

Dossier : la vidéo indépendante québécoise **Portrait de groupes**

Daniel Carrière

Volume 11, numéro 1, septembre–novembre 1991

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/34089ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Association des cinémas parallèles du Québec

ISSN

0820-8921 (imprimé)

1923-3221 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Carrière, D. (1991). Dossier : la vidéo indépendante québécoise : portrait de groupes. *Ciné-Bulles*, 11(1), 16–21.

Portrait de groupes

par Daniel Carrière

I - LES DOYENS

En février dernier, après deux années de gestation, l'Association de la vidéo indépendante du Québec (l'AVIQ) voyait le jour. Née de la volonté de voir la vidéo d'auteur évoluer au Québec, l'association compte neuf groupes membres : Agent Orange, la Bande Vidéo, la Coop Vidéo de Montréal, le Groupe intervention vidéo (GIV), le Groupe de recherche en art audiovisuel (GRAAV), les Productions-réalisations indépendantes de Montréal (PRIM), Vidéo Femmes, le Vidéographe et Zone Productions ; elle regroupe environ 500 artistes, producteurs indépendants et techniciens.

L'association s'est donné comme mandats de représenter ses membres auprès des secteurs privé, public et parapublic ; de faire valoir la spécificité de la vidéo ; de participer à l'élaboration de programmes de financement pour les vidéastes ; de développer la collaboration avec d'autres organismes ayant des objectifs analogues, au Québec et à l'étranger ; et enfin, d'assurer la promotion et la diffusion de la vidéo indépendante québécoise sur la scène nationale et internationale.

Les objectifs de l'AVIQ sont les suivants : la création de véritables programmes de financement pour la vidéo au ministère des Affaires culturelles du Québec et l'ajustement des programmes de subvention de la Société générale des industries culturelles (SOGIC) et des Affaires culturelles afin de les rendre cumulatifs et compatibles.

Les joueurs de bingo et la vidéo : le Vidéographe

Le Vidéographe a 20 ans cette année. En 1971, *Société nouvelle / Challenge for Change* crée rue Saint-Denis, à deux pas du boulevard de Maisonneuve, un centre d'accès à la production vidéo ; on y trouve une vidéothèque, un réseau de distribution, un laboratoire de recherche technique et un vidéothéâtre. Le premier budget du Vidéographe

(200 000 \$) correspond à celui d'un court métrage de l'Office national du film (O.N.F.) à l'époque.

Au lendemain de la crise d'octobre et à la lumière des révélations embryonnaires de l'ère des communications, quelques illuminés de l'O.N.F. avaient cru qu'il suffisait de mettre une caméra dans les mains des gens pour que la moitié de leurs problèmes soient résolus. La caméra vidéo répondait on ne peut mieux aux paramètres de cette expérience.

Le premier mandat du Vidéographe est de rallier les jeunes au développement de l'audiovisuel et de les conscientiser au pouvoir de l'information sur leur condition sociale. Il faut consulter à ce sujet le *A-Z Répertoire* (Vidéographe, 1986), *Quelques repères historiques*. Les recherches et les compilations sont d'Anne Audet, France Renaud, Claude Forget, Claude Marchand, Jean Gagnon et Jean Tourangeau.

Le doyen de tous les centres d'accès à la production vidéo au monde était à l'époque un lieu dynamique. *L'éditomètre*, qui sort de son atelier dès 1972, mis au point en collaboration avec les services techniques de l'O.N.F., transforme le montage sur bande un pouce. « On venait de New York pour faire du montage la nuit », se rappelle Robert Forget, l'instigateur du Vidéographe. Parallèlement, les « animateurs » enregistrent sur bande magnétique les préoccupations et les commentaires d'une époque déterminante de l'histoire du Québec. On l'a maintes fois répété, la vidéo était rouge.

