



Bulletin trimestriel du Programme de la statistique culturelle

N° 87-004-XIB au catalogue

Vol. 13, n° 4

Quels sont les déterminants du succès sur le marché du travail des diplômés récents de la culture?

par *Jacqueline Luffman*

Quelle est la probabilité que les diplômés de la culture trouvent un emploi dans leur domaine d'études? Quels résultats les diplômés des universités obtiennent-ils par rapport à ceux des collèges¹? Le présent article examine ces questions et explore les facteurs qui font en sorte que les diplômés récents de la culture réussissent ou pas à trouver un emploi.

Le succès sur le marché du travail dépend de nombreux facteurs, dont le niveau de scolarité et l'expérience de travail antérieure connexe, la situation économique et la taille du bassin de main-d'œuvre. Le secteur de la culture, comme bien d'autres, a été touché par une période de restructuration et de rationalisation généralisées. Et, comme d'autres, il fera face à un exode massif de la main-d'œuvre au cours des prochaines années lorsque les membres de la génération du baby-boom partiront à la retraite.

La nécessité d'études postsecondaires pour la plupart des nouveaux emplois créés dans les années 90 vaut aussi pour les étudiants canadiens qui souhaitent poursuivre une carrière dans le secteur culturel². L'offre de travailleurs scolarisés dans le secteur culturel a augmenté à un taux comparable à celui d'autres secteurs de l'économie. L'effectif des programmes universitaires de tous les domaines d'études a augmenté de 9 % entre les années scolaires 1990-1991 et 1998-1999. L'effectif global des collèges a connu une hausse de 24 % au cours de la même période. L'effectif des domaines d'études liés à la culture dans les universités a augmenté plus lentement. Cependant, les études collégiales dans le secteur culturel ont connu des augmentations supérieures à la moyenne (28 %).

¹ Le terme « collèges » sera utilisé pour représenter l'ensemble des établissements d'enseignement non universitaires postsecondaires, comme les collèges communautaires, les écoles techniques et les établissements d'enseignement professionnel. Par collèges communautaires, on entend les collèges communautaires, les cégeps, les instituts techniques et les établissements similaires qui fournissent une formation technologique dans des domaines spécialisés.

² Voir aussi Luffman, Jacqueline. 2000. « Croissance des emplois dans le secteur culturel : le point sur la population active dans le secteur culturel, d'après l'Enquête sur la population active ». La culture en perspective, volume 12, n° 2, et Luffman, 2001. « La situation des diplômés des arts et de la culture sur le marché du travail ». La culture en perspective, volume 12, n° 3.

Dans le présent numéro...

Articles :

- Quels sont les déterminants du succès sur le marché du travail des diplômés récents de la culture? 1
- Vue d'ensemble du secteur des services spécialisés de design, 1999 7

Saviez-vous que? :

- Nouvelles données de l'industrie de l'édition du périodique, 1998-1999 15



Statistics
Canada

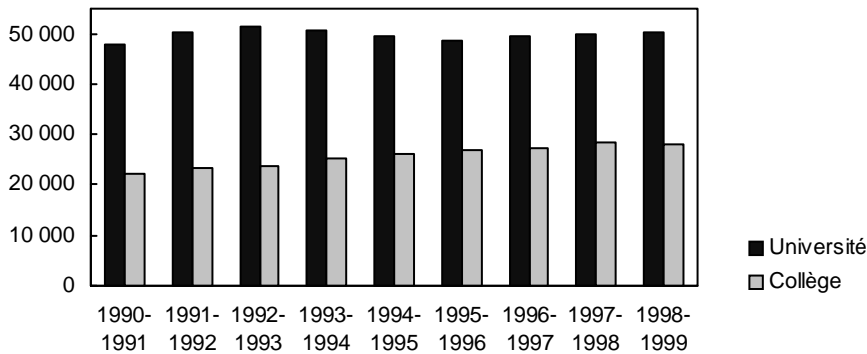
Statistique
Canada

Canada

Figure 1

L'effectif à temps plein des domaines d'études liés à la culture a augmenté lentement tout au long des années 90

Nombre



Quels sont les domaines d'études de la culture?

Les disciplines choisies pour la présente analyse sont les suivantes : beaux-arts, musique, arts d'interprétation, danse, théâtre, design industriel, métiers d'arts, publicité, dessin publicitaire, photographie, production musicale enregistrée, impression et édition, arts du bijou, design de mode, arts graphiques et autres arts audiovisuels, décoration intérieure, communication de masse, cinématographie et animation de films, radio et télévision, littérature anglaise, française et autres langues, journalisme, traduction et interprétation, bibliothéconomie et biblio-informatique, archivistique, conception architecturale et dessin, architecture et aménagement paysager. La sélection repose sur les définitions contenues dans le *Cadre canadien pour les statistiques culturelles* (projet).

Quelles sont les branches de la culture?

Le secteur de la culture comprend 16 catégories tirées de la Classification type des industries de 1980 et du *Cadre canadien pour les statistiques culturelles* :

- services de publicité
- services d'architecture, de génie et autres services scientifiques et techniques
- magasins d'appareils et de fournitures photographiques
- industries d'impression et d'édition combinées
- services de bibliothèque
- présentation de films
- production et distribution de films et de matériel audiovisuel
- musées et archives
- magasins d'instruments de musique et de disques
- instruments et fournitures de musique, commerce de gros
- photographes
- matériel et fournitures photographiques
- industries de l'édition

- industries de la diffusion des télécommunications
- théâtres et autres spectacles
- autres services non classés ailleurs*

Quelles sont les professions de la culture?

Les professions de la culture comprennent les 43 catégories suivantes classées selon la Classification type des professions de 1991 :

1) Profession de la culture

a) « Emplois créatifs » : Production créative et artistique

Acteurs/actrices; architectes; artisans/artisanes; chefs d'orchestre; compositeurs/compositrices et arrangeurs/arrangeuses; danseurs/danseuses; réviseurs/révisseurs; concepteurs/conceptrices graphistes et artistes illustrateurs/artistes illustratrices; designers industriels/designers industrielles; designers d'intérieur; journalistes; architectes paysagistes; musiciens/musiciennes et chanteurs/chanteuses; autres artistes du spectacle; peintres, sculpteurs/sculptrices et autres artistes des arts plastiques; photographes; producteurs/productrices; réalisateurs/réalisatrices, chorégraphes et personnel assimilé; ensembliers/ensemblières de théâtre, modélistes de vêtements, concepteurs/conceptrices d'exposition et autres concepteurs/conceptrices artistiques; auteurs/auteures, rédacteurs/rédactrices et écrivains/écrivaines

b) Patrimoine, collecte et préservation

Archivistes; restaurateurs/restauratrices et conservateurs/conservatrices; bibliothécaires

2. Professions de soutien à la culture

a) Professions de gestion de la culture

Directeurs/directrices de bibliothèque, d'archives, de musées ou de galeries; directeurs/directrices de l'édition, du cinéma, de la radiotélédiffusion et des arts du spectacle; superviseurs/superviseuses

Les diplômés de 1995

En 1995, 11 % de tous les diplômés universitaires ont reçu leur diplôme dans des domaines d'études liés à la culture, alors que 7 % des étudiants des collèges sont diplômés des programmes culturels. Les années 90 ont été témoin d'une expansion des programmes dans les collèges (particulièrement dans les domaines comme les arts graphiques et l'audiovisuel) et d'une augmentation de l'effectif.

