

4

ARTS

DESIGN D'INTÉRIEUR,
DESIGN DE
PRÉSENTATION,
DÉCORATION ET
ÉTALAGE

ÉTUDE PRÉLIMINAIRE

RECHERCHE ET RÉDACTION

LÉPINE & compagnie

EXPERTS DE CONTENU

André Caron, cégep du Vieux Montréal

Alain Fournier, commission scolaire Des découvreurs

Jean Landry, cégep François-Xavier Garneau

SUPERVISION

Ministère de l'Éducation du Québec

Direction générale de la formation professionnelle et technique

Jean Gervais, responsable du secteur de formation Arts (Arts appliqués)

Guy Mercure, conseiller en planification

TABLE DES MATIÈRES

Résumé de l'étude	1
Première section : LA PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE	3
1 La problématique des fonctions de travail	4
2 La délimitation du champ de la recherche	7
3 La méthodologie	8
3.1 La démarche	8
3.2 Les sources documentaires	8
3.3 L'enquête	8
Deuxième section : LE MONDE DU TRAVAIL	12
LE DESIGN D'INTÉRIEUR ET LA DÉCORATION	12
1 Les secteurs d'activité économique et les caractéristiques des entreprises	12
1.1 Les designers d'intérieur	12
1.2 De la décoration au design d'intérieur	16
1.3 Les décoratrices, décorateurs, conseillères-vendeuses et conseillers-vendeurs	17
2 La description des fonctions de travail	22
2.1 La définition des fonctions de travail et les appellations d'emploi	22
2.2 Les rôles, les responsabilités et les tâches types	23
2.3 Les lois et les règlements	27
2.4 Les relations avec les autres fonctions de travail et la supervision	28
2.5 Les conditions particulières d'exercice	28
3 La structure de l'emploi et le cheminement professionnel	29
3.1 La mobilité verticale	29
3.2 La mobilité horizontale	29
4 Les exigences à l'embauche	30
4.1 Le diplôme demandé	30
4.2 L'expérience demandée	31
4.3 Les compétences demandées	32
4.4 Les aptitudes et les qualités demandées	32
5 L'évolution des fonctions de travail	33
5.1 Les changements survenus et leurs conséquences	33
5.2 Les changements anticipés et leurs conséquences	34
6 La main-d'œuvre	36
6.1 L'âge	36
6.2 Le sexe	36
6.3 Le statut d'emploi	37
6.4 L'embauche	37
7 La satisfaction des entreprises par rapport à la formation	40
7.1 Les forces et les faiblesses de la formation	40

LE DESIGN DE PRÉSENTATION VISUELLE ET L'ÉTALAGE	42
1 Les secteurs d'activité économique et les caractéristiques des entreprises	42
2 La description des fonctions de travail	45
2.1 La définition des fonctions de travail et les appellations d'emploi	45
2.2 Les rôles, les responsabilités et les tâches types	49
2.3 La supervision	50
2.4 Les conditions particulières d'exercice	51
3 La structure de l'emploi et le cheminement professionnel	53
3.1 La mobilité verticale	53
3.2 La mobilité horizontale	53
4 Les exigences à l'embauche	54
4.1 Le diplôme demandé	54
4.2 L'expérience et les compétences demandées	55
5 L'évolution des fonctions de travail	56
6 La main-d'œuvre	58
6.1 L'âge	58
6.2 Le sexe	58
6.3 L'embauche	58
6.4 Les difficultés d'embauche	58
6.5 La demande pour le métier	59
7 La satisfaction des entreprises par rapport à la formation	60
7.1 Les forces et les faiblesses de la formation	60
7.2 Les recommandations	60
 Troisième section : LE MONDE DE L'ÉDUCATION	 62
1 Les établissements d'enseignement	62
2 Les programmes	64
2.1 Les objectifs des programmes	64
2.2 La durée de la formation	64
2.3 Les fonctions visées par les programmes	65
3 Le portrait de l'effectif scolaire	67
3.1 Les inscriptions	67
3.2 Les diplômes décernés	68
3.3 Le nombre de personnes diplômées en emploi	68
3.4 Le nombre de personnes diplômées dans un emploi lié à leur formation	68
3.5 Le nombre de personnes diplômées à la recherche d'un emploi	69
3.6 Le nombre de personnes diplômées aux études	69
3.7 Le taux de chômage	70
3.8 L'occupation d'un emploi à temps plein, lié à la formation, selon les codes de la CNP	70
 Quatrième section : L'ADÉQUATION ENTRE LE MONDE DU TRAVAIL ET LE MONDE DE L'ÉDUCATION	 74
 Cinquième section : L'HARMONISATION DE L'OFFRE DE FORMATION	 78
 CONCLUSIONS ET PISTES D'ACTION	 80
 BIBLIOGRAPHIE	 84

LISTE DES TABLEAUX

TABLEAU 1 :	Échantillon de l'enquête	10
TABLEAU 2 :	Caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête	11
TABLEAU 3 :	Nombre de designers d'intérieur dans les six SAE les plus importants	12
TABLEAU 4 :	Sous-secteurs où l'on trouve les plus grandes concentrations de designers d'intérieur (code 5242 de la CNP)	13
TABLEAU 5 :	Répartition géographique des entreprises de design d'intérieur au Québec	14
TABLEAU 6 :	Types de clientèles des entreprises de design d'intérieur au Québec	15
TABLEAU 7 :	Taille des entreprises de design d'intérieur au Québec	15
TABLEAU 8 :	Nombre de vendeurs, vendeuses et de commis-vendeurs, commis-vendeuses dans le commerce de détail, des six SAE les plus importants	18
TABLEAU 9 :	Nombre d'ensembliers, ensemblières de théâtre, de modélistes de vêtements, de concepteurs, conceptrices d'expositions et d'autres concepteurs, conceptrices artistiques dans les six SAE les plus importants	42
TABLEAU 10 :	Sous-secteurs d'activité économique où l'on trouve le plus grand nombre de travailleurs et travailleuses des métiers du code 5243 de la CNP	43
TABLEAU 11 :	Appellations d'emploi dans les entreprises consultées	48
TABLEAU 12 :	Illustration des types de diplômes des travailleuses et travailleurs des entreprises consultées	54
TABLEAU 13 :	Liste des établissements d'enseignement	62
TABLEAU 14 :	Exemples de postes offerts aux personnes diplômées des programmes <i>Design de présentation</i> , <i>Design d'intérieur</i> et <i>Décoration et étalage</i>	66
TABLEAU 15 :	Programme 570.02, <i>Design de présentation</i> : inscriptions à temps plein	67
TABLEAU 16 :	Programme 570.03, <i>Design d'intérieur</i> : inscriptions à temps plein	67
TABLEAU 17 :	Programme 570.02, <i>Design de présentation</i> : emplois occupés à temps plein liés à la formation	70
TABLEAU 18 :	Programme 570.03, <i>Design d'intérieur</i> : emplois occupés à temps plein liés à la formation	71
TABLEAU 19 :	Programme 5005, <i>Décoration et étalage</i> : situation des personnes diplômées de l'enseignement secondaire professionnel qui occupent un emploi à temps plein lié aux études, par discipline et type d'emploi au 31 mars 1994	73

RÉSUMÉ DE L'ÉTUDE

La présente étude préliminaire porte sur les fonctions de travail en design d'intérieur, en décoration et en design de présentation visuelle qui relèvent du secteur Arts. Elle a été effectuée, en conformité avec le processus défini dans le *Guide de réalisation des études de planification*¹ et avec le devis de production de l'étude préparé par la Direction générale de la formation professionnelle et technique du ministère de l'Éducation (MEQ).

Le design d'intérieur et la décoration

Au Québec, le design d'intérieur ne fait pas l'objet d'un droit de pratique exclusif ni d'un titre réservé. Des personnes de différentes disciplines (architecture, décoration, etc.) peuvent utiliser le terme designer d'intérieur dans l'exercice de leur profession.

On trouve les designers d'intérieur dans les firmes de design d'intérieur, où ils et elles réalisent des concepts d'aménagement pour des immeubles commerciaux, institutionnels, industriels et résidentiels, ainsi que chez les fabricants d'armoires de cuisine, où on les nomme cuisinistes. À l'extérieur de la grande région de Montréal, les designers d'intérieur travaillent généralement à leur compte et dans le secteur résidentiel.

La décoration consiste à agencer des couleurs, des tissus et du mobilier afin de créer une atmosphère. Le design d'intérieur consiste à construire, à modifier, à aménager ou à réaménager un espace.

Dans les commerces de détail et les centres de décoration, on trouve des designers d'intérieur et des décoratrices et décorateurs qui occupent les mêmes fonctions de travail. Dans ces types d'entreprises, il s'agit de vente et d'agencement de matériaux, de couleurs et de mobilier et on les nomme designers ou conseillères-vendeuses et conseillers-vendeurs. Les décoratrices et les décorateurs travaillant à leur compte et dans le secteur résidentiel sont en plus grand nombre à l'extérieur des grands centres.

La présentation visuelle et l'étalage

La présentation visuelle correspond davantage à un champ de pratique qu'à une fonction de travail précise. Y exercent leur métier des personnes de différentes disciplines, selon les exigences des mandats à exécuter. Les débouchés sont les grandes chaînes de magasins et les boutiques, les firmes de fabrication de décors et d'étalages et les entreprises du secteur culturel. À l'extérieur des grands centres, plusieurs travaillent à leur compte.

Dans les magasins, on utilise le terme étalagiste. Dans les autres types d'entreprises, le titre d'emploi varie.

La relation entre les diplômes et les fonctions de travail

De façon générale, on demande un diplôme d'études collégiales (DEC) en Design d'intérieur dans les firmes de design d'intérieur et chez les fabricants d'armoires de cuisines et le DEC en Design d'intérieur ou un diplôme d'études professionnelles (DEP) en Décoration et étalage dans les commerces de détail et les centres de décoration. Dans les firmes de design d'intérieur et chez les fabricants d'armoires de cuisine consultés, la majorité des designers

d'intérieur (80 %) ont une formation en Design d'intérieur. On trouve également une forte proportion de titulaires d'un DEC en Design d'intérieur dans les centres de décoration (55 %) où le personnel possède également un DEP en Décoration et étalage ou une autre formation.

Pour les étalagistes, on demande un DEC en Design de présentation ou un DEP en Décoration et étalage. Dans les autres types d'emplois en présentation visuelle, le diplôme n'est pas le premier critère d'embauche. Dans les grands magasins consultés, il y a deux titulaires d'un DEC en Design de présentation pour un titulaire d'un DEP en Décoration et étalage. Par contre, près de 40 % des gens ont une formation autre. Dans les entreprises consultées, les personnes titulaires d'un DEC en Design de présentation et celles qui possèdent un DEP en Décoration et étalage occupent généralement les mêmes fonctions de travail.

Les fonctions de travail visées par les programmes

D'après les données de la recherche, et contrairement à ce qui est mentionné dans le *Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial*, le DEC en Design d'intérieur a trait aux emplois du code 5242 de la CNP, designers d'intérieur, et le DEC en Design de présentation à ceux du code 5243, ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions et autres concepteurs, conceptrices artistiques. Quant au DEP en Décoration et étalage, le volet décoration concerne les conseils en décoration et la vente au détail, qui correspondent au code 6421, vendeuses, vendeurs, commis-vendeuses, commis-vendeurs, commerce de détail, et le volet étalage correspond pour sa part au code 5243, comme pour le DEC en Design de présentation.

L'évolution des fonctions de travail

Selon les firmes de design d'intérieur consultées, le principal changement dans les fonctions de travail vient de la modification de la structure des entreprises : fusions, rationalisation, regroupement de services et travail en réseau. Par conséquent, les projets de réaménagement ont pris le pas sur les projets d'aménagement. La structure pouvant être appelée à changer, les entreprises souhaitent des éléments standards qu'elles pourront réutiliser. Dans le commerce de détail, on entrevoit peu ou pas de changements. En présentation visuelle, les principaux changements survenus concernent l'importance accrue de la mise en marché et de l'architecture au détriment des décors, les stands extensibles (60 %), plutôt fabriqués, et la pénétration des nouvelles technologies (graphisme, impression, réalité virtuelle, etc.).

L'harmonisation de l'offre de formation

Les programmes d'études collégiales *Design de présentation* et *Design d'intérieur* et celui d'études secondaires *Décoration et étalage* partagent des apprentissages qui pourraient être reconnus aux personnes diplômées du secondaire qui voudraient poursuivre leurs études au collégial ou à celles qui voudraient passer d'un programme collégial à l'autre. Il s'agit principalement du dessin technique, du dessin assisté par ordinateur (DAO) et de la formation de base en design d'intérieur ou en design de présentation.

Première section : LA PRÉSENTATION DE L'ÉTUDE

Le document

Le présent document comprend cinq sections. La première section présente la problématique qui a conduit à la réalisation de l'étude préliminaire, l'étendue et les limites de l'étude de même que la méthodologie utilisée.

La deuxième section porte sur le monde du travail. On y présente le portrait actuel et futur des fonctions de travail à partir d'une recherche documentaire, d'entrevues avec des personnes clés et d'une enquête auprès d'entreprises.

La troisième section porte sur le monde de l'éducation. On y trouve des données générales sur l'offre de formation, l'effectif scolaire et les programmes de formation.

La quatrième section traite des convergences et des écarts entre les besoins qualitatifs du marché du travail qui ont été relevés au cours de la recherche et les programmes de formation.

La cinquième section traite des continuités et des chevauchements actuels et à venir au sein des fonctions de travail entre les programmes, et entre les fonctions de travail et les programmes. Cette section se termine par des hypothèses d'harmonisation de l'offre de formation.

Suivent les conclusions et les pistes d'action sous la forme de grands constats et de propositions des suites à donner à l'étude préliminaire de même que de la présentation de données complémentaires pour entreprendre la révision des programmes de formation.

L'étude

La présente étude préliminaire porte sur les fonctions de travail en design d'intérieur, en décoration, en étalage et en design de présentation visuelle qui relèvent du secteur Arts. Cette étude s'inscrit dans les orientations du MEQ en matière de formation professionnelle et technique, qui sont :

- d'améliorer l'accès aux services d'enseignement professionnel et technique;
- d'harmoniser les programmes des réseaux d'enseignement secondaire et collégial;
- et d'accentuer la collaboration et les liens avec les partenaires socio-économiques.

Les études préliminaires doivent être effectuées en conformité avec le processus défini dans le *Guide de réalisation des études de planification*² de la DGFPT et le devis de production de l'étude préparé par la DGFPT.

Les objectifs généraux d'une étude préliminaire sont :

- de brosse un tableau, principalement qualitatif, du contexte d'exercice actuel et futur des fonctions de travail et, le cas échéant, des programmes qui visent directement ces fonctions de travail;

- d'approfondir la problématique concernant ces fonctions de travail, de manière à disposer de données et de renseignements plus complets et plus précis pour entreprendre la révision des programmes.

1 LA PROBLÉMATIQUE DES FONCTIONS DE TRAVAIL

La DGFPT a opté de traiter dans une même étude le design d'intérieur, le design de présentation visuelle, la décoration et l'étalage, étant donné leurs affinités et le fait que les programmes relèvent du même secteur de formation.

Le design d'intérieur consiste à construire, à modifier, à aménager ou réaménager un espace. Au Québec le design d'intérieur ne fait pas l'objet d'un droit de pratique exclusif ni d'un titre réservé. On trouve les designers d'intérieur dans les firmes de design d'intérieur, où ils et elles réalisent des concepts d'aménagement pour des immeubles commerciaux, institutionnels, industriels et résidentiels, ainsi que chez les fabricants d'armoires de cuisine, où on les nomme cuisinistes. À l'extérieur de la grande région de Montréal, les designers d'intérieur travaillent généralement à leur compte et dans le secteur résidentiel.

La décoration consiste à agencer des couleurs, des tissus et du mobilier afin de créer une atmosphère. On trouve un grand nombre de décoratrices et de décorateurs dans les commerces de détail (meubles, articles de décoration, luminaires, etc.) et les centres de décoration. Que les personnes s'appellent conseillères-vendeuses, conseillers-vendeurs, designers d'intérieur, décoratrices ou décorateurs, une partie importante des tâches consiste à faire de la vente. À l'extérieur des grands centres, les décoratrices et les décorateurs travaillent également à leur compte et dans le secteur résidentiel.

Quant à **la présentation visuelle**, elle correspond davantage à un champ de pratique qu'à une fonction de travail unique.

Dans les magasins, la fonction de travail qui y est associée est celle d'étalagiste, dont les principales tâches consistent à habiller les mannequins et les bustes, et à faire l'installation du matériel promotionnel. À l'extérieur des grands centres, les étalagistes travaillent généralement à leur compte et composent des vitrines de magasins ou d'autres éléments de présentation visuelle.

Dans les firmes de fabrication de décors et d'étalages ainsi que dans les entreprises du secteur culturel, les tâches concernent la conception ou la fabrication de décors et d'étalages pour des magasins, des événements culturels, etc. Ces tâches font appel à différentes fonctions de travail selon les activités des entreprises ou les mandats à exécuter (graphistes, artisanes et artisans, travailleuses et travailleurs manuels, etc.).

Différentes formations peuvent conduire à exercer l'une ou l'autre fonction de travail. Par exemple, on trouvera des designers d'intérieur qui ont une formation en Architecture, en Beaux-arts ou en Design d'intérieur, des décorateurs (conseillers-vendeurs) et décoratrices (conseillères-vendeuses) qui ont une formation en Design, en Décoration ou uniquement de l'expérience dans la vente, des étalagistes qui ont une formation en Design de présentation visuelle, en Décoration et étalage ou une autre formation, et des travailleuses et travailleurs en

présentation visuelle (décors et étalages) qui ont des formations variées, dont en Design de présentation visuelle et en Décoration et étalage.

2 LA DÉLIMITATION DU CHAMP DE LA RECHERCHE

Le champ de la recherche couvre principalement deux objets, soit les fonctions de travail et les programmes. Les fonctions de travail à l'étude sont celles liées au design d'intérieur, à la décoration, au design de présentation visuelle et à l'étalage.

Les programmes de formation sont les programmes 570.02, *Design de présentation* (DEC) et 570.03, *Design d'intérieur* (DEC) ainsi que 5005, *Décoration et étalage* (DEP). Le champ de la recherche couvre l'aspect qualitatif de l'offre de formation et de l'effectif scolaire.

Le cadre général de départ d'une étude préliminaire est l'information fournie par les codes de la *Classification nationale des professions* (CNP) touchés par les programmes. Dans le cas du DEP *Décoration et étalage*, il s'agit du code 5242, et pour le DEC *Design de présentation* et le DEC *Design d'intérieur* des codes 5242 et 5243.

Dans le cas des designers d'intérieur, il y a adéquation entre le code 5242 de la CNP et la fonction de travail. Par contre, dans le cas de la fonction de travail en design de présentation visuelle, le code 5243 est un groupe de base qui inclut également différentes fonctions de travail relatives au théâtre (scénographe, éclairagiste, accessoiriste, costumier et costumière) et à l'industrie du vêtement (modéliste). Nous avons utilisé le code 5243 puisqu'il s'agit de la clé pour avoir accès aux données du recensement, par exemple pour la répartition des emplois dans les secteurs d'activité économique. Nous avons toutefois dû éliminer l'information qui n'était pas associée à la présentation visuelle.

Le cas des décoratrices et des décorateurs posait également problème. En effet, dans la description du code 5242 de la CNP, designers d'intérieur, il est dit que décoratrices et décorateurs sont des appellations d'emploi à ne pas confondre avec designers et que cette dernière fonction renvoie davantage au code 6421, vendeurs, vendeuses, commis-vendeurs, commis-vendeuses, vente au détail. Nous avons procédé comme pour le code 5243 en éliminant l'information qui n'était pas associée à la fonction de travail de décoratrice et de décorateur.

C'est ainsi que nous retenons, comme contexte de travail à l'étude, les secteurs d'activité économique qui regroupent les types d'entreprises où s'exercent principalement les fonctions de travail à l'étude, soit les secteurs 53 : commerces de gros de vêtements, chaussures, tissus et mercerie, 62 : commerces de détail de meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison, 65 : autres commerces de détail, 77 : services aux entreprises et 96 : services de divertissements et de loisirs. On trouverait également les fonctions de travail dans les secteurs 81 : services de l'administration fédérale et 83 : services des administrations locales. Étant donné le faible niveau d'embauche dans la fonction publique, nous ne ferons qu'aborder ce secteur.

Les principaux types d'entreprises où l'on trouve des travailleurs et travailleuses en design, décoration et étalage sont les magasins (grandes surfaces, chaînes de magasins, magasins d'ameublement et d'accessoires de décoration, magasins spécialisés dans les tissus et les matériaux, quincailleries, etc.), les firmes de design d'intérieur, les firmes spécialisées en décors et étalage, les entreprises ou organismes du secteur culturel (théâtre, film, vidéo, télévision), les fabricants de meubles, de cuisines et de salles de bain, ainsi que les grandes compagnies et les organismes gouvernementaux.

3 LA MÉTHODOLOGIE

3.1 La démarche

La démarche utilisée est celle d'une étude préliminaire telle qu'elle est définie dans le *Guide de réalisation des études de planification*³ de la DGFPT. Pour atteindre les objectifs généraux et particuliers, nous avons effectué une recherche documentaire, des rencontres auprès de personnes clés et une enquête avec questionnaire.

Nous avons également eu recours à des experts de contenu des établissements de formation pour les éléments touchant l'adéquation des programmes et du marché du travail et l'harmonisation de l'offre de formation.

3.2 Les sources documentaires

Les principales sources documentaires utilisées sont :

- des données quantitatives de Développement des ressources humaines Canada (DRHC);
- des documents d'information de la Société des designers d'intérieur du Québec;
- le *Devis de formation professionnelle en design de présentation visuelle*⁴;
- l'étude nationale sur le secteur du design : *Façonner le Canada de demain grâce au design*⁵;
- la *Classification nationale des professions*⁶;
- la *Classification des activités économiques du Québec*.

3.3 L'enquête

Le questionnaire

Le questionnaire visait à obtenir de l'information, principalement qualitative, sur les principaux objets suivants :

- les tâches types et leur importance relative;
- les liens avec les autres fonctions de travail et le niveau de supervision;
- la mobilité verticale et horizontale;
- les exigences à l'embauche;
- les outils, l'équipement et les conditions de réalisation particulières;
- les changements survenus et anticipés, et leurs conséquences;
- la demande de main-d'œuvre;
- le profil des personnes en emploi;
- la satisfaction par rapport à la formation et les recommandations.

