



PREMIER MINISTRE

Secrétariat général
de la défense
nationale

Paris, le 2 octobre 2006

N° 233/SGDN/IE

*Haut Responsable
chargé de l'intelligence
économique*

Objet : Synthèse générale du groupe de travail sur les manipulations de l'information stratégique dans le domaine économique et financier.

Dans le jeu économique, il est souvent fait allusion à des manipulations d'information technique ou financière pour parvenir à ses fins. Le terme « manipulation » d'une information renvoie précisément à l'idée de manœuvre tendant à fausser la réalité en incluant une transformation et une exploitation de celle-ci à des fins d'influence. En fait, cette « déstabilisation » implique à la fois la recherche d'une rupture d'équilibre et un impact négatif sur l'activité de la personne, d'un groupe ou de l'entité qui en est l'objet.

C'est donc en ce sens qu'il peut constituer une agression directe ou indirecte aussi bien sur une personne, une organisation ou un groupe d'individus dans le sens où elle pourrait porter atteinte aux intérêts de ces derniers. Ainsi la manipulation de l'information sert-elle une action d'influence en cherchant à changer l'état d'une chose sans exercice ni d'autorité ni de puissance.

Compte tenu des récentes manipulations de l'information constatées dans l'univers économique et technologique, comme cela a été indiqué sur le site internet de la mission du Haut responsable, un groupe de travail interministériel a étudié les opérations d'information. Cette synthèse présente les principaux fruits des réflexions à la fois sur les modes opératoires des manipulations de l'information et sur l'étendue de la couverture juridique du droit français en la matière.

1 Comprendre les opérations d'information

Les opérations d'information sont la conséquence de changements de paradigmes nés de la globalisation. En effet, les affrontements économiques ne sont plus les mêmes depuis la chute du mur de Berlin et l'arrivée des nouveaux entrants asiatiques. Les règles du jeu et les référents culturels sont différents d'un pays à l'autre. Il revient à toute entreprise de s'adapter à ces contraintes qui n'existaient pas jusqu'à présent.

L'analyse des conflits économiques demande, en fait, de savoir distinguer les affrontements concurrentiels, fruits de l'économie de marché et des rivalités économiques, de ceux générés par les stratégies de puissance menées par certains Etats. Or les derniers rapprochements de grandes entreprises ont souligné combien l'intervention de l'Etat dans cette sphère privée et hautement concurrentielle était problématique dès lors qu'il entendait défendre ses intérêts nationaux. Ainsi la coexistence de ces trois conflits perturbe-t-elle la compréhension des opérations d'information, en rendant complexe à la fois l'identification de leurs instigateurs et la définition de leurs motivations originelles.

De plus, l'omniprésence de la société de l'information facilite certes nos échanges mais peut également se révéler comme un espace de conflictualité. Les attaques par des opérations

d'information offensives sont devenues une pratique courante pour déstabiliser une entreprise ou un Etat ou simplement orienter la décision finale de certains groupes d'individus.

Enfin, à côté des acteurs traditionnels que sont les entreprises et les Etats, la société civile s'est immiscée dans les jeux économiques et politiques. Adoptant souvent des stratégies du faible au fort, le réseau internet s'avère particulièrement adapté à leurs structures car il permet des actions ciblées requérant peu de moyens humains et techniques. Ainsi, des organisations non-gouvernementales, des syndicats ou des associations, disposant d'une aura et d'une légitimité de plus en plus importantes, se sont-ils placés sur l'échiquier international pour promouvoir leurs intérêts.

Les manipulations de l'information sont le fruit de stratégies d'influence explicitement mises en œuvre par des opérations d'information menées par des acteurs réalistes, volontaristes et soucieux de préserver leurs intérêts économiques et industriels. Plusieurs raisons peuvent amener les décideurs à adopter une posture résolument proactive par rapport à ces opérations.

2 Les raisons d'adopter une posture proactive de gestion de l'information

Du point de vue de la puissance publique, un Etat doit généralement opter pour l'une des trois postures stratégiques suivantes : la "Grande Suisse", le "*soft power*" ou l'Etat-puissance. La nécessité d'adopter une stratégie est primordiale, car au-delà de la simple vision économique et industrielle à long terme, elle structure le positionnement d'un Etat par rapport à la contestation autant de puissances étrangères que d'entreprises ou d'acteurs de la société civile.

