

Analyse de la performance des rumeurs.

Laurent GAILDRAUD*, Henri SAMIER**,

*fondateur du Trophée SUN TZU, Consultant & Formateur,
26 cours Pierre PUGET, 13006 MARSEILLE,
tél. : 33(0) 622 414 768. laurent.gaildraud@wanadoo.fr,

** Enseignant-Chercheur , directeur ISTIA Innovation & Master Information Stratégique
ISTIA Innovation, Université d'Angers, Chercheur au LAMPA, Arts et Métiers ParisTech Angers.
62 avenue notre dame du lac, 49000 Angers, tél. : 33 2 41 22 65 49
samier@istia.univ-angers.fr

Mots-clefs : Rumeur, déstabilisation, orchestration, OPA, marchés financiers,
Keyword : rumour, manipulation, merger & acquisition, financial markets,
Palabras clave : rumor mercados, desestabilización, orquestación, adquisiciones, finanzas.

Résumé :

Nous connaissons tous « SUN TZU » qui incarne, entre autre, le stratège d'anticipation et les fondements du « potentiel de situation ». Le Trophée « SUN TZU » s'inscrit dans la philosophie guerrière et positive qui permet à des équipes de s'affronter sur une simulation fictive et de développer la capacité à maîtriser l'orchestration d'une rumeur et d'anticiper la stratégie de défense ad hoc.

Le trophée est un concours inter entreprises et inter écoles dans lequel les participants doivent simuler le processus d'orchestration d'une rumeur dans un contexte de rachat hostile d'entreprise (OPA, OPE etc.). L'objectif est dans ce cas d'empêcher le rachat ou à défaut maximiser la valeur du rachat.

Mais pourquoi sensibiliser les entreprises et les écoles aux mécanismes d'orchestration d'une rumeur ? Aujourd'hui, de nombreux cas montrent qu'une rumeur peut aisément déstabiliser un concurrent et ce, à moindre coût.

Dans cette communication, nous proposons de voir comment la simulation fictive d'une rumeur est réalisée dans le cadre d'OPA « hostile » en montrant comment il est possible d'influencer la décision des propriétaires de titres à vendre ou ne pas vendre.

Nous montrons comment cette influence est réalisée à travers le cas de l'édition 2009 du trophée qui portait sur l'hypothétique OPA de GAZPROM sur l'AIR LIQUIDE. Le sujet au mois de mars 2010 était le rachat de PALM par NOKIA. Ce cas fut moins hypothétique car PALM s'est faite rachetée 6 semaines après.

1 Caractérisation de la rumeur

Une rumeur est caractérisée par une information fausse, non vérifiée, sensible, non fondée ou incertaine dont la source est inconnue ou non officielle. Elle peut aussi être prise comme un canular (hoax) dans la mesure où son impact n'a que très peu d'effet sur l'économie réelle et la vie de ceux qui le propagent ou qui se subissent. Le phénomène de rumeur traverse les siècles et reste toujours d'actualité. L'existence historique de rumeurs se fonde sur quatre principaux besoins des individus qui sont le besoin de sécurité (argent, peur), l'estime de soi (idéologie, fierté), le besoin d'être aimé (amour, amitiés, tendresse), le besoin de reconnaissance (identité, égo, orgueil). Est-ce que la rumeur est un contre-pouvoir ? Elle est d'une part une prise de parole spontanée et non autorisée et d'autre part un moyen d'expression et d'action.

La question n'est pas de savoir si la rumeur est vraie ou fausse, elle est de savoir qu'est-ce que nos contemporains sont prêts à croire. Par ailleurs, l'induction de prophéties auto-réalisatrices est possible dans certains cas. J.N. KAPFERER disait : « ce n'est pas parce que les choses sont vraies que les croyons, c'est parce que nous les croyons qu'elles deviennent vraies ». Par exemple si la rumeur apparaît selon laquelle il pourrait y avoir une pénurie de sucre alors il est fort possible que de très nombreux consommateurs achètent en masse du sucre et ainsi créent réellement la pénurie de sucre annoncée.

L'identification ou reconnaissance d'une rumeur se fonde sur trois niveaux :

1. **Explicite** : Il fait appel aux sentiments premiers à connotation négative que sont la révolte, la haine ou le dégoût. Les sentiments premiers à connotation positive tels que l'amour, la joie ou le rire sont moins propices à la rumeur. Comme la grande majorité des rumeurs se fonde sur la peur et la haine, il sera aisé de l'identifier,
2. **Implicite** : Il fait appel à un aspect social, moralisateur du message véhiculé et relèvera fréquemment du « dicton populaire »,
3. **Anthropologique** : il fait appel aux peurs primales.

Les conditions initiales d'une rumeur doivent être anxiogènes et sont déterminantes pour l'émergence et l'existence de rumeurs. Rosnow (ROSNOW, 1991) a montré que l'incertitude était un facteur d'émergence d'une rumeur et non un facteur de propagation.

