

J8P6
C734
1978
Ex. 1
QL
P. gouv.

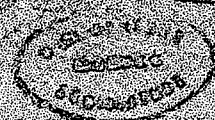
 Enquête
sur le crime
organisé

Exploitation du public
par certaines
campagnes de souscription
et ventes d'annonces

La publicité sympathique



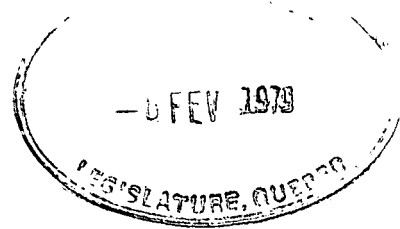
 Commission
de police
du Québec



R
J
i
F
C
E

COMMISSION DE POLICE DU QUEBEC
ENQUETE SUR LE CRIME ORGANISE

EXPLOITATION DU PUBLIC
PAR CERTAINES CAMPAGNES DE SOUSCRIPTION
ET VENTES D'ANNONCES



J8 P6
C134
R13
EX.1
PL
KODUS.

Dépôt légal - 4e trimestre 1978
Bibliothèque nationale du Québec

© Editeur officiel du Québec

**EXPLOITATION DU PUBLIC
PAR CERTAINES CAMPAGNES DE SOUSCRIPTION
ET VENTES D'ANNONCES**



Commission de Police du Québec

2050, boulevard St-Cyrille ouest
Ste-Foy, Québec
G1V 2K8

Montréal, le 20 décembre 1978

*Me Marc-André Bédard
Procureur Général
Ministère de la Justice
Hôtel du Gouvernement
Québec*

Monsieur Le Procureur Général,

Mes collègues, monsieur le Juge Jacques Coderre, monsieur Roméo Courtemanche et moi-même, en notre qualité de membres de la Commission de Police du Québec, avons l'honneur de vous remettre ce rapport au nom de la Commission, suite à la dernière enquête publique sur le crime organisé que nous avons tenue. Ce rapport traite des activités d'organisations et celles des personnes qui y concourent et qui s'adonnent à la sollicitation frauduleuse à l'endroit du public québécois.

Notre enquête a fait suite à de longues, patientes et minutieuses recherches de la part d'une excellente équipe de policiers de la Sûreté du Québec et du Service de Police de la Communauté Urbaine de Montréal sous la direction du sergent André Leduc de la Sûreté qui en était le coordonnateur et du sergent-détective Gilles Gagnon du S.P.C.U.M.

Nous aurons, pour les fins de cette enquête, entre le 21 mars et le 23 novembre 1978, reçu 147 témoignages en 58 séances à huis clos et 86 témoignages en 23 séances publiques, soit en tout 233 témoignages en 86 séances.

Nous tenons à signaler l'importante et compétente contribution des enquêteurs dont les services ont été prêtés à notre Commission pour les fins de cette enquête et dont les noms apparaissent à la fin de ce rapport. Nous avons vivement apprécié l'appui qui nous a été donné en tout temps par les officiers responsables des policiers qui ont fait partie de cette vaillante équipe de même que par les autorités des deux corps policiers impliqués, qui nous ont aussi assuré l'assistance discrète mais combien efficace de leurs services de soutien.

La Commission a pu compter sur les loyaux et compétents services d'un personnel clérical dévoué dont tous les membres ont fait preuve d'une discrétion et d'une disponibilité remarquables.

La direction de l'enquête à huis clos et en audiences publiques avait été confiée à deux avocats qui ont été détachés par votre ministère du bureau des Substituts du Procureur Général pour le district judiciaire de Montréal, dont l'un, Me Fernand Côté, a été désigné pour remplir la fonction de Procureur-chef auprès de notre Commission pour les fins de l'enquête sur le crime organisé, et l'autre, qui a accompli une tâche énorme pour la poursuite de cette enquête, Me Serge Authier. Leur parfaite connaissance du dossier, leurs aptitudes professionnelles, l'esprit d'équipe dont ils ont fait preuve, ont été d'une contribution indispensable au succès de cette enquête.

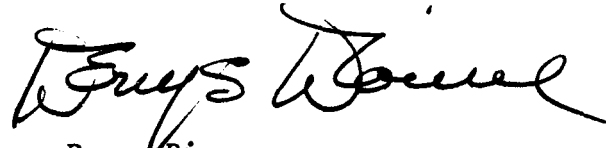
Nous avons été favorisés de la contribution compétente dans les matières comptables, de monsieur Jean-Claude Forest c.a. De même, monsieur Jean Legault, sténographe officiel a été d'une aide constante et de grande qualité.

Enfin, monsieur le Ministre, nous tenons à confirmer que nous n'avons obtenu que des encouragements de la part du président de la Commission de Police du Québec, monsieur le Juge Roger Gosselin et de la part de votre ministère. Nous avons toujours obtenu les ressources humaines, physiques et financières dont nous avons eu besoin sans

que quiconque, à quelque niveau que ce soit, n'ait cherché à intervenir dans nos méthodes de travail ou dans le choix de nos dossiers.

Nous pensons que nous devons vous en rendre le témoignage tout en vous exprimant nos remerciements pour la confiance qui nous a été témoignée tout au long de nos travaux.

Veillez agréer, monsieur le Ministre, l'expression de nos sentiments les meilleurs.



*Juge Denys Dionne
Membre de la Commission
Président
Enquête sur le crime organisé*

DD/nt

T A B L E D E S M A T I E R E S

	PAGE
INTRODUCTION	
CHAPITRE I	
LE CHAMPS D'ACTION ET LES OPERATIONS D'UN CERTAIN NOMBRE D'ENTREPRISES	5
CHAPITRE II	
LA PUBLICITE SYMPATHIQUE AU PROFIT D'EMPLOYES DE L'ETAT	49
CHAPITRE III	
ASPECTS COMPTABLES DE LA SOLLICITATION FRAUDULEUSE	57
CHAPITRE IV	
RECOMMANDATIONS	81
ANNEXES	

INTRODUCTION

INTRODUCTION

La compréhension du problème social engendré par ces activités, sur lesquelles notre Commission a fait enquête, exige une redéfinition précise des expressions journalistiques qui ont servi à sa découverte par le public.

Le phénomène global peut se définir par le terme de "*sollicitation frauduleuse*". Ce terme est assez général pour comporter toutes les activités commerciales répréhensibles qu'il regroupe tout en excluant des pratiques commerciales légitimes que sont les campagnes de souscriptions charitables populaires.

L'expression "*sollicitation frauduleuse*" réfère à deux concepts juridiques bien différents, l'un est un dérivé de nos lois civiles, la sollicitation et l'autre du Code Criminel, la fraude. Il est vrai que cette notion de fraude est aussi incluse dans notre Code Civil, mais dans l'expression "*sollicitation frauduleuse*" elle réfère à ce que l'on qualifie de "*malum in se*", donc à ce qui est prohibé sous peine d'emprisonnement par nos lois criminelles.

La sollicitation englobe toute demande, le Petit Larousse illustré la définissant comme "*action de solliciter, de prier instamment*". On peut aussi y retrouver sous solliciter "*demande avec déférence*" et sous solliciteur "*personne qui sollicite une place, une grâce, une faveur*".

La notion de fraude qu'implique cette expression qualifie la faveur qui est demandée d'une façon malhonnête. Le Petit Larousse illustré définit la fraude comme "*une tromperie, un acte de mauvaise foi*".

Il s'ensuit que toute opération impliquant un transfert de fonds, d'une personne sollicitée, à qui l'on demande un appui, "*une faveur*"

au profit d'une organisation, qui la fait en employant une tactique mal-honnête, une tromperie, constituent une sollicitation frauduleuse.

La tromperie employée dans quelque sollicitation frauduleuse que ce soit, comporte trois aspects. Le public, commerçants ou autres, approchés sont amenés à penser qu'ils transigent directement avec l'association pour laquelle ils se sont laissés attendrir (le terme devant être entendu et dans son sens propre quant aux sollicitations pour les handicapés, les aveugles, les sourds, et/ou dans son sens figuré pour les sollicitations au nom des policiers, des inspecteurs d'impôt, des inspecteurs en hygiène, pompiers, etc.). Cette première constatation implique que les gens ignorent qu'une infime partie des sommes perçues va effectivement aux "*associations sympathiques*" quand celles-ci existent vraiment. Enfin le produit offert lorsqu'il existe, porte-clefs, ampoules électriques, savons, shampoings ou publicité, ne peut justifier les sommes d'argent demandées si on compare ce produit à ceux offerts sur le marché libre.

Il est impossible de déterminer avec exactitude le nombre de compagnies ou d'organismes qui se livrent à ces activités, encore plus de déterminer leur chiffre d'affaires annuel. Un calcul très conservateur nous permet cependant d'affirmer sans aucune crainte de se tromper qu'il y aurait pour la seule région de Montréal entre 25 et 35 compagnies s'adonnant à ce commerce. Leur revenu peut être évalué à plus de cinq millions de dollars par année. Toutefois, il faut noter qu'une certaine partie des sommes perçues le fut en province, par des organisations montréalaises se servant de "*out watt lines*" fournies par Bell Canada, ou ayant des succursales en province.

L'exactitude de cette définition de "*sollicitation frauduleuse*" se confirme par la perception que projettent d'eux-mêmes ces démarcheurs nouveau genre. En effet, on retrace dans les témoignages qu'ils ont rendus des propos affirmant cette perception. Tous les vendeurs avouent qu'ils reçoivent de 20 à 30 pour cent des sommes perçues, que

les percepteurs en reçoivent tout autant et que la tactique de vente couramment employée consiste à se présenter comme membre de l'association sollicitante.

Bien plus probante encore du bien-fondé de cette expression, est l'analyse soumise à notre attention par la maison Gaber, première et principale quémandeuse de la région, en date du 24 octobre 1978. On retrouve en page trois du rapport les propos suivants:

"Pour le client, ce genre d'annonce est moitié une commandite, moitié un encouragement, peut-être plus encore un encouragement."

Il nous apparaît évident que les gens de ce "milieu" se perçoivent eux-mêmes comme demandant jusqu'à un certain point, un encouragement, une "faveur" pour l'association au nom de laquelle ils se présentent faussement, et surtout pour eux-mêmes.

Si l'on poursuit la lecture du mémoire Gaber, on retrouve le deuxième élément de l'expression, soit la tromperie, qui est explicitée à la page dix par un diagramme révélateur, répartissant l'utilisation en pourcentage de chaque dollar perçu. On affirme candidement que l'encouragement fourni par le commerçant se traduit par un bénéfice probable et possible de dix pour cent maximum du dollar, au profit de l'association. Questionné sur le sujet lors des audiences publiques, monsieur Jean-Jacques Duchemin, Président de la compagnie Gaber, a feint de ne pas saisir l'anormalité de la situation.

Il est donc important de souligner, que ceux qui s'adonnent à ces activités se conforment à la définition de sollicitation frauduleuse et se perçoivent effectivement comme agissant ainsi sans qu'il n'y ait rien d'anormal dans cette situation. Sans être criminologues, ne pouvons-nous pas affirmer qu'il s'agit là d'une caractéristique commune à plusieurs

agissements criminels: le délinquant étant incapable de juger objectivement de ses actes passés et de reconnaître qu'il a transgressé la loi.

L'enquête de la Commission ne s'est arrêtée que sur une catégorie de "*sollicitation frauduleuse*", exception faite du cas de l'entreprise Milo Inc. Etant donné les différentes contingences de temps, de personnel et de disponibilité d'équipement, l'effort d'enquête fut orienté vers la "*publicité sympathique*".

Plusieurs raisons ont motivé cette décision; entre autres, l'importance du chiffre d'affaires des compagnies "*spécialisées*" en la matière, le nombre de plaintes croissant reçu par les policiers concernant celles-ci, l'impossibilité matérielle d'enrayer leurs activités par les moyens d'enquêtes et de poursuites usuelles, la vitesse effarante de leur prolifération depuis quelques années et enfin l'importance plus grande des pertes monétaires conscientes ou inconscientes des victimes sollicitées.

Il devenait donc plus urgent d'enquêter cette forme particulière de sollicitation, bien que par le fait même on négligeait toutes les campagnes de charité pour les aveugles, les handicapés, les sourds, les vétérans, etc., avec comme "*cadeau surprise*" les porte-clefs, les shampoings, les crayons, le savon, etc.

La publicité sympathique est une sollicitation frauduleuse où le produit "*appât*" est une annonce publicitaire dans un journal d'annonces. Ce journal, d'une association supposément sympathique contient parfois 800 annonces vendues plusieurs mois à l'avance. Inutile d'ajouter que souvent ce journal n'est même pas publié ou que sa distribution est restreinte aux seuls annonceurs.

CHAPITRE I

LE CHAMP D'ACTION ET LES OPERATIONS
D'UN CERTAIN NOMBRE D'ENTREPRISES

LE CHAMP D'ACTION ET LES OPERATIONS
D'UN CERTAIN NOMBRE D'ENTREPRISES

Avant d'aborder le sujet de ce premier chapitre, il est bon de rappeler les sources incomplètes de nos informations.

La majorité de celles-ci provient des multiples perquisitions faites tant aux places d'affaires des différentes compagnies qu'aux autres endroits reliés à celles-ci pour quelque raison que ce soit et plus particulièrement: les banques, les bureaux de comptables, certains domiciles, etc. Les informations analysées à partir des documents saisis s'avèrent nécessairement fragmentaires dans la mesure où les personnes visées ont pu mettre à l'abri une partie importante de leur documentation. D'ailleurs le secrétaire de la maison Gaber, monsieur Daniel Gadoury, après la fin des audiences publiques à Montréal, lors d'une visite organisée par lui à l'intention des journalistes, leur révélait qu'une masse de documents avait été soustraite par la maison Gaber à l'analyse des policiers enquêteurs. Il leur en fournissait la preuve en leur montrant une partie de celle-ci. Nous avons la certitude que cette situation n'est pas unique.

La deuxième source de nos informations provient des différents témoignages entendus tant à huis clos qu'en public. Il nous apparaît inutile de démontrer à ceux qui ont lu, par le biais des journaux, ces différentes versions, en quoi ces informations peuvent être partielles. Trop de questions sont restées sans réponse pour que l'on puisse douter que la consigne du silence de ce "*milieu*" ait pu être violée.

La troisième source des informations obtenues provient de certains clients sollicités qui en ont informé les policiers.

Enfin, il nous faut souligner l'apport important fourni par le biais de l'écoute électronique de même que celui de certains informateurs. Précisons que la plus grande partie des informations se rapporte à l'année d'opération 1977.

TACTIQUES FRAUDULEUSES
COMMUNES A CES ENTREPRI-
SES

1 - Dans les cas où la sollicitation se fait par téléphone, il est impossible pour la personne sollicitée de reconnaître ou de retracer celui qui l'appelle, la majorité des vendeurs se servant d'un ou de plusieurs alias. Il y a là tout au moins une intention avouée de cacher leur identité.

2 - Ces mêmes vendeurs avouent utiliser des méthodes qu'ils appellent "*tactiques de vente*". Celles-ci se résument à s'attribuer une fonction qui n'est pas la leur; exemples: policier, inspecteur d'hygiène, directrice des sourds, pompier, inspecteur de l'Impôt sur le Revenu, etc., et ce dans le but d'exploiter davantage la sympathie ou la crainte.

3 - On exerce une certaine pression sur les personnes sollicitées; exemples: "*Je suis monsieur "X" de l'Impôt sur le Revenu, je suis en train de regarder votre dossier puis on vous sollicite pour...*" ou encore: "*Vous n'avez pas fait de mauvais coup dernièrement, on vous appelle pour la campagne de sécurité de la Sûreté du Québec, etc.*".

4 - Parfois une infime partie des sommes perçues (généralement cinq pour cent) est versée aux organismes au nom desquels elles ont été sollicitées. Le plus souvent, l'association ne reçoit rien. Parfois, l'association n'existe même pas.

5 - Le vendeur ne mentionne jamais le fait qu'il est l'employé d'une maison de publicité. Le "*client*" qui appelle au numéro de téléphone imprimé sur un reçu entendra son interlocuteur répondre: "*A qui voulez-vous parler*". Il restera sous l'impression qu'il s'adresse à l'organisme pour lequel il a été sollicité.

6 - Dans bien des cas le commerçant ne voit jamais l'annonce pour laquelle il a payé; soit que l'on n'ait pas publié le journal ou la revue, soit qu'on ait négligé de lui faire parvenir la publication.

7 - Les organismes pour lesquels les agences sollicitent ne sont pas toujours représentatifs; exemples: L'Association des Sourds qui ne compte qu'une trentaine de membres; L'Association des Vétérans de Guerre de Montréal qui ne comprend qu'une quinzaine de membres pigés sur le volet. Parfois les dirigeants de ces agences de sollicitation enregistrent des raisons sociales laissant croire qu'il s'agit d'oeuvres charitables, philanthropiques ou culturelles; exemples: la Revue de l'Age d'Or, Service d'Information Visuelle et l'Historien. Or, il ne s'agit que d'un paravent pour empocher eux-mêmes tout le produit de leur sollicitation.

8 - On sollicite à travers la province en disant aux "*clients*" qu'on le fait pour des organismes locaux qui, en réalité, ne reçoivent aucun bénéfice.

9 - Les vendeurs, au gré de leur fantaisie, inventent ou exagèrent démesurément le tirage de publications encore imaginaires.

10 - Le prix des annonces de même dimension varie quelquefois selon la personne à qui l'on s'adresse, ou ses réticences à souscrire.

LA MAISON DE PUBLICITE
QUEBECOISE (MONTREAL)

Cette maison de publicité aurait opéré selon les propos tenus à huis clos par son principal instigateur André Manzo, de 1969 à 1974. Elle aurait opéré durant cette période principalement comme sous-contractante pour la maison de Publicité Belmont Inc., ce qui ne l'empêchait pas d'avoir elle-même certains contrats qui lui étaient propres.

André Manzo a, depuis 1974, possédé des intérêts majoritaires dans deux autres compagnies qui n'ont jamais eu comme préoccupation première le domaine de la publicité sympathique mais qui en ont eu la "tentation". En effet, la compagnie des Gestions Ste-Catherine Ltée a obtenu en octobre 1977, un amendement à sa charte pour lui permettre de s'occuper de publicité. A notre connaissance, elle n'a jamais exercé quelque activité que ce soit en rapport avec ses lettres patentes supplémentaires. Il est possible toutefois, de faire une relation entre cette situation et les perquisitions policières qui ont ébranlé le milieu de la sollicitation à la même époque.

