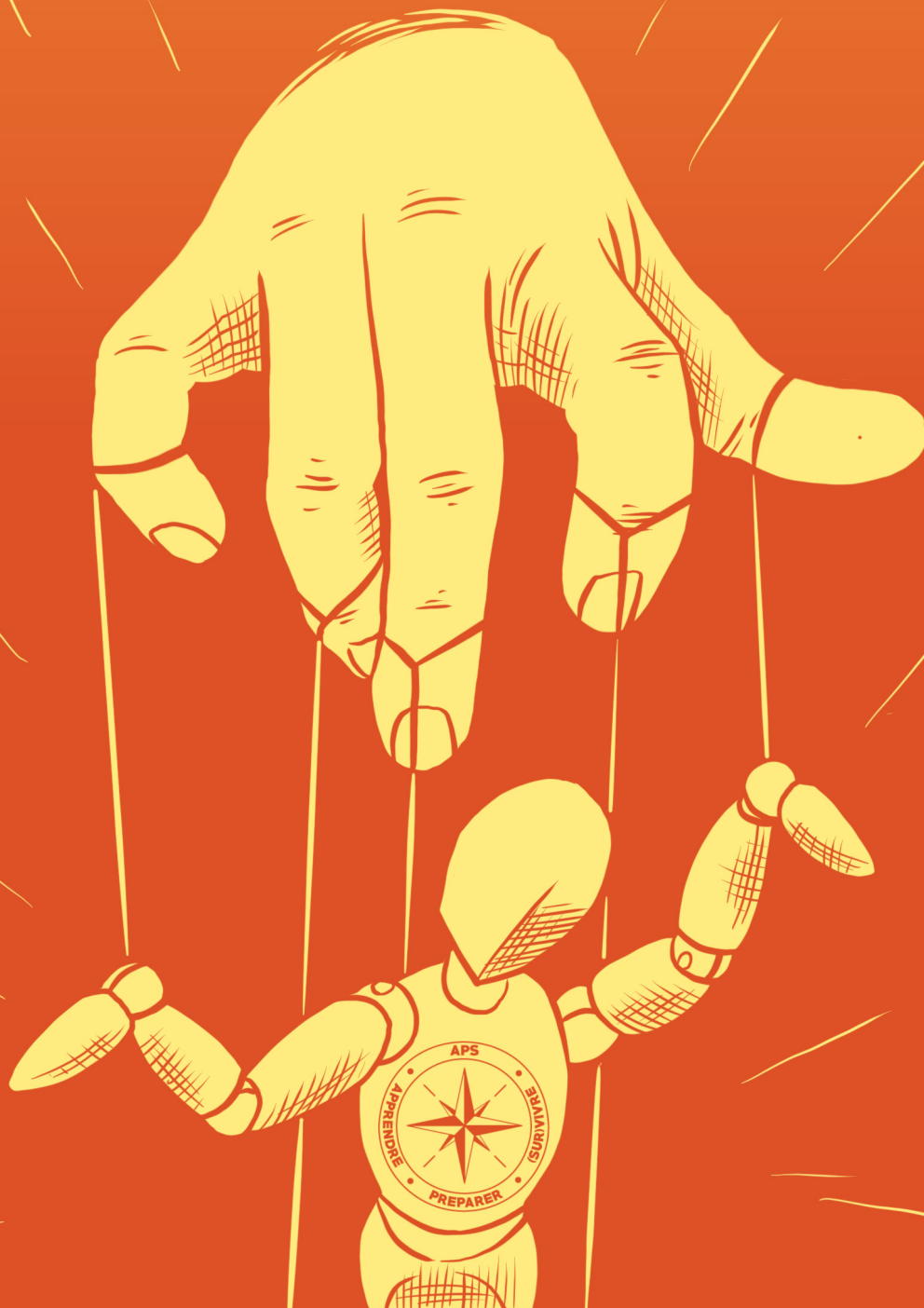


La Bibliothèque Du Résilient

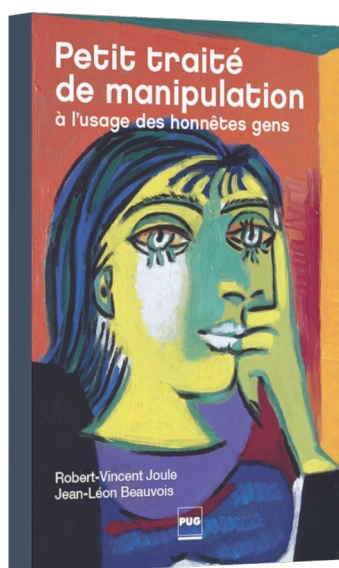
LE PETIT GUIDE DE LA MANIPULATION



SOMMAIRE

PETIT TRAITÉ DE MANIPULATION À L'USAGE DES HONNÊTES GENS, ROBERT-VINCENT JOULE ET JEAN-LÉON BEAUVOIS	3
LES PIÈGES DE LA DÉCISION	4
L'engagement	4
L'effet de gel	5
De la dépense gâchée au piège abscons	6
LA MANIPULATION	7
L'amorçage	7
Le pied-dans-la-porte	8
La porte-au-nez	9
Le pied-dans-la-mémoire... ..	10
... et autres techniques	10
Optimiser les techniques	11
Reconnaître les techniques	12
CONCLUSION	14

PETIT TRAITÉ DE MANIPULATION À L'USAGE DES HONNÊTES GENS, ROBERT-VINCENT JOULE ET JEAN-LÉON BEAUVOIS



Les auteurs

Robert-Vincent Joule est professeur de psychologie sociale à Aix-Marseille Université et il dirige le Laboratoire de Psychologie Sociale de l'Université de Provence. Son travail est axé sur la question du changement des comportements et des mentalités.



Robert Vincent Joule

Il est l'un des chercheurs en psychologie les plus connus du grand public et a publié de nombreux ouvrages en collaboration avec Jean-Léon Beauvois. Ce dernier (1943-2020) a été professeur et chercheur en psychologie. Il est l'une des figures importantes de la psychologie sociale en France.



Jean-Léon Beauvois © PUG