Les questions, de type semi-ouvertes, servaient de grille d'entrevue et offraient la possibilité, aux entreprises qui le désiraient, de remplir elles-mêmes le questionnaire et de le retourner par télécopieur.

L'échantillonnage

La première partie de l'échantillon a été constituée à partir de listes d'entreprises fournies par les établissements de formation. Les entreprises devaient avoir ou avoir eu à leur service des personnes diplômées des programmes à l'étude.

Quant à la seconde partie, elle a été composée à partir d'une sélection d'entreprises où l'on trouve des personnes qui occupent les fonctions de travail à l'étude, que ces personnes soient ou non diplômées des programmes à l'étude.

Les huit commissions scolaires et les neuf cégeps consultés couvrent sept régions administratives. Les établissements de formation nous ont fourni 386 noms d'entreprises qui pouvaient être les mêmes d'une région à l'autre ou d'un établissement à l'autre (par exemple, les grandes chaînes de magasins).

L'échantillon a été établi à partir des critères suivants :

- de l'importance relative des types d'entreprises et des secteurs d'activité économique représentés pour l'ensemble des régions administratives;
- de leur importance relative par rapport à la région administrative;
- des caractéristiques des entreprises : répartition régionale, taille, type, etc.

Pour la seconde partie de l'échantillon a, nous avons tenu compte :

- de l'importance relative des types d'entreprises et des secteurs d'activité économique où l'on trouve les fonctions de travail à l'étude,
- de leur importance relative par rapport à la région administrative;
- des caractéristiques des entreprises : répartition régionale, taille, type, etc.;
- des régions et types d'entreprises déjà couverts par l'échantillonnage déterminé à partir des listes d'entreprises fournies par les établissements.

Le tableau 1 présente la répartition de l'échantillon de l'enquête.

Les personnes consultées devaient être en mesure de traiter des tâches dévolues, des enjeux et des défis, des exigences d'embauche, de la demande de main-d'oeuvre, etc. Nous avons donc consulté les responsables des ressources humaines ou celles qui occupaient des postes de supervision directe.

Nous avons communiqué avec 63 entreprises, dont 58 répondaient aux critères de sélection et avaient parmi leur personnel au moins une personne qui exerçait les fonctions de travail à l'étude. De ce nombre, 43 ont accepté de participer à l'enquête. Nous avons tenu 24 entrevues téléphoniques (24/43), 8 entreprises ont retourné leur questionnaire par télécopieur (8/43) et 11 entreprises n'ont pas donné suite, malgré plusieurs relances (11/43).

Parmi les 15 entreprises qui répondaient aux critères de sélection mais qui n'ont pas participé à l'enquête (15/58), certaines ont invoqué le manque de temps (6) ou le fait que le travail recherché était donné en sous-traitance (8) (ex. : les centres commerciaux, les salles de spectacle, les centres des congrès, les promoteurs d'expositions) ou intégré dans une autre fonction de travail (ex. : celles en mise en marché). Une dizaine de ces entreprises (10/15) ont tout de même accepté de répondre à quelques-unes de nos questions.

TABLEAU 1 : Échantillon de l'enquête

Types d'entreprises	Design d'intérieur et décoration		Présentation visuelle et étalage	
	Ont jointes été	Ont participé à l'enquête	Ont jointes été	Ont participé à l'enquête
Centres commerciaux	s.o.	s.o.	2	0
Centres de décoration	2	1	s.o.	s.o.
Centres des congrès	s.o.	s.o.	2	0
Chaînes et grands magasins	1	1	6	2
Ébénistes	s.o.	s.o.	1	0
Fabricants de meubles	2	0	s.o.	s.o.
Fabricants d'armoires de cuisine	2	1	s.o.	s.o.
Firmes de design d'intérieur	10	7	s.o.	s.o.
Firmes spécialisées dans le secteur culturel: conception d'exposition, d'événements, etc.	s.o.	s.o.	2	1
Firmes de décors, d'étalage, de stands, etc.	s.o.	s.o.	10	7
Céramique, tissus	3	1	s.o.	s.o.
Magasins de meubles, d'accessoires de décoration	5	3		
Quincailleries	2	1		
Magazines	s.o.	s.o.	2	0
Musées, théâtres, carnivals, salles de spectacle	s.o.	s.o.	4	2
Organismes gouvernementaux	2	1	s.o.	s.o.
Promoteurs d'expositions et de congrès	s.o.	s.o.	2	1
Télévision, vidéo, films	s.o.	s.o.	3	3
Total :	29	16	34	16

Outre les firmes de designers d'intérieur et les grands magasins (étalagistes), les fonctions de travail à l'étude peuvent être exécutées par différentes catégories de personnel et différer d'un endroit à l'autre. De plus, une majorité d'entreprises où l'on trouve les fonctions de travail liées au design d'intérieur et à la présentation visuelle se trouvent dans des petites ou des micro-entreprises. Les personnes doivent composer avec un emploi du temps très chargé et des délais courts.

De plus, à l'extérieur de la grande région de Montréal, il existe peu de firmes de moyenne ou de grande envergure de design d'intérieur, de décoration et de présentation visuelle. On trouve principalement des travailleuses et des travailleurs autonomes et, en design d'intérieur et en décoration, ils sont essentiellement dans le secteur résidentiel. Ces personnes sont difficiles à joindre, soit qu'elles ne sont pas répertoriées, soit qu'elles sont peu disponibles. Toutefois,

les experts consultés nous ont dit que les tâches sont sensiblement les mêmes que celles des personnes qui travaillent pour des entreprises, sauf que les travailleuses et les travailleurs autonomes s'acquittent de l'ensemble des tâches.

TABLEAU 2 : Caractéristiques des entreprises qui ont participé à l'enquête

Types d'entreprises	Nombre	Régions	9 ou -	10 à 49	50 à 99	100 ou +	Secteurs
Centres de décoration	1	12			1		Résidentiel
Chaînes et grands magasins	3	06,15				3	
Fabricants d'armoires de cuisine	1	03,06		1			Résidentiel
Firmes de design d'intérieur	7	03,06 07	5	2			Principalement commercial et de l'aménagement de bureaux
Firmes spécialisées dans le secteur culturel : conception d'exposition, d'événements, etc.	1	06	1				
Firmes spécialisées en décors, étalage, stands, etc.	7	03/06	5	2			Commercial
Céramique	1	03	1				Résidentiel
Magasins de meubles et accessoires de décoration	3	03		2	1		
Quincailleries	1	15				1	
Musées, théâtres, carnivals, salles de spectacles	2	03		1		1	
Organismes gouvernementaux	1	06				1	De l'aménagement de bureaux
Promoteurs d'exposition et de congrès	1	03	1				
Télévision, vidéo, films	3	03,06	2			1	
Total :	32	5	15	8	2	7	

Le tableau 2 présente les entreprises qui ont participé à l'enquête. Certains types d'entreprises n'ont pu être couverts en raison des motifs présentés précédemment (magasins de tissus, fabricants de meubles et grandes compagnies).

Toutefois, bien qu'il s'agisse d'un échantillon relativement modeste, nous avons pu obtenir une saturation des réponses.

Deuxième section : LE MONDE DU TRAVAIL

Le design d'intérieur et la décoration

1 LES SECTEURS D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES

1.1 Les designers d'intérieur

À partir des codes de la CNP, on peut obtenir les six secteurs d'activité économique (SAE) où l'on trouve la plus grande concentration de personnes dans un métier donné. Le tableau 3 présente ces secteurs pour le code 5242, designers d'intérieur.

TABLEAU 3 : Nombre de designers d'intérieur dans les six SAE les plus importants

Designers d'intérieur (Code 5242 de la CNP)		Population active en emploi		Chômeurs et chômeuses	
		Nombre	%	Nombre	%
42	Entrepreneurs spécialisés	225	14,7	15	8,1
62	Commerces de détail de meubles, appareils et accessoires d'ameublement de maison	155	10,1	15	8,1
65	Autres commerces de détail	50	3,3	15	8,1
77	Services aux entreprises	695	45,4	60	32,4
81	Services de l'administration fédérale	55	3,6	0	0,0
83	Services des administrations locales	30	2,0	10	5,4
999	Autres services (non classés ailleurs)	320	20,9	70	37,8
	Total	1 530	100,0	185	100,0

Source : *Recensement de 1991, Compilation spéciale SQDM, DREE, 1994.*

En 1991, il y avait 1 530 personnes qui se déclaraient designers d'intérieur. De ce nombre, 45,4 % se trouvaient dans le secteur 77, services aux entreprises, qui inclut les firmes de designers. C'est également le secteur où le pourcentage de personnes en chômage était le plus élevé (32,4 %).

Près de 15 % se trouvaient dans le secteur 42, entrepreneurs spécialisés, et 10 % dans le secteur 62, commerces de détail de meubles, appareils et accessoires d'ameublement. Le fait que le 20,9 % de la population active se trouve dans les secteurs du code 999, autres services, témoigne d'une certaine dispersion.

Pour obtenir des données plus détaillées, nous avons extrait, du recensement de 1996, les sous-secteurs d'activité économique associés à la fonction de travail, et parmi ceux-ci, ceux où l'on trouve 50 personnes ou plus. On constate qu'en 1996 le nombre de personnes regroupées dans le sous-secteur des services aux entreprises était du tiers plus élevé qu'en 1991 (980 comparativement à 695), mais de 55 % inférieur chez les entrepreneurs spécialisés. Soulignons, à cet égard, que les principaux secteurs industriels, qui sont le moteur de la demande à l'égard de services de design, ont été durement touchés par la récession et la restructuration économique ainsi que par le recul de la construction de 1989 à 1994⁷. Les quincailleries regroupaient également plus de travailleurs et travailleuses qu'en 1991. Cette situation peut peut-être s'expliquer en raison de l'arrivée des grandes surfaces.

TABLEAU 4 : Sous-secteurs où l'on trouve les plus grandes concentrations de designers d'intérieur (code 5242 de la CNP)

Sous-secteurs	Nombre
779 Autres services aux entreprises	980
623 Magasins d'accessoires d'ameublement	155
427 Travaux d'intérieur et de finition (incluant décoration)	125
653 Quincailleries	80
621 Magasins de meubles de maison	50

Source : DRHC *Population active occupée, Recensement 1996*, Québec, Direction de l'information et de la planification stratégiques.

D'après les données de la Direction de l'information et de la planification stratégique de Développement des ressources humaines Canada, le nombre de personnes en chômage, en 1996, était inférieur à 100, donc leur répartition par secteur n'était pas significative.

Les noms des entreprises fournis par les cégeps qui offrent le programme *Design d'intérieur* se répartissent de la façon suivante :

- 50 % de firmes de designers ou d'aménagement de bureaux;
- 42 % de boutiques, magasins, quincailleries, centres de décoration;
- 7 % de fabricants de cuisine et de meubles.

Ces données ne sont fournies qu'à titre indicatif puisque les cégeps n'utilisaient pas une même classification des types d'entreprises et qu'il ne s'agit pas d'une liste exhaustive. On peut toutefois noter que les types d'entreprises correspondent à ceux fournis par le recensement. De plus, la plus grande proportion de travailleurs et travailleuses dans les magasins et les boutiques s'expliquerait par le fait que, en début de carrière, il serait normal et même souhaitable qu'une ou un designer fasse ses premiers pas dans ce secteur afin de prendre de l'expérience, d'apprendre à connaître les produits et de se faire une clientèle.

Les données sur le design d'intérieur sont plus limitées que dans d'autres secteurs plus importants de l'économie. En effet, dans une étude nationale sur le design, DRHC soulignait que :

...le secteur du design n'était pas reconnu, jusqu'à récemment, comme un secteur de l'économie. C'est donc dire que les données disponibles à cet égard sont limitées, exception faite de l'architecture. Autre facteur expliquant le manque de données, le design est un secteur de taille relativement petite et d'origine plutôt récente, par comparaison à d'autres secteurs d'activité⁸.

Par contre, depuis les dernières années, différentes études, dont celles de DRHC et de Forum Design de Montréal⁹, fournissent plus d'information quant au portrait des entreprises de design d'intérieur. Il y aurait au Québec 913 professionnelles et professionnels en design d'intérieur, 551 entreprises spécialisées, 179 travailleuses et travailleurs autonomes et 52 services de design dans des entreprises non spécialisées¹⁰.

Au Québec, une association de designers d'intérieur, la Société des designers d'intérieur du Québec (SDIQ), regroupe 826 membres de toutes les catégories, dont 318 membres actifs. Les membres actifs ont la formation et l'expérience requises (trois ans ou plus), répondent aux critères et ont réussi l'examen nord-américain, théorique et pratique, de la National Council for Interior Design Qualification (NCIDQ). Les autres catégories de membres sont les membres provisoires (115) (c'est-à-dire qu'ils n'ont pas encore passé l'examen), les membres probatoires (197), les élèves (93), les membres affiliés (20), les membres honoraires (28) et les membres à vie (55).

Au Canada, 50 % des firmes canadiennes de design d'intérieur sont en Ontario et près de 25 % au Québec¹¹. La plus grande proportion des firmes de design d'intérieur se trouve à Montréal et ses environs (67,7 %) et à Québec (21 %), comme le démontre le tableau 6. D'après le répertoire des membres de la SDIQ, 82 % des membres actifs de l'association sont dans la grande région de Montréal et ses environs, 7 % à Québec et ses environs 11 % ailleurs au Québec.

TABLEAU 5 : Répartition géographique des entreprises de design d'intérieur au Québec

Régions	%
CUM	41,9
Québec	21,0
Montréal	12,9
Laval, Laurentides, Lanaudière	12,9
Autres régions	11,2

Source : FORUM DESIGN MONTRÉAL. *Étude de la valeur socio-économique du design au Québec*, DBSF, mai 1994, p. 24

Le chiffre d'affaires proviendrait essentiellement du marché québécois (91,1 %) et, de façon très secondaire (4,9 %), de contrats à l'étranger¹². Quant aux clientèles, 62,2 % viendraient des organismes privés et publics, et 37,8 % du grand public.

TABLEAU 6 : Types de clientèles des entreprises de design d'intérieur au Québec

Clientèles	%
Grand public	37,8
Commerces	24,0
Services	14,6
Organismes publics	8,7
Propriétaires immobiliers	8,4
Promoteurs	3,9
Fabricants	2,6
Autres	0,1

Source : FORUM DESIGN MONTRÉAL. *Étude de la valeur socio-économique du design au Québec*, DBSF, mai 1994, p. 30.

La grande majorité (77 %) des firmes de design emploie cinq personnes ou moins. Il y aurait 2847 emplois directs, dont 79 % (2 240) à temps plein et 21 % (607) à temps partiel. Les cadres représenteraient 52 % des effectifs (1 493), et les autres catégories de personnel 48 % (1 354)¹³.

TABLEAU 7 : Taille des entreprises de design d'intérieur au Québec

Nombre d'employés et employées	%
5 ou moins	77,6
8 à 10	12,2
11 à 20	8,2
21 ou plus	2,0

Source: FORUM DESIGN MONTRÉAL, *Étude de la valeur socio-économique du design au Québec*, DBSF, mai 1994, p. 24.

Au Canada, les firmes de vingt personnes ou plus sont considérées comme très grandes, alors qu'aux États-Unis des firmes de 150 personnes sont chose courante. Depuis toujours, la petite taille de la firme de design canadienne type l'a empêchée d'entreprendre de très grands projets et d'exporter ses services à l'étranger¹⁴.

Rappelons qu'à l'extérieur de la grande région de Montréal, les designers d'intérieur et les décoratrices et les décorateurs travaillent généralement à leur compte et dans le secteur résidentiel.

1.2 De la décoration au design d'intérieur

L'étude de DRHC sur le design présente l'architecture, l'architecture paysagère et le design d'intérieur comme appartenant au sous-secteur du design architectural :

... aussi appelé « conception du milieu bâti ». L'objet du design architectural est la création, la construction, la modification, l'aménagement ou le réaménagement de l'environnement physique aux fins de l'occupation humaine¹⁵.

On rappelle qu'avant les années 40,

... le design d'intérieur était considéré comme un service destiné surtout à une clientèle résidentielle. Appelé « décoration intérieure », ce service était d'ordinaire dispensé par des boutiques d'accessoires mobiliers dont les ateliers attenants se chargeaient de confectionner tentures et housses et de recouvrir à neuf les meubles rembourrés¹⁶.

Quant aux aménagements intérieurs dans les autres secteurs, ils étaient conçus par des architectes.

Depuis vingt ans, la complexité croissante du domaine, notamment en matière de facteurs humains, de changements technologiques et de procédés de fabrication, a suscité l'émergence du design d'intérieur en tant qu'activité commerciale :

... le design d'intérieur est devenu une profession évoluée dont les réalisations permettent d'améliorer la qualité de vie et d'accroître la productivité tout en veillant à la protection de la santé, de la sécurité et du bien-être de la population. La profession poursuit son évolution et se préoccupe maintenant de normes du bâtiment, de prévention-incendie, d'innocuité environnementale des matériaux et d'exigences en matière d'accessibilité¹⁷.

Très tôt, la profession s'est structurée à l'échelle nord-américaine. Au Québec, par exemple, la SDIQ a obtenu ses lettres patentes en 1935 et s'appelait alors l'Association des décorateurs ensembliers. Depuis 1972, les associations provinciales sont regroupées au sein du DIC (Design d'intérieur du Canada), organisme fédéré national.

Un examen nord-américain, administré par le NCIDQ, atteste les compétences des designers d'intérieur. Cet examen est reconnu dans toutes les provinces canadiennes¹⁸.

De plus, la Foundation for the Interior Design Education and Research (FIDER) est l'instance chargée d'agréeer les programmes d'études postsecondaires en design d'intérieur à l'échelle nord-américaine¹⁹. Au Québec, seul le Collège Dawson est agréé en cette matière. Un autre cégep aurait fait une demande d'agrément.

Malgré cette organisation, seule la profession d'architecte est régie par une loi conférant le droit exclusif d'exercice. Depuis plusieurs années, les architectes paysagistes et les designers d'intérieur de plusieurs provinces tentent d'obtenir un régime similaire²⁰.

En Ontario, en Nouvelle-Écosse et en Colombie-Britannique, on utilise le titre réservé de Registered Interior Designer, au Nouveau-Brunswick celui de designer d'intérieur immatriculé

et en Alberta celui de *Licensed Interior Designer* qui donne le droit exclusif de pratique. Au Québec, le titre réservé de décorateur ensemblier agréé et de décoratrice ensemblière agréée a cours à Montréal et à Québec. Aucune modification n'a été apportée à la loi de 1935.

Cette disparité des régimes nuit à la mobilité des travailleurs et travailleuses dans le domaine.²¹ Le titre réservé de designer d'intérieur et un droit de pratique exclusif sont des chevaux de bataille de la SDIQ. Selon cette dernière, et plusieurs designers consultés lors de l'enquête, la reconnaissance de la profession favoriserait, entre autres, l'égalité de traitement et le respect des collègues dans les équipes multidisciplinaires (architectes, ingénieurs, etc.) que l'on trouve particulièrement dans les secteurs autres que résidentiel.

Le terme designer est utilisé depuis une quarantaine d'années, alors que celui de décorateur ou décoratrice remonte au début des années 30. Comme nous l'avons vu précédemment, à ses débuts la décoration consistait à choisir des couleurs, des tissus et du mobilier. On parle maintenant de créer une atmosphère. Quant au design d'intérieur, il consisterait davantage à construire, à modifier, à aménager ou à réaménager un espace, en plus d'y créer l'atmosphère désirée. Les services offerts par les firmes de design comprennent également le choix des couleurs et des matériaux. Par contre, la décoration exclut l'organisation de l'espace. Certaines personnes consultées nous ont dit que les designers offraient un service, alors que les décoratrices et les décorateurs vendaient également des produits.

1.3 Les décoratrices, décorateurs, conseillères-vendeuses et conseillers-vendeurs

Le code 5242 de la CNP, designers d'intérieur, exclut les décoratrices et les décorateurs qui, d'après la CNP, sont classés sous le code 6421, vendeurs, vendeuses, commis-vendeurs, commis-vendeuses, commerce de détail. Comme le montre le tableau 5, on trouvait, en 1991, 119 790 personnes sous ce code. Toutefois, les seuls secteurs associés à la décoration intérieure sont les secteurs 62, commerces de détail de meubles, d'appareils et d'accessoires d'ameublement de maison (5 495 pour 4,6 % des personnes) et 65, autres commerces de détail, où l'on trouve les quincailleries (20 375 pour 17,0 % des personnes). Étant donné que le code regroupe des travailleurs et travailleuses de tous les domaines du commerce de détail, nous ne pouvons utiliser ces données qu'à titre indicatif.

TABLEAU 8 : Nombre de vendeurs, vendeuses et de commis-vendeurs, commis-vendeuses, dans le commerce de détail, des six SAE les plus importants

Vendeurs, vendeuses, commis-vendeurs, commis-vendeuses, commerce de détail (Code 6421 de la CNP))		Population active en emploi	
		Nombre	%
Secteur d'activité économique			
60	Commerces de détail des aliments, des boissons, de médicaments et de tabac	12 905	10,8
61	Commerces de détail de chaussures, de vêtements, de tissus et de filés	23 730	19,8
62	Commerces de détail de meubles, d'appareils et d'accessoires d'ameublement de maison	5 495	4,6
63	Commerces de détail des véhicules automobiles, de pièces et d'accessoires	7 965	6,6
64	Commerces de détail de marchandises diverses	16 370	13,7
65	Autres commerces de détail	20 375	17,0
999	Ensemble des autres secteurs d'activité économique	32 950	27,5
	Total	119 790	100,0

Source : Recensement de 1991, Compilation spéciale SQDM, DREE, 1994.

Les données des commissions scolaires portaient à la fois sur la décoration et l'étalage. Si l'on exclut les firmes de décors et d'étalage, 68 % des noms d'entreprises fournis se trouvent dans le secteur du commerce de détail (magasins de meubles, d'accessoires de décoration, de tissus, etc.), et 20 % dans les centres de décoration et de design.

2 LA DESCRIPTION DES FONCTIONS DE TRAVAIL

2.1 La définition des fonctions de travail et les appellations d'emploi

Les designers d'intérieur

Dans la CNP, on trouve une définition du métier, des exemples d'appellation d'emploi et les fonctions principales exercées par les designers d'intérieur.

