

## **CONSTATATIONS DÉTAILLÉES — GROUPLICATION**

### **10.1**

#### Description de l'entreprise

**M. Brault et son épouse, Joane Archambault, ont lancé Groupaction Marketing Inc. (« Groupaction ») en 1982.**

**Les principales entreprises actives du groupe étaient les suivantes :**

- a) Groupaction Marketing - principale société de publicité et de marketing;**
- b) Alléluia Design (« Alléluia ») - société spécialisée dans le domaine de la conception artistique et du graphisme.**

**En novembre 1997, Groupaction Nouveaux Médias (« Groupaction ») a été constituée en société. Elle devait travailler dans le domaine des médias interactifs et des sites Internet.**

## 114 Qui est responsable? Vérification juricomptable

En mai 1998, Impact Splash a été constituée en société. Cette dernière était censée offrir des services de communication en relation avec des événements et des commandites pour le gouvernement du Canada et pour le secteur privé.

J. Brault, par le truchement de 3522610 Canada Inc., s'est porté acquéreur des actifs de Gosselin Communications Stratégiques, avec prise d'effet le 1<sup>er</sup> octobre 1998. La compagnie à numéro a fonctionné sous le nom de Groupaction Gosselin Communication Stratégique et changé son nom en 2002 pour devenir Gosselin Relations Publiques.

En octobre 1999, Communication Groupdirect a été constituée en société. En janvier 2001, la compagnie a été achetée par Jean Lafleur Communication Marketing.

En plus des sociétés actives susmentionnées, trois compagnies ont été créées afin d'acheter les quatre bâtiments occupés par Groupaction et par des sociétés actives apparentées.

Les pièces C-291(A), pages 3 à 7, contiennent des organigrammes du groupe de sociétés appartenant à M. Brault.

## 10.2

### Processus de sélection du gouvernement

#### 10.2.1 Premières transactions de Groupaction avec le gouvernement du Canada

En janvier 1995, Groupaction a obtenu son premier contrat de publicité du CRTC. Le 2 juillet 1996, la société obtenait son premier contrat des PSC, bien avant le processus de sélection concernant les PSC que devait lancer le SPPOP (voir ci-dessous).

#### 10.2.2 Processus de sélection

Le tableau ci-dessous présente les processus de sélection connus que Groupaction a remporté directement ou indirectement en tant que membre du consortium sélectionné. Les pièces P-416(A) et P 416(B) donnent la liste de tous les processus de sélection répertoriés.

Tableau 67 : Groupaction - Sélection d'agence

Date du rapport final	Ministère fédéral	Agence ou consortium lauréat
1993	Justice	Consortium comprenant Groupaction
9 décembre 1994	Commission de la radio et de la télévision du Canada	Groupaction
17 mai 1995	Revenu Canada – Région du Québec	Groupaction
23 novembre 1995	Agriculture et agroalimentaire Canada	P.A.C.T. (Palmer Jarvis / Groupaction / Compass Communications / The Ouellet Partnership)
28 avril 1997	TPSGC (Contrats des PSC)	Groupaction et 9 autres agences
26 novembre 1997	Secrétariat du Conseil du Trésor du Canada	Groupaction
2 février 1999	Ministère de la Défense nationale	Groupaction
1 <sup>er</sup> septembre 2000	Bureau d'Information du Canada	Consortium Ensemble (Comfi / Groupaction / Vickers & Benson / Compass / Palmer Jarvis)
13 décembre 2000	Industrie Canada	Vision 4 (Acart / Palmer Jarvis / Groupaction)
11 mai 2001	TPSGC	Groupe Everest Gosselin; Lafleur; Groupaction; TNC Milboom; Compass; Amada; Bristol; Comfi <sup>19</sup>

## 10.3

### Contrats du gouvernement

#### 10.3.1 Contrats des PSC

Les sociétés détenues par Jean Brault ont administré des contrats de PSC d'une valeur totale de 89,5 millions de dollars. Groupaction a administré 60,8 millions de dollars, Gosselin Relations Publiques 23,1 millions et Lafleur Communication 5,6 millions de dollars. Sur la valeur totale des contrats de 89,5 millions de dollars, 60,1 ont fait l'objet de contrats directs à Média/I.D.A. Vision sous la forme de directives.

#### **Contrats des PSC confiés à Groupaction**

Entre les années financières du gouvernement 1996-1997 et 2001-2002, Groupaction a administré des contrats de PSC représentant une valeur totale de 60,8 millions de dollars, comme le précise la pièce C 292, pages 2 à 23, et comme le résume le tableau suivant :

<sup>19</sup> Les firmes Gosselin Relations Publiques, Lafleur Communication et Groupaction étaient toutes contrôlées par Jean Brault au moment où TPSGC a lancé ce concours

## 116 Qui est responsable? Vérification juricomptable

Tableau 68 : Contrats des PSC administrés par Groupaction pour les années financières du gouvernement de 1996-1997 à 2002-2002