De plus une autre entreprise, les Placements Nathalino Inc., ayant sa place d'affaires au 8694 rue St-Denis, a, quant à elle, vendu de la publicité sympathique en 1977 pour un tournoi Pee Wee. Toutefois, ses activités ne s'échelonnèrent que sur une période de deux semaines. Comme le contrat ne semblait pas répondre aux attentes de son promoteur, Manzo approcha Jean-Jacques Duchemin et lui dit:

(TEMOIGNAGE)

R. *J'ai dit à Duchemin, achète mon bureau, puis il m'a acheté mon bureau, puis je suis sorti de là. Pas de problème.*

Un fait à noter, les associés d'André Manzo dans ses deux entreprises, Louis Distasio dans les Gestions Ste-Catherine Ltée et Jos Tozzi dans les Placements Nathalino Inc., devinrent par la suite les principaux associés de Jean-Jacques Duchemin dans la compagnie Ladusoca Inc.

On constate aussi, qu'André Manzo semble avoir son mot à dire dans la direction de l'entreprise Belmont Inc. appartenant à Robert Bergeron. En effet, une conversation téléphonique interceptée en date du 17 janvier 1978 entre André Manzo et Robert Bergeron, révèle entre autre:

(CONVERSATION)

. . .

R. Bergeron: *Non, mais écoute ben c'est parce que lui y veut pas arriver pis tsé comment est-ce que c'est André en, j't'ai toujours dit les move que j'faisais n'importe quoi tsé*

A. Manzo: *Hum hum ouan j'sais*

R. Bergeron: *C'faque je veux pas faire un move pis t'dire ben André j'ai faite ça tsé c'faque j'aime mieux t'en parler avant*

. . .

De plus, quatre conversations interceptées en date du 27 janvier 1978, journée de la perquisition policière, entre André Manzo et Nicole, une amie de Bergeron, tendent à prouver la même conclusion. Ces conversations sont espacées entre-elles d'au plus deux heures, Manzo

s'informant auprès de Nicole pour savoir qui a été interrogé, si les livres ont été saisis, si les policiers ont écouté sur la ligne lors de ces premiers appels, et il l'avise qu'il a lui-même contacté l'avocat de Robert Bergeron, propriétaire de l'entreprise perquisitionnée.

LES PROMOTIONS PUBLICI-
TAIRES BELMONT INC.
(MONTREAL)

Le 26 octobre 1972, les Promotions Publicitaires Belmont furent incorporées. Les actionnaires à ce moment-là étaient, selon les renseignements obtenus en 1977:

Robert Bergeron - Président
Paul Bérubé - Vice-président
Lise Foucault - Sec.-trésorière

Plus tard, il y eut les changements suivants:

Robert Bergeron - Président
Nicole Lavoie - Vice-présidente
Paul Bérubé - Sec.-trésorier

La situation actuelle est comme suit:

Robert Bergeron - Président
Roger Bergeron - Vice-président
Nicole Lavoie - Sec.-trésorière

Au début, la place d'affaires était située au 5211 rue Bordeaux à Montréal. Depuis le 1er mai 1976, elle est située au 1610F Provencher à Brossard.

En 1977, les Promotions Publicitaires Belmont Inc. ont vendu de la publicité pour les revues suivantes:

Le Sourd Québécois

Scout-Jeunesse

L'Environnement

Franc Jeu

A.I.H.P.Q.

Le Sourd Québécois est une publication du Centre des Loisirs des Sourds de Montréal qui regroupe au plus 12 membres. Le mouvement n'a rien perçu des ventes faites en son nom (voir plus loin notre rapport comptable), sauf la publication de 12 numéros de la revue, que la maison Belmont tirait à 2000 exemplaires.

Scout-Jeunesse est le journal officiel des Scouts-Bayard qui compte environ 1000 membres. Il y eut six publications dans l'année. Le mouvement n'a reçu aucune somme d'argent.

Franc-Jeu était la revue officielle de la Fédération du Sport Scolaire du Québec. Belmont a vendu des annonces pour une somme de \$72 761, en 1977, sans que la Fédération n'en tire le moindre profit, si ce n'est l'impression de quelques revues.

Le Journal l'Environnement était la revue officielle de la Société pour Vaincre la Pollution. Il s'agit d'un organisme subventionné par différents paliers du gouvernement et qui regroupe environ 500 membres. C'était une publication bi-mensuelle tirée à 1000 exemplaires selon un contrat. L'organisme n'a reçu aucune somme d'argent.

L'A.I.H.P.Q. est la revue officielle de l'Association des Inspecteurs en Hygiène et Santé Publique du Québec qui regroupe environ 100 membres. La revue était publiée à cinq numéros par année et d'un tirage de 3000 copies. L'Association a reçu \$4000 à la signature du

contrat et \$1000 mensuellement à partir de janvier 1978. Le rapport comptable établira plus loin les sommes importantes perçues par la compagnie Belmont au cours de l'année 1977 au nom de cet organisme de fonctionnaires.

P.M.E. est une revue qui appartient strictement à Robert Bergeron et qui est vendue par abonnement seulement. Il s'agit d'une revue traitant de sujets se rapportant à la petite et à la moyenne entreprise que Belmont a imprimé à 2000 copies et dont le coût d'abonnement était de \$75 par an.

Raymond Carle a été le gérant-général de Belmont pendant six ans jusqu'en décembre 1977.

A cette époque, il a quitté Belmont pour se joindre au groupe Gaber dont il deviendra le Vice-président.

Gilles Roussel a également travaillé plusieurs années pour Belmont. Jusqu'au départ de Raymond Carle, il était assistant-gérant et s'occupait surtout des vendeurs de la région de Montréal. Par la suite, il devient le gérant-général. Au printemps 1978, il quitte Belmont pour entrer chez Gaber à titre de gérant-vendeur.

Parmi les vendeurs chez Belmont, on a trouvé:

Jean-Guy Ducharme
Thérèse Labelle
Alain Versaille
Mario Bertrand
Manon Doyon
Lorenzo Guillemette
Louise Quessey
Laurent Roy
Fernand Trudeau

Lors d'une perquisition le 27 janvier 1978, on se servait de lignes téléphoniques pour la région métropolitaine et de six lignes "out watts" pour l'extérieur de Montréal.

Il y avait une trentaine d'employés incluant les vendeurs et percepteurs lors de cette perquisition. La preuve a révélé que c'était là le nombre constant de personnes généralement employées à l'opération du système de publication chez Belmont.

A part le journal des salaires et commissions, aucun livre comptable n'a été retrouvé chez Belmont. Notre comptable a toutefois évalué, à partir des dépôts bancaires et de liasses de reçus attestant des ventes d'annonces, que la compagnie Belmont s'était approprié en 1977, une somme de \$362 482.

LES PUBLICATIONS MILO
INC. (MONTREAL)

La compagnie Publications Milo Inc. a succédé aux Publications Milord elle-même fondée en 1975 par Michel Flanagan et Lorenzo Del Papa.

Elle vendait essentiellement à cette époque, de l'annonce pour le Guide Général de l'Impôt sur le Revenu et la revue d'Information de l'Impôt.

Les principaux actionnaires des Publications Milo Inc. incorporée en date du 5 janvier 1976, étaient:

Michel Flanagan - Président
Lorenzo Del Papa - Vice-président
Richard Dansereau - Sec.-trésorier

En date du 22 octobre 1976, Michel Teoli devenait le détenteur légitime de l'action ayant appartenu à Del Papa. Il est bon de noter que c'est Michel Flanagan qui dirigeait et dirige seul les destinées de cette entreprise, les autres ne prêtant leur nom que pour satisfaire les exigences de la loi des compagnies.

En 1976 - 1977, une multitude de raisons sociales furent enregistrées au bénéfice de la compagnie pour lui fournir plusieurs sujets de vente et la possibilité d'ouvrir un compte de banque sous ces noms. Les enregistrements furent les suivants:

Guide Touristique Municipal et Régional
Guide d'Achat du Consommateur
Revue d'Information de l'Impôt sur le Revenu
L'Echo du Consommateur
Programme Prévention Incendie
Guide Général de l'Impôt sur le Revenu
S.O.S. Drogue Aide Enrg.
Bulletin Provincial sur les Permis et Taxes d'Affaires
Journal Service Protection par la Santé et l'Hygiène

Comme aucune des ventes faites au nom de ces raisons sociales ne le furent au bénéfice de quelque organisme ou association, tous les profits réalisés demeurèrent la propriété de la compagnie Milo.

D'autre part, en 1977, les Publications Milo Inc. ont fait affaire avec une association, l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal.

Michel Flanagan proposa à Paul Gervais, un pseudo lieutenant-colonel, de vendre au public par le moyen d'appels téléphoniques, un nettoyeur concentré tout usage, au profit de la dite association regroupant quelque 15 membres.

On acheta d'un grossiste en la matière, quelques milliers de bouteilles contenant 16 onces du produit au prix de \$0,80 l'unité, pour le revendre à un prix moyen de \$6,97 la bouteille. De ce montant, \$0,50 retournait à l'association-"bidon", les vendeurs étaient payés au salaire minimum, le reste constituant le profit pour l'entreprise Milo.

Pour augmenter la rentabilité de l'affaire, on utilisa une grande quantité de bouteilles vides, pour y diluer avec de l'eau le produit original, qui déjà à l'achat ne contenait que dix pour cent d'agents actifs contre 90 pour cent d'eau.

Les employés affectés à cette vente publique de nettoyeur étaient dirigés par Georges Habib, le gérant. C'est à celui-ci que revient le mérite d'avoir rédigé le "pitch" publicitaire employé pour la vente téléphonique. Lisons-le:

Bonjour, vous êtes la dame de la maison?

R:

Mon nom est _____ de l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal. Comme vous le savez, plusieurs de nos vieux vétérans sont invalides ou handicapés. La seule façon de subvenir à leurs besoins est de travailler dans un atelier protégé en fabriquant du nettoyeur liquide pour usage domestique.

Tout le monde utilise du nettoyeur liquide. Alors, au lieu d'acheter le vôtre dans les grosses chaînes de magasins, on compte sur vous pour encourager nos vétérans handicapés en achetant 2 ou 3 bouteilles de leur nettoyeur. Le prix est seulement \$4,90 la bouteille de 17 onces et on compte sur votre appui. Combien de bouteilles peut-on vous livrer?

2 ou 3 Très bien. Comment épelez-vous votre nom de famille? Quel est votre prénom? Et votre

*adresse exacte? Numéro de votre appartement?
Le numéro de votre téléphone est bien _____?
Vos bouteilles seront livrées au courant de la
semaine. Préférez-vous la livraison le matin,
l'après-midi ou le soir? (Important! Indiquez
le temps de livraison sur chaque commande).*

SI LE CLIENT DIT NON LA PREMIERE FOIS:

*Je vous souligne madame, que ces vieux combat-
tants ont souffert la guerre pour nous et ils
comptent sur votre appui pour pouvoir continuer
à travailler et subvenir à leurs besoins. Ils
ne vous demandent pas la charité! Vous pouvez
sûrement les aider en achetant une bouteille.
Ce n'est pas perdu. Vous allez vous en servir
tout en aidant une bonne oeuvre. On peut compter
sur vous pour acheter une bouteille?*

Toutes les informations fournies par ce texte, sont fausses.
Toute ressemblance avec une situation présente ou passée n'est que le
fait du hasard, c'est-à-dire de l'imagination de Georges Habib. Aucun
des vétérans du lieutenant-colonel Gervais n'a souffert des conséquences
d'une guerre, ni ne travaille dans un atelier protégé pour invalides;
on ne peut donc les aider en achetant quelque bouteille que ce soit.

Notons enfin que sur une certaine partie des ventes faites,
la taxe de vente fut perçue quoique le savon ne soit pas taxable selon
les dispositions de la loi provinciale sur la taxe de vente. Aucune re-
mise de cette taxe ne fut faite au Ministère concerné.

En date du 4 novembre 1977, date de la perquisition, il y
avait sur les lieux 27 employés, secrétaires, gérant ou "vendeuses

téléphoniques" qui se servaient de plus de 40 lignes pour la région téléphonique 514 et de cinq lignes "out watts" pour la région 819.

LES EDITIONS H.M. (MONTREAL)

Les Editions H.M. ont débuté leurs opérations en septembre 1975. Henri Morissey fut toujours le seul à contrôler cette compagnie. Les deux autres actionnaires, son épouse et Paul-Yvon Gélinas, ayant seulement prêté leur nom pour fins légales.

Les opérations de l'entreprise cessèrent fin février 1978, époque à laquelle Daniel Gadoury se porta acquéreur de celle-ci pour \$5000. La maison Gaber prit en charge certaines dettes de l'entreprise et continua la sollicitation pour certains "contrats". Elle a embauché d'ailleurs Henri Morissey à titre de vendeur.

En 1977, l'entreprise fonctionnait à partir de trois différents endroits. Le bureau du patron était situé au 50 Place Crémazie, suite 319. A la suite 902 du 50 Place Crémazie, travaillaient une gérante et huit vendeurs. Au 110 Place Crémazie, suite 905, deux gérants et dix vendeurs sollicitaient pour le bénéfice des Editions H.M. Lors d'une perquisition, on dénombra 25 lignes téléphoniques. A cette époque, les opérations de l'entreprise se limitaient presque exclusivement au Montréal Métropolitain.

Monsieur Henri Morissey déclara en audience publique à Montréal, qu'environ le tiers des journaux au nom desquels il vendait de la publicité, avait été enregistrés au greffe de la Cour Supérieure, ainsi que l'exige la loi des journaux et autres publications (chapitre 49, S.R.Q. 1964). En réalité, une vérification auprès du greffe de la Cour Supérieure du district de Montréal, nous a permis de constater qu'un

seul des journaux appartenant aux Editions H.M. avait été enregistré. Il s'agit du Journal de Prévention contre le Feu.

Voici la liste des journaux de la maison H.M. qui n'ont jamais paru et au nom desquels on a perçu pour fins d'annonces une somme de plus de \$55 000.

Le Journal des Aveugles
Le Brigadier
Drogue Information
Pollution
Le Journal Baseball Amateur
Journal du Hockey Amateur

Par ailleurs, voici la liste des journaux de la maison H.M. n'ayant paru qu'en une seule occasion, pour lesquels la maison a perçu au-delà de \$300 000 et qui lui ont à peine coûté, en frais d'impression, la somme de \$14 000.

Journal de Prévention contre le Feu
L'Historien
Le Journal Age d'Or
L'Informateur
Le Cristallin
Face à la Justice

En outre, voici la liste des journaux appartenant à diverses associations pour lesquels les Editions H.M. ont sollicité du public avec, en regard de chacun, le volume des ventes d'annonces et le montant versé à l'organisme:

<u>NOM DU JOURNAL</u>	<u>MONTANT SOLLICITE</u>	<u>MONTANT VERSE A L'ASSOCIATION</u>
Optimiste Jeunesse	\$48 428	\$7 500
Tournoi Provincial Pee Wee Anjou	\$10 657	\$1 000
Journal des Loisirs	\$ 8 105	\$ 300
Ligue de Hockey Mineur de Montréal A.A. Inc.	\$ 955	NIL

Enfin, voici la liste des journaux appartenant à diverses associations pour lesquels, par sous-contrat, la maison H.M. a sollicité des annonces, avec en regard de chacun, les montants perçus et les sommes versées à l'organisme:

<u>NOM DU JOURNAL</u>	<u>MONTANT SOLLICITE</u>	<u>MONTANT VERSE A L'ASSOCIATION</u>
Journal du Tournoi National de Baseball Bantam Inc.	\$6 665	\$1 500
Bout-en-Train	\$6 185	\$ 500
Le Nordet	\$4 070	\$ 250
Tournoi les Sportives de Montréal	\$1 495	\$ 300

GESTION VILLE & VILLAGE
INC. (MONTREAL)

Les lettres patentes de Gestion Ville & Village Inc. furent accordées à Québec le 13 janvier 1975 sous l'autorité de la première partie de la loi des compagnies. Les requérants étaient:

Raymond Soucy
5032 Lacordaire
Montréal

Lise Leblanc
5032 Lacordaire
Montréal

Gilles Bonhomme
1130 Cascades
Greenfield Park

Cette compagnie avait été fondée pour la construction de maisons et son siège social se trouvait au 5032 Lacordaire à Montréal. Par la suite Raymond Soucy a obtenu les parts de Gilles Bonhomme et est devenu à toute fin pratique le seul actionnaire de Gestion Ville & Village Inc.

Le 9 février 1977, monsieur Soucy enregistrait au bureau du protonotaire de la Cour Supérieure de Montréal, la compagnie Gestion Ville & Village Inc. dont le siège social se trouvait au 2547 Frontenac à Montréal.

Cette compagnie fut en opération de février à décembre 1977. Elle fut en tout temps la propriété d'une seule personne: Raymond Soucy.

Homme de 26 ans d'expérience dans la sollicitation, Soucy évolua comme suit:

- De 1967 à 1974: A l'emploi de Robert Bergeron
- Février 1974: Fondateur de Ladusoca avec Me Marc Lavigne, Jean-Jacques Duchemin et Raymond Carle
- Février 1977: Début des opérations de Gestion Ville & Village dans la publicité
- Octobre 1977: Parution de la Revue Politique Québécoise
- Janvier 1978: Vice-président de Promotions Gaber Inc.
- Mai 1978: Agent de relations publiques pour les Promotions Publicitaires Belmont Inc., emploi qu'il exerce toujours. Cette compagnie a récemment ouvert un bureau à Toronto et se promet d'en ouvrir un bientôt à Winnipeg et à Vancouver.

La compagnie opérait à partir du 2547 Frontenac à Montréal. La méthode de travail consistait à appeler des hommes d'affaires pour faire de la sollicitation de la façon sus-décrite. Cependant, au téléphone les vendeurs faisaient de la fausse représentation en se faisant passer pour des facteurs, des policiers, des représentants du Parti Québécois, etc. Si le commerçant acceptait de payer pour une annonce, on envoyait un percepteur chercher l'argent. Le prix variait selon que le commerçant était plus ou moins réticent à acheter ce genre de publicité. Il faut spécifier que Soucy était parfaitement au courant des fausses représentations employées par ses vendeurs. C'est même lui qui leur disait de se présenter comme membre du Parti Québécois, facteurs, policiers, etc., d'employer n'importe quelle méthode en autant qu'ils réussissaient à vendre.

Dans le cas de la Revue Politique Québécoise, monsieur Raymond Soucy en date du 10 février 1977 a lui-même déclaré, au greffe de la Cour Supérieure, faire affaire sous ce nom.