Définition de la CNP (code 5242)

« Les designers d'intérieur créent et réalisent des concepts d'aménagement esthétique fonctionnel pour des immeubles résidentiels, commerciaux, institutionnels et industriels. Ils travaillent dans des bureaux d'architectes, pour des compagnies de design d'intérieur, des établissements de vente au détail, des compagnies de construction et autres établissements, ou ils peuvent travailler à leur compte. »

Exemples d'appellations d'emploi (code 5242)

- Chef de projets en design d'intérieur
- Designer d'intérieur
- Dessinateur/dessinatrice de cuisines
- Planificateur/planificatrice d'aménagement fonctionnel de bâtiments
- Planificateur/planificatrice d'aménagement fonctionnel de bureaux
- Planificateur/planificatrice d'aménagement fonctionnel pour la vente au détail
- Technicien/technicienne en aménagement d'intérieur

Selon les résultats de la recherche, la définition de la CNP est plutôt conforme à la réalité si l'on tient pour acquis que l'aménagement comprend également la création, la construction, la modification, l'aménagement ou le réaménagement. En effet, mentionnons l'importance accrue de la rénovation résidentielle et du réaménagement des espaces commerciaux à cause des modifications structurelles des entreprises (fusions, rationalisation, travail en équipe, etc.). Ces changements ont modifié les types de mandats exécutés par les firmes de design.

De plus, la présence des designers d'intérieur dans les firmes d'architectes aurait diminué en raison de la baisse d'activité en architecture (fin des grands projets, baisse de la construction résidentielle et commerciale, etc.). Les architectes réalisent eux-mêmes les projets de design d'intérieur, s'associent à des firmes de design d'intérieur ou intègrent ces firmes.

Pour les travaux spécialisés en design d'intérieur, les principaux débouchés seraient les firmes de design d'intérieur (où il y a parfois des architectes et des techniciennes et des techniciens en architecture ou en conception assistée par ordinateur (CAO) et dessin assisté

par ordinateur (DAO), les centres de décoration et de design (où on trouve également des décoratrices et des décorateurs), les fabricants mobilier de cuisine et de salle de bain (où un certain nombre de travailleuses et de travailleurs ont appris sur le lieu de travail) ainsi que les grandes compagnies et des organismes gouvernementaux.

Les appellations d'emploi varient selon le type de tâches. Lorsque les personnes font essentiellement du design, on les appelle designers d'intérieur (firmes de design, d'architectes) et cuisinistes chez les fabricants d'armoires de cuisine.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Lorsque la principale tâche est la vente, on utilise le plus souvent les termes de conseillère-vendeuse et de conseiller-vendeur (magasins de meubles, quincailleries, accessoires de décoration, luminaires, etc.), de décoratrice et décorateur, conseillère-vendeuse et de conseiller-vendeur dans les centres de décoration pour la vente de produits et les conseils sur l'harmonisation des couleurs.

Par ailleurs, les décoratrices et les décorateurs peuvent travailler à leur compte dans le secteur résidentiel et donner des conseils sur l'harmonisation des couleurs, des matériaux, du mobilier, etc. Comme le titre de designer n'est pas un titre réservé, ces personnes peuvent utiliser les appellations décoratrice, décorateur ou designer.

Il est important de souligner que, en design d'intérieur et en décoration, le titre d'emploi n'a pas toujours un lien avec la formation. Dans certaines firmes de design d'intérieur, on appellera designers des personnes titulaires d'un baccalauréat ou d'un DEC en Architecture, dans les centres de décoration et de design, le titre de designer sera donné aux personnes qui ont un DEP ou un DEC, tandis que dans les entreprises de fabrication d'armoires de cuisine, on utilisera le terme de cuisiniste.

2.2 Les rôles, les responsabilités et les tâches types

Les designers d'intérieur

Les principales fonctions des designers d'intérieur que l'on trouve dans la CNP sont assez conformes à la réalité. Toutefois, il s'agit des tâches d'une ou d'un designer avec et non des tâches au seuil d'entrée. La CNP ne fait pas mention du DAO et de CAO. Or, toutes les firmes de design que nous avons consultées utilisent l'ordinateur dans des proportions qui peuvent varier selon la firme ou les types de projets. Certains projets résidentiels à petit budget peuvent être réalisés à la main, mais les projets dans le secteur commercial font tous, en tout ou en partie, l'objet d'un traitement à l'ordinateur.

Fonctions principales (code 5242 de la CNP)

Les designers d'intérieur remplissent une partie ou l'ensemble des fonctions suivantes :

- Consulter les clients pour déterminer leurs besoins, leurs préférences et l'utilisation prévue de l'espace;
- Préparer des plans détaillés et des maquettes montrant la disposition des murs, des séparations, des étagères, de l'éclairage et des autres installations;
- Élaborer des plans de décoration et donner des conseils sur la combinaison de couleurs, de revêtement de sol, de papier peint, de meubles et autres objets;
- Évaluer les coûts et les matériaux nécessaires;
- Préparer les spécifications d'exécution du design d'intérieur final;
- Diriger, si nécessaire, l'équipe des designers.

Toutefois, la recherche nous a permis d'établir que le dessin à la main serait plus courant chez les designers d'intérieur qui réalisent des projets dans le secteur résidentiel, ce qui serait le cas de nombreux travailleurs et travailleuses autonomes. Le coût élevé de l'équipement et du logiciel de DAO serait l'un des principaux facteurs expliquant cette situation. De plus, dans le secteur commercial et de l'aménagement de bureaux, les plans des locaux commerciaux sont le plus souvent déjà informatisés, et les firmes d'architectes et d'ingénieurs et ingénieures qui collaborent aux projets travaillent essentiellement à l'ordinateur.

Bien que l'objet de la présente étude ne soit pas de faire une analyse exhaustive des tâches, mais bien de cerner les principales tâches et leur importance relative, nous fournissons, à titre informatif, la liste des principales tâches professionnelles des designers d'intérieur telles qu'elles sont présentées dans la brochure de la SDIQ.

Les tâches professionnelles des designers d'intérieur telles qu'elles sont présentées par la SDIQ²² :

Programme

- Identification des besoins et des objectifs du client;
- Évaluation des documents et des conditions existantes;
- Évaluation des ressources et des limites du projet;
- Identification des contraintes imposées par les besoins de sécurité et les codes;
- Élaboration de l'échéancier, des plans d'exécution et du budget;
- Analyse des objectifs du concept et des besoins en termes d'espace;
- Étude des résultats de l'analyse d'après les connaissances et les techniques du design d'intérieur;
- Coordination des services-conseils et des spécialistes selon les directives des pratiques professionnelles et les exigences des organismes de réglementation.

Conceptualisation

- Conception et présentation de plans d'aménagement préliminaires qui illustrent la nature, la fonction, l'esthétique du projet, et suscitent les commentaires et l'approbation du client.

Développement du concept

- Développement et présentation finale du concept incluant : la planification de l'espace et du mobilier;
- Le traitement des surfaces (murs, fenêtres, planchers et plafonds), le mobilier, l'éclairage et la menuiserie; les couleurs, les finis et la quincaillerie; les besoins d'électricité, d'éclairage et de communication;
- Élaboration de programmes de graphisme et de signalisation, d'objet d'art et d'accessoires;
- Préparation des budgets.

Documents

- Préparation et présentation au client des plans d'exécution et des devis descriptifs pour la construction intérieure, les matériaux, les finis, le mobilier, l'éclairage et les installations;
- Coordination avec les experts-conseils et les professionnels pour la conception des composantes techniques du projet, soit les systèmes mécanique, électrique, structural, le tout en accord avec les pratiques professionnelles et les exigences des organismes de réglementation;
- Repérage des fournisseurs qualifiés;
- Préparation des documents relatifs aux appels d'offres;
- Réception et évaluation des soumissions;
- Recommandations pour le choix des sous-traitants.

Administration et évaluation

- Administration, en tant que représentant du client, des documents relatifs au projet;
- Obtention des permis requis;
- Inspection des dessins d'atelier et des échantillons pour assurer leur conformité au concept;
- Surveillance de chantier;
- Contrôle de l'avancement des travaux;
- Surveillance de la mise en place du mobilier, de l'éclairage et des installations;
- Préparation des listes d'erreurs ou d'omissions destinées au client;
- Contrôle et évaluation du projet pendant sa réalisation et après son achèvement.

Selon les résultats de la recherche, les principales tâches confiées aux designers d'intérieur varient principalement selon le type d'entreprise.

Chez les fabricants d'armoires de cuisine, la principale tâche des cuisinistes est la conception de plans, à la main dans l'entreprise haut de gamme ou à l'ordinateur dans une quincaillerie (logiciel 20-20). Dans l'entreprise haut de gamme, les cuisinistes font le relevé chez le client ou la cliente et la surveillance du chantier. Les cuisinistes travaillent de concert avec la personne de production. Dans une quincaillerie, les cuisinistes prennent les mesures données par les clients et clientes, réalisent l'aménagement, produisent un devis et font la facturation.

Dans les firmes de design d'intérieur consultées²³, le relevé et l'inventaire du mobilier sont confiés principalement aux designers débutants, si ces postes existent dans l'entreprise. Ceux-ci sont principalement affectés au relevé et à l'inventaire du mobilier (4/8 designers débutants et un technicien 1/8), à la recherche des matériaux et aux relations avec les fournisseurs (7/8).

Les esquisses préliminaires et la conception du projet sont confiées aux designers chevronnés ou aux designers chargés du projet (8/8).

Selon la structure de l'entreprise, sa taille et le type de projet, la conception du plan peut représenter entre 70 et 90 % du temps de la personne à qui elle est confiée (technicienne ou technicien en architecture ou en CAO, architecte, designer d'intérieur principal, intermédiaire ou débutant). Les plans techniques (électricité, éclairage, finition du sol) sont confiés à des techniciennes et des techniciens dans cinq firmes (5/8) ou donnés à forfait.

Dans une grande firme, on nous disait que les techniciennes et les techniciens en architecture étaient performants à l'ordinateur, mais également qu'ils se lassaient moins de ce type de travail demandant moins de créativité. Dans une seule entreprise (1/7), les designers débutants dessinent principalement à la main, alors que les plans techniques et de détail sont confiés aux techniciennes et techniciens.

Les perspectives couleurs sont données en sous-traitance dans deux entreprises (2/8) et réalisées par le personnel chevronné dans cinq entreprises (5/8). Une entreprise (1/8) nous disait ne plus faire de perspectives couleurs parce que cette étape représentait des coûts supplémentaires pour la clientèle.

La supervision du chantier et les relations avec la clientèle et les sous-traitants sont l'affaire des personnes chargées du projet ou des designers principaux (7/8).

Les designers sont initiés graduellement à la conception, au choix des couleurs et des matériaux, à la supervision des chantiers, etc. Les relations avec la clientèle et l'analyse des besoins demeurent l'exclusivité des designers principaux et des personnes chargées du projet.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Dans les commerces de détail et les centres de décoration, les tâches se rapportent essentiellement à la vente (entre 80 % et 98 %) et aux tâches connexes (conseils pour l'harmonisation des couleurs, l'agencement du mobilier, le choix des tissus, le calcul des matériaux, la préparation de la peinture, le remplissage des tablettes, etc.). L'expérience dans la vente est d'ailleurs le premier critère d'embauche.

Le choix des tissus et le calcul des quantités sont des tâches particulièrement importantes pour l'habillage des fenêtres, où une erreur de mesure aura des répercussions sur la confection et, donc, entraînera des pertes pour l'entreprise. Le choix des matériaux (tapis, tissus, papier peint, peinture, etc.) demande également que les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs connaissent les spécifications sur les matériaux et leur utilisation par exemple, le type de tapis pour un escalier, le type de peinture ou de papier peint pour une salle de bain ou autre, etc.

Dans les centres de décoration et de design, les personnes peuvent dessiner des croquis à main levée et des plans techniques simples pour servir de guide à l'agencement des matériaux, du mobilier et des couleurs. Il en irait de même pour les décoratrices et les décorateurs à leur compte qui travaillent principalement dans le secteur résidentiel.

2.3 Les lois et les règlements

Les designers d'intérieur doivent connaître et respecter les lois et les règlements suivants :

- la Loi sur la sécurité dans les édifices publics (L.R. 1977, c. I-9);
- le Code des professions (L.R. 1977, c. C-26);
- le Code civil;
- le Code municipal (zonage);
- le Code du bâtiment.

La SDIQ s'est également dotée d'un code de déontologie.

La Loi sur les architectes précise, pour sa part, les actes exclusifs des architectes :

Tous les plans et les devis pour les travaux d'architecture pour la construction, l'agrandissement, la reconstruction, la rénovation ou la modification d'un édifice, doivent être signés et scellés par un membre de l'Ordre, lorsque le coût total de ces travaux excède cent mille dollars ou lorsqu'il s'agit d'un édifice public au sens de la Loi sur la sécurité dans les édifices publics. (L.R. 1977, c. A-21)

2.4 Les relations avec les autres fonctions de travail et la supervision

Les designers d'intérieur

Le travail des designers débutants et intermédiaires, lorsque ces niveaux existent dans l'entreprise, est supervisé par les designers principaux ou une chargée de projet ou un chargé de projet. Les designers principaux peuvent être supervisés par une chargée de projet ou un chargé de projet ou une ou un associé qui sont du même niveau d'emploi mais qui accomplissent également des tâches administratives.

Les designers débutants ont des relations avec les différentes personnes associées au projet (architectes, techniciennes et techniciens, chargées de projet et chargés de projet, designers principaux) pour prendre de l'information sur le travail à accomplir ou pour rendre compte du travail fait. Ils entretiennent des relations avec les fournisseurs et les sous-traitants pour la recherche de matériaux et de services.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Dans les commerces de détail, les conseillères-vendeuses et conseillers-vendeurs sont supervisés par la personne responsable de leur rayon ou directement par l'employeur. L'essentiel de leurs relations se passent avec la clientèle. La situation est la même dans le centre de décoration et de design, à la seule exception que les personnes font également de la recherche de matériaux, de mobilier et de fournitures auprès des fournisseurs.

2.5 Les conditions particulières d'exercice

Tous les designers se déplacent chez le client ou la cliente pour faire l'inventaire du mobilier. Les responsables (personnel principal, associés) procéderont également à la précision de la demande (besoins, budget, contraintes, etc.) en se rendant sur place. Les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs de meubles se déplacent très rarement chez le client ou la cliente. Pour l'habillage des fenêtres, une visite chez le client ou la cliente est obligatoire. Les cuisinistes des quincailleries ne se déplacent jamais.

Outre le fait de se déplacer chez les clients et clientes, et, dans un seul cas, d'avoir une voiture, aucune condition particulière d'exercice n'a été mentionnée par les entreprises ayant participé à l'enquête.

3 LA STRUCTURE DE L'EMPLOI ET LE CHEMINEMENT PROFESSIONNEL

3.1 La mobilité verticale

Dans la brochure de la SDIQ, on donne, à titre de repères pour déterminer les honoraires professionnels, les catégories suivantes :

- designer débutant : de 0 à trois ans d'expérience;
- designer intermédiaire : de quatre à huit ans d'expérience;
- designer principal : de neuf ans ou plus d'expérience.

Dans toutes les firmes de **designers d'intérieur** qui ont participé à l'enquête, on trouve des designers débutants et des designers principaux. Dans deux entreprises (2/8), on trouve également des designers intermédiaires. Les designers ont le statut de débutants pendant une période moyenne de zéro à trois ans et le statut d'intermédiaire pour trois à six ans, après quoi ils peuvent devenir designers principaux ou chargés et chargées de projet. Dans l'organisme gouvernemental rencontré, le statut de débutant dure dix ans. Les entreprises consultées s'entendent pour dire qu'il s'agit là d'une moyenne puisque le changement d'échelon dépendra du potentiel et du rendement de la personne.

Dans les commerces de détail, il n'existe pas d'échelon supérieur chez les **décorateurs** et les **décoratrices**, si ce n'est la direction des ventes ou du rayon. Chez un fabricant d'armoires de cuisine et de salle de bain, il n'existe qu'un échelon supérieur en recherche et développement, et une seule personne occupe ce poste. Dans l'autre entreprise, le cuisiniste le plus expérimenté a le titre d'expert cuisiniste. En plus de ses tâches de cuisiniste, il est responsable du contrôle de la qualité et de la formation du personnel.

3.2 La mobilité horizontale

Dans les entreprises consultées, il n'existe pas, à proprement parler, de mobilité horizontale. Les ressources sont utilisées en fonction de leurs forces et des projets. Par exemple, dans une firme, il pourrait arriver qu'une technicienne ou un technicien fasse de la coloration s'il ou elle en a le talent. De la même manière, les designers pourraient faire du dessin technique dans une firme où cette tâche est habituellement confiée aux techniciennes et aux techniciens. Seule les quincailleries offrent la possibilité aux conseillères-vendeuses et aux conseillers-vendeurs, qui ont la formation et les aptitudes nécessaires, de devenir cuisinistes.

4 LES EXIGENCES À L'EMBAUCHE

4.1 Le diplôme demandé

Les designers d'intérieur

Dans les firmes de design d'intérieur, on demande, soit uniquement un DEC en Design d'intérieur ou l'équivalent (5/8), soit un DEC en Design d'intérieur, en Technologie de l'architecture (1/7), ou un baccalauréat en Architecture (1/7).

Dans l'entreprise spécialisée dans la fabrication d'armoires de cuisine et de salle de bain, on demande un DEC en Design d'intérieur ou en Technologie de l'architecture, faute de pouvoir demander un DEC de Cuisiniste puisque le programme n'existe pas. Dans les quincailleries qui fabriquent aussi des armoires de cuisine, on demande un DEP en Décoration et étalage ou un DEC en Design d'intérieur.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Dans les commerces de détail et dans un centre de décoration, on demande d'abord de l'expérience dans la vente. Un DEP en Décoration et étalage ou un DEC en Design d'intérieur est un avantage. Dans un magasin de meubles, le DEC en Design d'intérieur sera un critère d'embauche si les personnes n'ont pas d'expérience dans la vente. Dans les magasins de meubles, on préférera des personnes d'une trentaine d'années qui sont plus appréciées de la clientèle que les personnes plus jeunes. Dans un centre de décoration et de design, on demande un DEC en Design d'intérieur ou un DEP en Décoration et étalage.

La relation entre les diplômes demandés et obtenus

Les designers d'intérieur

D'après les données de la SDIQ, 32 % des professionnelles et des professionnels en design d'intérieur seraient titulaires d'un diplôme universitaire. Étant donné l'absence d'une formation universitaire en Design d'intérieur avant septembre 1998, ces personnes ont dû acquérir leur formation ailleurs au Canada ou à l'étranger, ou à l'intérieur de disciplines connexes telles que le Design de l'environnement, le Design industriel ou l'Architecture²⁴.

Les données de la SDIQ portent sur tout leur effectif constitué essentiellement de designers d'intérieur. Les résultats de l'enquête, eux, portent sur la main-d'œuvre dans les entreprises consultées.

On constate que, dans les firmes de design d'intérieur, sur 73 personnes, 56 (76 %) ont une formation en Design d'intérieur (DEC en Design ou en Aménagement d'intérieur), 12 ont un DEC en Technologie de l'architecture (16 %) et 5 ont un baccalauréat en Architecture. Rappelons que, dans certaines firmes de design, les techniciennes et les techniciens en architecture font essentiellement de la conception de plans ou l'élaboration de plans techniques à l'ordinateur.

Dans la fabrication d'armoires de cuisine, onze personnes (11/13) ont un DEC en Design d'intérieur, une a un DEC en Technologie de l'architecture, et une autre, un baccalauréat en Architecture.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Dans les commerces de détail, sur les 48 personnes pour lesquelles nous avons des données, 20 (42 %) ont un DEP en Décoration et étalage, 4 un DEC en Design d'intérieur (8 %), et 24 (50 %) ont des formations autres (expérience dans la vente, dans la construction, etc.). Notons qu'une entreprise, qui nous disait favoriser le DEC en Design d'intérieur dans le cas où les personnes n'avaient pas d'expérience dans la vente, ne nous a pas fourni de données sur les diplômes obtenus. Cette entreprise employait une quinzaine de personnes.

Dans les deux centres de décoration, on trouve cinq (5/9) DEC en Design d'intérieur, deux (2/9) DEP en Décoration et étalage et deux (2/9) formations autres.

Dans les commerces de détail et les centres de décoration, on nous disait que les titulaires d'un DEP et les titulaires d'un DEC exerçaient la même fonction de travail.

4. 2 L'expérience demandée

Les designers d'intérieur

Pour les firmes de design d'intérieur, l'expérience dans la spécialité de la firme est un atout. En plus du diplôme, on demandera à voir un portfolio.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Comme nous le mentionnions précédemment, l'expérience dans la vente est essentielle dans les commerces de détail. À défaut d'expérience, le diplôme est un atout.

Dans les centres de décoration qui se spécialisent dans l'habillage de fenêtres, l'expérience dans le domaine est obligatoire, avant même le diplôme. Dans les centres de décoration et de design, on demande de l'expérience et un diplôme dans le domaine.

Dans les quincailleries, l'expérience dans le domaine de la construction ou la vente de peinture est un atout. Les emplois sont à temps partiel ou occasionnels. L'entreprise se dit consciente que les jeunes ne resteront que le temps de prendre de l'expérience et de trouver un emploi à temps plein. De l'expérience dans la vente ou dans le domaine est donc un souhait, mais pas une obligation.

4.3 Les compétences demandées

Les designers d'intérieur

D'après les résultats de l'enquête, la principale compétence demandée concerne le DAO. En effet, toutes les entreprises de design d'intérieur demandent de savoir utiliser le logiciel Autocad et non seulement de savoir dessiner. Dans une seule firme, on demande également de connaître Architrion ou d'autres logiciels selon les mandats en cours.

Bien que l'essentiel du dessin se fasse à l'ordinateur, quatre firmes de design (4/8) demandent de pouvoir dessiner à la main. Certaines disent qu'une ou un designer doit pouvoir dessiner avec un crayon pour faire des esquisses rapides ou faire comprendre un concept à la clientèle ou aux collègues.

Dans l'entreprise de fabrication d'armoires de cuisine haut gamme, où le travail s'accomplit à la table à dessin, on demande évidemment de maîtriser le dessin technique à la main.

Les décoratrices, les décorateurs, les conseillères-vendeuses et les conseillers-vendeurs

Dans le centre de décoration qui fait également du design, on demande des compétences en coloration et en DAO. Dans l'autre centre de décoration, le calcul et la connaissance des matériaux (papier peint, tissus, tapis, etc.) sont les principales compétences demandées et il semblerait que ce soit une denrée rare.