Année	Contrats confiés à Groupaction	Directives concernant Média/D.A. Vision	Total
1996-1997	830 000	-	830 000
1997-1998	10 404 058	-	10 404 058
1998-1999	3 884 960	10 924 345	14 809 305
1999-2000	2 065 260	9 629 750	11 695 010
2000-2001	1 105 648	13 208 900	14 314 548
2001-2002	<u>1 644 994</u>	<u>7 130 000</u>	<u>8 774 994</u>
Total	<u>19 934 920 \$</u>	<u>40 892 995 \$</u>	<u>60 827 915 \$</u>

### Contrats des PSC confiés à Gosselin Relations Publiques

Entre les années financières du gouvernement 1998-1999 et 2002-2003, après avoir été acheté par by Brault, Gosselin Relations Publiques (« GRP ») a administré des contrats des PSC d'une valeur totale de 23,1 millions de dollars, comme le précise la pièce 271, pages 2 à 21, et comme le résume le tableau suivant :

Tableau 69 : Contrats des PSC administrés par Gosselin Relations Publiques pour les années financières du gouvernement de 1998-1999 à 2002-2003

Année	Contrats à GRP	Directives à Média/D.A. Vision	Total
1998-1999	1 921 310	264 500	2 185 810
1999-2000	3 788 940	3 831 660	7 620 600
2000-2001	3 640 041	1 909 000	5 549 041
2001-2002	412 595	6 177 915	6 590 510
2002-2003	<u>14 070</u>	<u>1 099 975</u>	<u>1 114 045</u>
Total	<u>9 776 956 \$</u>	<u>13 283 050 \$</u>	<u>23 060 006 \$</u>

### **Contrats des PSC confiés à Lafleur Communication**

Entre le 17 janvier 2001, date à laquelle la société a été achetée par Brault, et l'année financière du gouvernement 2002-2003, Lafleur Communication Marketing a administré pour 5,6 millions de dollars de contrats des PSC, comme le montre la pièce P-216, pages 2 à 42, et comme le résume le tableau suivant :

Tableau 70 : Contrats des PSC administrés par Lafleur Communication Marketing pour les années financières du gouvernement 2000-2001 à 2002-2003

Année	Contrats à Lafleur	Directives à Média/I.D.A. Vision	Total
2000-2001	2 240	-	2 240
2001-2002	94 701	5 332 010	5 426 711
2002-2003	<u>3 484</u>	<u>155 250</u>	<u>158 734</u>
Total	<u>100 425 \$</u>	<u>5 487 260 \$</u>	<u>5 587 685 \$</u>

### **10.32** Contrats de publicité

Entre 1994-1995 et 2002-2003, Groupaction a fait office d'agence de communication pour des contrats de publicité d'une valeur maximale de 112,1 millions de dollars. Une importante partie de ces contrats a été octroyée en 2000-2001 (47,3 millions de dollars) et en 2001-2002 (31,5 millions de dollars). Une liste complète des contrats de publicité est jointe à l'annexe 10 du présent rapport.

Sur les 112,1 millions de dollars en question, 81,2 millions au moins étaient constitués par du placement média. En qualité d'agence de communication, Groupaction pouvait prélever une commission de 11,75 % sur les achats d'espace médias.

Les 30,1 millions de dollars restants représentent les coûts de production incluant des honoraires et des commissions de Groupaction, des versements à des sous-traitants et d'autres coûts directs.

## 10.4

### Administration des contrats

#### 10.4.1 Constats relatifs aux contrats des PSC

#### **Événements des PSC importants administrés par Groupaction.**

En tout, 42,3 millions de dollars, soit 69,5 % de tous les contrats des PSC administrés par Groupaction de 1996-1997 à 2001-2002, concernaient des événements de Groupe Polygone et d'Expour. Ce pourcentage est passé à 87,3 % pour les années 1999-2000 à 2001-2002, comme l'indique le tableau suivant :

Tableau 71 : Contrats des PSC administrés par Groupaction en liaison avec des événements de Groupe Polygone et d'Expour pour les années financières du gouvernement 1996-1997 à 2001-2002

Année	Total des contrats des PSC	Contrats reliés à des événements de Groupe Polygone et d'Expour	
		\$	%
1996-1997	830 000	-	0,0 %
1997-1998	10 404 058	\$3 538 458	34,0 %
1998-1999	14 809 305	8 388 499	56,6 %
1999-2000	11 695 010	9 891 000	84,6 %
2000-2001	14 314 548	12 597 900	88,0 %
2001-2002	<u>8 774 994</u>	<u>7 889 592</u>	<u>89,9 %</u>
Total	<u>60 827 915 \$</u>	<u>42 305 449 \$</u>	<u>69,5 %</u>

Une liste détaillée des événements en question fait l'objet de l'annexe 4. Voici quelques autres contrats des PSC importants qui ont été administrés par Groupaction :

- Jeux olympiques de Nagano - 5,95 millions de dollars;
- programme d'information dans les journaux communautaires - 3,6 millions de dollars;
- analyses d'opportunités (3) - 1,63 million de dollars;
- CD-Rom Dessin Animé (Mimi) - 1,3 million de dollars (plus un autre contrat EP041 inclus dans la catégorie « publicité », en vertu du véhicule contractuel utilisé);
- Grand Prix du Canada - 1,26 million de dollars.

