

**CONSEIL CANADIEN DES NORMES DE LA RADIODIFFUSION  
CONSEIL RÉGIONAL DU QUÉBEC**

Annexe B

CFTM-TV (TVA) concernant J.E. (Reportage sur le HMS 90)

(Décision du CCNR 97/98-0472)

---

Lettre du plaignant en date du 6 mars 1998 (en partie):

Avant d'en commencer la longue énumération, laissez-nous vous rappeler qu'en plus de donner plusieurs informations totalement erronées et avoir fabriqué de la fausse information dans un but de nuire, cette émission a jeté le discrédit sur la compagnie Recherche Immunotec Itée ainsi que sur tous ses distributeurs (plus de 6000 au Québec), sans distinction, et tout cela parce que quelques distributeurs ne font pas correctement leur travail. De plus, à la suite du reportage, tous les distributeurs du HMS 90 ont noté une baisse majeure de leur revenu, certains perdant jusqu'à 95% de leur chiffre d'affaire. Sur l'ensemble des distributeurs, les pertes économiques résultant directement de ce reportage atteignent facilement plusieurs millions de dollars. Le reportage a causé un tel stress chez certains distributeurs qu'ils en ont été gravement malades et ont dû arrêter toute activité pour plusieurs jours, voir plusieurs semaines.

Ceux que nous tenons pour personnellement responsable de cette situation sont: Jocelyne Cazin, Hélène Drainville, M. Gazaille directeur de l'émission, ainsi que Télé métropole et l'émission JE.

**Voici donc les affirmations qui nous ont porté préjudice:**

**«Si vous voulez l'acheter (le HMS 90), vous devrez attendre qu'un vendeur vienne frapper à votre porte, et il tentera aussi de vous recruter comme vendeur.»** Voilà une affirmation gratuite qui est tout à fait fausse. Nous et tous les distributeurs que nous connaissons ne faisons pas de porte à porte. Cette fausse affirmation nous a nuit économiquement ainsi qu'à plusieurs commerces, puisque ces derniers vendent le HMS 90, entre autres les magasins Tau, Rachelle-Béri, Pharmaprix, Jean Coutu, pour ne mentionner que ceux-là. JE, par sa mauvaise recherche, a donc affirmé devant toute la population du Québec au grand complet, que la distribution du HMS 90 se fait uniquement de porte à porte, et donc qu'il est impossible de le trouver en magasin. Imaginez-vous l'impact économique d'une telle déclaration! Néanmoins, nous ne recrutons pas de vendeurs de façon systématique comme Jocelyne Cazin semble vouloir le faire croire. Cette affirmation donne l'image de vendeurs voraces et sans scrupules, qui tenteront par tous les moyens d'embarquer des honnêtes citoyens dans une affaire qu'elle se force à démontrer douteuse, dans le but de s'enrichir. Voilà une belle atteinte à notre réputation qui nous a coûté une baisse majeure de clientèle, puisque les gens ont cru qu'ils devaient se méfier de nous.

**Jocelyne Cazin dit ensuite que «le HMS 90 est un antioxydant».** Encore une fois, un manque de recherche qui saute aux yeux. Elle avait en sa possession tous les documents explicatifs et l'information nutritionnel sur le produit. Si seulement elle s'était donné la peine de les lire, elle

aurait su que le HMS 90 n'est pas un antioxydant, mais plutôt un précurseur de glutathion, qui est un antioxydant produit par la cellule. Il me semble que quand on se prétend journaliste, et qu'on fait un reportage sur un supplément alimentaire, on s'assure au moins de lire la documentation, histoire de ne pas induire en erreur la population d'une province entière sur la nature du produit.

**Par la suite, on nous montre une feuille dont une lecture partielle est faite, qui donne des vertues thérapeutiques au HMS 90, par exemple on cite: «prévient les cataractes, le cancer, les maladies du coeur, etc.»**

On ne mentionne pas que ce document est un faux. On ne dit pas que ce document n'a ja [*sic*]. Et on ne mentionnera certainement pas qu'il n'a été utilisé que par quelques distributeurs qui ne faisaient pas correctement leur travail, sans distinction pour les 6000 qui l'ont fait d'une façon exemplaire. Quel flagrant manque de d'éthique! [*sic*] Quelle belle volonté de démolir! Et voilà! Nous venons tous de passer pour des gens malhonnêtes et des menteurs qui induisent en erreur d'honnêtes citoyens dans un but de nous enrichir. Il y avait une nuance **énorme** à faire, ce que JE n'a pas fait. (La simple vérité est ennuyante, donc faisons spectacle pour obtenir de bonnes cotes d'écoute élevées.) Au lieu de pointer du doigt les quelques distributeurs qui ne font pas correctement leur travail, JE frappe à grand coup de masse sur le tas. On nous accuse publiquement d'un acte illégal que nous n'avons pas commis. Nous n'étions même pas au courant de l'existence d'un pareil document. Encore une belle tache à notre réputation. De la diffamation pure et simple, voilà ce que c'est.