En 1983, le Vidéographe quitte la rue Saint-Denis et déménage rue Garnier, où il se trouve encore. Les circonstances qui entourent ce déménagement valent bien qu'on les consigne ici : quelques années auparavant, pour des raisons que l'histoire n'a pas retenues, le nom du Vidéographe s'était retrouvé dans le chapeau d'Ozanam, noble institution de la rue Sainte-Catherine qui, chaque année, remet tous les profits de son bingo hebdomadaire à l'organisme à but non lucratif dont le nom est pigé.

En 1982-1983, se trouvant dans un état moribond et plus que jamais aux prises avec les crises d'identité qui le caractérisaient jusqu'à récemment, le Vidéographe reçoit 200 000 \$ d'Ozanam. Le Conseil d'administration, qui trouvait peut-être trop compromettant d'accepter les fruits défendus du jeu (?), songe à ne pas accepter le don ; « mais Marc Degrise et ses étudiants prennent l'argent et redonnent une vie au Vidéographe », raconte Yves Langlois, qui deviendra par la suite coordonnateur du Vidéographe.

Dossier : la vidéo indépendante québécoise

En 1982, il publiait dans *le Temps fou* le *Manifeste d'un vidéomane*. Ils achètent une baraque rue Garnier qui deviendra la boîte de production qu'on connaît...

Aujourd'hui, le Vidéographe permet à de nombreux vidéastes d'acquérir des compétences dans tous les aspects de la production : conception, recherche, scénarisation, réalisation, mise en scène, interprétation, prise de vue, éclairage, prise de son, bande sonore, mixage et montage.

La vidéothèque, dès le départ conçue comme un centre d'archives, contient 900 bandes, en majeure partie québécoises et canadiennes. Afin de répertorier ses œuvres vidéographiques et de faciliter le choix des bandes à visionner ou à acquérir, le Vidéographe a publié deux catalogues depuis 1986, et, dans le passé, des affiches et des programmes bilingues adaptés à ses sélections thématiques.

Enfin, pour remplir son mandat culturel, le Vidéographe a mis sur pied un programme d'aide à la production qui permet aux artistes et aux groupes de produire des vidéos de façon indépendante à un tarif privilégié. Au meilleur de sa forme, le centre produit et coproduit une soixantaine de bandes par année.

La Coopérative de production vidéoscopique de Montréal

Au milieu des années 70, Robert Morin, Lorraine Dufour, Yves Chaput, Normand Forest, Marc Girard, Suzanne Girard, James Gray, Gilbert Lachapelle et Jean-Pierre Saint-Louis fondent la Coopérative de production vidéoscopique de Montréal, mieux connue sous le nom de la Coop Vidéo.

« Il nous est difficile de parler de public cible en ce qui concerne nos travaux », m'écrivait Lorraine Dufour en 1989, au moment où je rédigeais, grâce à une bourse 'Explorations' du Conseil des arts du Canada, un essai de stylistique sur la vidéo et un répertoire des centres d'accès à la production vidéo au Canada. « Nous savons à qui ils ne s'adressent pas, mais il nous est impossible de dire à qui ils s'adressent. Ils ne s'adressent pas aux esthètes, aux artistes, aux intellectuels. En fait, au départ, nous voulions faire une sorte de télévision grand public et, là encore, il nous est impossible de citer une station qui s'approcherait dans son contenu comme dans son contenant de ce que nous voulons faire. Nous sommes d'abord et avant tout des producteurs. C'est ce qui nous permet de continuer à exister au sens profond du terme. À une certaine époque, nous



avons l'illusion de pouvoir collaborer à l'essor de la télévision d'ici. Les refus se sont multipliés et nous nous sommes vus confinés aux galeries, au cercle de l'anonymat, puisque, à toutes fins pratiques, nos bandes n'exploitent pas la haute technologie vidéo tant prisée par le public qui fréquente ces institutions. »

Le 13 mai dernier, au Cinéma Parallèle, Bell Canada et le Conseil des arts du Canada remettaient le premier prix d'art vidéographique (d'une valeur de 10 000 \$) à Robert Morin et Lorraine Dufour, pour souligner l'excellence de leur œuvre et leur contribution à la vidéo canadienne, ses pratiques et son langage. Du même coup, l'autorité culturelle canadienne reconnaissait, avec 15 ans de retard, une recherche des plus intègres.

