
PROJET DE LOI 32

MODIFIANT LA LOI SUR LE STATUT PROFESSIONNEL ET LES CONDITIONS
D'ENGAGEMENT DES ARTISTES DE LA SCÈNE, DU DISQUE ET DU CINÉMA ET
D'AUTRES DISPOSITIONS LÉGISLATIVES

Mémoire de

L'ASSOCIATION DES PRODUCTEURS CONJOINTS (APC)

« Victime collatérale ou monnaie d'échange ? »

Présenté le 4 juin 2009 à la

COMMISSION DE LA CULTURE

Association des producteurs conjoints et l'industrie publicitaire au Québec

L'Association des producteurs conjoints («APC») a été formée il y a plus de 30 ans. Elle regroupe les membres de l'Association des agences de publicité du Québec («AAPQ»), de l'Association canadienne des annonceurs («ACA») et de l'Institut canadien de la publicité («ICA»). Fondée en 1988, l'AAPQ regroupe 65 agences de publicité lesquelles génèrent actuellement plus de 80% du chiffre d'affaires de la publicité réalisée par les principales agences de communication marketing au Québec. Près des enjeux de l'industrie et des intérêts de ses membres, l'AAPQ s'engage à les représenter et à procurer, aux décideurs d'aujourd'hui et à la relève de demain des outils et conditions de travail qui permettront à l'industrie des communications marketing de triompher face aux nouveaux défis et d'en sortir gagnante. L'ACA, fondée en 1914, est le seul organisme au pays exclusivement voué à la défense des intérêts des entreprises qui vendent et annoncent leurs produits au Canada. Son membership comprend plus de 200 entreprises, provenant de tous les secteurs économiques. Enfin, l'ICA regroupe quant à elle les plus grandes agences de publicité oeuvrant dans le reste du Canada.

La mission de l'APC est de représenter et de conseiller ses membres, agences et clients relativement à toutes les questions liées aux relations de travail découlant de la rétention de services d'artistes interprètes et créateurs aux fins de la production de messages publicitaires, y compris la négociation d'ententes collectives avec des associations d'artistes reconnues au Québec. En fait, l'APC a négocié des ententes collectives avec l'Union des artistes («UDA») et Alliance of Canadian Cinema, Television and Radio Artists («ACTRA»), et ce, depuis bien avant l'adoption de la LSA. Elle a également été impliquée dans plusieurs dossiers devant la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs («CRAAAP») depuis l'adoption de la ***Loi sur le statut professionnel et les conditions d'engagement des artistes de la scène, du disque et du cinéma*** («LSA») et la création de la CRAAAP.

L'APC n'a cependant jamais négocié d'entente collective avec l'Alliance québécoise des techniciens de l'image et du son («AQTIS»), n'ayant jamais reçu d'avis de négociation de cette dernière. Ceci s'explique notamment par le fait que depuis de nombreuses années, les agences de publicité confient le tournage de leurs annonces publicitaires télévisuelles ou destinées à la diffusion en salle à des maisons de productions, membres ou non de l'Association des producteurs de films et de télévision du Québec («APFTQ»).

Par ailleurs, avec l'avènement du numérique, des nouveaux médias et de la publicité sur le Web, de plus en plus d'agences produisent elles-mêmes les publicités Web, y compris le tournage. Lorsqu'elles ne le font pas, elles confient souvent le tournage de ce type d'annonces publicitaires à des maisons de production Web, lesquelles ne sont pas des membres APFTQ et ne font appel aux membres de l'AQTIS.

Même lorsqu'ils confient une partie de la production à des tiers, les membres de l'APC demeurent producteurs des annonces publicitaires, dont ils conservent en tout temps le contrôle de la création et de tous les aspects artistiques et financiers de la production.

L'industrie publicitaire

L'industrie publicitaire au Québec représente un chiffre d'affaires d'environ 580 000 000 \$ et un bassin de 13 500 emplois directs et indirects (essentiellement en création et en production publicitaire), sans compter les nombreux contrats de services offerts aux artistes et autres pigistes œuvrant dans le domaine publicitaire. Les revenus publicitaires découlant de la communication et de la diffusion d'annonces publicitaires au Québec représentent un montant de l'ordre de 2 milliards de dollars.

