

Journalistes

Intelligence économique

Simple surveillance des avancées technologiques, communication ou espionnage ? L'intelligence économique a mauvaise presse. Très peu de rédactions s'intéressent à un sujet qui ne passionne pas, qui reste flou et complexe, même pour les journalistes.

SOMMAIRE

Barbouzes ou managers p.38 à 40

«Pas le temps de réfléchir» p.41

Carlisle/Otor, un naufrage réussi p. 42 à 45

Une pincée de CIA épice l'affaire p.46 à 49

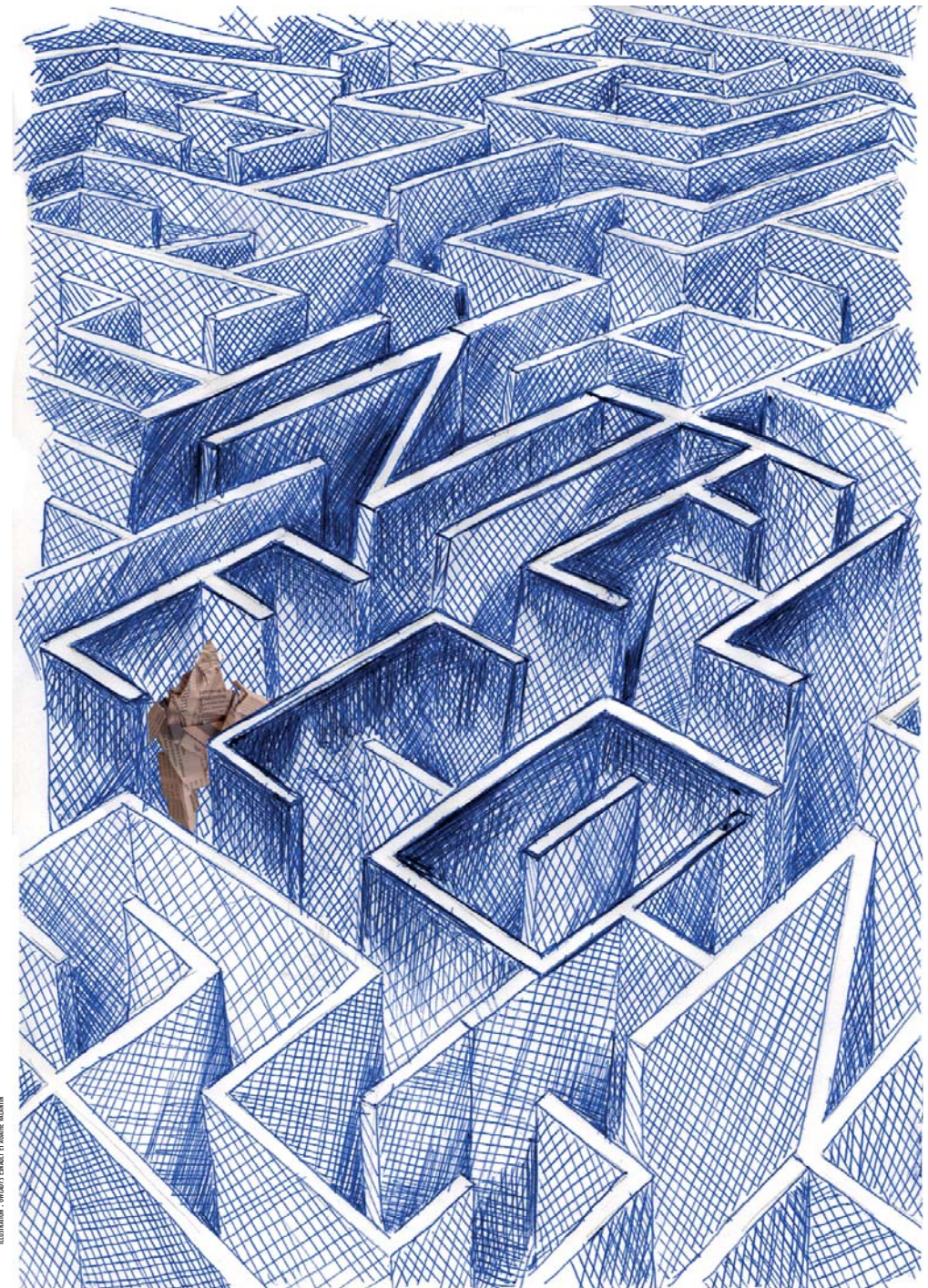


ILLUSTRATION : CHARLES ESMAÏL ET JACQUE VALANTIN

Barbouzes ou managers ?

Où commence l'intelligence économique ? Pour aborder une question aussi ardue, rien de tel qu'un cas concret. Prenons l'affaire Altran. En 2002, la société connaît une baisse d'activité et voit le cours de ses actions dégringoler. Certains professionnels de l'intelligence économique (IE) y voient une tentative de déstabilisation venue d'Outre-Atlantique où Altran a fait grincer quelques dents, en rachetant en début d'année un cabinet de conseil américain, nommé Arthur D. Little. Du point de vue des « intelligents économiques », c'est un cas d'école !

Les journalistes, eux, restent dubitatifs devant cette théorie du complot. Pour la plupart, il s'agit simplement d'un problème de mauvaise gestion de l'entreprise. D'ailleurs, c'est la justice qui le dit : une affaire de fausses factures est mise au jour, et elle vaut une mise en examen à la moitié de la direction d'Altran...

Un sujet très flou

L'exemple donne le ton : dès qu'il est question d'intelligence économique, règne le plus grand flou. À bien des titres d'ailleurs. D'une part, la simple définition du terme en laisse plus d'un perplexes. Pour beaucoup, il rime avec simple veille, ou au contraire, avec barbouze et compagnie. Entre ces deux extrêmes, une pléiade d'expressions peu amènes, toutes récoltées dans les rédactions, comme « *terme marketing* », « *notion pipeau* », voire « *notion fourre-tout* ».

Plus généralement, il semblerait que le journaliste ne maîtrise pas vraiment son sujet. C'est du moins ce que pense la partie adverse. Pour Didier Lucas, responsable des études et recherches à

l'École de Guerre Économique (EGE), « *il y a peu d'articles de fond dans la presse généraliste car il est difficile d'acquérir une expertise et une légitimité sur le sujet. Or, les journalistes ont souvent très peu de connaissances économiques.* »

Certains, parmi les experts en intelligence économique et autres cabinets de « *management de l'information* », évoquent un présupposé négatif des journalistes à l'encontre de l'économie, et en particulier, sur le monde de l'entreprise. De quoi, selon eux, dissuader les médias de se pencher sur leur domaine d'activité.

D'autres soulignent, au contraire, le

« Il est difficile d'acquérir une légitimité sur le sujet. Or, les journalistes ont souvent très peu de connaissances économiques »

fait que les journalistes économiques spécialisés sont parfois tellement plongés dans leurs dossiers - que, pour le coup, ils connaissent sur le bout des doigts - qu'ils manquent souvent du recul nécessaire pour traiter des cas d'intelligence économique. Voire qu'ils ne les identifient tout simplement pas.

Or, l'une des caractéristiques essentielles du « *sujet intelligence économique* », c'est sa « *transversalité* » : elle touche tous les domaines.