Les événements générateurs d'anxiété et de stress sont d'ordre prévisibles (rachat d'entreprise, remaniement de gouvernement, etc.), imprévisibles (attentats du 11 septembre à New York) ou aléatoires. Mais les événements imprévisibles sont intrinsèquement rares c'est pour cela qu'ils seront couplés à des événements connus de tous.

Du point de vue politique, toute forme d'élection, et particulièrement les élections présidentielles sont un événement rare, prévisible et particulièrement générateur d'anxiété et donc propice aux rumeurs. L'effet pour une nation est d'être plongée temporairement dans un immobilisme durant les semaines qui précèdent le vote final.

Les conditions de mise en place d'une rumeur sont l'environnement anxiogène, la distance d'anxiété, le caractère d'urgence du message, le respect des règles rumorales, la crédibilité de la rumeur, le caractère non vérifiable de la rumeur, l'effet probable de la rumeur, enfin l'existence de rumeurs équivalentes sur des sites de démentis.

La distance d'anxiété ou « phénomène du mort kilométrique », exprime « le degré d'anxiété » en fonction de la distance kilométrique à laquelle se déroule une catastrophe. L'expérience faite par l'auteur a été de définir un scénario d'incendie en Belgique et d'analyser les réactions en Belgique et en Angleterre. Le scénario débutait par la lecture d'un article de presse qui décrivait un incendie terrible, en Belgique, ayant entraîné de nombreux morts dans des conditions particulièrement insoutenables. Les réactions des lecteurs belges ont porté sur des sentiments de douleur, tristesse, colère, peur, chagrin, culpabilité, regret et désespoir. Les réactions des lecteurs anglais ont porté sur la tristesse, colère et peur. Ces quatre émotions, considérées comme primaires, sont partagées aussi bien par les humains que par certains animaux. Alors que le chagrin, la culpabilité, le regret et le désespoir sont des émotions exclusivement humaines. LEYENS (LEYENS, 2000) a montré, qu'il était possible d'évaluer la quantité d'anxiété générée par des événements et notamment leurs lieux de déroulement. L'auteur a montré que la proximité d'une catastrophe augmentait le caractère anxiogène de l'événement auprès de la population.

L'évocation du quotidien est un phénomène comparable au « mort kilométrique ». C'est à dire qu'un objet « dangereux » proche de vous, aura une portée plus forte qu'un objet éloigné ou moins connu. Ceci explique le franc succès de certaines grandes familles de rumeur telles que les alertes sanitaires. Par exemple, les rumeurs selon lesquelles Mc Donald met des vers de terre dans les hamburgers ou encore que la chaîne KFC nous fait manger du rat se comptent par centaines. Donc la proximité favorise l'aspect dramatique du message rumorale et sera donc à entretenir en termes de percolation.

Le caractère d'urgence d'une rumeur conduit à figer le jugement car l'urgence est souvent la conséquence d'une crise qui nécessite un besoin informationnel. Ce besoin augmente d'une part la spéculation et d'autre part est favorable à « l'intoxication informationnelle ». La principale « urgence » utilisée dans les rumeurs suit l'approche du type « la maison est en feu » car elle fera appel à l'action immédiate (ou réaction) plutôt que de faire appel à la réflexion. En effet, la rumeur doit faire appel à une forme de résonance ancrée dans son passé, dans ses croyances, dans les mythes voire éventuellement dans un inconscient collectif. Ceci explique le fait que plus une rumeur reste classique, plus elle aura des chances de fonctionner. A l'inverse une rumeur trop innovante et sans attache dans l'inconscient collectif aura peu de chance de fonctionner. Donc une rumeur ayant fonctionné 10 fois aura beaucoup plus de chances de fonctionner une 11ème par rapport à une rumeur trop décalée de l'inconscient collectif d'un groupe.

La composante de racisme est présente dans un grand nombre de rumeurs et se révèle comme étant un facteur déclencheur et percolateur de rumeur. La propagation de la rumeur est un moyen de parler de soi, de véhiculer ses valeurs sans se dévoiler et de dire ce que l'individu pense à couvert. En propageant une rumeur, l'individu propage ses paradigmes et ses archétypes de pensée.

La cible de la rumeur sera par exemple une entreprise fabricant des produits grand public et sera choisie en fonction de ses caractéristiques de notoriété, de valeur boursière, du charisme du dirigeant, de la vivacité concurrentielle du secteur, et de sa position concurrentielle.

Les entreprises se prémunissent face à des attaques informationnelles possibles telles que le piratage et les rumeurs. Pour qu'une entreprise se protège de ce type d'activité elle doit en premier lieu surveiller tout ce qu'il se dit sur elle. Ainsi avec une veille sur internet efficace, c'est à dire humaine, organisationnelle, méthodologique et logicielle, elle connaîtra en temps réel son environnement.