Contrairement aux industries du disque, du spectacle, de la télévision et du cinéma, l'industrie publicitaire dépend entièrement et directement de clients annonceurs qui confient des mandats de création, de production et de communication marketing aux agences de publicité. Les budgets publicitaires des grands annonceurs nationaux sont en grande partie contrôlés à l'extérieur du Québec. Or, les agences québécoises font non seulement face à l'exode des grands comptes nationaux et internationaux, mais également à celui de grandes entreprises québécoises qui migrent vers l'Ontario et le reste du monde.

Ainsi depuis l'an 2000, le chiffre d'affaires de l'industrie publicitaire et les revenus publicitaires découlant de la diffusion des messages publicitaires sur les médias traditionnels déclinent à une vitesse effarante. Dans la seule dernière année, l'industrie a connu une réduction de 6 % de la production publicitaire. L'impact de ce déclin est retentissant non seulement pour les agences de publicité mais également pour les médias, pour les producteurs indépendants de contenus québécois et pour les artistes et artisans qui voient le nombre de productions publicitaires et télévisuelles diminuer de manière marquante. Cette situation est le fruit de multiples facteurs : globalisation des marchés, fusions et acquisitions, nouvelles technologies, cadre législatif restrictif, etc.

Toutefois, en matière de création et de production publicitaire, la réalité est simple : les comptes des clients annonceurs migrent essentiellement là où il y a moins de contraintes et plus d'incitatifs pour créer et produire leurs annonces publicitaires. Or, le Québec, rappelons-le, est la seule province dotée d'une législation du travail pour les artistes pigistes, et contrairement aux autres domaines de production visés par la LSA, aucun programme de quelque nature que ce soit ne vient soutenir le maintien et le développement de l'industrie publicitaire.

L'IMPACT DU PROJET DE LOI 32

L'APC ne croit pas qu'il soit utile de soulever devant cette Commission tous les détails techniques et toutes les subtilités de langage et de rédaction législative qui posent problème dans le Projet de loi 32, bien que ces problèmes nécessiteront des correctifs dans l'éventualité où le Projet de loi 32 devait être adopté. Le présent mémoire se limite donc aux enjeux majeurs soulevés par les modifications projetées.

Mise en contexte

La LSA : une loi atypique pour les artistes pratiquant un art à leur propre compte.

Par l'adoption de la LSA en 1987, le législateur québécois a créé un régime de rapport collectif de travail atypique et taillé sur mesure dont le but était de permettre aux artistes qui pratiquent un art à leur propre compte à titre de travailleurs autonomes, de « pigistes », de bénéficier d'un

régime de négociation collective. Il s'agit d'un régime unique non seulement au Canada¹ et mais ailleurs dans le monde. Depuis son adoption, et jusqu'en 2004, cette loi a été présentée, interprétée et appliquée par la Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs (« CRAAAP ») ainsi que par la majorité des artistes, des producteurs et de leurs associations respectives comme un régime d'exception distinct des législations du travail traditionnelles s'appliquant aux salariés.

La LSA s'applique aux «artistes pigistes» qui pratiquent un art à leur propre compte ainsi qu'aux producteurs qui retiennent leurs services en vue de produire ou de représenter une œuvre artistique dans l'un des domaines visés. Elle permet aux associations d'artistes reconnues de négocier des ententes collectives qui déterminent les conditions minimales s'appliquant aux contrats de services des artistes.

L'autre grande particularité de la LSA, est que, contrairement aux accréditations traditionnelles qui visent une entreprise spécifique, la reconnaissance accordée à une association d'artistes est d'application multi-patronale. Elle permet donc à une association reconnue de forcer tous les producteurs œuvrant dans le secteur de négociation pour lequel elle a été reconnue de négocier une entente collective, et ce, directement ou par le biais d'une association de producteurs.

Dès la présentation du Projet de loi 90, devenu la LSA, madame Lise Bacon, ministre responsable, en soulignait le caractère d'exception :

*« Le vide juridique que le projet de loi vient combler constituait jusqu'à ce jour un cas d'exception pour les artistes en matière de relations de travail. Les lois ouvrières reconnaissent, en effet, pour les seuls salariés le droit d'association et le droit à la négociation collective. Dans les secteurs visés par le projet de loi, les artistes créateurs et interprètes œuvrent très souvent simultanément dans plusieurs domaines et pour différents producteurs. (...). D'une durée limitée dans le temps, ces contrats variés avec des employeurs différents permettent davantage à ces artistes d'être assimilés aux travailleurs autonomes qu'à des salariés. **De plus, la liberté requise pour la pratique même d'un art accentue le caractère autonome de la profession.** »*

[...]