La Revue Politique Québécoise n'a été publiée qu'une seule fois. En ce qui concerne les autres revues, les ententes étaient toujours verbales entre Gaber et Soucy et la responsabilité de la publication appartenait à Gaber.

Une autre méthode de travail consistait à envoyer sur la route un vendeur (André Piché) et un percepteur (Rolland Melançon) dans une région déterminée. En ces lieux, on utilisait les mêmes méthodes que celles en vigueur à Montréal, c'est-à-dire l'usage du téléphone, fausses représentations de tout genre, alias, etc. Le vendeur obtenait 40 pour cent du total des ventes, le percepteur, 30 pour cent. Nous savons qu'ils ont travaillé de cette façon dans plusieurs régions de la province, notamment en Gaspésie, au Saguenay et dans les Cantons de l'Est.

La compagnie n'avait ni comptable ni tenue de livres. Les exigences du fisc et d'autres lois étaient tout à fait ignorées.

Les "*contrats*" que la maison a exploités sont:

Revue Politique Québécoise
Jeunesse, Sports et Loisirs
Association des Vétérans Samuel de Champlain l'Ambassadeur
Le Journal Sportif de la Police
Comité Organisateur du Congrès de l'Union des Facteurs

Le nombre des employés variait de quatre à sept. On a compté lors d'une perquisition, deux appareils de téléphone seulement.

AGENCE DE PUBLICITE LADUSOCA
INC. ET LES PROMOTIONS GABER
INC. (MONTREAL)

L'Agence de Publicité Ladusoca Inc. fut incorporée le 7 mai 1974 en vertu de la première partie de la loi des compagnies de la province de Québec. Les requérants étaient:

Jean-Jacques Duchemin
Murielle Proulx
Epouse de Marc Lavigne
Raymond Soucy

Les premiers officiers dirigeants de cette compagnie ont été:

Marc Lavigne
Jean-Jacques Duchemin
Raymond Soucy
Adolphe Carle

Marc Lavigne n'occupa ses fonctions que quelques semaines et fut remplacé par monsieur Louis Distasio dès le début des opérations. De juillet 1974 à août 1977, Duchemin, Soucy et Distasio ont opéré dans le domaine de la "*publicité sympathique*" au sein de Ladusoca.

Le 10 août 1977, messieurs Duchemin, Soucy et Distasio, propriétaires de Ladusoca, achètent toutes les actions d'une compagnie incorporante, Les Promotions Gaber Inc., laquelle avait été incorporée le 4 février 1977.

A partir de mars 1978, Jean-Jacques Duchemin, Raymond Carle et Daniel Gadoury deviennent les officiers de la compagnie Gaber qui succède à Ladusoca.

On peut donc affirmer que de 1974 jusqu'à maintenant, Ladusoca devenue Gaber a constamment opéré sous la présidence et direction principale de monsieur Jean-Jacques Duchemin.

Ladusoca eut d'abord son centre d'activités à Montréal. La sollicitation se faisait au nom d'organismes charitables ou philanthropiques avec lesquels Ladusoca négociait des contrats, tels que:

Union Sportive et Athlétique de Montréal Inc.
Fédération de Boxe Amateur du Québec
Jeune Chambre Inc.
Les Jets de Pointe-aux-Trembles - Pee Wee
Québec Radio Patrouille Enrg.
Le Journal Sportif de la Police Enrg.

Dans les cas de contrats signés avec des associations ou organismes, Ladusoca s'engageait à publier une revue ou un journal à un nombre quelconque d'exemplaires et à remettre une somme d'argent à ceux-ci. Il est à noter que l'organisme ou l'association n'avait aucun contrôle sur l'argent perçu par Ladusoca, celle-ci encaissant dans son propre compte de banque tous les chèques qui étaient destinés aux organismes en question.

A partir de 1977, Ladusoca a commencé à opérer ailleurs en province. Elle a donné des sous-contrats à divers entrepreneurs locaux, tels que:

Publicité Futura Enrg. (Montréal)
Mephisto Publicité Enrg. (Montréal)

Promotions de la Couronne Enrg. (Québec)
Maison de Publicité Francon Inc. (Sherbrooke)

Elle a aussi fait affaire avec de petites équipes de solli-
citeurs et percepteurs qui parcouraient la province. De cette façon, tout
en se limitant à son principal bureau de Montréal, elle pouvait compter
sur un nombre impressionnant de vendeurs disséminés un peu partout sur
le territoire québécois et plus particulièrement à Québec et à Sherbrooke.
Ses ventes et revenus ont progressivement augmenté par le fait même.

L'installation de lignes "*out watts*" permettant de vendre di-
rectement de Montréal vers d'autres points en province, a contribué à
faire de Gaber la plus importante maison de quémandeurs de publicité sym-
pathique au Québec.

De plus, Jean-Jacques Duchemin et Daniel Gadoury ont enre-
gistré des raisons sociales dont les noms évoquaient des associations à
caractère social, tels que:

Journal d'Hygiène et de Santé Publique de la Province
de Québec

L'Age d'Or

et sollicitaient de l'argent auprès du public, argent qui ne servait qu'à
eux-mêmes.

En janvier et février 1978, Gaber Inc. acheta quelques peti-
tes compagnies ou obtint des contrats exclusifs de celles-ci. Ce sont:

Publicité Inter-Policiers Inc.

Les Promotions Publicitaires Québécoises Enrg.

Les Editions B.L. Inc.

Les Promotions B.D.B. Inc.

Les Editions H.M. Inc.

Ces petites compagnies ou sociétés étaient des compétiteurs et Gaber Inc. put ainsi s'emparer du contrôle d'environ 30 "contrats" de sollicitation. A partir de ce moment, ses "ventes" ont atteint le chiffre de plus de \$30 000 par semaine.

Par ailleurs, plusieurs des associations ou organismes au nom desquels Gaber Inc. sollicite ne sont que des associations "bidons", c'est-à-dire n'ayant aucune existence dans la réalité.

LISTE I

Liste des journaux et revues mis sur pied, créés de toute pièce par des individus reliés à la maison Gaber Inc. pour fins de sollicitation:

Journal Hygiène et Santé Publique du Québec

Journal Sportif de la Police Enrg.

Québec Radio Patrouille Enrg.

L'Historien

Service d'Information Visuelle Enrg.

L'Information du Chômeur Enrg.

Revue "Aides-toi"

Bulletin l'Age d'Or Enrg.

N.B. En ces cas-là, la totalité des revenus des campagnes de souscription est empochée par la maison Gaber Inc.

LISTE II

Liste des associations ou organismes-"*bidons*", au nom desquels Gaber Inc. sollicite (c'est-à-dire n'ayant aucune existence dans la réalité):

Service de Sauvetage du Québec Inc.

Association des Anciens Combattants "Samuel de Champlain"
Montréal

Club X M Routier Inc.

Union Sportive et Athlétique Inc. de Montréal
Journal du Club Omni-Sport

Le Journal des Amis de la Boxe Amateur

Le Nordet

Tournoi les Sportives de Montréal

Journal Société St-Vincent de Paul

Journal "Club des Pompiers Bricoleurs Enrg."

N.B. En ces cas-là, la totalité des revenus des campagnes de souscription est aussi empochée par la maison Gaber Inc.

LISTE III

Liste des associations légitimes ayant pris entente avec la maison Gaber aux fins de sollicitation:

Le Conseil des Chevaliers de Colomb - Conseil DesOrmeaux
Association Québécoise des Travailleurs Accidentés Inc.
Ligue de Quilles des Fonctionnaires du Québec "Section
Montréal"
Comité Organisateur Convention de l'Union des Facteurs -
"C.O.C.U.F." 38 ième Congrès
Association des Cadres Scolaires du Québec Inc.
Association des Officiers en Bâtiments du Québec Inc.
Association Canadienne des Chefs de Pompiers Inc.
Ligue de Hockey Mineur de Montréal A.A. Inc.
Tournoi National du Baseball Bantam St-Victor Inc.
Tournoi Provincial Hockey Atome St-Victor Inc.
Tournoi Provincial Hockey Pee Wee Anjou
Club Optimiste St-Léonard de Montréal Inc.
Club Richelieu Henri-Bourassa Inc.
Cercle Amisopro
Le Bout-en-train

N.B. Dans ces cas, cinq pour cent au moins du montant des recettes est remis à ces organismes.

PUBLICITE CONDOR INC. (MONTREAL)

UNITE CANADA (MONTREAL)

UNITE CANADIENNE (MONTREAL)

Au mois d'août 1976, Pierre-Paul Arcand et Hervé Hébert travaillent tous deux pour la compagnie de publicité A.M.X. Tous les deux décident de former leur propre compagnie de publicité et obtiennent une charte constituant la compagnie Publicité Condor Inc.

Les actionnaires de la compagnie sont:

Hervé Hébert

Pierre-Paul Arcand

Gaétanne Arcand

Au mois de décembre 1977, Pierre-Paul Arcand se retire de la compagnie Condor et fonde sa propre société: Unité Canada Enrg. De son côté, Hervé Hébert continue ses opérations au sein de la compagnie Condor Inc., toujours vendant pour la revue Drogue Aide; cela jusqu'en mai 1978.

Le 5 mai 1978, Hervé Hébert enregistre la raison sociale Unité Canadienne et déclare faire affaire seul sous ce nom.

Le but de la revue Drogue Aide était de solliciter des hommes d'affaires par téléphone afin d'obtenir des fonds pour publier une revue qui devait mettre les gens en garde contre les effets nocifs des drogues connues. On embauche pour ce faire, des vendeurs ainsi qu'un percepteur; ce sont les personnes suivantes:

Pierre-Paul Arcand

Hervé Hébert

Jacques Maillé

Louis Maillé
Paul Lavallée

Jean-Paul Cyr et Roger Auger étaient les percepteurs.

La compagnie Condor a perçu au cours de son exercice financier pour l'année 1977, la somme totale de \$23 153. Contrairement aux promesses faites auprès des personnes sollicitées, aucune revue ne fut publiée, aucun journal ne fut imprimé et les vérifications de notre comptable ont démontré qu'au fur et à mesure des besoins personnels de messieurs Arcand et Hébert, les argents étaient retirés du ou des comptes de banque, de sorte qu'au moment des perquisitions, les dits comptes de banque étaient à sec.

Par ailleurs, la raison sociale Unité Canada (enregistrée par Pierre-Paul Arcand) servait de prétexte pour de la sollicitation par téléphone auprès des hommes d'affaires afin d'obtenir des fonds pour lutter contre le référendum et l'indépendance en général. Arcand avouera lui-même que ces fonds étaient quémandés pour favoriser l'unité du pays dans l'opinion publique lors d'un éventuel référendum.

Les solliciteurs affectés à cette compagnie étaient:

Pierre-Paul Arcand
Jacques Maillé
Raymond Lebrun

C'est encore Roger Auger qui était chargé de la perception.

Il a été établi au cours des audiences publiques que sous le vocable Unité Canada, de janvier 1978 à juillet 1978, la somme totale de \$17 028 a été perçue de la manière que l'on connaît par monsieur Pierre-Paul Arcand. Encore là, notre comptable a établi qu'en fin de juillet 1978, il ne restait plus au compte qu'environ \$245, somme que monsieur

Arcand s'est empressé de retirer entre le moment des audiences à huis clos et celui des audiences publiques; en sorte que tous ces argents, et cela est confirmé par le témoignage même de monsieur Arcand, ont servi aux besoins personnels de ce dernier.

En ce qui regarde Hervé Hébert faisant affaire sous la raison sociale Unité Canadienne, il agissait de pareille manière et pour des fins similaires. La preuve a révélé qu'entre juin 1978 et octobre 1978, des sommes totalisant \$7000 ont été perçues par monsieur Hervé Hébert de la même manière que dans le cas de monsieur Arcand et que ces sommes ont servi aux fins personnelles de monsieur Hébert; à telle enseigne qu'au 31 octobre 1978, le compte d'Unité Canadienne démontrait un solde de \$102,09.

L'analyse des témoignages, la perception qu'on a pu avoir des différents témoins, démontrent amplement que ces personnes se sont comportées en exploiters sans scrupule à l'endroit du public en général.

LE GUIDE TELEPHONIQUE
DE MONTREAL INC. (MONTREAL)

Le Guide Téléphonique de Montréal Inc. a été incorporé le 14 avril 1967, dans le but de:

- a) publier, éditer et distribuer des bottins téléphoniques ou tout autre bottin de renseignements d'intérêt général;
- b) solliciter des contrats de publicité, publier des annonces et agir comme conseiller des entrepreneurs de publicité.

Les administrateurs étaient:

Naphtalie Gauthier - Président
Aline Gatineau-Gauthier - Vice-présidente
Raymond Tilloy - Sec.-trésorier
Marie-Berthe Tilloy - Trésorière

Le siège social était situé au 726 Atwater à Montréal.

En 1977 le Guide Téléphonique de Montréal Inc. vendait de la publicité pour les revues suivantes:

L'Association des Vétérans de Guerre de la Police du District de Montréal, dont les administrateurs sont:

William Popovitch - Président
André George - Vice-président
Robert Blanchette - Secrétaire
Charles Leroux - Trésorier

Cette association regroupait 564 membres. Elle n'a reçu que 25 pour cent des ventes de publicité faites en son nom et totalisant \$153 311.

L'Association de Police Internationale, dont les administrateurs sont:

Raymond Guillemette - Président
Horace Thivierge - Vice-président
Jean-Guy Comptois - Trésorier
André Boileau - Sec. du journal
Charles-L. Matte - Trés. du journal

Cette association regroupe 200 membres. Sa quote-part a été de 20 pour cent des ventes de publicité faites en son nom pour un total de \$49 150.

L'Echo du Sourd, dont les administrateurs sont:

Pierre Lesiège - Président
Guy Daoust - Vice-président
Mme Lesiège - Trésorière

On ne connaît pas le nombre de membres de cette association. Pierre Lesiège affirme que la vente de publicité dans ce cas a rapporté \$12 000 mais que l'organisme L'Echo du Sourd n'a rien reçu de cette somme.

Les sollicitations pour l'Association des Vétérans de Guerre de la Police de Montréal et pour l'Association de Police Internationale se faisaient à l'occasion de visites et de rencontres avec les annonceurs éventuels, et où les vendeurs donnaient à croire, par toutes sortes d'artifices et de propos, qu'ils étaient des policiers. Ces vendeurs étaient:

Naphtalie Gauthier
Raymond Tilloy
Gilbert Bonin
Emile Lefebvre
Michel Rosa

LES PUBLICATIONS SECURITE
DU QUEBEC INC. (MONTREAL)

Cette compagnie a été incorporée le 4 juin 1971, dans le but de promouvoir la sécurité au Québec, notamment la sécurité au travail et la sécurité routière.

Les officiers de cette corporation étaient:

Raymond Tilloy - Président

Marie-Berthe Durand Tilloy - Vice-présidente

Naphtalie Gauthier - Sec.-trésorier

Le siège social était situé au 3269 St-Jacques ouest à Montréal.

En 1977, cette compagnie n'a sollicité que pour la revue Sécurité du Québec.

Le nom de cette revue avait été enregistré par Naphtalie Gauthier et Raymond Tilloy. Les méthodes de sollicitation étaient les mêmes que celles employées par la majorité des maisons spécialisées dans la sollicitation, c'est-à-dire par des appels téléphoniques.

Notre comptable a découvert que cette compagnie avait effectivement vendu de la publicité pour une somme de \$20 946 et la preuve a révélé que ce montant a bénéficié intégralement aux officiers et employés de la maison.

PROMOTIONS DE LA COURONNE

ENRG. (QUEBEC)

Ancien employé de l'Agence de Publicité Ladusoca de Montréal, et à la demande de son Président monsieur Jean-Jacques Duchemin, monsieur Michel Jacques a ouvert une succursale de cette maison sur la rue de la Couronne à Québec, en avril 1975.

Après avoir opéré sous le nom de Ladusoca durant une période d'un an et demi, le 4 novembre 1976, monsieur Michel Jacques enregistre

au bureau du protonotaire de la Cour Supérieure du district de Québec la raison sociale Promotions de la Couronne Enrg. et ce à la suggestion de monsieur Louis Distasio, co-proprétaire de l'Agence de Publicité Ladusoca de Montréal.

Cette nouvelle maison de publicité continuera d'opérer au 466 de la Couronne. En 1977, un deuxième bureau est ouvert au 764 St-Joseph est, à Québec. D'ailleurs, depuis quelques mois le premier bureau a été fermé.

Les opérations de Michel Jacques se limitent surtout au Québec Métropolitain.

Au début, il ne sollicitait que pour les "contrats" de la maison Ladusoca, tels que:

L'Association Québécoise des Travailleurs Accidentés
L'Association des Anciens Combattants "Samuel de Champlain"
Convention Nationale de l'Union des Facteurs - 38 ième Congrès
Le Journal Santé et Hygiène Publique
L'Association Canadienne des Chefs de Pompiers Inc.
Les Chevaliers de Colomb
L'Association des Cadres Scolaires

En 1975 - 1976, monsieur Michel Jacques expédiait à chaque semaine des sommes de \$4000 à \$5000 à Ladusoca dont 70 pour cent lui revenait à titre de commission.

En janvier 1977, monsieur Michel Jacques a commencé à solliciter en vertu de ses propres contrats avec divers organismes comme:

La Revue du Gentilhomme
Le Programme des Caribous
Le Bottin de l'Enseignant

Québec Auto Patrouille
Le Régional
29 ième Congrès Jeune Chambre de Commerce du Québec
Programme du Souvenir

Le volume des ventes s'est maintenu dans les \$4000 par semaine jusqu'en mai 1978.

Au plus fort de ses opérations, Promotions de la Couronne Enrg. a eu jusqu'à 19 employés à ses deux places d'affaires. Notons la présence de Bernard Beaudet comme vendeur à la fin de 1976 et au début de 1977, alors que le même Bernard Beaudet a inauguré sa propre maison de sollicitation le 23 mars 1977 sous la raison sociale de Promotions B.L. Enrg.

Comme pour la majorité des autres maisons oeuvrant dans le même domaine, l'approche auprès des hommes d'affaires et professionnels se fait par des vendeurs qui utilisent des alias et des fausses représentations, et ce par le truchement d'une dizaine de lignes téléphoniques.

En étudiant les documents saisis, notre comptable a fait la compilation suivante pour la période du 1er janvier 1977 au 31 décembre 1977.