### **Rémunération pour Groupe Polygone et Expour**

Comme on peut le constater à l'annexe 20, Groupaction et ses sociétés apparentées ont reçu 2,1 millions de dollars de Groupe Polygone, d'Expour ou d'autres sociétés contrôlées par Luc Lemay. Les dossiers comptables des compagnies de Groupaction indiquent que ces fonds correspondent à des honoraires réclamés pour toute une diversité de services, notamment pour les services de gestion de salons d'activités physiques et sportives de plein air ou d'autres salons dont M. Lemay faisait la promotion.

### **Commissions prélevées sur les sommes sous-traitées à des parties apparentées**

Pour exécuter les contrats des PSC, Groupaction recourait aux services de ses sociétés apparentées, surtout Alléluia et Groupaxion.

Les services fournis à Groupaction par Alléluia et Groupaxion étaient généralement facturés au gouvernement du Canada moyennant le prélèvement d'une commission de 17,65 %, au passage, sur les sommes facturées par les sociétés apparentées.

### **Travail facturé au gouvernement du Canada mais non confirmé par les dossiers des sous-traitants**

La nature des services décrits dans les facturations intercompagnies était souvent vague et les méthodes de calcul des sommes facturées sont rarement indiquées.

Par exemple, Alléluia a émis une facture à Groupaction pour des coûts de production de 38 000 \$ associés au Grand Prix du Canada de 1998 (pièce C-309, pages 64 à 67). La facture en question décrit les honoraires associés à la recherche, aux maquettes, au montage et à la production de matériel pour divers panneaux.

Les sommaires du système comptable d'Alléluia précisent la nature des travaux exécutés et le nombre d'heures facturé par personne pour tout projet ou dossier. Le sommaire accompagnant la facture du Grand Prix de Montréal n'indique cependant aucun coût précis quant aux activités indiquées dans la facture (recherche, maquettes, production de matériel pour diverses affiches) et n'indique pas non plus le nombre d'heures de travail des employés d'Alléluia.

## 120 Qui est responsable? Vérification juricomptable

Grouaction a fait payer au gouvernement du Canada une commission de 17,65 %.

### **Non-obtention de devis**

Les contrats des PSC exigeaient que Grouaction obtienne trois devis pour tout contrat sous-traité de plus de 25 000 \$.

D'après notre examen des documents, il ressort que Grouaction n'a pas obtenu les trois devis pour des contrats sous-traités de 25 000 \$ ou plus avant 2001. Nous avons cru comprendre que, durant l'année financière du gouvernement 2001-2002, à la suite du resserrement des normes de gestion de TPSGC et de Communications Canada, Grouaction a commencé à envoyer des devis à TPSGC pour les budgets de production dans le cas des événements de Groupe Polygone et d'Expour.

### 10.4.2 Constats relatifs aux contrats de publicité

#### **Non-obtention de devis**

Les contrats de publicité exigeaient que Grouaction obtienne trois devis pour les contrats de 25 000 \$ ou plus qui étaient sous-traités. D'après les contrats de publicité examinés par Kroll, il ressort que le Grouaction n'a pas obtenu trois devis pour de tels contrats avant 2001.

#### **Commissions prélevées sur les sommes sous-traitées à des parties apparentées**

D'après les contrats de publicité examinés par Kroll, Grouaction a facturé au gouvernement du Canada une marge sur le travail réalisé par Alléluia, société de conception artistique et de graphisme associée à Grouaction.

## 10.5

### Constats relatifs à des événements particuliers

Nous avons tiré les constats suivants après un examen des événements particuliers des PSC administrés par Grouaction :

### 10.5.1 Commentaires généraux - Événements associés au Groupe Polygone et à Expour

- Expour et Groupe Polygone ont réalisé plus de 25 millions de dollars de bénéfice avant impôts durant les années où ils ont reçu des fonds des PSC (pour plus de détails, voir la partie 11.4 du rapport). Durant la même période, le chiffre d'affaires réalisé grâce au gouvernement du Canada a représenté 35,5 % des revenus de Groupe Polygone et 46,1 % de ceux d'Expour, comme l'indique la pièce P-329, points 1, 2 et 11.
- Les sociétés de M. Lemay ont payé en tout 4,8 millions de dollars à PluriDesign Canada.
- Les sociétés de M. Lemay ont versé en tout 2,1 millions de dollars aux sociétés de J. Brault.
- Le montant des commandites a considérablement diminué à compter de 2000-2001 pour certains salons (voir le détail à la partie 1.2 de l'appendice F), tandis que le gouvernement du Canada a continué de bénéficier de la même visibilité.

### 10.5.2 Almanach du Peuple

- L'objet de cet événement était de conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada dans l'*Almanach du Peuple*, publication annuelle éditée et produite par Groupe Polygone. Des exemples de cette visibilité sont donnés à l'appendice J du présent rapport.
- Pour ce qui est du contenu reçu, le gouvernement du Canada a payé un tarif par page supérieur au taux de publicité annoncé dans *Almanach du Peuple*.
- Pour l'édition 2002 de cet almanach, le gouvernement du Québec a acheté environ 80 pages de contenu (78 pages plus la deuxième page de couverture et la tranche) au coût de 58 000 \$, ce qui représente 725 \$ par page. Dans la même édition de l'*Almanach du Peuple*

le gouvernement du Canada a acheté 116 pages de contenu pour un montant de 525 000 \$ (somme qui n'inclut pas le budget de production ni la commission versée aux agences), ce qui représente un coût par page d'environ 4 500 \$ soit six fois plus que le prix à la page payé par le gouvernement du Québec.