Les autres compétences n'ont été mentionnées qu'une seule fois. Il s'agit, entre autres, du bilinguisme, de la maîtrise du lettrage, de l'utilisation de bonnes méthodes de travail, etc.

4.4 Les aptitudes et les qualités demandées

Sept entreprises (7/16) ont insisté sur la présentation du candidat ou de la candidate (trois firmes de design, trois magasins de meubles et un fabricant d'armoires de cuisine et de salle de bain). Trois autres entreprises mentionnent également la personnalité et deux autres, l'entregent. Il semblerait que la façon de s'exprimer, de se vêtir et de se comporter avec les collègues nuise à certaines personnes ayant par ailleurs du talent.

Six entreprises (6/16) demandent de faire preuve d'autonomie et d'avoir le sens des responsabilités.

On énumère certaines autres qualités telles que la patience, le sens de l'esthétisme, le souci du détail, la minutie, la capacité de faire face au stress, etc.

5 L'ÉVOLUTION DES FONCTIONS DE TRAVAIL

D'après les données de l'enquête, les changements survenus et anticipés varient selon les types d'entreprises et le marché.

5.1 Les changements survenus et leurs conséquences

Pour les firmes de **design d'intérieur** que nous avons consultées, et dont la majeure partie des activités se trouve dans le secteur commercial et institutionnel, les changements sont de divers ordres. Le principal changement vient de la modification de la structure des entreprises : fusion, rationalisation, regroupement de services, travail en réseau, réaménagement dans des bureaux plus petits ou d'une catégorie inférieure ou supérieure. Par conséquent, les projets de réaménagement ont pris le pas sur les projets d'aménagement. La structure pouvant être appelée à changer, les entreprises souhaitent des éléments standards qu'elles pourront réutiliser.

Pour certaines, les fusions ont fait diminuer la clientèle. Par ailleurs, les sièges sociaux deviennent nationaux et par conséquent la concurrence se fait à l'échelle nationale pour les designers qui les desservent.

Les services et les responsabilités auraient augmenté. Par exemple, on pourrait demander à la firme de design de mener un projet à partir de la conception jusqu'au coquetel d'ouverture, en passant par la préparation du guide de l'utilisateur des postes de travail et la revente des surplus de matériel. Une firme nous confiait qu'elle allégeait ses responsabilités en confiant, entre autres, la prise des mesures des tissus à une entreprise spécialisée en tissus.

Des changements seraient dictés par les fabricants, qui courtiseraient directement la clientèle. Celle-ci demanderait ensuite aux designers d'intégrer les nouveaux produits des fabricants à leur aménagement (ex. : les environnements décroissés).

Il semble qu'auparavant, les entreprises investissaient dans la décoration, alors que maintenant elles aménagent ou réaménagent pour des montants de plusieurs centaines de milliers de dollars. Là où des décoratrices et des décorateurs (ou même le service des ressources humaines de l'entreprise) réalisaient le projet, on a maintenant besoin de designers d'intérieur.

Le surplus d'espaces locatifs a amené les propriétaires et les gestionnaires d'immeubles à chercher à offrir des services supplémentaires à leurs clients et clientes. De plus, les entreprises ne prendraient plus le risque de signer un bail, ce qui représente des sommes faramineuses, sans s'assurer, au préalable, que l'aménagement, dont elles ont besoin sera réalisable. On offre donc maintenant un bail clé en mains dans lequel on fournit une estimation ($\$/\text{pi}^2$) de l'aménagement ou un plan de prélocation conçu par les designers d'intérieur et payé ou non par le locateur.

Au sein de l'organisme gouvernemental consulté, il existerait une nouvelle tâche : la gestion d'espaces assistée par ordinateur. Soulignons que le parc locatif des gouvernements est considérable, et les réaménagements, très fréquents, particulièrement au cours des dernières années.

En ce qui a trait à la **décoration**, les commerces de détail, dont le secteur d'activité est presque essentiellement résidentiel, notent que les principaux changements survenus au cours des dernières années sont le *coucounnage*, les grands magasins qui s'agrandissent et les petits qui ferment, la clientèle plus informée et plus exigeante mais qui a davantage besoin de conseils pour s'y retrouver (conseils pour lesquels elle n'est pas toujours prête à payer).

Certaines grandes chaînes de magasins n'offrent plus de service de décoration ou le donnent à des concessionnaires.

Aucune entreprise n'a souligné, comme changement majeur, l'arrivée de l'informatique puisqu'elle a fait son entrée il y a plus de dix ans et que les principales conséquences de son utilisation font maintenant partie du quotidien. D'ailleurs, selon les entreprises consultées, il est indispensable de travailler à l'ordinateur dans le secteur commercial parce que, d'une part, plusieurs plans sont déjà sur ordinateur et que, d'autre part, les architectes et les ingénieurs et ingénieures avec qui elles doivent faire équipe sont informatisés.

Parmi les conséquences de l'informatique, mentionnons, d'une part, la rapidité et la précision dans l'exécution du travail et, d'autre part, le coût élevé du matériel et de sa mise à jour. En effet, les fichiers sont de plus en plus lourds et, par conséquent, le matériel doit être de plus en plus performant.

5.2 Les changements anticipés et leurs conséquences

Dans le commerce de détail, on entrevoit peu ou pas de changements pouvant modifier les tâches se rapportant à la **décoration**. Il semble que si changements il y a, ils se feront graduellement.

Parmi les firmes de **design d'intérieur**, certaines anticipent que les architectes continueront à prendre de plus en plus de place. On espère que le nouveau baccalauréat en Design d'intérieur permettra de marquer le pas sur les architectes et de faciliter leurs rapports, puisque les designers seront considérés comme des professionnels et professionnelles à part entière.

Les changements survenus, tels le réaménagement et la plus grande préoccupation pour l'aménagement, devraient continuer à exercer une influence positive sur la demande pour les services de designers.

Ces commentaires des entreprises vont dans le sens de ce qui a été rapporté dans l'étude nationale sur le design²⁵. On souligne en effet que les principaux défis du design d'intérieur sont la modification et la réaffirmation de l'image de la discipline (la décoration par rapport au design) ainsi que la consolidation de la position commerciale par rapport à l'architecture.

On signale également les répercussions de la restructuration des entreprises sur la demande de services de design et de décoration et la valeur accordée aux designers d'intérieur en tant que service supplémentaire offert par certains propriétaires immobiliers.

La conjoncture économique a poussé nombre de sociétés à restructurer leurs établissements : elles réduisent leurs effectifs, se relogent dans des locaux moins grands ou moins coûteux, ou encore rénovent leurs bureaux ou réorganisent

l'aménagement. Les propriétaires immobiliers tentent de retenir leurs locataires (ou d'en attirer de nouveaux aux dépens d'autres exploitants) en offrant des services de designers d'intérieur²⁶.

On entrevoit l'élargissement des services offerts par les designers d'intérieur, qui intégreront des conseils en matière de crédit-bail, dans l'immobilier et la commercialisation, la gestion d'installations, l'hygiène professionnelle et l'ergonomie dans l'aménagement.

D'autres débouchés, tels que les maisons de soins aux personnes âgées, la modernisation de locaux pour rendre leur accès facile et conforme aux règles de plus en plus rigoureuses (accès universel), devraient multiplier les projets. Les SOHO (*small office/home office*), micro-entreprises et bureaux à domicile présenteraient également un nouveau marché.

Toujours selon l'étude nationale, ces diverses tendances vont changer la structure des bureaux de design d'intérieur et donner naissance à des firmes ou à des alliances pluridisciplinaires combinant différents savoir-faire.

Parmi les changements technologiques, on souligne particulièrement :

« la possibilité de transmettre des images par ligne téléphonique. Le bureau du designer est pour ainsi dire une extension des activités de son client, et l'avènement des réseaux multimédias ne fera que renforcer ce lien²⁷ ».

« les matériaux intelligents (dont les caractéristiques physiques, électriques, magnétiques et optiques changent selon une réponse prédéterminée à des stimuli externes)²⁸ ».

6 LA MAIN-D'OEUVRE

6.1 L'âge

Dans les entreprises consultées, l'âge de la plus grande proportion des personnes qui y travaillent se situe entre 25 et 40 ans. Le plus grand nombre de celles ayant 40 ans ou plus se trouve dans un magasin de meubles (75 %) et dans un organisme public (65 %). Les plus jeunes travaillent dans une quincaillerie, où l'on emploie le plus grand nombre de personnes ayant un DEP. Une entreprise de décoration travaille avec des personnes relativement jeunes, en raison de la force physique nécessaire pour porter les échantillons chez les clients et clientes. Par contre, dans les magasins de meubles, on nous dit que les moins de 30 ans ont de la difficulté à percer, parce que la clientèle est plus âgée et que celle-ci s'identifie davantage à des personnes plus âgées.

Les données sur les firmes de design vont dans le sens de l'enquête nationale²⁹ sur le design. On rapporte que :

- il y aurait moins de personnes de 15 à 24 ans en design en général que dans la population active parce que les études postsecondaires requises retarderaient l'entrée sur le marché du travail;
- il y aurait un grand nombre de personnes de 25 à 34 en raison des nombreuses inscriptions dans les programmes spécialisés;
- la faible proportion de personnes de 44 ans ou plus s'expliquerait par le fait que les plus âgées peuvent s'orienter dans des professions connexes, comme la gestion et l'enseignement, si bien qu'elles ne figureraient plus dans les statistiques sur le design.

6.2 Le sexe

Chez les membres de la SDIQ, 68 % sont des femmes, et 32 % des hommes. Les données de l'enquête vont dans le même sens. En effet, dans les entreprises consultées, on trouve généralement un tiers d'hommes pour deux tiers de femmes. Quatre exceptions : un magasin de meubles, où l'on ne trouve que des femmes, une firme de design, où il n'y a que deux hommes, les quincailleries, où la proportion est de 50-50 et une firme de design, où il y a 80 % d'hommes et 20 % de femmes. Notons que, dans cette dernière entreprise, quatre personnes ont une formation en Architecture (un baccalauréat et trois DEC) et cinq en Design.

Lors d'une entrevue avec la SDIQ, il a été question d'une étude sur la formation qui démontrait que les femmes représentaient 85 % des effectifs en formation, mais qu'après dix ans de pratique, elles n'en représentaient plus que 40 %. Les données de notre enquête ne vont pas dans ce sens. Par contre, sur un échantillon plus vaste, dans l'étude effectuée pour Forum Design de Montréal, les femmes représentent 44 % des designers d'intérieur³⁰.

6.3 Le statut d'emploi

Dans les entreprises consultées, les emplois sont à temps plein, à l'exception des conseillères-vendeuses et des conseillers-vendeurs en quincaillerie. Dans l'étude de Forum Design de Montréal, on note que, dans les firmes de design d'intérieur, 79 %, soit 2 240 emplois, sont à temps plein, et 21 % (607) à temps partiel.

La rémunération est à salaire et à commission ou plus rarement uniquement à commission dans les magasins de meubles, dans le service de décoration et chez un fabricant d'armoires de cuisine.

6.4 L'embauche

Des entreprises consultées, quinze (15/16) ont embauché du personnel au cours des cinq dernières années.

Des treize entreprises qui se sont prononcées sur la demande de main-d'œuvre au cours des cinq prochaines années, sept (dont cinq firmes de design) estiment que la demande pour le métier va augmenter en raison, entre autres :

- d'une plus grande ouverture de la clientèle à la décoration et à l'aménagement;
- du coucounnage;
- de la croissance du réaménagement commercial;
- de la reprise de l'économie;
- du fait que, maintenant, à l'intérieur des entreprises, on confie l'aménagement des bureaux aux designers d'intérieur plutôt qu'au service des ressources humaines.

Une entreprise croit que la demande pour le métier va augmenter seulement si l'on reconnaît légalement un droit de pratique exclusif aux designers d'intérieur. Une autre entreprise estime, quant à elle, que le marché résidentiel de Québec demeurera stable, alors que celui de Montréal augmentera en raison de la présence des grandes entreprises et, donc, engendrera des revenus plus élevés.

Parmi les entreprises qui croient que la demande pour le métier va augmenter, trois (3/7) prévoient embaucher du nouveau personnel au cours des cinq prochaines années, dont un tiers pour remplacer les départs, un tiers parce que le nombre de mandats devrait augmenter et un tiers qui n'a pas fourni de raison. Dans cette dernière entreprise, l'âge des designers étant le plus élevé, nous pouvons déduire que ce sera pour remplacer les départs pour la retraite. Trois autres entreprises prévoient embaucher du nouveau personnel, mais uniquement pour remplacer les départs (une quincaillerie, un centre de décoration et une firme de designers d'intérieur).

Deux entreprises (2/13) pensent que la demande pour le métier diminuera en raison de la présence accrue des architectes dans le domaine du design d'intérieur.

Enfin, quatre (4/13) entreprises pensent que la demande pour les métiers demeurera stable, pour les raisons suivantes :

- la demande en design d'intérieur et en décoration est plus forte, mais les budgets sont plus restreints;
- les grands magasins de meubles sont plus grands, mais ils ont embauché le personnel des plus petits qui ont fermé;
- plusieurs cuisinistes des entreprises qui ont fermé travaillent maintenant à leur compte;
- une plus grande clientèle s'intéresse à l'aménagement, mais les designers d'intérieur autonomes feraient maintenant un travail de qualité et pour moins cher que les grandes firmes.

Dans l'étude de Forum Design de Montréal, on souligne que le chiffre d'affaires des firmes de design d'intérieur a baissé de 1990 à 1992, que 36,2 % estimaient que leur chiffre d'affaires allait augmenter, 20,7 % qu'il allait diminuer, et 43,1 %, qu'il allait rester stable³¹.

L'étude nationale sur le design établit, quant à elle, une relation entre le jeune âge des designers en emploi et les possibilités d'avancement. On s'interroge sur la capacité du milieu à retenir les jeunes designers.

La répartition selon l'âge observée chez les designers soulève une question : les perspectives économiques sectorielles pourront-elles suffire à combler les aspirations professionnelles d'un aussi grand nombre de jeunes praticiens? Si la jeunesse des membres de la profession est garante de vitalité, la rareté des possibilités d'avancement peut devenir source de frustrations. On pourrait assister chez les designers à un phénomène analogue à celui observé dans le domaine du génie, où de jeunes ingénieurs se réorientent vers des professions connexes tels la gestion des approvisionnements ou des travaux contractuels³².

Plus alarmiste encore, l'étude signalait qu'en 1991 20 % seulement de ceux et celles qui ont étudié en design d'intérieur travaillaient dans ce domaine. Rappelons que d'après les données du recensement de 1991, pour le code 5242, designers d'intérieur, on trouvait 32,4 % de chômage dans le secteur des services aux entreprises, qui inclut les firmes de design, alors que, d'après celui de 1996, moins de 100 personnes dont le métier est classé sous ce code étaient en chômage.

Il serait toutefois risqué de tirer des conclusions à partir de ces données. Est-ce que les designers en chômage en 1991 ont quitté le domaine? Les statistiques ont-elles été exploitées différemment d'un recensement à l'autre? La reprise économique a-t-elle eu des répercussions insoupçonnées sur l'emploi? Cette situation va-t-elle perdurer? Si tel est le cas, nous ne pouvons, à partir des données de l'enquête, conclure dans ce sens puisque, d'une part, les entreprises qui disent qu'elles vont embaucher au cours des prochaines années le feront principalement pour remplacer les départs et que, d'autre part, le plus grand nombre des travailleurs et travailleuses n'a pas encore atteint l'âge de la retraite.

Les difficultés d'embauche

Deux firmes de design d'intérieur et un fabricant d'armoires de cuisines et de salles de bain disent éprouver des difficultés d'embauche. La première entreprise, située dans la région de l'Outaouais, nous confiait qu'il semble y avoir une pénurie dans sa région. La deuxième entreprise disait que les bonnes candidates et les bons candidats d'expérience étaient déjà en emploi. La troisième entreprise, quant à elle, estime que les bonnes candidates et les bons candidats sont rares qui satisfont aux critères quant à leur présentation, leur personnalité et leur aptitude pour la vente.

7 LA SATISFACTION DES ENTREPRISES PAR RAPPORT À LA FORMATION

La partie du questionnaire concernant la formation ne s'adressait qu'aux entreprises qui avaient embauché des personnes titulaires d'un DEC en Design d'intérieur ou d'un DEP en Décoration et étalage au cours des cinq dernières années, soit huit entreprises (8/16). Certaines entreprises ont tout de même souhaité répondre à ces questions, même si l'embauche remontait à plus de cinq ans.

Parmi les entreprises de design d'intérieur, trois (3/6) se disent satisfaites de la formation en design d'intérieur, une (1/6), se déclare satisfaite ou très satisfaite, sa perception variant selon les personnes, une (1/6) est satisfaite ou insatisfaite, sa perception variant cette fois selon les cégeps qui donnent la formation et une dernière (1/6) est insatisfaite.

Le fabricant d'armoires de cuisine se dit satisfait de la formation collégiale en Design d'intérieur, mais croit qu'une formation collégiale de cuisiniste serait préférable.

Les centres de décoration et de design se disent très satisfait (1/2) ou satisfait (1/2) de la formation, autant de la formation secondaire professionnelle que collégiale.

La quincaillerie estime que la formation, secondaire ou collégiale, est une bonne base.

7.1 Les forces et les faiblesses de la formation

Outre le fait de s'exprimer sur leur satisfaction, les entreprises ont émis peu de commentaires sur les forces de la formation. On note un seul commentaire pour les rubriques suivantes : bonne formation générale, bonne formation sur Autocad, bonne conceptualisation et bonne coloration.

Bien qu'une majorité des entreprises qui se sont exprimées se disent satisfaites de la formation, tant en **Design d'intérieur** qu'en **Décoration**, plusieurs commentaires ont trait à ses faiblesses. Dix entreprises (10/16) soulignent le manque de connaissance de la réalité du travail, par exemple, produire dans les délais demandés, selon les budgets, être responsable de ses actions, travailler sous pression, produire des concepts réalisables en fonction de la demande, du budget et des délais, adapter sa présentation en fonction de la clientèle visée, etc. Six entreprises estiment que des stages de plusieurs semaines permettraient aux élèves de faire le test de la réalité, en plus de servir aux employeurs pour faire une présélection des candidates et des candidats. À cet égard, certaines (6) estiment que les stages dans les programmes du secondaire représentent un avantage sur le programme du collégial. Les autres commentaires ne reviennent qu'une seule fois. Il s'agit, par exemple, de la difficulté de faire des calculs de matériaux, de la méconnaissance des matériaux et de leur utilisation, du manque d'intérêt et de curiosité pour ce qui se fait dans le domaine, etc.

L'étude nationale sur le design traite particulièrement de la formation des **designers d'intérieur**. On note, entre autres, des lacunes en matière de gestion d'entreprise, de gestion du design, pour celles et ceux qui deviendraient gestionnaires du design dans des entreprises, et de travail en équipe pluridisciplinaire. On note également la difficulté d'enseigner aux élèves toutes les notions théoriques et techniques nécessaires, en raison des durées limitées des programmes³³.

Deux cégeps, qui ont effectué une enquête auprès des employeurs soulignent les constatations suivantes de leur part, certaines ayant également été recueillies au cours de notre enquête :

- le manque de connaissances et de performance en DAO et en dessin de détail;
- la capacité de voir en 3D;
- des connaissances en gestion;
- le choix et le calcul des matériaux;
- la connaissance des produits et des différents fournisseurs;
- la connaissance des coûts d'exécution d'un projet;
- la détermination juste du ou des problèmes;
- la présentation d'un projet à un client ou à une cliente.

Le design de présentation visuelle et l'étalage

1 LES SECTEURS D'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE ET LES CARACTÉRISTIQUES DES ENTREPRISES

Le code 5243 de la CNP, dans lequel on trouve le design de présentation visuelle et l'étalage, inclut également des fonctions de travail qui ne sont pas couvertes par la présente étude préliminaire (scénographe, modéliste, etc.). Les données qui suivent ne sont donc fournies qu'à titre indicatif.

TABLEAU 9 : Nombre d'ensembliers, ensemblières de théâtre, de modélistes de vêtements, de concepteurs, conceptrices d'expositions et d'autres concepteurs, conceptrices artistiques dans les six SAE les plus importants

Ensembliers, ensemblières de théâtre, de modélistes de vêtements, de concepteurs, conceptrices d'expositions et d'autres concepteurs, conceptrices artistiques (Code 5243 de la CNP)		Population active en emploi		Chômeurs et chômeuses	
		Nombre	%	Nombre	%
Secteur d'activité économique		Nombre	%	Nombre	%
24	Industries de l'habillement	1 050	33,6	165	36,7
53	Commerces de gros de vêtements, chaussures, tissus et mercerie	130	4,2	10	2,2
61	Commerces de détail de chaussures, de vêtements, de tissus et de filés	145	4,6	15	3,3
77	Services aux entreprises	395	12,6	35	7,8
85	Services d'enseignement	130	4,2	25	5,6
96	Services de divertissements et de loisirs	350	11,2	90	20,0
999	Autres services (non classés ailleurs)	925	29,6	110	24,4
	Total	3 125	100,0	450	100,0

Source : Recensement de 1991, Compilation spéciale SQDM, DREE, 1994.

Dans le tableau 9, on observe que la plus grande concentration de travailleurs et de travailleuses (33,6 %) se trouve dans le secteur de l'habillement (confection) et concerne essentiellement les modélistes. On pourrait donc estimer à moins de 2 000 le nombre de personnes dans les secteurs associés à la présentation visuelle, tout en prenant en considération le fait que toutes n'exercent pas nécessairement la fonction de travail à l'étude (ex. : scénaristes, éclairagistes, costumières, etc.).

Outre le secteur 24, c'est dans le code 999 que l'on trouve le plus grand nombre de personnes (29,6 %). Les autres secteurs représentent 12 % et totalisent moins de personnes.

Ces données témoignent d'une grande dispersion dans différents secteurs d'activité économique des travailleurs et travailleuses dont les fonctions sont classées sous ce code. Pour obtenir des données plus détaillées, nous avons extrait du recensement de 1996 les sous-secteurs d'activité économique associés à la fonction de travail où l'on trouve 100 personnes ou plus. Bien qu'ils ne regroupent que dix personnes ou moins, nous avons inclus les sous-secteurs 397, industries des enseignes et étalages (dont les stands d'exposition), et 269, autres industries de meubles et articles d'ameublement (dont les présentoirs) qui apparaissaient comme des débouchés pour les conceptrices et les concepteurs d'expositions.