Une bataille absurde met aux prises les vidéastes et les réseaux d'État. Les premiers visent la diffusion des œuvres vidéographiques indépendantes sur les ondes hertziennes (toujours publiques aux dernières nouvelles), mais les membres de la Coop Vidéo de Montréal en sont encore à expliquer aux télédiffuseurs québécois et canadiens la notion d'expérimentation. Il faut se demander pourquoi le plus médiatique des arts est encore boudé par le médium qui l'a mis au monde.

Hitch-hiking de Harold Vasselín et Frank Vitale, production Vidéographe

Le Vidéographe

4550, rue Garnier
Montréal (Québec)
H2J 3S7

(514) 521-2116

La Coop Vidéo de Montréal

1308, rue Gilford
Montréal (Québec)
H2J 1R5

(514) 521-5541

PRIM

3981, boul. Saint-Laurent
Suite 310
Montréal (Québec)
H2W 1Y5

(514) 849-5065

Les Productions-réalisations indépendantes de Montréal (PRIM)

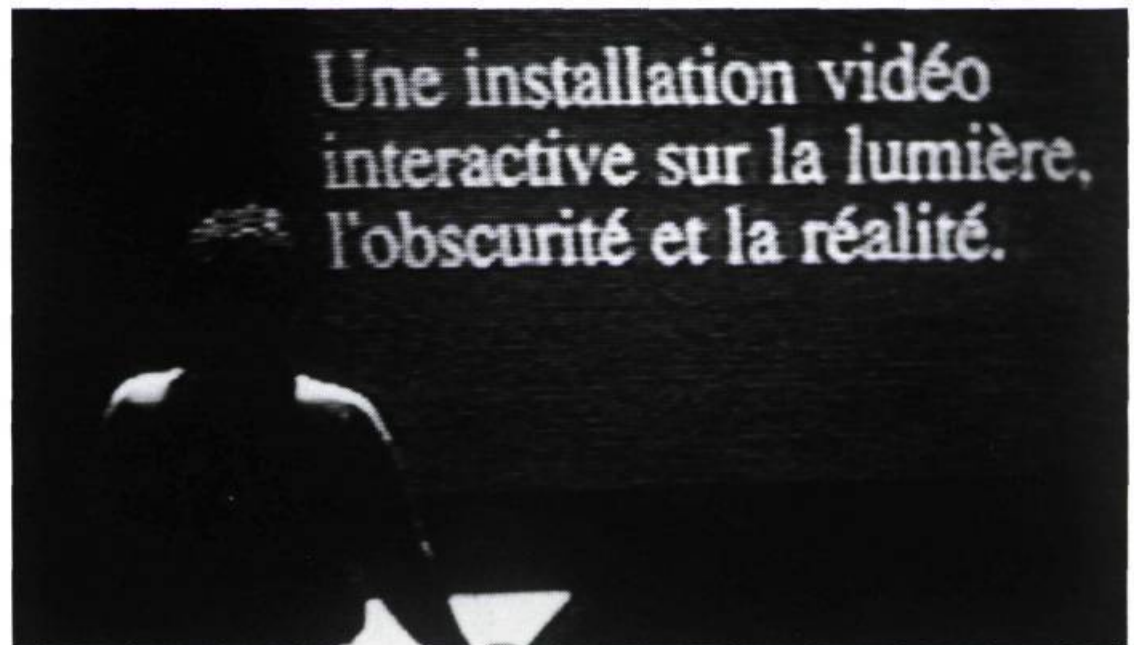
On a souvent dit que le Vidéographe est à l'origine de tous les groupes vidéo qu'on retrouve à Montréal. C'est sous-estimer le rôle de la galerie *Véhicule Art* à cet égard, de la cuisse de laquelle sont issus, à ma connaissance, la Coop Vidéo, Agent Orange et PRIM. Mentionnons, par ailleurs, l'importance que cette galerie a eue en ce qui a trait à l'histoire des arts visuels au Québec. PRIM est donc issu de la galerie *Véhicule Art*, au milieu des années 70, alors qu'on y faisait l'acquisition d'une modeste unité de montage demi-pouce pour ses vidéomanes en quête d'images mal léchées. Ces véritables guérilleros des médias, iconoclastes de l'ère moderne, il est convenu de les nommer vidéastes, un terme que l'usage semble retenir, ou vidéographistes, ou encore vidéographes. À Vidéo-Véhicule, que remplace PRIM en 1980, on parlait de vidéomanes. J'aurais préféré vidéo-phonistes, bref... Récemment, c'est PRIM qui assurait le dispositif vidéo de l'inoubliable production *l'Annonce faite à Marie*. Ce passage du petit écran noir et blanc aux écrans géants de *l'Annonce* symbolise le parcours ambitieux de la vidéo en moins de 20 ans.

