

# vivre ici

## société



# Un coach... pour séduire sur le net

**Anne Drolet**

Collaboration spéciale  
adrolet@lesoleil.com

**De plus en plus de célibataires utilisent Internet pour trouver l'amour, mais dans cet océan de candidats (et de rivaux!) potentiels, comment se démarquer? Une solution inusitée s'offre à vous: demander conseils à un coach... de séduction.**

Jean (nom fictif), un préposé aux bénéficiaires de 48 ans, en avait marre de toujours être l'ami des femmes qu'il rencontrait. Bien décidé à trouver l'âme sœur, il donne carte blanche à Coachsédution, une entreprise montréalaise, la seule au Québec qui propose des services de *coaching* pour célibataires. La fondatrice, Marie-France Archibald, le prend alors en charge: une styliste l'aide à renouveler sa garde-robe et à trouver une nouvelle coupe de cheveux, on lui donne des conseils et des techniques pour séduire, en personne comme sur le web.

En séduction, « tout est une histoire de détails », remarque M<sup>me</sup> Archibald. Sur Internet, on peut se vendre avec son pseudonyme, sa photo et son profil. « Si tous ces éléments correspondent à la personnalité de la personne et ont une certaine originalité, elle va ressortir du lot. »

La photo est l'élément le plus important, croit M<sup>me</sup> Archibald. Il faut savoir mettre en valeur ses vêtements, ses cheveux et son sourire. Gage de succès selon elle: faire appel à un photographe professionnel. Elle donne un coup de main pour trouver un bon pseudonyme et rédiger son profil, et elle conseille pour la correspondance.

La personne ainsi métamorphosée ne perd-elle pas de son essence propre? « Ça fait partie du processus de séduction de s'arranger pour être beau. C'est la même chose, c'est arranger son profil pour être plus attirant, » répond M<sup>me</sup> Archibald. Elle s'assure que le résultat colle à la personna-



lité du client, en choisissant un vocabulaire approprié par exemple. Jean trouve même que son nouveau profil et son look actualisé le reflètent mieux que jamais.

Les clients de M<sup>me</sup> Archibald lui disent qu'ils reçoivent plus de réponses qu'avant.

Mieux, les hommes vont parfois avoir des messages de femmes sans qu'ils les aient sollicités. « Et ça, ça n'arrivait jamais. » Mais ces résultats ont un prix: M<sup>me</sup> Archibald demande 100\$ de l'heure. Mais pour certains, comme Jean qui est maintenant en

couple, c'est bien peu pour trouver chaussure à son pied. Il a appris à séduire, dit-il, mais surtout à être plus sûr de lui. Et ça le rend d'autant plus séduisant!

**AUTRE TEXTE → A11**

Se termine dimanche!

# Ensemble Shimano GRATUIT!

À l'achat de 125\$ et plus,  
obtenez GRATUITEMENT  
un ensemble canne  
et moulinet SHIMANO®



# LATULIPPE

637, rue Saint-Vallier Ouest, Québec, 418.529.0024, [www.latulippe.com](http://www.latulippe.com)

Valeur de 30\$. Valable du 7 au 17 juin 2007, à l'achat de 125\$ et plus dans tous nos départements. Conditions et règlements en magasin.

## SITES DE RENCONTRE

## Savoir se vendre

Anne Drolet

Collaboration spéciale  
adrolet@lesoleil.com**PSEUDO :** GrosRick301.**PROFIL :** gentil, aime aller au cinéma et boire du vin.**PHOTO :** l'image est sombre, mais on distingue "Gros Rick" et quelques copains, à la fin d'une soirée trop arrosée.**VERDICT :** notre ami a peu de chances de rencontrer la femme de sa vie...

Pas facile de trouver un bon pseudonyme, d'écrire un profil original ou de dénicher une photo accrocheuse pour séduire sur Internet. Pourtant, ces éléments feront toute la différence entre la personne que l'on contactera et celle que l'on ne remarquera pas. Voici quelques conseils de pros pour se faire remarquer et surtout, quelques gaffes à éviter.

**PSEUDO PERSONNALISÉ**

Le pseudonyme, soit votre nom sur le site de rencontre, sera la première question à laquelle vous devrez répondre en vous inscrivant sur ce type de sites. « Dans l'ivresse de l'inscription, on le choisit souvent à la va-vite ou "pour se marrer".

Pourtant, il aura une incidence majeure sur votre succès», peut-on lire sur le site français **seduction-online.com**, qui met en ligne une panoplie de conseils sur la drague sur Internet.