Ensemble, ils ont publié des ouvrages de référence, dont le *Petit traité de manipulation à l'usage des honnêtes gens* (1987), vendu à plus de 500 000 exemplaires, ou encore *La soumission librement consentie* (1998).

RÉSUMÉ ET ANALYSE DU LIVRE

Dans leur *Petit traité de manipulation*, les auteurs ont recours à un procédé ludique et imagé pour permettre de développer leur pensée et leurs différentes méthodes. Ils ont créé un personnage fictif qui servira de fil rouge, Madame O, qui vit en Dolmatie, un pays non moins fictif.

Comme nous tous, Madame O connaît de nombreuses aventures quotidiennes qui la mettent parfois dans l'embarras et **elle peut avoir tendance à se faire manipuler**. Les au-

teurs la mettent en scène au cours de ces différents événements et en tirent ensuite des techniques de manipulation qu'ils dissèquent, mettant en avant **les mécanismes qui peuvent être mis en place pour « persuader » un tiers**.

Plongeons dans cette psychologie de l'humain qui nous permettra (peut-être) d'amener l'autre à faire ce qu'on désire qu'il fasse; et surtout, à ne pas se faire manipuler soi-même...

LES PIÈGES DE LA DÉCISION

L'ENGAGEMENT

Avant d'aborder différentes techniques de manipulation, les auteurs rappellent qu'en psychologie, **la personnalité est ce qui « caractérise en propre une personne donnée. »** Cela permet aux spécialistes de comprendre pourquoi les comportements sont différents d'un individu à l'autre dans des situations similaires.