des commis de bibliothèque, des correspondanciers/correspondancières et des autres commis aux renseignements

b) Professions techniques et opérationnelles

Annonces/annonceuses et personnel assimilé de la radio et de la télévision; technologues et techniciens/techniciennes en architecture; techniciens/techniciennes en enregistrements audio et vidéo; techniciens/techniciennes en radiotélédiffusion; correspondanciers/correspondancières, commis aux publications et personnel assimilé; technologues et techniciens/techniciennes en dessin; cadres/cadreuses de films et de vidéos; techniciens/techniciennes en graphisme; techniciens/techniciennes et spécialistes de l'aménagement paysager et de l'horticulture; techniciens/techniciennes et assistantes/assistants dans les bibliothèques et les archives; commis de bibliothèque; autre personnel technique du cinéma, de la radiotélédiffusion et des arts de la scène; patroniers/patronières du textile, du cuir et de la fourrure; professionnels/professionnelles des relations publiques et des communications; personnel de soutien et aides dans le cinéma, la radiotélédiffusion et les arts de la scène; personnel technique des musées et des galeries d'art; traducteurs/traductrices, terminologues et interprètes

c) Professions de fabrication

Conducteurs/conductrices de machines à relier et de finition; photographeurs-clicheurs/photographeuses-clicheuses, photographeurs-reporteurs/photographeuses-reporteuses et autre personnel de pré-mise en train; développeurs/développeuses de films et de photographies; conducteurs/conductrices de machines à imprimer; conducteurs/conductrices de presses à imprimer; surveillants/surveillantes de l'imprimerie et du personnel assimilé; compositeurs-typographes/compositrices-typographes et personnel assimilé

En dépit des nouveaux programmes collégiaux, les étudiants du secteur culturel ont continué d'afficher une préférence marquée pour les études universitaires. Parmi les 28 000 diplômés de la culture de la promotion de 1995, 63 % ont obtenu un diplôme universitaire et 37 % un diplôme collégial. Cela fait contraste avec les choix effectués par les 270 000 diplômés de programmes autres que culturels : 52 % d'entre eux ont obtenu un diplôme universitaire et 48 % un diplôme collégial (tableau 1).

Selon l'Enquête nationale auprès des diplômés (END), la probabilité que des diplômés de la culture travaillent dans un domaine culturel n'est pas grande. Deux ans après l'obtention de leur diplôme, plus de 80 % des

diplômés de la culture ne travaillaient pas dans un domaine lié à leurs études, mais les résultats variaient selon le type d'études³. Plus précisément, 13 % des diplômés universitaires dans le secteur de la culture occupaient une profession dans ce domaine, et 15 % travaillaient dans une branche de la culture deux ans après l'obtention de leur diplôme. Les diplômés collégiaux dans le secteur de la culture obtenaient des résultats relativement meilleurs : 27 % d'entre eux travaillaient dans une profession de la culture et 30 % dans une branche culturelle (tableau 1).

Il est intéressant de noter qu'environ 6,2 % des diplômés universitaires dans des secteurs non culturels (soit 7 000 personnes) et environ 4,3 % de

leurs vis-à-vis collégiaux (soit 4 500 personnes) travaillaient dans le secteur de la culture deux ans après l'obtention de leur diplôme (tableau 1). De nombreux emplois dans les branches de la culture font appel aux compétences et aux aptitudes d'autres professions de secteurs non culturels, comme celles d'avocats, de gestionnaires financiers, de comptables, de techniciens en informatique, de gestionnaires des ventes et du marketing, etc. Ces types de diplômés des secteurs non culturels sont donc embauchés dans des postes essentiels du secteur culturel.

³ Luffman, Jacqueline. 2001.

Tableau 1
Caractéristiques de la promotion de 1995, selon le domaine et le niveau d'études

Caractéristiques	Diplômés universitaires	Diplômés de collèges et d'établissements d'enseignements professionnel	Total des diplômés	Diplômés universitaires	Diplômés de collèges et d'établissements d'enseignements professionnel	Total des diplômés
	Domaines liés à la culture			Tous les autres domaines d'études		
Nombre de diplômés en 1995	17 510	10 170	27 680	139 400	130 400	269 800
Hommes	31,1	43,9	36,0	41,8	46,6	46,0
Femmes	68,9	56,0	64,0	58,1	53,3	54,0
Salaire	\$					
Revenu moyen de salaire et traitement	18 994	17 310	18 420	27 736	20 925	24 640\$
Revenu médian de salaire et traitement	16 000	16 000	16 000	26 000	20 000	22 000\$
	Pourcentage (%)					
Expérience antérieure						
% occupant une profession dans le domaine culturel avant l'obtention du diplôme pendant six mois ou plus	2,6	3,3	2,9	n.f.	n.f.	0,9
% travaillant dans une branche de la culture avant l'obtention du diplôme pendant six mois ou plus	3,3	4,3	3,7	1,7	1,8	1,7
Activités sur le marché du travail — Juin 1997						
% occupé	76,2	81,8	78,2	83,4	82,3	82,9
% en chômage	11,7	12,0	11,8	7,6	11,1	9,3
% travailleurs autonomes	9,1	12,2	7,5	5,8	5,1	4,1
% emploi permanent	50,2	61,7	42,1	59,3	69,5	51,5
% emploi temporaire	49,7	38,3	35,2	40,6	30,5	28,7
% occupant une profession dans le domaine culturel, juin 1997	13,3	26,6	18,3	1,2	n.f.	n.f.
% travaillant dans une branche de la culture, juin 1997	14,7	29,7	15,9	6,2	4,3	4,3
% retournés aux études après l'obtention du diplôme	26,5	10,1	20,5	16,6	12,3	14,6
Lien entre l'emploi et les études						
% lien étroit	31,6	40,6	35,0	53,6	55,6	55,0
% lien faible	27,3	23,2	26,0	23,3	20,1	22,0
% aucun lien	41,1	36,2	39,0	23,1	24,1	24,0

n.f. non fiable.

Source: Enquête nationale auprès des diplômés.

Qu'est-ce que l'Enquête nationale auprès des diplômés (END)?

En partenariat avec Développement des ressources humaines Canada, Statistique Canada réalise l'Enquête nationale auprès des diplômés (END) depuis 1982. Cette enquête a pour objet de recueillir des renseignements sur les expériences sur le marché du travail des diplômés, deux et cinq ans après l'obtention de leur diplôme. Jusqu'ici, les renseignements sont disponibles sur les promotions de 1982, 1986, 1990 et 1995. On procède actuellement à la collecte des données sur la promotion de 2000, avec des fonds du Projet de recherche sur les politiques. On a interviewé chaque cohorte deux ans et cinq ans après l'obtention du diplôme afin de recueillir des renseignements sur leurs études et sur leurs premiers résultats sur le marché du travail.

Cet article s'appuie sur les résultats de l'END de 1997, qui révèlent les résultats sur le marché du travail de la promotion de 1995, deux ans après l'obtention du diplôme. (Les résultats de cette cohorte cinq ans après l'obtention du diplôme devant être publiés à l'été 2002, ils n'étaient pas disponibles lorsque cette analyse a été réalisée.) L'enquête donne aux chercheurs la possibilité de suivre les périodes d'emploi, l'évolution des conditions de travail, les résultats d'ensemble au chapitre de l'emploi, de même que l'acquisition, la possession et l'utilisation de compétences particulières.

Il convient de souligner que l'END ne comprend que des données sur la formation postsecondaire, si bien que les étudiants d'écoles de formation spécialisée autres que postsecondaires, comme l'École nationale de ballet et l'École nationale de théâtre, ne sont pas inclus.

Idealement, on s'attendrait que les diplômés souhaitent trouver un emploi dans leur domaine d'études. D'autres travaux de recherche ont démontré que les diplômés dont les études et l'emploi sont étroitement liés ont une plus grande satisfaction au travail⁴. En 1997, seulement le tiers environ des diplômés de la culture ont dit que leur emploi était étroitement lié à leurs études, comparativement à plus de la moitié des autres diplômés. Encore une fois, ces taux diffèrent selon le type de diplôme : 32 % des diplômés universitaires de la culture ont dit occuper un emploi étroitement lié à leur domaine d'études, comparativement à 41 % des diplômés collégiaux (tableau 1).