Aujourd'hui la mise en place en entreprise d'un système de veille est essentielle pour surveiller la e-réputation et les rumeurs au plus tôt. L'utilisation des rumeurs dans le contexte financier présente un intérêt certain car dans une opération d'OPA hostile, l'initiateur sera confronté à l'augmentation de la valeur du titre de l'entreprise « opérable » et risque d'induire un phénomène qui lui sera fort coûteux. L'initiateur de l'OPA verra aussi la valeur de son propre titre baisser comme une forme de sanction des marchés.

Les projets OPA sont règlementé et doivent faire l'objet d'une demande auprès de l'AMF (autorité des marchés financiers). Et dès que le conseil de l'AMF est saisi, la cotation du titre en bourse est suspendue, alors la publication de l'offre publique marque le début de l'offre publique. La durée d'un cycle d'une opération d'OPA est autour d'un mois comme également l'espérance de vie moyenne d'une rumeur, d'où l'utilité de synchroniser les deux événements.

Dans ce contexte la compétition de simulation de rumeur du trophée SUN TZU, conduit chaque équipe participante à prendre en compte tous les paramètres vus précédemment et à prévoir les scénarii possibles d'attaque ou de défense.

2 Efficacité d'une rumeur

Les moyens de lutter contre les OPA sont entre autre la restriction de vote, la restriction des droits de vote multiples et la neutralisation « des pilules » anti-OPA. L'entreprise pourra instaurer des « noyaux durs », en imposant des droits de vote double, la mise en œuvre de pacte d'actionnaires pourra aussi être envisagée. Par ailleurs, la nécessité de déclarer les franchissements de seuils, autrement dit le dépassement d'un pourcentage de détention donné, permettra aux autorités de contrôle, tel que l'A.M.F., de conduire le raider à déclarer rapidement ses intentions, s'il dépasse plus du tiers du capital de la cible. De plus, la réunion d'une assemblée générale devant statuer sur les suites à donner au lancement d'une OPA, n'est obligatoire qu'avec les entreprises dont les pays imposent cette directive européenne, cela peut conduire les entreprises françaises à déroger au texte s'il s'agit d'une attaque d'une entreprise non européenne ou d'une entreprise européenne dont le pays n'a pas encore appliqué la directive.

La rumeur est aussi une solution de défense que nous allons développé sur une simulation fictive afin d'en comprendre les mécanismes et leviers pour atteindre l'objectif. Dans le cas d'une OPA, la cible de la rumeur est clairement les petits porteurs présents au capital de l'entreprise cible. Ils représentent la part volatile de la capitalisation boursière de l'entreprise. Ils sont donc plus sensibles aux rumeurs que pourraient relayer les analystes financiers.

La rumeur peut se fonder soit sur un scénario défensif afin d'entretenir la hausse de son cours boursier ; de rassurer les petits porteurs sur la stratégie du groupe et les perspectives probable de croissance.

Soit sur un scénario offensifs afin de faire chuter la confiance des actionnaires actuels ; de faire baisser la confiance des actionnaires potentiels et de rendre pessimistes les résultats des analystes financiers et exposer les risques liés aux activités de l'entreprise prédatrice.

La société X (l'initiateur) a l'intention de lancer une OPA hostile sur la société Y. Vous êtes mandatés par le COMEX (Comité Exécutif) de la société X pour déstabiliser la société Y par le biais d'une rumeur. Le but étant de ne pas voir l'action de la société Y s'enflammer comme c'est traditionnellement le cas. Phénomène fortement coûteux pour l'initiateur.

3 « SUN TZU » et le Trophée

« SUN TZU » incarne le stratège d'anticipation et les fondements du potentiel de situation. Sa philosophie est entre autre de « prendre les possessions de l'adversaire en entier » et d'engager des forces « qualifiés » anodines qui reposent sur la préparation, le travail, la bonne connaissance du terrain et des forces en présence et l'adaptation aux circonstances pour faciliter la victoire. La rumeur est une de ces forces « informationnelles » que SUN TZU aurait certainement utilisée s'il avait vécu dans notre siècle.

Le Trophée SUN TZU s'inscrit dans une philosophie à la fois guerrière et positive qui permet à des équipes de se confronter à un cas dans une simulation fictive. Il permet aux participants de s'exercer, dans un contexte d'OPA hostile, à maîtriser l'orchestration et la contre attaque d'une rumeur et agir en conséquence.

L'objectif est de comprendre comment une rumeur peut déstabiliser une entreprise, comment il est possible la contrer et comment anticiper par la mise en place d'un système de surveillance et de protection de son entreprise. Depuis trois années, le Trophée SUN TZU s'est adressé aux entreprises, aux écoles supérieures (d'ingénieurs, de commerce, de management) et aux étudiants de masters des universités.