Ils abordent ensuite l'idée de « **consistance comportementale** » qui consiste à regarder le passé d'un individu (sa manière de se comporter, d'agir, de prendre ou non des décisions...) pour anticiper le futur et prédire les actions à venir. C'est en réalité ce que font tous les recruteurs en regardant un CV et en se renseignant sur un candidat pour tel ou tel poste...

Toutefois, cela ne reste que de la théorie et **il ne faut pas réduire un individu à ses actes passés**. Ce serait bien trop simple. De nombreuses études ont d'ailleurs montré les difficultés qu'il y a à prédire les agissements d'une personne dans une situation donnée à partir de comportements passés. Il y a des « spécificités comportementales ».

Les auteurs prennent un exemple pour illustrer cela et pour aborder l'engagement et **comment fonctionne la prise de décision dans nos vies courantes**.

Madame O, au cours d'une journée, va être confrontée à deux vols. Pour l'un d'entre eux, elle ne va pas réagir et laisser le voleur s'en tirer tandis que pour le second, elle va s'interposer et éviter que la valise de sa voisine de café ne soit dérobée.

Pourquoi deux attitudes si différentes pour une même action ?

La réponse est simple : parce que dans le deuxième cas, sa voisine lui a demandé de jeter un coup d'œil à sa valise. **Elle l'a engagée en obtenant un simple « oui »** facile et que n'importe qui peut donner à moindre frais.

« La clé de l'inconstance comportementale de Madame O. tient finalement à peu de chose : avoir été amenée à dire oui en réponse à une question n'appelant pas d'autres possibilités de réponses. Et c'est ce oui, des plus faciles à obtenir, qui est au point de départ du processus d'engagement. »

L'engagement amène donc une personne à prendre une décision différente de celle du passé – même un passé très proche (voyez, on ne peut pas tirer de grandes généralités en se basant uniquement sur nos actions et nos manières de réagir par le passé...).



Être engagé dans un processus nous pousse à réagir, ce que nous ne ferions pas forcément de notre plein gré. Et c'est justement cet engagement qui va motiver nos décisions et nos actions.

L'EFFET DE GEL

Avançons plus loin dans cette idée d'engagement avec « l'effet de gel ». Les auteurs citent le psychologue américain Kurt Lewin qui avance l'hypothèse selon laquelle « les gens ont tendance à adhérer à ce qui leur paraît être leurs décisions et à se comporter conformément à elles. »

Tout le monde en a fait l'expérience, **la décision a un pouvoir très fort** et lorsqu'elle est prise, elle va « geler » les différentes options comportementales face à une situation donnée et **conduire le décideur à rester sur sa position.**

C'est cette « adhérence à la décision prise que traduit la notion d'effet de gel. »

Quand une personne fait un acte de décision, **elle adhère à un projet et à ce à quoi elle s'est engagée.** La prise de décision est au final plus importante que l'acte qu'elle désigne. À savoir que **l'effet de gel peut être démultiplié au sein d'un groupe.**

Les auteurs mettent aussi en garde contre ce qu'ils appellent : « **l'escalade d'engagement** ». Cela va correspondre à la manière qu'ont les gens de **s'accrocher à une décision prise initialement quand bien même celle-ci est contre-productive.**

Vous avez tous en tête une situation où vous vous êtes obstiné tout en sachant que vous aviez tort, ce peut être dans votre vie professionnelle, amicale, ou au cours d'une simple promenade en forêt où vous vous étiez perdu et refusiez de changer de cap...

DE LA DÉPENSE GÂCHÉE AU PIÈGE ABSCONS

La **dépense gâchée** repose toujours sur l'engagement et sur un phénomène évident d'escalade. Elle prend sa source dans une situation où **vous avez fait un investissement conséquent, que ce soit en argent, ou encore en temps**. Si tel est le cas, **vous aurez beaucoup de mal à revenir sur votre première décision**, pire vous aurez tendance à vous « enfoncer » plus encore.