Plusieurs Etats ont mis en place des pratiques nationales de gestion de l'information stratégique dont l'objet est précisément de mener des opérations d'influence. Un pays du Sud de l'Europe a su en une quinzaine d'années construire un industriel, proche du pouvoir et de premier rang, capable d'affronter l'économie de marché et la compétition internationale en lui assurant une transition de sous-traitant de "luxe" à un statut de chef de file industriel. Un dragon asiatique, occupant le terrain du bâtiment et des travaux publics en Afrique en contestant les positions historiques des nations européennes grâce à des stratégies de prix affûtées et à une diaspora puissante, investit désormais le marché européen. Une ancienne puissance de la guerre froide conduit, quant à elle, une politique industrielle ambitieuse et de grande ampleur pour revitaliser son économie nationale et asseoir sa légitimité sur la scène internationale.

Les conséquences pour le territoire national sont immédiates pour l'indépendance stratégique. L'assurance de disposer d'entreprises commercialement compétitives, financièrement viables et technologiquement performantes est une garantie pour la pérennité de l'action et de la liberté de décision d'un Etat. Au-delà des liens de dépendances stratégiques, la puissance d'un Etat peut être réduite en s'attaquant à la compétitivité de ses entreprises, aux liens commerciaux avec ses partenaires privés comme publics tout comme à son image internationale.

C'est pourquoi, l'adoption d'une gestion stratégique de l'information est une condition *sine qua none* pour mettre en place une politique d'influence d'envergure soucieuse de soutenir la puissance d'un Etat ou d'une entreprise. Une telle gestion est fondamentale pour maintenir une position sur l'échiquier international en s'appuyant sur les bienfaits de la société de l'information, le dynamisme de la société civile et la formidable ouverture économique qu'offre le marché mondial.

3 L'usage de la gestion stratégique de l'information

Il ne sert plus à rien d'avoir la meilleure stratégie de développement, si un Etat ou une entreprise ne savent ni créer l'adhésion autour des projets ni l'accompagner dans le temps en coordination avec les différentes parties prenantes. L'usage de la gestion de l'information permet justement de créer cet attachement.

Son usage contre les intérêts des entreprises est motivé par des objectifs soit offensifs soit défensifs. Sur le terrain offensif, il est employé pour accroître son pouvoir de suprématie et d'influence, capter

des ressources spécifiques ou pendre position sur un nouveau marché. Sur le terrain défensif, il est utilisé pour consolider ses positions dans des secteurs à maturité, s'adapter aux évolutions technologiques, acquérir une taille critique, entraver les actions d'un concurrent gênant ou limiter les entrées au sein d'un secteur.

Quelque soit la taille des entreprises dans ces jeux concurrentiels intenses, différents types d'intérêts ont été atteints par de telles opérations d'influence orchestrées aussi bien par des Etats, des concurrents ou des acteurs de la société civile. Ces opérations visent aussi bien à détériorer l'image et la réputation, affaiblir la valeur financière d'actifs, provoquer la perte de parts de marché, troubler la gestion opérationnelle et organisationnelle et dénigrer ou décrédibiliser dirigeants ou les instances de décision.

Ainsi, l'information est-elle constamment modelée pour parvenir à faire changer l'état d'une chose sans exercice de facteurs ni d'autorité ni de puissance. Même si les opérations de désinformation continuent d'avoir cours, de nouveaux modes opératoires complètent la palette traditionnelle à savoir l'amalgame d'informations ou l'exploitation d'informations avérées mais sorties de leurs contextes. Le support internet est très fréquemment utilisé pour parvenir à de telles fins car il offre le meilleur rapport entre discrétion des instigateurs et rayonnement mondial du message.

Il semble qu'une opération d'information qui atteint ses objectifs soit très souvent le fait d'acteurs qui ont été les premiers à la lancer. L'avantage est donc à l'attaquant car il crée le discours et la légitimité. Celui qui aura à répondre ne pourra donc sortir du cadre dans lequel l'attaquant l'aura enfermé. C'est pourquoi, cette gestion proactive est essentielle pour qui veut garder un coup d'avance en cherchant particulièrement à exploiter les contradictions dans le discours de son interlocuteur "offensif" tout en s'attachant à ne pas forcément répondre sur le même terrain.