Les contrats exclusifs de Promotions de la Couronne Enrg.:

L'Association des Enseignants de la banlieue de Québec	\$12 025
Le Programme du Souvenir	12 657
Québec Auto Patrouille	23 929
Le Régionale des Jeunes Chambres de Québec	39 585
TOTAL:	<u>\$88 196</u>

Les contrats partagés avec Ladusoca (devenue Gaber Inc.):

L'Association des Anciens Combattants "Samuel de Champlain"	\$4135
Le Journal d'Hygiène et de Santé Publique du Québec	540
La Revue Politique Québécoise	360
Le 38 ième Congrès - Union des Facteurs	4950
TOTAL:	<u>\$9985</u>

Promotions de la Couronne Enrg. a donc perçu en 1977, \$88 196 en vertu de ses contrats exclusifs, plus une somme minimum de \$6990 à raison de 70 pour cent du total des ventes en vertu de contrats partagés, soit un revenu total brut de \$95 186.

Il est à croire cependant que ce chiffre est bien en deça de la réalité puisque Michel Jacques, lui-même, au cours de son témoignage, a admis un chiffre d'affaires de l'ordre de \$150 000 à \$200 000 au cours de l'année 1977. Notre comptable ne possédait évidemment pas tous les documents dont Michel Jacques avait le contrôle.

PROMOTIONS B.L. ENRG.
(QUEBEC)

Le propriétaire de cette maison, monsieur Bernard Beudet a commencé à travailler dans la publicité sympathique pour la compagnie Ladusoca. Du mois de novembre 1976 au mois de mars 1977, il fut vendeur sous les ordres de Michel Jacques qui était gérant de la succursale de Québec de Ladusoca.

Le 23 mars 1977, Bernard Beudet ainsi qu'un autre vendeur de Ladusoca, André Lessard, enregistrent au greffe de la Cour Supérieure

à Québec, une déclaration de raison sociale sous le nom de Promotions B.L. Enrg. ayant comme place d'affaires 70 rue Trudeau, Duberger, Québec. Ces deux personnes seront partenaires jusqu'au 19 septembre 1977, date où André Lessard quitte les Promotions B.L. Enrg. Depuis ce temps-là, Bernard Beudet est le seul propriétaire de cette maison de sollicitation ainsi que de Les Editions Primordiales Ltée qu'il a constituée en corporation à charte fédérale.

Lors d'une perquisition, le 28 avril 1978, sept personnes étaient employées par Bernard Beudet. On y retrouvait quatre vendeurs et trois percepteurs.

Actuellement la compagnie poursuit toujours ses opérations avec seulement deux employés.

Plusieurs déclarations de raisons sociales ont été enregistrées au bureau du protonotaire, pour fins de sollicitation, par Bernard Beudet. Ce sont:

L'Annuaire du Téléphone de Québec

La Revue Québec Ambulanciers en Perspective Enrg.

La Revue Information Québec Assurance Enrg.

La Revue Prévention Commerciale des Incendies du Québec Enrg.

Le Guide du Consommateur des Paroisses du Québec

Certaines de ces revues n'ont jamais été imprimées bien que des annonces ont été vendues et payées pour y être insérées et malgré les engagements pris par Beudet à l'endroit des personnes sollicitées. Bernard Beudet était l'unique bénéficiaire de ces publications-"bidons".

Le 16 août 1977, monsieur Beudet a signé un contrat avec monsieur André Fiset, Président du Club Commando 4 x 4 de Lévis. Ce contrat stipulait que les droits de représentations pour vente publicitaire au nom exclusif de Club Commando 4 x 4 Lévis, soient accordés à

Promotions B.L. Enrg., qui en retour s'engageait à publier 1000 exemplaires d'une revue et à verser une somme de \$500 dans les fonds de ce club. Monsieur Beaudet a, à ce point vendu des annonces qu'il a dû faire imprimer cinq séries de 1000 exemplaires de la dite revue. Chaque série contenait exactement les mêmes articles, seules les annonces changeaient. Ce contrat lui a rapporté plus de \$60 000.

Beaudet ne tenait pas de livre, de sorte qu'il est impossible de déterminer le montant des ventes pour chaque revue et encore moins le grand total des ventes. De plus, il faut spécifier que les reçus n'étaient jamais numérotés, ce qui rend impossible toute forme d'évaluation. Nous savons cependant qu'un profit de plus de \$52 000 fut réalisé de mars 1977 à mars 1978 et cela de l'aveu même de monsieur Bernard Beaudet, lors de son témoignage devant notre Commission. De même, Beaudet a-t-il admis se servir de fausses représentations et même les permettre à ses vendeurs pour mousser les ventes.

LES EDITIONS SOLEX INC.
(MONTREAL)

La Commission a accordé une attention particulière aux opérations financières de la compagnie Les Editions Solex Inc. propriété de monsieur Roger Dugas qui détenait légalement sous forme d'enregistrement de raison sociale le titre du Journal Sportif de la Police, journal publié par le groupe Ladusoca - Gaber.

Les Editions Solex Inc. n'avait à notre connaissance aucun livre comptable et c'est à partir de la compilation des dépôts bancaires de leur compte à une succursale de la Banque Toronto Dominion que nous avons établi que la compagnie aurait reçu entre juillet 1976 et juillet 1978 inclusivement, un montant de \$15 275 payé par le groupe Ladusoca - Gaber à titre de droit d'usage pour la publication de leur journal du même nom soit: Journal Sportif de la Police.

Selon monsieur Roger Dugas, les fonds que recevaient sa compagnie servaient ou profitaient aux loisirs de policiers ou de groupes de policiers.

Nous avons donc, afin de faire la lumière sur les prétentions de monsieur Dugas, analysé les sorties bancaires du compte de la compagnie à la Banque Toronto Dominion; à cet effet, à l'aide des informations obtenues et des effets bancaires, nous avons pu établir les sommes dont auraient bénéficié des organisations policières selon Dugas entre janvier 1976 et août 1978.

Cela donne le tableau suivant:

	<u>Yvon Roy Sports Ltée</u>	<u>Policiers et groupes de policiers</u>	<u>Total</u>
1976	\$ 312,30	\$1100,00	\$1412,30
1977	\$1506,57	\$1610,00	\$3116,57
1978 (au 7 août)	\$1116,39	\$ 30,00	\$1146,39
	<u>\$2935,26</u>	<u>\$2740,00</u>	<u>\$5675,26</u>

Une vérification attentive et le témoignage même de Dugas ont révélé que certains achats faits chez Yvon Roy Sports Ltée ont effectivement profité aux policiers et que certains autres l'ont été pour des fins personnelles.

ASSOCIATION DES VETERANS
DE GUERRE DE MONTREAL INC.
(MONTREAL)

Dans le cadre de l'enquête sur la vente de "*publicité sympathique*" nous avons accordé une certaine attention aux opérations directement reliées à l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal Inc., une entreprise constituée en corporation sous la troisième partie (sans but lucratif) de la loi des compagnies du Québec et représentée par son secrétaire-trésorier, monsieur Paul Gervais.

L'analyse a couvert trois facettes:

- a) La vente d'un "*nettoyant tout usage*"
- b) Perception de la taxe de vente
- c) La provenance et l'utilisation des fonds de l'Association

1 - VENTE DU NETTOYANT TOUT USAGE

Selon un contrat passé en juin 1977, l'Association retenait les services de Les Publications Milo Inc., pour la vente en bouteilles d'un "*nettoyant tout usage*" au profit de l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal Inc. comme l'indique l'étiquette apposée sur la bouteille. Cependant, il ressort du contrat signé entre les deux parties que le seul profit revenant à l'Association était une somme de \$0,50 pour chaque flacon vendu.

L'analyse de la comptabilité de la compagnie Milo ne précise pas combien de bouteilles de nettoyant celle-ci aurait vendues. Cependant, nous sommes en mesure de préciser certains chiffres et certains faits.

A - La compilation des reçus saisis lors des perquisitions chez Milo nous permet d'affirmer ceci:

Nombre de bouteilles vendues:	1270
Montant des ventes:	\$8860,48
Prix moyen de vente:	\$6,97
Prix de vente variant entre:	\$4,90 et \$8,54

Notons que le prix de vente était généralement de \$7,46 l'unité.

B - En contrepartie, nous avons analysé les chèques émis par Milo au bénéfice de l'Association, en rapport avec le contrat qui stipule que Milo doit verser au bénéfice de l'Association \$0,50 pour chaque bouteille vendue.

A cet effet, entre juillet 1977 et janvier 1978 nous retraçons \$2018 payé par Milo au profit de l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal Inc. dont seulement \$1655 retraceable dans la comptabilité de l'Association. Donc, le montant remis à l'Association à raison de \$0,50 la bouteille laisse sous-entendre que Milo aurait effectivement vendu 4036 bouteilles.

Nous pouvons raisonnablement avancer que la vente des 4036 bouteilles au prix moyen de vente de \$6,97 tel que déterminé par les reçus en notre possession aurait rapporté \$28 130,92.

Selon les chèques et factures en notre possession, il en coûtait \$0,80.6 en moyenne pour l'achat de chacune des bouteilles vendues par Milo.

Tous ces chiffres, font mentir l'inscription sur l'étiquette de la bouteille de nettoyant tout usage à l'effet que le produit était vendu au profit de l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal Inc.

Revenus	
4036 bouteilles à \$6,97 chacune	\$28 130,92
Coût	
4036 bouteilles à \$0,80.6 chacune	\$ 3 253,02
	<u>\$24 877,90</u>
 Profit versé à l'Association	
4036 bouteilles à \$0,50 chacune	\$ 2 018,00
	<u>\$22 859,90</u>
Bénéfice brut pour Milo	

2 - PERCEPTION DE LA TAXE DE VENTE

Suite à la vente d'un "*nettoyant tout usage*" par la compagnie Les Publications Milo Inc. au profit de l'Association des Vétérans de Guerre de Montréal Inc., nous avons fait la compilation du montant de la taxe de vente perçue sur la vente des bouteilles de "*nettoyant tout usage*".

La compilation a été établie en fonction des indications apparaissant à la face même des copies (jaunes) de reçus mis en circulation suite aux ventes. Nous n'avons retenu que les reçus où l'information est précise à savoir qu'un montant de huit pour cent a été calculé dans le prix de vente total.

Le résultat est le suivant:

Milo I, item 5	\$148,86
Milo I, item 6	\$ 52,06
Milo I, item 14	\$ 1,68
Milo I, item 39 à 50	
Boîte bleue (mois d'août)	<u>\$ 26,88</u>
	<u>\$229,48</u>

Nous soulevons cet aspect, car ces montants perçus n'ont jamais à notre connaissance été remis au gouvernement concerné soit le département de la taxe de vente du Ministère du Revenu du Québec. De plus, nous pouvons raisonnablement affirmer que toutes les ventes ont été effectuées avec "*taxe incluse*" même si nous n'avons retracé que peu de factures avec l'annotation précise qu'un huit pour cent de taxe de vente avait été additionné au prix de vente.

CHAPITRE II

LA PUBLICITE SYMPATHIQUE AU PROFIT

D'EMPLOYES DE L'ETAT

LA PUBLICITE SYMPATHIQUE AU PROFIT
D'EMPLOYES DE L'ETAT

Il s'agit d'une situation particulière qui mérite qu'on y consacre un chapitre de ce rapport étant donné son ampleur et la situation équivoque à laquelle la personne sollicitée est placée.

Précisons immédiatement que les audiences ont démontré à quel point ce genre de sollicitation a du succès. C'est ce qui permettait à certains témoins d'affirmer:

(TEMOIGNAGE)

"Lorsque tu appelles et que tu sollicites pour l'impôt, ça marche à 90%... ça crache."

ou encore

"Pour la police ou les pompiers, tout le monde paye..."

Il y aurait peut-être lieu pour certains sociologues d'étudier ce phénomène réel et rapporté par plusieurs témoins.

CAS OU IL N'Y A PAS DE
CONTRAT ENTRE UNE COM-
PAGNIE DE PUBLICITE ET
UNE ASSOCIATION

Les audiences nous ont démontré qu'une grande part de la sollicitation frauduleuse se fait en se qualifiant faussement d'inspecteurs d'impôt, d'hygiène, de la santé ou encore de pompiers ou de policiers, alors que la maison de publicité n'a aucun contrat avec quelque organisme que ce soit regroupant ces différentes catégories de personnes. Dans ces cas, à cause de la fausse représentation manifeste, il ne devrait y avoir aucune hésitation à poursuivre devant les tribunaux ceux qui se sont prêtés à de tels agissements.

Toutefois, il nous apparaît certain, qu'une des causes premières favorisant la prolifération de ces fausses campagnes de sollicitation est l'existence de maisons concurrentes sollicitant au profit de groupements ou d'associations d'employés publics qui prêtent leur nom à ces dernières. Ces maisons réfèrent toujours aux occupations professionnelles d'officiers publics pour les fins de leurs sollicitations.

C'est ainsi que la compagnie Gaber a pu, pendant une certaine période de temps, solliciter au nom des inspecteurs en hygiène publique alors qu'elle n'avait aucun contrat avec quelque association que ce soit. Durant la même période, la maison Belmont Inc. avait un contrat avec une association d'inspecteurs d'hygiène et sollicitait en leur nom. Les techniques de vente étant les mêmes chez les deux entreprises, à savoir que le vendeur emploie un alias et laisse entendre qu'il est lui-même inspecteur en hygiène et santé publique, comment le commerçant à qui l'on demande de payer une annonce peut-il reconnaître la sollicitation légitime de la fausse? D'ailleurs, y a-t-il une sollicitation légitime dans un cas ou dans l'autre?

CAS OU IL Y A UNE EN-
TENTE ENTRE UNE COMPA-
GNIE DE PURLICITE ET
UNE ASSOCIATION

Cette dernière question réfère à cette situation que nous avons rencontré fréquemment: il y a un contrat formel signé entre une compagnie de sollicitation frauduleuse et une association plus ou moins représentative d'une fonction exercée (policiers, inspecteurs d'hygiène etc.). Il faut noter qu'indépendamment du but philanthropique de l'association, les compagnies sollicitent par leurs vendeurs qui s'identifient comme des membres de l'association qui a contracté avec elles.

Par exemple et de façon ironique, que dirait-on d'une sollicitation au nom d'un club de joueurs de cartes, qui en fait ne regrouperait que des inspecteurs d'autobus scolaires, faite par des vendeurs qui s'identifieraient auprès des propriétaires d'autobus scolaires comme des inspecteurs faisant partie de l'association "prétexte" (club de joueurs de cartes).

Poser la question, c'est y répondre. Le commerçant sollicité, quelque soit le club de joueurs de cartes pour qui on le contacte, est placé dans une situation d'intimidation où des pressions indues sont exercées pour l'obtention d'une faveur. Cette faveur est "*extorquée*" au profit d'une association "prétexte", complice du système, qui lorsqu'elle est confrontée avec cette situation, s'en lave les mains en laissant croire que tout s'est fait à son insu.

Si c'était à leur insu, pourquoi ces associations "prétexte" ne prennent-elles pas les mesures qui s'imposent pour éviter toute référence à l'occupation professionnelle de leurs membres, leur association, leur emblème, leur sigle ou leur papeterie quelle qu'elle soit: reçus, lettres, etc? La réponse c'est que le succès de la campagne de

sollicitation dépend précisément de la mention de l'occupation professionnelle de leurs membres auprès des personnes sollicitées. C'est le cas du Cercle Amisopro regroupant 1500 employés du Gouvernement du Québec de la région de Montréal, qui sollicite par les soins de la maison Gaber Inc. sans s'être aucunement enquis des méthodes qu'emploient les vendeurs de cette maison (fausses représentations), leur seul intérêt étant d'emplir leurs coffres.

La Commission a constaté que des employés de l'Etat permettent que leur statut soit utilisé pour faire pression sur des hommes d'affaires pour les obliger à verser des sommes d'argent.

En somme le public, en plus de payer par ses impôts les salaires de ces employés de l'Etat, est presque contraint de participer financièrement aux activités sociales, sportives ou autres de ces mêmes employés de l'Etat.

LE CAS DU POLICIER

La situation du policier qui sollicite par le biais d'une agence de sollicitation, est facile à cerner. Il emploie indûment son rôle social, principal agent du respect et de l'application de la loi, pour obtenir du commerçant des souscriptions pour son association, avec l'allusion implicite que l'application de la loi pourra être moins rigoureuse pour celui qui accepte de donner. Le commerçant québécois qui a besoin du policier comme tout citoyen, cédant à quelque mobile que ce soit, s'empresse la plupart du temps de répondre généreusement à la demande qui lui est faite.

L'enquête a démontré qu'il existait à Montréal, deux associations regroupant des policiers, qui s'adonnaient à ce genre de sollicitation. L'une, l'Association des Vétérans de Guerre de la Police du

district de Montréal, et l'autre, l'Association de Police Internationale Région 7. Toutes deux tiraient la majorité de leurs fonds des campagnes de sollicitation confiées au Guide Téléphonique Inc., une des maisons de sollicitation. Ces deux associations possédaient une publication similaire où figurait bien en évidence à plusieurs endroits le mot "police" et dont les vendeurs se servaient pour solliciter. Quoiqu'une partie des sommes perçues ait pu servir à des activités louables, il est injustifié de la part des policiers de solliciter le public pour des activités autres que professionnelles. Les salaires payés aux policiers à l'aide des fonds publics, ne sont-ils pas suffisants pour leur permettre de défrayer eux-mêmes le coût de leurs activités sociales?

Une multitude de policiers municipaux procèdent de la même façon. Ils forment des associations à but social ou sportif, pour ensuite signer un contrat avec une agence de sollicitation qui s'empresse de leur remettre un pourcentage des sommes à être perçues et de percevoir leur "*tribut*" des commerçants locaux.

La situation du policier regroupé en association et qui sollicite indirectement le public, n'est pas différente de celle de tout autre employé rémunéré à l'aide des deniers publics, inspecteurs d'hygiène, employés du revenu ou autres, elle est seulement plus claire: la pression étant moins subtile et moins voilée.

En permettant ce genre de campagne de financement populaire aux employés publics, on place le public dans une situation qui favorise le chantage de la part des spécialistes de la publicité sympathique. C'est aussi l'occasion pour les malhonnêtes de "*mormayer*" leur contribution. Comme le soutenait un vendeur de publicité dans son "*pitch*", "*un service en attire un autre*".