TABLEAU 10 : Sous-secteurs d'activité économique où l'on trouve le plus grand nombre de travailleurs et travailleuses des métiers du code 5243 de la CNP

Sous secteurs	Nombre
779 Autres services aux entreprises	300
963 Théâtres et autres spectacles	190
961 Production et distribution de films et de matériel audiovisuel	140
531 Commerces de gros de vêtements	150
641 Magasins de marchandises diverses	125
482 Diffusion et communication	100
397 Industries des enseignes et étalages (dont stands d'exposition)	10
269 Autres industries de meubles et articles d'ameublement (dont les présentoirs)	10

Source : DRHC. Population active occupée, Recensement 1996, Québec, Direction de l'information et de la planification stratégiques.

Les sous-secteurs présentés dans le tableau 10, regroupent un peu moins de 1 000 personnes. Outre le secteur 779, qui regroupe les firmes de design, de décoration, de graphisme, etc., c'est dans le secteur du divertissement et des loisirs qu'elles sont en plus grand nombre (330). Comme nous le soulignons précédemment, on trouve également, dans ce secteur, d'autres fonctions de travail que celles à l'étude (scénographes, éclairagistes, etc.).

Dans les sous-secteurs des étalages et des présentoirs, pourtant liés à la présentation visuelle, le nombre de travailleurs et de travailleuses ne dépasse pas 20 puisque les données de DRHC sont arrondies. Les données disponibles ne nous permettent donc pas de déterminer avec précision le nombre de personnes en présentation visuelle ni les secteurs où on les trouve.

Déjà, dans le devis de formation professionnelle de 1987³⁴, on disait qu'il était très difficile d'évaluer le nombre de designers de présentation actifs au Québec, parce que la profession n'était pas structurée (pas d'association reconnue), peu reconnue et peu protégée. On disait également que nombreux étaient ceux et celles qui tentaient leur chance dans le domaine sans pour autant avoir la formation requise. Les résultats de l'enquête que nous avons menée abondent dans le même sens.

On ajoutait que les designers de présentation seraient susceptibles d'occuper une fonction partout où une bonne présentation visuelle est nécessaire, mais que des 40 sortantes et

sortants des deux cégeps qui offraient la formation à l'époque, plusieurs changeaient de profession et se dirigeaient dans un secteur connexe ou poursuivaient leurs études³⁵.

En utilisant les données fournies par les établissements de formation, il est intéressant de noter que 44 % des noms d'entreprises fournis par les cégeps sont des grands magasins, des chaînes ou des magasins de meubles ou d'accessoires de décoration, 35 % des ateliers de conception de décors, d'étalages et de stands d'exposition, 11 % des organismes culturels (musées, théâtres, etc.). Rappelons que les établissements n'utilisaient pas la même classification et que ces données ne sont pas exhaustives.

Quant aux noms fournis par les commissions scolaires, ils valaient à la fois pour la décoration et l'étage. Bien que la distinction entre les emplois en décoration et ceux en étalage ne soit pas toujours explicite, l'on peut estimer à une vingtaine le nombre de personnes dans des ateliers de conception de décors, d'étalages et de stands d'exposition, soit à peu près le même nombre que pour les cégeps (26). La majorité des entreprises, dont les noms ont été fournis par la commission scolaire, soit 139 (68 %) sont des commerces de détail, contre 29 pour les cégeps. Dans ce dernier cas, il s'agit surtout d'étalagistes, mais un certain nombre pourrait toucher la décoration puisque la fonction de travail n'est pas toujours précisée.

De ces données, l'on peut conclure qu'un certain nombre de travailleurs et travailleuses en présentation visuelle exercent leur métier dans des commerces de détail, des ateliers de conception de décors et d'étalages, des entreprises du secteur culturel et d'autres secteurs non précisés et pour lesquels il est difficile d'en évaluer le nombre.

À l'extérieur de la grande région de Montréal, les personnes en présentation visuelle (dont la conception de vitrines) travaillent généralement à leur compte.

2 LA DESCRIPTION DES FONCTIONS DE TRAVAIL

2.1 La définition des fonctions de travail et les appellations d'emploi

Comme nous l'avons mentionné précédemment, le code 5243 de la CNP est un groupe de base qui couvre plus que les fonctions de travail à l'étude. Seule la partie qui concerne les concepteurs et les conceptrices d'expositions s'y rapporte quoiqu'elle soit incomplète. En effet, la définition fournie par la CNP est la suivante.

Définition de la CNP :

« Les membres de ce groupe de base créent et réalisent des concepts de décors et de costumes pour des productions cinématographiques, télévisées et vidéo, des modèles de vêtements et de tissus, des expositions et des étalages et d'autres objets de création tels que des bijoux, des jouets et des trophées. Les ensembliers de théâtre travaillent dans les industries des arts de la scène et de la radiodiffusion. Les modélistes de vêtements travaillent dans les compagnies de vêtements et de tissus. Les étalagistes et les concepteurs d'expositions travaillent dans les musées et dans les établissements de vente au détail. Les autres concepteurs artistiques de ce groupe de base travaillent dans des manufactures ou à leur compte. »

Fonctions principales

« Concepteurs d'exposition :
planifier et préparer des décors pour des décors et des étalages pour les expositions dans les musées, les foires commerciales, les congrès, les espaces commerciaux et pour d'autres motifs. »

Exemples d'appellations d'emploi de la CNP reliées à la fonction de travail à l'étude :

- concepteurs et conceptrices d'expositions muséologiques;
- étalagistes.

Design de présentation

Bien que datant de 1987, le devis de formation professionnelle fournit une définition qui correspond mieux à la réalité au Québec. On utilise l'appellation designer de présentation qu'on définit comme : « celui qui conçoit, planifie et compose un espace dans le but de présenter un produit ou un service³⁶. » On distingue également trois fonctions selon les types de tâches et de milieux.

Fonction	Services offerts	Types d'entreprises
Designers-étalagistes	<ul style="list-style-type: none"> • Conception, planification et aménagement d'une vitrine, d'un intérieur de magasin (différents étalages), d'un étalage de mode (mannequin) 	<ul style="list-style-type: none"> • Grands magasins et chaînes : généralement à temps plein • Boutiques spécialisées : à la pige • Firmes spécialisées en étalage (souvent associées à une firme de publicité) • Fabricants d'accessoires décoratifs
Designers de décors et d'accessoires	<ul style="list-style-type: none"> • Conception, planification et réalisation d'un décor et d'accessoires pour la télévision, le théâtre, le cinéma et les spectacles ou d'un montage pour une ou un photographe 	<ul style="list-style-type: none"> • Maisons de télévision • Théâtre • Maisons de production • Éditeurs de revues • Organismes d'événements
Designers d'exposition	<ul style="list-style-type: none"> • Conception, planification et tenue d'exposition commerciales et muséologiques 	<ul style="list-style-type: none"> • Concepteurs de stands d'exposition • Grandes entreprises ou organisations qui utilisent les expositions comme outil promotionnel • Promoteurs d'expositions • Exposants indépendants • Gouvernements • Institutions muséologiques • Centres d'interprétation • Centres d'exposition (municipalités)

D'après le devis de formation professionnelle, l'Institut des arts appliqués de Montréal offrait, dès 1965, un cours en étalage. Aux magasins se sont ajoutés de nouveaux débouchés, dont ceux des décors pour le théâtre et la télévision. L'Expo 67, l'ouverture de Place-Bonaventure et l'arrivée de centaines de salons auraient contribué à créer le nouveau marché du design d'exposition.

On entrevoyait même une pénurie de designers de présentation d'expérience en raison de l'importance croissante de la mise en marché, de l'intérêt accru du public pour l'esthétique ainsi que du développement des expositions commerciales et du secteur muséologique.

D'après les résultats de la recherche et de l'enquête, les changements anticipés se sont effectivement produits. Toutefois, des changements technologiques, structurels et économiques ont changé la donne. En effet, dans le secteur des expositions, on a vu apparaître les structures de stands extensibles qu'on recouvre d'affiches grands formats (de papier, de plexiglas ou autre), ce qui diminue les coûts de construction et de manutention et ajoute de la polyvalence : on change les affiches plutôt que de reconstruire le stand.

De plus, on investit davantage dans l'architecture des grands magasins et des édifices commerciaux. La structure permanente est plus esthétique et n'a donc plus besoin d'être masquée par des décors.

La mise en marché gagne du terrain. On déplace davantage la marchandise en fonction de critères précis plutôt que de construire de nouveaux présentoirs. Les grands centres commerciaux, les hôtels, les centres des congrès, qui, pour plusieurs, ont renouvelé leur image et leur architecture, confient la présentation visuelle adaptée aux événements (décoration de Noël, Pâques, etc.) à des firmes externes.

L'informatisation de l'imprimé (DAO, CAO, infographie) a révolutionné la promotion. Un commerce confiera à la même entreprise le soin de faire la conception graphique de son rapport annuel, de ses affiches pleine grandeur pour son stand, etc.

Les nouvelles technologies et les nouvelles approches (l'aspect interactif des expositions : le visiteur est dans l'œuvre, dans l'exposition, ont contribué à introduire la mécanique, l'électronique, l'infographie et les nouvelles applications de l'imprimé. De plus, les difficultés de financement des productions ont réduit les décors à grand déploiement au profit de l'imagination. On optera pour des métaphores, des éléments suggestifs plutôt qu'explicites.

Dans le courant de ces changements, d'autres joueurs ont fait leur apparition ou ont gagné du terrain dans le champ de la présentation visuelle : les graphistes et infographistes, les designers industriels, les artisans et artisans, les spécialistes en mise en marché du milieu de la mode, les scénographes, les entreprises de location de stands, les imprimeurs et les architectes.

Dans les entreprises consultées, ce sont principalement dans les grands magasins que l'on trouve des personnes ayant une formation en présentation visuelle ou en étalage, mais encore là, pas exclusivement. En effet, sur 77 étalagistes pour lesquels nous avons des données, 46 % ont un DEC en Design de présentation, 18 % un DEP en Décoration et étalage et 35 % d'autres types de formation non spécifiés. De plus, dans un seul grand magasin, qui emploie sept étalagistes, on demande un DEC en Design de présentation. Dans l'autre grande chaîne, le DEC est un avantage et non un critère.

Les principales tâches des personnes qu'on appelle étalagistes consistent principalement à habiller des mannequins et des bustes et à installer des décors saisonniers et promotionnels (cosmétiques). Plus rarement, ces personnes exécutent de menus travaux tels que de la peinture ou autres, etc. Les travaux de construction, moins nombreux depuis l'importance accrue de la mise en marché, sont donnés pour la plupart à forfait. Pour la même raison, dans les grandes chaînes spécialisées, la présentation visuelle sera confiée à une équipe multidisciplinaire principalement formée de personnes travaillant ou ayant déjà travaillé sur le plancher.

Dans les entreprises de conception de décors, d'étalages et de stands d'exposition, on trouve des personnes polyvalentes qui participent à la réalisation en fonction de leurs talents et des mandats à exécuter. Elles peuvent venir du milieu des arts (beaux-arts, arts appliqués, sculpture, peinture, etc.) ou être des travailleuses et des travailleurs manuels spécialisés ou généralistes. Le diplôme n'est pas le critère d'embauche.

Dans le milieu du théâtre, du cinéma et de la vidéo, la formation en théâtre (scénographie) est préférée aux autres formations. L'expérience, les réalisations antérieures et les références sont toutefois plus importantes que le diplôme.

Chez les promoteurs d'expositions et de congrès, on estime qu'environ 70 % du temps est consacré à la promotion, 25 % à la préparation de la promotion et 5 % au montage et au démontage (système électrique, tapis, rideaux, affichage). Ils ne font pas de fabrication. L'entreprise que nous avons consultée n'emploie pas de personnel en présentation visuelle.

En résumé, la présentation visuelle touche plusieurs disciplines, dont certaines nouvelles, qui interviennent à un moment ou à un autre dans la réalisation du produit ou du service. Les emplois sont occupés par des personnes qui ont des formations diverses. Même dans les magasins, milieu où l'on trouvait traditionnellement les étalagistes, la présentation visuelle regroupe maintenant les personnes de la mise en marché et les étalagistes.

La définition de la fonction de travail fournie par le devis de 1987 nous semble la plus conforme à la réalité : « celui qui conçoit, planifie et compose un espace dans le but de présenter un produit ou un service ». Toutefois, selon les résultats de la recherche, cette définition correspondrait davantage à un champ de pratique qu'à une fonction de travail.

Dans les entreprises consultées, on utilise les appellations d'emploi que nous présentons au tableau 11. Outre les magasins, les appellations d'emploi varient selon les entreprises et les disciplines.

TABLEAU 11 : Appellations d'emploi dans les entreprises consultées

Types d'entreprise	Appellations d'emploi
Ateliers de conception de décors, d'étalages ou de stands	<ul style="list-style-type: none"> • Designer et conceptrice ou concepteur visuel (1) • Designer de présentation en chef (1) • Selon la spécialité (4) (décorateur ou décoratrice, peintre, menuisière ou menuisier, etc.) • Un terme à inventer (1)
Conception pour le secteur culturel (muséale)	<ul style="list-style-type: none"> • Selon la spécialité (3)
Magasins	<ul style="list-style-type: none"> • Étalagiste (2 répondants, dont 1 pour 27 magasins)
Musées	<ul style="list-style-type: none"> • Technicienne ou technicien en design
Théâtre, télévision	<ul style="list-style-type: none"> • Décorateur
Vidéo, cinéma	<ul style="list-style-type: none"> • Directrice ou directeur artistique

2.2 Les rôles, les responsabilités et les tâches types

Les étalagistes

Selon l'enquête, les rôles, les tâches et les responsabilités varient selon l'entreprise mais également selon le projet. C'est dans les magasins que les tâches sont les plus semblables d'un endroit à l'autre. Les étalagistes appliquent et adaptent les concepts du service de mise en marché. Les principales tâches sont l'habillage des mannequins et des bustes (25 à 55 % selon la chaîne de magasins), l'installation des décors saisonniers (15 à 50 %), l'installation de décors et l'affichage promotionnels (25 %). La construction des éléments de décors, moins nombreux depuis les dernières années, est confiée à des entreprises spécialisées.

Dans deux grandes chaînes, qui ont répondu à certaines questions sans toutefois remplir notre questionnaire, la présentation visuelle est conçue par une équipe composée de personnes de différents services et réalisée par le personnel en magasin.

La présentation visuelle

Dans les ateliers de fabrication de décors, de conception d'étalages, de vitrines et de stands, la conception est l'affaire tantôt de l'atelier, tantôt de la ou du designer, elle est faite en sous-traitance ou en collaboration avec ce dernier ou cette dernière; c'est généralement l'affaire des patrons ou patronnes. Les plans d'exécution peuvent être faits par un intermédiaire ou par l'atelier lui-même. Les esquisses se font généralement à main levée, et les plans d'exécution, selon leur complexité, à l'ordinateur ou à la main. Lorsque des composants mécaniques ou électroniques sont intégrés, une ou un designer industriel participe à l'opération. Pour des éléments architecturaux importants ou complexes, on produira une maquette en 3D. Le montage et le démontage se font en atelier.

L'estimation des coûts (devis, soumissions) est faite par les responsables ou les propriétaires de l'entreprise. Les travailleuses et les travailleurs pourront être mis à contribution pour la recherche de matériaux.

Dans la seule entreprise de conception de décors et d'étalages qui ne fait pas de fabrication, la conception et la supervision de la construction sont assurées par le propriétaire et une designer. Le montage, le démontage et la livraison des décors sont confiés à des pigistes ou à des personnes contractuelles (formées en design de présentation ou autre spécialité).

Dans le secteur culturel (musées, vidéo, cinéma), les concepts sont l'affaire d'une équipe multidisciplinaire (client ou cliente, muséologue, spécialiste de contenu, designer, graphiste, etc.). Cette phase du processus sert à définir l'angle sous lequel sera traité l'événement ou l'exposition. Il s'agit, le plus souvent, d'une chargée ou d'un chargé de projet, (l'atelier, la ou le designer, la firme de muséologie, etc.) qui forme une équipe de type hollywoodien, c'est-à-dire en fonction des caractéristiques du projet et dissoute après l'événement. On produira le plus souvent une maquette couleur (collage ou informatisée). Le chargé ou la chargée de projet assurera le suivi des travaux, dont la réalisation physique, le montage et le démontage.

Dans le cas des firmes de conception de décors, d'étalages, ou muséologique, on nous dit que la maquette (particulièrement les perspectives couleurs à la main) sont très appréciées de la clientèle.

Dans les théâtres, la décoratrice ou le décorateur travaille, dès le concept, de concert avec la metteuse en scène ou le metteur en scène, qui l'aura d'ailleurs choisi. Elle ou il fera partie de l'équipe de production avec les éclairagistes, les costumières et les costumiers, etc. Elle ou il produira une première maquette (dessin ou perspective), la fera approuver avant de produire une maquette en 3D qui devra recevoir l'aval du ou de la responsable de la production. Elle ou il supervisera la construction et le montage en atelier (firme spécialisée), puis le montage sur la scène.

Dans le musée consulté, les techniciennes et les techniciens en design font la conception technique et visuelle (75 %), la conception graphique (15 %) de même qu'ils supervisent et collaborent au montage (10 %). Le dessin est fait à la main. Une entreprise de fabrication, qui se spécialise dans les centres d'interprétation, utilise les services de techniciennes et de techniciens en architecture et en dessin, et d'un designer industriel pour la préparation des plans de construction.

Les décors de télévision sont exécutés par des artisanes et des artisans suivant l'esquisse, la conception (CAO) et le devis des décoratrices et décorateurs.

Six firmes de conception de décors et d'étalages (6/7) et l'entreprise de télévision font elles-mêmes la construction : menuiserie, peinture, faux finis, éclairage intégré, etc. Les travailleuses et les travailleurs manuels sont des artistes, des artisanes, des artisans, des menuisières, des menuisiers, des sculpteuses, des sculpteurs, des soudeuses, des soudeurs, etc.

2.3 La supervision

Les étalagistes

Dans une grande chaîne de magasins, les étalagistes sont sous la responsabilité du responsable régional de la présentation visuelle et, en magasin, du chef d'équipe. Les étalagistes travaillent en collaboration avec les personnes de la mise en marché. Dans l'autre grande chaîne, les étalagistes sont supervisés par le chef de service.

La présentation visuelle

Dans les ateliers, les personnes sont supervisées par les patrons ou patronnes, souvent propriétaires de l'entreprise. Artisanes, artisans, ferblantières, ferblantiers, électriciennes, électriciens, menuisières, menuisiers, peintres, artistes peintres, ainsi que sculpteuses et sculpteurs participent, à un moment ou à un autre, à la production.

Au théâtre, la décoratrice ou le décorateur relève de la metteuse en scène ou du metteur en scène pour le concept, mais répond de son travail auprès de la ou du responsable de la production. Elle ou il travaille en collaboration avec les éclairagistes, les accessoiristes, les costumières, les costumiers, etc.

2.4 Les conditions particulières d'exercice

Dans les entreprises consultées qui vivent de contrats (ateliers, entreprises de la vidéo, du cinéma, etc.), on nous dit devoir travailler de longues heures (50 à 80 heures par semaine) et produire dans des délais très courts. L'installation se fait généralement lorsque le public n'est pas présent, donc le soir, la nuit et les fins de semaine, ou lorsque les conditions s'y prêtent (cinéma, vidéo). Le rythme de travail suit les mandats. Par exemple, la période des fêtes est la plus achalandée de l'année pour les magasins. Les travailleuses et les travailleurs peuvent être en poste de 50 à 80 heures une semaine et être en congé les semaines suivantes.

Dans les musées et à la télévision, les heures sont moins longues, mais on doit procéder aux installations en l'absence du public ou des utilisatrices et des utilisateurs du studio.

Dans les ateliers, il faut s'adapter à certaines conditions : poussière, odeurs fortes, bruit des outils pneumatiques, etc. L'atelier doit cependant être bien éclairé et aéré.

Le *Guide pratique des études au collégial au Québec* mentionne qu'en présentation visuelle il y aurait beaucoup d'emplois à la pige et à forfait³⁷.

Dans sa livraison du mois de novembre 1995, le Magazine *Les Affaires Plus*³⁸ trace un portrait général des nouvelles règles du marché du travail qui devraient toucher, de façon plus ou moins importante, les travailleuses et les travailleurs de plusieurs secteurs d'activité économique. Étant donné les conditions qui ont cours dans les entreprises consultées, nous croyons pertinent d'en reproduire ici les principales.

« Les travailleurs seront de plus en plus en situation de travail précaire et temporaire. La situation de ceux-ci dépendra de la performance des entreprises et donc des résultats auxquels ils auront eux-mêmes contribué.

Les travailleurs devront refaire constamment leurs preuves dans les entreprises où ils seront amenés à occuper un emploi.

La façon traditionnelle de se percevoir comme salarié évoluera : les travailleurs devront dorénavant se percevoir comme des travailleurs indépendants en relation de sous-traitance avec une ou des entreprises.

Les types d'avantages dont bénéficiaient autrefois les travailleurs se transformeront. Alors qu'ils prenaient autrefois la forme d'un fonds de retraite, par exemple, ils prendront des formes diverses associées à la nature du travail à accomplir.

Dans leurs relations avec les entreprises, les travailleurs devront se comporter comme des travailleurs indépendants : établir eux-mêmes leur plan de carrière, prévoir des plans d'assurance de toutes sortes et négocier eux-mêmes leur rémunération lorsque des modifications surviendront dans l'entreprise.

Les travailleurs devront être plus polyvalents puisqu'ils auront à s'intégrer à des équipes de travail multidisciplinaires, composées d'individus ayant des expériences et des expertises diverses. Ils devront également revoir les règles de fonctionnement de ces

équipes dont l'autorité sera partagée entre les membres selon les besoins du moment et la nature des projets pourra varier d'un contrat à l'autre.

En plus de la polyvalence qu'on leur demandera à l'interne, les travailleurs devront aussi s'attendre à changer souvent d'entreprise, même si une relative stabilité est préférable pour le développement de l'entreprise.

Les entreprises devront faire des efforts (formation, conseils, etc.) pour aider les travailleurs à s'adapter à ces nouvelles règles même si, en définitive, il appartiendra aux travailleurs de gérer eux-mêmes leur vie professionnelle et personnelle³⁹».