On nous montre ensuite des images d'une conférence sur le HMS 90 et voici le commentaire qui l'accompagne: **«Dans les assemblées de cuisine, on s'empresse de répandre la bonne nouvelle...»** Premièrement, il ne s'agit pas d'une cuisine mais d'une salle de conférence. D'où vient donc ce besoin de ridiculiser, de distorsionner [*sic*] les faits, de trafiquer l'information? Il est évident que JE fait du journalisme sensationnaliste au dépend de l'exactitude des informations présentées, tout cela pour garder des cotes d'écoute élevées.

Deuxièmement, cette réunion a été filmée avec une caméra caché, sans l'autorisation du conférencier, ce qui constitue un cas majeur de manque d'éthique. S'il s'agissait d'un procès, et qu'un témoignage avait été enregistré à l'insu de la personne, cette preuve ne serait même pas considéré, puisqu'il s'agit d'écoute illégale. Pourquoi alors JE s'en sert-il pour généraliser la pratique à tous les distributeurs, et ainsi nous incriminer faussement d'actes que nous n'avons jamais commis.

Un peu plus loin dans le reportage, on parle de la commercialisation du HMS 90. Voici ce que l'on entend: « Ça se fait par le biais d'un réseau de vente par paliers multiples. Plus les vendeurs recrutent d'autres vendeurs, plus ça devient rentable pour eux. » Maintenant, voici ce que l'on voit à l'écran: un document intitulé: Faites de l'argent comme de l'eau. Notre groupe de distributeurs ainsi que plusieurs autres auxquels nous avons parlé, de même que **tous nos clients** avons pensé qu'il s'agissait d'un document imprimé par un distributeur incorrect pour attirer de nouveaux prospects. Or il n'en est rien. Il s'agit d'un document qui appartient à l'Office de la protection du consommateur, donc au Gouvernement du Québec. Encore une fois, grâce à un profond manque de professionnalisme, JE nous a fait passer pour des gens malhonnêtes, qui recrutent des gens en leur promettant de faire fortune, ce qui est absolument faux.

Si la mauvaise utilisation de ce document, sans bien sûr en mentionner la source, a pu induire tout notre groupe de distributeurs en erreur, imaginez l'effet sur des téléspectateurs qui ne connaissent pas le système de commercialisation du HMS 90 et qui n'ont peut-être jamais entendu parler du produit. Il nous a fallu, les distributeurs, plus de deux semaines pour retracer la provenance de ce fameux dépliant. JE ont donc plagié un document appartenant au Gouvernement du Québec dans le but de nous nuire. Rien de moins. Sont-ils au-dessus de toutes les lois? En droit, c'est ce qui s'appelle utilisation d'un document d'une façon trompeuse dans le but de nuire. Ils auraient du en mentionner la source, ce qui aurait été conforme à l'éthique.

On mentionne ensuite « **Et ils (les distributeurs du HMS 90) ne travaillent pas pour rien. L'ensemble des commissions versées peut représenter jusqu'à 66% du coût d'achat.** » Voici une affirmation des plus nébuleuses. De quoi parlent-ils exactement? Des commissions versées aux distributeurs par rapport au prix que ces derniers paient le produit? Ou alors du pourcentage de profit que réalisent les distributeurs par rapport au prix de détail? Ce qui est certain, c'est qu'ils essayaient de démontrer que cela est extrêmement payant, trop pour être honnête. Le public a dû pensé que nous avons une marge de profit de 66%, ce qui est absolument faux. Autant les commissions versées que la marge de profit entre le prix que nous payons le produit et le prix de détail suggéré n'est égal à 66%. Nos profits sont nettement inférieurs à cela [sic]. Au lieu de dire n'importe quoi, peut-être devraient-ils penser à engager une bonne chercheuse?