CHAPITRE III

ASPECTS COMPTABLES DE LA SOLLICITATION

FRAUDULEUSE

ASPECTS COMPTABLES DE LA SOLLICITATION

FRAUDULEUSE

INTRODUCTION

La Commission a confié à un comptable agréé, le soin de faire l'analyse des sommes d'argent impliquées dans la vente de "*publicité sympathique*", ce qu'il a fait à l'aide des documents saisis lors de perquisitions, des informations traitées par des enquêteurs et l'analyste attaché au projet. Il a donc, en limitant son travail à l'année 1977, tenté de déterminer les chiffres d'affaires des différentes entreprises dont l'activité consistait à solliciter le public et surtout les hommes d'affaires pour la vente de "*publicité sympathique*".

Afin d'établir ou de démontrer les ventes réalisées par ces entreprises, notre comptable a mis en parallèle trois genres de documents ou informations, soit:

a) les reçus de vente; c'est-à-dire qu'il a compilé un par un tous les reçus de vente datés de 1977;

b) les dépôts bancaires; à partir des bordereaux de dépôts et états de banque, il a compilé les argents déposés correspondant aux ventes;

c) les livres comptables de chaque entreprise. Il faut préciser que peu d'entreprises tenaient des livres comptables ou une comptabilité convenable et souvent même celle-ci était tout simplement inexistante.

Il a de plus exposé son appréciation sur le contrôle et les procédures internes de ces entreprises et il conclut sur le "sérieux" de certaines de ces entreprises.

CONSIDERATIONS GENERALES

Six points retiennent l'attention et suscitent des questions sur la qualité de l'administration générale de certaines de ces entreprises:

- a) L'utilisation de plusieurs succursales bancaires au cours d'une même période. Changement fréquent de la place d'affaires;
- b) Absence d'ordre dans la conservation des archives;
- c) Livres comptables inadéquats et souvent inexistants;
- d) Le produit des ventes au comptant n'est généralement pas déposé;
- e) La conservation des reçus de vente est déficiente;
- f) La "qualité" inadmissible des reçus de vente.

a) L'utilisation de plusieurs succursales bancaires au cours d'une même période. Changement fréquent de la place d'affaires.

D'abord deux constatations mineures:

- Certaines entreprises ont fait affaire en même temps avec plusieurs succursales bancaires ou bien ont changé de succursale à deux et même trois reprises au cours de 1977. Citons entre autre les cas de:

Publications Sécurité du Québec Inc. qui a fait affaire en même temps avec deux succursales bancaires différentes.

Banque Toronto Dominion	février 1977 à décembre 1977
B.C.N.	janvier 1977 à octobre 1977

Publicité Condor Inc. qui a fait affaire avec trois différentes succursales bancaires au cours de 1977.

B.C.N. succ. No 14	janvier 1977 à avril 1977
B.C.N. succ. No 159	avril 1977 à décembre 1977
B.C.N. succ. No 209	décembre 1977 à

- Certaines entreprises ont changé d'adresse ou place d'affaires à quelques reprises au cours de la même année. C'est le cas pour la maison d'Éditions H.M. Inc. ainsi que le groupe Agence de Publicité Ladusoca Inc. et les Promotions Gaber Inc.

Tous ces changements ne sont pas à notre avis des manoeuvres qui facilitent la bonne marche des opérations financières d'une entreprise.

Cela tend plutôt à favoriser un certain anonymat, propice à des opérations suspectes.

b) Absence d'ordre dans la conservation des archives.

Dans le cas de certaines entreprises, à lui seul l'examen visuel des documents saisis démontre un fouillis, un désordre indescriptible de sorte qu'il a fallu classer document par document afin de s'y retrouver.

c) Livres comptables inadéquats et souvent inexistants.

Trois entreprises avaient une tenue de livres convenable.

Ce sont:

Les Publications Milo Inc.

Guide Téléphonique de Montréal Inc.

Promotions de la Couronne Enrg.

Il est élémentaire qu'une entreprise qui se respecte et qui est soucieuse de connaître sa situation financière exacte doive maintenir d'une façon "régulière" et "permanente" des livres comptables appropriés.

Trois entreprises seulement ont produit des états financiers annuels pour l'une ou l'autre des deux dernières années (soit 1976 ou 1977), soit:

	<u>Année Financière</u>
Promotions Publici- taires Belmont Inc.	31-08-77
Les Publications Mi- lo Inc.	31-12-76
Guide Téléphonique de Montréal Inc.	30-04-76

d) Le produit des ventes au comptant n'est généralement pas déposé.

Un principe élémentaire de bonne administration implique que les revenus soient déposés "intégralement" à la banque et que les déboursés soient effectués par chèques ou autres effets bancaires. Une grande partie des revenus, soit celle des ventes faites au comptant, n'était pas déposée dans les comptes de banque et cette politique était commune à la plupart de ces entreprises. Il nous a semblé que seules les maisons suivantes déposaient une faible partie de leurs revenus au comptant:

Les Publications Sécurité du Québec Inc.:	.06%
Gestion Ville et Village Inc.:	.09%
Agence Marbour Enrg.:	1.5%
Promotions Gaber Inc.:	5%

Seules les deux compagnies suivantes conservaient des documents faisant état du volume des ventes au comptant:

Guide Téléphonique de Montréal Inc.	
Ventes au comptant pour:	
L'Association de Police Internationale:	32%
et pour:	
L'Association des Vétérans de Guerre de la Police du District de Montréal:	19%
Publications Sécurité du Québec Inc.:	16%

e) La conservation des reçus de vente est déficiente.

Pour une entreprise donnée, nous avons retrouvé certains de leurs reçus de vente dans les dossiers de d'autres entreprises.

Une explication a été apportée sur ce point: le déplacement des employés qui passent souvent d'une compagnie à l'autre. Ceux-ci, afin d'établir une liste de leur clientèle, conservaient et apportaient avec eux les copies des reçus de vente.

Cependant, c'est une explication qui ne justifie pas le manque de contrôle, contrôle que doit normalement exercer la compagnie sur la garde de ses reçus de vente.

C'est le cas pour les compagnies suivantes:

Gestion Ville et Village Inc.

Promotions Publicitaires Belmont Inc.

Promotions de la Couronne Enrg.

Ladusoca - Gaber Inc.

Maison d'Editions H.M. Inc.

f) La "qualité" inadmissible des reçus de vente.

Nous retrouvons pour une même sollicitation plusieurs genres de reçus:

- changement dans le format (ex.: grandeur)
- l'information sur la face des reçus varie (ex.: l'adresse de référence, numéro de téléphone)
- des copies de reçus qui servent d'originaux
- pour la même sollicitation, une série de reçus pré-numérotés et une série non-numérotée
- ou bien pour la même sollicitation, seulement des reçus non-numérotés.

Sur les 69 campagnes de sollicitation que nous avons dénombrées pour l'année 1977, il n'y a que 23 campagnes de sollicitation où l'on a utilisé des reçus pré-numérotés.

Il n'y a que trois entreprises à n'avoir utilisé que des reçus pré-numérotés pour leur campagne de sollicitation, à savoir:

Promotions Publicitaires Belmont Inc.

Guide Téléphonique de Montréal Inc.

Les Publications Sécurité du Québec Inc.

Il est compréhensible que le genre de certains reçus de vente change suite à des réimpressions ou bien que les informations inscrites sur le reçu varient par exemple en fonction des points de vente (car certaines entreprises vendaient le même "produit" à Montréal et Québec, et même à différents points de vente à l'intérieur du grand Montréal); mais il apparaît "inadmissible" de mettre en circulation des reçus non-numérotés.

- Comment peut-on exercer un contrôle sur la vente par des reçus non-numérotés?

- Avec des reçus non-numérotés, comment un employeur peut-il contrôler les ventes de ses employés et en percevoir tous les montants?

- Comment une association pour qui on sollicite le public peut-elle contrôler les ventes qu'une entreprise effectue en son nom?

- Quel contrôle les différents gouvernements (impôt sur le revenu, taxe de vente dans certains cas) peuvent-ils avoir sur les ventes et les profits déclarés par ces entreprises lorsqu'on ne peut suivre et contrôler l'existence et la circulation des reçus?

Il nous semble qu'il s'agit là d'un procédé adopté sciemment dans le but de brouiller les pistes et d'empêcher toute vérification.

EVALUATION DU CHIFFRE
D'AFFAIRES POUR 1977

L'enquête a démontré que les chiffres d'affaires que notre comptable a pu constater pour l'ensemble des entreprises et pour l'année 1977 sont très inférieurs à ce qu'ils ont été en réalité.

Les instruments de travail dont disposait le comptable, très incomplets, sont les suivants:

- La compilation des reçus de vente;
- Les dépôts bancaires;
- La comptabilité de ces entreprises.

Réperons que la tenue de livres convenable était à peu près inexistante, que la compilation des dépôts bancaires est incomplète vu l'absence du produit des ventes au comptant, qu'il est impossible de contrôler tous les reçus de vente.

PUBLICITE SYMPATHIQUE - CHIFFRE D'AFFAIRES POUR 1977 DE
NEUF MAISONS DE SOLLICITATION

SOMMAIRE

	<u>SOLLICITATION</u>	
	<u>NOMBRE</u>	<u>MONTANT</u>
Ladusoca Inc. - Gaber Inc.	11	\$ 540 271
Maison d'Editions H.M. Inc.	26	465 811
Promotions Publicitaires Belmont Inc.	5	356 858
Les Publications Milo Inc.	12	313 547
Guide Téléphonique de Montréal Inc.	2	202 461
Promotions de la Couronne Enrg.	4	88 196
Gestion Ville et Village Inc.	2	46 577
Les Publications Sécurité du Québec Inc.	1	30 946
Publicité Condor Inc.	1	23 153
	<u>64</u>	<u>\$2 067 820</u>

LADUSOCA - GABER INC.
 COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
 1977

<u>COMPILATION DES RECUS</u>	<u>MONTANT</u>
38 ième Congrès - Convention Nationale de l'Union des Facteurs	\$ 87 181
Journal Sportif de la Police	72 840
Journal d'Hygiène et de Santé Publique du Québec	39 095
Québec Radio Patrouille	29 427
Association des Anciens Combattants "Samuel de Champlain"	10 455
Tournoi Pee Wee Montréal Métropolitain	4 147
Association Québécoise des Travailleurs Accidentés	3 750
Service d'Information Visuelle	830
Programme Tournoi Provincial Hockey Atome	345
L'Information du Chômeur	295
Club Omni-Sport	90
	<u>\$248 455</u>

DEPOTS BANCAIRES

Agence de Publicité Ladusoca Inc.	\$369 263	
moins: articles retournés	9 796	
	<u>\$359 467</u>	
Les Promotions Gaber Inc.	184 915	
moins: articles retournés (chèques refusés ou sans provision etc.)	4 111	
	<u>\$180 804</u>	<u>\$540 271</u>

MAISON D'EDITIONS H.M. INC.
 COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
 1977

<u>COMPILATION DES RECUS</u>	<u>MONTANT</u>
Journal de Prévention contre le Feu	\$125 056
L'Historien	90 909
Optimiste Jeunesse	48 428
Le Journal de l'Age d'Or	46 341
L'Informateur	30 999
Journal des Aveugles	18 417
Le Brigadier	13 987
Drogue Information	13 813
Tournoi Provincial Pee Wee Anjou	10 657
Guide de Protection contre le Feu	10 407
Journal des Loisirs	8 105
Journal de la Société de St-Vincent de Paul	7 570
Pollution	7 362
Journal du Tournoi National de Baseball Bantam Inc.	6 665
Bout-en-train	6 185
Le Nordet	4 070
Manuel du Travailleur à Domicile	3 925
10 ième Carnaval des Loisirs de St-Victor	3 120
Le Journal du Baseball Amateur	2 505
Tournoi Les Sportives de Montréal	1 495
Ligue de Hockey Mineur de Montréal A.A. Inc.	955
Journal des Amis de la Boxe Amateur	570
Le Cristallin	560
Face à la Justice	530
Journal du Hockey Amateur	445
Le Bulletin de l'Age d'Or	45
	<u>\$463 121</u>

MAISON D'EDITIONS H.M. INC.
COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
1977

DEPOTS BANCAIRES

MONTANT

montant déposé	\$496 285
moins: articles retournés (chèques refusés ou sans provision etc.)	30 474
	<u>\$465 811</u>

PROMOTIONS PUBLICITAIRES BELMONT INC.
 COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
 1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>DEPOTS BANCAIRES</u>
Sourd Québécois	\$ --	\$183 907
Scout Jeunesse	255	16 550
Journal de l'Environnement	--	12 175
Franc Jeu	--	72 761
Association des Inspecteurs en Hygiène Publique du Québec	17 430	77 089
		<hr style="width: 100%;"/>
		362 482
 moins: articles retournés (chèques refusés ou sans provision etc.)		 5 624
	<hr style="width: 100%;"/>	<hr style="width: 100%;"/>
	\$17 685	\$356 858
	<hr style="width: 100%;"/>	<hr style="width: 100%;"/>

LES PUBLICATIONS MILO INC.
 COMPILATION -vs- COMPTABILITE
 1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>COMPTABILITE</u>
Association des Vétérans de Guerre de Montréal Inc.	\$ 8 860	\$ 28 131
Guide d'Achat du Consommateur	24 775	1 110
Association des Hommes d'Affaires et Professionnels du Québec	7 450	32 875
Journal au Service de la Protection de la Santé et de l'Hygiène	4 995	40 556
Bulletin Provincial sur les Permis et Taxes d'Affaires	4 910	30 287
Guide Général de l'Impôt sur le Revenu	2 790	30 683
Revue d'Information de l'Impôt sur le Revenu	2 235	39 823
Guide Touristique Municipal et Régional	1 145	792
L'Echo du Consommateur	50	3 511
Guide d'Achat pour la Protection du Consommateur	--	126 292
Revue S.O.S. Drogue Aide	--	195
Programme pour la Prévention des Incendies	--	1 006
		<u>335 261</u>
moins: articles retournés (chèques refusés ou sans provision etc.)		21 714
	<u>\$57 210</u>	<u>\$313 547</u>

GUIDE TELEPHONIQUE DE MONTREAL INC.
 COMPILATION -vs- COMPTABILITE
 1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>COMPTABILITE</u>
Association Police Internationale	\$ 49 150	\$ 45 628
Association des Vétérans de Guerre de la Police du District de Montréal	153 311	<u>139 731</u>
		185 359
moins: ventes annulées		<u>4 533</u>
	<u>\$202 461</u>	<u>\$180 826</u>

PROMOTIONS DE LA COURONNE ENRG.
COMPILATION -vs- COMPTABILITE
1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>COMPTABILITE</u>
Association des Enseignants de la Banlieue de Québec	\$12 025	\$ N/D
Programme du Souvenir	12 657	N/D
Québec Auto Patrouille	23 929	N/D
Régionale des Jeunes Chambres de Québec	39 585	N/D
	<u>\$88 196</u>	<u>\$67 308</u>

GESTION VILLE ET VILLAGE INC.
 COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
 1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>DEPOTS BANCAIRES</u>
Revue Politique Québécoise	\$26 481	\$ N/D
Jeunesse Sports et Loisirs	1 770	N/D
		<hr style="width: 50%; margin-left: auto; margin-right: 0;"/> 48 329
moins: articles retournés (chèques refusés, sans provision etc.)		1 752
	<hr style="width: 50%; margin-left: auto; margin-right: 0;"/> <u>\$28 251</u>	<hr style="width: 50%; margin-left: auto; margin-right: 0;"/> <u>\$46 577</u>

LES PUBLICATIONS SECURITE DU QUEBEC INC.
COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>DEPOTS BANCAIRES</u>
Publications Sécurité du Québec	<u>\$30 946</u>	<u>\$21 260</u>

PUBLICITE CONDOR INC.
COMPILATION -vs- DEPOTS BANCAIRES
1977

	<u>COMPILATION</u>	<u>DEPOTS BANCAIRES</u>
Revue Drogue Aide	<u>\$23 153</u>	<u>\$16 533</u>

CHAPITRE IV

RECOMMANDATIONS

RECOMMANDATIONS

Suite à son enquête sur le phénomène de la sollicitation frauduleuse à l'occasion des campagnes de souscription et de ventes d'annonce, la Commission de Police du Québec, en conformité au mandat qui lui avait été donné à cette fin par le Lieutenant Gouverneur en Conseil, tout en soumettant le présent rapport à l'Honorable Procureur Général du Québec, recommande ce qui suit:

Qu'une législation soit mise au point dans les plus brefs délais et proposée à l'Assemblée Nationale, législation de portée assez vaste pour qu'elle puisse s'appliquer à tout fonctionnaire, qu'il soit à l'emploi d'une corporation municipale, d'une communauté urbaine, du gouvernement du Québec ou de ses régies, organismes, agences, offices ou commissions, y compris les membres de tout corps de police, de pompiers ou de prévention des incendies et prohibant sous peine de sanctions sévères à ces personnes, de solliciter directement ou indirectement ou de faire solliciter pour elles par d'autres personnes en leur nom ou au nom d'une association dont le nom comprend le nom de leur poste ou fonction, auprès du public en général, pour quelque fin que ce soit.

Que l'avant-projet de loi sur la sollicitation à des fins philanthropiques, tel qu'ébauché par l'Office de la Protection du Consommateur, soit définitivement mis au point et déposé dans les meilleurs délais devant l'Assemblée Nationale après qu'on y aura ajouté les dispositions nécessaires permettant la prescription par l'Office de règlements devant s'appliquer à la sollicitation par téléphone.

Que cette même loi permette des règlements devant prescrire aux entreprises spécialisées dans la sollicitation auprès du public:

a) l'obligation d'établir à la satisfaction de l'Office de la Protection du Consommateur le pourcentage réel du coût d'administration d'une campagne de souscription sous forme de pourcentage par rapport à l'objectif (la somme d'argent visée) de la campagne;

b) l'obligation de déposer dans un compte en fidéicomis auprès de personnes ou institutions autorisées à tenir et à administrer de tels comptes, les argents perçus lors d'une campagne de souscription, afin de garantir l'exécution de toutes les obligations contractées envers les tiers par ces entreprises, de même que la tenue de livres, de registres et de tout autre document prescrit par l'Office de la Protection du Consommateur, auxquels un représentant de l'Office pourra avoir accès en tout temps.

c) l'obligation d'obtenir le consentement préalable au début de toute campagne de souscription de chacun des officiers ou employés de l'entreprise devant utiliser le service du téléphone pour fin de sollicitation, afin que les lignes téléphoniques utilisées soient l'objet de surveillance et d'écoute et que les conversations de ces personnes avec les souscripteurs sollicités soient enregistrées.

Qu'en vertu de cette même loi, les entreprises spécialisées dans la sollicitation de même que les organismes philanthropiques aient l'obligation de soumettre à l'Office pour approbation préalable, tout document, pamphlet, projet de réclame, reçu ou autre document devant servir pour les fins d'une campagne de sollicitation.