3 LA STRUCTURE DE L'EMPLOI ET LE CHEMINEMENT PROFESSIONNEL

3.1 La mobilité verticale

Comme il s'agit généralement de petites entreprises et que chaque personne est embauchée selon sa spécialité, on ne trouve pas de structure d'emploi définie. Les personnes pourront assumer plus ou moins de responsabilités selon le projet et leurs capacités.

Soulignons que la majorité des travailleuses et des travailleurs des entreprises consultées sont contractuelles, à l'exception des magasins, du musée, de la télévision (3 jrs/sem.) et de la plus grande entreprise de fabrication de décors spécialisée dans les centres d'interprétation. Toutefois, dans une grande chaîne, un seul étalagiste est à temps plein et les autres (6) sont à temps partiel.

Au théâtre, la décoratrice ou le décorateur pourra devenir scénographe, selon son talent. À la télévision et dans un grand magasin, les personnes pourront devenir chefs d'équipe.

Dans l'entreprise de design, ce n'est pas le statut d'emploi mais plutôt la rémunération qui changera, puisque les travailleuses et travailleurs sont généralement engagés à la pige.

3.2 La mobilité horizontale

Pour les mêmes raisons que pour la mobilité verticale, la mobilité horizontale n'est pas structurée. On pourra changer d'affectation selon ses talents.

Les étalagistes

Dans un grand magasin, les personnes affectées à la mise en marché peuvent accéder à des postes d'étalagiste, ce qui représente un avantage parce que dans le premier cas, elles sont occasionnelles, alors que dans le second, elles sont permanentes. Le mouvement inverse (d'étalagiste à la mise en marché) ne présente donc pas d'avantage.

La présentation visuelle

À la télévision, la décoratrice ou le décorateur pourra faire de l'aménagement de bureaux ou des produits télévisuels, alors que dans un musée les postes de même niveau que ceux des techniciennes et des techniciens en design sont spécialisés et, donc, il n'y a pas de mobilité possible, à moins d'avoir la formation appropriée.

4 LES EXIGENCES À L'EMBAUCHE

4.1 Le diplôme demandé

Comme nous l'avons mentionné précédemment, plusieurs profils peuvent mener à la présentation visuelle. Deux entreprises demandent un DEC en Design de présentation, soit une firme de conception de décors qui emploie quatre personnes, dont trois contractuelles, et un grand magasin qui emploie sept étalagistes, dont six à temps partiel.

Deux entreprises estiment que le DEC est un avantage sans toutefois être un critère d'embauche (une grande chaîne et un atelier de conception de décors qui ne fait pas de fabrication). À la télévision, on demande un DEC ou une formation en scénographie, et dans le musée on demande un DEC en formation technique. Six entreprises ne demandent pas de diplôme particulier.

Comme le diplôme n'est pas le principal critère d'embauche, les entreprises ne disposaient pas toutes de données sur ce sujet. Rappelons que bon nombre de travailleuses et de travailleurs sont des artisanes et des artisans, des artistes, des travailleuses et des travailleurs manuels. Toutefois, à titre indicatif, nous présentons, au tableau 12, l'information disponible qui témoigne de la diversité des profils.

Tableau 12 : Illustration des types de diplômes des travailleuses et travailleurs des entreprises consultées

Types d'entreprises	Nombre	Diplômes	Spécialisation
Ateliers de conception de décors, d'étalages, de stands	7	DEC	Design de présentation
	4	DEP	Décoration et étalage
	2	DEC	Design d'intérieur
	1	DEC ou Baccalauréat	Design de présentation et Droit
	1	Baccalauréat	Architecture, Urbanisme
	1		Graphisme
			École du meuble
			Beaux-arts
		Baccalauréat	Arts
		Baccalauréat	Génie mécanique
	Baccalauréat	Design industriel	
	30	non spéc.	
Vidéo		DEC	Théâtre
Musée	2	DEC	Design de présentation
	1	Baccalauréat	Arts visuels
Muséologie			Graphisme, Architecture, Illustration
Théâtre	90 %*		Scénographie
Magasins, chaînes	35	DEC	Design de présentation
	14	DEP	Décoration et étalage
	21		Graphisme/Arts plastiques, etc.
	1	Baccalauréat	Esthétique de présentation
	6	non spéc.	

* La plupart du personnel en présentation visuelle.

4.2 L'expérience et les compétences demandées

Plus que le diplôme, ce sont les compétences, la personnalité et l'expérience qui sont les principaux critères d'embauche. Dans une grande chaîne de magasins (et deux autres que nous avons jointes mais qui n'ont pas rempli le questionnaire), on favorisera les personnes qui ont de l'expérience de la vente en magasin. Rappelons que le personnel de la mise en marché et celui de la présentation visuelle travaillent maintenant de concert. Faute d'expérience, dans une grande chaîne de magasins, on demandera un portfolio.

Dans les ateliers, on demande de l'expérience en atelier ou dans le domaine, ou encore une spécialité qui correspond aux exigences des mandats en cours.

Dans le musée, on demande de pouvoir faire des plans et des devis et de connaître des logiciels de mise en page pour le traitement graphique.

Au théâtre, on demande un portfolio, mais davantage d'être recommandé par la metteuse en scène ou le metteur en scène. D'ailleurs, la personne que nous avons consultée estime que les personnes qui fréquentent une école de théâtre ont un avantage sur les titulaires d'un DEC en Design de présentation puisqu'elles fréquentent des professeures et professeurs qui sont actifs dans le domaine et se font repérer puis recommander.

À l'expérience et au talent s'ajoutent des qualités personnelles de divers ordres dont voici les principales : la créativité et un esprit de recherche (5), une dextérité manuelle ou de la force physique (5), de la débrouillardise (4) et une capacité de travail en équipe (3). Étant donné les conditions de travail, les personnes doivent également être flexibles et ne pas « avoir peur de l'ouvrage ».

5 L'ÉVOLUTION DES FONCTIONS DE TRAVAIL

D'après les résultats de l'enquête, les principaux changements survenus concernent l'importance accrue de la mise en marché et de l'architecture au détriment des décors, les stands extensibles (60 %) plutôt que fabriqués et la pénétration des nouvelles technologies (graphisme, impression, réalité virtuelle, etc.). En effet, des 51 commentaires sur les changements et leurs conséquences, 20 traitent de mise en marché (incluant l'architecture) et 11 de nouvelles technologies.

Les magasins et les entreprises investissent davantage dans l'architecture et son esthétisme que dans les décors temporaires. Pour les magasins, l'architecture fait partie du concept de mise en marché. Les structures sont permanentes, mais la marchandise est déplacée plus souvent selon des normes établies par l'équipe de mise en marché.

Les tâches des étalagistes s'en trouvent modifiées : on travaille selon des normes établies (même les concessionnaires dans les grandes surfaces ont leurs propres normes), il y a davantage de manipulation de marchandise, et le travail est exécuté de concert avec l'équipe de mise en marché, qui est maintenant intégrée au service de présentation visuelle. De plus, les sortantes et les sortants du nouveau programme de mise en marché de la mode accaparaient une partie des emplois.

Les décors sont plus sobres et plus épurés qu'autrefois. On modifiera le décor plutôt que de le remplacer. Outre le changement d'approche, la rationalisation des coûts aurait présidé à ce changement. L'investissement de départ est plus grand, mais les coûts de décors temporaires et de main-d'œuvre (moins de personnel) baissent.

Pour les fabricants de décors et les firmes de présentation visuelle qui ne fabriquent pas les décors (qui les font fabriquer ou qui les louent), il s'agit d'une perte de marché qu'on doit compenser par d'autres activités. Il semble toutefois que les décors de vitrines demeurent et que les boutiques qui n'investissaient pas dans la présentation visuelle le font maintenant. Une firme de fabrication de décors et de conception d'étalages parle même de 75 % de mise en marché, d'où l'importance de l'inclure dans la formation en présentation visuelle.

L'impression pleine grandeur et les possibilités offertes par les changements technologiques dans l'impression contribuent à la polyvalence et à la réduction des structures permanentes. Qu'on pense, par exemple, à la place des affiches couleurs dans les magasins et les endroits publics, aux affiches qui recouvrent les stands flexibles, ou aux différents supports sur lesquels peuvent être imprimées les productions des graphistes et des infographistes.

Les salons thématiques prennent le pas sur les salons des affaires ou commerciaux, les entreprises optant pour des opérations portes ouvertes. Les très grands salons sont en train de céder la place à de petits salons plus nombreux.

Les stands flexibles et les agrandissements pleine grandeur diminuent les frais de construction, offrent plus de polyvalence et facilitent la manutention.

La réalité virtuelle dans les décors de théâtre, de télévision et dans le secteur culturel, déjà présente aux États-Unis, commence à poindre au Québec. Par contre, les coûts très élevés

et la complexité de sa conception en limiteraient l'utilisation. De plus, cette nouvelle technologie fait appel à de nouvelles compétences et à des équipes multidisciplinaires.

Les nouvelles technologies en présentation visuelle ont fait apparaître, depuis quelques années et particulièrement dans le secteur culturel, des équipes multidisciplinaires, soit des firmes ou des spécialistes dans un domaine qui sont tantôt chargés de projet, tantôt sous-traitants ou membres à part entière d'un consortium temporaire qui n'existe que le temps d'un projet. Cette façon de faire, qu'on nomme modèle hollywoodien, a déjà cours depuis quelques années dans le secteur du génie et de l'architecture.

Les tendances rapportées par la recherche et l'enquête vont dans le sens de ce que l'on notait dans l'étude nationale sur le design :

« Les designers de toutes disciplines trouveront des débouchés croissants dans différents domaines reliés aux technologies nouvelles, dont le secteur du spectacle et du divertissement, les effets spéciaux, la décoration scénique et la scénographie. [...] peu de designers toutefois ont évalué tout le potentiel de ces possibilités nouvelles ou pris le temps de se recycler afin de participer à la révolution numérique⁴⁰ ».

« La firme de design virtuelle présente une solution⁴¹ ».

6 LA MAIN-D'OEUVRE

6.1 L'âge

De façon générale, dans les entreprises consultées, la main-d'œuvre est assez jeune. Elle se situe entre 21 et 40 ans. Certaines entreprises nous ont dit qu'on pouvait travailler dans le domaine jusqu'à 77 ans (surtout les artistes et les gens de théâtre).

6.2 Le sexe

Dans les entreprises consultées, les hommes et les femmes se répartissent à peu près également (50-50, 60-40), sauf dans une entreprise de conception de décors et d'étalages où l'on trouve neuf hommes pour trois femmes.

6.3 L'embauche

Comme nous le mentionnions précédemment, les ateliers de conception de décors et d'étalages peuvent avoir un noyau de personnes permanentes (moins de cinq) mais elles embauchent selon les contrats. De quatre ou cinq travailleuses et travailleurs, elles peuvent passer à une douzaine ou à une vingtaine selon les mandats à exécuter et l'étape de réalisation (conception, production, montage et démontage). Il en va de même, dans des proportions variées, dans le domaine de la vidéo, du cinéma, du théâtre et des entreprises en muséologie.

Dans les grands magasins, au cours des cinq dernières années, on a embauché du personnel pour remplacer les départs ou parce que la situation du magasin avait changé (relance de l'entreprise).

Les entreprises qui emploient des personnes contractuelles ou à la pige devraient embaucher au cours des cinq prochaines années, toujours en fonction des contrats. Les grands magasins pourraient embaucher en période de pointe.

6.4 Les difficultés d'embauche

Quatre entreprises consultées éprouvent des difficultés d'embauche, dont deux qui estiment que les candidates et les candidats manquent d'assurance (autonomie) et ne connaissent pas la réalité du marché du travail (concevoir des concepts réalisables en fonction des contraintes de temps et d'argent, penser que c'est du travail facile et de tout repos).

Dans le domaine muséal, on parle de polyvalence. On recherche des personnes qui peuvent faire du graphisme, des projets en 2D et en 3D, du travail manuel et avoir des contacts avec la clientèle.

6.5 La demande pour le métier

Des dix entreprises qui se sont exprimées sur la demande pour le métier au cours des cinq prochaines années, quatre estiment que la demande va augmenter et six (6/10) qu'elle va rester stable. L'augmentation serait due à l'importance accrue de l'image et de la visibilité.

Les deux grandes chaînes de magasins croient que la demande va rester stable en raison de l'importance accrue accordée à l'architecture par rapport aux décors et aux étalages et à la modification de la fonction de travail (mise en marché). La firme de design de présentation qui ne fabrique pas les décors abonde dans le même sens.

Un atelier de conception de décors croit qu'il y a une saturation, alors qu'un autre estime qu'il y aura toujours de la place pour les personnes performantes.

7 LA SATISFACTION DES ENTREPRISES PAR RAPPORT À LA FORMATION

Les questions sur la formation s'adressaient aux entreprises qui avaient embauché des sortantes et des sortants du secondaire ou du collégial qui avaient obtenu leur diplôme au cours des cinq dernières années. Dix entreprises se sont exprimées sur la formation.

7.1 Les forces et les faiblesses de la formation

Dix commentaires de sept entreprises portent sur les forces du programme d'études collégiales. Celles-ci ont trait aux décors, à la fabrication, à la conceptualisation, à la présentation visuelle, aux esquisses et à la coloration. On souligne également la polyvalence des sortants et sortantes de ce programme et le fait que leur formation va plus loin que celle des élèves du secondaire qui seraient plus des exécutants et exécutantes.

Pour le programme d'études secondaires, nous avons reçu neuf commentaires de cinq entreprises. On estime que les titulaires d'un DEP sont polyvalents, plus techniques et moins spécialisés que ceux d'un DEC. Les autres forces mentionnées sont : l'aptitude au travail manuel, la bonne base reçue, le fait que les élèves soient jeunes et qu'ils apprennent vite et qu'ils fassent des stages, donc qu'ils et elles connaissent mieux la réalité du marché du travail que les titulaires d'un DEC.

Des vingt et un commentaires sur les faiblesses du DEP et du DEC, neuf (9/21) concernent la connaissance de la réalité du marché du travail. On parle d'absence de formation sur la mise en marché (2/9), du fait que les élèves veulent faire de la conception (1/9) alors qu'ils feront de l'installation (magasins) et de la construction (2/9), et que leurs concepts (2/9) ne tiennent pas compte des délais, de la rentabilité du projet et du réalisme de l'exécution. Deux entreprises (2/9) estiment que le personnel enseignant ignore la réalité du marché du travail actuel et que des stages pourraient aider à combler cette lacune. Par contre, une autre entreprise, dont un associé enseigne au cégep, dit que les professeures et les professeurs connaissent bien la réalité du marché parce qu'ils y travaillent. Deux entreprises nous ont dit que les titulaires d'un DEP avaient un avantage sur ceux d'un DEC parce qu'ils et elles faisaient des stages.

Les autres commentaires sont de divers ordres et ne reviennent qu'une fois. En ce qui a trait aux titulaires d'un DEP, ils concernent leur difficulté en résolution de problèmes et leur manque de technique et de présentation visuelle. Quant à celles et ceux d'un DEC on souligne leur méconnaissance des matériaux utilisés pour les décors et leur absence de formation sur les offres de service, les devis et les budgets.

7.2 Les recommandations

Les principales recommandations concernent les stages (dont 7/9 pour les élèves et 2/9 pour le personnel enseignant). Les stages permettraient de faire le test de la réalité. En début de formation, ils entraîneraient un filtrage parmi les candidates et les candidats qui n'ont pas ce qu'il faut pour travailler dans le secteur. Les stages de plusieurs semaines permettraient par ailleurs de passer de la théorie à la pratique (ex. : concepts réalisables et rentables, expérimentation de conditions de travail telles que respect des délais et des contraintes financières, preuve du sens des responsabilités, de débrouillardise et d'efficacité, etc.) et de

se faire une image plus juste du travail (installations dans les magasins, travail exigeant dans les ateliers, importance accrue de la mise en marché et des nouvelles tendances).

Un commentaire, bien qu'il n'apparaisse qu'une fois, mérite d'être souligné puisqu'il provient d'une entreprise qui embauche un grand nombre d'étalagistes. Selon cette entreprise, les sortantes et les sortants sont déçus de se rendre compte qu'on ne fait que de l'installation dans les magasins. Ils laissent alors leur emploi parce qu'ils veulent faire de la conception et plus de bricolage. Par contre, selon cette entreprise, la formation collégiale ou secondaire leur est utile dans leur carrière.

TROISIÈME SECTION : LE MONDE DE L'ÉDUCATION

1 LES ÉTABLISSEMENTS D'ENSEIGNEMENT

TABLEAU 13 : Liste des établissements d'enseignement

Régions	ÉTABLISSEMENTS	570.02 Design présentation (DEC)	de	570.03 Design d'intérieur (DEC)	5005 Décoration et étalage (DEP)
01	Cégep de Rivière-du-Loup				
03	Cégep de Trois-Rivières				
03	Cégep François-Xavier Garneau				
03	Cégep de Sainte-Foy				
06	Cégep du Vieux Montréal				
06	Cégep Marie-Victorin				
07	Cégep de l'Outaouais				
13	Collège de l'Assomption				
06	Collège Dawson				
16	Cégep Saint-Jean-sur-Richelieu				
02	CS de Jonquière				
03	CS des Découvreurs				
06	CS Marguerite-Bourgeoys				
07	CS des Draveurs				
13	CS de Laval				
16	CS de Saint-Hyacinthe				
16	CS Marie-Victorin				
16	CS New Frontiers (Interior Decorating and Display)				

Sources : MEQ, *Répertoire des programmes et des établissements de formation professionnelle et technique au secondaire et au collégial* et l'enquête pour la présente étude.

Note : Le Collège Dawson offre le programme *Illustration and design* qui porte le même numéro de programme que *Design de présentation*, mais dont les objectifs et le contenu sont différents.

Les programmes 570.02, *Design de présentation*, et 573.03, *Design d'intérieur*, sont donnés respectivement dans trois et neuf cégeps. Quant au programme 5005, *Décoration et étalage*, il se donne dans huit commissions scolaires.

Des dix-huit établissements qui donnent ces programmes, huit sont situés dans la grande région de Montréal et dix dans six autres régions.

Trois établissements donnent également une formation en design d'intérieur, soit le Collège InterDEC, l'Académie internationale du design et l'Académie Julien, tous trois dans la grande région de Montréal.

2 LES PROGRAMMES

2.1 Les objectifs des programmes

573.03, Design d'intérieur (DEC)

« Au terme de sa formation, l'élève sera plus spécifiquement en mesure de comprendre les besoins de la clientèle en termes d'aménagement d'espaces intérieurs; de concevoir des solutions; de dessiner des croquis et des plans d'un espace intérieur aménagé en fonction des solutions choisies et en conformité avec les codes; de conseiller sur les choix des couleurs, matériaux, mobiliers; de s'assurer de l'exécution du projet en conformité avec les plans et devis⁴². »

5005, Décoration et étalage (DEP)

« Acquérir les connaissances, les habiletés et les attitudes nécessaires à la conception et à la réalisation de projets simples de décoration d'intérieur et d'étalage, à la planification du travail, à la gestion des dossiers et à la recherche d'information, à l'exploitation de la créativité et de la polyvalence, à la sensibilisation aux possibilités d'être son propre patron ou d'avoir son entreprise et aux mécanismes de démarrage d'une entreprise⁴³. »

570.02, Design de présentation (DEC)

« Au terme de sa formation, l'élève sera plus spécifiquement en mesure de comprendre les besoins de présentation visuelle pour divers produits : concevoir des vitrines, des étalages, des kiosques d'exposition et des décors pour les événements particuliers; en dessiner les croquis et les plans; en choisir les matériaux et les couleurs appropriés; réaliser des vitrines, des étalages, des kiosques d'exposition, des décors et des présentations muséologiques ou voir à leur réalisation⁴⁴. »

2.2 La durée de la formation

	570.02 Design de présentation (DEC)	570.02 Design d'intérieur (DEC)	5005 Décoration et étalage (DEP)
Formation spécialisée	1 905 h	1 965 h	1 800 h
Formation totale	2 565 h	2 625 h	1 800 h

Pour les programmes d'études collégiales, la durée totale inclut :

- la composante de formation générale commune à tous les programmes;
- la composante de formation générale propre à ce programme;
- la composante de formation générale complémentaire.

2.3 Les fonctions visées par les programmes

Le *Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial* présente les programmes et les fonctions de travail de la CNP visées par chacun d'eux. Pour les programmes d'études collégiales *Design d'intérieur* et *Design de présentation*, le Guide indique les deux codes 5243, ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions et autres concepteurs, conceptrices artistiques, et 5242, designers d'intérieur. Pour le programme d'études secondaires de *Décoration et étalage* seul, le code 5242, designers d'intérieur est indiqué.

Comme nous le soulignons dans la première section du document, il y a adéquation entre le code 5242, designers d'intérieur, et le programme *Design d'intérieur* (DEC). Par contre, le code 5243, ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions et autres concepteurs, conceptrices artistiques est un code de base qui regroupe plusieurs fonctions de travail auxquelles peuvent accéder des personnes de différentes disciplines.

Quant au programme *Décoration et étalage* (DEP), le répertoire des programmes indique le code 5242, designers d'intérieur, qui, pour les décoratrices et les décorateurs, renvoie au code 6421, vendeur, vendeuses, commis-vendeurs, commis-vendeuses, vente au détail. De plus, il n'est pas fait mention du code 5243, qui inclut les étalagistes, alors que les objectifs du programme visent cette fonction de travail.

Pour les programmes du collégial, le *Guide pratique des études collégiales au Québec*⁴⁵ ne renvoie pas aux codes de la CNP, mais donne des types de postes offerts. Pour les programmes du secondaire, nous avons utilisé le *Guide CHOISIR 1999*⁴⁶ qui se réfère à l'ancienne CNP (CCDP). Or, certains codes de l'ancienne classification (CCDP) ont été intégrés à d'autres codes de la nouvelle classification (CNP). Pour les programmes *Design de présentation* (DEC) et *Décoration et étalage* (DEP), les exemples de postes offerts nous apparaissent néanmoins plus conformes à la réalité que les codes CNP.

Il nous apparaît tout de même intéressant de fournir, au tableau 14, des exemples de postes offerts que nous retrouvons dans ces deux guides, bien que, sur le marché du travail, ces postes puissent être occupés par des personnes de différentes disciplines, avec ou sans diplôme (à l'exception de ceux en design d'intérieur, où les personnes sont généralement titulaires d'un diplôme qui prépare à la profession).