L'option retenue consiste essentiellement à reconnaître le statut de travailleur autonome pour les artistes des secteurs visés, et aussi d'établir un régime de négociation d'ententes collectives adapté à ce statut.²

Au moment de l'adoption du Projet de loi 90, la Ministre Bacon réitère :

*« Pour les fins de l'établissement d'un régime de relations du travail approprié aux liens contractuels entre les artistes et les producteurs, nous avons prévu des dispositions reconnaissant juridiquement que les artistes sont réputés exercer leur art à leur propre compte, si un ou plusieurs producteurs retiennent leurs services professionnels pour des prestations déterminées. Cette présomption établit clairement que les rapports entre les deux parties ne créent pas de liens de subordination. En conséquence, les contrats collectifs échappent aux lois habituelles des relations de travail et aux règles courantes de la négociation. **Aussi, avons-nous défini un régime spécifique conférant aux artistes***

¹ À l'exception cependant de la Loi concernant le statut de l'artiste et régissant les relations professionnelles entre artistes et producteurs au Canada, L.R.C. 1985, ch. S-19-6.

² Débats de l'Assemblée nationale, vol. 29, n°147, 1 décembre 1987, p. 9940.

des droits et obligations analogues à ceux impartis aux autres catégories de travailleurs salariés. Ces droits fondamentaux sont le droit d'association et le droit à la négociation des conditions d'engagements. »³

Pendant des années la CRAAAP⁴ a confirmé dans ses décisions le caractère atypique et singulier de la LSA, déclarant notamment dans la décision *Café Sarajevo* que « La Loi ne concerne pas des salariés, mais des travailleurs autonomes exerçant leur art à leur propre compte ».

Les décisions *Cabane à sucre Chez Dany* et APASQ

Cependant en décembre 2004, dans la décision *Cabane à sucre Chez Dany*⁵, la CRAAAP marque une rupture complète avec ses décisions précédentes dans lesquelles elle avait toujours clairement confirmé la nature particulière de la LSA et le fait qu'elle ne s'appliquait pas aux artistes salariés. En affirmant dans cette décision que la LSA peut s'appliquer à un artiste salarié, la CRAAAP sème à la fois la confusion et la consternation parmi les producteurs, dont les agences de publicité. Le 27 mars 2008, la Cour Supérieure a annulé cette décision de la CRAAAP. Ce jugement, porté en appel, a été confirmé par la Cour d'appel. Pourtant, à peine quelques mois après le jugement de Cour d'appel confirmant le jugement de la Cour supérieure dans l'affaire *Cabane à sucre Chez Dany*, la CRAAAP a rendu une nouvelle décision dans laquelle elle réitérait que la LSA s'applique aux salariés.⁶ Cette décision de la CRAAAP fait actuellement l'objet d'un nouveau recours en révision judiciaire devant la Cour supérieure dans lequel l'APC est intervenue.

Le conflit intersyndical AQTIS-IATSE affectant des tournages étrangers

Sans rentrer dans les détails de la guerre intersyndicale que se sont livrées l'AQTIS et l'IATSE dans le domaine des tournages de longs métrages américains à compter de 2006, l'APC juge utile d'en rappeler les grandes lignes et de souligner que l'industrie publicitaire n'était aucunement impliquée dans ce conflit.

³ Débats de l'Assemblée nationale, vol. 29, n°159, 17 décembre 1987, p. 10849.

⁴ Nous référons plus particulièrement aux décisions *Guilde des musiciens du Québec c. Café Sarajevo*, [2003] R.J.D.T. 369, D.T.E. 2003T-44, AZ-50152854 (*Café Sarajevo*), à noter que bien que portée en révision judiciaire cet aspect de la Décision *Café Sarajevo* n'a pas été remis en question par cette Cour, *Guilde des musiciens du Québec et Hippodrome de Montréal inc. et 9006-4890 Québec inc. et Association québécoise de l'industrie du disque, du spectacle et de la vidéo*, (2003), RJDT 1700, DTE-2003 T-1039 (AZ-50190927) (*Décision Hippodrome de Montréal*), 9071-7570 Québec inc. (*La Place à Côté*) et *Guilde des Musiciens du Québec*, D.T.E. 2004T-87.