De fait, le thème n'a droit de cité dans les journaux qu'en cas d'actualité institutionnelle (la sortie du rapport Carayon, la nomination d'Alain Juillet au poste de « *Monsieur IE* » du gouvernement...), ou alors, en filigrane, dans des cas pratiques, des affaires type Otor, Gemplus... Auquel cas, c'est effectivement le spécialiste du secteur concerné qui traite le dossier, le spécialiste Défense, le « *monsieur nouvelles*

technologies » ou encore celui chargé de couvrir la finance. Mais jamais le « *monsieur intelligence économique* ».

Et pour cause : il n'en existe pas sur la place parisienne. La Tribune fait exception, avec Pascal Junghans qui traite du sujet depuis 2000. Et encore, quand il raconte la genèse de sa rubrique, on sent combien il a œuvré seul : « *Je l'ai créée sans qu'on me le demande. Tout le monde s'est dit : « Si ça l'amuse... ». Et par la suite, on ne m'a jamais rien demandé non plus.* »

Dans les rédactions, le dossier se balade, soit entre les rédacteurs du service Économie, soit entre ceux du ser-

vice « *investigation* », voire entre les deux services. Ce qui entraîne parfois quelques petits problèmes d'ego. Comme le reconnaît un « *investigateur* », en fouinant un peu partout, « *on marche forcément un peu sur les plates-bandes de ses petits camarades économistes.* »

Manque de moyen

Certains s'accommodent de cette absence d'experts. C'est le cas, par exemple, au Figaro. « *Il y a trois, quatre ans, on se disait qu'il fallait un poste spécialement dédié à ce thème* », explique Philippe Reclus, directeur adjoint à la rédaction, en charge de l'économie.

« *Finalement, aujourd'hui, toute la rédaction s'y est mise. Il y a une maturité dans notre perception du sujet, et celle-ci s'est diffusée à tous. Le réflexe est plus spontané qu'il y a cinq ans de voir de l'intelligence économique derrière un dossier, ou du moins, de se poser la question* ». A Libération, tout le monde ne



AGENT DOUBLE.
Souvent mal connue ou seïn des rédactions, l'intelligence économique est le plus souvent caricaturée.

s'y est pas mis, mais à défaut d'avoir une personne à temps plein sur l'IE, deux journalistes sont chargés de suivre le sujet du coin de l'œil.

Pour d'autres, le manque est là, et ils le reconnaissent. « *Ce n'est pas que l'on considère que le sujet n'est pas important : c'est purement matériel*, déplore Sébastien Ganet, rédacteur à l'Humanité. *On n'est pas assez nombreux. Et l'on n'a pas de*

connaissances suffisantes en la matière. C'est dommage. » Et même ceux qui sont censés s'y connaître avouent parfois leur manque de qualification. Ainsi, un rédacteur désigné volontaire par son journal pour suivre le dossier : « *Vous savez, je ne suis pas très calé sur le sujet, ce n'est que ma deuxième attribution. Je consacre 95 % de mon temps à l'informatique, mon vrai domaine. Vous feriez mieux de vous*

adresser directement à mon confrère de La Tribune. Lui pourra vous renseigner. »

Au royaume de l'intox

Plutôt paradoxal : depuis quelques années, le sentiment que l'intelligence économique est un sujet important gagne du terrain dans les rédactions, mais personne ne veut vraiment s'y coller. Ce qui donne parfois des ●●●

••• situations assez étonnantes, comme ce journaliste économique qui déclare sans ciller, « depuis environ un an, c'est moi qui suis en charge de l'intelligence économique, mais pour l'instant, je n'ai écrit aucun papier dessus. »

Autre raison pour laquelle le sujet reste mal traité, dans les rédactions : par définition, l'intelligence économique entretient ce flou. Comme le résume bien Philippe Reclus, c'est le secteur du « brouillard, de la désinformation et de l'intox ». « C'est un milieu qui aime entretenir le mythe », concède Axel Dyèvre, directeur associé du groupe Datops, cabinet en management de l'information.

D'une part, parce que ce sont souvent des domaines « stratégiques » dont il est question, domaines où le secret industriel est particulièrement protégé, et l'information, beaucoup plus sécurisée qu'ailleurs.

Encore plus que pour d'autres sujets, la question des sources est très sensible. « Souvent, les gens qui travaillent dans ces boîtes d'intelligence économique sont d'anciens policiers ou militaires, voire d'anciens agents des services secrets. C'est-à-dire des gens qui pratiquent le secret de façon professionnelle », explique Jacques Follorou, du Monde.

« La principale difficulté est d'avoir accès aux sources, et à des sources ayant de vraies infos à vous fournir, pas des des institutions qui au final n'y connaissent rien ou pas grand-chose, estime lui aussi Pascal Junghans. Ensuite, le problème est de pouvoir utiliser l'information. Soit l'interlocuteur est encadré par un attaché de presse. Auquel cas, il ne dit rien. Soit il refuse d'être cité, et en « off », il devient très bavard. Et si jamais il accepte d'être cité, il se brûle... »

Facile à berner

C'est là que le fait de confier un dossier à un journaliste, parce qu'il est l'expert attitré de la rédaction dans tel ou tel secteur, peut poser problème, du fait de sa grande proximité avec ses sources habituelles. Comme l'expliquent certains professionnels de l'intelligence économique, la méfiance du rédacteur est alors forcément éoussée et ses chances de se « faire avoir » d'au-

tant plus grandes.

Et cela semble si simple de manipuler un journaliste ! « D'un point de vue technologique, c'est tellement facile de balancer des faux. Et nous, on n'a pas l'expertise scientifique pour déceler l'arnaque, estime Vincent Nouzille, journaliste indépendant, ancien du Nouvel Economiste. Statistiquement, il y a plus de chance pour qu'une tentative de manipulation d'un journaliste marche plutôt qu'elle n'échoue. »

Il existe même un logiciel spécialement conçu pour « cibler » les journalistes, et déterminer à quelle personne envoyer une information, selon les sujets qu'elle a déjà traités. Qu'un tel logiciel existe peut surprendre : chez Datops, qui s'en sert à chaque instant, cela fait plutôt partie des bases du métiers, du B-A-BA.

Pas étonnant, alors, que l'idée reçue de la manipulation des journalistes soit l'une des marques de fabrique de l'intelligence économique. « On est toujours considérés, nous, journalistes, comme des pions, soupire Vincent Nouzille. On ne nous accorde aucune autonomie, on agit forcément sur ordre. Et si l'on ne vient pas en ami dans une boîte, alors on est automatiquement perçu comme un ennemi. » Vincent Nouzille sait de quoi il parle. Parce qu'il enquêtait sur l'affaire Thompson-Lagardère, pour le *Nouvel Economiste*, il a été black-listé pendant un an chez Lagardère.

Obscur et complexe

Enfin, si le thème reste si brumeux, dans bien des rédactions, c'est aussi parce qu'il touche à une information assez ardue. Dans certains dossiers, même les journalistes les plus acharnés ne comprennent pas tout de « A à Z ».

Difficile de passionner le public avec des sujets aussi complexes, aux acteurs souvent obscurs (qui se souvient aujourd'hui d'Otor ?) et aux enjeux parfois flous. Et si ça n'intéresse pas le lecteur, ça n'intéresse pas les rédactions. En substance, la ligne suivie par les magazines généralistes c'est : *Ce n'est pas grand public, comme sujet, ce n'est pas pour nous.* » La

presse magazine n'est sûrement pas la seule à ne pas vouloir répondre à la question. Elle n'est évoquée quasiment que dans la presse écrite, voire dans la presse spécialisée. Dans l'audiovisuel, Canal+ s'est penché dessus pour de grosses affaires, dans *90 minutes* et *Lundi investigation*.

