

Proposé aux enchères — Guide de l'utilisateur

1. Les artistes ont souvent cultivé une relation ambivalente avec la société. La critique fait souvent contrepoids à la célébration, et les affirmations d'autonomie intellectuelle, à la dépendance économique. Cette ambivalence est d'autant plus flagrante pour les artistes qui ont tenté ou qui tentent d'exposer, de critiquer ou d'altérer les fondements institutionnels de leur discipline et de leur pratique. Dans ces cas, le succès peut être de courte durée, les pratiques et les gestes radicaux étant absorbés par des institutions et, finalement, par la discipline dans son ensemble. Cette ambivalence ne résulte pas seulement des tensions et des frictions découlant d'une pratique limitée par la discipline et les institutions, mais aussi des contradictions issues de cette absorption institutionnelle et de la neutralisation des conditions d'exposition. On trouve aussi une forme plus globale d'ambivalence historique déclenchée par la connaissance et la « conscience » de pratiques radicales, qui servent de toile de fond dans le cycle de vie normal d'un objet d'art, comme c'est le cas lorsqu'il circule dans une économie de marché. L'histoire récente de la vente aux enchères d'œuvres d'art contemporain présente un contexte intéressant pour explorer cette relation évolutive d'ambivalence entre art, artistes et société.

2. Véritable carrefour et centre d'information pour la redistribution de « denrées » culturelles et naturelles et média par lequel ces denrées s'exposent à une constante réévaluation, la vente aux enchères a toujours tenu un rôle particulier dans notre société.

3. En faisant circuler des objets dans les espaces publics et privés, les ventes aux enchères veillent au renouvellement systématique du paysage culturel matériel. Dans la foulée de ce processus, la dimension concurrentielle des enchères attribue une valeur culturelle et monétaire collective à ces objets. On pourrait même avancer que la vente aux enchères est l'une des quelques institutions qui s'emploient activement et quotidiennement à réunir différents espaces et temps en articulant le capital tangible et symbolique.

4. Le processus de la vente aux enchères atteint ses objectifs socioéconomiques et culturels par le truchement d'une expérience multisensorielle complexe alimentée par le désir, la concurrence et la propriété. Le catalogue de la vente aux enchères est le cadre de référence élémentaire de cette expérience, car il met en scène la vente en tant que telle.

5. Chaque vente est une partie intégrante de son catalogue conçu pour persuader le lecteur que les objets qui y sont présentés sont désirables — utiles, inusités, historiquement ou culturellement importants, rares — et, par conséquent, qu'ils valent tous la peine qu'on les possède.

6. Le catalogue de vente aux enchères constitue non seulement l'inventaire de base des objets à vendre dans un marché libre, mais un document d'archives sophistiqué sur ces objets.

7. La structure — simple — d'un catalogue repose sur six éléments : le numéro de lot, le nom de l'artiste (s'il y a lieu), le titre et la date de l'œuvre, la description de l'objet, la valeur estimée qui sert à orienter l'acheteur et une note sur la provenance de l'objet (s'il y a lieu). Une reproduction photographique de l'objet à vendre (facultative, mais de plus en plus nécessaire) accompagne aussi ces éléments. La mise en page de ces données a varié au fil du temps, mais a toujours pris une forme

chronologique suivant la séquence des numéros de lot. Voilà les éléments de base du système (de l'économie) du catalogue de vente aux enchères. On les trouve sous différentes formes visuelles, que ce soit dans un catalogue des plus classiques ou dans l'une de ces multiples déclinaisons ultramodernes. Ils constituent le modèle élémentaire et commun dans lequel toutes les unités peuvent être ordonnées selon n'importe quelle séquence — selon n'importe quelle relation que ces unités entretiennent les unes par rapport aux autres. Tous les catalogues de vente aux enchères s'appuient sur la reproduction séquentielle (cellulaire) de ce modèle. Et le format graphique « universel » découle de cette organisation cellulaire.