La compétition comprend deux catégories d'équipes, les équipes « SUN » et les équipes « TZU ». Les équipes nommées « SUN » ont pour mission d'orchestrer une rumeur afin de favoriser une entreprise et afin de déstabiliser un adversaire, d'influer sur son cours de bourse voire d'impacter son développement.

Les équipes « TZU » ont pour mission de contrer la rumeur, de maîtriser la communication de crise et de valoriser son entreprise victime de rumeur. Le trophée se déroule sur une période de simulation précise avec un échéancier précis de livrables évalués par un jury constitué d'experts et scientifiques d'entreprises et des services publics (www.trophee-suntzu.eu).

4 Simulation de rumeur.

Chaque équipe reçoit en même temps le sujet avec le nom des entreprises avec le texte suivant :

Cas où vous êtes mandatés par la société proie.

La société X (l'initiateur) a l'intention de lancer une OPA hostile sur la société Y. Vous êtes mandatés par le COMEX de la société Y pour faire échouer cette tentative. Noms des sociétés X et Y divulgués le x mars 20xx.

Semaine 1 : Présentation synthétique des sociétés concernées. Trouver les informations générales sur les deux sociétés : parts de marché, etc. Vous vous informerez des principales contraintes chronologiques dans le déroulement d'une OPA hostile afin d'en tenir compte pour le déclenchement de votre rumeur. Il s'agit de contraintes de temps plus que d'obligations administratives. Cet aspect sera minutieusement développé dans votre copie. Cette partie du concours peut être travaillée par les participants à n'importe quel moment avant le lancement du trophée. Trouver la ou les rumeur(s). Ce point est la clé de voûte de l'exercice. Trouver les ressources (moyens, éventuels collaborateurs, etc.).

Semaine 2 : Construire le cas. Bâtir le point de départ de la rumeur. Ce point est important quand on est du côté de l'initiateur. Vous développerez le mode opératoire utilisé et les raisons de vos choix. Trouver tout organisme susceptible de relayer "spontanément" la rumeur, tous les canaux de propagation appropriés. Vous ferez un état des lieux de leur capacité d'influence en expliquant comment vous vous y êtes pris pour évaluer ce critère. Bref! Vous identifierez les acteurs qui vous aideront dans ce que vous avez à faire.

Semaine 3 : Faire du "monitoring automatisé" sur le cours de bourse de la société cible. Il s'agit de surveillance d'occurrences et non de surveillance réseau. Ceci vous permettra de voir si votre mayonnaise "prend". Faire un état des lieux mondial des logiciels permettant cela et sélectionner ceux qui rentrent dans le budget alloué. Vous expliquerez le pourquoi de votre sélection. Pour la dernière semaine, vous compilerez l'ensemble des semaines précédentes dans la même copie.

5 Cas de simulation fictive : L'OPA de GAZPROM sur L'AIR LIQUIDE

La simulation Fictive est réalisée en plusieurs étapes sont les principales sont de définir les rumeurs possibles et de les médiatiser. Les étudiants du MASTER IECS de l'ICOMTECH, ont remporté le premier prix du Trophée SUN TZU 2009 avec le cas suivant :

Etape 1 : Définir les rumeurs possibles.

Les rumeurs que l'Air Liquide pouvait développée face à l'OPA de Gazprom pouvaient être les suivantes :

Rumeur défensive n°1 : Prise de participation du FSI dans le capital d'Air Liquide.

Air Liquide, groupe industriel français spécialisé dans les gaz industriels et médicaux, serait en passe d'être la prochaine prise de participation du Fonds Stratégique d'Investissement. Considérée par l'État comme une entreprise hautement stratégique dans son secteur d'activités, Air Liquide est une entreprise fructueuse au chiffre d'affaires en constante augmentation, et leader sur un marché où elle possède une avance technologique conséquente. En prenant une participation au capital d'Air Liquide, le FSI pourrait contribuer à assurer la stabilisation et le renforcement de son actionnariat, et affirmerait sa confiance dans la capacité du groupe à créer de la valeur dans les années à venir. Cette prise de participation du FSI pourrait avoir pour conséquence de faire grimper l'action Air Liquide.

Rumeur défensive n°2 : Air Liquide révèle des mouvements spéculatifs sur son capital flottant.

Dans un communiqué de presse, les dirigeants de la société Air Liquide s'inquiète de l'observation d'importants mouvements de rachats de titre sur la place parisienne. Ces mouvements contribueraient potentiellement à une spéculation à la baisse sur le titre Air Liquide. Or ces acteurs ne se sont pas identifiés et n'ont indiqué aucune intention auprès des dirigeants de la société Air Liquide cotée à l'indice parisien.

Rumeur défensive n°3 : Le groupe Total pourrait profiter des difficultés financières de Gazprom.