4 L'ingénierie d'une orchestration d'influence

Il existe une réelle ingénierie des opérations d'information dont l'orchestration n'est symphonique qu'à partir du moment où plusieurs corps de métiers sont impliqués et que des grilles de lecture ont été savamment réfléchies et éprouvées.

Un réel savoir-faire doit être ciselé en obéissant à plusieurs fondamentaux.

L'évaluation de la vulnérabilité et de la sensibilité d'une cible à être influencer est primordiale. Cette expertise passe par l'étude de son état d'esprit et des canaux d'information qu'elle considère comme crédibles et légitimes. Il importe également que plusieurs facteurs soient mis en œuvre pour justement persuader cette cible en s'appuyant sur des sources crédibles, prestigieuse dont le contenu est semblable aux attitudes de la dite cible. Cette évaluation peut notamment s'appuyer sur la suggestion des sentiments décrits par la pyramide de Maslow¹ ou sur la possibilité d'atteindre ses besoins de satisfactions par les actions suggérées.

Définir les supports de diffusion des messages est également essentiel. Ces supports sont soit numérique (site Internet, Spam, forum de discussion) soit papier (journaux, affiches, tracts) et oral. Chacun de ces médiums a une signification et s'adresse à certaines cibles particulières. Le choix du médium doit donc correspondre au message et à la qualité de la cible qui est visée. Il se fait en fonction de son âge, de sa position sociale, de son niveau de culture et d'objectivité ou bien de son sexe. La charte graphique est fondamentale car, si elle peut laisser transparaître l'identité d'un opérateur, les couleurs qui la composent véhiculent un signe porteur d'un message qui diffère suivant le temps et l'espace.

¹ Cette pyramide permet de comprendre la hiérarchie des besoins de l'Homme et analyse les motivations sociales. Selon Abraham Maslow, la satisfaction d'un besoin ne peut être réalisée que si les besoins de niveau inférieur sont eux-mêmes satisfaits. Ce sont les besoins physiologiques, de sécurité, d'appartenance et d'amour, d'estime de soi et d'autrui et enfin de se réaliser.

Les facteurs de massification peuvent, enfin, s'avérer utile dès lors que l'objectif le demande. En effet, des vecteurs comme la mode, les préjugés, les rumeurs, les représentations sociales peuvent être utilisées grâce à des leaders d'opinion dont la légitimité est garante du contenu du message qui sera véhiculé par les supports de diffusion.

5 L'encadrement des manipulations de l'information par le droit français

Face à ces usages et à de telles pratiques, l'enjeu de la couverture juridique du corpus normatif français est d'encadrer suffisamment les opérations de manipulation de l'information économique et financière afin d'offrir autant aux entreprises qu'à l'État français l'assurance de disposer de normes garantissant la défense de leurs intérêts.

Le recours à la procédure pénale est l'une des issues au règlement d'un tel problème pour une entreprise. Toutefois, avant qu'elle ne s'engage dans une procédure contentieuse, elle préfère procéder soit à un arbitrage à l'amiable soit à un étouffement de "l'affaire". Son souci, en l'espèce, est de ne pas attirer l'attention de la concurrence ou des médias pour éviter tout "effet boule de neige" ou d'emballement. De plus, l'engagement d'une telle procédure pourrait désavouer l'action de l'entreprise ou porter atteinte à son image comme dans l'affaire Brent Spar.

La sanction de tels agissements par le droit peut se concevoir de différentes façons. Elle peut d'abord prendre appui sur des comportements spécifiques de manipulation. En matière civile et commerciale, cette démarche repose principalement - mais pas exclusivement - sur la mise en œuvre de régimes de responsabilité pour faute, qui, ne définissant pas a priori et de façon limitative les comportements visés², trouvent à s'appliquer, sous certaines conditions, à la plupart des actes de manipulation. Mais elle peut également s'opérer par le truchement d'institutions et de régimes qui, quoique ne visant pas spécifiquement l'acte de manipulation de l'information, l'appréhendent sous couvert d'une autre qualification plus large.