8. Comme tout modèle graphique universel conçu pour remplir une fonction économique ou bureaucratique courante (comme dans le cas d'un chèque ou d'un formulaire d'entreprise), l'identité du catalogue de vente aux enchères est double. *Primo*, il doit, un tant soit peu, représenter l'organisation qu'il sert. *Secundo*, il doit permettre à l'organisation de capitaliser l'identité de sa « marchandise » afin d'atteindre son premier objectif bureaucratique ou organisationnel, qui prend la forme de l'ultime but économique, à savoir un échange d'argent ou d'objets. Cette dualité fonctionnelle transforme le catalogue de vente aux enchères en un non-site sophistiqué. Un objet donné n'est plus rattaché à un site ou à une fonction précise; il n'a ni « port d'attache » ni de fonction culturelle précise, car on l'a séparé des deux afin de le vendre dans un marché libre où, en principe, l'égalité est garantie par un simple mécanisme : le bruit du maillet du commissaire-priseur annonçant l'adjudication définitive de l'objet convoité au plus offrant. L'exposition publique ou privée est souvent sa destination finale.

9. La vente aux enchères et son catalogue proposent un modèle de fragmentation et de circulation des objets qui reflète un modèle économique où l'origine et la chronologie sont souvent intentionnellement démantelés pour cadrer avec les activités du marché libre tributaires du désir et de la concurrence (soit les enchères entre parties intéressées). Le catalogue de vente témoigne en silence de ce processus et de ses archives figées.

10. Une fois les objets vendus, le catalogue de vente aux enchères devient une sorte de registre d'information. Sous cette forme, il sert d'archive intimement liée à la valeur économique — marchande — et à l'identité culturelle des objets (origines et provenance). Ces renseignements peuvent servir à retracer l'histoire des objets, soit leurs allées et venues dans le système économique des ventes aux enchères et les espaces publics et privés, d'une collection à une autre.

11. Pour être de leurs temps, les principales maisons de vente aux enchères, comme Christie's et Sotheby's, ont diversifié leurs activités dans l'immobilier, l'éducation, les ventes privées et les expositions-ventes organisées par des commissaires qui imitent celles des galeries d'art privées. C'est ainsi que ces maisons appliquent un modèle d'entreprise multinationale tentaculaire dans leur processus de mise aux enchères pour lier leurs activités et leur nom prestigieux à d'autres catégories et processus sociaux de la culture matérielle. Et c'est ce même modèle qui a mené à leur récente expansion mondiale dans des marchés « culturels » autrefois éloignés ou inaccessibles, comme ceux de Beijing, de Dubaï, de Doha, de Hong Kong, de Mumbai et de Shanghai.

12. Les artistes exploitent sporadiquement les enchères et le catalogue dans leur art. Par exemple, en 1926, Marcel Duchamp a lui-même conçu le catalogue qui accompagnait la vente de 80 œuvres de

Francis Picabia à l'Hôtel Drouot, maison de vente aux enchères parisienne. Damien Hirst a fait de même pour contourner la structure traditionnelle d'un marché de l'art centré sur les galeries. En septembre 2008, son expo-vente *Beautiful Inside My Head Forever* s'est déroulée pendant deux jours dans les locaux de Sotheby's à Londres.

13. En s'appropriant la vente aux enchères au nom d'un autre modèle d'affaires qui fait de l'artiste un *entrepreneur* et le place au cœur même de ce monde financier et symbolique, représenté et articulé par la vente aux enchères, Hirst a posé un geste pour le moins inédit, si ce n'est en dévoilant ce qui avait toujours été implicite dans le monde de l'art et son économie de marché. Son tour de force : exposer au grand jour le contrat invisible liant art et argent, désir et pouvoir. La vente de Hirst en 2008 chez Sotheby's a confirmé le rôle traditionnel, quoique non reconnu, de la maison de vente aux enchères, à savoir celui de traiter exposition et vente aux enchères sur un pied d'égalité. Et conformément à ce modèle, toutes les œuvres doivent être considérées, d'abord et avant tout, comme de la marchandise.

14. Bien que certains artistes aient exploité les ventes aux enchères pour leur gain personnel, ils n'ont pas encore tiré parti de la mine de renseignements archivés entre la première et la quatrième de couverture des catalogues ni su profiter des dimensions spatiotemporelles complexes que ces renseignements génèrent entre différents lieux et époques. Il en va de même pour les nouvelles méthodes d'analyse, d'organisation et de présentation des résultats de cette forme « ultramoderne » d'archéologie.

15. En dépit de la durée de vie limitée des catalogues de vente aux enchères en raison de leur fonction liée à un événement circonscrit dans le temps, ces livres expriment d'intéressantes caractéristiques épistémologiques qui valent la peine qu'on s'y attarde compte tenu des liens avec la culture et leurs fondements socioéconomiques.