On y dénombre trois principales erreurs à éviter. La première, utiliser votre prénom suivi d'un nombre. C'est la meilleure façon de donner l'impression d'être... un numéro. De plus, ça ne renseigne pas sur votre personnalité. N'optez pas non plus pour votre surnom qui, souvent, n'a une signification que pour vous et vos proches. Finalement, laissez tomber les pseudonymes sexuellement explicites, comme Sexbomb22.

L'idéal, selon **seduction-online.com**, est de trouver un pseudo qui met de l'avant « un trait de personnalité, un hobby, une passion qui vous caractérise », comme Chanteleblues ou MisterBordeaux. La *coach* de séduction Marie-France Archibald exécute d'ailleurs un exercice de créativité avec ses clients, pour réussir à trouver un pseudo qui les représente vraiment.

**LA PHOTO : LE NERF DE LA GUERRE**

La photo demeure le nerf de la guerre. Elle doit être fidèle à ce que vous êtes, tout en vous montrant sous votre meilleur jour. Quelqu'un de très sérieux pourrait alors choisir une photo très formelle, quoiqu'en général, on recherche plutôt un style décontracté.

Habilitez-vous comme vous le faites pour une sortie, en tenant compte du type d'homme ou de femme que vous voulez séduire, ajoute Marie-France Archibald. Un homme qui cherche une femme distinguée aura plus de chance de lui plaire s'il semble l'être aussi. Portez une attention particulière à vos cheveux. Le site **seduction-online.com** suggère de tester vos photos régulièrement. Sans modifier aucun autre paramètre, changez

de photo. Vous verrez lesquelles sont les plus populaires. Toujours selon ce site, les photos en complet et cravate obtiennent toujours de bons résultats. On propose aussi de prendre des photos de vous alors que vous faites une activité (peinture, sport, cuisine) ou lors d'une sortie, puisque « ça envoie le message que vous avez une vie remplie et intéressante ». Par contre, évitez les clichés de fin de soirée. N'hésitez pas à mettre en ligne plus d'une photo.

**PROFIL : SE FAIRE VALOIR**

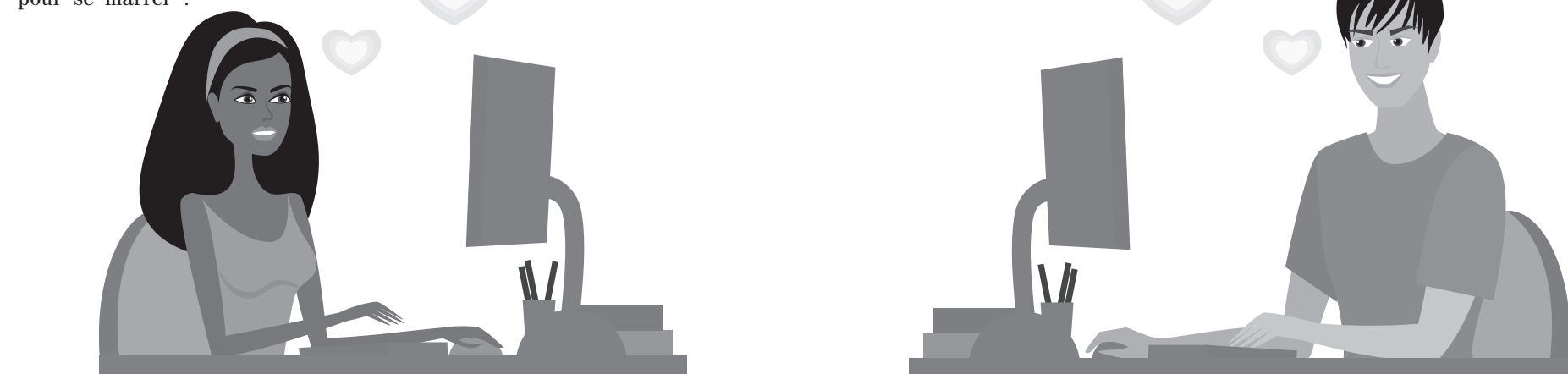
Le profil consiste en une brève description pour vous faire valoir et préciser vos attentes. Les gens sur Internet écrivent souvent les mêmes choses, constate M<sup>me</sup> Archibald. Tout le monde aime le bon vin et aller au cinéma. « Il faut trouver ce que vous pouvez écrire qui sort de l'ordinaire — sans être marginal nécessairement », dit-elle.