⁵ *Guilde des musiciennes et musiciens du Québec c. 9009-0531 Québec inc. (Cabane à sucre Chez Dany)*, D.T.E. 2005-242 (CRAAAP); *9009-0531 Québec inc. (Cabane à sucre Chez Dany) c. Commission de reconnaissance des associations d'artistes et des associations de producteurs*, D.T.E. 2005T-242 (C.S.); *Guilde des musiciennes et musiciens du Québec c. 9009-0531 Québec inc. (Cabane à sucre Chez Dany)*, D.T.E. 2008-199 (C.A.).

⁶ *Association des professionnels des arts de la scène du Québec (APASQ-CSN) et Association des producteurs de théâtre privé (APTP) et al.* D.T.E. 2008T-805 ; dans ce dossier, la CRAAAP exigeait que l'APASQ modifie le libellé du secteur de négociation visé par sa demande de reconnaissance afin d'y retirer l'exclusion prévue à l'égard des salariés, ce que l'APASQ a refusé de faire parce qu'elle ne voulait pas représenter des salariés.

Parce que ce conflit aurait eu pour effet de faire fuir les tournages américains, des représentants du gouvernement ont été mandatés auprès de ces deux syndicats pour les aider à trouver un terrain d'entente de manière à retrouver un semblant de paix syndicale.

Ce conflit aurait pu être réglé beaucoup simplement et efficacement par des modifications législatives assurant une étanchéité complète des régimes collectifs de travail prévus par la LSA et le *Code du travail*, et en forçant les deux syndicats à soumettre la question de leur représentativité aux votes de leurs membres. Mais ces solutions n'ont pas été retenues. En lieu et place, les parties ont choisi de négocier une entente complexe sur le découpage de leurs juridictions respectives.

Cette entente intersyndicale retire un pan de la reconnaissance de l'AQTIS, celui s'appliquant aux tournages américains, pour le faire passer sous la juridiction de IATSE. Ceci a pour effet de créer des pertes financières pour l'AQTIS; une partie importante de la masse salariale de ses membres, donc de ses cotisations syndicales, passe sous le contrôle de IATSE. Pour compenser ces pertes de l'AQTIS, le législateur projette d'élargir la portée de sa reconnaissance à des fonctions non-artistiques, ce qui lui avait été refusé par la CRAAAP, d'où les modifications législatives faisant l'objet du Projet de loi 32.

Les problèmes majeurs créés par le Projet de loi 32

Les modifications législatives et l'élargissement de la reconnaissance de l'AQTIS ne se limitent pas seulement au domaine des tournages cinématographiques et télévisuels étrangers mais à tous les types de productions audiovisuelles, y compris les annonces publicitaires audiovisuelles ou « films publicitaires ».

Ainsi, alors qu'ils n'avaient jamais été partie à la guerre des tournages étrangers, les membres de l'APC apprenaient avec surprise au printemps 2008 qu'ils seraient directement affectés par ces nouvelles modifications à la LSA. Depuis, l'APC tente de protéger l'industrie publicitaire en essayant de la soustraire aux effets des modifications projetées à la LSA, ou à tout le moins, d'en minimiser les impacts.

L'APC est d'avis que peu importe les solutions envisagées pour favoriser la paix syndicale et inciter le retour des tournages américains au Québec, ces solutions devraient se limiter au domaine des tournages de longs métrages et de productions télévisuelles étrangères, voire américaines.

Bien que l'APC puisse comprendre la légitimité du vœu du législateur d'imposer une paix syndicale durable entre AQTIS et IATSE tout comme celui d'assurer le retour des tournages américains, l'APC s'inquiète de voir la production publicitaire, dont le marché s'érode un peu plus chaque jour, être en quelque sorte une monnaie d'échange dans le compromis intervenu entre AQTIS et IATSE.