En l'état actuel du droit, et comparativement à nos partenaires internationaux, la détermination d'une nouvelle incrimination encadrant les opérations de manipulation de l'information n'est pas nécessaire. En effet, la France dispose d'un arsenal juridique étendu dont les normes les plus utilisées ne sont pas toujours les plus efficaces. Par exemple, les dispositions du code de commerce et surtout celles du code monétaire et financier ainsi que celles relatives à la protection des intérêts fondamentaux de la nation apparaissent peu utilisées concernant spécifiquement la diffusion d'une fausse information par un tiers dans le but de déstabiliser une entreprise.

Dans un contexte juridique différent de celui de la France, les procédures contentieuses peuvent être instrumentalisées pour avoir accès à des informations confidentielles qui seraient protégées en France.

C'est pourquoi un tableau opérationnel détaillant les infractions, les éléments constitutifs et les jurisprudences applicables dans les cas d'espèce les plus courants tout comme une cartographie des acteurs compétents dans ce domaine sont annexés à cette synthèse.

Les opérations d'information sont une partie essentielle de la politique publique d'intelligence économique. En effet, l'IE est un mode de gouvernance susceptible de décrypter et gérer les manœuvres et procédés informationnels capables d'affecter ponctuellement ou durablement l'image, le comportement et la stratégie d'une organisation est devenu essentiel pour les entreprises.

Alain Juillet

² A la différence du droit pénal qui précise, dans l'incrimination, les éléments constitutifs du délit.

Synopsis des infractions administratives, pénales et civiles intéressant les manipulations de l'information

Postulat

- ⇒ Le groupe de travail a effectué une analyse de la couverture juridique des manipulations de l'information. Il en ressort que l'arsenal juridique français couvre a priori tous les types de manipulations de l'information de la désinformation au mensonge, sans oublier la tromperie ou l'injure. Pour autant, il lui a semblé opportun de procéder à une hiérarchisation de ces infractions en distinguant deux catégories. D'une part, celle qui régleme précisément les manipulations de l'information et d'autre part celle qui pourraient être invoquées pour caractériser une manipulation de l'information.
- ⇒ Le délit d'initié a été volontairement écarté car il n'entre pas dans le champ d'application d'une manipulation de l'information.

1. Première catégorie : la diffusion de fausse information prévue par le code des marchés financiers (article 465-2)

L'article L465-2 alinéa 1^{er} du code monétaire et financier sanctionne le fait d'exercer ou de tenter d'exercer, directement ou par personne interposée, une manœuvre ayant pour objet d'entraver le fonctionnement régulier d'un marché réglementé en induisant autrui en erreur : il s'agit du délit de manipulation de cours.

Le problème qui se pose est double : difficulté de preuve et difficulté de distinguer la manipulation, sanctionnée pénalement, de la spéculation qui est licite.

Le 2^{ème} alinéa du même article sanctionne le fait, pour toute personne, de répandre dans le public par des voies et moyens quelconques des informations fausses ou trompeuses sur les perspectives ou la situation d'un émetteur dont les titres sont négociés sur un marché réglementé ou sur les perspectives d'évolution d'un instrument financier admis sur un marché réglementé, de nature à agir sur les cours : il s'agit du délit de fausse information.