**TABLEAU 14 : Exemples de postes offerts aux personnes diplômées des programmes
Design de présentation, Design d'intérieur et Décoration et étalage**

Design de présentation	Design d'intérieur	Décoration et étalage
Éclairagiste Vendeur-technicien, vendeuse-technicienne Maquettiste, dessinateur, dessinatrice Assistant, assistante de mise en marché Accessoiriste Technicien, technicienne en présentation visuelle Technicien, technicienne de scène Infographiste Décorateur-concepteur, décoratrice-conceptrice Aide-gérant, aide gérante de boutique Monteur, monteuse d'expositions Designer Styliste Designer d'exposition Designer de meubles Concepteur visuel, conceptrice visuelle	Décorateur-ensemblier, décoratrice-ensemblère Conseiller-vendeur, conseillère-vendeuse Gérant, gérante de commerce Dessinateur, dessinatrice designer Estimateur, estimatrice Éclairagiste-conseil Designer d'intérieur Cuisiniste Dessinateur-modeliste, dessinatrice-modeliste de meubles	Aide technique en aménagement d'intérieur Vendeur, vendeuse en éléments de décoration intérieure Décorateur, décoratrice étalagiste Conseiller, conseillère en décoration intérieure Monteur, monteuse étalagiste Étalagiste

Sources : Le guide CHOISIR 1999, Les éditions Septembre, Collection Choisir enr., 1998, p. 338, 339 et 327. Guide pratique des études au collégial au Québec, SRAM, 1998, p. 260-263

3 LE PORTRAIT DE L'EFFECTIF SCOLAIRE

Les données sur l'effectif scolaire en design de présentation incluent celui du Collège Dawson qui offre le programme *Illustration and Design*, qui est différent du programme *Design de présentation*. Il faudrait retrancher une centaine de personnes par année afin d'obtenir un portrait fidèle des inscriptions en Design de présentation.

3.1 Les inscriptions

Pour le programme d'études collégiales *Design de présentation*, le nombre d'inscriptions en première année se situe entre 160 et 200 pour la période de 1992 à 1997. Ce nombre inclut les inscriptions au programme *Illustration and Design* offert par le Collège Dawson. Les inscriptions en 1^{re}, 2^e et 3^e années ont augmenté légèrement, passant de 376 en 1992 à 441 en 1997.

TABLEAU 15 : Programme 570.02, *Design de présentation* : inscriptions à temps plein

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1 ^{re} année	166	203	180	193	206	182
2 ^e année	100	113	107	125	133	150
3 ^e année	110	55	96	100	96	109
1 ^{re} +2 ^e +3 ^e	376	371	383	418	435	441

Source : *Inscriptions à l'enseignement ordinaire et à temps plein et sanction des études collégiales menant à l'obtention d'un DEC : évolution de 1992 à 1997*, DEC, juillet 1998, p. 301.

Note : Ces données incluent celles du Collège Dawson qui offre le programme *Illustration and Design*, qui est différent du programme *Design présentation visuelle*. Il faudrait retrancher une centaine de personnes par année afin d'obtenir un portrait fidèle des inscriptions en Design de présentation.

Quant aux inscriptions au programme *Design d'intérieur*, elles ont progressé de 397 en 1992 à 510 en 1997. Les inscriptions en 1^{re}, 2^e et 3^e années ont suivi la même progression, passant de 992 en 1992 à 1 198 en 1997.

TABLEAU 16 : Programme 570.03, *Design d'intérieur* : inscriptions à temps plein

	1992	1993	1994	1995	1996	1997
1 ^{re} année	397	467	444	496	538	510
2 ^e année	282	256	299	301	344	364
3 ^e année	313	295	235	259	271	324
1 ^{re} +2 ^e +3 ^e	992	1 018	978	1 056	1 153	1 198

Source : *Inscriptions à l'enseignement ordinaire et à temps plein et sanction des études collégiales menant à l'obtention d'un DEC : évolution de 1992 à 1997*, DEC, juillet 1998, p. 303.

3.2 Les diplômes décernés

Le nombre de diplômes décernés se situe entre 58 et 71 pour le DEC en *Design de présentation*, à l'exception de 1993 où il grimpeait à 79. Rappelons que ces données incluent les diplômes en *Illustration and Design*.

Pour le DEC en Design d'intérieur, ce nombre est passé de 159 en 1992 à 178 en 1993, pour se situer à 153 en 1997.

3.3 Le nombre de personnes diplômées en emploi

Le portrait de la clientèle a été tracé à partir des données du MEQ. Les tableaux détaillés se trouvent en annexe.

De 1991 à 1995, le pourcentage de personnes en emploi titulaires d'un DEC en Design de présentation (tableau 17) était de 69 %, soit à peu près le même que pour l'ensemble des personnes diplômées en formation technique (70 %). Par contre, ce pourcentage a chuté de 82,4 %, en 1991, à 55,2 %, en 1993, pour se situer autour de 65 % en 1994 et 1995 alors qu'il était autour de 70 % pour l'ensemble de la formation technique (tableau 19).

Quant au DEC en Design d'intérieur (tableau 18), le pourcentage des titulaires a fluctué, passant de 50,9 %, en 1991, à 82,8 % en 1992, pour redescendre à 70,7 % en 1995. Le taux moyen pour la période de 1991 à 1995 était de 67,3 %.

Pour la période de 1994 à 1998, le pourcentage des personnes diplômées en emploi titulaires d'un DEP en Décoration et étalage (tableau 20) était de 70,8 %, comparativement pour l'ensemble de la formation professionnelle à 65,4 %. Ce pourcentage a connu une baisse constante de 1994 à 1997, passant de 75,5 % en 1994 à 62,1 % en 1997, pour remonter à 75,5 % en 1998. Une hausse a également été enregistrée pour l'ensemble de la formation professionnelle (tableau 22) de 1997 à 1998 (de 65,6 % à 73,2 %).

La version anglaise du programme 5505, *Décoration et étalage* (tableau 21), a connu des résultats bien inférieurs passant de 50 %, en 1996, à 26,1 % en 1997 et à 42,9 %, en 1998.

3.4 Le nombre de personnes diplômées dans un emploi lié à leur formation

En ce qui a trait aux emplois à temps plein liés à la formation, pour la période de 1991 à 1995, le pourcentage de personnes titulaires d'un DEC en Design de présentation se situe autour de 50 %, exception faite de 1991 où il était de 90 %. Pour le DEC en Design d'intérieur, ce pourcentage se situait entre 49 % et 65,6 %, alors qu'il était entre 72 % et 85 % pour l'ensemble de la formation technique.

Pour le DEP en Décoration et étalage, ce pourcentage se situait également autour de 60 % (62,8 %), pour la version française, alors qu'il évoluait en dents de scie pour la version anglaise, passant de 20 % en 1996 à 75 % en 1997 et à 57,1 % en 1998. Pour l'ensemble de la formation professionnelle, le pourcentage d'emplois liés à la formation était de 67,5 %.

3.5 Le nombre de personnes diplômées à la recherche d'un emploi

En design de présentation, le pourcentage de personnes diplômées à la recherche d'un emploi a évolué inversement à celui des emplois à temps plein liés à la formation, passant de 5,9 % en 1991 à 21,7 % en 1995. Quant au Design d'intérieur, ce pourcentage a fluctué en dents de scie, passant de 27,3 % en 1991 à 8,9 % en 1993 et à 14,7 % en 1995. Une fluctuation, bien que moins grande, peut être observée pour le DEP en Décoration et étalage, soit de 18,2 % en 1994 à 15,3 % en 1996 et à 23,2 % en 1997 et 13,3 % en 1998. Dans le cas de ces deux programmes, il ne semble pas exister de lien avec les autres points traités dans *La Relance*.

3.6 Le nombre de personnes diplômées aux études

Des trois programmes étudiés, c'est en Design d'intérieur qu'on observe le plus haut pourcentage de personnes diplômées aux études, soit autour de 18,6 %. En Design de présentation, ce pourcentage a fluctué en dents de scie (11,8 % en 1991, 3,8 % en 1992, 13,8 % en 1993, 18 % en 1994 et 10,9 % en 1995).

Selon les données de *La Relance* (tableau 23), les personnes diplômées qui poursuivent leurs études s'inscrivent principalement à l'Université et dans des secteurs connexes. Par exemple, les personnes titulaires d'un DEC en Design de présentation s'inscrivent en Arts (Arts appliqués, Arts plastiques, Arts graphiques et Beaux-arts), en Design de l'environnement ou en Architecture. Rappelons que les données de *La Relance* incluent le programme *Illustration and Design* du Collège Dawson.

Quant aux titulaires d'un DEC en Design d'intérieur (tableau 24), elles s'inscrivent en Design de l'environnement, dans 50 % des cas, et dans des secteurs connexes dans les autres cas (Arts plastiques, Arts appliqués, Architecture, etc.). Il semblerait que le Design de l'environnement fût le programme qui offrait la meilleure option à une personne qui voulait poursuivre ses études en Design d'intérieur. D'ailleurs, lors de l'enquête, on a pu observer qu'un certain nombre de personnes en emploi dans les firmes de designers étaient titulaires d'un baccalauréat en Design de l'environnement. Avec l'arrivée du baccalauréat en Design d'intérieur, il sera intéressant d'observer l'évolution des inscriptions dans ces deux programmes. Le programme conduisant à l'obtention d'un baccalauréat en Design gagnera peut-être des inscriptions au détriment de celui qui mène au baccalauréat en Design de l'environnement, qui représentait peut-être un second choix en l'absence d'un programme pour un baccalauréat en Design d'intérieur.

Les conditions d'admissibilité au programme menant à l'obtention d'un baccalauréat en Design d'intérieur sont :

- un DEC en Design d'intérieur;
- un DEC en Sciences humaines;
- un DEC en Sciences de la nature;
- un DEC intégré en Sciences, arts et lettres;
- un DEC ou une formation scolaire appropriée.

Le programme en vue d'un baccalauréat n'est offert qu'à l'Université de Montréal depuis septembre 1998. Il est encore trop tôt pour connaître toutes les équivalences qui seront accordées aux titulaires d'un DEC en Design d'intérieur, mais, d'après l'information recueillie, il semble que des cours en histoire du design d'intérieur et en dessin technique seront

reconnus. Quatre personnes diplômées en Design d'intérieur ou en Aménagement d'intérieur étaient inscrites dans la première cohorte en vue de l'obtention d'un baccalauréat en septembre 1998.

En Décoration et étalage, le pourcentage de personnes diplômées qui poursuivent leurs études est généralement inférieur à 10 % sauf en 1996 où il était de 16,9 %. D'après notre enquête, la majorité des établissements de formation ne tiennent pas de statistiques sur les personnes diplômées qui poursuivent leurs études ni sur leurs motivations à poursuivre leurs études. Par contre, selon leur expérience, il serait très rare que des personnes titulaires d'un DEP en Décoration et étalage s'inscrivent au programme d'études collégiales de Design de présentation ou à celui de Design d'intérieur.

3.7 Le taux de chômage

Le taux de chômage des personnes diplômées en Design de présentation a connu une hausse marquée de 1991 à 1993, passant de 6,7 % à 30,4 %, pour redescendre à 18,4 % en 1994 et remonter à 25,6 % en 1995. En Design d'intérieur, ce taux a connu une progression inverse, passant de 34,9 % en 1991 à 11,5 % en 1993, pour remonter à 17,2 % en 1995. Le taux de chômage des personnes diplômées de l'ensemble de la formation technique se situe entre 12 % et 14 %, exception faite de 1994 où il était de 18,3 %.

En Décoration et étalage, de 1994 à 1998, le taux de chômage des personnes diplômées se situait entre 15 % et 20 %, exception faite de 1997 où il était de 27,2 %. Quant à celles de la version anglaise, le taux de chômage est du double ou du triple selon l'année de référence, soit entre 40 % et 60 %.

3.8 L'occupation d'un emploi à temps plein, lié à la formation, selon les codes de la CNP

TABLEAU 17 : Programme 570.02, *Design de présentation* : emplois occupés à temps plein liés à la formation

Principaux emplois occupés selon le code de la CNP	1994	1996
Nombre de répondants et répondantes	13	11
5241 Concepteurs, conceptrices graphistes, artistes illustrateurs, illustratrices	36,4 %	30,8 %
6421 Vendeurs, vendeuses, commis-vendeurs, commis-vendeuses, vente au détail	27,3 %	
5243 Ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions, autres concepteurs, conceptrices artistiques	18,2 %	38,5 %
2253 Technologues et techniciens, techniciennes en dessin	9,1 %	7,7 %
5121 Auteurs, auteures, rédacteurs, rédactrices et écrivains, écrivaines	9,1 %	7,7 %
9474 Développeurs, développeuses de films et de photographies		7,7 %

Sources : Évolution des programmes d'études collégiales menant à l'obtention d'un DEC de 1990 à 1995, DAEC, mai 1996, p. 329.
Évolution des programmes d'études collégiales menant à l'obtention d'un DEC de 1991 à 1996, DAEC, juin 1997, p. 323.

Les données La Relance sur le type d'emplois occupés (tableau 25) indiquent qu'en 1994 et 1996 plus de 30 % des personnes interrogées titulaires d'un DEC en Design de présentation disaient occuper un emploi en graphisme et en illustration, ce qui correspondrait au principal débouché du programme offert par le Collège Dawson : *Illustration and Design*.

Il est intéressant de noter qu'en 1994, 27,3 % disaient occuper un emploi dans la vente, alors qu'on ne trouve personne dans cette situation en 1996. De plus, le pourcentage de personnes dont les fonctions sont regroupées dans le code 5243, où l'on trouve les conceptrices et les concepteurs d'expositions, a doublé, passant de 18,2 % en 1994 à 38,5 % en 1996. Rappelons qu'il s'agit d'un des deux codes de la CNP visés par le programme.

Quant aux personnes diplômées en Design d'intérieur (tableau 26), la très grande majorité (86,8 % en 1994 et 75 % en 1996) disait occuper un emploi dans la vente alors qu'aucun de ces diplômés et diplômées n'occupaient la fonction du code 5242, designer d'intérieur, directement visée par le programme.

Selon les résultats de la recherche et de l'enquête, cette situation pourrait s'expliquer par le fait que les designers d'intérieur commenceraient très souvent leur carrière dans des magasins spécialisés (quincaillerie, magasin de meubles, d'accessoires de décoration, de tissus etc.), ce qui leur permettrait de se familiariser avec les matériaux et l'environnement du design et de la décoration. Il pourrait s'agir d'un emploi transitoire avant d'accéder à une firme de designers ou d'ouvrir son propre bureau. Pour d'autres, il s'agirait d'un choix de carrière ou de vie (avoir un revenu). À cet égard, dans le *Guide pratique des études au collégial au Québec*, il est écrit que beaucoup d'emplois sont liés à la vente, que le marché est restreint et que l'accès aux firmes de design est difficile en début de carrière⁴⁷.

TABLEAU 18 : Programme 570.03, *Design d'intérieur* : emplois occupés à temps plein liés à la formation

Principaux emplois occupés selon les codes de la CNP	1994	1996
Nombre de répondants et répondantes	38	36
5241 Concepteurs, conceptrices graphistes, artistes illustrateurs, illustratrices	2,6 %	
6421 Vendeurs, vendeuses, commis-vendeurs, commis-vendeuses, vente au détail	86,8 %	75,0 %
5243 Ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions, autres concepteurs, conceptrices artistiques		8,3 %
2253 Technologues et techniciens, techniciennes en dessin	2,6 %	
5121 Auteurs, auteures, rédacteurs, rédactrices et écrivains, écrivaines		
2252 Designers industriels, designers industrielles	2,6 %	5,6 %
2211 Technologues et techniciens, techniciennes en chimie appliquée		2,8 %
4216 Autres instructeurs, instructrices	2,6 %	

Sources : *Évolution des programmes d'études collégiales menant à l'obtention d'un DEC de 1990 à 1995*, DAEC, mai 1996, p. 331.
Évolution des programmes d'études collégiales menant à l'obtention d'un DEC de 1991 à 1996, DAEC, juin 1997, p. 325.

Par contre, dans La Relance au secondaire (tableau 27), on trouve sept personnes sur quatorze qui disent occuper un emploi de décorateur, décoratrice ou de décorateur-ensemblier, décoratrice-ensemblère, et une personne comme étalagiste, soit plus de 50 % dans des métiers directement visés par le programme. Trois autres personnes occupent des emplois connexes, soit dans la vente de tissus au mètre, de tentures et de tissus d'ameublement.

TABLEAU 19 : Programme 5005, *Décoration et étalage* : situation des personnes diplômées de l'enseignement secondaire professionnel qui occupent un emploi à temps plein lié aux études, par discipline et type d'emploi au 31 mars 1994

Principaux emplois occupés	1994
	Promotion de 1992-1993
Étalagiste	1
Coiffeur, coiffeuse	1
Commis-vendeur, commis-vendeuse de tissus au mètre	1
Décorateur, décoratrice	1
Décorateur-ensemblier, décoratrice-ensemblère	6
Réceptionniste-téléphoniste	1
Vendeur, vendeuse de tentures et de tissus d'ameublement	2
Vendeur, vendeuse d'oeuvres d'art	1

Source: *La Relance au secondaire en formation professionnelle. Le placement au 31 mars 1994 des personnes diplômées de 1992-1993. Les types d'emploi décrochés selon la discipline de formation, DGFPT, DOP.*

QUATRIÈME SECTION : L'ADÉQUATION ENTRE LE MONDE DU TRAVAIL ET LE MONDE DE L'ÉDUCATION

La relation entre les programmes et les fonctions de travail

Dans les firmes de design d'intérieur et chez les fabricants d'armoires de cuisine consultés, la majorité des designers d'intérieur (80 %) ont une formation en Design d'intérieur. On trouve également une forte proportion de DEC en Design d'intérieur dans les centres de décoration (55 %), en plus de DEP en Décoration et étalage et d'autres formations.

La plus forte proportion de DEP en Décoration et étalage se trouve dans les commerces de détail (42 %). Dans les commerces de détail et les centres de décoration, les titulaires d'un DEP en Décoration et étalage et d'un DEC en Design d'intérieur occupent les mêmes fonctions de travail.

En présentation visuelle, il existe une variété de profils, dont le DEC en Design de présentation et le DEP en Décoration et étalage. Le diplôme n'est pas, le plus souvent, le premier critère d'embauche. Dans les grands magasins consultés, il y a deux DEC en Design de présentation pour un DEP en Décoration et étalage. Par contre, près de 40 % des personnes ont une formation autre. Dans les entreprises consultées, les titulaires d'un DEC en Design de présentation et d'un DEP en Décoration et étalage occupent généralement les mêmes fonctions de travail.

D'après les données de la recherche, le programme *Design d'intérieur* vise effectivement une des deux fonctions de travail répertoriées dans le *Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial*, soit celle du code 5242 de la CNP, Designers d'intérieur, mais non les fonctions du code 5243, ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions et autres concepteurs, conceptrices artistiques. La situation est l'inverse pour le DEC en Design de présentation.

Quant au DEP en Décoration et étalage, le volet décoration concerne davantage les conseils en décoration et la vente au détail qui correspondent au code 6421, vendeuses, vendeurs, commis-vendeuses, commis-vendeurs, commerces de détail, et non le code 5242, designers d'intérieur comme on l'indique dans le *Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial*. De plus, pour le volet étalage, on devrait trouver également le code 5243, comme pour le DEC en Design de présentation.

Les programmes et les besoins du marché

Pour le design d'intérieur et la décoration, le DEC en Design d'intérieur et le DEP en Décoration et étalage semblent bien préparer les élèves à occuper leurs fonctions de travail. Par contre, les entreprises soulignent des lacunes concernant la connaissance et le calcul des matériaux ainsi que la connaissance du marché du travail. L'informatique est couverte par les programmes. La maîtrise d'Autocad (et non seulement la connaissance de ce logiciel) est maintenant une condition d'embauche, particulièrement dans le secteur commercial où 70 à 100 % du dessin se fait à l'ordinateur.

Quant au Design de présentation, il s'agirait plus d'un champ de pratique que d'une fonction de travail unique. Des personnes de différents profils se côtoient dans les divers milieux de la présentation visuelle. Les titulaires d'un DEC et d'un DEP peuvent se tailler une place dans ce domaine s'ils ou elles ont les compétences requises pour exécuter les mandats et peuvent s'adapter à la réalité du marché du travail (conditions de réalisation, conditions d'exercice, etc.).

Par contre, dans les magasins, on a principalement recours à des titulaires d'un DEC en Design de présentation ou d'un DEP en Décoration et étalage. Il semble que la formation prépare bien les élèves à y exercer des fonctions. Toutefois, les étalagistes qui possèdent un DEC seraient déçus de constater que le travail est répétitif, et plusieurs quitteraient leur emploi, souhaitant faire de la conception.

La mise en marché a gagné du terrain en présentation visuelle. Il semblerait que les programmes n'en tiendraient pas assez compte. Comme en design d'intérieur et en décoration, les entreprises estiment que les élèves ne connaissent pas la réalité du marché du travail et que des stages ou des stages plus longs permettraient de remédier à cette lacune.

Les modifications à apporter aux programmes

Pour répondre à l'évolution des fonctions de travail et aux besoins du marché du travail, les experts de contenu des établissements de formation que nous avons consultés suggèrent d'apporter les modifications suivantes aux programmes :

DEC en Design d'intérieur

- Augmenter le nombre d'heures de DAO.
- Ajouter une formation en informatique : Internet (entre autres pour la recherche de matériaux) traitement de texte, base de données, tableur (notamment pour les travailleurs et travailleuses autonomes).
- Réduire le nombre d'heures actuel de la formation en arts plastiques (six cours), qui ne correspondrait pas à la réalité du marché du travail.
- Augmenter la formation de base en design d'intérieur : histoire du design et du mobilier (entre autres pour la vente et l'évaluation du mobilier).
- Donner une formation en communication écrite et orale préparant aux relations avec la clientèle.
- Augmenter le nombre d'heures consacrées à la connaissance et au calcul des matériaux.
- L'utilité des stages n'est pas remise en question. On souligne cependant que le secteur est constitué d'un très grand nombre de micro-entreprises et de travailleuses et de travailleurs autonomes, ce qui complique l'organisation des stages en dehors de la grande région de Montréal. Cette situation serait la même pour les deux autres programmes.

Design de présentation

- Ajouter l'étude de la gestion de projet : devis, offre de service, gestion des ressources humaines et financières, suivi de la clientèle.
- Ajouter une formation de base en design (composition de l'espace, équilibre des formes, etc.) et l'intégrer aux cours d'arts plastiques.
- Inclure un lexique afin d'avoir une compréhension commune (concept, design, devis, etc.) et un lexique technique.
- Ajouter une formation sur l'utilisation des couleurs en design de présentation.