Le **coût de départ vous rend en quelque sorte prisonnier de votre décision** et vous pousse à persévérer dans ce sens, quitte à ce que ce soit contre toute raison. Exemple: vous avez payé un billet de train pour aller au ski. Problème, au pied des montagnes, le train se retrouve bloqué. Au lieu de demander un remboursement ou de profiter de l'endroit où vous êtes, vous accepterez n'importe quel moyen de transport pour aller dans votre station, quitte à ce que cela vous coûte bien plus cher.

Ou encore: vous avez acheté une bouteille de vin chère et celle-ci n'est pas bonne, vous allez tout de même la boire. Cela montre bien quelques ressorts psychologiques de l'homme qui s'appliquent à tous et il est important de les connaître.

Le **piège abscons**, lui, consiste à **se maintenir dans une situation très coûteuse** et à prendre une suite de décisions en se disant qu'à chaque étape, une de ces décisions va être payante et vous permettre de compenser vos pertes.

Il y a un phénomène évident « **d'automanipulation** » ou encore de volonté de se convaincre. Les jeux d'argent (de type casino) fonctionnent sur cet exemple.



Plus vous allez jouer, dépenser, plus vous allez perdre et plus vous aurez tendance à vouloir continuer, voire augmenter vos mises, afin de vous « refaire » et de compenser toutes vos pertes.

Voici comment fonctionne le piège abscons:

1. **Une personne prend la décision de s'engager dans un processus de dépense** en vue d'un but donné;
2. L'atteinte du but n'est pas garantie, que la personne en soit consciente ou non;
3. La situation donne l'impression à la personne que chaque dépense le rapproche du but;
4. Le processus se poursuit sauf si la personne y met un terme;
5. La personne n'a pas fixé de limite à ses investissements.

Ce qui est intéressant est qu'on comprend que **pour se sortir d'un tel piège, il faut se donner des limites** (de temps, d'argent,

d'énergie...). Pour cela, il convient d'accepter et de reconnaître une erreur.

Souvent, **un individu va chercher à justifier sa décision initiale** et à rationaliser ses actes, quitte à perdre toujours plus et s'enfoncer dans l'erreur.

LA MANIPULATION

Les auteurs ont débuté en montrant quelques effets illustrant les « possibles pièges de l'activité de décision » et comment un individu pouvait avoir tendance à réaliser des actes inadaptés ou dysfonctionnels.

Dans les exemples cités, l'individu s'est mis tout seul dans la tourmente, en voulant compenser ses pertes, en refusant de renoncer, en s'obstinant... Il y avait un caractère d'automanipulation, soi contre soi, mais **il existe bien des situations, bien des pièges, où c'est une tierce personne qui va être à l'origine de la prise de décision** et qui amènera un individu à être manipulé.

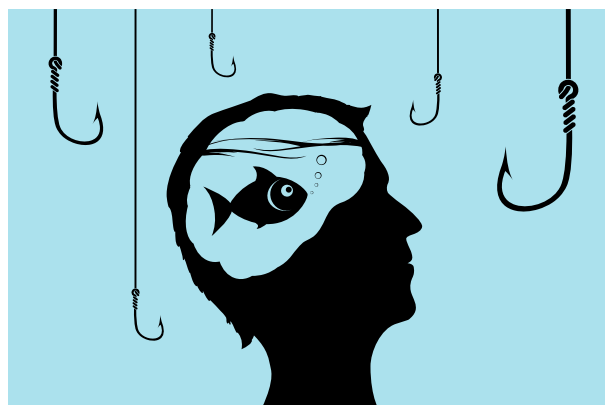
L'AMORÇAGE

Manipuler, c'est persuader, et pour cela toutes les techniques sont bonnes.

L'amorçage décrit par les auteurs consiste à **faire miroiter différents bénéfices à une personne afin que celle-ci prenne une décision et qu'elle s'engage librement** – la notion de « liberté » est importante, même si nous devrions parler d'**illusion de liberté** – à suivre cette décision.