Plus particulièrement, l'APC est d'avis que le Projet de loi 32 crée des problèmes majeurs en ce qu'il a pour effet de :

- Élargir la portée de la LSA à des fonctions non-artistiques ;
- Permettre l'application de la LSA aux artistes salariés ;

- Définir les « Productions audiovisuelles » comme couvrant le « film publicitaire » et de définir de manière inadéquate de ce que constitue un « film publicitaire »;
- Mettre en échec le processus démocratique de reconnaissance prévu par la LSA.

1- L'élargissement de la portée de la LSA à des fonctions non artistiques

Les membres de l'APC ont parmi leur main d'œuvre salariée plusieurs artistes créateurs ainsi que des artisans dont les fonctions seraient susceptibles d'être visées par le nouvel article 1.2. de la LSA. Ils sont donc beaucoup plus concernés et inquiets face aux conséquences découlant de ce type de modification projetée par le Projet de loi 32 que les producteurs des autres domaines visés par la LSA.

Dans un contexte où ils ne sont pas assurés de l'étanchéité totale entre le régime instauré par la LSA et celui découlant des lois du travail traditionnelles, dont le *Code du travail*, l'élargissement du champ d'applications de la LSA à des personnes qui ne sont pas des artistes au sens de la LSA, inquiète fortement les membres de l'APC.

2- L'application de la LSA aux artistes salariés

L'ajout du 2^e alinéa à l'article 5 de la LSA et de l'article 59.1 prévus par le Projet de loi 32 a pour effet de laisser entendre que la LSA s'applique à des artistes salariés, ce qui crée un chevauchement du régime de rapports collectifs crée par la LSA et celui des autres lois du travail visant des salariés. C'est ce chevauchement plus que tout autre chose qui pose un problème pour l'APC.

L'APC craint en effet de voir certaines associations reconnues, dont l'AQTIS, réclamer au lendemain de l'adoption du Projet de loi 32, l'application de leur secteur de négociation à certains employés salariés des agences de publicité.

Les agences pourraient, à l'égard de certains de leurs salariés, se voir imposer un double fardeau financier et administratif dans l'éventualité où ceux-ci se qualifieraient par l'effet de la présomption prévu à l'article 6 de la LSA. Les salariés des agences bénéficient actuellement des lois du travail traditionnelles (*Loi sur les normes du travail*, *Loi sur l'assurance emploi*, au *Régime des rentes du Québec* etc.) et pourraient, si tel était leur choix, s'accréditer en vertu du *Code du travail*. Les agences ne veulent pas voir un double régime s'appliquer à ces salariés. L'APC est d'avis que la LSA, comme c'est le cas pour la législation fédérale sur le statut de l'artiste, doit être totalement étanche par rapport aux autres lois du travail et exclure les salariés.

À défaut, le Projet de loi 32 doit comprendre des modifications importantes aux articles 5 et 6 de la LSA. Il faudrait prévoir, par un nouvel alinéa à l'article 5, un principe général d'exclusion des salariés de l'application de la LSA et une exception très limitée à ce principe dans des situations exceptionnelles qui devront être encadrées et régies par des règles claires. Voilà pourquoi l'APC est d'avis qu'il serait également important de modifier l'article 6 afin de définir ce qu'est une « prestation déterminée » et ainsi éviter toute ambiguïté entraînant de longs, complexes et coûteux débats juridiques.

Des discussions en ce sens ont eu cours dans les derniers mois entre l'APC, l'APFTQ et l'AQTIS et méritent d'être poursuivies, sans pour autant faire l'objet d'une course contre la

montre afin de faire adopter *in extremis* le Projet de loi 32 pour des motifs d'urgence que nous n'arrivons toujours pas à saisir.

3- Définitions des « Productions audiovisuelles » de « film publicitaire »

Le conflit intersyndical que le Projet de loi 32 vise à régler, relève du domaine du « film », et plus particulièrement, des productions et tournages américains, et ne concerne aucunement le domaine de « l'enregistrement des annonces publicitaires », lequel est un domaine distinct quoique également visé par LSA. Or, la définition de « productions audiovisuelles » prévue à l'Annexe A du Projet de loi 32 à pour effet d'englober le « film publicitaire ». D'inclure ainsi une partie des annonces publicitaires dans les « productions audiovisuelles » a pour effet de créer un précédent dangereux et de ne pas respecter le caractère distinct des domaines de productions visés à la LSA.

