

## CHAPITRE II

### **DST contre Kroll : une guerre secrète**

*« Je trouve plutôt flatteur que, chez vous en France, l'on nous imagine liés à la CIA<sup>1</sup>. »*

Alden R. TAYLOR,  
Business Intelligence Service,  
Managing Director & Practise Head,  
Kroll-O'Gara Headquater, New York.

Juillet 1990. Kroll Associates s'établit en France. Depuis Londres, le cabinet vient d'intervenir dans l'opération Louis Vuitton. La perspective de gagner d'autres clients dans l'Hexagone l'incite à installer une filiale.

David Rosenthal, soixante ans environ, traverse l'Atlantique pour séduire la France. Engagé par Jules Kroll quelques années plus tôt, il bénéficie d'une confiance totale. Point fort : son expérience de plus de trente ans dans la finance, chez

---

1. Rencontre avec l'auteur, été 1998, New York.

Merrill Lynch, une banque d'affaires mondialement connue et respectée. Il s'agit de ne pas effrayer les Français. De cette vénérable institution, David Rosenthal conserve pourtant une pratique dans des domaines très voisins des préoccupations quotidiennes de Kroll. Jusqu'au milieu des années 1980, au poste de directeur, il exerce une surveillance attentive des fraudes boursières et des flux d'argent sale susceptibles d'impliquer la banque à son corps défendant (ce passé pourrait expliquer les relations étroites apparues avec le temps entre Kroll et Merrill Lynch).

À la rentrée 1990, Rosenthal cherche à rencontrer des patrons. Il expédie des plaquettes à des dirigeants sélectionnés, présente les capacités de l'agence lors de petits déjeuners d'affaires dans des palaces parisiens. Une démarche commerciale classique qui vante des prestations très spéciales. Peu importe, nul n'est dupe. En petit comité, les responsables des grands groupes évoquent, sans détour, les multiples besoins en activités de renseignement.

Avec Kroll, ils ne voient pas se présenter à eux des hommes en imperméable mastic, proposant de forcer des coffres-forts, manières surannées. On leur offre les services de véritables professionnels du renseignement, exercés aux manipulations psychologiques et à l'entrisme, parfaitement intégrés au tissu économique. Des services de renseignement économique modernes et privés.

Noël approche, et la jeune filiale reçoit déjà la confiance de quelques entreprises. Les autorités ne montrent aucune hostilité particulière. Kroll Associates France se prépare un avenir radieux, semblable à celui de ses entités sœurs à l'étranger. Mais, trois mois plus tard, en mars 1991, ce développement prometteur subit un ralentissement inattendu et brutal.

L'installation, presque anodine, de la filiale française masque en réalité, selon les autorités hexagonales, d'intenses activités d'espionnage économique. En 1990 et 1991, trois affaires majeures compromettent Kroll et déclenchent une