### 10.5.3 Magazines nationaux et régionaux

- Ces événements avaient officiellement pour objet de conférer une certaine visibilité au gouvernement du Canada dans les magazines édités, publiés ou administrés par Groupe Polygone. Des exemples de cette visibilité sont donnés à l'appendice I du présent rapport.
- Lors de notre examen de la documentation disponible, nous n'avons trouvé aucun document établissant la valeur de la visibilité dont le gouvernement du Canada aurait bénéficié.

M. Lemay a adressé une lettre à Groupaction, le 26 juillet 2002, pour décrire la visibilité conférée au gouvernement du Canada dans le cadre des événements « Magazines nationaux - régionaux ». En fait, une partie de cette visibilité renvoie à d'autres événements des PSC (comme les capsules radiophoniques), d'après ce que l'on peut constater à l'appendice I du présent rapport. Il semble que l'on ait mentionné deux événements distincts des PSC pour faire ressortir la valeur de cette visibilité.

### 10.5.4 Journal de Montréal et Journal de Québec

- D'après les informations examinées, la visibilité conférée par cet événement a été assurée par la publication de 21 encarts distribués dans le *Journal de Montréal* et dans le *Journal de Québec*, en 21 occasions. Le gouvernement du Canada ayant payé en tout 2,9 millions de dollars, cela représente environ 137 000 \$ par encart. L'appendice K du présent rapport donne un exemple de ce type de visibilité.
- Aucune des informations que nous avons examinées n'indiquait que la DGSCC a approuvé les encarts en question et la visibilité conférée, avant leur publication.

- Groupe Polygone et Groupaction n'ont pas reçu d'information indiquant le degré de visibilité conféré par l'opération (par exemple, quant au nombre d'encarts distribué).

### 10.5.5 Capsules radiophoniques

- Ces événements avaient officiellement pour objet de financer une série de campagnes axées sur des messages radiophoniques fournissant des conseils sur divers sujets, comme la chasse, la pêche et les activités de plein air, l'économie, la santé, l'environnement, l'agriculture et l'alimentation, la sécurité et le logement. Des exemples de ce type de visibilité sont donnés à l'appendice H du présent rapport.
- Le gouvernement du Canada était la seule source de financement des capsules radiophoniques ayant représenté des contrats d'une valeur totale de 15,9 millions de dollars.
- Les capsules radiophoniques concernaient la production et la diffusion de messages radiophoniques. Ces étapes étaient conformes à la campagne de publicité.
- Dans les campagnes de publicité, ce sont généralement les agences de référence qui s'occupent du placement média, celles-ci adressant des documents qui expliquent la valeur des placements média à la DGSCC ou à Communications Canada. Or, ce ne fut pas le cas avec les capsules radiophoniques.
- La totalité des sommes correspondant aux PSC a été payée à Groupe Polygone. Groupe Polygone n'a pas fourni à la DGSCC ni à Communications Canada de ventilation des coûts associés à cet événement ni des sommes effectivement versées pour l'achat de temps d'antenne.
- Les messages radiophoniques ont permis aux narrateurs et à leurs véhicules commerciaux de bénéficier d'une visibilité ou d'une publicité gratuites. Par exemple, *Sentier Chasse-Pêche*, magazine appartenant à M. Lemay, a bénéficié d'une publicité gratuite dans les messages radiophoniques.

### 10.5.6 Salons

- Ces événements avaient officiellement pour objet de financer les expositions ou les salons de chasse, de pêche et d'activités de plein air, de même que quelques salons ou expositions concernant l'agriculture et les Premières nations.

#### **Salon National du Grand Air de Québec (1999-2000)**

- L'édition 2000 du *Salon National du Grand Air* de Québec a été annulée par Expour.
- La totalité de la commandite (333 043 \$) et les commissions d'agences applicables (49 957 \$) avaient déjà été versées à Expour, à Groupaction et à Média/I.D.A. Vision au moment de l'annulation.
- Avant de prendre sa retraite, M. Guité a envoyé une lettre à Groupaction et Expour pour leur ordonner de remplacer les événements annulés par d'autres événements, afin de donner au gouvernement du Canada la visibilité promise.
- Dans le cas de quatre salons régionaux (St-Jérôme, Drummondville, Baie-Comeau et Rouyn-Noranda), Expour a dû assumer des coûts de 5 250 \$ au titre de l'opération de « remplacement » de la visibilité. Ce coût comprenait la location de stands où Groupe Polygone a fait la promotion de son magazine *Sentier Chasse-Pêche*.

#### **Salon International de la Machinerie Agricole (1999-2000)**

- L'édition 2000 du Salon International de la Machinerie Agricole a été annulée à cause d'une déchirure dans le toit du Stade olympique.
- La totalité de la commandite (508 695 \$) et la commission d'agence applicable (76 305 \$) avaient déjà été payées à Expour, Groupaction et Média/I.D.A. Vision au moment de l'annulation.
- Avant de prendre sa retraite, M. Guité a envoyé une lettre à Groupaction et Expour pour leur ordonner de remplacer les

événements annulés par d'autres événements, afin de donner au gouvernement du Canada la visibilité promise.