Un profil se doit d'être court, il est important de ne pas vous dévoiler en long en en large : entretenez le mystère. Par contre, vaut mieux choisir un ou deux éléments et les développer (raconter une anecdote

de voyage par exemple, ou parler d'un livre qui vous a marqué), plutôt que de simplement énumérer vos loisirs, vos qualités et vos valeurs. Parlez de vous positivement, mais avec modestie. « Un défaut qu'on voit souvent, c'est "se caler", de parler des défauts. Il faut savoir se vendre, mais sans se vanter », indique M<sup>me</sup> Archibald. Vous cherchez une relation passagère ou stable? Il est bon de le mentionner, sans faire peur (ne planifiez pas tout de suite la date du mariage). Vous éviterez ainsi des pertes de temps. Pour la même raison, le site **seduction-online.com** fait valoir l'importance d'indiquer clairement ce que vous recherchez chez l'autre, et aussi, ce que vous ne voulez pas. Par contre, ne soyez pas trop précis dans la description physique, vous pourriez vous fermer des portes.

Voilà pour la théorie. Mais comme l'écrit le gestionnaire de **seduction-online.com**, il n'y a pas de formule magique. « Vous dompterez toutes les techniques... avec de la pratique ! »

[www.coachseduction.com](http://www.coachseduction.com)  
[www.seduction-online.com](http://www.seduction-online.com)



## Des crémations plus écolos en Inde

Agence France-Presse

**NEW DELHI** — Alarmé par l'impact sur le réchauffement de la planète de millions de crémations chaque année en Inde, une organisation de protection de l'environnement promeut un nouveau bûcher, moins consommateur en bois et donc plus écologique.

Car lorsqu'un Indien hindou meurt, la crémation de son corps fait bondir les émissions de gaz à effet de serre. « Notre foi nous dicte de procéder à nos derniers rites de cette manière », explique Vinod Kumar Agarwal, un ingénieur. Mais « toutes les cendres se déversent dans les cours d'eau et le dioxyde de carbone contribue au réchauffement climatique », reconnaît-il.

Du coup, cet ingénieur écolo a mis au point un bûcher qui réduit la quantité de bois requise avec pour effet d'abaisser de plus de 60% les émissions de dioxyde de carbone (CO<sub>2</sub>).

**Ce bûcher permet de réduire la quantité de bois requise, et ainsi de diminuer de 60% les émissions de CO<sub>2</sub>**

Les hindous croient que brûler entièrement un corps facilite la libération de l'âme, dont le salut ne se réalisera qu'une fois achevé le cycle des réincarnations.

Dix millions de gens décèdent

chaque année en Inde, un pays de 1,1 milliard d'habitants parmi lesquels 85% d'hindous. Pour incinérer ces millions de corps, 50 millions d'arbres sont abattus, produisant 500 000 tonnes de cendres et 8 millions de tonnes de CO<sub>2</sub> chaque année, selon l'organisation écologique Mokshda de M. Agarwal.

**18 FOIS MOINS DE BOIS**

D'après lui, il faudrait seulement 22 kg de bois pour brûler un corps humain de taille et de corpulence moyennes. Mais les pompes funèbres hindoues en utilisent souvent davantage à cause d'une mauvaise combustion.

Une crémation hindoue classique, au cours de laquelle une dépouille est incinérée pendant

plus de six heures sur un bûcher d'un mètre de haut en plein air, peut consommer plus de 400 kg de bois, selon l'ingénieur.

En 1993, M. Agarwal avait mis au point son premier bûcher « antiréchauffement climatique ». « Mais personne ne s'en est servi », déplore-t-il, alors que son dispositif nécessitait quatre fois moins de bois et deux heures de moins pour incinérer un corps.

Après des années de négociations avec des autorités religieuses, administratives et écologistes, M. Agarwal a peaufiné son invention qui comprend un sol en marbre, une statue du dieu Shiva et une cheminée capable de retenir les particules de matière produites par la combustion.

Depuis, le groupe Mokshda a

installé 41 bûchers dans tout le pays et compte en vendre 20 de plus cette année. À Faridabad, une banlieue de New Delhi, 15 des 75 crémations effectuées chaque mois se font sur un bûcher Mokshda. « C'est à la fois bien pour la religion et pour le porte-monnaie », se félicite Amir Singh Bhatia, directeur du crématorium de la ville.

Mais l'ingénieur Agarwal ne se fait pas beaucoup d'illusion: il faudra au moins une génération pour convertir les hindous à son nouveau bûcher écologique. L'association Mokshda espère que son bûcher sera finalement enregistré sous le mécanisme de développement propre du Protocole de Kyoto, qui encourage les projets écologiques dans les pays émergents.