déjà le minimum non nul, et que la surestimation aurait donc dû être négative.

Enfin, l'étude ne porte que sur l'énoncé — c'est-à-dire sur la phrase, ses conditions et sa répétition. Elle ne dit rien de ce qui se passe après. Les auteurs renvoient à l'Étude n°33, qui l'a établi en trois ans, à un coût considérable : il faut être gentil.

7. Conclusion

L'Institut ne peut recommander aucune technique. Il a mesuré 340 énoncés ; 339 ont un taux de survie à la répétition nul, qu'ils soient courtois ou non, enseignés ou non, tarifés ou non. Le seul qui survive une fois est celui que personne ne peut vendre, parce qu'il cesse d'exister au moment où on le copie.

Ce que l'Institut peut confirmer est plus modeste, et tient en une phrase : une jeune femme s'est approchée d'un inconnu, lui a dit qu'elle le trouvait beau et que c'était la première fois qu'elle faisait ça. C'était vrai. Ça a fonctionné. Elle ne pourra plus jamais le redire, et personne d'autre ne le peut à sa place — ce qui, à bien y regarder, est le seul résultat rassurant que la présente revue ait publié depuis sa fondation : il reste, dans le commerce des rencontres, une chose qui n'est pas à vendre.

Déclarations

Conflits d'intérêts : Aucun. Les auteurs déclarent n'avoir suivi aucune formation d'approche et n'en avoir dispensé aucune. Renard T. déclare avoir tenté, à titre exploratoire et en dehors du protocole, de reproduire l'énoncé de la section 2. Il confirme le résultat de l'étude.

Financement : Aucun. Les auteurs ont sollicité trois organismes de formation à la séduction en vue d'un financement, en précisant l'objet de l'étude. Deux n'ont pas répondu. Le troisième a proposé un partenariat, dont les termes prévoyaient la mention de ses modules en conclusion. La proposition a été déclinée, son TSR ayant été estimé à 0.

Remerciements : Les auteurs remercient la participante de 23 ans, dont l'observation a fondé l'indicateur et qui n'en saura jamais rien. Ils remercient le Dr Bonnefoy-Tissot pour sa relecture, parvenue à 4 h 12, et Mme Beaumont-Schiavetti pour le codage des 340 énoncés, tâche dont elle a demandé qu'il soit consigné qu'elle l'a trouvée déprimante. C'est consigné.

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

Références

- Vasilenko, M. et Renard, T. (2025). Énoncés à condition de validité auto-consommante : cadre pragmatique. *Cahiers d'Économie Biographique*, 1(2), 90–114.
- Hoffmann-Bergamo, C. (2024). *Ce qui ne se répète pas : théorie de l'occurrence unique*. Aarhus : Presses du LPCR. Chapitre 3 : « La vérité comme principe actif ».
- Institut du Constat Fondamental (2026). Étude n°27 — La Fiche Produit de Soi. *icf.news*. Pour l'attribut orphelin et son taux de transposition.

- Institut du Constat Fondamental (2026). Étude n°32 — L'Âge comme Proxy. *icf.news*. Pour les variables sans champ, dont celle-ci est le cas commercial.
- Institut du Constat Fondamental (2026). Étude n°33 — La Variable Bienveillance. *icf.news*. Pour la suite, qui coûte plus cher.
- Institut du Constat Fondamental (2026). Étude n°29 — L'Économie de la Rétention. *icf.news*. Pour les dispositifs dont la réussite éliminerait le client.
- Corpus des énoncés (2026). 340 unités. TSR nul : 339. TSR égal à 1 : 1. TSR supérieur à 1 : aucun, à ce jour.