De plus, quand la journaliste dit sur un ton réprobateur « **Et ils ne travaillent pas pour rien.** », que laisse-t-elle sous entendre? Qu'il est mal d'être payé pour son travail? Connaissez-vous beaucoup de gens qui travaillent pour rien? Cela est totalement ridicule. Sous prétexte que nous sommes un palier multiple, ce qui est tout à fait légal au Canada, on fait de la discrimination et on insinue que nous n'aurions pas droit à un salaire en fonction de notre travail. L'agriculteur qui vend son lait à la coop, la coop à la compagnie, la compagnie au magasin, le magasin au client, et ils ont tous pris leur marge de profit. C'est ce que l'on appelle le système capitaliste. JE et Télé métropole sont des entreprises commerciales. Pourquoi auraient-ils le droit de faire de la discrimination à notre égard?

Autre fausse déclaration: **Nous suggérons aux gens de consommer au moins deux sachets de HMS 90 par jour, ce qui coûterait au consommateur une facture totale de 196,00\$ par mois, ce qui est absolument faux.**

Nous avons toujours suggéré à nos clients de n'en prendre qu'une, sauf les exceptions, qui se font très rares. Si des gens voulais prendre plus de deux enveloppes par jour, nous suggérons de consulter un médecin. Donc nous ne suggérons **jamais** aux gens d'en prendre **au moins** deux par jour. Encore une fois JE avait besoin d'amplifier les faits, pour démontrer combien il est coûteux de prendre du HMS 90, pendant que les distributeurs s'en mettent plein les poches. Nous passons donc, une fois encore, pour d'ignobles crapules.

**Un peu plus loin, Hélène Drainville se rend aux bureaux de Recherche Immunotec à Vaudreuil Dorion. Elle dit: «Au siège social d'Immunotec, on fait miroiter le paradis.» Elle demande alors à l'employé si on peut faire de l'argent. Elle insiste: combien ? Je veux un chiffre.**

Je ne crois pas que lorsqu'on insiste à ce point pour avoir de l'information confidentielle on peut appeler cela « se faire miroiter le paradis ». Ce geste a vraiment été posé dans le but de salir le nom de la compagnie et rien d'autre. De plus, au Canada, le salaire de quelqu'un est considéré comme confidentiel. Une loi oblige même les employeurs à mettre les chèques de paye dans des enveloppes pour en garder la confidentialité. Hélène Drainville a insisté à deux reprises pour avoir une information confidentielle que l'employée ne pouvait pas lui révéler. L'employée a décidé de lui dire, et malheureusement pour elle, Madame Drainville la filmait à son insu à l'aide d'une caméra cachée. Cette employée bien intentionnée, dans le but de répondre à qui elle croyait être une cliente exigeante, mais qui avait en fait affaire à une soit-disant journaliste qui lui mentait au nez, a donc été congédiée. JE fait vraiment du journalisme sale et ne respecte aucun code d'éthique.

**Quelques instants plus tard, on voit Madame Drainville à l'Office de la Protection du Consommateur et elle tient dans ses mains le fameux document appartenant à l'OPC.** On ne sait toujours pas d'où vient ce document et cela porte à confusion. On peut penser que le monsieur de l'OPC met les gens en garde contre les distributeurs qui utilisent de tels dépliants pour recruter de nouveaux vendeurs alors que ce document vient en fait directement de l'OPC. C'est ce que l'on appelle induire les gens en erreur.

**Ensuite on remontre le document fabriqué de toute pièce par un distributeur sans ne rien spécifier quant à sa provenance laissant ainsi croire qu'il vient directement de la compagnie et que son utilisation est largement répandue . On cite aussi le contenu de cette feuille, qui parle de guérison et de prévention de maladie comme le cancer et le SIDA.** Encore une fois, aucune nuance n'est apportée, et par le fait même, tous les distributeurs de HMS 90 sont accusés d'un acte illégal et sont perçus comme des gens frauduleux et menteurs.

**Par la suite, on nous remontre des images de la conférence fait par un distributeur et le commentaire qui accompagne ces images stipule: «Pour donner de la crédibilité au produit, on mentionne le nom de grosses compagnies pharmaceutiques comme Abbott et Merck Frosst.»** Cela porte à croire que tous les distributeurs agissent de cette façon et encore une fois nous nous retrouvons au banc des accusés parce qu'aucune nuance n'est apportée. Nous sommes d'autant plus insultés de cette affirmation gratuite car nous croyons que notre produit crée sa crédibilité par lui-même grâce à son effet visible. Nous n'avons jamais pensé y associer quelque nom que ce soit. Mais grâce à JE, nous passons tous pour des vendeurs ayant besoin de recourir au mensonge pour se donner de la crédibilité.