16. Comme le catalogue de vente aux enchères encadre la circulation des objets entre les sphères publiques et privées de l'activité sociale, il est devenu un témoin important des relations et des transformations dans la définition et la fonction de l'objet d'art et de l'artiste et des types de connaissances qui sont déployées pour servir ces transformations.

17. Le catalogue de vente aux enchères témoigne du processus par lequel on crée, soutient et authentifie artificiellement la généalogie socioculturelle ainsi que le prestige et la valeur économique et symbolique d'un objet donné au moyen des *connaissances* que le catalogue diffuse sur cet objet. Car c'est par l'intermédiaire du catalogue que ces connaissances sont mises en corrélation, officiellement et publiquement, avec une valeur monétaire (exprimée à la base sous forme de valeur estimée dans le catalogue) de façon à *enrichir* et à donner de la *substance* au potentiel marchand et symbolique de l'objet en question. Le *désir de posséder* un objet est donc ouvertement encouragé, appuyé par diverses stratégies de conception graphique dont les auteurs se sont approprié outils d'experts et savoir universitaire (citons par exemple l'article spécialisé ou le billet du commissaire, ou encore l'entrevue, les références et les citations) dans le but précis de vendre de l'art.

18. À l'origine, le catalogue de vente aux enchères servait d'interface entre l'expertise — que la maison de vente aux enchères organisait pour aider la vente de divers objets — et la vaste population

de négociants et de collectionneurs d'art, amateurs et professionnels confondus, qui pouvaient manifester un intérêt pour l'achat des objets présentés dans ses pages. C'était souvent le catalographe qui avait la tâche de recueillir les renseignements sur les lots à vendre. Depuis les années 1970 cependant, le catalogue s'est lentement transformé en un centre important d'*archives* de connaissances d'expert recyclées ou commandées, organisées pour appuyer, dans la plupart des cas, des œuvres individuelles d'envergure dans le but précis d'accroître leurs capitaux symboliques et économiques.

19. Depuis les quelque dix dernières années, les maisons de vente aux enchères se sont mises à produire des catalogues de plus en plus complexes comprenant de longs essais, de même que des biographies et des entrevues détaillées présentées dans des formats visuels novateurs. La maison la plus créative à cet égard est sans doute Phillips de Pury (désormais appelée Phillips) qui a lancé, en 2009, une série de ventes aux enchères thématiques, la première s'intitulant *Now*. Cette série a contribué à redéfinir les limites du modèle de catalogue traditionnel en proposant différentes catégories d'objets dans un cadre de référence commun propre au domaine des arts, de même qu'une esthétique de magazine intégrant images comparatives, courts essais, commentaires et entrevues réalisées par des artistes, des commissaires et des collectionneurs renommés ou sur ces derniers.

20. Rares sont les fois où les institutions d'art ont mis le processus de vente aux enchères sur la sellette pour en dévoiler les mécanismes, les procédures, l'économie implicite et sa politique. Citons cependant une exception notoire en 2009 : la vente aux enchères *Two in One* tenue sous les auspices de Christie's en collaboration avec le centre d'art contemporain Witte de With and de Appel. Les artistes étaient invités à produire une œuvre appelée à interagir avec la vente aux enchères en tant qu'institution et processus. Les actions de ces artistes restaient néanmoins confinées à cet « événement gala ». De plus, le catalogue de cette vente s'en tenait à son rôle traditionnel de diffuseur d'information sur chaque objet proposé aux enchères; sa conception graphique était donc conforme aux normes de l'industrie pour ce type de publication.

21. En plus de constituer de mini-archives livresques, les catalogues de vente aux enchères peuvent être conçus comme des œuvres d'art à collectionner, auquel cas elles peuvent aussi servir de matériau méta-visuel qui joue sur son propre cadre de référence institutionnel. La publication de 2008 intitulée *Collect this Catalogue* de Phillips de Pury est intéressante non seulement pour les quatre estampes originales qu'elle contient, mais pour son titre autoréférentiel. Elle sert simultanément de catalogue de vente aux enchères, de moyen de distribution, de site d'exposition et de véhicule pour une critique néo ou post-institutionnelle ironique et amusante (les estampes n'ont été ni signées, ni datées, ni numérotées). En proposant une nouvelle catégorie de livres, à mi-chemin entre le catalogue de vente aux enchères et l'objet d'art, ces ouvrages commencent à brouiller les limites qui distinguent la vente aux enchères de l'œuvre d'art d'une manière pour le moins originale.