- Nous n'avons trouvé, ni dans les dossiers du gouvernement, ni dans les documents fournis à la Commission par Groupe Polygone, aucune information établissant que le gouvernement du Canada a bénéficié d'une visibilité de remplacement.

### **Salons chasse et pêche - Trois-Rivières et Sherbrooke**

- Expour a reçu 1,6 million de dollars de fonds des PSC, entre 1998-1999 et 2002-2003, pour les salons de chasse et pêche à Trois-Rivières (804 348 \$) et à Sherbrooke (804 348 \$).
- Contrairement aux salons de Montréal, de Québec, de Chicoutimi et de Rimouski, Expour n'était pas le promoteur des événements à Trois-Rivières et à Sherbrooke. C'est plutôt Gaétan Mondoux et sa société, Exposition C.P., qui en assuraient la promotion.
- Expour a payé 100 000 \$ à Exposition C.P. entre 1999 et 2003 pour acquérir les droits de commandites associés à ces deux salons.
- D'après la description détaillée contenue dans les factures de PluriDesign, Expour a également versé à PluriDesign Canada 1 million de dollars en honoraires pour ces événements, soit 485 475 \$ pour celui de Trois-Rivières et 530 125 \$ pour celui de Sherbrooke.
- Les dossiers financiers d'Expour que nous avons examinés ne font mention d'aucun autre coût important associé à ces événements.

### **Salons régionaux de chasse et pêche**

- Expour a reçu 525 000 \$ en fonds des PSC en 2000-2001 pour des salons de chasse et pêche régionaux.
- Des fonds additionnels des PSC de 250 000 \$ ont également été approuvés pour des salons régionaux de chasse et pêche en 2001-2002.

Expour a reçu 125 000 \$ et le solde n'a pas encore été payé par le gouvernement du Canada.

- Expour a négocié la visibilité du gouvernement du Canada dans les salons régionaux. Les documents associés à ces événements indiquent que quatre ou cinq salons régionaux ont ainsi assuré une certaine visibilité au gouvernement du Canada.
- Contrairement aux salons de Montréal, de Québec, de Chicoutimi et de Rimouski, Expour n'était pas le promoteur de ces salons régionaux.
- Les factures que nous avons retrouvées pour certains salons régionaux (Rouyn-Noranda, Baie-Comeau et St-Jérôme) indiquent qu'Expour a payé 1 000 \$ par salon aux organisateurs des événements pour obtenir de la visibilité au nom du gouvernement du Canada, soit un total d'environ 5 000 \$. Ce faisant, Expour a empoché 520 000 \$ sur les 525 000 \$ versés par le gouvernement du Canada en 2000-2001. En 2002-2002, les coûts étaient semblables.
- Expour a également payé à PluriDesign Canada 90 000 \$ d'honoraires relativement à cet événement, en 2000-2001. Cette somme correspond à des descriptions détaillées qui apparaissent dans les factures de PluriDesign.
- À l'examen des dossiers financiers d'Expour, nous n'avons pas relevé d'autres coûts importants outre les 5 000 \$ payés au titre de la visibilité dans le cadre de ces événements.

### **Rendez-Vous Autochtone**

- Rendez-Vous Autochtone est un événement qui se déroule dans le cadre du Salon National du Grand Air de Montréal. Rendez-Vous Autochtone a bénéficié d'un financement direct des PSC en 2000-2001 (245 000 \$) et en 2002-2002 (230 000 \$).

- Le Salon National du Grand Air de Montréal bénéficiait déjà de sommes importantes au titre des PSC : 1 063 750 \$ en 2000-2001 et 1 110 960 \$ en 2001-2002.
- Il convient de remarquer que les demandes pour les deux événements n'ont pas été envoyées à la DGSCC en même temps. Celle concernant le Salon National du Grand Air de Montréal a été envoyée avant le début de la nouvelle année financière. Les demandes pour Rendez-Vous Autochtone ont été acheminées huit à neuf mois plus tard.
- On ne sait pas si la DGSCC s'est rendu compte que Rendez-Vous Autochtone faisait partie du Salon National du Grand Air de Montréal ou si, au contraire, elle a décidé de commanditer tout de même cet événement ou de négocier davantage de visibilité.

#### 10.5.7 Grand Prix du Canada

- Groupaction a administré le contrat des PSC pour le Grand Prix du Canada de 1998.
- La somme totale payée par le gouvernement du Canada pour cet événement comprend 900 000 \$ de commandites et 114 000 \$ de coûts de production pour un total de 1 014 000 \$, versés à GPF1, promoteur de l'événement.
- Un document d'accompagnement, qui ne fait pas nécessairement partie du contrat conclu entre GPF1 et Groupaction, indique que « la transaction » porte sur une commandite de 700 000 \$, sur 50 000 \$ en coûts de production et sur 264 000 \$ en tickets pour les trois jours d'événement (230 tickets quotidiens pour un total de 690). Trente de ces tickets de trois jours donnaient accès au « club paddock », à 2 800 \$ l'unité. Cent dix autres tickets de trois journées donnaient accès aux « loges restaurant », pour 1 400 \$ chacun.
- Nous n'avons pu déterminer qui a bénéficié de ces tickets. La correspondance entre Groupaction et GPF1 indique que jusqu'à 336 des 690 tickets ont pu être destinés à des employés ou à des représentants du gouvernement.