Que telle loi prévoie qu'à défaut de satisfaire entre autre à semblables exigences, par décision de l'Office de la Protection du Consommateur, il puisse être interdit à un organisme philanthropique de même qu'à une entreprise spécialisée dans la sollicitation, d'entreprendre une campagne de souscription, ce qui constituerait, à défaut d'un permis, une infraction assortie d'une peine sévère, et que toujours par décision

de l'Office, pour cause, un permis préalablement accordé puisse être révoqué ou suspendu et les argents perçus saisis par l'Office et remboursés aux souscripteurs.

RECOMMANDATIONS RELATIVES
AUX ACCUSATIONS

Les audiences publiques ont pris fin le 21 novembre 1978 et les circonstances font que le présent rapport doit vous être remis au plus tard le 21 décembre. Or, la Commission, accaparée par l'audition d'une preuve complexe et difficile n'a pu en cours de route établir de façon précise et définitive les recommandations qu'elle a à vous faire au sujet des accusations à être portées.

Les crimes que nous avons pu déceler sont d'une nature particulière et nécessitent, afin de ne porter préjudice à personne, une analyse en profondeur de la preuve, en relation avec la loi et la jurisprudence. Nous sommes en matière de fraude, et l'on sait les nuances que comportent de tels crimes.

Il est bon de souligner que, comme lors de toute enquête antérieure de notre Commission, les témoins ont bénéficié de la protection de la loi; en sorte qu'il faut faire abstraction de leur témoignage et scruter la preuve parallèle qui pourrait les incriminer.

La Commission est d'avis que dans certains cas, la preuve étant suffisamment claire, le Procureur Général est justifié de porter immédiatement des accusations. Par ailleurs, la Commission recommande au Procureur Général d'analyser la preuve avec minutie pour déterminer la responsabilité criminelle des individus en matière de fraude, de fraude contre le public en général et de complot pour fraude.

La Commission, lorsqu'elle a mis en branle ce dossier, a toujours été persuadée qu'il fallait dénoncer une situation auprès du public afin de prévenir celui-ci contre les exploiters, de manière à ce que ces maisons de publicité trompeuse ne recevant plus d'appui, finissent par disparaître. Et la Commission croit avoir fait un pas important dans cette direction.

La Commission, en terminant, recommande encore une fois de tout mettre en oeuvre afin que ces exploiters soient traduits devant les cours de justice après que la preuve aura été disséquée minutieusement et prudemment.

Montréal, ce 20 décembre 1978

COMMISSION DE POLICE DU QUEBEC

Juge Denys Dionne, membre

Juge Jacques Coderre, membre

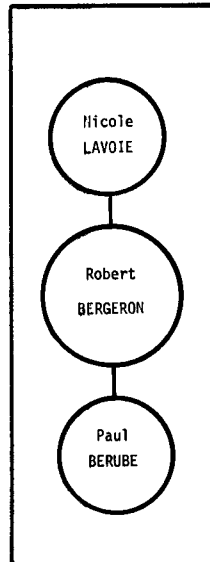
M. Roméo Courtemanche, membre

ANNEXE I

PROMOTIONS PUBLICITAIRES BELMONT INC.

IMPRIMERIE EMPRESS INC.

1610 BOUL. PROVENCHER BROSSARD.



EMPLOYEES

RAYMOND CARLE	GILLES ROUSSEL
HELENE BERNIER	MARIO BERTRAND
RODRIGUE BLANCHARD	CAROLE BOUCHER
YVON CHABOT	DENISE CHICOINE
RICHARD CHICOINE	SERGE DAIGNEAULT
ROBERT DAVID	MAHON DOYON
JEAN GUY DUCHARME	GILLES GAGNE
ALAIN GRAVEL	LORENZO GUILLEMETTE
MARCEL GUILLEMETTE	CLAUDE HARVEY
THERESE LABELLE	MONIQUE LANCTOT
NOELLA LANGLOIS	ANNA MARIGLIANO
MARIE MERCIE MEHU	DIANE MESSIER
GHISLAIN PELLETIER	ROBERT PHEENEY
MARCEL PREVOST	LOUISE QUESSY
ROLAND RATTE	SYLVIE RICHER
JEAN RIOUX	LAURENT ROY
SYLVIE ST-JEAN	Mlle. STE-CROIX
ANDRE THIBEAULT	FERNAND TRUDEAU
ALAIN VERSAILLES	

TELEPHONES

879-1539
879-1451
879-1810
879-1545
879-1739
879-1475
879-1709
879-9146
379-9093
879-9094
879-1740
879-1741
879-1742
879-1004
879-1145
879-1070
879-1071

WATTS LINE

875-0707
875-1471
875-1477
879-1746
879-1747
879-1748

LE SOURD QUEBECOIS
" CENTRE DES LOISIRS DES SOURDS DE MONTREAL "

Raymond DEWAR Président
Luc MICHAUD Vice Prés.
Michel LAMARRE Secrétaire
2545 rue Chapleau Mt1.

12 MEMBRES
550 ABONNES

SCOUT - JEUNESSE

Florian BERNARD Rédacteur en Chef
16 Place du Fort - Repentigny P.Q.
1610 E. boul. Provencher Brossard

1000 MEMBRES

FRANC - JEU
" FEDERATION DU SPORT SCOLAIRE DU QUEBEC "

Jean FOISY-MARQUIS Rédacteur en Chef
1415 est, rue Jarry Mt1.

JOURNAL L'ENVIRONNEMENT
" LA SOCIETE POUR VAINCRE LA POLLUTION "

Pierre LACOMBE
c.p. 65 Place d'Armes Mt1.

550 MEMBRES

ASSOCIATION DES INSPECTEURS EN HYGIENE PUBLIQUE DU QUEBEC

Pierre DUFRESNE Président
René COTE Vice Prés.
Jean Paul SEGUIN Secrétaire
c.p. 1172 station St-Laurent
1375 Côte Vertu St-Laurent

75 à 100 MEMBRES

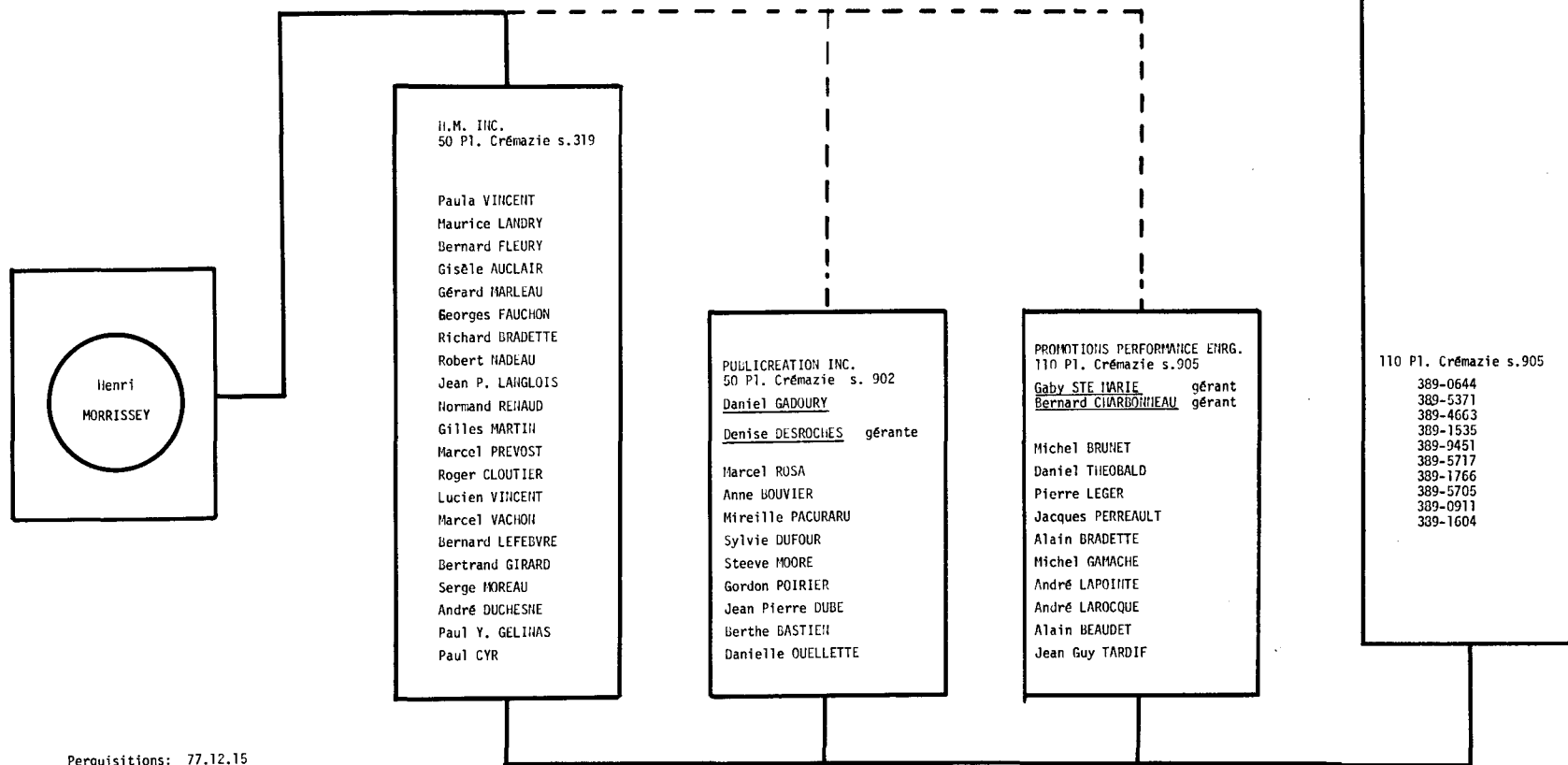
REVUE " PETITE ET MOYENNE ENTREPRISE "

Robert BERGERON Président
Paul BERUBE Vice Prés.
1610 E. boul. Provencher, Brossard

PERQUISITION: 78.01.27

R.L. C.U.M. 78.07.19

MAISON D'EDITIONS H.M. INC.
50 PLACE CRÉMAZIE o. S.319



Perquisitions: 77.12.15

R. L. 73.03.24

L'INFORMATEUR

" Mensuel d'information des Québécois "
Les Editions H.M. Inc.
50 Place Crémazie s. 319

LE JOURNAL DU BASEBALL AMATEUR

Edition Dynamique (H.M. Inc.)
977 rue Jean Talon o.

JOURNAL DES LOISIRS

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

JOURNAL DES AVEUGLES

Editions H.M. Inc.
50 Place Crémazie o. s.319

LE CRISTALLIN

" Journal officiel de l'Institut National
Canadien pour les Aveugles "
Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

DROGUE INFORMATION

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

POLLUTION

Editions H.M. Inc.
50 Place Crémazie o. s.319

LE BRIGADIER

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

LE BULLETIN DE L'AGE D'OR

Editions H.M. Inc.
50 Place Crémazie o. s.319

Le JOURNAL DE L'AGE D'OR

Editions H.M. Inc.
50 Place Crémazie o. s.320

JOURNAL DE PREVENTION CONTRE LE FEU

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.
50 Place Crémazie o. s.319
s.320

GUIDE DE PROTECTION CONTRE LE FEU

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

MANUEL DU TRAVAILLEUR A DOMICILE

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

L'HISTORIEN

Editions H.M. Inc.
50 Place Crémazie o. s.320

JOURNAL DU HOCKEY AMATEUR

Editions H.M. Inc.
977 rue Jean Talon o.

LE NORDET

" Camp Familial et Communautaire "
Renaud Lafontaine Président
500 boul. Tournesol, Entre Lacs, Qué.

80 MEMBRES

LE BOUT EN TRAIN

Frère M. BESSETTE S.C. Directeur
Lac Sacré Coeur, St-Théodore de Chertsey

TOURNOI LES SPORTIVES DE MONTREAL

Raymond TOUCHETTE Président
Jacques MELANCON Organisateur
50 Place Crémazie o. s.320

FACE A LA JUSTICE

" Journal Officiel Ligue des Droits de l'Homme "
J.C. BERNHEIM Directeur

JOURNAL DE LA SOCIETE ST-VINCENT DE PAUL

" Conférence de St-Léonard "
F. DE MARCO Président
G. CHAMPOUX Sec. Trés.

LIGUE DE HOCKEY MINEUR DE MONTREAL A.A. INC.

Jean TROTTIER Président
Claude COTE Secrétaire
50 Place Crémazie o. s.320

TOURNOI PROVINCIAL HOCKEY PEE WEE ANJOU

Luc MARTIN Responsable
Centre Activités Sportives Anjou
8750 Place Chaumont, Anjou

10^e CARNAVAL - LOISIRS ST-VICTOR

Cécile GAMELIN Présidente
Comité des Loisirs St-Victor
2600 rue Fletcher, MtL.

60 MEMBRES
&
BENEVOLES

OPTIMISTE JEUNESSE

" Club Optimiste St-Léonard de MtL, Inc.
Philippe CABANA Président
Gaëtan TREMBLAY Responsable du Journal
50 Place Crémazie o. s.319

LE JOURNAL DES VETERANS

" Journal Officiel des Vétérans de Guerre "
Paul GERVAIS Président

27 MEMBRES

TOURNOI NATIONAL DE BASEBALL BANTAM INC.

Jean Guy BROWN Président
Pierre BERNIER Coordonnateur
Bernard FLEURY Information
2010 rue Lepailleur MtL.

LE JOURNAL DES AMIS DE LA BOXE AMATEUR

Reggie CHARTRAND Président
A. Serge GAGNON Vice Prés.
Marcel LAVIGNE Secrétaire
50 Place Crémazie o. s.320

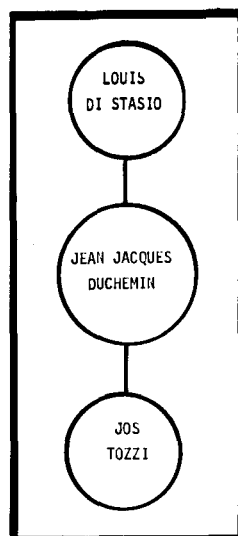
250 MEMBRES

CITOYEN DES ONDES

" Journal C'B' - Club Radio Social Laval Inc."
Serge CHAMPAGNE Directeur du Club
Maurice LEVEILLE Rédacteur
c.p. 38 Succursale Vimont, Laval.

AGENCE DE PUBLICITÉ LADUSOCA

8694 ST DENIS MTL.



ALAIN BRADETTE
 MICHEL BILODEAU
 HECTOR BILODEAU
 BENOIT D'AMOUR
 PIERRE GIRARD
 MICHEL LEFEBVRE
 PIERRE MARTIN
 NORMAND PITRE
 SIMON SEVER
 BERNARD JANELLE
 NORMAND LAUREVILLE

TELEPHONES
 388-4743
 388-6612
 388-8082
 388-6795
 388-4593
 388-3848
 388-0853
 388-7738
 388-0476
 388-1913
 388-1648
 388-1268
 388-1781
 388-2713

LE JOURNAL SPORTIF DE LA POLICE
 Roger DUGAS Directeur
 LES EDITIONS SOLEX
 c.p. 40 station Delorimier Mtl.

ASSOCIATION DES ANCIENS COMBATTANTS "SAMUEL DE CHAMPLAIN"
 Marcel LADELLE Président
 Armand TURCOTTE Vice Prés.
 Secrétaire
 c.p. 219 station Delorimier Mtl.
 c.p. 186 station Ahuntsic Mtl.
 466 de la Couronne Québec.

ASSOCIATION CANADIENNE DES CHEFS DE POMPIERS INC.
 E. THERRIEN Responsable
 c.p. 219 station Rosemont Mtl.

ASSOCIATION QUEBECOISE DES TRAVAILLEURS ACCIDENTES INC.
 Lionel W. PREVOST Président
 P. CADOTTE de HELLE Vice Prés.
 9652 boul. Gouin est Mtl.

38^e CONGRES - COINVENTION NATIONALE DE L'UNION DES FACTEURS
 J. Charles MERCIER Responsable
 c.p. 219 station Rosemont Mtl.
 c.p. 40 station Delorimier Mtl.

JOURNAL HYGIENE ET SANTE PUBLIQUE DU QUEBEC
 René LOISELLE Rédacteur
 3604 rue St Denis Mtl.

QUEBEC RADIO PATROUILLE
 Romain DUBÉ Fondateur
 Denise DUBÉ Présidente
 c.p. 62 Terrebonne P.Q.