**Logiquement, Hélène Drainville se rend ensuite aux bureaux de Merck Frost et parle à leur représentante Line Fortin. Cette dernière répond, d'après les informations que madame Drainville lui a données: «Si il s'avère que cette compagnie associe notre nom à leur projet et qu'il s'avère que cela est erroné, il va falloir que cette pratique cesse...»** Nous en déduisons que Madame Drainville a une fois encore manqué à son devoir de faire la part des choses et de ne parler que de quelques distributeurs fautifs au lieu d'engager l'ensemble des distributeurs et la compagnie Recherche Immunotec Itée. Comme Line Fortin a été faussement renseigné par Madame Drainville, sa réponse jette encore une fois le discrédit sur la compagnie Recherche Immunotec Itée et sur tous les distributeurs du HMS 90, ce qui était l'effet recherché par l'équipe de JE.

Dans la même veine, le reportage laisse ensuite sous entendre que la majorité des distributeurs associe le HMS 90 au nom de plusieurs hôpitaux, dont Sainte-Justine et Hôtel Dieu, ce qui est absolument faux. Encore une fois, le manque de nuance dans les propos avec lesquels JE **devait** détruire notre réputation et nous abaisser au niveau de fraudeurs ont porté fruit.

**Suite à quoi on nous montre, pour la troisième fois, une partie de l’entrevue réalisée à l’Agence Canadienne d’Inspection des Aliments et on commente: «L’Agence Canadienne d’Inspection des Aliments avoue que sa patience a des limites.»** Alors que l’entrevue avec Gilles Angelo de l’ACIA n’avait été réalisé qu’en une seule et unique rencontre, dans un but évident de salir, on découpe l’entrevue en d’innombrables petits segments. Encore une belle trouvaille de JE pour amplifier les faits. C’est comme si on disait au public: «Après tout ce que vous venez de voir, nous sommes retournés voir Gilles Angelo, et là vraiment, la patience de l’Agence Canadienne est à la veille d’atteindre ses limites.» Même le montage vidéo est fait avec la méthode JE! Dans le but malsain d’appuyer leurs propos plutôt que de vouloir faire la juste part des choses, comme en serait le devoir de tout journaliste digne de ce nom.

Le 24 octobre 1997 à 19:00 avait lieu une conférence d’affaire sur le HMS 90. JE dit avoir répondu à cette invitation (et on nous montre cette fameuse invitation, durant une fraction de seconde, juste assez vite pour que personne n’ait le temps de lire quoi que se soit). Ce qui est faux. Cette réunion était destinée aux gens d’affaire qui désiraient avoir plus d’information sur le produit. Ce n’était pas une conférence de presse. Donc l’équipe de JE n’était pas invitée, pas plus d’ailleurs que les autres médias d’information. JE se rend sur les lieux. Hélène Drainville commence par importuner le Dr. Gustavo Bounos. On voit en arrière plan que dans le couloir où ils se trouvent, tous les gens se dirigent vers l’entrée de la salle où la conférence est sur le point de commencer. Madame Drainville arrive donc à l’improviste, à une conférence où elle et son équipe n’était pas invitées, elle rencontre l’orateur principal cinq minutes avant le début de la conférence, et elle veut une entrevue sur le champs. Quel non-sens! Une dame blonde, qui est en fait la responsable des communications chez Recherche Immunotec ltée, Suzanne Robert, lui signifie que pour avoir une entrevue elle devrait prendre rendez-vous. Madame Drainville répond qu’elle a déjà essayé et qu’on lui a refusé, ce qui est faux.