Le ministère des Affaires culturelles du Québec, le ministère des Communications et le Conseil des arts du Canada accordaient en début d'année un demi

million en subvention à PRIM, pour l'acquisition de nouveaux équipements et l'implantation d'un centre de recherche et de création en arts médiatiques.

C'est la première fois qu'au Québec on investit un montant aussi important dans la création sur support technologique. Les subventions ont servi à renouveler le matériel de tournage et de montage de PRIM, dorénavant équipé en Bétacam.

Par ailleurs, trois nouveaux secteurs ont été créés. On prévoit, avant la fin de la l'année, la mise en place d'un poste de travail infographique pour la création d'images de synthèse et d'images en trois dimensions, d'un poste de travail en vidéo interactive qui permettra la recherche sur le vidéodisque en pleine expansion, et la création d'un studio de son 16 pistes à l'intention des électroacousticiens, auxquels de tout temps s'est associé PRIM. Charles Mathieu Brunelle, directeur général du centre, précise que son mandat n'est pas modifié mais élargi, puisque tout, en bout de ligne, est appelé à reposer sur support vidéo. « Notre position est totalement vouée à la création d'une part, et au travail communautaire de l'autre, poursuit Brunelle. Ce qui est intéressant dans cette philosophie, c'est qu'on ne fait pas affaire avec l'industrie, avec ce qu'on appelle l'industrie du cinéma et de la vidéo, en matière de budgets, de structures financières ou de projets développés. Aujourd'hui, ces subventions signifient que notre façon de fonctionner est acceptée. »



*Parcours de l'encyclopédie
claire obscure* de Luc Cour-
chesne, production PRIM

Dossier : la vidéo indépendante québécoise

II – LES FEMMES ET LES ENFANTS

Issus de ces doyens, de cette souche à trois têtes, les groupes suivants prennent la relève de la relève de la relève de l'ère des communications. Attention, on est en pleine modernité...

Vidéo au féminin : le Groupe intervention vidéo (GIV) et Vidéo Femmes

Avec des préoccupations plus larges, voire politiques, l'apport des femmes vidéastes à l'évolution du médium constitue en soi un chapitre de l'histoire d'une vidéo qui tient à ses origines comme à la prune de ses yeux. Les femmes se sont approprié le magnétoscope assez tôt et n'ont jamais cessé de s'en servir pour faire valoir leur histoire, leur identité et leurs revendications. À défaut du cinéma, chasse gardée des hommes, il leur restait à développer la spécificité d'un médium moins porté vers la ségrégation et qui offrait, en plus, une vision sociale. « Nous faisons partie de plusieurs groupes qui revendiquent pour les droits des femmes, explique Anne Golden, chargée de la distribution au GIV. Notre mandat est de distribuer et de produire la vidéo féministe, mais aussi d'être un centre de ressources pour les femmes qui cherchent à s'informer sur les lieux qui existent pour elles et les lois qui les concernent. »

Créé en 1975, le GIV se consacre à la promotion de l'art féministe de toutes les cultures et accorde une importance prioritaire à la traduction des bandes éducatives, artistiques ou carrément parallèles qu'il distribue. Le groupe publie aussi un catalogue bilingue.