22. Une œuvre d'art peut s'engager sur le chemin de la vente aux enchères bien plus tôt que prévu si elle intègre cette « fin » dès le début de sa conception, comme le catalogue de 1926 de Duchamp le laissait entendre implicitement ou comme Louise Lawler l'a démontré en 2009. La contribution de Lawler — l'œuvre intitulée *People who expressed interest in this work also bid on the following:* — durant la vente *Two in One* peut être considérée comme une heureuse manière d'introduire de façon dynamique une contre-pratique analytique dans le processus des enchères pendant le déroulement de la vente.

23. Les œuvres d'art conçues en fonction d'un catalogue de vente aux enchères et de leurs archives ont une double fonction sociale : elles rendent visible une transition clé dans l'économie de l'art où il est possible de faire l'expérience d'une œuvre d'art, voire de l'acquérir, avant qu'elle ne disparaisse dans d'autres sphères publiques ou privées. Elles fonctionnent aussi sur un mode méta-disciplinaire, leur existence débutant là où l'économie primaire d'une œuvre d'art s'achève, où le cycle élémentaire de production et de consommation se limite, en premier lieu, au studio (ou à tout autre site de production), au circuit des galeries et des musées et à leurs diverses ramifications hors site. La vente aux enchères permet le développement d'un méta-circuit secondaire favorisant la circulation d'une œuvre dans des sphères publiques ou privées d'une société. En accrochant une œuvre « méta-visuelle » conçue « à travers » les enchères dans un espace public ou privé, le visiteur est mis devant la reproduction d'une période clé du cycle de vie économique occidental de toute œuvre d'art.

24. Toutes les principales maisons de vente aux enchères ont créé des sites Web élaborés présentant un large éventail de renseignements sur le processus de vente aux enchères : de la consignation aux versions électroniques des catalogues papiers en passant par le service après-vente. Les renseignements sur les ventes désormais archivés dans ces sites peuvent aussi servir de cadre de référence primaire pour produire de nouvelles œuvres totalement indépendantes, voire des pratiques d'exposition innovatrices. L'organisation non linéaire, la conception inhabituelle et l'accessibilité de ces sites constituent une nouvelle base de production d'œuvres ou d'expositions.

25. La série de documents PDF transmis par courriel intitulée *Remote Exhibition* représente une tendance différente des pratiques d'exposition conventionnelles courantes. Ces mini-expositions sont conçues comme des rencontres avant ou après la vente aux enchères où au moins un lot est sélectionné pour que les visiteurs puissent en faire l'expérience directement (durant une visite précédant la vente), indirectement (en consultant un catalogue) ou tout simplement à titre de « directives » dans le cadre d'une expérience de la pensée.

26. Le catalogue de vente aux enchères peut aussi être utilisé pour produire des « méta-catalogues » comme le catalogue Picabia de Duchamp en 1926 ou, plus récemment, le livre d'artiste *Negotiations* (2011) de Sean Micka qui s'est approprié un catalogue de 1983 de Christie's intitulé *The Contents of Benjamin Ginsburg, Antiquary Including the Property of Cora Ginsburg*. Les méta-catalogues explorent diverses facettes ou possibilités implicites d'un catalogue ou d'une vente aux enchères donnés, ce qui est particulièrement intéressant dans le cas de la vente d'une collection, ou d'une partie d'une collection, d'œuvres d'art conçues et produites à l'origine pour fonctionner à l'extérieur des catégories et des institutions d'art conventionnelles. Le catalogue Picabia de Duchamp est l'un des premiers exemples de ce concept. Citons, plus récemment et dans un autre registre, la vente aux enchères intitulée *Selected Works from the Collection of Anton & Annick Herbert for the Benefit of the Herbert Foundation*, en 2011, qui regroupait des œuvres minimales et conceptuelles ainsi que de l'arte povera de praticiens réputés de la fin des années 1960. Le fait de mettre aux enchères des œuvres créées sous différentes conditions historiques de production, d'exposition et d'échange met en lumière les contradictions que produisent les multiples rôles et fonctions d'objets circulant dans différents systèmes économiques et époques de leur histoire.