1.1. Le code monétaire et financier (article L465-2) : le délit de diffusion de fausse information

Infractions & texte de référence	Texte et critères constitutifs	Jurisprudence	Illustration
DELIT DE DIFFUSION DE FAUSSE INFORMATION	<p>Champ : limité aux instruments financiers négociés sur un marché réglementé (à l'exclusion donc des marchés organisés (Alternext) ou des systèmes multilatéraux de négociation)</p> <p>Les personnes morales peuvent être déclarées pénalement responsable de ces infractions.</p> <p>L'élément matériel du délit boursier est extensif : il faut une diffusion effective dans le public, même si un destinataire unique (à un journaliste par ex.) semble suffisant pour caractériser l'infraction</p>	<p>CA Paris 1^{er} février 2000, sur la nécessité d'une information fausse ou trompeuse.</p> <p>Articles parus dans la presse financière à l'instigation des dirigeants sociaux et présentant à tort l'entreprise sous un jour favorable (T. corr. Paris, 11^{ème} ch. 20 déc. 1990 confirmé par CA Paris 9^{ème} ch., 15 janvier 1992).</p> <p>Pour un dénigrement d'une société concurrente dans des publications et sur un site internet, T. corr. Paris 9 janvier 2004.</p>	<p>Le fait d'acheter un instrument financier pour son compte avant de diffuser publiquement une opinion sur l'opportunité d'acheter cette valeur, puis de le vendre en bénéficiant de la hausse artificielle du cours induite par la recommandation positive.</p> <p>Le fait de répandre de fausses rumeurs afin de provoquer un mouvement d'achat ou de vente.</p> <p>Le fait de communiquer de fausses informations sur des faits importants.</p>
ARTICLE 465-2 Code monétaire et financier	<ul style="list-style-type: none"> - cette diffusion peut s'effectuer par des canaux très variés à défaut de précision des textes (par ex. tracts, articles de presse, prospectus d'émission, circulaires, conférences de presse, interviews, certification complaisante de bilan par les CACs). - l'information diffusée doit être fausse (mensongère) ou trompeuse (dolosive) mais il faut en plus réussir à caractériser une information de « nature à agir sur le cours » comme le précise l'art.465-2. on ne sanctionne par la tromperie mais l'altération du marché. 	<p>T. corr. Paris 11^e ch. Corr. 9 janvier 2004 : sur le fait que l'élément moral (dol spécial) est minimal.</p> <p>A défaut d'élément moral, pas de délit de fausse information (T. corr. Paris 1^e ch. 5 juillet 1988) pour l'éditeur d'un site Minitel sur lequel de fausses informations sur la société plaignante sont diffusées de façon anonyme par des particuliers non identifiables.</p> <p>TGI Paris 9 janvier 2004, a condamné le dirigeant d'une société Y à 100 000 euros d'amende pour « diffusion de fausses informations en matière boursière pour agir sur le cours des titres ». Le dirigeant avait en effet chargé l'agence de communication X d'organiser une campagne d'information, portant sur la société Y. Or, cette campagne avait pour but d'informer de manière inexacte les investisseurs potentiels de la situation financière de la société qui souhaitait faire appel public à l'épargne.</p>	

1.2. Le règlement général de l'Autorité des marchés financiers : le manquement de diffusion d'une fausse information

Manquement et texte de référence	Critères constitutifs	Illustration
L'article 632-1 du Règlement général de l'AMF relatif à la diffusion d'une fausse information	<p>Toute personne doit s'abstenir de communiquer, ou de diffuser sciemment, des informations, quel que soit le support utilisé, qui donnent ou sont susceptibles de donner des indications inexactes, imprécises ou trompeuses sur des instruments financiers émis par voie d'appel public à l'épargne y compris en répandant des rumeurs ou en diffusant des informations inexactes ou trompeuses, alors que cette personne savait ou aurait dû savoir que les informations étaient inexactes ou trompeuses.</p>	<p>L'article 632-1 RGAMF peut sanctionner l'absence totale d'information ou l'information incomplète, voire la réticence dolosive.</p>
	<p>- Champ limité aux informations relatives aux instruments financiers émis par Appel Public à l'Epargne.</p> <p>-l'omission de délivrer une information par l'émetteur ou ses commissaires aux comptes peut être sanctionnée sur le plan administratif</p> <p>-le manquement est constitué même en l'absence d'incidence de l'information sur le cours du titre, il faut simplement que cette information soit « de nature » à avoir une influence sur le cours de bourse.</p>	<p>Constitue en particulier la diffusion d'une fausse information le fait d'émettre, sur quelque support que ce soit, un avis sur un instrument financier ou indirectement sur l'émetteur de celui-ci, après avoir pris des positions sur cet instrument financier et de tirer profit de la situation qui en résulte, sans avoir simultanément rendu public, de manière appropriée et efficace, le conflit d'intérêts existant.</p> <p>Pour les journalistes agissant dans le cadre de leur profession la diffusion de fausse information s'apprécie en tenant compte de la réglementation applicable à cette profession. Cependant le non-respect peut constituer par lui-même un manquement dès lors que les intéressés retirent, directement ou indirectement un avantage ou des profits de la diffusion de telles informations.</p>

Seconde catégorie : les infractions pouvant être invoquées

2.1. Les déclinaisons de la concurrence déloyale (Loi n° 63-628 du 2 juillet 1963)

L'action en concurrence déloyale trouve son fondement dans les articles 1382 et 1383 du Code civil, lesquels impliquent l'existence d'une faute commise par le défendeur et également un préjudice souffert par le demandeur au procès.