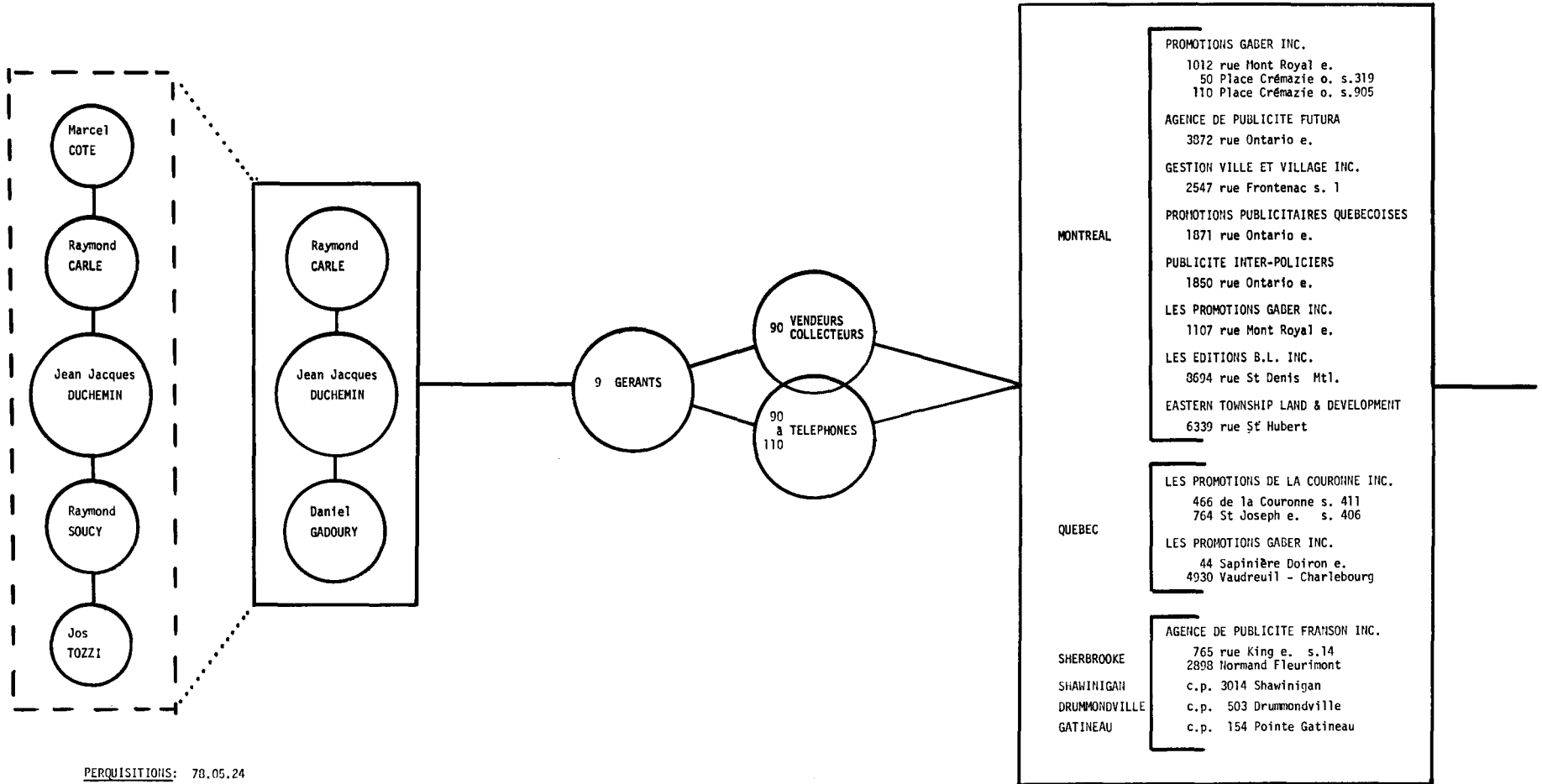
TOURNOI "PEE WEL" MONTREAL METRO (1977 - 1978)
 André THOMAS Président
 Jean BELANGER Trésorier

PERQUISITION : 77.09.29

R. LEGER Agent C.U.M.
 78.07.12

LES PROMOTIONS GABER Inc.

110 PLACE CREMAZIE o. S.905



PERQUISITIONS: 78.05.24

R. Léger 78.03.23

JOURNAL SPORTIF DE LA POLICE

Roger DUGAS Directeur
c.p. 40 Station Delorimier Mtl.

QUEBEC RADIO PATROUILLE

Romain DUBE Fondateur
Denise DUBE Présidente
c.p. 62 Terrebonne P.Q.
3372 rue Ontario e. Mtl.

SERVICE DE SAUVETAGE DU QUEBEC INC.

Romain DUBE Président
Denise DUBE Vice Prés.
643 Thérèse La Plaine Co. Terrebonne
c.p. 40 Station Delorimier Mtl.
c.p. 503 Drummondville P.Q.

ASSOCIATION DES ANCIENS COMBATTANTS "SAMUEL DE CHAMPLAIN" MTL.

Marcel LABELLE Président
Armand TURCOTTE Vice Prés.
c.p. 219 Station Delorimier Mtl.
c.p. 186 Station Anuntsic Mtl.
466 de la Couronne s. 411 Québec

LE CONSEIL DES CHEVALIERS DE COLOMB

Fernand COTE Grand Chevalier
c.p. 40 Station Delorimier Mtl.

ASSOCIATION QUEBECOISE DES TRAVAILLEURS ACCIDENTES INC.

Lionel W. PREVOST Président
P. CADOTTE de HELLE Vice Prés.
2547 rue Frontenac Mtl.
9652 Boul. Gouin e. Mtl.

2800
MEMBRES

CLUB X M ROUTIER INC.

Rolland GOSSELIN
c.p. 1524 Trois Rivières

UNION SPORTIVE ET ATHLETIQUE INC. DE MONTREAL
JOURNAL DU CLUB OMNI-SPORT

Bernard BIRADE
1290 St Denis s. 20 Mtl.
c.p. 503 Drummondville P.Q.

LIGUE DE QUILLES DES FONCTIONNAIRES DU QUEBEC
" SECTION MONTREAL "

Adrien DURVILLEAU Président
J.P. LEBLAIC Trésorier
2287 Harvard Mtl.

LE JOURNAL DES AMIS DE LA BOXE AMATEUR

Reggie CHARTRAND Président
A. Serge GAGNON Vice Prés.
Marcel LAVIGNE Secrétaire
50 Place Crémazie o. suite 320

COMITE ORGANISATEUR CONVENTION DE L'UNION DES FACTEURS
" C.O.C.U.F. " 38 1ème congrès

J. Charles MERCIER Responsable
c.p. 219 Station Rosemont Mtl.
c.p. 40 Station Delorimier Mtl.

ASSOCIATION DES CADRES SCOLAIRES DU QUEBEC

Fernand LANGLOIS Directeur Général
Roger CARETTE Président
Rosaire PLOURDE Vice Prés.
Claude DUFOUR Secrétaire
Gilles BOUSQUET Trésorier
1050 boul. Masson Québec

1551
MEMBRES

ASSOCIATION DES OFFICIERS EN BATIMENTS DU QUEBEC INC.

Julien DUMONT Président
Raymond MENARD Sec. Trés.
Yvon CAMPBELL Vice Prés.
J. Louis GONEAU Vice Prés.

300
MEMBRES

JOURNAL HYGIENE ET SAITE PUBLIQUE DU QUEBEC INC.

René LOISELLE Rédacteur
8694 rue St Denis Mtl.

ASSOCIATION CANADIENNE DES CHEFS DE POMPIERS ENRG.

E. THERRIEN Responsable
c.p. 219 Station Rosemont Mtl.

CERCLE AMISOPRO

Club Social des Employés du Gouvernement du Québec Inc.

Roger LAUZON Président
50 place Crémazie o. suite 319
4850 Pierre Bernard Mtl.

LE NORDET

Camp Familial et Communautaire
Renaud LAFONTAINE Président
500 boul. Tournesol, Entre Lacs Qué.

80 MEMBRES

LIGUE DE HOCKEY MINEUR DE MONTREAL A.A. INC.

Jean TROTTIER Président
Claude COTE Secrétaire
50 Crémazie o. suite 320

TOURNOI NATIONAL DU BASEBALL BANHAM ST-VICTOR INC.

Jean Guy BROUIN Président
Pierre BERNIER Coordonnateur
Bernard FLEURY Information
2010 rue Lepailleur Mtl.
c.p. 503 Drummondville P.Q.

TOURNOI PROVINCIAL HOCKEY ATOME ST-VICTOR INC.

Jean Guy BROWH Président
Pierre BERNIER Vice Prés.
2010 rue Lepailleur Mtl.

TOURNOI LES SPORTIVES DE MONTREAL

R. TOUCHETTE Président
J. MELANCON Organisateur
J. MARCHAND Responsable
50 Crémazie o. suite 320

TOURNOI PROVINCIAL HOCKEY PEE WEE ANJOU

Luc MARTIN Responsable
8750 Place Chaumont, Anjou (C.A.S.A.)

L'HISTORIEN

50 Place Crémazie suite 320

JOURNAL SOCIETE ST-VINCENT DE PAUL

(Conférence St-Léonard)
F. DE MARCO Président
G. CHAMPOUX Sec. Trés.

CLUB OPTIMISTE ST-LEONARD DE MONTREAL INC.

OPTIMISTE - JEUNESSE

Philippe CABANA Président
Gaëtan TREMLAY Responsable du journal
50 Place Crémazie o. suite 319

CLUB RICHELIEU HENRI-BOURASSA INC.

Victor CAYER Président
Gérald A. TAYLOR Vice Prés.
3200 boul. Henri Bourassa e. MtL Nord

40 MEMBRES

LE BOUTE-EN-TRAIN

Frère M. BESSETTE S.C. Directeur
Lac Sacré Coeur, St-Théodore de Chertsey

JOURNAL " CLUB DES POMPIERS BRICOLEURS ENRG' "

Maurice LEVESQUE Président
Adrien LACHAPPELLE Sec.Trés.
443 rue Caty MtL.
c.p. 421 Montréal Nord

REVUE SPORTIVE DES CORPS POLICIERS INC.

Jean BOURGEOIS Président
André VERDY Vice Prés.
c.p. 421 Montréal Nord

SERVICE D'INFORMATION VISUELLE ENRG.

Rolland DESMARAIS Président
c.p. 456 Succursale "H" MtL.

L'INFORMATION DU CHOMEUR ENRG.

Rolland DESMARAIS Président
c.p. 503 Drummondville
50 Place Crémazie o. suite 319

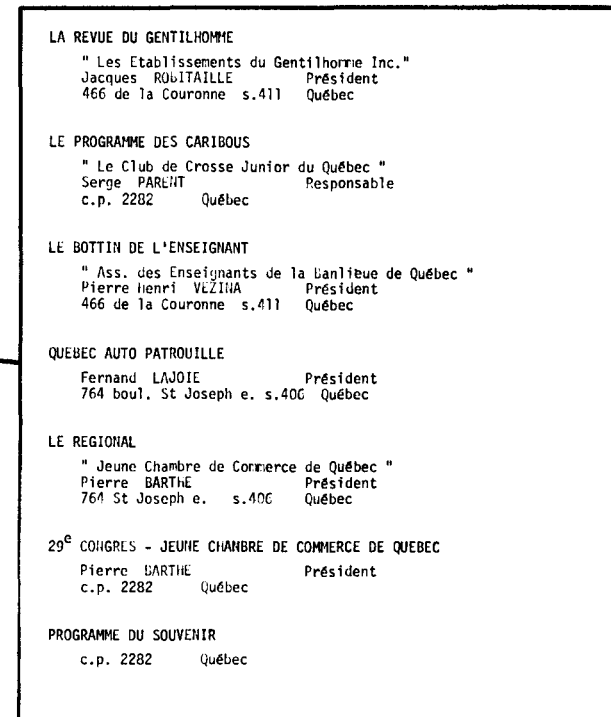
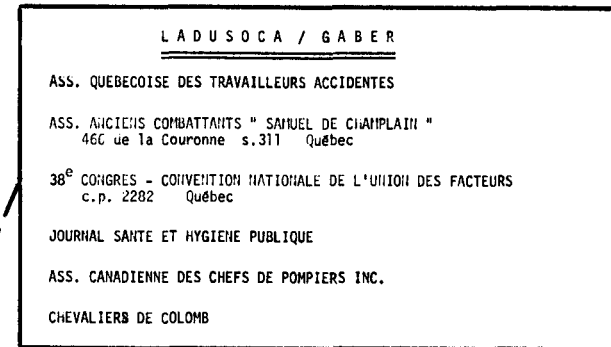
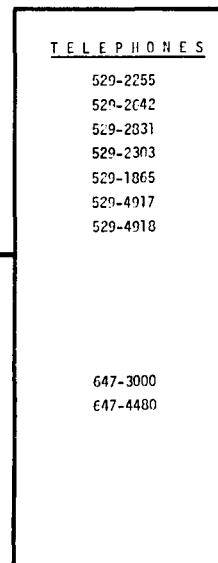
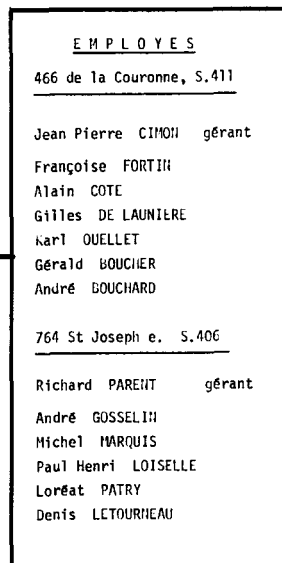
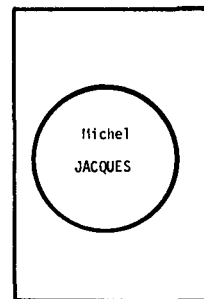
REVUE " AIDES-TOI ""

Service d'aide aux détenus
Rolland DESMARAIS
c.p. 456 Succursale "H" MtL.

LES PROMOTIONS DE LA COURONNE ENRG.

466 DE LA COURONNE S.411 QUÉBEC

764 ST JOSEPH E. S.406 QUÉBEC

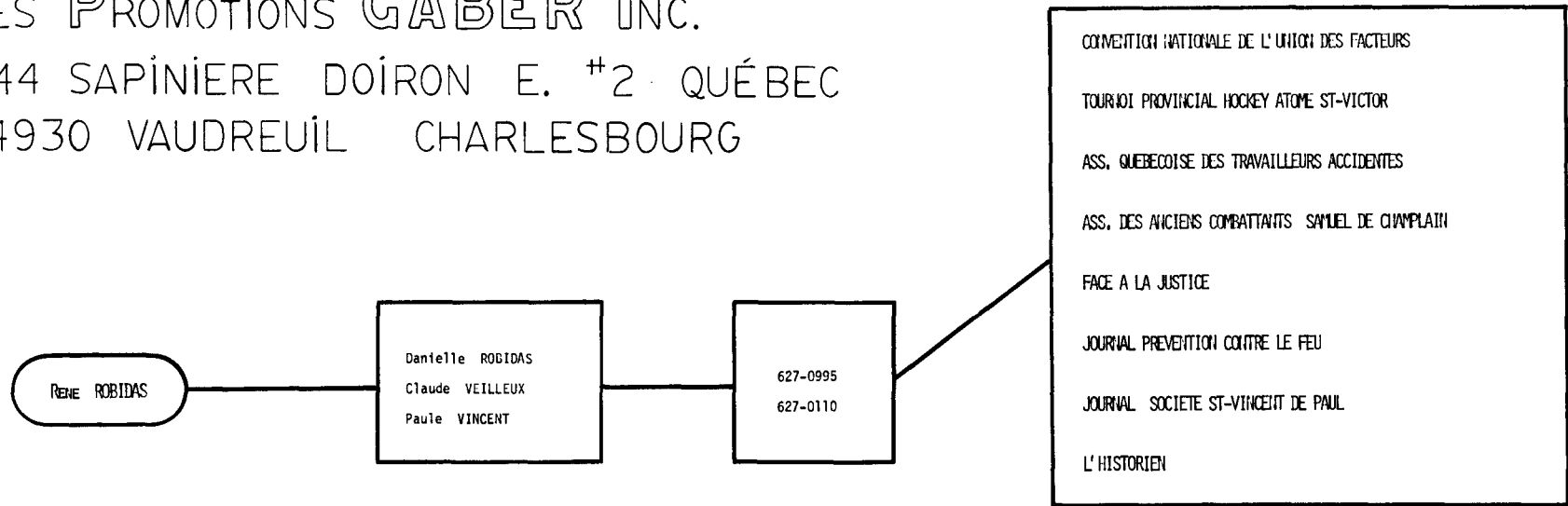


Perquisitions: 78.04.05

R. L. 78.08.28

LES PROMOTIONS GABER INC.