27. La récupération sélective d'œuvres d'art clés par l'intermédiaire du processus de la vente aux enchères et de leur transformation en documents méta-visuels soulève d'importantes questions quant aux nouveaux statuts et fonctions culturels, socioéconomiques et épistémologiques de ces œuvres. Chaque sélection, chaque œuvre incarnent une analyse visuelle différente de la vente aux enchères et de son catalogue — et ce, en dépit de la similarité des œuvres et de leur présentation —, car leur sémiotique individuelle résonne différemment dans les économies spécialisées où elles circulent en tant qu'objets, images de catalogue ou documents méta-visuels proposés aux enchères.

David Tomas

Traduction : Jean-Sébastien Leroux

Proposé aux enchères.

Notes pour une histoire du catalogue de vente aux enchères en art contemporain

1. Juillet 1924. Première vente d'une importante collection d'art moderne et d'artefacts ethnographiques, la collection Éluard, à l'Hôtel Drouot, maison de vente aux enchères parisienne.
2. Mars 1926. Vente aux enchères de 80 œuvres de Francis Picabia appartenant à Marcel Duchamp à l'Hôtel Drouot à Paris. Le catalogue est conçu par Duchamp. Il s'agit du premier exemple de recours aux enchères par un artiste pour la vente d'œuvres d'un autre artiste. Le catalogue est le premier à être réalisé par un artiste pour la vente d'œuvres qu'il a lui-même collectionnées.
3. Juillet 1931. Première grande vente d'artefacts ethnographiques d'Afrique, d'Amérique et d'Océanie collectionnés par des artistes et écrivains d'avant-garde, la collection André Breton et Paul Éluard, à l'Hôtel Drouot, à Paris.

4. Octobre 1973. Première vente importante d'une collection majeure d'art contemporain, *A Selection of Fifty Works from the Collection of Robert C. Scull*, chez Sotheby Parke Bernet à New York, qui suscite la controverse chez les artistes.
5. Octobre 1992. Vente, « sur ordre des créanciers », du contenu de la Nigel Greenwood Gallery par Sotheby's à Londres. La Nigel Greenwood Gallery est l'une des principales galeries de Londres, avec ses consœurs Lisson, Situation, et Jack Wendler, à faire connaître dans les années 1970 les artistes de la relève travaillant en art conceptuel et domaines apparentés. La vente aux enchères au profit des créanciers marque la fin à Londres d'un profil de marchand d'art animé d'une vocation particulière, et sert également de baromètre des transformations économiques et esthétiques dans le monde artistique d'après les années 1980.
6. Mai 1994. Vente des biens de la succession de John Rewald par Christie's à New York. Le catalogue donne un aperçu des choix de cet important historien de l'art en matière de collection, et constitue en quelque sorte des archives de la collection elle-même et des orientations de son propriétaire.
7. Octobre 2005. Vente d'œuvres de la collection Liliane et Michel Durand-Dessert chez Sotheby's et à la galerie Liliane et Michel Durand-Dessert à Paris. Il s'agit d'une vente aux enchères d'envergure, principalement d'œuvres postérieures aux années 1960 d'artistes représentés par cette importante galerie française. Le catalogue illustre la dimension intellectuelle et esthétique de la collection, mais permet aussi de saisir la personnalité d'une galerie et, à travers l'encan, les prédispositions pour l'« avant-garde » de la maison et du processus de vente aux enchères.
8. Septembre 2008. Première vente des œuvres d'un artiste organisée par l'artiste lui-même, lors d'un processus d'enchères chez Sotheby's à Londres. *Beautiful Inside My Head Forever*, par Damien Hirst, contourne le circuit économique traditionnel des galeries de manière spectaculaire. La vente de 223 lots établit un record pour des enchères portant sur un seul artiste.
9. Septembre 2009. Inauguration de la série d'enchères thématiques *NOW* chez Phillips de Pury (aujourd'hui Phillips). *NOW* annonce la vente des œuvres dans un catalogue raffiné où l'on retrouve

essais, entrevues, œuvres d'art, photographies et produits design dans une hybridation spectaculaire et sans précédent des catégories d'enchères traditionnelles.