Le lien apparemment faible entre des études dans le domaine de la culture et un emploi dans ce même domaine appelle donc peut-être un examen dans une autre perspective. Les étudiants du secteur culturel qui choisissent l'université tiennent peut-être davantage à une formation générale, tandis que les étudiants collégiaux dans le même domaine semblent mettre l'accent sur une formation professionnelle spécialisée. Il se pourrait bien que de nombreux étudiants universitaires, même s'ils s'intéressent à la culture comme domaine d'études, ne soient pas tentés par une carrière dans ce secteur.

Diplômés à la recherche d'emplois mieux rémunérés

La récession du début de la décennie a fait la preuve que les diplômés ne sont pas à l'abri du chômage. De plus, dans les années 90, l'accent est passé des subventions à l'éducation aux prêts pour les étudiants postsecondaires. Les transferts gouvernementaux aux universités ont diminué au milieu des années 90, et les frais de scolarité ont généralement augmenté. Cela a eu pour résultat que de plus en plus d'étudiants ont commencé à emprunter pour financer leurs études, et que la dette moyenne par étudiant a augmenté⁵.

Compte tenu des messages contradictoires qui circulent sur le marché du travail, et de l'alourdissement du fardeau de leur dette, les diplômés récents accordent beaucoup d'importance à la rémunération lorsqu'ils cherchent un emploi. Dans le cadre de l'Enquête nationale auprès des diplômés (END), on a demandé à des diplômés récents d'indiquer leur principal critère en matière de recherche d'emploi. Environ 33 % des diplômés universitaires et 29 % des diplômés collégiaux ont indiqué le niveau salarial comme première priorité. Les étudiants qui avaient emprunté beaucoup d'argent (plus de 20 000 \$) étaient plus susceptibles que ceux qui n'avaient pas emprunté du tout d'indiquer le niveau de rémunération comme critère le plus important⁶.

Les diplômés pourraient trouver difficile d'obtenir un emploi payant dans le secteur culturel. La plupart des professions du secteur culturel se situent sous la moyenne canadienne pour la rémunération. Selon les résultats du recensement de la population 1996, la rémunération moyenne de ceux qui travaillent dans le secteur culturel à temps plein toute l'année était inférieure à 30 000 \$ en 1995⁷. Ce niveau de rémunération peut avoir dissuadé certains diplômés récents du secteur culturel, et les avoir poussés à se chercher de l'emploi dans d'autres secteurs.

Dans le même ordre d'idées, les travailleurs autonomes sont très fréquents et de plus en plus nombreux dans le secteur culturel. Plus d'un tiers des travailleurs du secteur culturel sont autonomes, comparativement à environ 17 % de tous les travailleurs. Plus de la moitié des « emplois créatifs » (voir encadré) du secteur de la culture sont autonomes. Cependant, il se peut que les diplômés récents trouvent le travail autonome particulièrement risqué financièrement, surtout s'ils doivent rembourser des prêts pour étudiants.

Accès aux emplois du secteur culturel

Dans le secteur culturel, quels facteurs sont liés à la probabilité qu'un diplômé récent de se trouver un emploi? Certaines études font

⁴ Bowlby, Geoff. 1996. « Lien entre les études des diplômés de l'enseignement postsecondaire et leur emploi ». Revue trimestrielle de l'éducation, juillet 1996, vol. 3, n° 2, Statistique Canada, Cat. No. 81-003.

⁵ Clark, Warren. 1999. « La dette étudiante de 1990-91 à 1995-96 : une analyse des données du Programme canadien de prêts aux étudiants. » Revue trimestrielle de l'éducation, Été 1999 Vol. 5, n° 4.

⁶ Ibid.

⁷ Luffman, Jacqueline. 2000. « Revenu de certains travailleurs de la culture : ce que nous révèle le Recensement de 1996 ». La culture en perspective, vol. 12 n° 1.

supposer que l'entrée est liée en partie à la capacité des étudiants de créer un réseau avec d'autres intervenants du secteur et d'effectuer des stages ou de travailler comme apprentis dans ces branches⁸.

Toutefois, la faiblesse de l'économie a diminué la disponibilité de postes de débutants, ce qui rend ce type d'expérience extrêmement difficile à acquérir. La plupart des diplômés postsecondaires (plus de 80 %) des années 90 travaillaient à temps plein ou à temps partiel, deux ans après l'obtention de leur diplôme. Toutefois, même si la majorité des diplômés étaient employés, il ne leur a pas toujours été facile de trouver un emploi.

Les diplômés de la culture de la promotion de 1995 étaient plus susceptibles d'indiquer avoir eu de la difficulté à trouver un emploi dans leur domaine d'études (42 %) que les autres diplômés (31 %). En outre, les diplômés de la culture étaient plus susceptibles d'indiquer avoir eu de la difficulté à apprendre comment découvrir des possibilités d'emploi (46 %) que les autres diplômés (32 %).

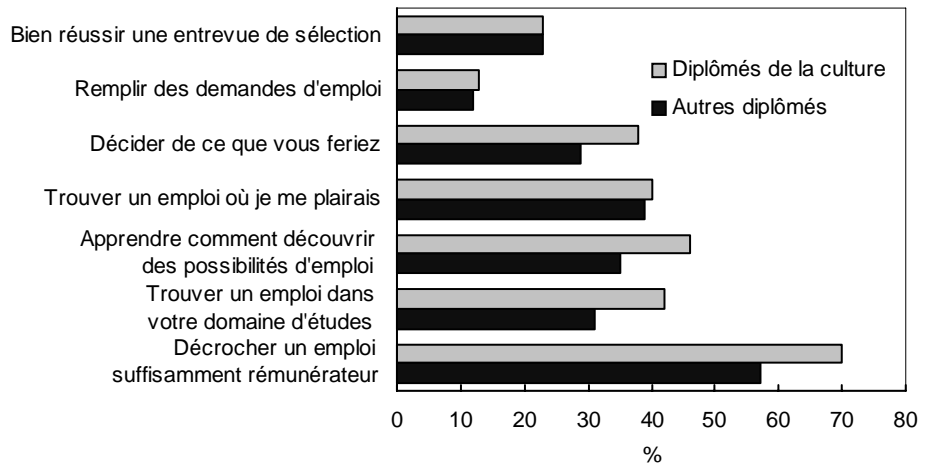
De nombreux facteurs ont une incidence sur les probabilités de trouver un emploi dans le secteur de la culture, y compris le niveau et le type de diplôme, le domaine d'études, l'expérience de travail et les caractéristiques démographiques. Afin de déterminer les rapports qui existent entre ces variables, on a recours à un type d'analyse désigné sous le nom de régression logistique.

Les diplômés universitaires sont moins susceptibles que les diplômés collégiaux de travailler dans le secteur culturel deux ans après l'obtention du diplôme

La majorité des diplômés de la culture en 1995 avaient fréquenté l'université, mais ils étaient moins susceptibles de trouver un emploi dans le secteur culturel que leurs vis-à-vis collégiaux (tableau 2). Et pourtant, 38 % des travailleurs de la

Figure 2

Pourcentage de diplômés qui ont indiqué avoir eu au moins quelques difficultés à trouver un emploi selon la raison, 1997



Qu'est-ce que la régression logistique?

La régression logistique est une technique qui permet d'examiner l'importance relative de divers secteurs pour la détermination de résultats particuliers (ou probabilité d'un résultat), en l'occurrence, les variables explicatives de la propension d'une personne à travailler dans le secteur de la culture. La régression logistique est plus utile que l'examen de chaque variable individuelle, du fait qu'au moment de l'examen de l'importance d'un facteur particulier, les autres variables examinées sont maintenues constantes.