44 SAPINIÈRE DOIRON E. #2 QUÉBEC
4930 VAUDREUIL CHARLESBOURG

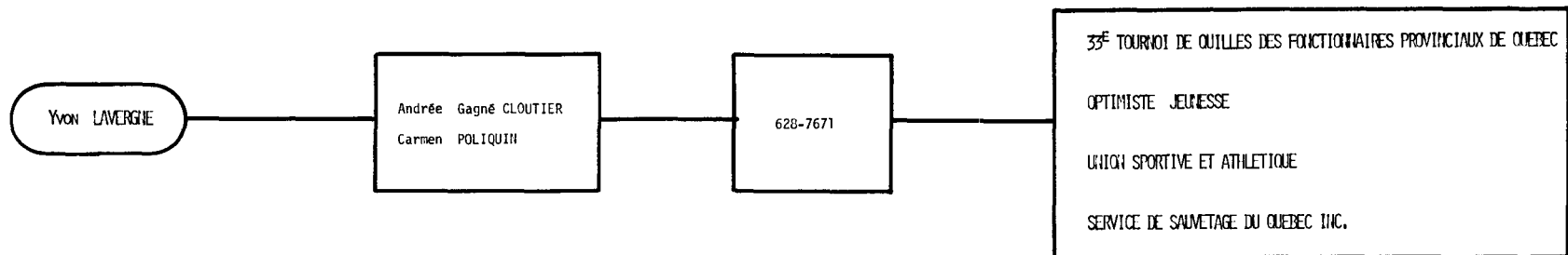


GERANTS

EMPLOYES

TELEPHONES

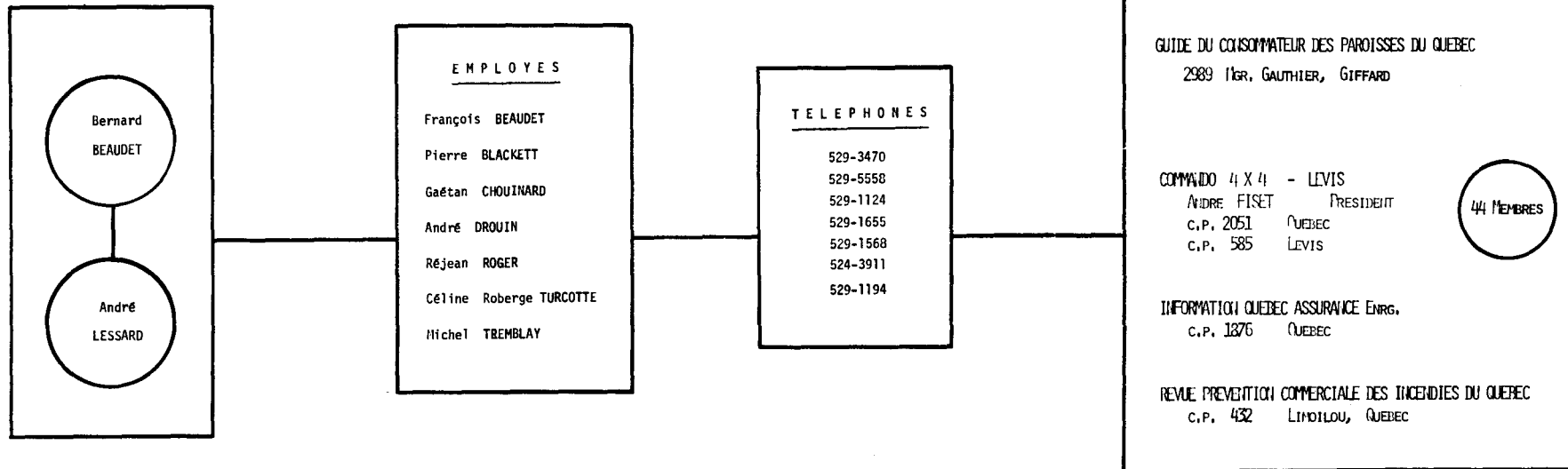
LES VENTES



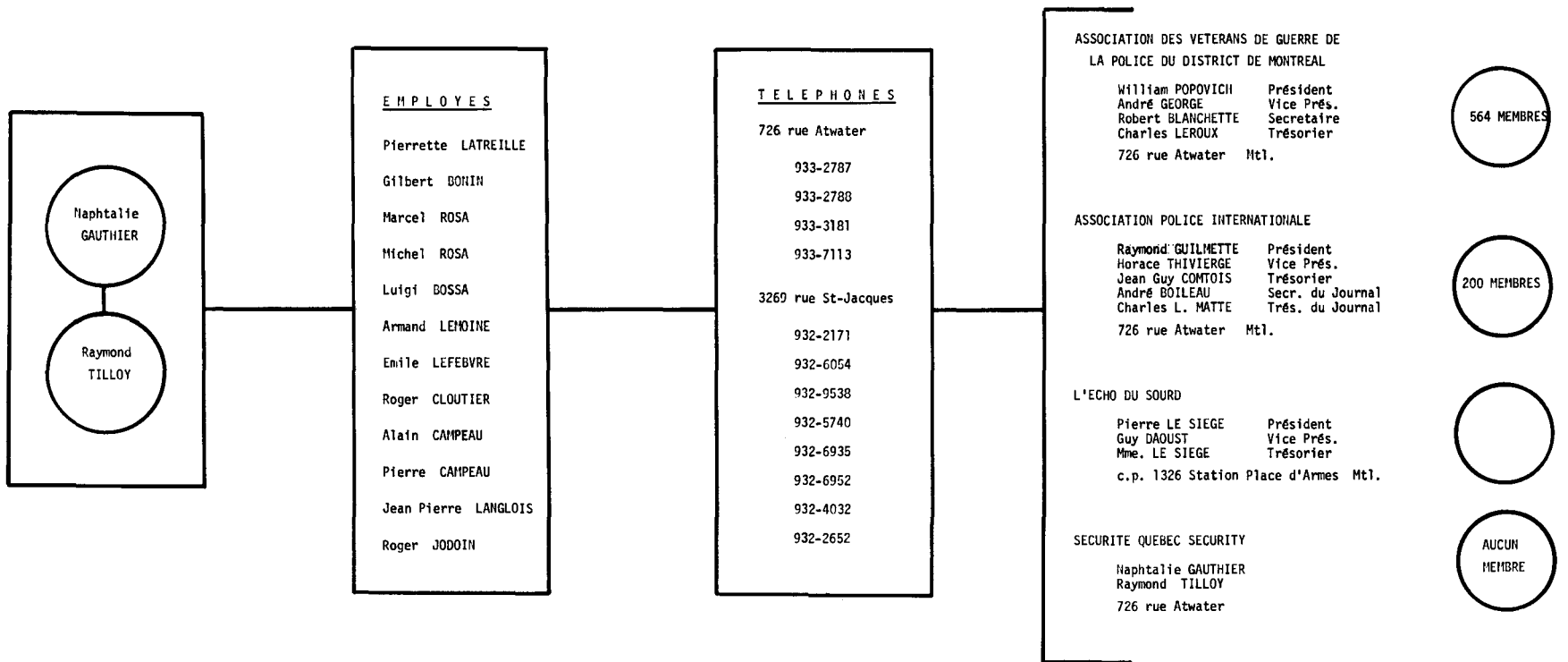
Perquisitions: 78.04.05

R.L. 78.08.28

LES PUBLICATIONS B.L. ENRG.
2305 BENOIT XV QUÉBEC



LE GUIDE TÉLÉPHONIQUE INC. — LES PUBLICATIONS SÉCURITÉ DU QUÉBEC INC.
 726 ATWATER 3269 ST-JACQUES O.

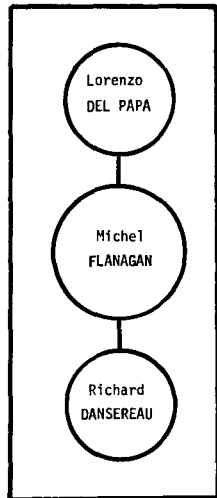


PERQUISITIONS: 77.11.04

R. Léger 78.08.21

LES PUBLICATIONS MILO INC.

2215 JEAN TALON E. MTL.



EMPLOYES

Noëlla ARSENAULT	Hélène LAVALLEE
Jean Maurice BOUDREAU	Louis MAILLE
Monique CANET	Micheline MALETTE
Linda CARON	Micheline MANELLI
Yvon CHABOT	Christiane MORIN
Nicole COMTOIS	Hélène Ducharme HEROIN
Donald DE GRASSE	Jocelyne NOBERT
Jean DESLAURIERS	Lyn OUELLETTE
André DESMARAIS	Debbie PATTERSON
Thérèse DUBE	Jean Claude PREVOST
Jean Guy DUCHARME	Mary RAYNOR
Paul G. DUCHARME	France RIOPEL
Robert DUCHARME	Johanne Pelletier RIOUX
Roger FLANAGAN	Guy ROCHON
Serge FOREST	Raymond ST CYR
Roger GAUTHIER	Lise TALBOT
Gérard T. GAUTHIER	Madeleine TALBOT
Gerry HABIB	Cécile THERIAULT
Jean Pierre HUARD	Denise TRUDEAU
André JEAN	Gabriel VAILLANCOURT
Claudette LAFORTUNE	Lucie ZUMMO
Réal LALUMIERE	

TELEPHONES

376-0341
376-0505
376-0562
376-1101
376-1393
376-1875
376-1878
376-1882
376-1941
376-2040
376-2308
376-2372
376-2717
376-2859
376-3031
376-3358
376-3542
376-3686
376-3708
376-3904
376-4489
376-4500
376-4548
376-4650
376-4690
376-4716
376-5464
376-5701
376-6440
376-7417
376-7554
376-7944
376-8761
376-8763
376-8769
376-9066
376-9535
376-9625
376-9817
376-9980

LIGNES WATT -

901-7113 / 376-0613
902-2229 / 376-4196
902-7103 / 374-2471
902-7114 / 376-0614
902-7121 / 376-8701

ASSOCIATION DES HOMMES D'AFFAIRES PROFESSIONNELS DU QUEBEC INC.
LES PUBLICATIONS MILO INC.
2215 rue Jean Talon e. Mt1.

600/700
MEMBRES

GUIDE TOURISTIQUE MUNICIPAL ET REGIONAL
LES PUBLICATIONS MILO INC.
c.p. 513 Station Youville Mt1.

GUIDE D'ACHAT DU CONSOMMATEUR
LES PUBLICATIONS MILO INC.
2215 rue Jean Talon e. Mt1.

BULLETIN PROVINCIAL SUR LES PERMIS ET TAXES D'AFFAIRES
LES PUBLICATIONS MILO INC.
c.p. 416 Station Rosemont Mt1.
c.p. 321 Station Beaubien Mt1.

REVUE D'INFORMATION SUR L'IMPOT SUR LE REVENU
LES PUBLICATIONS MILO INC.
c.p. 416 Station Rosemont Mt1.

JOURNAL SERVICE PROTECTION PAR LA SANTE ET L'HYGIENE
LES PUBLICATIONS MILO INC.
c.p. 416 Station Rosemont Mt1.

L'ECHO DU CONSOMMATEUR
LES PUBLICATIONS MILO INC.
c.p. 533 Station Youville Mt1.

PROGRAMME - PREVENTION INCENDIES
LES PUBLICATIONS MILO INC.

GUIDE GENERAL IMPOT SUR LE REVENU
LES PUBLICATIONS MILO INC.
c.p. 321 Station Beaubien Mt1.

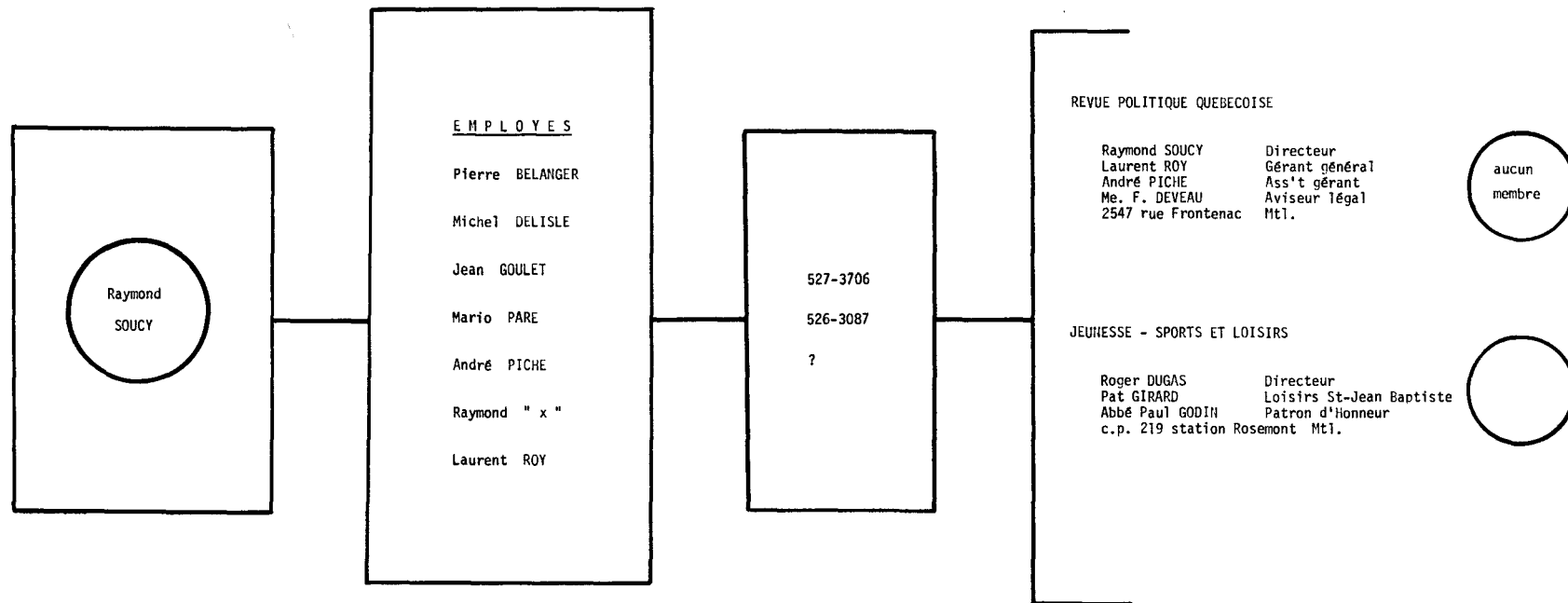
S.O.S. DROGUE AIDE ENRG.
LES PUBLICATIONS MILO INC.

ASSOCIATION DES VETERANS DE GUERRE DE MONTREAL
Paul GERVAIS Président
c.p. 155 Succursale "C" - Mt1.

27
MEMBRES

GESTION VILLE ET VILLAGE INC.

2547 FRONTENAC MTL.



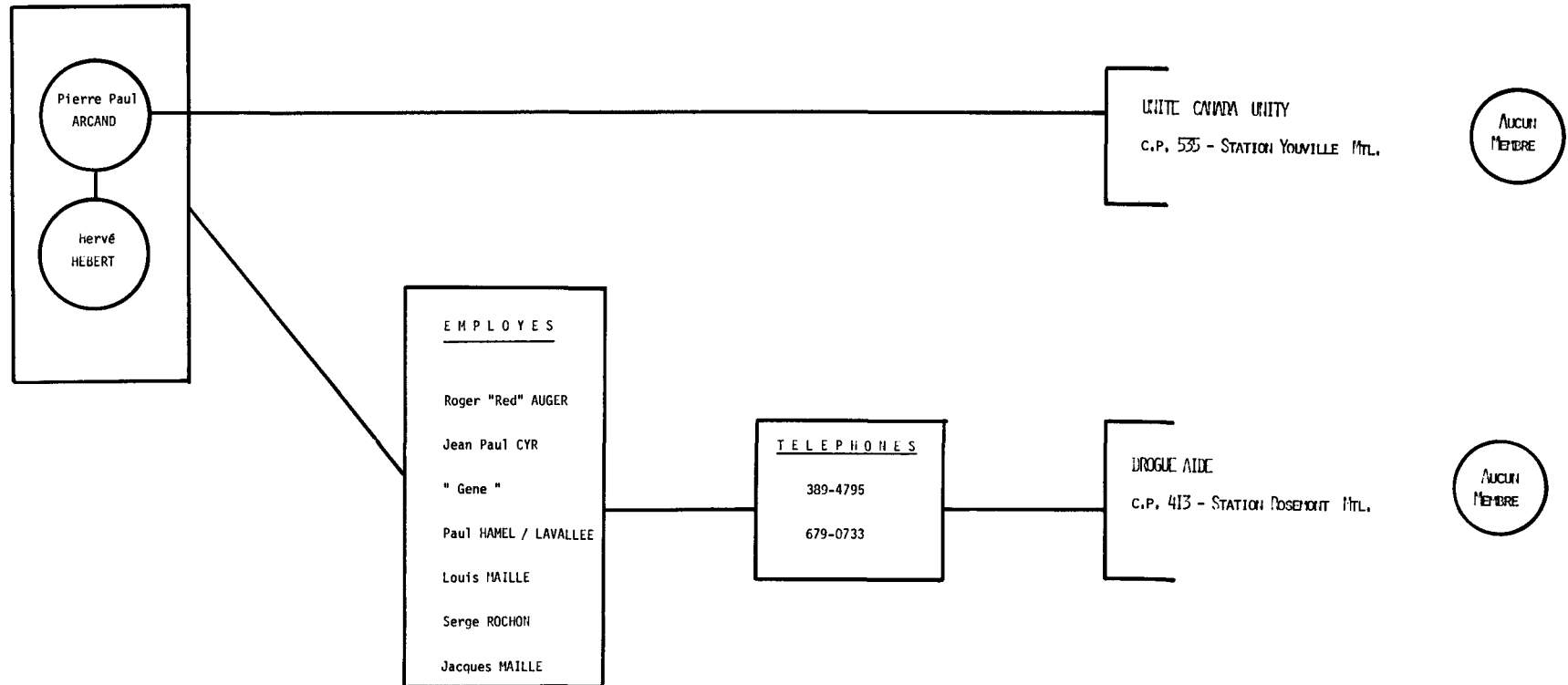
PERQUISITION: 77.12.07

R.L. C.U.M. 78.07.18

PUBLICITÉ CONDOR Inc.

8257 ST-DENIS MTL.

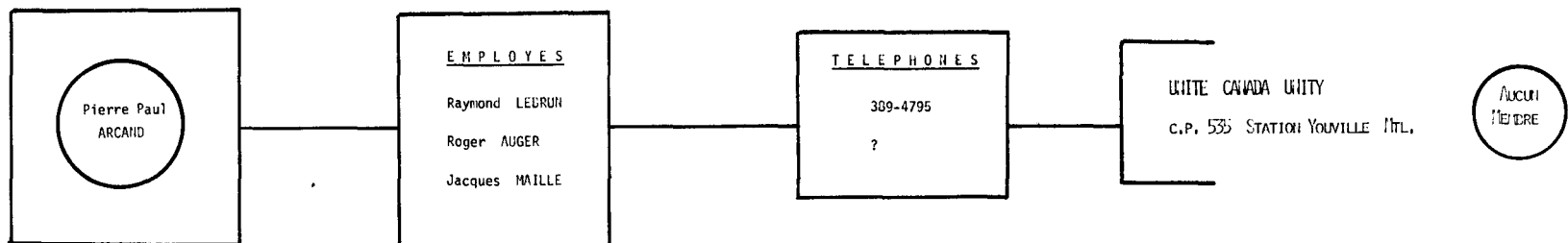
565 ST-CHARLES o. #109 LONGUEUÏL



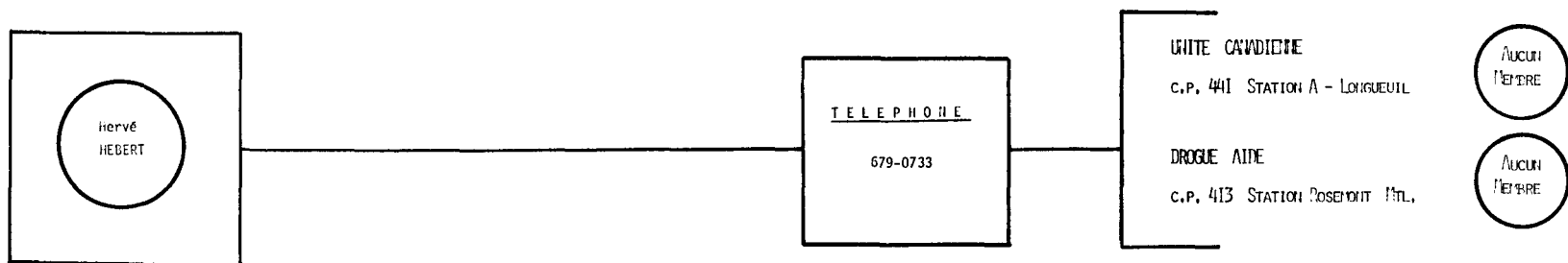
PERQUISITION: 77.12.29

R. Léger 78.08.16

UNITE CANADA UNITY 8257 ST-DENIS



UNITE CANADIENNE 565 ST CHARLES o. LONGUEUIL



Perquisitions: 78.08.03

R. Léger 78.08.16

ANNEXE 11

**POLICIERS MEMBRES DE L'EQUIPE
DU PROJET "CRESUS"**

André Leduc, Sergent
Sûreté du Québec

Gilles Gagnon, Sergent-détective
S.P.C.U.M.

Jacques Lauzon, Agent
Sûreté du Québec

Camillien Côté, Sergent
S.P.C.U.M.

Jean-Pierre Brisson, Agent
Sûreté du Québec

Royal Léger, Constable
S.P.C.U.M.

Jean-Pierre Poirier, Agent
Sûreté du Québec

Yvon Brunelle, Constable
S.P.C.U.M.

Nelson Emond, Agent
Sûreté du Québec

Rhéal Vermette, Constable
S.P.C.U.M.

**Achévé d'imprimer à
Québec en décembre 1978, sur
les presses du Service des impressions en régie
du Bureau de l'Éditeur officiel
du Québec**

 **Éditeur officiel**
Québec

Bibliothèque de l'Assemblée nationale



QL A 034 906