L'amorçage repose sur un **mensonge initial** dans lequel l'individu va persévérer. On retrouve cette technique dans de nombreuses

offres commerciales où, sous promesse d'une remise ou d'un avantage (fictif ou sous conditions jamais remplies), de nombreuses personnes se retrouvent consommatrices de produits qu'elles ne voulaient pas ou achetés au prix fort.



Vous allez dans un magasin acheter une télévision car vous avez préalablement entendu parler d'une promotion que vous ne pouvez pas rater. Certain de faire une affaire, vous apprenez au moment de payer que la promotion ne s'applique plus, les probabilités que vous achetiez tout de même la télévision sont très importantes.

Vous avez été **manipulé par une offre ou un vendeur et vous êtes pris au piège.**

Vous avez persévéré dans vos choix malgré la disparition des bénéfices car vous vous considérez que c'était votre décision. Vous avez cédé à une technique qui trouve son ef-

ficacité dans les « effets de persévération de l'activité de décision ». Vous avez été appâté puis vous avez décidé ; seulement, **vous avez décidé ce que voulait un autre.**

Il n'existe qu'une seule manière de s'extirper de cette manipulation: savoir revenir sur ses propres décisions. C'est indispensable pour échapper à ce type de stratagème et cela demande de la volonté. Reconnaître un tel subterfuge est le premier pas pour revenir sur ses décisions.

Savoir qu'il y a manipulation rend le retrait plus facile.

Les auteurs parlent également du « leurre », qui est plus vicieux encore. Il revient à attirer le client avec une offre spécifique (sur tel ou tel produit ciblé) et de lui proposer en réalité quelque chose de plus coûteux. Cela permet de capter une personne en premier lieu puis de lui vendre le produit réellement ciblé. Combien d'entre nous sont **entrés dans un magasin pour voir un produit spécifique et sont ressortis avec un autre**, en se disant « Il était sympa ce vendeur. »

Sympa, vraiment ?

Plutôt un bon manipulateur...

LE PIED-DANS-LA-PORTE

Avant de s'attaquer à cette autre technique, il est intéressant de revenir sur la liberté. Elle est au centre de toutes ces techniques et

de tout ce qui concerne l'engagement et la persévération d'une décision.

La « liberté »

De manière générale, **plus un individu se sent libre au début de ses choix et de ses actes, et plus il va avoir tendance à persévérer** dans les décisions qu'il a prises. La liberté, vous l'aurez compris, est donc un ressort de la manipulation. L'offrir à un individu, même si elle est factice et fautive, donne un certain pouvoir, surtout si la personne en face a l'impression que le choix vient d'elle. Pour cela, **la manipulation doit être toujours subtile et jamais agressive.**

Revenons à la technique du pied-dans-la-porte.

Cette technique consiste dans un premier temps à demander à un tiers une action peu demandante, « non problématique et peu coûteuse », de type un renseignement, comme demander à un automobiliste une direction. La personne interpellée ne fournira aucun effort pour répondre à cette demande et le fera la plupart du temps volontiers. Seulement, **cette approche anodine cache en réalité une autre demande, qui peut être explicite ou implicite, et qui, elle, est bien plus demandante.**

Dans notre exemple, ce serait demander dans un deuxième temps à l'automobiliste de se faire déposer à l'adresse demandée.



Il est essentiel que la tierce personne se sente libre d'accepter la première demande, qu'elle ne se sente pas menacée. Ainsi, cela va créer **un effet de persévération**, la personne va se sentir impliquée dans ce que vous lui demandez.

Dans l'exemple cité, les deux requêtes sont liées et ont lieu au même moment (demander à un automobiliste sa route/se faire déposer), mais il est possible d'utiliser cette technique dans d'autres cas.

Les auteurs expliquent que le requérant peut ne pas être la même personne et qu'il peut y avoir une différence entre les deux requêtes (exemple: être abordé dans la rue pour parler d'une association, puis verser des fonds pour telle ou telle cause). Il est possible de laisser passer quelques jours entre les deux

requêtes, mais pas plus de sept, au risque de perdre le manipulé.