La cote correspond à la probabilité relative de se retrouver dans l'un des trois groupes :

- un rapport de cotes supérieur à 1 indique une augmentation de la probabilité de travail dans le secteur culturel.
- un rapport de cotes inférieur à 1 indique une diminution de la probabilité de travail dans le secteur culturel.
- un rapport de cotes égal à 1 indique l'absence d'effet sur la probabilité de travail dans le secteur culturel.

culture au Canada cette année-là avaient obtenu un diplôme universitaire, soit un taux bien supérieur à la moyenne pour l'ensemble des travailleurs rémunérés⁹.

Le marché du travail semble s'être transformé dans les années 90, en faveur de la formation spécialisée ou des techniques acquises par un diplôme collégial. D'autres recherches ont démontré que les

diplômés d'établissements d'enseignement professionnel réussissaient davantage à trouver un emploi au début de leur carrière. À court terme (de deux à cinq ans après l'obtention du diplôme), il semble que le domaine d'études ait une grande influence sur la transition, du fait qu'il favorise « les étudiants ayant choisi une discipline professionnelle par rapport aux étudiants ayant choisi les arts libéraux, du point de vue de la situation d'activité, de la permanence de l'emploi et de la satisfaction face à l'emploi ¹⁰».

Entre-temps, les diplômés universitaires de la culture, particulièrement les titulaires de

⁸ Développement des ressources humaines Canada « Emploi-Avenir » (aller à <http://jobfutures.ca/jobfutures/>) et « Profils industriels » (aller à <http://www.hrdrhc.gc.ca/hrhb/hrp-prh/ssd-des/francais/profilsindustriels/prsearch.shtml>) (accès juin 2002).

⁹ Statistique Canada, Programme de la statistique culturelle, données non publiées de l'Enquête sur la population active.

¹⁰ Zeng, Lin, et coll. 2000. « Consequences and policy implications for university students who have chosen liberal or vocational education: labour market outcomes and employability skills ». DRHC. Direction de la recherche appliquée, n° R-00-2-3E, p. 3.

diplômes de deuxième ou troisième cycle, pourraient être plus susceptibles de chercher du travail dans les services d'enseignement. En fait, environ 30 % des diplômés universitaires du secteur culturel de la promotion de 1995 travaillaient dans le secteur des services d'enseignement en 1997. Les services d'enseignement comprennent les établissements qui offrent de la formation scolaire ou technique régulière, y compris les établissements d'enseignement primaire, secondaire et postsecondaire, de même que d'autres types d'établissement d'enseignement.

Les diplômés universitaires de la culture étaient aussi plus susceptibles de retourner aux études que les diplômés collégiaux de la culture. Environ un cinquième des diplômés du secteur culturel de la promotion de 1995 sont retournés à une forme ou à une autre d'études postsecondaires deux ans après avoir obtenu leur diplôme. Cependant, les diplômés universitaires de la culture sont retournés aux études dans une plus large proportion (27 %) que les diplômés collégiaux de la culture (10 %).

L'expérience de travail antérieure augmente la probabilité de travail dans le secteur culturel

Moins de 5 % des diplômés avaient au moins six mois d'expérience antérieure dans le secteur culturel, mais cette expérience avait une incidence importante sur leur probabilité de se trouver un emploi dans le secteur de la culture. En fait, les diplômés qui avaient une expérience de travail antérieure dans le domaine étaient plus de sept fois plus susceptibles d'y travailler après l'obtention de leur diplôme que leurs contemporains sans aucune expérience préalable de ce domaine.

Les diplômés qui avaient une expérience de travail antérieure étaient aussi moins susceptibles de retourner à l'école pour poursuivre des études, avaient moins de difficultés à trouver un emploi après

Tableau 2

Probabilité plus faible de travailler dans le secteur culturel pour les diplômés de la culture qui avaient un diplôme universitaire

Variables	Travail dans le secteur culturel en 1997 : rapport de cote 0
Niveau de scolarité	
Diplôme universitaire	0,23
Diplôme collégial ou d'enseignement professionnel	1,00
Âge au moment de l'obtention du diplôme	0,98
Sexe	
Hommes	0,72
Femmes	1,00
Région de travail	
Provinces de l'Atlantique	1,20
Ontario	3,40
Provinces de l'Ouest	2,10
Québec	1,00
Expérience de travail à temps plein dans le secteur de la culture	
oui	7,4
non	1,00
Obtention d'un autre diplôme ou grade après l'obtention du premier diplôme	
oui	0,12
non	1,00
Décider quoi faire	
beaucoup de difficultés ou quelques difficultés	0,41
aucune difficulté ou très peu de difficultés	1,00
Décrocher un emploi suffisamment rémunérateur	
beaucoup de difficultés ou quelques difficultés	1,30
aucune difficulté ou très peu de difficultés	1,00
Trouver un emploi dans votre domaine d'études	
beaucoup de difficultés ou quelques difficultés	1,45
aucune difficulté ou très peu de difficultés	1,00
Critères les plus importants pour le choix d'un emploi	
Rémunération élevée	
oui	0,88
non	1,00
Lieu de travail	
oui	0,96
non	1,00
Aime le genre de travail	
oui	0,4
non	1,00
Montant du prêt	1,57

Nota : Le groupe repère figure en italiques. Un rapport de cotes de près de 1,0 pour le groupe témoin signifie qu'il existe peu de différences ou aucune différence du point de vue du travail dans le secteur culturel entre le groupe témoin et les groupes repères, lorsque les effets des autres facteurs figurant dans le tableau sont contrôlés.

Non significatif statistiquement en-dessous de $p < ,10$.

Source : Enquête nationale auprès des diplômés.

l'obtention de leur diplôme et touchaient une rémunération moyenne plus élevée par rapport à ceux qui n'avaient pas d'expérience de travail dans le secteur culturel.

Utilisation de compétences de lecture et d'écriture et de compétences technologiques liées aux emplois du secteur de la culture

On a demandé aux diplômés d'évaluer leur niveau de compétence en rédaction et l'utilisation qu'ils font de leurs compétences en rédaction.

Les diplômés de la culture qui ont dit utiliser leurs compétences en rédaction étaient trois fois plus susceptibles de travailler dans le secteur culturel que les diplômés qui ont dit peu utiliser leurs compétences en rédaction (tableau 3). Ces compétences les ont peut-être aidés à obtenir un emploi dans le secteur de la culture. Il est aussi possible que les emplois du secteur de la culture en général donnent plus souvent l'occasion d'utiliser ces compétences en rédaction.

Tableau 3

Les diplômés de la culture qui avaient des compétences en lecture, calcul et écriture et en technologie étaient trois fois plus susceptibles de travailler dans le secteur culturel que ceux ayant des compétences limitées

Variables	Travail dans le secteur culturel en 1997		
	Acquisition de compétences	Possession de compétences	Utilisation des compétences dans l'emploi occupé
Analyser ou avoir un esprit critique			
dans une grande ou une certaine mesure peu ou pas du tout	1,4 <i>1,00</i>	3,7 <i>1,00</i>	7,1 <i>1,00</i>
Écrire			
dans une grande ou une certaine mesure peu ou pas du tout	0,4 <i>1,00</i>	0,7 <i>1,00</i>	3,2 <i>1,00</i>
Utiliser de nouvelles technologies			
dans une grande ou une certaine mesure peu ou pas du tout	3,1 <i>1,00</i>	0,5 <i>1,00</i>	1,4 <i>1,00</i>
Résoudre des problèmes			
dans une grande ou une certaine mesure peu ou pas du tout	1,2 <i>1,00</i>	0,8 <i>1,00</i>	1,8 <i>1,00</i>
Bien travailler avec d'autres personnes			
dans une grande ou une certaine mesure peu ou pas du tout	0,6 <i>1,00</i>	1,2 <i>1,00</i>	1,3 <i>1,00</i>
Superviser d'autres personnes			
dans une grande ou une certaine mesure peu ou pas du tout	0,6 <i>1,00</i>	1,2 <i>1,00</i>	0,3 <i>1,00</i>

Nota : Le groupe repère figure en italiques. Un rapport de cotes de près de 1,0 pour le groupe témoin signifie qu'il existe peu de différences ou aucune différence du point de vue du travail dans le secteur culturel entre le groupe témoin et les groupes repères, lorsque les effets des autres facteurs figurant dans le tableau sont contrôlés.