Total, qui vient d'annoncer de nouveaux profits-records pour son exercice 2008, se porterait acquéreur d'une partie des activités de Gazprom, qui doit faire face à l'accélération de son endettement et recherche des liquidités. En effet, le conglomérat russe doit non seulement honorer le remboursement de près du tiers de sa dette avant la fin du 1er semestre 2009, mais a vu de plus Standard and Poors dégrader sa note quant à sa capacité de remboursement.

Rumeur défensive n°4 : Air Liquide développe une technologie de neutralisation du CO2.

Déjà placé parmi les leaders mondiaux des procédés industriels de production d'Hydrogène, considéré comme le carburant propre du XXIe siècle, Air Liquide annonce poursuivre le développement de « green tech ». Ses chercheurs et ingénieurs auraient ainsi mis au point un procédé industrialisable de neutralisation des émissions de CO2, le principal vecteur du réchauffement climatique en raison de sa contribution à l'effet de serre. Des premières expérimentations seront menées au cours de l'année 2009 parmi les principaux clients industriels d'Air Liquide en Europe. Le marché est évalué pour la seule Union Européenne à plusieurs milliards d'Euros.

Rumeur offensive n°1 : Une opération financière sur le rouble.

À l'instar de l'opération réalisée par Georges SOROS qui visait à forcer la Banque d'Angleterre à dévaluer la Livre Sterling, il est envisageable de monter une opération de déstabilisation du cours du rouble. La devise russe est actuellement très affectée par les conséquences de la crise financière. Ce qui rendrait l'offre éventuelle de Gazprom moins séduisante aux yeux des petits porteurs, et surtout contraindrait fortement la capacité de financement de la société russe en période de credit crunch.

Rumeur offensive n°2 : La révélation d'un scandale politico médiatique.

Avant sa mort, la journaliste Anna POLITOVSKAÏA serait entrée en possession d'une vidéo impliquant des dirigeants de Gazprom et un gouverneur d'une province de la Fédération de Russie, proche du Kremlin. Ces derniers y apparaissent dans un « lupanar » lors d'une soirée très arrosée, accompagnée de nombreuses bouteilles et de très jeunes femmes. On peut les voir jouer au poker des titres de Gazprom et des permis d'exploitation de champs gaziers. Un dirigeant de Gazprom serait impliqué directement dans cette affaire en tant que commanditaire de l'assassinat de la journaliste. La justice russe n'avait pu l'identifier jusqu'alors, mais la vidéo serait sur le point d'être diffusée auprès des rédactions russes et européennes.

Rumeur offensive n°3 : Du gaz au large dans le Golfe de Gênes.

Alors que l'histoire de la Méditerranée est de mieux en mieux connue des géologues, les indices démontrant la présence de champs d'hydrocarbures, sous les épaisses couches de sel mises en évidence par les modèles d'une géologue italienne et les forages réalisés par des chercheurs japonais et américains, se multiplient. ENI, la major italienne (partenaire de Gazprom dans le projet South Stream, gazoduc concurrent du projet Nabucco), et Total évoquent un partenariat pour permettre l'exploration et l'exploitation rapides de ces nouveaux gisements.

Rumeur offensive n°4 : Catastrophe écologique en Sibérie occidentale.

Lors d'une conférence de presse tenue au siège néerlandais de l'ONG, les militants de Greenpeace mettraient au jour l'une des plus grandes catastrophes écologiques de l'Histoire en Sibérie occidentale, révélant les pratiques de Gazprom pour extraire le gaz contenu dans le sous-sol. Les travaux de dépollution nécessiteraient 25 années d'efforts et d'investissements massifs pour enrayer les dégradations infligées à l'environnement et aux populations vivant à proximité des sites d'exploitation de Gazprom.

Etapes 2 : Médiatiser de la rumeur.

L'objectif est bien d'empêcher GazProm de lancer l'OPA sur Air Liquide.

Si l'on médiatise le fait qu'une rumeur court sur une éventuelle OPA de GazProm sur l'Air Liquide (avant qu'elle ai lieu).

La médiatisation de la rumeur aura pour effet de faire monter le cours d'Air Liquide. Plus le cours est haut, plus l'OPA devient onéreuse pour GazProm (prix d'achat de l'action que GazProm doit rendre public au moment de la déclaration d'OPA).

Médiatiser la rumeur peut également retenir l'attention de l'AMF qui, n'aimant pas les mouvements purement spéculatifs va forcer GazProm à déclarer officiellement ses attentions vis-à-vis d'Air Liquide (Règle du "put up or shut up" : "déclare-toi ou taistoi"). L'effet sera de raccourcir la période entre le début de la rumeur d'achat et la déclaration officielle de GazProm. Si GazProm ne renonce pas à l'OPA, et déclare officiellement son intention au travers d'une publication auprès de l'AMF, l'objectif est de dissuader les propriétaires d'actions Air Liquide de s'en séparer.