Lors de la seconde demande, le manipulé se sentira impliqué dans le processus, il percevra le lien entre les deux requêtes et sera plus à même d'accepter la demande qui est plus contraignante pour lui.

*« L'effet de pied-dans-la-porte traduit à nouveau un effet de persévération d'une décision antérieure, **les sujets engagés dans un premier comportement librement décidé accédant plus facilement à une requête ultérieure plus coûteuse**, pour peu qu'elle se révèle de la même identification de l'action. »*

Voilà comment le phénomène d'engagement entre en scène...

LA PORTE-AU-NEZ

Voici en quelque sorte le contre-pied de la technique précédente. Avec la stratégie de la porte-au-nez, il s'agit de **formuler dans un premier temps une requête exorbitante afin d'accroître ses chances d'acceptation d'une seconde requête**, dans la foulée, qui apparaîtra bien plus raisonnable.

Pour que cela fonctionne, il est nécessaire que la première demande **ne soit ni ridicule ni incongrue**, mais qu'elle soit simplement hors-norme.

Il existe de nombreux exemples de cette technique, que ce soit d'ordre commercial en jouant sur les prix, ou encore professionnel (imaginez que votre patron vous demande de passer tout un week-end au bureau, vous

refuserez mais vous serez ensuite presque soulagé d'accepter de travailler une heure de plus tous les soirs de la semaine suivante).

Le ressort psychologique est bien identifié, **le manipulateur exagère tant qu'il parvient ensuite à obtenir ce qu'il veut** et que le manipulé éprouve presque du soulagement.



Ce qu'on comprend bien en lisant ce livre, c'est que la manipulation repose sur ces ressorts psychologiques et les sentiments qu'ils font naître. **Pour obtenir ce que l'on veut d'une autre personne, il faut créer en elle des sentiments forts** qui la pousseront à prendre une décision et s'engager.

LE PIED-DANS-LA-MÉMOIRE...

Le pied-dans-la-mémoire diffère quelque peu des autres techniques, car il a été créé non pas pour obtenir quelque chose d'autrui, mais « pour éprouver de nouvelles hypothèses issues d'une célèbre théorie: la théorie de la dissonance cognitive », une théorie qui permet de **prédire les conséquences cognitives des actes dits problématiques**.

Toutefois, ces recherches peuvent aider à mieux comprendre comment amener une

personne à faire ce que l'on attend. Le pied-dans-la-mémoire consiste dans un premier temps à **faire adhérer une personne à une cause**, ou autre.

Exemple: signer une pétition pour économiser de l'eau et prendre des douches plus courtes. Dans un deuxième temps, après cet acte préparatoire, la personne qui fait signer la pétition va faire appel aux souvenirs de l'interrogé, en lui posant une question, du type: « Vous souvenez-vous d'une fois où vous avez gaspillé de l'eau? »

Alors l'interrogé se remémore de nombreuses situations (robinet qui fuit, arrosage du jardin, piscine...) et cela va ensuite le travailler au point qu'à son insu il va agir sur sa consommation d'eau, ou encore accepter de s'engager pour un événement ayant pour but ce résultat. Cette technique peut servir une noble cause, mais **elle peut aussi être détournée et s'avérer puissante**.

... ET AUTRES TECHNIQUES

LE TOUCHER

Les auteurs citent aussi la technique du toucher. En touchant simplement l'avant-bras de la personne que vous avez face à vous, **vous créez un espace de confiance qui va permettre de capter l'attention**. Ce simple geste peut changer l'impression qu'une personne a sur vous et la faire se sentir en sécurité à vos côtés. Il faut évidemment ne pas se montrer trop intime au risque de susciter l'effet opposé.