Non significatif statistiquement en-dessous de $p < 10$.

Source : Enquête nationale auprès des diplômés.

Les compétences technologiques acquises dans le cadre des études et de la formation constituaient aussi une variable explicative significative du travail dans le secteur culturel. Les diplômés de la culture qui ont dit avoir acquis des compétences technologiques dans le cadre de leurs études étaient trois fois plus susceptibles de travailler dans le secteur culturel, comparativement à ceux qui ont indiqué une acquisition limitée des mêmes compétences.

Les résultats font ressortir un rapport entre le niveau d'études et l'étendue des compétences technologiques indiquées par le diplômé. Plus précisément, ceux qui ont dit avoir des compétences technologiques étaient plus susceptibles d'être des diplômés collégiaux. Au début et au milieu des années 90, le secteur culturel (tout comme d'autres secteurs) a dû s'adapter rapidement à de nouvelles technologies et à l'évolution des conditions de travail. Les compé-

tences technologiques pourraient avoir avantagé les diplômés collégiaux dans leur recherche d'un emploi du secteur culturel.

Conclusion

Le recrutement de diplômés récents de la culture et leur entrée sur le marché du travail sont une question importante pour la collectivité culturelle. Une étude ontarienne des besoins en ressources humaines du secteur culturel a fait ressortir qu'une combinaison d'apprentissage, de stages et de mentorat constitue la méthode la plus efficace pour aider les nouveaux diplômés de la culture à faire la transition de l'école au travail¹¹. En fait, l'apprentissage, les stages et le mentorat sont directement axés sur l'amélioration de l'employabilité et du potentiel de rémunération¹². Le même message a été repris par le Comité permanent du patrimoine canadien (1999), qui concluait que les personnes qui sont en formation dans des domaines

d'études liés à la culture devraient se voir offrir des stages et des programmes coopératifs semblables à ceux qui sont offerts aux étudiants des autres domaines d'études. Le comité indiquait aussi que le fait de gagner sa vie tout en apprenant constituerait une méthode efficace pour aider les jeunes professionnels qui entrent dans le secteur de la culture¹³. Cette initiative particulière pourrait être conçue en vue de répondre aux besoins en formation technologique de pointe dans le secteur.

De nombreux facteurs déterminent le cheminement professionnel et ils varient selon l'âge et le niveau des diplômés, ainsi qu'en fonction de la quantité d'expérience qu'ils ont acquise après leur arrivée sur le marché du travail. L'analyse à long terme des régimes d'emploi des diplômés de la culture permettrait de dégager les autres facteurs qui pourraient être favorables à l'évolution de leurs carrières.

¹¹ Yi-Leu, Du. May 1998. « Proposal for Effective and Efficient Training for Ontario's Cultural Industry » Préparé pour le Conseil des ressources humaines du secteur culturel de l'Ontario. Genovese Vanderhoof & Associates. p. 6.

¹² Ibid.

¹³ « Appartenance et identité », Neuvième rapport du Comité permanent du patrimoine canadien, Chambre des communes, juin 1999 (Recommandations 8 et 9).

□

La diversité en désign: Vue d'ensemble du secteur des services spécialisés de design

Par Klarka Zeman

Le présent article, qui était à l'origine fondé sur des données de 1998, est repris des **Indicateurs des services** (n° 63-016-XPB au catalogue de Statistique Canada), 1^{er} trimestre de 2001, et a été mis à jour pour inclure les données de 1999.

Introduction

Le présent article porte sur les caractéristiques du secteur canadien des services spécialisés de design. Bien que ce secteur soit d'une taille relativement petite, son importance stratégique est grande car une bonne conception ou un bon design peut accroître la compétitivité d'un produit ou d'un service. À un niveau de détail plus poussé, le présent article donne un aperçu de 1999 des cinq sous-secteurs des services de design, qui sont les suivants : services d'architecture paysagère; services de design d'intérieur; services de design industriel; services de design graphique; « autres » services spécialisés de design (cf. encadré pour la définition détaillée de chaque sous-secteur).

En outre, on analyse la façon dont l'élargissement de la portée des services qu'offrent maintenant les sous-secteurs du design a rendu plus difficile le classement par catégories des diverses entreprises de cette branche d'activité. La taille des entreprises et la relation qui peut exister entre cette taille et les charges d'exploitation, la tendance de l'emploi et les caractéristiques de la main-d'œuvre sont également examinées. L'article aborde aussi la répartition des entreprises de ce secteur entre les régions ainsi que les types de clientèle et les activités de ces entreprises.

Une des principales difficultés que présente l'étude de ce secteur a trait aux définitions. La définition que donnent d'eux-mêmes divers fournisseurs de services de design ne correspond pas nécessairement aux définitions des sous-secteurs (groupes de classes) que l'on trouve dans le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Par exemple, une entreprise qui tire une partie importante de ses revenus de la prestation de services de design graphique peut aussi offrir d'autres services, tels que la conception de pages web, des études de marché et des services de gestion de marque. Dans le SCIAN, les entreprises sont classées dans le secteur dans lequel elles gagnent la

majeure partie de leurs revenus. Par conséquent, même si une entreprise considère qu'elle devrait être classée dans le sous-secteur du design graphique, si elle tire la majeure partie de ses recettes de la conception de pages web, dans le

cadre du SCIAN, elle serait classée dans le sous-secteur « Conception de systèmes informatiques et services connexes », plutôt que dans le sous-secteur des « Services de design graphique ».

Les sous-secteurs des services de design spécialisés

C'est en 1997 que Statistique Canada, pour la première fois, a recueilli explicitement des données sur les catégories de services de design ou de conception qui sont examinés dans le présent article. Dans le cadre de l'ancienne Classification type des industries, ces services étaient classés selon des catégories plus générales. Les services d'architecture paysagère étaient classés sous la catégorie CTI 7759 « Autres services scientifiques et techniques », et les services de conception graphiques faisaient partie des autres services de publicité (CTI 7749). Enfin, les services de design intérieur, les services de design industriel et les autres services de design spécialisés avaient été regroupés dans une catégorie fourre-tout portant le nom d'« Autres services aux entreprises » (CTI 7799). En 1997, Statistique Canada a commencé à recueillir des données sur le secteur de la conception et du design dans le cadre du Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN). Comme dans le cas de nombreux autres secteurs, le SCIAN permet de mieux classer par catégories les divers types de service de conception ou de design.

Voici les cinq sous-secteurs des services de design classés dans le cadre du SCIAN.

541320 Services d'architecture paysagère. Les architectes paysagistes planifient, conçoivent et administrent l'aménagement de terrains en s'appuyant sur une connaissance des caractéristiques des lieux, de l'emplacement des bâtiments et des ouvrages, de l'utilisation des terrains et des plans d'aménagement paysager. Ce sous-secteur comprend les services d'architecture paysagère, les services d'aménagement urbain (sauf les ingénieurs), les services de planification de zones de ski, les services de conception de terrains de golf, les bureaux d'urbanistes et les services d'aménagement urbain. Il ne comprend pas les services d'aménagement paysager, ni les pépinières et centres de jardinage qui fournissent également des services de consultation en aménagement paysager et en paysagisme.