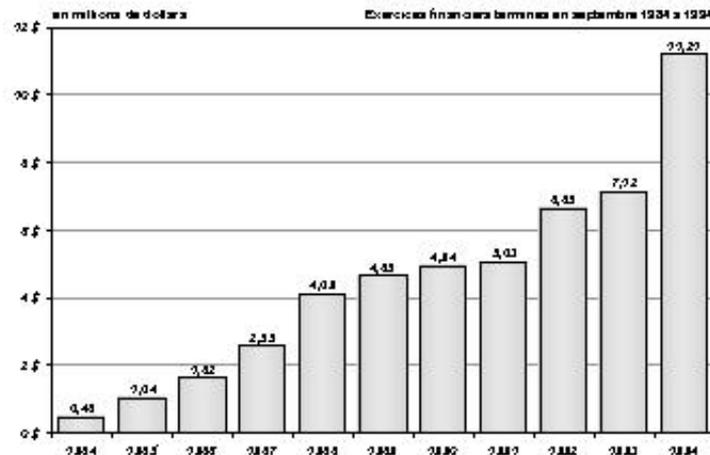
## 10.6

Apport financier des contrats de publicité et de PSC pour Groupaction

### 10.6.1 Niveau d'activité avant les contrats de publicité et des PSC

De 1982 à 1994, les clients de Groupaction appartenaient au secteur privé et au secteur public dont faisait partie le gouvernement du Québec. Le niveau d'activité a augmenté régulièrement au fil des ans, comme le montre le tableau suivant :

Tableau 72 : Groupaction Marketing - Revenus 1984 - 1994



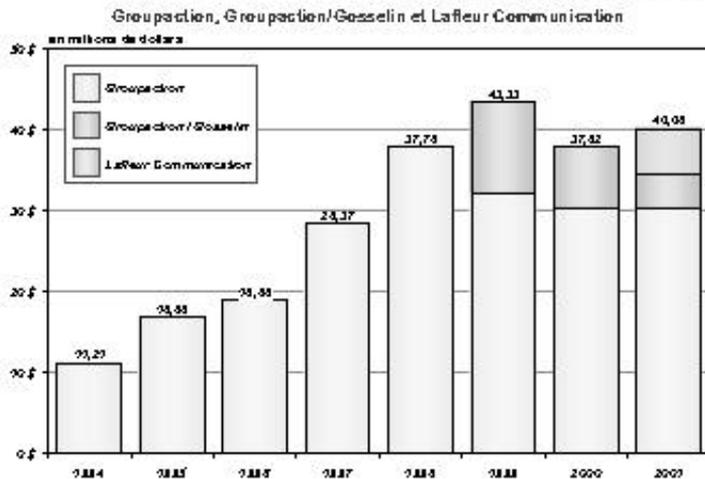
Nous n'avons pas été en mesure d'effectuer une ventilation des rentrées par client pour cette période, puisque cette information n'était pas disponible. Nous n'avons trouvé aucun renseignement qui aurait pu nous permettre de penser que Groupaction a reçu des contrats du gouvernement du Canada pendant cette période.

Pendant la même période, les résultats nets de Groupaction sont passés de 17 045 \$ en 1984 à 314 078 en 1994.

### 10.6.2 Répercussions sur le chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires de Groupaction a augmenté considérablement après que la compagnie a commencé à recevoir des contrats du gouvernement du Canada, puisqu'il est passé de 11,2 millions de dollars en 1994, avant les contrats du gouvernement, à nettement plus de 40 millions de dollars après l'achat de Gosselin Communication et de Lafleur Communication, comme l'illustre le tableau suivant :

Tableau 73 : Groupaction Marketing - Revenus annuels



D'après le système comptable Adtraq de Groupaction, qui n'englobe pas Gosselin Relations Publiques ni Lafleur Communication, Groupaction a encaissé 51,99 millions de dollars grâce aux contrats du gouvernement entre 1996 et 2002, ce qui représente 28 % de son chiffre d'affaires total selon ce système comptable, pour la même période.

## 130 Qui est responsable? Vérification juricomptable

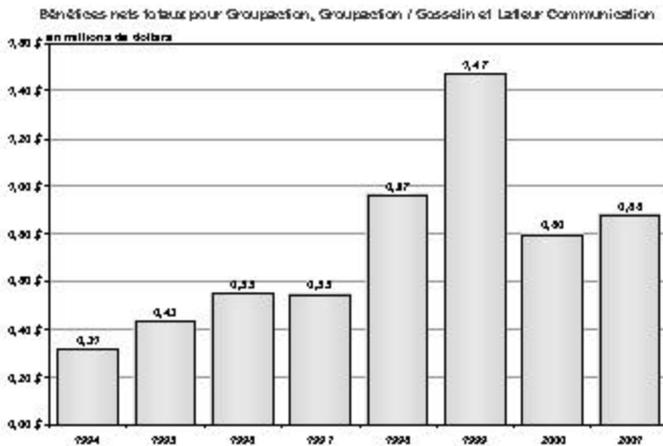
### 10.6.3 Répercussions sur les résultats nets