« Pour la plupart des journalistes, il n'y a aucun intérêt à traiter le sujet », constate Pascal Junghans. Lui, pourtant, traite ce sujet. Même si les lecteurs de *La Tribune* sont a priori plus avertis que la moyenne en matière d'information économique, tous ne sont pas non plus des initiés. Alors, quel est son « truc » pour rendre l'intelligence économique abordable ?

« Montés en épingle »

« Traiter le sujet sur un plan pratique, pour rendre service au lecteur, répond-il simplement. On a fait deux doubles pages, en 2000, sur les cabinets de conseil. La question était : quels sont les bons et les mauvais cabinets ? De même, quand on traite un projet de loi, on propose une analyse juridique... » Manque de spécialistes, manque de connaissances sur la question et manque de clarté du sujet donnent, au final, une intelligence économique plutôt maltraitée par la plupart des journaux. Les professionnels de l'intelligence économique le pensent, les journalistes eux-mêmes le reconnaissent, dans bien des cas. Pour Philippe Reclus, la situation va même en s'aggravant : « Il n'y a plus de grandes affaires économiques comme il pouvait y en avoir il y a encore trois ans. A chaque fois, ce ne sont plus que de petits dossiers montés en épingle par un journal. Alors de deux choses l'une : soit les « espions » sont très forts, soit la presse est mauvaise. »

Le constat est amer. Pourtant, dans la plupart des rédactions, aucune modification n'est à l'ordre du jour en la matière. Même là où les rédacteurs sont conscients d'un manque. Ce qui, à l'heure où le « patriotisme économique » est sur toutes les lèvres, peut paraître d'autant plus étonnant. ■



► BERNARD CARAYON, DÉPUTÉ (UMP) DU TARN, AUTEUR DU RAPPORT INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE, COMPÉTITIVITÉ ET COHÉSION SOCIALE (JUIN 2003)
PROPOS RECUEILLIS PAR DAMIEN DUBUC

« Pas le temps de réfléchir... »

- L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE EST-ELLE CORRECTEMENT TRAITÉE DANS LES MÉDIAS FRANÇAIS ?

- B.C. : Non, l'intelligence économique est très mal traitée, d'abord parce que les journalistes ne lisent pas. Ils sont soumis à la même pression que les élus, toujours dans l'urgence. Ils n'ont pas le temps de lire et, en particulier, de lire les rapports qui ont été consacrés à la question, comme le rapport Martre (en 1994) ou le mien plus récemment (2003). L'AFP continue de m'interroger sur l'espionnage, ce qui prouve qu'ils ne connaissent pas le sujet et qu'ils n'ont pas le temps de réfléchir. Le plus souvent, les journalistes se contentent de compiler des dépêches.

- Y'A-T-IL UNE SPÉCIFICITÉ DE L'INTELLIGENCE ÉCONOMIQUE QUI RENDE SON TRAITEMENT PLUS DIFFICILE ?

- B.C. : L'intelligence économique est, par définition, transversale, c'est-à-dire qu'elle ne concerne pas tel ou tel secteur de l'économie en particulier. J'ai aussi montré dans mon rapport que l'intelligence économique ne peut se réduire à de la veille technologique ou à de l'espionnage. C'est une lecture de la mondialisation et une analyse des distorsions de concurrence. C'est une analyse globale, même si des secteurs comme la défense, l'énergie, la pharmacie ou l'aéronautique sont plus spé-

cialement concernés. Or, dans les médias, c'est le journaliste économique ou celui qui s'occupe des problèmes d'environnement ou liés à la défense, qui traitera de l'intelligence économique, au gré des affaires qui touchent telle ou telle entreprise. Ils n'ont pas cette vision transversale du problème qui permettrait d'en saisir les enjeux et la complexité.

- COMMENT LES JOURNALISTES POURRAIENT-ILS MIEUX INFORMER SUR CE SUJET ?

- B.C. : Dans le cas d'affaires précises, il faut tout simplement qu'ils fassent leur travail : valider les sources sûres. Pour cela, il faut du temps évidemment et recouper toujours les informations. De l'expérience est nécessaire aussi pour faire le tri. De manière plus générale, le minimum, c'est d'aller à la source productrice, de lire les travaux consacrés à l'intelligence économique, et là c'est pas compliqué, les journalistes n'ont pas d'excuses. Les présupposés sont un autre problème. J'ai lancé le thème du « patriotisme économique » il y a trois ans, dans un grand silence médiatique. Aujourd'hui, le terme est repris à tout bout de champ, mais à l'époque ça ne passait pas : de « patriotisme économique », les journalistes ne retenaient que patriotisme, donc patrie, voir nationalisme. L'idée a été dévoyée, tout simplement par facilité sémantique.

Carlyle

Un naufrage réussi

Otor

Souvent présentée comme un cas d'intelligence économique, l'affaire Otor/Carlyle était avant tout un imbroglio financier. Pourtant, ce sont les campagnes de déstabilisation qui ont retenu l'attention, semé le trouble et créé des dissensions entre les journalistes.

Damien Dubuc

Une dizaine de procédures judiciaires et pas un article. En février 2004, Jean-Yves Bacques et Michèle Bouvier, fondateurs du cartonnier français Otor, et le fonds d'investissement américain Carlyle sont déjà en litige dans une dizaine de dossiers. Mais l'affaire n'intéresse pas les journalistes. Seul le quotidien économique *Les Echos* traite le sujet.

L'affaire prend une toute autre ampleur lorsque des soupçons de manipulation filtrent dans la presse. Des noms d'officines en intelligence économique sont dévoilés, les journaux entrent dans la danse : l'affaire se complique. Pourtant, à les entendre, les journalistes qui ont le plus écrit sur le sujet sont tous satisfaits de leur travail. Mais critiquent le travail de leurs confrères. Les accusations fusent, chacun reprochant à l'autre d'avoir été manipulé par un camp.

À la suite de ces publications, en février 2004, une information judiciaire pour abus de biens sociaux est ouverte contre les dirigeants français, soupçonnés d'avoir mandaté des officines d'intelligence économique (comme Datops ou Eurodécisions) pour déstabiliser Carlyle.

De leur côté, des cabinets de communications – RCPA pour Otor, DGM pour Carlyle – font le tour des rédactions pour présenter leur version de l'histoire. Ils envoient des documents compromettants et mènent une campagne d'influence, y compris auprès de parlementaires. Otor a tout intérêt à se présenter, simplement, sous le jour d'une petite PME (430 millions d'euros de chiffre d'affaires en 2001, tout de même) susceptible d'être dévorée par un gros américain au méchant fond.