541410 Services de design d'intérieur. Les designers d'intérieur planifient, conçoivent et administrent des projets d'organisation de l'espace intérieur pour répondre aux exigences matérielles et esthétiques des gens, en tenant compte du code du bâtiment, des règlements relatifs à la santé et à la sécurité, de l'achalandage et des plans d'étage, des exigences mécaniques et électriques, du matériel d'agencement et des meubles. Sont exclus de cette catégorie les détaillants qui vendent des meubles et des accessoires d'ameublement et qui offrent aussi des services de design d'intérieur.

541420 Services de design industriel. Les designers industriels créent et élaborent des avant-projets et des spécifications qui optimisent la fonction, la valeur et l'apparence des produits. Ces services peuvent comprendre le choix des matériaux, de la structure, des mécanismes, de la forme, de la couleur et du fini de surface du produit, en tenant compte des facteurs humains, de la sécurité, de l'attrait commercial et de la facilité de production, de distribution, d'utilisation et d'entretien. Les designers industriels travaillent dans les secteurs de la conception d'automobiles, du dessin de meubles et de la conception d'emballages et peuvent également fournir des services de dessin industriel et des services de modèles à l'échelle. Toutefois, les designers qui appliquent les principes du génie ne font pas partie de cette catégorie. Sont également exclus les designers de vêtements, de chaussures et de bijoux.

541430 Services de design graphique. Les designers graphiques planifient, conçoivent et gèrent la production de moyens de communication visuelle afin de véhiculer des messages ou des notions, éclaircir de l'information complexe ou projeter des identités visuelles. Ces services peuvent comprendre la conception de documents imprimés, d'emballages, de pages d'écran, de publicités, de systèmes d'écriteaux et d'images de marque. Font partie de ce sous-secteur les fournisseurs de services d'arts graphiques, de services d'illustration médicale et de services de conception sérigraphique. Ce sous-secteur ne comprend pas les imprimeurs, les dessinateurs de bandes dessinées, les photographes, les éditeurs, les conseillers en stratégies de marketing, les agences d'achat de médias et les entreprises qui créent des campagnes publicitaires et qui les diffusent dans les médias.

541490 Autres services spécialisés de design. Cette catégorie comprend les concepteurs, dessinateurs et designers qui ne sont classés dans aucune des catégories susmentionnées. Il s'agit des designers de vêtements, des dessinateurs de modes, des concepteurs de chars allégoriques, des concepteurs de décorations scéniques et de théâtre, des concepteurs de chaussures et des concepteurs de textiles

Une plus grande concurrence mène à une plus grande diversification

Ce qui complique encore davantage ces difficultés de définition est la tendance à la diversification des services de design, qui a lieu en réponse aux attentes des clients, qui veulent disposer d'un éventail de services plus large¹. Outre les services de design, les clients demandent en effet d'autres services, comme des études de marché et des conseils en matière de gestion de marque, auprès des designers graphiques, et des services de gestion d'installations de la part des designers d'intérieur. Afin d'accroître leur compétitivité, les designers se présentent de plus en plus comme des « points de vente multiservices » offrant toute une gamme de services.

Dans le domaine du design graphique, la tendance à la diversification est due en partie à l'utilisation accrue de logiciels d'édition électronique pour ordinateurs personnels. Ces logiciels permettent à des clients potentiels du secteur de réaliser par eux-mêmes des produits de design graphique². Afin de conserver ces clients, les designers graphiques doivent prouver quelle est la valeur ajoutée qu'ils peuvent apporter et sont donc obligés d'offrir d'autres services, en plus des services de design graphique.

Les designers graphiques gagnent la proportion la plus importante des revenus du secteur du design

En 1999, l'ensemble du secteur des services spécialisés de design a affiché des revenus de 1,76 milliard de dollars (tableau 1). Telles qu'elles sont définies dans le SCIAN, les entreprises de design graphique représentent le sous-secteur le plus important de l'ensemble du secteur des services spécialisés de design, avec 57 % des revenus et 52 % du nombre total d'entreprises. Les designers d'intérieur viennent au deuxième rang, avec 24 % des revenus et 26 % des entreprises. Enfin, les sous-secteurs des services

Tableau 1

Le secteur des services spécialisés de design : taille des sous-secteurs

Sous-secteurs	Revenu total	% des services de design	% d'entreprises de design
	\$	%	%
Architecture paysagère	123 300 000	7	6
Design d'intérieur	416 235 000	24	26
Design industriel	131 192 000	7	8
Design graphique	1 002 412 000	57	52
Autres services de design	84 342 000	5	7
Tous les services de design	1 757 481 000	100	100

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999).

de design industriel, d'architecture paysagère et des autres services spécialisés de design représentent chacun des proportions semblables des revenus et du nombre d'entreprises, qui se situent dans les deux cas entre 5 et 10 %.

La majeure partie des établissements de services spécialisés de design sont de petites entreprises

Dans le secteur canadien du design et de la conception, une entreprise qui compte au moins 20 employés est considérée comme une grande entreprise³. Au Canada, seulement 5 % des entreprises de services spécialisés de design appartiennent à cette catégorie. Aux États-Unis, une entreprise de design qui compte 20 employés est considérée comme une petite entreprise ou une entreprise de taille moyenne⁴. Selon Industrie Canada, la majorité des entreprises de design du Canada comptent moins de 5 employés⁵. C'est pourquoi les entreprises canadiennes de services spécialisés de design sont de taille plutôt petite, surtout par rapport à celles des États-Unis.

Si l'on classe les entreprises de design par catégories d'importance en fonction de leurs revenus de 1999⁶, on constate que 2 % des entreprises les plus grandes gagnent 22 % des revenus de l'ensemble du secteur (tableau 2), tandis que 81 % des établissements qui font partie de la catégorie des petites entreprises gagnent 36 % de ces revenus. Cela laisse penser qu'il existe au moins un certain degré de concentration au

sein du secteur des services spécialisés de design.

Tableau 2

Le secteur des services spécialisés de design par taille d'entreprise*

	% du revenu du secteur	% des entreprises
Grandes	22	2
Moyennes	42	15
Petites	36	81

* Les grandes entreprises sont celles dont le revenu total est supérieur à 2 millions de dollars. Les entreprises de taille moyenne ont un revenu total inférieur à 2 millions de dollars mais supérieur à 500 000 dollars. Les petites entreprises ont un revenu total inférieur à 500 000 dollars.

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999).

¹ Price Waterhouse. 1996. Shaping Canada's Future by Design. Ottawa.

² Société des graphistes du Canada, Secrétariat national. Janvier 2000. (Accédé au site web de GDC en juin 2002). <www.gdc.net>.

³ Price Waterhouse.

⁴ Ibid.

⁵ Industrie Canada. "La conception dans un environnement de réseau haute vitesse". (Accédé au site web de Strategis en juin 2002). <strategis.ic.gc.ca/SSG/ss00028f.html>.

⁶ Aux fins de la présente analyse, les entreprises sont classées dans la catégorie des grandes entreprises, si leur revenu total dépasse 2 millions de dollars. Les entreprises de taille moyenne ont un revenu total inférieur à 2 millions de dollars mais supérieur à 500 000 dollars, tandis que les petites entreprises ont un revenu total inférieur à 500 000 dollars.

Environ la moitié des entreprises du secteur se trouvent en Ontario

Les activités de design et de conception sont fortement concentrées en Ontario et au Québec; ces deux provinces représentent en effet 76 % des recettes du secteur (tableau 3). On retrouve généralement cette tendance dans le cas de chacun des sous-secteurs. Environ la moitié du revenu des sous-secteurs des services d'architecture paysagère, de design d'intérieur, de design graphique et des autres services spécialisés de design sont gagnés en Ontario. Toutefois, les entreprises de design industriel sont moins concentrées dans cette province et réparties plus uniformément entre l'Ontario et le Québec. Étant donné que les entreprises de design industriel ont des fabricants comme clients principaux, elles ont tendance à être situées près des emplacements de l'industrie lourde, en Ontario et au Québec.