- Ajouter une formation en communication écrite et orale préparant à la défense d'un projet, au travail en équipe, etc.
- Ajouter une formation sur la culture du design : les grands mouvements, les tendances passées et futures, etc.
- Augmenter le nombre d'heures en fabrication de décors.
- Stage : voir note en design d'intérieur.

Décoration et étalage

- Des enseignantes et enseignants consultés ont suggéré de structurer la formation avec un tronc commun pour la décoration et l'étalage en première année, puis d'offrir la spécialisation en deuxième année, soit en décoration ou en étalage. Il semble que rares seraient les élèves qui désirent exercer les deux fonctions de travail. De plus, cette organisation permettrait d'approfondir les apprentissages dans chacune des spécialisations. Par ailleurs, d'autres estiment que pour assurer une polyvalence, il vaudrait mieux maintenir la formule actuelle.
- Augmenter le nombre d'heures en DAO.
- Ajouter une formation en informatique : Internet, traitement de texte, tableur électronique.
- Augmenter la formation en calcul des matériaux.
- Augmenter la formation en dessin d'observation (croquis à main levée, perspective).
- Éliminer le stage d'observation (1^{er} stage) et augmenter le nombre d'heures du stage d'intégration (2^e stage).
- Éliminer le volet commercial en décoration. Cette formation serait trop courte pour prétendre rendre les élèves capables de réaliser des projets dans le secteur commercial et ne correspondrait pas aux types de débouchés pour ce programme.
- Éliminer les maquettes en 3D pour le volet décoration.
- Intégrer l'acquisition des compétences du module de la gestion des dossiers aux autres modules.
- Donner une formation en communication écrite et orale préparant aux relations avec la clientèle.
- Ajouter une formation de base en étalage, dont un lexique pour les vêtements, les accessoires, la coiffure, etc.
- Prévoir un certain nombre d'heures pour réviser les notions de calcul de base vues à la formation générale.

Cinquième section : L'HARMONISATION DE L'OFFRE DE FORMATION

La présente section vise à cerner les continuités, les chevauchements et les dédoublements actuels et à venir entre les programmes professionnels et techniques. Il faut noter que lorsque les programmes d'études collégiales *Design d'intérieur* et *Design de présentation* seront élaborés en objectifs et standards, la tâche d'harmonisation sera facilitée.

Les programmes de Décoration et étalage (DEP) et de Design d'intérieur (DEP)

Au cours des dernières années, des travaux ont été menés par un collège et une commission scolaire en vue de répondre à la demande des titulaires d'un DEP (14) qui souhaitaient approfondir leurs apprentissages en design d'intérieur, sans avoir à suivre un cours de trois ans incluant la formation générale. La formation, d'une durée de 735 h⁴⁸ et conduisant à l'obtention d'une attestation d'études collégiales (AEC) aurait permis aux élèves de devenir membres de la SDIQ. Ce projet n'a pas eu de suites, faute de financement. Ce programme incluait les cours suivants :

- Dessin d'observation;
- Histoire des styles et du design I et II;
- Dessin architectural I et II;
- Dessin et rendu;
- Dessin et fabrication de mobilier I;
- Design d'intérieur IV et V.

Les travaux menés en vue de la mise sur pied de ce programme ont obligé l'analyse approfondie des deux autres (Décoration et étalage et Design d'intérieur). Sans que nous poursuivions cette piste, toutefois nous pouvons indiquer quelle formation pourrait être reconnue aux titulaires d'un DEP qui voudraient poursuivre leur cours collégial en Design d'intérieur. Il s'agit :

- de la formation en DAO et en dessin technique. Notons toutefois, que les cégeps utilisent Autocad alors que les commissions scolaires utilisent PowerDraw;
- une formation de base en design d'intérieur;
- une formation en pratique de la couleur.

Les programmes de Décoration et étalage (DEP) et de Design de présentation (DEC)

Un certain nombre de notions de base en ce qui a trait aux couleurs, au dessin technique, au DAO et à la présentation visuelle seraient communes aux deux programmes. Une étude approfondie des contenus, qui pourrait avoir lieu lors de la révision du programme du secondaire et de l'élaboration de celui du collégial en objectifs et standards, apporterait plus de précision à ce sujet.

Comme pour le programme de Design d'intérieur, des travaux ont été menés par un cégep et une commission scolaire en vue d'offrir la possibilités aux élèves du secondaire d'approfondir

leurs connaissances en présentation visuelle. D'une durée de 720 h, une formation menant à l'obtention d'un AEC incluait des cours en :

- Langage visuel;
- Design de présentation;
- Organisation bidimensionnelle et tridimensionnelle;
- Fabrication de matériaux;
- Éclairage;
- Éléments esthétiques et histoire de l'art;
- Créativité et résolution de problèmes.

Les programmes de Design d'intérieur (DEC) et de Design de présentation (DEC)

Ces deux programmes du collégial ont plusieurs cours en commun. Il s'agit des cours suivants :

- Dessin technique I et II;
- Langage visuel I et II;
- Théorie et pratique de la couleur I;
- Dessin d'observation;
- Organisation bidimensionnelle;
- Organisation tridimensionnelle;
- Esthétique et histoire de l'art I et II.

CONCLUSIONS ET PISTES D'ACTION

Les fonctions de travail

D'après les résultats de la recherche, on trouve principalement les designers d'intérieur dans les firmes de design d'intérieur où ils et elles réalisent des concepts d'aménagement pour des immeubles commerciaux, institutionnels, industriels et résidentiels. Il y aurait environ 900 designers d'intérieur au Québec. Chez les fabricants d'armoires de cuisine, on utilise le terme cuisiniste pour les désigner. À l'extérieur de la grande région de Montréal, les designers d'intérieur travaillent généralement à leur compte et dans le secteur résidentiel.

On trouve également des designers d'intérieur, des décoratrices et des décorateurs dans les commerces de détail et les centres de décoration. Dans ces types d'entreprises, il s'agit de vente et d'agencement de matériaux, de couleurs, de mobilier. On les nomme designers et conseillères-vendeuses ou conseillers-vendeurs. Pour les designers d'intérieur, il peut s'agir d'une première étape dans leur cheminement de carrière. À l'extérieur des grands centres, les décoratrices et les décorateurs peuvent également travailler à leur compte dans le secteur résidentiel.

Le nombre de designers ou de décoratrices et de décorateurs dans ces entreprises est difficile à évaluer puisqu'ils sont compris dans le groupe des vendeuses, vendeurs, commis-vendeuses, commis-vendeurs du commerce de détail qui totalise plus de 100 000 personnes.

Le terme designer de présentation est très peu utilisé. La présentation visuelle correspond davantage à un champ de pratique qu'à une fonction de travail précise. Y travaillent des personnes de différentes disciplines selon les exigences des mandats à exécuter.

Contrairement au design d'intérieur, le milieu du design de présentation n'est pas structuré, et il est difficile d'en évaluer le nombre de travailleuses et de travailleurs. De plus, d'après les données du recensement, ces personnes seraient dispersées dans différents secteurs d'activité économique où l'on compte 10 % ou moins de personnes. Dans les secteurs associés au design de présentation, on pourrait estimer le nombre de travailleuses et de travailleurs à 1 000. Toutefois, ce nombre exclut les artisanes et les artisans, les graphistes, etc. La majorité sont contractuels, sauf les étalagistes des grandes chaînes de magasins.

Les fonctions visées par les programmes

Le *Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial* indique que le DEC en Design d'intérieur et le DEC en Design de présentation visent les fonctions de travail des codes de la CNP 5242, designers d'intérieur, et 5243, ensembliers, ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs, conceptrices d'expositions et autres concepteurs, conceptrices artistiques. Or, d'après les résultats de la recherche et de l'enquête, on trouve des titulaires d'un DEC en Design d'intérieur dans des fonctions de code 5242, mais aucune dans celles du code 5243, et inversement pour les titulaires d'un DEC en Design de présentation.

Quant aux personnes titulaires d'un DEP en Décoration et étalage, le *Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial* indique que la fonction de travail

visée par le programme correspond au code 5242, designers d'intérieur. Toutefois, ce code exclut les décoratrices et les décorateurs qui sont plutôt regroupés sous le code 6421, vendeuses, vendeurs, commis-vendeuses, commis-vendeurs, vente au détail. D'après les résultats de la recherche, les titulaires d'un DEP travaillent effectivement dans les commerces de détail ou à leur compte, pour ce qui est de la décoration et du travail d'étalagiste, et dans les entreprises du domaine de la présentation visuelle.

Le diplôme demandé

De façon générale, on demande un DEC en Design d'intérieur dans les firmes de design d'intérieur et chez les fabricants d'armoires de cuisine, et un DEC en Design d'intérieur ou un DEP en Décoration et étalage dans les commerces de détail et les centres de décoration.

Pour les étalagistes, on demande un DEC en Design de présentation ou un DEP en Décoration et étalage. Dans les autres types d'emplois en présentation visuelle, le diplôme n'est pas le premier critère d'embauche.

Les changements survenus et anticipés

Design d'intérieur

- Projets de réaménagement plutôt que d'aménagement.
- Recours à des éléments standards réutilisables.
- Diminution de la clientèle (fusions) et avènement de la concurrence nationale.
- Augmentation des services et des responsabilités : conception, préparation du guide de l'utilisateur et de l'utilisatrice des postes de travail, revente des surplus de matériel, etc.
- Clientèle courtisée directement par les fabricants de matériaux.
- Offre d'un bail commercial clé en mains incluant un plan de prélocation élaboré par les designers d'intérieur.
- Utilisation de l'informatique : rapidité et précision, et coût élevé du matériel et de sa mise à jour.
- Présence accrue des architectes dans le secteur du design d'intérieur.
- Structure des bureaux de design d'intérieur : naissance de firmes ou d'alliances pluridisciplinaires.

Décoration

- Disparition du service de décoration dans certains grands magasins (ou donné à forfait).
- Supplantation de la décoration-maison par le recours aux services de design d'intérieur.
- Clientèle plus informée et plus exigeante, mais qui a davantage besoin de conseils pour s'y retrouver.
- Expansion des grands magasins et fermeture des petits.

Présentation visuelle et étalage

- Investissement accru dans l'architecture plutôt que dans les décors temporaires : l'architecture fait partie du concept de mise en marché.
- Davantage de manipulation de marchandise selon des normes établies par l'équipe de mise en marché.
- Travail de collaboration entre les étalagistes et le personnel de mise en marché.
- Décors plus sobres et plus épurés.
- Continuité des décors de vitrines.
- Nouveaux investissements des boutiques dans la présentation visuelle.
- Pénétration des nouvelles technologies (graphisme, impression pleine grandeur, etc.).

- Salons thématiques plus petits et plus nombreux et opérations portes ouvertes des manufacturiers en remplacement des grands salons.
- Stands flexibles et agrandissements pleine grandeur prennent le pas sur la construction des stands traditionnels.
- Arrivée de la réalité virtuelle dans les décors de théâtre et de télévision : limitée par les coûts très élevés et la complexité de sa conception; fait appel à de nouvelles compétences et à des équipes multidisciplinaires.
- Formation d'équipes multidisciplinaires le temps d'un projet (modèle hollywoodien).

La demande pour les métiers dans le domaine

Les avis sont partagés sur la demande pour les métiers dans le domaine. En Design d'intérieur et en Décoration, notons que seules trois entreprises prévoient embaucher du nouveau personnel au cours des cinq prochaines années. Quant aux entreprises de présentation visuelle, dont la majorité du personnel est à temps partiel ou à la pige, elles continueront d'embaucher selon les contrats. Toutefois, dans les magasins, on ne prévoit pas embaucher, sauf en remplacement des départs.

Les programmes et les besoins du marché

Les programmes semblent bien préparer les élèves à occuper les fonctions de travail. Par contre, les entreprises estiment que les élèves ne connaissent pas la réalité du marché du travail et que des stages ou des stages plus longs permettraient de remédier à cette lacune.

Pour répondre à l'évolution des fonctions de travail et aux besoins du marché du travail, les principales modifications à apporter aux programmes vont dans le sens :

- d'augmenter le nombre d'heures de DAO (décoration et design d'intérieur);
- d'ajouter une formation en informatique : Internet, traitement de texte, base de données, tableur;
- d'augmenter la formation de base en Design d'intérieur et en Design de présentation;
- d'inclure une formation en communication écrite et orale préparant aux relations avec la clientèle, à la défense d'un projet et au travail en équipe;
- d'augmenter le nombre d'heures axées sur la connaissance et le calcul des matériaux;
- d'inclure des stages, bien qu'on souligne leur difficulté d'organisation en raison de la petite taille des entreprises (micro-entreprises, travailleuses et travailleurs autonomes).

Pour le programme de Décoration et étalage (DEP), on propose également d'augmenter le nombre d'heures de DAO et de structurer la formation avec un tronc commun pour la décoration et l'étalage en première année, puis d'offrir la spécialisation en deuxième année, soit en décoration, soit en étalage, et d'éliminer le volet commercial en décoration.

L'harmonisation de l'offre de formation

Les programmes de Design de présentation (DEC) et de Design d'intérieur (DEC) ainsi que celui de Décoration et étalage (DEP) se partagent des apprentissages qui pourraient être reconnus aux personnes diplômées du secondaire qui voudraient poursuivre leurs études au collégial ou à celles qui voudraient passer d'un programme collégial à l'autre. Ceux-ci concernent principalement le dessin technique, le DAO et la formation de base en Design d'intérieur ou en Design de présentation.

Étant donné ce qui précède et en vue de répondre à l'évolution des diverses fonctions de travail du domaine de l'aménagement de l'espace, de la décoration et de l'étalage, nous proposons ce qui suit.

- 1- Réviser les programmes d'études techniques **Design d'intérieur** et **Design de présentation** selon l'approche par compétences, en tenant compte des résultats de la recherche et d'une analyse de situation de travail.
- 2- Revoir le programme d'études professionnelles **Décoration et étalage**, déjà élaboré par compétences, afin d'apporter les ajustements appropriés à la suite d'une analyse de situation de travail. Cette analyse devra mettre en relief les caractéristiques particulières des fonctions de travail en décoration et en étalage.
- 3- Pourvoir à l'harmonisation entre les programmes de **Design de présentation** et de **Design d'intérieur** du collégial, et **Décoration et étalage**, du secondaire, puisque, comme nous le soulignons dans l'étude, il existe des apprentissages communs entre l'un et l'autre de ces programmes d'études.

BIBLIOGRAPHIE

Analysis of the Interior Design Profession, conducted for the National Council for Interior Design Qualification by Hale Associates Inc. Western Spring, Illinois, 1998, 260 pages.

BÉLISLE, Sylvain et DESNOYER, André. *Les tendances professionnelles au Québec : Horizon 2000*, Montréal, DRHC, juillet 1993, 94 pages.

MINISTÈRE DES APPROVISIONNEMENTS ET SERVICES. DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES CANADA. *Classification nationale des professions*. Description des professions, 1994.

DIRECTION DES RESSOURCES HUMAINES CANADA. DES. *Façonner le Canada de demain grâce au design*. 198 pages.

DBSF. FORUM DESIGN MONTRÉAL. Étude de la valeur socio-économique du design au Québec. Mai 1994, 66 pages.

SERVICE RÉGIONAL D'ADMISSION DU MONTRÉAL MÉTROPOLITAIN. *Guide pratique des études au collégial au Québec*. 1998, 384 pages.

Images. Bulletin d'information de la Société des designers d'intérieur du Québec. Mai-août 1998.

Le guide CHOISIR 1999, Les éditions Septembre-Collection Choisir enr., 1998, 480 pages.

Les Carrières du collégial, Les Éditions Ma Carrière, 1998, 418 pages.

MAGAZINE LES AFFAIRES PLUS. « *La révolution du travail* », novembre 1995, p.16-25.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL. *Évolution des programmes d'études collégiales menant à l'obtention d'un DEC de 1989 à 1994*. Mai 1995, 619 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL ET DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE. *Guide de réalisation des études de planification*. 1994, 69 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Recueil de données concernant le placement des diplômés en formation technique de 1991 à 1995*. (Document PL.1). Québec, ministère de l'Éducation, mars 1996, 153 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Recueil de données concernant l'évolution du placement en emploi occupé à temps plein lié à la formation des diplômés de formation technique par code de profession (CNP) de 1991 à 1995*. (Document PL.3), Québec, mars 1996, 200 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL ET DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET

TECHNIQUE. *La Relance au collégial, situation au 31 mars 1991 des diplômées et des diplômés de 1989-1990 de l'enseignement collégial : formation préuniversitaire et technique.* Avril 1992, 283 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL ET DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE. *La Relance au collégial, situation au 31 mars 1992 des diplômées et des diplômés de 1990-1991 de l'enseignement collégial : formation préuniversitaire et technique.* Mai 1993, 329 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL ET DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE. *La Relance au collégial, situation au 31 mars 1993 des diplômées et des diplômés de 1991-1992 de l'enseignement collégial : formation préuniversitaire et technique,* février 1994, 256 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL ET DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE. *La Relance au collégial, situation au 31 mars 1994 des diplômées et des diplômés de 1992-1993 de l'enseignement collégial : formation préuniversitaire et technique,* janvier 1995.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE L'ENSEIGNEMENT COLLÉGIAL ET DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE. *La Relance au collégial, situation au 31 mars 1995 des diplômées et des diplômés de 1993-1994 de l'enseignement collégial: formation préuniversitaire et technique,* DGEC et DGFPT, janvier 1996, 262 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE et DIRECTION DE L'ORGANISATION PÉDAGOGIQUE. *La Relance au secondaire en formation professionnelle, Données sur l'intégration au marché du travail de 1993 à 1995 des personnes diplômées, Promotions de 1991-1992 à 1993-1994.*

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE et DIRECTION DE L'ORGANISATION PÉDAGOGIQUE. *La Relance au secondaire en formation professionnelle, Données sur l'intégration au marché du travail de 1994 à 1996 des personnes diplômées, Promotions de 1992-1993 à 1994-1995.*

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. DIRECTION GÉNÉRALE DE LA FORMATION PROFESSIONNELLE ET TECHNIQUE et DIRECTION DE L'ORGANISATION PÉDAGOGIQUE. *La Relance au secondaire en formation professionnelle. Le placement au 31 mars 1996 des personnes diplômées de 1994-1995, 1997,* 48 pages.

MINISTÈRE DE L'ÉDUCATION. *Répertoire des programmes et des établissements de formation professionnelle et technique au secondaire et au collégial 1995-1996.* Québec, 1995, 68 pages.

Collège François-Xavier-Garneau. *Perfectionnement en Design d'intérieur*, Attestation d'études collégiales, mai 1996, 7 pages.

Bureau de la Statistique du Québec. *Classification des activités économiques du Québec*, 1990, 301 pages.

Rapport d'auto-évaluation du programme de Design d'intérieur (570.03) au Collège de l'Outaouais présenté à la Commission des études, nov. 1997, 69 pages.

Commission scolaire de Saint-Hyacinthe. Rapport d'évaluation du programme Décoration et étalage.

Société des designers d'intérieur du Québec, Brochure de présentation de la Société des designers d'intérieur du Québec, 1998, 8 pages.

Association canadienne du développement international, Tableau d'information sur les associations provinciales. Juillet 1998.

-
1. MEQ. DGFPT. *Guide de réalisation des études de planification*, 1994, 69 p.
 2. Ibid.
 3. Ibid.
 4. MMSR. *Devis de formation professionnelle en design de présentation visuelle*, 1987, 39 p.
 5. DES et DRHC. *Façonner le Canada de demain grâce au design*, 198 p.
 6. DRHC et ministère des Approvisionnements et services. Canada. *Classification nationale des professions. Description des professions*, 1994.
 7. Ibid. p. 72.
 8. *Façonner le Canada de demain grâce au design*, p. 25.
 9. DBSF. FORUM DESIGN MONTRÉAL. *Étude de la valeur socio-économique du design au Québec*, mai 1994, 66 p.
 10. Ibid., p. 10 et 15.
 11. *Façonner le Canada de demain grâce au design*, p. 28.
 12. Ibid., p. 30
 13. Ibid., p. 22 et 23
 14. Ibid., p.127.
 15. Ibid., p. 22.
 16. Ibid., p. 42.
 17. Ibid., p. 43.
 18. Ibid., p. 42.
 19. Ibid., p. 139.
 20. Ibid., p. 51 et 52.
 21. Ibid., p. 67.
 22. SDIQ. brochure de présentation de la Société des designers d'intérieur du Québec p. 5.
 23. Étant donné la similitude des tâches des designers au sein de l'organisme gouvernemental consulté avec celles des firmes de design, nous incluons ce dernier dans les firmes de design d'intérieur, Les résultats portent donc sur huit entreprises (sept firmes de design d'intérieur et un organisme gouvernemental).
 24. *Façonner le Canada de demain grâce au design*, p. 73-90.
 25. Ibid., p. 80.
 26. Ibid., p. 85.
 27. Ibid., p. 86.
 28. Ibid., p. 30.
 29. DBSF. FORUM DESIGN MONTRÉAL. *Étude de la valeur socio-économique du design au Québec*, mai 1994, p. 27.
 30. Ibid., p. 27.
 31. Ibid., p. 30.
 32. *Façonner le Canada de demain grâce au design*, p. 88.
 33. *Devis de formation professionnelle en design de présentation visuelle*.
 34. Ibid, p. 5 et 6.
 35. Ibid., p. 5.
 36. SRAM. *Guide pratique des études au collégial au Québec*, 1998, p. 261.
 37. *La révolution du travail, Les Affaires Plus*, novembre 1995, p. 16-25.
 38. MEQ. DGFP. *Le portrait du secteur de formation Bâtiment et travaux publics*, Document de présentation, 1996, p. 77 et 78.
 39. *Façonner le Canada de demain grâce au design*, p. 88.
 40. Ibid. p. 128.
 41. MEQ. Guide des études professionnelles et techniques au secondaire et au collégial, 1995-1996, Québec, 1996, p. 04-13.
 42. Ibid.
 43. Ibid. p. 04-16.
 44. SRAM, *Guide pratique des études au collégial au Québec*, 1998, p. 260-263.
 45. *Le guide CHOISIR 1999*, Les éditions Septembre, Collection Choisir enr., 1998, p. 327, 338 et 339.
 46. *Guide pratique des études au collégial au Québec*, p. 263.
 47. Cégep François-Xavier-Garneau. Perfectionnement en Design d'intérieur, Attestation d'études collégiales, Mai 1996, 7 p.
 48. Ibid.