Son but est de contribuer à l'évolution du discours féministe, cela va de soi. Le réseau qu'il s'est créé s'étend des C.L.S.C. à la galerie La Centrale, des universités aux refuges pour femmes, en passant, bien sûr, par tout le réseau communautaire, avec la collaboration duquel le GIV produit des documentaires à l'occasion et avec qui il souhaite créer un genre vidéo informel. Enfin, le GIV anime des visionnements, souvent en compagnie des réalisatrices, et organise des ateliers de production.

Le groupe trouve sa jumelle à Québec, où, également depuis 1975, Vidéo Femmes produit, distribue et diffuse pellicules et bandes exclusivement réalisées par des femmes. Sa vidéothèque comprend 120 titres dont la moitié est constituée de ses propres productions. L'équipe a pour mandats la promotion et la

distribution de documents audiovisuels, la conception d'outils de promotion, la mise sur pied de tournées, de festivals et d'événements multidisciplinaires et la participation aux événements culturels au Canada et à l'étranger.

La Bande Vidéo

En 1977, Vidéo Femmes crée le Centre populaire d'animation audiovisuelle de Québec, un centre d'accès à la production film et vidéo pour les groupes communautaires. En 1986, le centre change de nom, pour devenir la Bande Vidéo, et modifie sa vocation. De l'intervention sociale pure et dure, les membres passent à un contenu plus artistique et culturel, plus porté sur la forme.

Aujourd'hui, la Bande Vidéo compte une cinquantaine de membres, dont quatre principaux groupes : Vidéo Femmes et Spirafilm (des regroupements de réalisatrices et de réalisateurs), Obscure et le Lieu (deux centres en arts visuels). Ses activités visent davantage la relève en communication, les artistes et les chercheurs que les animateurs sociaux, bien qu'ils n'aient pas été exclus de la charte. Sa politique de coproduction prend forme dans la mise en commun des équipements que la Bande Vidéo met à la disposition de ses membres et dans les investissements indirects qu'ils permettent. Les membres bénéficient d'une réduction de 50 % du prix du marché quand ils louent les équipements de la Bande Vidéo.

Le Groupe intervention vidéo (GIV)

3575, boul. Saint-Laurent
Bureau 421
Montréal (Québec)
H2X 2T7

(514) 499-9840

Vidéo Femmes

700, du Roy
Québec (Québec)
G1K 2X7

(418) 529-9188

La Bande Vidéo

707, de La Salle
Suite 101
Québec (Québec)
G1K 2V6

(418) 522-5561



Measures of Distance de Mona Hatoum, distribution GIV

Agent Orange

1178, place Phillips
Bureau 104
Montréal (Québec)
H3B 3C8

(514) 397-1414

En quelque sorte, cela reste une cuisine communautaire... une soupe populaire. C'est à ces institutions que je pense lorsque me reviennent à l'esprit mes années de bohème à Québec. Les Québécois ont toujours compris qu'il fallait se serrer les coudes pour survivre.

La Bande Vidéo mise beaucoup sur les ateliers de formation qu'elle organise régulièrement, et qui portent sur la scénarisation, le tournage, l'art vidéo (l'installation, la performance, la vidéo danse, la vidéo narrative) parce que ces ateliers la rendent théoriquement éligible aux subventions de fonctionnement du ministère des Affaires culturelles. Toutefois, le ministère n'a pas, jusqu'à ce jour, versé un traître dollar à la Bande Vidéo.

Agent Orange

À l'origine au Québec du créneau axé sur le contenu, s'inspirant d'un type de production semblable mais non identique à celui du cinéma, et visant surtout à contribuer au nouveau langage de la télévision, Agent Orange privilégie la recherche et la signature personnelle et tente de créer un laboratoire pour la télévision. On peut regrouper les trois derniers centres de l'AVIQ (Agent Orange, GRAAV et Zone Productions) en fonction de cet objectif précis.