Le 9 septembre 1997, tous les médias d’information y compris Télé-Métropole et JE étaient invité à une conférence de presse. Il y ont été invité à trois reprises par TELBEC. Tout avait été aménagé pour que les journalistes puissent poser des questions à tous les responsables de la Compagnie, y compris au Dr. Gustavo Bounos. Il y avait même des emplacements réservés pour les caméras de télévision. Cette conférence de presse a eu lieu au club Mississippi, situé sur la rue Ste-Catherine, à moins de vingt mètres des bureaux de Télé-Métropole. Aucun journaliste de Télé-Métropole ne s’est présenté incluant ceux de JE. Madame Drainville a ensuite le culot de mentir au nez de milliers de téléspectateurs en disant que la compagnie n’a pas voulu lui accorder une entrevue. Elle laisse ainsi supposer que la compagnie aurait des raisons de se cacher, ce qui, n’est pas le cas. Pourtant, Radio-Canada et l’émission La Facture sont venus à cette rencontre dans le but de faire une émission sur le HMS 90. Ils ont ainsi pu avoir réponse à toutes leurs questions et parler avec tous les responsables de la compagnie.

Poussant le manque de professionnalisme à son extrême, Hélène Drainville s’introduit ensuite dans la conférence et réussit à parler à John Molson et à convenir d’un rendez-vous avec lui

devant la caméra. Comme s'il lui avait été impossible d'en obtenir un autrement. Suite à quoi un responsable de la compagnie est obligé de les escorter vers la sortie. Donc, même après avoir obtenu un rendez-vous, l'équipe de JE refusait de collaborer, de comprendre que ce n'est pas durant une conférence d'affaires que l'on fait des interviews. On voit clairement que leur présence ne visait pas la couverture de l'événement pour y voir plus clair, mais bien d'y faire du trouble par tous les moyens possibles. Et comme c'est étrange! On nous montre une version de l'histoire totalement en notre défaveur, alors qu'au fond, c'est la journaliste Hélène Drainville qui, en manquant à toutes ses responsabilités, en ne respectant aucune règle d'éthique, en faisant preuve d'arrogance envers les responsables de la compagnie, s'est elle même mise dans une position où n'importe quel organisateur l'aurait invité à partir. Pourtant, quelques semaines auparavant, l'émission La Facture avait obtenu, de la façon correcte, toutes les entrevues qu'elle désirait par un simple appel téléphonique. Il est évident que toutes les machinations de JE, effectuées avec un criant manque à toute les règles de base en journalisme, sont faites dans le but de prendre des gens honnêtes par surprise et ainsi de leur donner un air louche devant les caméras. C'est une tradition de JE.

**Suite à l'entrevue avec John Molson, qui a déclaré que les distributeurs faisant usage de documents qui ne sont pas autorisés par la compagnie perdraient le droit de vendre le HMS 90, on commente: «Depuis la première intervention de l'agence canadienne, Recherche Immunotec n'a pénalisé aucun de ses distributeurs.»** Une autre affirmation gratuite totalement fausse. Deux semaines auparavant, suite à l'émission La Facture, le Dr. David Azoulé a perdu son droit de vente. Encore une fois une recherche mal faite, **un autre mensonge** que vont croire des milliers de gens, parce que c'est dit à la télévision et que JE manque à son devoir de vérifier l'exactitude de l'information qu'elle diffuse, surtout quand cela peut aider à prouver ce qu'elle avait décidé de prouver.

À la lumière des faits que nous avons énumérés, nous croyons que JE a commis plusieurs fautes très graves. Plutôt que de vouloir apporter de la lumière sur un dossier, ils ont démontré dans ce reportage, par les techniques qu'ils employaient, le réel but derrière JE. Faire du sensationnel pour bénéficier de bonnes cotes d'écoutes. Tant pis si des milliers d'honnêtes citoyens voient leurs efforts, leur réputation, et tout leur dur travail pour gagner leur vie anéanti. Par des affirmations complètement fausses, par un manque de nuances dans leurs propos, par des techniques journalistiques très discutables, par un criant manque de recherche, par un manque complet à leur code d'éthique, par l'utilisation de documents d'une façon trompeuse dans le but de nuire, par des propos diffamatoires et discriminatoires, et surtout par une volonté de démolir en vue d'avoir de bonnes cotes d'écoutes, JE a réussi à ruiner la réputation de milliers de québécoises et québécois, à faire perdre à certains jusqu'à 96% de leur revenu, et a causé chez certains un stress si intense qu'ils en ont été gravement malades et ont été obligés d'arrêter toutes activités durant des jours, voire des semaines.

Nous croyons que Télé-Métropole mérite des sanctions sévères et exemplaires pour avoir laissé diffuser une pareille infamie. Nous demandons aussi que l'émission JE soit retirée des ondes, pour tout le tort qu'elle nous a occasionné, et qu'elle continue à occasionner.