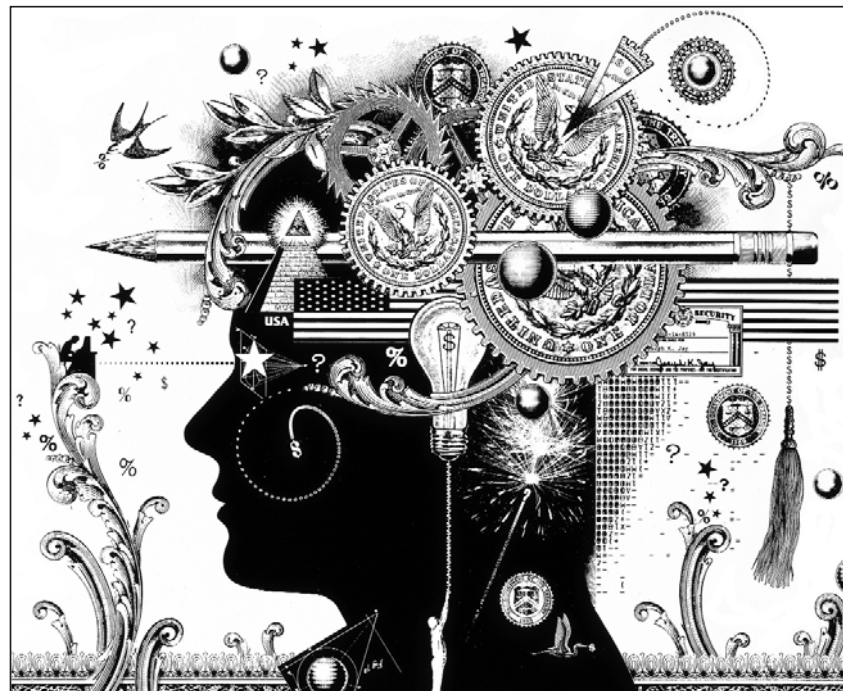
« Ce documentaire de Canal+ est un bon exemple de ce qu'il ne faut pas faire. »

Son but n'est pas d'informer. »

L'affaire se complique, les médias s'en emparent : *Libération*, *Le Monde*, *Le Figaro* et *Les Echos*, mais aussi France 2, qui diffuse un reportage au journal de 20 heures, et Canal+ qui lui consacre une émission.

L'affaire devient d'autant plus emblématique des difficultés, supposées, des entreprises françaises que le député (UMP) Bernard Carayon, déjà

auteur d'un rapport sur le sujet remis à Jean-Pierre Raffarin, dépose un projet de loi « tendant à sécuriser l'accès au capital des entreprises ayant leur siège social en France. » Mais Alain Juillet, le monsieur intelligence économique de Matignon, reste en retrait : selon lui, l'affaire Otor/Carlyle n'est rien d'autre qu'une « affaire de droit privé » qui ne regarde pas l'Etat. Dans une interview donnée au *Monde* (7 décembre 2004), il précisait tout de même que « certaines personnes sont assez intelligentes pour exploiter toutes les failles afin de défendre leur dossier. »



Bernard Nicolas, le co-auteur du documentaire intitulé *Carlyle s'attaque à la France*, diffusé le 4 octobre 2004 sur Canal+, explique qu'un de ses amis, ancien journaliste reconverti comme professionnel de l'intelligence économique, lui a présenté l'affaire Otor/Carlyle comme une « histoire exemplaire de ce qui se passe aujourd'hui, comment une entreprise se retrouve en difficulté de manière quasi inexplicable. »

« Plein la gueule »

Bernard Nicolas tâte le terrain, passe des coups de fils et rencontre, en « off » bien sûr, les dirigeants de Carlyle Europe et ceux d'Otor. Ces derniers lui font rencontrer les représentants d'un cabinet, Sirius consulting, qui, d'après le journaliste, avait été engagé pour vérifier si l'entrée de Carlyle dans le pacte d'actionnaire était légale, et pour démentir les liens qui unissent Carlyle au Crédit Lyonnais, par ailleurs banque conseil d'Otor. La diffusion du documentaire est précédée, dans la journée du 4 octobre, d'une projection privée au siège de Canal+, où la salle composée de consultants et de parlementaires « applaudit à tout rompre. »

Le journaliste Bertrand Fraysse, du magazine *Challenges*, rapporte cette scène pour mieux railler la trame du reportage – « transformer un conflit juridico-financier en illustration de la guerre économique » – et dénoncer « un réquisitoire sans nuances ». Le documentaire de Bernard Nicolas, finalement le seul travail journalistique qui présente l'affaire sous un jour défavorable à Carlyle, s'attire les critiques de la plupart des journalistes ayant travaillé sur le sujet. Jacques Follrou du *Monde* n'y va pas par quatre chemins : « Ce documentaire est un bon exemple de ce qu'il ne faut pas faire. À cause d'un parti-pris militant ou idéologique, son but n'est pas d'informer mais d'en faire plein la gueule à Carlyle. » Valérie Lehoucq ne dit pas le contraire et enfonce le clou en généralisant : « La presse n'a pas été très prudente. Au début, les journalistes ont accordé un crédit très fort à Otor. » Pourquoi ? Tout bonnement parce que « ça allait bien avec l'anti-américanisme. taper sur les Américains, c'est dans l'air du temps. »

Elle en profite pour écorner *Libération*, alors que le premier article de Nicolas Cori concernant Otor (9 mars 2004) commence ainsi : « Est-ce l'histoire d'une entreprise française ●●●

L'affaire

en quelques mots

Aujourd'hui, le nom de l'entreprise française Otor, spécialiste du carton ondulé, est toujours accolé à celui du fonds d'investissement américain Carlyle. Un fonds qui a investi par le passé dans le secteur de la défense, proche de la famille Bush (George Bush père en a été membre jusqu'en novembre 2003). Un fonds dont la stratégie est aujourd'hui beaucoup moins sulfureuse : il prend des participations dans des entreprises en difficulté, les restructure puis les revend avec une plus-value. Avant d'être un cas typique d'intelligence économique, comme certains médias la présentent, l'affaire Otor/Carlyle est un imbroglio financier et judiciaire.

Un pacte d'actionnaires signé le 12 mai 2000 a permis au fonds d'entrer dans le capital du cartonnier, en pleine crise financière. Les termes de ce pacte permettent à Carlyle de prendre le contrôle de la société française si celle-ci n'atteint pas des objectifs de rentabilité. C'est ce qu'il décide à faire dès la fin 2001. En réponse, les fondateurs d'Otor, Jean-Yves Bacques et Michèle Bouvier, assignent Carlyle en justice (février 2002) au prétexte que les objectifs du pacte d'actionnaires auraient été « secrètement » modifiés, de sorte qu'ils soient irréalisables. À ce stade, l'affaire intéresse très peu les médias, seuls *Les Echos* ayant publié le récit de ces démêlés (le 22 février 2002).

Le journal économique ne reprendra le dossier que le 9 février 2004. Le litige financier perdure. Entre-temps, une dizaine de procédures judiciaires ont été lancées. Les *Echos* relaient les doutes du patron de Carlyle Europe, Jean-Pierre Millet. Il soupçonne les dirigeants d'Otor d'avoir commandité la création du site Internet « Stop Carlyle ». Le 20 février 2004, une information judiciaire pour abus de biens sociaux est ouverte contre Jean-Yves Bacques et Michèle Bouvier. Ils pourraient avoir payé, grâce aux recettes de l'entreprise et non sur leurs fonds propres, des cabinets d'intelligence économique censés influencer les journalistes, les investisseurs et, in fine, déstabiliser Carlyle. À la suite de perquisitions effectuées en mars et des fuites vers la presse, c'est l'emballement médiatique. Bien que la plupart des articles soient critiques envers Otor, la version préparée par les cabinets au service du cartonnier – David contre Goliath – s'ancre dans les esprits.