Vu que la rumeur devient publique, nous pouvons suggérer à l'Air Liquide) de communiquer sur la création éventuelle de « poison pills » si l'OPA venait à être lancée. Les « poison pills » à la française sont des de souscription en action, rendus célèbres lors de la tractation Mittal Steel-Arcelor, sont des outils exclusivement destinés à faire échouer une OPA hostile. Selon l'article L.233-32 du Code de commerce, l'émission de tels bons, dits « bons Breton », est décidée par l'assemblée générale extraordinaire. La société cible peut alors attribuer gratuitement à tous ses actionnaires des bons permettant de souscrire ses actions à des conditions préférentielles. Cette formule les incite à garder leurs actions et tend à diluer la prise de participation de l'attaquant en augmentant le capital. Dérivée de l'augmentation de capital, cette manœuvre relève ici de la technique de dissuasion puisqu'elle signifie à l'initiateur que, s'il ne retire pas son offre, il doit en relever les termes afin de rester compétitif.

Rumeur sur une intervention du FSI pour protéger le patrimoine stratégique de l'industrie française.

En partant du postulat raisonnable que les institutionnels français ne céderont pas leurs participations au sein d'Air Liquide (pour des questions plus politiques qu'économiques), les cibles vont être les investisseurs institutionnels étrangers mais surtout les petits porteurs (ces derniers étant majoritaires au sein du capital).

Le seul moyen de garder des petits porteurs fidèles lors d'une OPA est de communiquer sur le fait que la rentabilité future des titres en leur possession sera supérieure à la rentabilité immédiate retirée de la vente des titres. Ceci est possible en faisant courir une rumeur sur le développement d'une nouvelle technologie innovante et développement durable par AirLiquide.

Toutes ces actions peuvent prendre les dirigeants de GazProm de vitesse et les obliger à se déclarer immédiatement sur un cours de bourse élevé.

En parallèle, la réussite de l'OPA n'est pas assurée du fait de la création des « poison pills » ainsi que de l'éventuelle intervention du FSI et d'un éventuel chevalier blanc.

Ses actions combinées peuvent dissuader les dirigeants de GazProm de confirmer la rumeur et les faire renoncer à l'OPA.

Chaque rumeur présentée est cumulative avec les autres (chacune vient renforcer l'autre) : GazProm souhaite lancer une OPA sur Air Liquide (rumeur 1) car cette société a développé une technologie de pointe et d'avenir (rumeur 2), ce qui amène le FSI à investir (rumeur 3), etc.

Scénario n°1 :

La rumeur selon laquelle « GazProm souhaiterait lancer une OPA hostile à l'encontre d'Air Liquide » doit tout d'abord être diffusée dans les milieux financiers russe. Aussi, il conviendra de la diffuser de Russie en France, afin de la crédibiliser et de la légitimer. Au delà de l'impact sur la France et la Russie, cette rumeur sera diffusée de manière internationale afin de toucher l'ensemble des investisseurs étrangers.

L'objectif est de toucher les analystes financiers russes via un média russe, de référence internationale, sur le sujet (forum, site, presse papier, etc.).

L'origine de cette rumeur :

Au cours d'une réunion privée entre différents membres de GazProm, datant du 11/03/2009, Golko Yaroslav Yaroslavovich, responsable des investissements et Karpel Elena Evgenievna, responsable économique, auraient évoqué (selon l'un des collaborateurs présents), la volonté d'investir grandement dans des technologies innovantes que GazProm ne maîtrise pas. Air Liquide, serait une des premières entreprises visées, car qui plus est, elle est implantée en Europe de l'Ouest et ouvrirait de ce fait de nouvelles opportunités à GazProm. Golko Yaroslav Yaroslavovich d'ajouter « de toute manière, jamais les européens ne nous laisserons investir chez eux... il va donc falloir être hostile. » Cette rumeur est accentuée par les cours d'action et les transactions boursières.

Canaux de propagation plausibles sont principalement les journaux financiers Russes, la presse spécialisée énergie russe (RusEnergy par exemple) ; la presse spécialisée internationale, les blogs financiers russes et internationaux et les forums financiers russes et internationaux.

Scénario n°2 :

Air Liquide développerait une technologie révolutionnaire de valorisation de CO2 Lors du colloque Carbon Market Insights, organisé par Point Carbon du 17 au 19 mars 2009 à Copenhague, un chercheur français invité du BRGM (Bureau de Recherches Géologiques et Minières), laisserait entendre qu'Air Liquide développerait une technologie révolutionnaire de valorisation du CO2. En effet, lors de discussions officieuses (le off) autour du déjeuner du 17 mars, ce même chercheur s'est entretenu avec ses confrères, sur le futur colloque prévu en novembre 2009 portant sur le captage et stockage géologique du CO2, et dont on lui a demandé d'intervenir en tant qu'expert. Pourquoi sa participation à ce colloque ? Car le BRGM est partenaire de projets européens sur le captage et le stockage du CO2, telle Air Liquide.