10. Novembre 2008. Phillips de Pury publie le premier catalogue d'enchères qui comprend des œuvres originales d'artistes vivants. *Collect this Catalogue* est un exemple frappant d'une stratégie novatrice pour promouvoir la vente en jouant sur l'ironie et l'interpellation, dans un hommage au rôle social joué par les collectionneurs et à la relation privilégiée qu'ils entretiennent avec le processus et l'économie des enchères.

11. Mai 2009. Vente aux enchères *Two in One* organisée par Christie's à Amsterdam, en collaboration avec Witte de With et de Appel. Cette exploration collective systémique des enchères à travers la vente d'œuvres créées expressément aux fins de ce processus est soulignée par la publication d'un catalogue certes conventionnel, mais qui documente néanmoins cet événement important.

12. Décembre 2010. Envoi par courriel de la première d'une série d'« expositions distantes » en PDF. Chacune de ces expositions est conçue pour mettre en valeur un petit groupe d'œuvres que l'on pourra voir au cours des heures de visite précédant un encan, ou en consultant le catalogue et Internet. Les PDF et leurs prolongements en édition limitée servent, en leur capacité de méta-catalogue condensé, à susciter la curiosité à propos de la nature et de la fonction de la vente aux enchères, du catalogue, de la collection et de l'exposition.

13. Novembre 2011. Première grande vente aux enchères d'œuvres minimalistes, conceptuelles et d'*arte povera* choisies de la célèbre collection Anton et Annick Herbert chez Christie's à New York. Elle constitue un événement important dans la tentative de créer un marché d'enchères pour ce type d'œuvres réputées « difficiles ».

Information ou connaissance : exemples de catalogues conçus pour servir de proto-ouvrages de référence en histoire de l'art.

14. Mars 1926. Vente de 80 œuvres de Francis Picabia appartenant à Marcel Duchamp, Hôtel Drouot, Paris. Le catalogue est conçu par Duchamp. C'est le premier exemple du recours aux enchères par un artiste pour la vente d'œuvres d'un autre artiste. Le catalogue contient un encart rédigé par Duchamp sous le nom de plume de Rose Sélavy qui trace les grandes lignes de l'évolution stylistique des œuvres en vente.

15. Novembre 1992. Vente de *Marilyn x 100* d'Andy Warhol chez Sotheby's à New York. Le mince catalogue de 28 pages est un exemple compact de la façon de présenter une information historique/biographique pertinente organisée pour contribuer à la vente, ici, de cette seule œuvre. C'est aussi un cas de publication d'un catalogue d'enchères autonome dans le cadre d'une vente plus large représentée par un autre catalogue. *Marilyn x 100* est le lot 25 de *Contemporary Art, Part I* (vente 6363).

16. Mai 2007. Vente aux enchères d'une unique œuvre d'Andy Warhol, *Green Car Crash (Green Burning Car I)*, chez Christie's à New York. Le catalogue de 110 pages est un excellent exemple d'information historique/biographique substantielle qui peut être mise au service de la vente d'une seule œuvre. Une telle publication devient par la suite un ouvrage de référence ciblé.

17. Septembre 2009. Inauguration de la série d'enchères thématiques *NOW* chez Phillips de Pury (aujourd'hui Phillips). *NOW* annonce la vente des œuvres dans un catalogue raffiné où l'on retrouve essais, entrevues, œuvres d'art, photographies et produits design.

18. Novembre 2011. Publication du catalogue de la vente aux enchères d'œuvres minimalistes, conceptuelles et d'*arte povera* choisies de la célèbre collection Anton et Annick Herbert chez Christie's à New York. Ce catalogue est conçu non seulement pour souligner l'importance de la collection d'un point de vue historique, et donc la valeur de chaque œuvre, mais aussi pour donner un cadre de référence pour le regroupement et la dispersion sélective de cette collection majeure.

David Tomas

Traduction : Marie-Josée Arcand et Frédéric Dupuy

L'exposition, *Proposé aux enchères*, a été présenté au Centre de d'information Arttexte, du 7 septembre au 26 octobre 2013 (Volet 1) et du 31 octobre 2013 au 14 janvier 2014 (Volet 2)

ARTEXTE

2, rue Ste-Catherine Est, local 301
Montréal (Québec) H2X 1K4

T : 514.874.0049

www.artexte.ca

info@artexte.ca