L'affaire rebondit aux Etats-Unis le 27 août 2004, quand les deux dirigeants français déposent une plainte visant Carlyle et la banque d'Otor, le Crédit Lyonnais, accusés de conflit d'intérêts. L'affaire juridique est aujourd'hui réglée : les dirigeants d'Otor ont été déboutés, un tribunal arbitral a donné raison à Carlyle (avril et juin 2005) et le fonds américain a pris le contrôle du cartonnier le 28 juin 2005. L'intérêt des médias pour Otor était retombé bien avant.

●●● méritante qui ne veut pas tomber sous la coupe d'un méchant fonds d'investissement américain ? Ou celle d'investisseurs responsables qui veulent évincer des patrons incompétents et un peu naïfs ? » Dès le début, la méfiance affleure. Nicolas Cori s'attache d'ailleurs à montrer les rouages d'une possible « campagne de déstabilisation » menée par Otor. Au reste, le journaliste de *Libération* n'en est pas moins incisif vis-à-vis du documentaire de Canal+. « Toute la thèse d'Otor y est reprise, sans aucun recul, affirme-t-il. J'ai passé mon temps à me marrer en le regardant. »

A l'écoute de ces accusations, Bernard Nicolas ne se démonte pas et se défend en arguant avoir établi un débat contradictoire, puisqu'il a donné la parole à Jean-Pierre Millet de Carlyle, qui a pourtant été très difficile à convaincre. « On ne peut pas nous accuser d'avoir fait un sujet déséquilibré, insiste-t-il. Le temps de parole accordé à Otor et à Carlyle est sensiblement le même. » Puis il contre-attaque. Bernard Nicolas aime à parler des journalistes qu'il apprécie peu, ceux qu'il nomme les « journalistes de commissariat ». Il en parle longuement pour mieux les égratigner, pour expliquer tout ce qui sépare un spécialiste de l'investigation au long cours, comme lui, de ces journalistes spécialisés dont il se méfie, ces journalistes

« qui vont dans le sens de leurs sources pour ne pas se couper d'elles ». Avec une candeur très étudiée, cet ancien de la rédaction de TF1 s'interroge : « Peut-être que, grâce au regard neuf du profane qui découvre le milieu économique, nous avons posé les bonnes questions ? »

Jacques Follorou, dont on se souvient des commentaires sévères sur le travail de Bernard Nicolas, partage son scepticisme face aux médias spécialisés. Lui aussi est un journaliste d'investigation. Ancien du *Canard Enchaîné*, il est un des rares journalistes du *Monde*, au service Economie, à n'être pas

« Peut-être que, grâce au regard neuf du profane qui découvre ce milieu, nous avons posé les bonnes questions »

affecté à un secteur en particulier. Il en retire un regard distancié et des flèches bien acérées : « La presse spécialisée ne mène pas un vrai travail d'enquête et ne s'attache pas énormément à recouper les sources. Les Echos, par exemple, vont être sollicités par un camp et ils iront dans son sens. »

Vendre sa soupe

Lui aussi pourtant a rencontré les représentants de Sirius consulting avant d'écrire son premier papier (daté du 18 septembre 2004). Lui aussi, comme tous ses confrères, a reçu les « notes prémâchées » envoyées tour à tour par les cabinets de conseil d'Otor et de Carlyle pour débiter la concurrence ou répondre, point par point, aux attaques. Tout au long de l'affaire et des procédures judiciaires, des documents ont été communiqués aux journalistes, depuis des mails jusqu'à la copie de la plainte déposée aux Etats-Unis par Otor, en passant par des mémos ou des factures découvertes lors de perquisitions. Tous les journalistes cités ont reçu la visite et des informations de la part de cabinets spécialisés en intelligence économique ou, bien plus simplement, de la part de cabinets de communication. RPCA et sa directrice Caroline Allain pour Otor, DGM, représentant Carlyle, Jacques Follorou raconte comment Sirius consulting « a essayé de vendre sa soupe » lorsqu'il les a rencontrés. Bernard Nicolas explique à quel point DGM était un intermédiaire incontournable au début de ses

recherches. Et Nicolas Cori se rappelle, avec un grand sourire, de Caroline Allain faisant le tour des rédactions pour présenter l'affaire sous un jour favorable à Otor.

Aucun journaliste ne s'offusque de cette omniprésence des cabinets de communication. A peine se plaignent-ils de perdre du temps et d'être obligés de trier le bon grain de l'ivraie parmi les informations données (plus que recueillies). C'est que les cabinets de conseil ou de communication font partie du quotidien du journaliste économique. « C'est là la voie normale des entrepri-

ses pour communiquer, explique Nicolas Cori. Je travaille sur pas mal des entreprises du CAC 40, alors j'ai des contacts réguliers avec DGM, qui est un des cabinets les plus présents au service de ces sociétés. » Valérie Leboucq dira exactement la même chose, comme une évidence.

Que les uns accusent leurs confrères d'avoir été trop proches de leurs sources, autrement dit des cabinets de communications, pour saisir l'affaire dans son ensemble ou dans ses subtilités ; que d'autres soient soupçonnés d'avoir écrit ou filmé à charge, par paresse, naïveté ou idéologie ; quelles que soient les critiques, chacun se retranche sur son quant à soi et s'estime satisfait de son travail. « J'étais très tranquille dans ce dossier », estime Valérie Leboucq. Nicolas Cori, évoquant la campagne d'influence menée par RPCA pour Otor, explique qu'« avec [lui], ça ne se passe pas ». « C'est extrêmement difficile de trier les informations pertinentes. Ça fait trente ans que je suis dans le métier, je sais faire la part des choses, voir là où on veut m'amener », se satisfait Bernard Nicolas.

En marge des articles centrés sur les procédures judiciaires, d'autres articles relatent aussi la « guerre » d'influence que se livrent Otor et Carlyle. Des informations sont livrées, le plus souvent, sous couvert d'anecdotes. Elles expliquent la manière dont certains faits sont parvenus à la presse. Ainsi de Bertrand Fraysse qui ironise sur « les notes compromettantes [qui] parviennent dans les rédactions » (Challenges du

2 décembre 2004). Une façon de revenir sur un aspect qui intéresse finalement les journalistes tout autant que le fond du dossier, mais aussi de signifier que le journaliste n'est pas dupe des informations qui lui parviennent.

Le nombre et la complexité des procédures juridiques, tout comme la présence de cabinets spécialisés en « communication de crise » ont-ils poussés les journalistes concernés à utiliser des méthodes d'investigation particulières, à prendre des précautions supplémentaires ? Non, répondent-ils. Car ce n'était pas nécessaire. « C'est tout le temps pareil, avance Valérie Leboucq, un brin agacée. Il faut recouper ses sources et ne pas se contenter de croire ce que l'on nous dit. » Jacques Follorou s'appuie sur les mêmes arguments pour justifier du sérieux de son travail : « J'ai rendu compte de la procédure, donc de faits établis. Et puis, j'ai donné la parole aux différentes parties en présence, j'ai appelé tout le monde pour connaître leur point de vue. »

Gros sabots

Les sources officielles et la neutralité seraient donc les clefs d'un article inattaquable... à défaut, sans doute, d'assurer une enquête véritable — qui implique nécessairement de déterminer qui a raison et qui ment ou se trompe.