Agent Orange se préoccupe d'identifier un genre et ses modes de diffusion. Neuf fois sur dix, on lui fait la sourde oreille au Canada et au Québec. Sa diffusion repose presque exclusivement sur le réseau américain et européen qui diffuse la vidéo d'auteur (Channel 4 en Angleterre, Canal + en France, ZDF en Allemagne, RTBF en Belgique, BBC à Londres, WNET à New York, WGBH à Boston, KCET de Los Angeles et TV2-YEL en Finlande). Michel Ouellette, producteur à Agent Orange et l'un de ses fondateurs avec Bernar Hébert, affirme qu'il n'y a actuellement personne en place dans nos réseaux de télévision qui soit en mesure de juger la vidéo contemporaine. En d'autres mots, les professionnels du marketing qui gèrent la télévision n'y comprennent rien. « Dans tous les pays où un télédiffuseur s'est intéressé à ce genre de production, dit-il, une infrastructure s'est installée, une continuité, mettant en place des gens qui, par la suite, ont alimenté ce type de programmation. On n'est pas obligé de créer un concours où 500 candidatures sont soumises en une semaine et puis rien pour le reste de l'année ! » (Rappelons que la série Fictions 16/26 a permis à de nombreuses maisons de production en vidéo indépendante de mener à terme plusieurs projets de leurs auteurs.) « N'importe quelle télévision dans le monde, poursuit

Ouellette, peut créer une émission qui diffuse l'art vidéo, régulièrement, et cela ne coûte pas les yeux de la tête. »

Il évoque les dernières expériences britanniques et américaines dans ce sens : en Grande Bretagne, *Short by a new director* permet à un ou une jeune vidéaste de réaliser son premier court métrage. Aux États-Unis, on a créé l'Independent TV Services (I.T.V.S.). Six millions de dollars, originellement affectés au réseau PBS, ont été redistribués chez les producteurs indépendants afin de financer (à 100%) la vidéo, sans obligation de lettre de diffuseur. Par ailleurs, PBS les diffuse d'emblée, puisque les vidéos ne lui coûtent rien.

Le Groupe de recherche en art audiovisuel (GRAAV)

Créé en 1984 par Jean Gagnon, notamment, qui est actuellement agent vidéo au Conseil des arts du Canada et qui a signé un essai intitulé *la Ville et la pornographie*, le GRAAV met en branle des projets d'auteurs qui présentent une approche originale et innovatrice. Le GRAAV offre un encadrement en proposant des structures financières adaptées aux réalités des vidéastes et des jeunes cinéastes (contexte où les argents sont très mal répartis). Les projets sont mis de l'avant par les auteurs eux-mêmes, le GRAAV leur propose les moyens d'exercer un contrôle absolu sur leur production.

Très tôt, le groupe entreprend d'aller chercher le grand public et travaille depuis quelques années dans des formats télévisuels, n'abandonnant pas pour autant l'héritage formel de la vidéo. On pourrait dire qu'il a réussi à établir une parenté entre le cinéma matérialiste et la télévision. **Série blanche**, trois émissions d'une demi-heure, réunit cinq réalisateurs et neuf compositeurs ; **Parcours littéraire** tente un mariage entre la vidéo et la littérature. Ces projets, qui trouveront sans doute preneur à l'étranger avant d'être diffusés sur nos ondes, suggèrent non seulement que tous les lieux pour rejoindre le public sont bons, mais aussi que le caractère hybride de la vidéo en est la première définition, et peut-être la seule. Littérature, musique, mise en scène, peinture... rendez à ces arts ce qui leur appartient.

« On construit des salles, mais on n'a rien à mettre dedans, affirme Paul Gauvin, directeur général du GRAAV, il faut tenter de créer une nouvelle fenêtre de diffusion pour la vidéo d'auteur. À cet égard, le Vidéo-Box de Zone Productions est un bel exemple. »

Le Groupe de recherche en art audiovisuel (GRAAV)

Maison Premier Plan
1600, av. de Lorimier
Suite 415
Montréal (Québec)
H2K 3W5

(514) 521-1984



La vidéo voit, mais qui voit la vidéo ?