A bon entendeur ! Un journaliste de l'AFP, spécialiste des problématiques environnementales, a été contacté pour relayer cette information à travers le compte-rendu de la journée du 17 mars, par voie de presse (dépêche), précisant même qu'Air Liquide avait déjà investi de gros moyens (millions d'€) dans des projets de valorisation du CO2. Nous nous faisons passer pour un stagiaire chargé de l'organisation du Carbon Market Insights, chargé de la rédaction du compte rendu officiel du 17 mars, que nous nous sommes procuré au préalable. Nous envoyons au journaliste de l'AFP ce compte-rendu ainsi qu'un autre modifié (par nos soins) laissant transparaître les informations comme quoi Air Liquide investirait de lourds moyens dans des projets de valorisation du CO2 (selon notre chercheur du BRGM). Nous en profitons pour pointer du doigt le fait que le compte-rendu officiel ne laisse pas apparaître ces informations (moyen de faire passer notre rumeur car c'est invérifiable !).

Scénario n°3 :

Phase 1 : Dans un premier temps, il s'agit de diffuser l'information ci-dessous sur différents sites Internet traitant des innovations technologiques concernant les énergies renouvelables, tels que Terra Economica. Les relais d'informations tels que les quotidiens économiques et financiers seront aussi visés par cette information. La source est un membre (ou son assistant) du Comité d'Orientation Stratégique du FSI.

« La planète est aujourd'hui confrontée à un double défi : environnemental et énergétique. Dans ce contexte, l'accès à une mobilité durable constitue un enjeu majeur pour permettre de réduire les gaz à effet de serre, la pollution dans les villes et diminuer la dépendance aux carburants pétroliers. L'hydrogène, utilisé en tant que vecteur d'énergie, constitue l'une des solutions pour répondre à court terme à ces défis. Jeremy Rifkin déclare dans Courrier International que "si les gouvernements n'interviennent pas tout de suite avec une grande détermination pour accélérer la réalisation de nouvelles infrastructures, les dépenses publiques visant à soutenir un modèle industriel obsolète vont puiser dans des ressources financières déjà fragiles. Nous risquons alors de nous priver des moyens de réaliser les changements fondamentaux nécessaires". Dans ce contexte, il semble que le FSI souhaite sécuriser le capital d'entreprises caractérisées par leur savoir faire stratégique en matière d'énergies alternatives au pétrole, en investissant 300 millions d'euros dans ces entreprises d'ici l'été 2009. Plusieurs noms circuleraient pour bénéficier de ces investissements, parmi lesquels Uniross, Heuliez ou encore Air Liquide. »

Les objectifs attendus sont d'une part de créer un buzz autour des nouvelles orientations du FSI et d'autre part de faire apparaître le nom d'Air Liquide de façon discrète (au milieu d'autres noms d'industriels du même secteur)

Phase 2 : Dans un deuxième temps (2/3 jours après la diffusion de l'information 1), et suite à la réunion du Comité d'Orientation Stratégique du FSI en date du 10 mars 2009, une source anonyme de ce comité cite clairement Air Liquide comme candidate. Cette information a été entendue lors d'un déjeuner entre Jean-François DEHECQ, PDG de Sanofi-Aventis et président du Comité d'Orientation Stratégique et Thierry DESMAREST, administrateur et membre du Comité des nominations et du comité des rémunérations d'Air Liquide mais aussi administrateur de Sanofi-Aventis. Cette rumeur peut paraître crédible et invérifiable dans le sens où les précédentes rumeurs d'investissement du FSI (concernant Veolia et Thomson) n'ont jamais été démenties.

« Air Liquide, groupe industriel français spécialisé dans les gaz industriels et médicaux, pourrait être la prochaine prise de participation du Fonds Stratégique d'Investissement. Considérée comme une entreprise hautement stratégique dans son secteur d'activités, notamment pour sa technologie de réduction du CO², Air Liquide est une entreprise fructueuse au chiffre d'affaires en constante augmentation, et leader sur un marché où elle possède une avance technologique conséquente. En prenant une participation au capital d'Air Liquide, le FSI pourrait contribuer à assurer la stabilisation et le renforcement de son actionnariat. »

Les objectifs attendus sont d'une part de faire apparaître l'Air Liquide comme l'une des entreprises prioritaires pour les investissements du FSI et d'autre part de rendre la rumeur invérifiable : les membres du Comité d'Orientation Stratégique ne peuvent pas affirmer qu'aucun investissement ne sera jamais réalisé dans le capital d'Air Liquide.

Phase 3 : Dans le troisième et dernier temps de l'opération : s'inscrire en tant que militant au sein du NPA, dès la mise en oeuvre de la rumeur. Parallèlement, il faudra poster différents messages relatifs à la prise de participation du FSI au sein d'Air Liquide et insister sur la « non-création » d'emplois. On pourra ensuite appeler le conseiller d'Olivier Besancenot pour demander que ce sujet soit abordé pendant l'un des meetings du NPA. On pourra aussi aborder le sujet durant le meeting.