De fait, la plupart des articles recensés et consacrés au cas Otor/Carlyle se bornaient à rappeler l'histoire du contentieux, tout en donnant la version des uns et des autres.

Seul Nicolas Cori parle d'un cas un peu particulier à propos de cette affaire. Mais pas à cause de sa complexité ou de subtiles tentatives de manipulation, au contraire. « D'habitude, ça ne se passe pas comme ça avec les cabinets de communication. Parfois, on a une information et on téléphone ensuite au service communication pour demander confirmation. La particularité pour Otor, c'est qu'ils ne savaient pas faire. Le dossier de presse que l'on m'a remis au début était ridicule. Otor y a vraiment été avec ses très gros sabots. »

Reste que si RPCA et Otor ont fait preuve de trop d'amateurisme, le travail de ce type de cabinet fait bel et bien partie du quotidien de beaucoup de journalistes. « Des boîtes comme Otor, ça n'intéresse personne normalement, poursuit le journaliste de *Libération*. Pour intéresser les journalistes, il faut monter un



dossier clefs en main, en présentant les parties en présence avec un « bon » et un « méchant », comme dans le cas d'Otor/Carlyle, et utiliser des informations qui soient vraies. Ensuite, il faut miser sur la paresse des journalistes. »

Influence des dossiers de presse ou pas, paresse ou non, nécessité d'accrocher le lecteur (ou le téléspectateur) sur des sujets pointus, les journalistes aussi peuvent « mettre en scène » une affaire comme Otor. Force est de constater que le nombre d'articles consacrés à cette affaire financière et judiciaire a augmenté sensiblement à partir du moment où la présence des officines d'intelligence économique a été révélée. Et cela, même si les journalistes ont pris beaucoup de précautions par rapport à une version « espionnage » ou « barbouze » de l'affaire, plus spectaculaire, plus intrigante qu'une litanie de chiffres, une série de dates et de faits judiciaires.

Bernard Nicolas explique les raisons qui l'ont poussé à faire de son enquête préliminaire un documentaire diffusé. « Les dirigeants d'Otor et de Carlyle, ce sont des gueules, des personnages qui occupent l'écran. Ils ont du caractère, de la présence. En plus, devant l'ampleur de cette histoire et le nombre de détails techniques, nous avons décidé de circonscire l'histoire. De la circon-

scrire à une histoire d'hommes et de femmes. » Nicolas Cori, lui, écrit souvent en expliquant comment il a recueilli ses informations et comment les différents acteurs ont essayé de lui faire prendre l'affaire pour autre chose que ce qu'elle est en réalité. Il reconstitue son travail de vérification et d'enquête, démarche que le lecteur suit pas à pas, comme dans un roman policier. Même si c'est pour découvrir que cette affaire Otor/Carlyle n'a, dans le fond, que peu à voir avec une histoire d'espionnage et de manipulation.

David contre Goliath. Otor a présenté une version de l'affaire qui lui donnait le beau rôle. La petite PME contre l'ogre américain.



Une pincée de CIA épice l'affaire

1999 : le PDG de Gemplus, spécialiste de la carte à puce, décide de faire entrer un fonds d'investissements américain, Texas Pacific Group, dans son capital. Le 4 juillet 2002, *La Tribune* évoque clairement une tentative de pillage technologique de la part de TPG. Trois ans trop tard.

Emmanuelle Michel

An 2000, l'euphorie boursière sur les nouvelles technologies bat son plein. Gemplus, leader mondial de la carte à puce, basé près de Marseille, prépare son introduction en Bourse. La presse n'a d'yeux que pour « la plus belle start-up française. »

Un an auparavant, la décision de Marc Lassus, PDG et fondateur de l'entreprise, de faire entrer un fonds d'investissement américain dans le capital de Gemplus avait été saluée un peu partout dans les médias comme un geste positif. Texas Pacific Group (TPG) devient le premier actionnaire de la société, avec 27 % des parts. En décembre 1999, le siège social de Gemplus est transféré au Luxembourg. Elle n'est donc plus une société de droit français, mais luxembourgeoise. Une opération cruciale mais qui, sur le moment, passe relativement inaperçue.

En décembre 2000, Gemplus entre en Bourse, simultanément à Paris et à

New-York. Les pages des journaux français se remplissent d'articles consacrés à la « success story » de la start-up provençale.

Mais en 2001, la bulle des nouvelles technologies explose et les résultats de Gemplus baissent. Un plan de restructuration est annoncé. Les salariés prennent peur. Les articles traitant de l'affaire Gemplus se multiplient, notamment dans *Le Figaro*, *Les Echos* et *La Tribune*. Mais ils abordent la question uniquement sous l'angle social.

Des choses étranges

En parallèle, les cadres de l'entreprise commencent à soupçonner qu'il se passe des choses pour le moins étranges dans leur entreprise. Parmi eux, Pierre-Jean Delmas, directeur juridique Europe, se souvient qu'en 2000, Marc Lassus lui avait « annoncé qu'il avait constitué une nouvelle équipe de direction, composée d'Américains sans aucune expérience de la carte à puce. »

Mais le véritable déclin se produit début 2001. En février, Pierre-Jean Delmas reçoit un appel du PDG de Landis et Gyr, une société suisse rachetée elle aussi par TPG en 1998, et qui vient de déposer son bilan : « Il m'explique que TPG avait aussi pris la décision de transférer le siège social au Luxembourg. » Selon la Suisse, le même mécanisme est en train de se mettre en place pour la société provençale. Il précise que, parmi les décisions prises par les actionnaires américains, figurait le transfert de brevets aux Etats-Unis.

Un « détail » d'autant plus important que la technologie développée par Gemplus concerne non seulement les cartes à puce, une technologie aux multiples applications (cartes bancaires, cartes SIM pour les téléphones mobiles,...) que les Américains ne possèdent pas, mais surtout la cryptologie, un savoir-faire stratégique dans l'industrie de la sécurité et de la défense.

Un mois plus tard, le directeur de

Transferts de brevets. D'abord vue sous l'angle social, l'affaire Gemplus a pris une dimension très stratégique, compte tenu de l'importance des technologies développées par la société.



l'informatique de Gemplus apprend à Pierre-Jean Delmas qu'il a piraté le système informatique utilisé par les dirigeants américains. Delmas réalise que « le directeur technologique est très lié à la National Security Agency (NSA, agence américaine de renseignements, spécialisée en technologies, ndlr) ». Il découvre aussi que « le patron de TPG, David Bonderman, reçoit beaucoup de mails du cabinet d'avocats de la CIA ».

Pierre-Jean Delmas tente alors, avec d'autres dirigeants, une « révolution de palais, qui échoue ». Cependant, grâce au piratage du système informatique, un groupe de salariés formé autour de la défense de Gemplus réussit à annoncer les deux premiers plans sociaux prévus par l'entreprise, avant de se faire repérer par les dirigeants pour le troisième. Pierre-Jean Delmas prend alors part à la création d'un groupe d'actionnaires minoritaires, Gemact, qui veut empêcher le pillage de technologie. Mais Gemact décide ●●●

Le cas Gemplus vu par la presse

COMMENT LES JOURNALISTES SE SONT-ILS EMPARÉS DE L'AFFAIRE ? Certains journalistes se sont pris de passion pour l'affaire Gemplus, alors qu'a priori, elle ne passionnait pas les foules. Erwan Seznec (*La Tribune*) fut un des premiers à s'y intéresser et à recouper suffisamment d'informations. Son journal se retrouva alors dans une situation qu'il qualifie de « schizophrénique », avec, en contre-point de ses articles, des « papiers très lisses et calibrés, montrant le groupe comme une société respectable ».

