

## Voyance & business

La voyance compte, en France, plusieurs milliers de « *praticiens* » professionnels. On les trouve généralement sous deux formes juridiques : La S.A.R.L. et la profession libérale.

Chez les professionnels libéraux on trouve des gens qui sont compétents en matière de voyance et qui le prouvent régulièrement; ceux-là n'auront pas beaucoup besoin de recourir à la publicité car leur qualité parle pour eux. Le bouche-à-oreille est le meilleur encart publicitaire. Ces voyants-là jouent assez souvent la carte de la transparence : « *je vois* » ou « *Je ne vois rien pour vous.* » Dans ce dernier cas ils ne font pas payer la consultation ; c'est un premier signe de sérieux.

Pour ces voyants la qualité compte. Ils sont aussi relativement disponibles entre deux consultations pour répondre gratuitement aux sollicitations de leurs clients. Ce cas de figure se rencontre surtout dans les campagnes et petites villes. Ces professionnels de la divination proposent généralement des prix corrects allant de 15 à 50 euros pour une durée de 15 à 90 minutes. Les méthodes utilisées sont généralement la voyance par les cartes, appelée cartomancie ou la voyance directe en regardant le consultant ou une photo...

Dans les sociétés de voyances, les S.A.R.L., les pratiques et les moyens sont assez différents. A l'inverse des « libéraux » les compétences sont bien plus de dernier cri que dépendantes d'un *sixième sens*. La priorité des sociétés de voyance est la même que pour toutes les autres entreprises : **faire de l'argent**. Pour cela rien n'est impossible. Les clients sont généralement attrapés à coup d'encart publicitaire dans les journaux et revues bien ciblés ; les magazines féminins sont les principaux supports utilisés pour la communication desdits voyants.

Les messages sont éloquentes : *retrouvez l'amour de votre vie en un temps record ! Retrouvez la forme de vos vingt ans! Fini les problèmes financiers! Oubliés les ennuis juridiques!* Ne reste plus qu'à ferrer le poisson : le client en attente d'écoute, de compréhension, d'aide...

L'achat de cette consultation va être impulsif en générant la sensation, pour le client, qu'il s'agit là de *sa dernière chance de s'en sortir*, le business peut commencer. Le rideau se lève. Dans cet état d'espoir fugace mais bien réel, le client, même le plus terre-à-terre, perd soudain son esprit critique. *Si je ne tente pas cette chance je ne m'en sortirai pas* se dit-il, loin de se douter qu'une épreuve supplémentaire va s'ajouter à sa souffrance déjà bien ancrée. Quoi de plus simple, en effet, que de composer un numéro de téléphone et de sortir sa carte bancaire ? Cela va vite, c'est pratique et on reste « *anonyme* ».

**Anonyme ?** Pas si sûr ! Les sociétés de voyance sont de mieux en mieux organisées et ne laissent rien au hasard. Notre client dépense quelques euros par minutes au téléphone et quelques dizaines d'autres sont prélevés directement sur son compte bancaire grâce au numéro de carte confié dès le début du contact.

« *Ne quittez pas, vous êtes fait* ». Tel pourrait être le message d'attente diffusé en boucle en attendant qu'un voyant vous accueille. C'est parfois à ce moment-là que le gentil client se demande s'il a bien fait d'appeler. **Trop tard**. S'il raccroche il aura quand même perdu une jolie petite somme. *Attendons un peu* se dit-il, *on verra bien...* Encore quelques secondes et une jolie voix vous accueille. « *Que puis-je faire pour vous ?* » demande l'hôtesse. La porte se referme. Vous n'êtes plus en mesure de rien. En quelques phrases éprouvées votre correspondante vous mettra en confiance et vous soutiendra toutes les informations qui lui seront utiles, quelques minutes plus tard, pour vous donner quelques « visions » devant vous permettre "d'aller mieux". Il ne s'agit pas, vous l'aurez compris, de voyance, mais plutôt de *psychologie sauvage*. On dit au client *se qu'il a envie d'entendre* : Qu'il va aller mieux, chaque jour, sur tous les points... La conversation peut s'arrêter au bout de quelques trente minutes. Les jeux sont faits. Le clients à l'impression d'avoir été guidé dans sa vie, dans ses choix. Cela n'est qu'une impression car c'est lui qui a tout fait. Il a tendu, sans s'en rendre compte, toutes les

informations permettant de l'identifier, le mettre en confiance et de tenter de le fidéliser sans en donner l'air...