Les résultats nets de Groupaction ont continué de diminuer entre 1994 et 2001, comme l'illustre le tableau suivant :

Tableau 74 : Résultats nets de Groupaction Marketing, de Groupaction Gosselin et de Lafleur Communication pour les exercices financiers 1994 à 2001

Année	Groupaction Marketing	Groupaction Gosselin	Lafleur Communication	Total
1994	314 078 \$	-	-	314 078 \$
1995	431 155	-	-	431 155
1996	548 823	-	-	548 823
1997	544 700	-	-	544 700
1998	964 864	-	-	964 864
1999	891 294	577 451	-	1 468 745
2000	887 927	(91 144)	-	796 783
2001	<u>1 208 557</u>	<u>(292 649)</u>	<u>(36 686)</u>	<u>879 222</u>
Total	<u>5 791 898 \$</u>	<u>193 658 \$</u>	<u>(36 686 \$)</u>	<u>5 948 870 \$</u>

Tableau 74a Bénéfices nets de certaines agences de communication



À cause de la diversité des clientèles du groupe, il n'est pas possible d'isoler les bénéfices réalisés sur les contrats du gouvernement du Canada des bénéfices totaux.

## 10.7

### Utilisations notables des fonds par Groupaction

#### 10.7.1 Salaires et dividendes

##### **Salaires**

D'après leurs déclarations de revenu ou leur T4, Jean Brault et Joane Archambault ont reçu de Groupaction 3,9 millions de dollars en salaire total entre 1992 et 2001, comme le fait ressortir le tableau suivant.

Tableau 75 : Salaires versés par Groupaction à Jean Brault et Joane Archambault, de 1992 à 2001

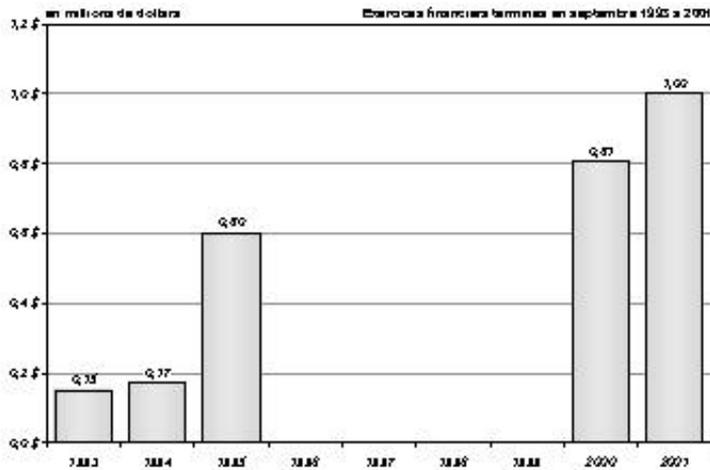
<u>Année</u>	<u>Jean Brault</u>	<u>Joane Archambault</u>	<u>Total</u>
1992	156 934 \$	33 995 \$	190 929 \$
1993	167 428	36 500	203 928
1994	147 869	37 667	185 536
1995	193 993	n/a	193 993
1996	247 596	46 899	294 495
1997	262 705	48 120	310 825
1998	431 255	56 136	487 391
1999	636 690	69 641	706 331
2000	428 748	77 990	506 738
2001	<u>765 765</u>	<u>60 173</u>	<u>825 938</u>
Total	<u>3 438 983 \$</u>	<u>467 121 \$</u>	<u>3 906 104 \$</u>

##### **Dividendes**

Les bénéfices accumulés du Groupaction ont été distribués aux actionnaires sous la forme de dividendes. Durant les exercices 1993 à 2001 terminés au 30 septembre, 2,7 millions de dollars ont ainsi été versés en dividendes :

## 132 Qui est responsable? Vérification juricomptable

Tableau 75a : Groupaction Marketing - Dividendes versés



### 10.7.2 Contributions politiques

#### **Contributions au Parti Libéral du Canada - 170 854 \$**

D'après les documents disponibles, Groupaction et ses sociétés apparentées ont versé 170 854 \$ en contributions politiques au Parti Libéral du Canada entre 1993 et 2002. Ces contributions ont été payées par Groupaction (136 654 \$), Alléluia (29 200 \$) et Impact Splash (5 000 \$).

Le tableau suivant, qui résume les contributions politiques par année et par entreprise, est commenté en détail à la pièce C-298, pages 2 à 4 :

Tableau 76 : Contributions politiques de Grouaction au Parti Libéral du Canada, 1993 à 2002

<u>Année</u>	<u>Grouaction</u>	<u>Alléluia Design</u>	<u>Impact Splash</u>	<u>Total</u>
1993	455 \$	-	-	455 \$
1994	4 399	-	-	4 399
1995	-	-	-	-
1996	8 100	-	-	8 100
1997	59 300	-	-	59 300
1998	16 400	5 000	-	21 400
1999	40 400	15 000	5 000	60 400
2000	6 400	9 200	-	15 600
2001	1 200	-	-	1 200
2002	-	-	-	-
<b>Total</b>	<b><u>136 654 \$</u></b>	<b><u>29 200 \$</u></b>	<b><u>5 000 \$</u></b>	<b><u>170 854 \$</u></b>