De son côté, Sébastien Vibert dit avoir été alerté par un

entrefilet dans *Le Canard Enchaîné*, et avoir eu le déclic sur le rôle de la CIA « quand Mandl a été nommé PDG ». Grégoire Biseau (*Libération*) avoue ne s'être intéressé à Gemplus « qu' à partir de l'été 2002, pas très en avance ». Il écrit son premier papier au moment de la mobilisation des actionnaires. Aliette de Braqua, la correspondante du *Figaro* à Marseille, explique que sa rédaction ne s'est jamais vraiment intéressée au sujet : « Quand ce n'est pas traité à Paris, ça les passionne moyennement. » La journaliste s'est davantage concentrée sur l'aspect social.

QUI A MIS LES JOURNALISTES SUR LA VOIE ?

Selon Aliette de Braqua, ce sont les syndicats qui ont éveillé l'intérêt des journalistes locaux sur le pillage de technologie. Reste à savoir s'ils ont bougé spontanément, ou s'ils y ont été incités. « C'est un aspect du dossier difficile à analyser clairement, estime Erwan Seznec. Ce ne sont certainement pas les RG qui ont lancé l'alerte, en tout cas au début. » L'épisode des documents de TPG piratés par Delmas et oubliés dans un tiroir du bureau des RG de Marseille parce qu'ils étaient écrits en anglais montre que le temps qu'ils ont mis à entrer dans la danse.

Erwan Seznec réfute l'idée que les syndicats aient été déclencheurs, « même si, ensuite, ils ont fait du boulot », alors que Nicolas Moinet lui, ne croit pas du tout à « la théorie du renseignement. La mayonnaise est montée parce que les syndicats ont toujours tendance à en rajouter ». Dans cette histoire de l'oeuf et de la poule, il

semble que les syndicats comme les renseignements aient compris un peu tard ce qui se passait à Gemplus.

Reste une hypothèse, défendue par Erwan Seznec : « Des gens dans l'appareil d'Etat se doutaient dès 2000 que quelque chose était en train de se passer. » Il s'appuie notamment sur un coup de fil reçu par Pierre-Jean Delmas juste avant l'introduction en Bourse. L'appel provenait d'un de ses amis, inspecteur des finances, qui se posait des questions sur une filiale de Gemplus à Gibraltar. « Comme les dirigeants de Gemplus ne réagissaient pas, [ces services] se sont tournés vers le bas, c'est-à-dire vers les syndicats », suppose le journaliste.

Finalement, pour Nicolas Moinet, « il n'y a pas tellement eu de manipulation des journalistes. Beaucoup de gens avaient intérêt à ce que la sauce prenne pour différentes raisons, des syndicats aux renseignements en passant par Marc Lassus ». Fondamentales, les relations avec le ●●●

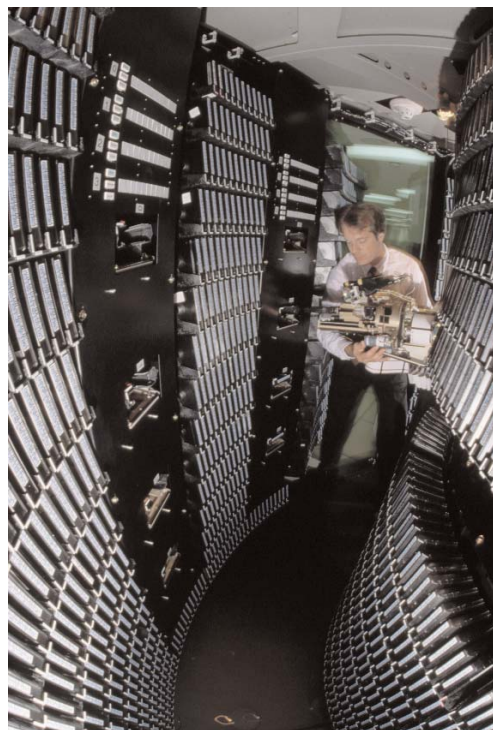
●●● d'agir uniquement de l'intérieur. Une maladresse que Pierre-Jean Delmas reconnaît volontiers : « Au départ, on a eu du mal à comprendre ce qui se passait. On n'a pas eu le réflexe de contacter la presse. »

Dossiers dans un tiroir

Il choisit de se tourner vers les Renseignements généraux de Marseille, et leur transmet les documents piratés sur le système informatique des dirigeants de TPG. En vain, car ces dossiers resteront dans un tiroir : « Les RG de Marseille ne parlaient pas anglais et ils n'avaient pas de budget pour la traduction, regrette-t-il. Et puis, ils s'intéressaient plus à l'aspect social de l'affaire qu'à l'aspect intelligence économique. »

Un premier article paraît en mars 2001 dans *La Provence*. « C'est le journaliste qui est venu vers moi, parce qu'il avait eu vent de rumeurs, notamment de la part de syndicalistes », explique Pierre-Jean Delmas. Le reste de la presse continue de se focaliser sur l'aspect social de l'affaire, ainsi que sur la querelle entre Antonio Pérez, nommé PDG par TPG, et Marc Lassus.

En décembre, alors que les résultats sont toujours en chute libre, Marc Lassus et Antonio Pérez sont finalement poussés à la démission par le fonds d'investissement américain. En février 2002, l'entreprise annonce



100 millions d'euros de pertes, et surtout la suppression de 1100 postes à travers le monde, dont 400 en France.

C'est Erwan Seznec, de *La Tribune*, qui va faire bouger les choses sur le plan médiatique, et creuser le dossier Gemplus qu'il avait « gardé sous le coude parce qu' [il] trouvait certains éléments bizarres. »

Dans une double page publiée le 4 juillet 2002, il évoque des soupçons de pillage technologique. Selon l'article, « les Renseignements généraux, la Direction de la surveillance du territoire et le ministère de l'Industrie » travaillent sur le cas Gemplus. Ses confrères continuent pourtant de se focaliser sur la fronde des salariés et sur le limogeage des

GROS DOSSIER

La CIA et la NSA aux États-Unis, les RG ou la DST en France, les services de renseignements ont été au cœur de l'affaire Gemplus.

dirigeants. Un nouveau mouvement s'amorce en août-septembre 2002. « À partir de là, ça a embrayé. La grosse double page de juillet a attiré l'attention de quelques confrères », se souvient Erwan Seznec.

En août, Grégoire Biseau parle explicitement dans *Libération* d'une implication de la CIA dans l'histoire. Embarrassé après la parution de l'article de *La Tribune* - « ils m'ont balancé les accords et l'attaché de presse dans les pattes », explique Erwan Seznec - TPG n'envoie aucun démenti consécutivement à l'article de *Libération*.

La presse commence à être en alerte lorsque Alex Mandl est nommé à la tête de Gemplus. Le nouveau PDG n'est autre que l'ancien administrateur d'In-Q-Tel, la société de capital-risque de... la CIA.

