



Les scandales de Montréal dans The Economist

Croteau, Martin

Les scandales qui ébranlent la mairie de Montréal commencent à attirer l'attention des médias étrangers, et non les moindres. La prestigieuse revue britannique The Economist consacre un article aux allégations de conflits d'intérêts qui minent l'administration Tremblay dans sa livraison d'hier, une terrible publicité pour la Ville selon l'opposition.

Intitulé "Eau et crasse" ("Water and Grime"), l'article de quatre paragraphes rapporte que cinq enquêtes policières sont en cours sur les agissements de proches du maire Gérald Tremblay. Il donne certains détails sur les dossiers de la Société d'habitation et de développement de Montréal (SHDM) ainsi que sur le contrat des compteurs d'eau.

The Economist explique que l'ancien chef de cabinet du maire Tremblay a présidé à la vente d'un terrain évalué à 31 millions à une fraction de sa valeur. Le promoteur qui l'a acheté "avait été photographié par la police avec Nicolo Rizutto, un gangster octogénaire et père du mafioso numéro un au Canada".

L'hebdomadaire résume aussi l'attribution du contrat des compteurs d'eau à un consortium mené, entre autres, par Tony Accurso, "un vieil ami de Frank Zampino, qui a dirigé le comité exécutif de la Ville", peut-on lire. Il rappelle que l'ancien bras droit du maire Tremblay avait séjourné deux fois sur le yacht de M. Accurso avant d'accepter un emploi chez Dessau, l'autre firme du consortium GÉNIEau.

"Peu soupçonnent (le maire Gérald) Tremblay, qui avait eu une longue carrière au Parti libéral du Québec, d'être malhonnête et il n'y a aucune preuve à cet effet", précise le magazine.

Mais pour les partis de l'opposition, le mal est déjà fait. Louise Harel, candidate à la mairie pour Vision Montréal, estime qu'un tel reportage est la pire publicité imaginable pour Montréal. Car The Economist est lu par des décideurs et des gens d'affaires partout dans le monde.

"Le message qu'ils envoient, c'est qu'il y a quelque chose qui ne tourne pas rond, a-t-elle dit. Et pire encore, qu'il y a de la corruption. Et donc, c'est un message qui est de nature à décourager les investisseurs."

"Quand on passe dans The Economist, c'est un fait d'armes inouï, a renchéri le chef de Projet Montréal, Richard Bergeron. Mais pas pour le motif pour lequel on passe aujourd'hui. C'est honteux que la réputation de Montréal soit faite ainsi."

"Nous avons largement commenté, et à maintes reprises, le sujet traité par cet article, a indiqué le porte-parole du maire, Martin Tremblay. Il n'y a aucun élément nouveau, et nous n'avons rien à ajouter à ce qui a déjà été dit."

The Economist est imprimé dans cinq pays, et distribué à 1,3 million d'exemplaires dans le monde.