« Olivier Besancenot, chef de file du NPA, déclare ce matin lors d'une réunion publique que « le système mafieux mis en place par l'Etat avec le FSI n'est pas tolérable dans une démocratie sociale. » Interrogé par le quotidien Sud-Ouest, ce dernier déclare « l'Etat va prendre une participation dans le capital d'Air Liquide. Encore une fois c'est une histoire de gros sous dues aux relations entre le conseil d'administration d'Air Liquide en la personne de Thierry Peugeot et le FSI avec son président Gilles Michel, ancien PDG de Citroën. Dénonçant un « détournement de l'argent public », le leader anti-capitaliste demande que l'emploi soit au centre des préoccupations : « le FSI ne sert pas à sauvegarder nos emplois. Regardez l'exemple de Valeo : 1600 emplois vont être supprimées d'ici juin 2009, malgré l'intervention du FSI ». »

Les objectifs attendus sont d'une part de donner une crédibilité à la rumeur et la rendre plus médiatique et d'autre part de prendre les sceptiques et les incrédules à contre-pied en incitant à critiquer le FSI.

6 Conclusion

La finalité du trophée est de faire rentrer l'orchestration de la rumeur dans la stratégie d'entreprise. Le but suprême de l'Art de la Guerre est, selon Maître SUN, de remporter la victoire sans livrer bataille. C'est précisément ce que la rumeur permet de faire. Et ce, à moindre coût.

La spécificité du trophée est d'orchestrer une rumeur dans un contexte d'OPA hostile. Chaque année, les participants sont, soit :

- du côté du prédateur : quand une rumeur d'OPA apparaît, le prix de la proie flambe. Ceci est très onéreux pour l'initiateur (le prédateur). Dans ce cas de figure, les participants doivent orchestrer une rumeur pour que la flambée de l'action de la proie ne se déroule pas.
- du côté de la proie : la mission des participants est alors de faire échouer l'OPA par le biais d'une rumeur.

Le trophée se déroule sur une période de trois semaines car cela correspond à l'espérance de vie moyenne d'une rumeur et comme un bonheur ne vient jamais seul, c'est également la durée d'une OPA.

Le trophée trouve ses racines dans les interventions, et les conférences " Rumeur et Entreprise " qui ont été faites en entreprises et en écoles diverses. Il nécessite des connaissances sur le cycle de l'information et le cycle " rumorale ". Toutes les ressources informationnelles sont fournies (www.trophee-suntzu.eu).

Nous avons vu quels sont les mécanismes possibles de construction d'une rumeur appliquée au cas d'une OPA hostile et montre que nous sommes la une guerre pacifique de l'information qui a des répercussions sur les valeurs boursières des sociétés et des impacts sur notre croissance.

7 Bibliographie

ALLPORT G., POSTMAN L.J., The Psychology of Rumor, New York, Russel & Russel, (1947) 1965.

GRYSPEERDT et KLEIN, La galaxie des rumeurs, EVO Éditions, Bruxelles, 1995.

MORIN E., PAILLARD B., BURGUIERE E., CAPULIER C., FISCHLER C., DE LUSIGNAN S., VERONE J., La rumeur d'Orléans, Editions du Seuil, Paris, 1969.

KAPFERER J.N., Rumeurs -- Le plus vieux média du monde, Editions du Seuil, Paris, 1987.

FROISSART P., La rumeur : histoire et fantasmes, Débats Belin, Paris, 2002.

ROUQUETTE Michel Louis, Les rumeurs, Paris, Puf, 1975.

MOSCOVICI Serge, L'age des foules, 1985.

CAMPION-VINCENT V., RENARD J-B., De source sûre : nouvelles rumeurs d'aujourd'hui, Editions Payot, Paris, 2002.

SOTTO E., Entreprise et Rumeur : Comprendre et agir, collection renseignement économique, Les éditions esprit du livre, Paris, 2005.

Listes des sites de références sur la rumeur et les démentis :

- www.urbanlegends.com, hoaxbusters.ciac.org, www.snopes.com,
- www.scambusters.org/legends.html, www.hoaxinfo.com, www.urbanmyths.com,
- www.legends.org.za/arthur, hoaxbusters.ciac.org, www.liespeopletell.com,
- www.hoaxkill.com, urbanlegends.about.com, www.arobase.org,
- www.sewergator.com, www.storyactive.com, www.truthorfiction.com,
- www.chainletters.net, www.hoaxbuster.com, www.vmyths.com, www.publicfiction.org,
- www.pyramidschemealert.org, www.scaryduck.com, www.purportal.com,
- www.museumofhoaxes.com, www.breakthechain.org, www.ulrc.com.au.