Les années 70 ont marqué l'histoire de la vidéo, au Québec (et au Canada du reste), par la création des groupes d'artistes et des centres d'accès à la production. Au tumulte de la fin des années 60, les artistes ont proposé des solutions nouvelles à leurs préoccupations abstraites et intemporelles. L'information, c'était le pouvoir (on a tendance à l'oublier) auquel le spectateur était convié d'urgence. De plus, le modèle québécois de coopération fournissait les moyens de mettre en place des structures qui, dès lors, rendaient possible un discours concret sur l'art. La technologie, de son côté, se montrait plus conviviale, on la concevait de plus en plus comme une complice. Parallèlement, la nécessité de conquérir les ondes hertziennes s'est vite fait sentir, on s'en doute, et n'a pas cessé d'alimenter le discours des vidéastes. La fin des années 70 et les années 80 ont laissé place à une nouvelle génération de vidéastes, plus près des démarches formelles que leurs prédécesseurs, motivés par le pouvoir compromettant de la télévision.

Pour les années 90, le mot d'ordre des vidéastes est la diffusion, bien qu'ils n'aient pas encore réglé tous leurs problèmes quant à leur mode de production. Leurs ennuis viennent surtout du fait qu'ils sont scandaleusement mal financés, par le gouvernement du Québec notamment ; les vidéastes et les centres d'accès dépendent à 50 et 75 % du Conseil des arts du Canada... cela fait réfléchir sur la notion d'indépendance ! On ne peut toutefois nier que 20 ans d'histoire derrière eux permettent aux vidéastes d'entreprendre la fin du vingtième siècle forts d'une expérience qui s'est avérée salutaire et visionnaire.

On a suggéré qu'un organisme s'occupe exclusivement de diffusion, un peu comme V-Tape le fait à Toronto, plutôt que de laisser les groupes isolés diffuser les bandes avec des résultats inégaux. Un organisme qui prendrait en charge les milliers de vidéogrammes qui dorment sur les tablettes à Montréal seulement, qui serait en mesure d'assumer les liens avec les festivals de cinéma offrant un volet vidéo, les galeries et les musées, et qui pourrait, par exemple, créer le premier festival de vidéo à Montréal (ou à Québec), etc.

Les télédiffuseurs, pour leur part, devront s'éveiller à leur responsabilité publique. C'est un débat qui fait rage à l'heure actuelle, au Québec. Le moment ne saurait être plus propice. Il faut souhaiter que les vidéastes ne manquent pas l'occasion d'y prendre part, une fois pour toutes. ■

Zone Productions

Zone Productions, centre de recherche et de production en arts visuels, est un organisme à but non lucratif fondé en 1984 par Nicole Boutin, Bruno Jobin et François Girard (voir *Ciné-Bulles*, Vol. 9 n° 1). La démarche de Zone Productions se déploie dans le champ spécifique de l'art vidéo et encourage trois axes de production : le court métrage de fiction, les installations vidéos et la recherche en art et technologie.

Depuis sa fondation, ses activités se sont diversifiées et permettent maintenant d'encadrer les artistes-collaborateurs dans toutes les étapes d'élaboration de leurs œuvres vidéo, de l'idée originale à la diffusion. Les activités de Zone Productions s'orientent autour d'un objectif principal : l'émergence de concepts novateurs caractérisés par des qualités formelles et narratives.

En novembre 1989, Bruno Jobin, Chantal Neveu et Danièle Racine présentaient la dernière invention de Zone Productions à la Maison de la culture Frontenac, le Vidéo-Box (voir *Ciné-Bulles*, Vol. 10 n° 2), conçue pour accroître la visibilité des courts métrages et étudier les possibilités d'un nouveau mode de diffusion pour la vidéo de fiction et l'art vidéo. On se souvient que cette machine orwellienne prenait des statistiques sur ses utilisateurs...

Zone Productions

3575, boul. Saint-Laurent
Bureau 711
Montréal (Québec)
H2X 2T7

(514) 842-1187