LE PIED-DANS-LA-BOUCHE

Pensez aussi à la technique du pied-dans-la-bouche, si simple en apparence et pourtant si essentielle. Elle consiste à demander « Comment allez-vous ? » à une personne avant de formuler votre requête. La personne face à vous répond en général « Ça va » et « **cette entrée en matière fait passer le pourcentage d'acceptation de 10 % à 25 %.** »

LA CRAINTE ET LE SOULAGEMENT

Autre technique: celle de la crainte et du soulagement. Bien connue des forces de l'ordre, elle consiste à annoncer une chose négative puis à y apporter des nuances. La personne interrogée passe ainsi de la crainte au soulagement et **accepte de coopérer car elle a la sensation de gagner quelque chose ou d'échapper au pire.**

L'ÉTIQUETAGE

La technique de l'étiquetage, très pratique au quotidien ou pour solliciter un service. **Donnez à la personne face à vous une caractéristique flatteuse et elle sera ouverte à votre demande:** dites-lui qu'elle a l'air quelqu'un de généreux, d'honnête, de sincère... puis formulez votre demande, les chances d'obtenir un « oui » seront plus importantes.



APPRENDRE À DIRE « NON ! »

Si on se place du point de vue du manipulé, il est judicieux de prendre son temps pour répondre, d'analyser ce que signifie vraiment son engagement, et surtout d'apprendre à dire « Non ! ». Outre les techniques de manipulation, l'un des enseignements qu'on peut tirer de ce livre est le pouvoir du « Non ».

Souvent, on se fait coincer et on a l'impression de n'avoir aucune échappatoire alors qu'il aurait simplement fallu refuser dès la première formulation de la demande.

OPTIMISER LES TECHNIQUES

Afin d'avoir le maximum d'impact sur la volonté d'une personne et de la manipuler, il est possible de complexifier les techniques, notamment en les combinant. Il n'y a aucune limite à l'imagination tant qu'on se montre mesuré dans son approche de départ.

Par exemple, il est possible de faire un toucher dans le pied-dans-la-porte. Une expérience a été faite dans un supermarché. Un vendeur de pizza proposait une dégustation à des clients. Une fois sur deux, il leur touchait l'avant-bras,

puis un autre vendeur leur demandait ce qu'ils pensaient de la pizza.

Si les clients n'ont pas été influencés dans le goût qu'ils trouvaient de la pizza, ils l'ont été en revanche dans leur achat.

« Leurs comportements d'achat ultérieurs furent très différents : 37 % des personnes touchées achetèrent une part de pizza de marque X contre 19 % des personnes n'ayant pas été touchées. »

Cela passe quasiment du simple au double simplement en ayant ajouté le contact physique à une des techniques de manipulation. Cela montre bien que :

*« la probabilité qu'un individu s'adonne librement à une activité si l'occasion se présente **ne dépend pas de son intérêt pour cette activité**. Son attitude n'est donc pas prédictive de son comportement. »*

Cet exemple est caractéristique du pouvoir de ces techniques. Alors, il est possible d'aller plus loin et d'avoir recours à un étiquetage dans le pied-dans-la-porte, ou encore de combiner pied-dans-la-porte et amorçages, ou de faire une double porte-au-nez, qui va se faire en trois requêtes au lieu de deux, **en passant d'une requête coûteuse à une requête moins demandante puis enfin à l'acte désiré**.

Pour prendre un exemple, imaginez que votre partenaire vous annonce avoir proposé à ses parents de venir dans votre maison de vacances trois semaines cet été.

Vous allez refuser.

Votre partenaire vous proposera alors une semaine.

Vous allez à nouveau refuser.

Puis votre partenaire vous parlera d'un week-end et vous serez sans doute content d'accepter. Votre partenaire aura atteint son but, de manière plus rapide que si il ou elle vous avait dit d'emblée :

« Mes parents viennent passer un week-end à la maison cet été. »

RECONNAÎTRE LES TECHNIQUES

Après avoir décrit toutes ces techniques, en faisant notamment appel (parfois un peu trop) à des études scientifiques et des expériences, **les auteurs rappellent à quel point notre vie est remplie de manipulation**.