Autres paiements prétendument liés au Parti Libéral du Canada - 1,76 million de dollars

**En plus des contributions politiques au Parti Libéral du Canada, relevées au tableau 76 du présent rapport, d'autres sommes, prétendument liées à des partis politiques ou à des contributions politiques ont été versées sous d'autres formes. Le tableau 77 dresse un sommaire de ces autres paiements, prétendument faits à des partis politiques ou effectués à titre de contributions politiques.**

Tableau 77 : Grouaction Marketing - Paiements qui, selon M. Brault, ont été effectués à des fins politiques

<u>Bénéficiaire ou type de paiement</u>	<u>Montant</u>
1. 9004-8612 Québec Inc. (Comsar)	812 065 \$
2. PluriDesign Canada	430 370
3. Investissement Alain Renaud	153 481
4. John Welch	84 500
5. Commando Communication	70 000
6. Groupe Everest	50 000
7. Le Groupe Gosselin et Associés	42 856
8. Productions Caméo	39 850
9. Richard Boudreault via Harel Drouin & Associés	24 975
10. Gestions Richard B. Boudreault	14 790
11. Club de Golf de Verchères	14 100
12. Restaurant La Tarentella	8 282
13. Georges Farrah	6 000
14. Au Printemps Gourmet	5 168
15. Gabriel ("Gaby") Chrétien	4 000
16. Activités de financement organisées par des gens d'affaires avec présence de ministres	3 150
17. Paiement en argent comptant	<u>Non connus</u>
<b>Total</b>	<b><u>1 763 587 \$</u></b>

L'annexe 21 du présent rapport donne davantage de détails sur la nature de ces transactions.

Comme on peut le constater à cette annexe, les montants payés à 9004-8612 Québec Inc. et à Investissement Alain Renaud étaient destinés à rémunérer ce dernier pour ses services de lobbying et son travail pour le compte du Parti Libéral du Canada. En outre, comme le précise aussi l'annexe 21, Jean Brault a déclaré avoir effectué un certain nombre de paiements ou de contributions en liquide au Parti Libéral du Canada (section Québec) par l'intermédiaire d'Alain Renaud, de Benoît Corbeil, de Jacques Corriveau et(ou) de Giuseppe (Joe) Morselli. Nous avons remarqué dans la comptabilité de Groupaction, comme nous l'indiquons à l'annexe 22, qu'un certain nombre de chèques totalisant 406 514 \$ ont pu permettre à Jean Brault de retirer du liquide.

### **Contributions au Parti Québécois - 21 000 \$**

Nous avons retrouvé 21 000 \$ de paiements effectués par des employés de Groupaction (sept de 3 000 \$ chacun). Dans leur témoignage à la Commission, Jean Brault et Bernard Michaud ont indiqué qu'il s'agissait de paiements de contrepartie pour des sommes de 3 000 \$ versées au Parti Québécois par des employés.

#### **10.7.3** Paiements à M. Guité et à Oro Communications

Groupaction a versé 127 731 \$ à Oro Communications entre octobre 1999 et février 2002 (pièce P-375, p. 40). D'après les documents justificatifs, ces paiements correspondent à des services de M. Guité pour son travail relativement à des achats potentiels, auprès des acheteurs de Groupaction.

De plus, Société Immobilière Alexsim Inc., contrôlée par Jean Brault, a versé 25 000 \$ à M. Guité le 19 avril 2001 (pièce C-299, p. 39).

M. Brault a aussi payé 35 000 \$ à M. Guité pour l'achat d'une voiture.

## 10.8

### Limitation de la portée

Nous avons réclamé les documents suivants pour notre examen, mais n'avons pu les obtenir :

1. Dossiers complets de tous les contrats des PSC couvrant les années financières du gouvernement de 1996-1997 à 2001-2002. Nous avons bien reçu ces dossiers, mais ils ne semblent pas être complets. Par exemple, ils renferment une lettre datée du 3 juillet 1999 dans laquelle M. Guité autorise Groupaction à détruire des documents relativement aux services de visibilité fournis par Groupe Polygone et Expour pour les contrats des PSC pour les années financières du gouvernement de 1997-1998 et de 1998-1999 (pièce C-296, p. 83).
2. Des photocopies de chèques oblitérés pour toutes les sociétés de Jean Brault. On nous a donné accès à certains chèques, mais il semble que les documents ne soient pas complets.
3. Les états financiers de Groupaction Marketing pour les années 2002 et 2003 se terminant au 30 septembre.
4. Les états financiers de 3488331 Canada Inc. de 1998 à 2003.
5. Les états financiers de 9054-0337 Québec Inc. de 1997 à 2003.
6. Les états financiers de Solution - Ventes & Marketing Inc. de 1998 à 2003.
7. Les états financiers de 3703096 Canada Inc. de 2000 à 2003.
8. Les comptes bancaires de Jean Brault et de Joane Archambault de 1994 à 2003 ainsi que les chèques oblitérés et les livrets de dépôt correspondants.
9. La déclaration de revenu de Joane Archambault pour l'année 1995.