Les éléments constitutifs de la concurrence déloyale :

⇒ *Fait générateur*

- Com. 26 avril 1994, Bull. civ IV, n°151 : Existence d'une faute ;
- Com. 30 mai 2000 D. 2001.2587 : Action valable quel que soit le statut juridique de l'auteur.

⇒ *Préjudice*

- Paris, 29 mars 1993, D.1994, Somm. 223 = application du dénigrement à un bien incorporel compris comme un actif ;
- Par 27 septembre 2000, D. 2001, Somm 1309 = usurpation frauduleuse du savoir-faire.

⇒ *Lien de causalité*

Les actes de concurrence déloyale	Jurisprudences	Illustrations
DENIGREMENT	Civ 2è, 5 juillet 2000	Le dénigrement est applicable aux services, produits et prestations dès lors qu'elle ne concerne pas des personnes physiques ou morales ;
	Paris, 27 février 1984	Le dénigrement suppose une diffusion des informations à la clientèle ;
	Com. 23 mars 1999	Constitue un acte de dénigrement, un acte qui n'a pas pour finalité d'informer les consommateurs mais qui traduirait une intention de dénigrer un concurrent ;
	Paris, 19 septembre 2001	Le dénigrement d'un renvoi hypertexte est caractérisé dès lors que l'exploitant du site procède d'une démarche malicieuse et délibérée en toute connaissance de cause.
	TC-Paris 14 février 1996	Exemple de dénigrement indirect
CONFUSION	Paris, 17 nov. 1992, JCP E 1993, II, 418	La concurrence déloyale n'est caractérisée que s'il y a un risque de confusion et une faute ;
	Com, 21 juin 1994, RJDA 1994, n°1401	La concurrence déloyale est caractérisée sur l'analyse des similarités et non des différences ;

DESORGANISATION	Com 13 février 1990, RTD com. 1990	Sur la concurrence déloyale d'anciens salariés ayant crée leur propre société ;
	Paris 21 octobre 1998, RJDA 1999, n°110	Suffit de caractérisé une manœuvre déloyale engageant la responsabilité de son auteur, le fait d'annoncer dans un document publicitaire, de manière manifestement mensongère, la cessation des activités de son concurrent dans l'attention manifeste de récupérer sa clientèle.
	Com. 16 janvier 2001	Commercialisation de copie servile qu'un produit à prix inférieur permettant à son distributeur de remporter un marché causant ainsi à l'entreprise un préjudice constitué par la privation des gains résultants desdits marchés.
PARASITISME	Com. 26 janvier 1999, D.2000. 87 =	Considérant que le comportement parasitaire est un acte de concurrence déloyale lorsqu'il concerne des entreprises en situation de concurrence et que le parasitisme économique se définit comme l'ensemble des comportements par lesquels un agent économique s'immisce dans le sillage d'un autre afin de tirer profit, sans rien dépenser, de ses efforts et de son savoir-faire ;
	Paris, 14 janvier 1998, Gaz. Pal. 1998, Somm..510 =	Un comportement est entaché de parasitisme économique dès lors qu'il est établi que la personne s'appuie sans contrepartie sur les initiatives, efforts et renom légitimes d'un concurrent en vue d'entamer les positions commerciales du concurrent.