Cependant, cette concentration au Québec et en Ontario pourrait diminuer dans le futur, en raison de l'utilisation plus importante d'Internet pour les communications entre les entreprises de design et leurs clients. Par le biais de sites web spécialement aménagés, les designers peuvent partager de la documentation et collaborer en ligne, notamment en ce qui a trait au suivi et au stockage des projets, au transfert de fichiers, à la messagerie, à l'établissement de calendriers, au partage d'applications informatiques, aux vidéoconférences et à l'utilisation

de tableaux blancs par voie électronique. L'Internet permet aussi aux designers de collaborer avec d'autres designers au sein d'équipes de projet virtuelles. Ces développements permettent aux petites entreprises de design de travailler de concert sur des projets d'envergure qui seraient normalement hors de leur portée (pour un projet moyen, un designer fait appel à sept sous-traitants, experts-conseils et fournisseurs de produits et de services)⁷. Les designers peuvent également utiliser Internet pour faire de la publicité et permettre à leurs clients de voir leurs travaux en ligne⁸. Avec l'intensification de l'utilisation d'Internet dans les activités de design, c'est non seulement la taille de l'entreprise qui devient un facteur moins déterminant, mais également la proximité des autres designers et des clients.

Les salaires et les traitements représentent les dépenses les plus importantes

Les dépenses les plus importantes de chacun des sous-secteurs de services spécialisés de design ont trait aux salaires et aux traitements (tableau 4). Ces dépenses représentent au minimum un tiers, environ, du total des revenus, dans le cas du sous-secteur du design graphique, et au maximum, 46 % du total des recettes, dans le cas des entreprises de services d'architecture paysagère.

Dans certains sous-secteurs, comme celui des services de design d'intérieur et des autres services de design, les dépenses relatives aux

matériaux, aux composantes et aux fournitures sont importantes. C'est notamment le cas du sous-secteur du design d'intérieur, étant donné que les services qui y sont offerts peuvent comprendre la livraison aux clients de meubles, de matériaux de construction et de fournitures de décoration.

Les ventilations des dépenses sont semblables pour les grandes, les petites et les moyennes entreprises, à une seule exception près. La proportion du revenu des petites entreprises de design qui est consacrée aux salaires, aux traitements et aux avantages sociaux est relativement faible. Cela pourrait s'expliquer par la façon dont ces entreprises déclarent les montants relatifs aux salaires et aux bénéfices. Les patrons-artisans de petites entreprises non constituées en société incluent souvent leur propre salaire dans les bénéfices de l'entreprise. C'est pourquoi les salaires et les traitements sont plus bas au sein de ces entreprises, et leur marge bénéficiaire est ainsi plus élevée. Toutefois, si l'on fait abstraction de cette anomalie, la ventilation des charges d'exploitation des grandes entreprises ne diffère pas de façon importante de celle des entreprises de plus petite taille.

Il y a peu de différence entre les marges bénéficiaires des divers sous-secteurs. La marge bénéficiaire est légèrement inférieure dans le sous-secteur du design graphique, mais cela pourrait être dû à l'abondance relative de grandes entreprises; celles-ci, contrairement aux entreprises de plus petite taille, n'incluent pas les salaires et les traitements des propriétaires dans les bénéfices.

Une proportion importante de designers sont des travailleurs autonomes

Des preuves empiriques laissent penser que les entreprises de design comptent, en moyenne, peu

⁷ Industrie Canada.

⁸ Price Waterhouse.

Tableau 3
Répartition des revenus par province

	Maritimes	Québec	Ontario	Prairies	Colombie-Britannique	Territoires
	Pourcentage (%)					
Architecture paysagère	3	20	47	15	14	1
Design d'intérieur	1	18	54	14	13	x
Design industriel	2	38	40	10	11	x
Design graphique	2	20	58	8	11	1
Autres services de design	1	36	35	11	17	x
Services de design spécialisés	2	22	54	10	12	x

x Confidentiel en vertu des dispositions de la Loi sur la statistique.

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999).

Tableau 4

Ventilation des dépenses d'exploitation en pourcentage du revenu total

% des revenus du secteur	Salaires, traitements et avantages sociaux	Travaux de design impartis à d'autres fournisseurs	Utilisation de bâtiments et autres fournitures	Matériaux, composants et fournitures	Autres dépenses	Marge bénéficiaire
	Pourcentage (%)					
Taille :						
Grandes	34	6	6	20	19	15
Moyennes	36	9	5	15	19	16
Petites	23	8	7	12	26	24
Sous-secteurs de design						
Architecture paysagère	46	6	6	1	23	18
Design d'intérieur	33	6	7	19	17	18
Design industriel	30	7	7	10	25	21
Design graphique	30	9	5	15	24	17
Autres services de design	33	5	7	17	19	19

Nota : Toutes les données ont trait uniquement aux entreprises sondées. En outre, la catégorie « autres dépenses » comprend également des dépenses hors exploitation.

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999).

d'employés⁹. Ces établissements exercent leurs activités avec un nombre aussi limité que possible d'employés à temps plein permanents, afin de pouvoir réagir rapidement à une baisse de la demande. Lorsque les activités ralentissent, le design compte parmi les premiers éléments qui sont retranchés, étant donné qu'il est considéré comme un luxe plutôt que comme une nécessité. Cette sensibilité aux cycles économiques est visible dans des données provenant de l'Enquête sur la population active (EPA). Au cours de la récession du début des années 90, par exemple, le nombre d'emplois dans le secteur des services de design a diminué de façon marquée. D'autre part, le nombre d'emplois a augmenté durant la plupart des années d'expansion économique. En 2000, le nombre total d'emploi dans le secteur se chiffrait à 45 900.

Les entreprises qui ont recours à l'impartition ont plus de flexibilité pour s'adapter aux variations de la conjoncture économique. Quarante-six pour cent des grandes entreprises font appel à des travailleurs à contrat et sont ainsi beaucoup plus susceptibles de recourir à l'impartition que les petites et moyennes entreprises (tableau 5). Parmi les divers sous-secteurs, on trouve le plus de travailleurs à contrat dans les sous-secteurs des services de design intérieur et des autres services spécialisés de design.

Le travail indépendant est également courant dans le secteur des services spécialisés de design, en partie parce que les possibilités d'avancement professionnel peuvent y être limitées pour certains designers, à moins de lancer sa propre entreprise de design. Étant donné que les appellations d'emploi officielles sont peu courantes dans ce secteur, une fois que les designers ont atteint un certain niveau au sein d'une entreprise, il ne reste plus, normalement, de postes auxquels ils ou elles peuvent avancer. C'est pourquoi de nombreux designers choisissent de créer leur propre entreprise, comme propriétaire ou comme pigiste¹⁰.

L'assertion selon laquelle de nombreux designers créent leur propre entreprise est étayée par des données du Recensement de 1996. La proportion de designers qui sont travailleurs autonomes est nettement supérieure au pourcentage que l'on

Tableau 6

Une proportion importante des designers est composée de travailleurs autonomes

	Employés	Travailleurs autonomes
	Pourcentage (%)	
Toutes les professions	87	12
Architectes, paysagistes	61	39
Urbanistes et planificateurs de l'utilisation des sols	9	1
Designers industriels	79	21
Designers graphiques	66	34
Designers d'intérieur	51	49
Autres designers	69	31

Source : Recensement de 1996, année de référence 1995.