Au quotidien, toutes les occasions sont bonnes pour que nous soyons manipulés (ou l'inverse). La manipulation se retrouve dans les méthodes de vente et de commerce (au téléphone, dans des magasins, en ligne...). Toute la journée, nous sommes sollicités et quelqu'un que nous ne connaissons pas essaie de nous persuader de la nécessité et du bien-fondé d'acheter, de prendre part à une manifestation, de faire un don...

Pour échapper à cela, il faut, comme il a été évoqué, **savoir dire non et accepter de « revenir sur une décision. »** C'est vrai que lorsqu'on a donné sa parole, c'est parfois dur de revenir en arrière, **on ne veut pas se trahir, donner une mauvaise image de soi**, mais c'est nécessaire afin d'éviter de se mettre dans des situations désagréables.

Repérer ces stratagèmes, parfois immoraux et basés sur des mensonges, est essentiel **dans un monde où la sollicitation est constante**, et avant de manipuler, repérer les moments où l'on est soi-même manipulé représente un vrai bénéfice!

CONCLUSION

L'un des gros avantages de ce livre est qu'il fait réfléchir sur la liberté et l'engagement. Tout le monde se pense libre et pourtant, cette valeur essentielle a de nombreuses limites et peut facilement être manipulée. Bien souvent, **nous n'avons que l'illusion de la liberté et nous acceptons des contraintes qui nous sont imposées par d'autres** simplement parce qu'ils ont été persuasifs et qu'ils ont déclenché en nous des sentiments qui nous obligent.

Apprendre à dire non, à ne pas se soucier des répercussions que peut avoir un non est **un premier pas vers une indépendance plus forte et une liberté retrouvée**. L'engagement est au cœur de nos vies et de nos sociétés et il est important de pouvoir choisir dans quoi on s'engage et non de se sentir forcé ou influencé. Plus que d'apprendre des techniques, **ce livre permet de les déjouer** et c'est un grand pas.

Nos actes nous engagent et il est important qu'ils respectent nos idées! Un enseignement à tirer de ce livre intéressant et qui a connu un grand succès, à juste raison, même si on peut parfois regretter un aspect trop théorique.

Arthur Monnier

Si le résumé et l'analyse vous ont plu, je vous recommande fortement de lire l'ouvrage en entier, vous pouvez le commander dans votre librairie ou en ligne, via ces liens:

Le site de l'éditeur: <https://www.pug.fr/produit/1999/9782706147326/petit-traite-de-manipulation-a-l-usage-des-honnetes-gens>

Le site de la librairie Payot (Suisse): <https://www.payot.ch/Detail/petit-traite-de-manipulation-a-lusage-des-honnetes-gens-robert-vincent-joule-9782706118852>

Le site de la Fnac: <https://www.fnac.com/a6981752/BEAUVOIS-JOULE-Petit-traite-de-manipulation-a-l-usage-des-honnetes-gens>

Amazon: <https://media.apprendre-preparer-survivre.com/?id=ydz>

La Bibliothèque du Résilient

Société éditrice: APS Formations SA, société anonyme dont le siège social se situe à c/o Drys Fiduciaire SA, Rue Haldimand 10, 1003 Lausanne, Suisse, inscrite dans le canton de Vaud et dont l'IDE est CHE-464.618.854, représentée par M. Bernard Robert Jahrman, en sa qualité d'Administrateur.

Directeur de publication: Remi Daniel

Rédacteur en chef : Antoine Ledu

Dépôt légal : avril 2023

Abonnement : 19€ / mois (9,5€ / n°)

Contact : support@apprendre-preparer-survivre.com

Crédits photos: ArtMari – eamesBot – astel design – Trifonenkolvan – retrorocket – Nadya_Art – bloc-berry – Yuriy2012 / Shutterstock.com