3. Troisième catégorie : les infractions pouvant être invoquées
 3.1. La diffamation

Infraction	Base légale	Jurisprudences	Illustrations
DIFFAMATION	Article 32 de la loi du 29 juillet 1881	Crim. 15 octobre 1985, Bull. crim. N°314	Le caractère diffamatoire se détermine par l'objet et la nature des faits allégués ³ .
		Crim. 3 décembre 1963, Bull. crim. N°345	Pour être diffamatoire, une allégation doit se présenter sous la forme d'une articulation précise de faits de nature à être, sans difficulté, l'objet d'une preuve et d'un débat contradictoire
		Versailles, 19 février 1998 : D. 2000 Somm. 131	Propos par lesquels les préposés d'une entreprise imputent un fait précis à l'encontre des produits commercialisés par une société concurrente, ce qui implique nécessairement l'imputation d'un comportement délictueux à l'endroit de ce même concurrent.
		Crim. 5 janvier 1950, Bull. crim n°2	(Insinuation) Des imputations portant atteinte à l'honneur ou à la considération d'une personne ne perdent pas leur caractère diffamatoire par le fait qu'elle sont présentées sous une forme ironique, dubitative ou interrogative
		Crim, 5 novembre 1969	(Polémique) l'intention d'éclairer les électeurs sur les mérites des candidates est un fait justificatif de bonne foi, lorsque les imputations ne concernent que l'activité publique de la personne mise en cause, en dehors de toute attaque sur sa vie privée, et lorsque la publication est faite dans des conditions et dans un temps permettant la réplique
		TGI Lyon 18 mars 1994 Gazette du Palais 1994 2 Sommaire 773	La diffamation suppose une imputation dirigée contre une personne et n'existe pas en cas de dénigrement d'un produit.
		2ème chambre civile de la cour de cassation 7 octobre 2004 Recueil Dalloz 2004 Informations Rapides 2692.	Dès lors qu'elles ne concernent pas la personne physique ou morale, les appréciations, même excessives, touchant les produits, les services ou les prestations d'une entreprise industrielle ou commerciale n'entrent pas dans les prévisions de la loi.

³ Constitue une diffamation « toute allégation ou imputation d'un fait qui porte atteinte à l'honneur ou à la considération de la personne ou du corps auquel le fait est imputé

3.2. La communication de documents et renseignements d'ordre économique et commercial

Infraction	Base légale	Illustrations	Sanctions
Communication des documents et renseignements d'ordre économique, commercial, industriel, financier ou technique à des personnes physiques ou morales étrangères	Loi n°68-678 du 26 juillet 1968	Interdiction pour des personnes de nationalité française ou résidant habituellement sur le territoire français et à tout dirigeant, représentant, agent ou préposé d'une personne morale y ayant son siège ou un établissement de communiquer à des autorités publiques étrangères des documents ou renseignements visés dans l'objet de la loi, notamment dans le cas où ils peuvent porter atteinte aux intérêts économiques essentiels de la France.	6 mois d'emprisonnement et 18 000 €d'amende
		Interdiction pour toute personne de demander, de rechercher ou de communiquer ce type de documents ou renseignements tendant à la constitution de preuves en vue de procédures judiciaires ou administratives étrangères.	6 mois d'emprisonnement et 18 000 €d'amende

Cartographie des acteurs

AUTORITES	ADRESSE POSTALE	AGENT COMPETENT	COMPETENCE LEGALE	COMPETENCES TECHNIQUES
⇒ Autorité publique indépendante				
Autorité des marchés financiers	17, place de la bourse, 75082 Paris cedex 2	Le directeur des enquêtes	L. 621-14 et L. 621-15 Code monétaire et financier	⇒ Pouvoir de sanction/instruction
⇒ Administrations centrales				
Service central de prévention de la corruption	129 rue de l'Université, 75007 Paris	Chef du service central	Loi n°93-122 du 29 janvier 1993	⇒ Fonction de conseils
Brigade financière de la police judiciaire				⇒ Pouvoir d'enquête
Secrétariat général de la défense nationale – Mission IE	51 boulevard de la Tour Maubourg – 75007 Paris 01.71.76.85.45	Haut responsable chargé de l'IE	Décret n°2003-1230 du 22 décembre 2003	⇒ Fonction de conseils : s'assurer de la synthèse de l'information rassemblée par les différents services dans le domaine de l'intelligence économique et organise sa diffusion.
⇒ Administrations décentralisées				
Juridiction interrégionales spécialisées (JIRS)	Loi du 9 mars 2004 (Loi Perben 2)			⇒ Fonction d'enquête, de poursuite et d'instruction
Direction de la surveillance du territoire, la direction centrale des renseignements généraux et le Groupement de gendarmerie local				⇒ Pouvoir d'enquête
Les services de la Préfecture de région	La circulaire du Ministre d'État, Ministre de l'intérieur du 14 septembre 2005			