Quelques temps se passent. Notre client se pose maintenant quelques questions : *Est-ce que je vais vraiment voir le bout du tunnel comme on me l'a dit ?* » Comme pour se donner bonne conscience, ou se rassurer, il sera de nouveau tenter d'appeler un cabinet de voyance. Cette fois il prend son magazine préféré et cherche un autre encadré, plus prometteur encore, histoire de voir si le voyant lui prédira des situations similaires...

Ici, deux grands cas de figures : Où la consultation "tourne" comme la première et conforte donc le client dans la croyance que tout va s'arranger grâce aux quelques conseils dispensés par le praticien, généralement étudiant en psychologie ou alors, il est complètement bluffé dans le bon sens (pense t-il) car sans qu'il ait eu à donner trop d'informations le voyant est capable de lui réciter une belle partie de sa vie ; sans trop d'erreur! *Magnifique*, se dit le client, *je tiens la personne qu'il me fallait!* Rassurez-vous, son interlocuteur se dit la même chose...

Que vient il de se passer ? Un flash extraordinairement clair ? Peut-être. Un coup de chance incroyable pour le voyant ? Certainement pas ! Un coup d'arnaque ! Une affaire bien ficelée et de plus en plus répandue. Il s'agit d'une voyance en trompe-l'œil ! Sans que cela soit la règle, souvenez-vous d'abord que vous avez affaire à une société commerciale et que son but est de gagner de l'argent. Il ne s'agit pas d'une organisation philanthropique. D'où viennent les numéros des voyants ? De la même revue. Qu'a dévoilé le client lors de sa première consultation? Il ne s'en souvient pas clairement. Il était dans un état de détresse prononcée... Pour se donner bonne conscience notre client veut savoir si ce qu'a dit le premier voyant peut être confirmé par un autre. Qu'à cela ne tienne. Où trouve t-il le deuxième voyant ? Toujours dans son magazine favori. Comment débute la consultation ? De la même façon : *On communique son numéro de carte bancaire.* Vous y êtes ? Pas encore ? Et si tout cela n'était que supercherie ?

Au risque de décevoir un bon nombre de lecteurs j'attire l'attention sur les systèmes très organisés de certaines sociétés de voyance. Le personnel est généralement recruté pour une durée limitée. Il s'agit souvent d'étudiants ayant besoin d'arrondir leurs fins de mois. Ces pseudo voyants sont quelques fois des étudiants en psychologie ce qui leur permet d'aller chercher les informations là où elles sont sans en donner l'impression... Ces gens travaillent avec les outils de leur temps : Les systèmes informatiques. Cela leur permet de retrouver très facilement les traces des précédents contacts pris avec la société. Notons encore qu'une société dispose souvent de plusieurs lignes téléphoniques avec des numéros parfois très différents. Rien n'est impossible. Les informations circulent en réseau et la biographie de notre client s'améliore d'appel en appel. De quoi rendre accrocs n'importe qui. C'est aussi l'art et la manière de faire culpabiliser les personnes qui se rendraient compte, sur le tard, qu'elles se sont faites avoir. En conséquence, par honte ou par crainte, le client abusé ne porte généralement pas plainte...

En conclusion, si vous ne pouvez pas vous passer de voyance, fuyez les sociétés aux numéros surtaxés et ceux qui font appel, sans état d'âme, à la communication de vos coordonnées bancaires. Préférez les voyants ayant pignon sur rue, déclarés auprès de l'URSSAF, qui ne font pas de publicité ravageuse et qui bénéficient d'une bonne réputation.

Jean-François Soyez

Wattrelos le mercredi 12 octobre 2005