De plus, la définition de ce que constitue un « film publicitaire » prévue au Projet de loi 32 est à la fois ambiguë (elle réfère à une autre *Loi sur le cinéma* qui n'apporte elle-même aucune précision) et beaucoup trop large (elle a pour effet d'étendre le domaine de l'enregistrement d'annonces publicitaires de type audiovisuel à des films de promotion industrielle ce qui est totalement inadéquat). Cette définition qui ne correspond pas à la réalité du domaine de l'enregistrement des annonces publicitaires ne fait que créer de l'ambiguïté et doit être modifiée.

L'APC soumet que le Projet de loi 32 ne devrait pas avoir pour effet de faire du « film publicitaire » une sous-catégorie des productions audio-visuelles relevant du domaine du film.

4- La mise en échec du processus démocratique de reconnaissance prévu par la LSA

L'APC tient également à exprimer son malaise de voir le législateur intervenir non seulement afin d'élargir la portée de la LSA à des personnes qui ne sont pas des artistes au sens de cette loi, mais également, afin de décréter l'élargissement de la reconnaissance de l'AQTIS sans que cette association ne se soumette au processus de reconnaissance prévue à la LSA. Ce dernier prévoit la possibilité pour les personnes intéressées d'intervenir aux fins de faire préciser la portée du secteur de négociation visé par la reconnaissance de l'AQTIS. Il prévoit aussi la possibilité pour les artistes visés par un secteur de négociation défini par la CRAAAP de se prononcer sur la représentativité de l'AQTIS.

Si le législateur souhaite aller de l'avant avec le Projet de loi 32 et permettre que la LSA vise d'autres catégories de personnes que des artistes (lesquels sont présentement limités aux interprètes et créateurs), il ne devrait cependant pas mettre en échec le processus de reconnaissance prévue à la LSA.

CONCLUSION

Comme l'APC l'a souvent répété au cours de la dernière année, l'industrie publicitaire, dont le marché s'érode, ne devrait pas être affectée par la solution apportée à un problème qui ne la concerne aucunement. Or, elle a été totalement ignorée au moment de la négociation et de la conclusion des accords entre l'AQTIS et IATSE,

Depuis qu'elle a été informée de l'intention du législateur d'apporter des modifications à la LSA, il y a un peu plus d'un an, l'APC a pris le parti de collaborer de manière active avec les représentants du gouvernement, des associations d'artistes reconnues concernées et d'autres associations de producteurs. L'APC, même si elle n'est pas en accord avec les revendications de l'AQTIS, reconnaît la nécessité de favoriser la paix syndicale dans tous les domaines de production au Québec. Elle souhaite cependant que les intervenants concernés et le législateur tiennent également compte des enjeux difficiles auxquels font face ses membres.

Le régime particulier mis en place par la LSA est un édifice complexe dont l'équilibre est fragile. L'impact de toute modification qui y est apportée est immédiat dans tous les milieux de production. Dans sa forme actuelle, le Projet de loi 32 a l'impact d'un éléphant entrant dans une boutique de porcelaine.

Si le législateur désire malgré tout modifier la LSA, les consultations auxquelles l'APC a participé depuis les derniers mois afin de convenir de « papillons » devraient se poursuivre avec les représentants du législateur et les parties concernées. L'APC pourrait ultimement accepter l'élargissement de la LSA à des fonctions non-artistiques dans un contexte où cette loi, comme la législation fédérale, exclurait les salariés de son application, ou, à tout le moins, en ferait une exception « exceptionnelle » encadrée par des règles claires et ne nécessitant pas des recours en clarification sans fins devant les tribunaux. L'APC est disposée à poursuivre sa collaboration, et ce, particulièrement en ce qui a trait à des modifications aux articles 5 et 6 de la LSA.

De telles consultations nous apparaissent incontournables dans un contexte de recherche de véritable paix industrielle et de viabilité pour le milieu de l'industrie publicitaire. L'APC s'engage à poursuivre sa collaboration afin de trouver non seulement des compromis mais des solutions structurantes pour l'ensemble du milieu de l'industrie publicitaire et des autres milieux de productions artistiques visés par la LSA. Ces solutions devront tenir compte du fait que le milieu publicitaire québécois fait face à une féroce compétition des autres provinces et des pays étrangers.

L'APC remercie la Commission de l'attention portée à son mémoire.

APC

(S)

Yanik Deschênes
Directeur général