Toute la presse se remplit d'articles consacrés à ces liens entre Mandl et la CIA, ainsi qu'aux présumés transferts de technologie. Les Renseignements généraux et la DST ouvrent des enquêtes. Selon *La Tribune*, Gemplus est même surveillé par la sécurité militaire.

TPG est donc obligé de sortir de son silence, d'autant que la société américaine sait qu'un *Envoyé Spécial* sur le sujet est en cours de tournage. TPG charge Publicis Consulting d'organiser sa contre-attaque médiatique. David Bonderman, PDG du fonds, est envoyé au front. Et en janvier 2003, Jean-

Pierre Raffarin, à l'époque Premier ministre, confie à Bernard Carayon, député UMP du Tarn, une mission sur l'intelligence économique.

James Bond industriel

La diffusion, le même mois, du reportage d'*Envoyé Spécial* constitue l'apogée médiatique de l'affaire. L'histoire est élevée au rang de sujet « grand public ». Le documentaire mise sur « un "James Bond" industriel. Une entreprise française victime d'une prise de contrôle par la CIA et les services secrets américains », comme l'annonce la voix-off en introduction. Un choix assumé par Sébastien Vibert, l'auteur du sujet : « on n'est pas naïfs, on sait que si ça passe à *Envoyé Spécial*, c'est aussi pour le côté petit français croqué par le grand américain. » Le reportage montre des faits troublants, notamment que la holding Gemplus au Luxembourg n'est qu'une coquille vide. Dans les bureaux, seulement trois salariés et... aucun dirigeant. Après la diffusion, TPG ne demandera jamais de droit de réponse. Pourtant, selon Nicolas Moinet, expert en intelligence économique, « l'*Envoyé Spécial* a fait très mal » au fond d'investissement américain.

Par la suite, l'affaire se dégonfle assez rapidement, du moins sous son aspect intelligence économique. Les regards se tournent davantage sur les démêlés

judiciaires de Lassus avec TPG, et, surtout, les résultats de l'entreprise commencent à se redresser, après trois ans au cours desquels elle a perdu 572 millions d'euros.

Pourtant, il serait faux de dire que les médias se sont alors complètement désintéressés de Gemplus. En mars 2005, Canal+ diffuse dans le cadre de *Lundi investigation* un documentaire réalisé par Stéphane Bentura qui montre que Mandl et Bonderman se sont rencontrés au sein du BENS (Bureau of Executives for National Security), une association de chefs d'entreprises américains engagés pour la sécurité nationale.

Finalement, le 28 juillet 2005, *Le Figaro* publie une interview d'Alex Mandl. Invité à juger les « violentes attaques » dont il a été l'objet lors de son arrivée à la tête de Gemplus, il résume assez bien la façon dont l'affaire s'est terminée dans la presse : « Ces attaques ont été peu agréables, mais elles appartiennent au passé. [...] Chacun peut voir que la situation de Gemplus s'améliore. [...] C'est cela qui importe. Aujourd'hui, tout le monde a oublié le tumulte pour se consacrer à l'essentiel : l'avenir de Gemplus. » Sébastien Vibert le reconnaît, si la presse s'est finalement détournée de l'affaire, c'est « parce que les résultats sont remontés. Si la boîte avait coulé, cela aurait été une histoire en or ».

●●● fondateur de Gemplus ont été délicates. On peut en effet penser que le roi déchu de la carte à puce avait tout intérêt à apparaître comme une victime pour camoufler des erreurs de gestion et plusieurs affaires annexes de primes farineuses ou de prêts accordés par TPG.

« Il s'est retrouvé embarqué là-dedans, et ensuite il a eu beau jeu de dire qu'on volait la pépite française de la carte à puce, note Gaëlle Macke, du *Monde*. Tout le monde avait des choses à cacher, du coup l'affaire a pris un tour assez passionnel. »

Côté américain, la riposte médiatique a été plutôt faiblarde. « On ne peut pas vraiment parler de manipulation », souligne Nicolas Moinet, plutôt de relations publiques. » TPG s'est borné aux interviews de David Bonderman, sans vraiment entamer le scepticisme ambiant. Nicolas Moinet note néanmoins qu'« il n'y a plus eu un seul article dans *Le Monde* après l'arrivée de Publicis ». Mais Gaëlle Macke explique que cette période

correspond aussi au dégonflement de l'affaire.

Globalement, les journalistes n'ont pas le souvenir d'avoir subi des pressions. « Il n'y avait pas de bataille de communication comme dans les OPA. Il n'y avait pas tellement d'intermédiaires, ça se faisait en direct, sans passer par des cabinets de conseil », explique ainsi Grégoire Biseau.

■ LA PRESSE A-T-ELLE INFLUÉ SUR LE COURS DES ÉVÉNEMENTS ? Si la petite étincelle de départ a probablement été provoquée par des gens qui craignaient pour l'avenir de la technologie Gemplus, « ce sont quand même les journalistes qui ont levé le lièvre », assure Nicolas Moinet. En mettant à jour deux éléments-clés : les liens d'Alex Mandl avec In-Q-Tel, et ceux de David Bonderman avec le BENS. Une découverte pourtant facile selon Nicolas Moinet : « Le ministère de l'Intérieur et le renseignement n'étaient pas au courant, alors que c'était disponible sur Internet. En fait, beaucoup plus de choses qu'on ne croit sont en sources ouvertes. » Sébastien Vibert précise pourtant avoir été « très prudent

sur la thèse de la CIA. On ne l'a adoptée qu'au dernier moment. C'est là que tous les éléments du dossier se sont éclairés. Mais au départ, on aurait pu se moquer de nous sur ce genre de sujet. » Nicolas Moinet fait cependant une distinction entre « ceux qui ont fait un vrai travail d'investigation, comme Erwan Seznec et Sébastien Vibert, et ceux qui enquêtaient moins mais qui pouvaient faire plus de mal, comme lorsque Gaëlle Macke a publié une pleine page dans *Le Monde*. » Pour Jean-Pierre Delmas, les médias ont bien pesé sur les événements : « Les services de Raffarin sont allés secouer Juillet parce qu'ils avaient lu des papiers dans la presse. »

LES JOURNALISTES ONT-ILS EU RAISON DE SE FOCALISER SUR LES TRANSFERTS DE TECHNOLOGIE ?

Comme la plupart des acteurs du dossier Gemplus, les journalistes seraient en fait passés à côté du cœur de l'affaire. Car, comme le souligne Nicolas Moinet, « les Américains ne

voulaient pas forcément rapatrier la recherche et le développement aux États-Unis, ils voulaient que la technologie soit entre des mains américaines ». Or, à partir du moment où TPG est devenu l'actionnaire principal de Gemplus, la prise de contrôle était effective. Dès 1999, les jeux étaient donc faits à Gemplus. Un basculement passé d'autant plus inaperçu qu'à l'époque, tout le monde ou presque voyait d'un bon œil l'arrivée des Américains.

Une arrivée facilitée non seulement par Marc Lassus, mais aussi par le gouvernement, qui aurait pu refuser de donner son aval, comme l'y autorisait dès cette époque le code monétaire et financier. Sans doute y trouvait-il son compte. « Mais ces problèmes de sécurité économique sont des débats d'experts qui n'intéressent pas les journalistes, constate Nicolas Moinet. Ils bougent seulement à partir du moment où il y a des délocalisations et des plans sociaux. En l'occurrence, comme les syndicats ont crié au loup sur le pillage, ils se sont focalisés là-dessus. »