Tableau 5

Les grandes entreprises de services spécialisés de design sont plus susceptibles de recourir à des contractuels

	% d'entreprises ayant recours à des contractuels
Taille :	
Grandes	46
Moyennes	33
Petites	24
Sous-secteur de design	
Architecture paysagère	34
Design d'intérieur	32
Design industriel	17
Design graphique	24
Autres services de design	16

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999).

trouve dans la catégorie « Toutes les professions ». Cela est vrai dans le cas de toutes les catégories de professions du secteur des services de design, sauf celles de l'urbanisme et de l'aménagement du territoire¹¹ (tableau 6).

⁹ Développement des ressources humaines Canada. "Profils industriels: Industrie du design". (Accédé au site web en juin 2002). <www.hrhc-drhc.gc.ca/hrpb/hrp-prh/ssd-des/english/industryprofiles/D06/busenv.shtml>.

¹⁰ Dans d'autres sections du présent article, les urbanistes et les planificateurs de l'utilisation des sols font partie de la classe de l'« architecture paysagère », parce que c'est ainsi qu'ils sont classés dans le cadre du SCIAN (voir encadré). L'Association des architectes paysagistes du Canada. CSLA Bulletin, Octobre 2000, Volume 15, édition 2. (Accédé au site web de l'AAPC en juin 2002). <www.csla.ca>.

¹¹ Statistique Canada, Enquête sur la population active.

La main-d'œuvre de l'ensemble du secteur des services de design a augmenté rapidement, si on considère un laps de temps prolongé. Des données de l'Enquête sur la population active indiquent en effet que de 1987 à 2000, le taux de croissance annuel moyen du nombre d'emplois dans l'économie en général a été de 1,5 %, alors que, durant cette même période, ce taux a été de 5,1 % au sein du secteur des services de design¹².

Les urbanistes et les planificateurs de l'utilisation des sols ont les revenus les plus élevés

Des données tirées du Recensement de 1996 nous permettent d'examiner certaines caractéristiques que présentait la main-d'œuvre du secteur des services de design en 1995. Parmi les employés des sous-secteurs étudiés dans le présent article, les urbanistes et les planificateurs de l'utilisation des sols étaient les mieux rémunérés, en 1995, avec un revenu d'emploi moyen de 52 662 dollars (tableau 7)¹³. Ce revenu est nettement plus élevé que le revenu d'emploi moyen relatif à la catégorie « Toutes les professions », qui couvre l'ensemble de l'économie (37 566 dollars). Il y a des raisons qui expliquent pourquoi les urbanistes et les planificateurs de l'utilisation des

sols sont mieux rémunérés. Tout d'abord, ceux-ci sont quatre fois plus susceptibles de posséder un grade universitaire ou un niveau de scolarité plus élevé que les personnes qui exercent d'autres métiers. En outre, ils travaillent plus de semaines par année (47), en moyenne, que d'autres travailleurs (42).

¹² Par revenu d'emploi moyen, on entend le revenu moyen gagné par des personnes de 15 ans et plus durant l'année civile 1995 sous forme de salaires et de traitements et le revenu net d'entreprises non agricoles non constituées en société ou provenant de l'exercice d'une profession.

¹³ Price Waterhouse.

Tableau 7
Caractéristiques de la main-d'œuvre du secteur du design

	Toutes les professions	Architectes paysagistes	Urbanistes et planificateur de l'utilisation des sols	Designers industriels	Designers graphiques	Designers d'intérieur	Autres designers*
Revenu d'emploi moyen de 1995 (\$)	37 566	40 464	52 662	43 966	31 875	32 885	28 856
Nombre moyen d'heures travaillées par semaine	38	44	39	43	40	37	38
Nombre moyen de semaines travaillé	42	41	47	46	43	42	41
Âge moyen	38	39	40	39	35	39	38
Groupe d'âge	Pourcentage (%)						
15-24	15	2	3	7	12	7	12
25-34	26	36	28	32	40	31	33
35-44	28	37	38	31	29	34	29
45-54	21	18	26	19	13	21	19
55-64	9	5	5	9	4	5	6
65 ans et plus	2	2	1	2	1	2	1
Total	100	100	100	100	100	100	100
Sexe							
Hommes	54	75	68	80	57	29	35
Femmes	46	25	32	20	43	71	65
Total	100	100	100	100	100	100	100
Plus haut niveau de scolarité atteint							
Niveau inférieur à la 9e année	5	3	0	0	1	0	3
9-13e année	33	13	5	11	13	9	21
Certificat ou diplôme d'une école de	4	2	1	2	3	3	3
Autres études non universitaires seul	29	14	13	40	47	40	37
Études universitaires - sans baccala	12	12	9	17	16	18	18
Études universitaires - avec baccala	17	57	73	29	21	29	19
Total	100	100	100	100	100	100	100
Principal domaine d'études							
Aucune qualification post-secondaire	50	22	10	21	26	19	37
Beaux-arts et arts appliqués	3	1	1	11	45	53	34
Sciences sociales et domaines conn	5	4	59	3	3	3	3
Commerce, gestion et administratio	11	2	6	4	5	5	5
Génie et sciences appliquées	2	60	9	22	2	5	2
Techniques et métiers du génie et	11	6	7	32	7	5	5
Autres domaines d'études	18	7	9	7	11	9	14
Total	100	100	100	100	100	100	100

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999)

Nota : Les données peuvent ne pas correspondre aux totaux en raison de l'arrondissement.

Source : Recensement de 1996, année de référence 1995.

Parmi les professions du secteur du design, les designers industriels viennent au deuxième rang en ce qui a trait à la rémunération, avec un revenu d'emploi moyen de 43 966 dollars. Ces designers ont également tendance à avoir un niveau d'instruction élevé. Environ 29 % d'entre eux possèdent un grade universitaire, alors que le taux de détenteurs d'un diplôme universitaire dans les autres professions est de 17 %. Les designers industriels travaillent aussi plus d'heures par semaine (43 en moyenne), comparativement à la moyenne pour toutes les professions, qui est de 38 heures par semaine. Ces designers travaillent également quatre semaines de plus par année que le travailleur canadien moyen.

Les architectes paysagistes suivent au troisième rang au chapitre de la rémunération, avec un revenu d'emploi moyen de 40 464 dollars, soit un montant légèrement supérieur à la moyenne relative à l'ensemble des professions. Les architectes paysagistes sont trois fois plus susceptibles de détenir au moins un baccalauréat que le travailleur moyen. Cette situation s'explique par le fait que les seuls programmes d'enseignement qui sont censés former des architectes paysagistes « professionnels » sont offerts dans des universités¹⁴. Selon l'Association des architectes paysagistes du Canada, l'absence de programme d'enseignement en dehors des universités pourrait faire problème, parce que deux programmes d'architecture paysagère menant à un baccalauréat (offerts par l'Université de Toronto et l'Université de la Colombie-Britannique) ont été transformés en des programmes de maîtrise. Ce qui inquiète est qu'il y aura moins d'architectes paysagistes qui obtiendront un diplôme universitaire, en raison des années d'études et des exigences supplémentaires que comportent les programmes de maîtrise. Si le nombre d'architectes paysagistes issus des universités diminue, les entreprises vont devoir recruter des diplômés provenant d'autres domaines, comme ceux de la planification écologique et de

l'aménagement du cadre de vie, de l'architecture paysagère écologique et de la technologie de l'architecture paysagère. Il existe déjà un nombre croissant d'architecte non paysagistes qui occupent des postes pourvus autrefois par des diplômés en architecture paysagère.

Les designers d'intérieur gagnent un revenu d'emploi moyen de 32 885 dollars, ce qui représente un montant inférieur à la moyenne relative à l'ensemble des professions. Vingt-neuf pour cent des designers d'intérieur détiennent un diplôme universitaire, tandis que 40 % possèdent un certificat non universitaire. Environ 53 % des designers d'intérieur ont reçu une formation portant principalement sur les beaux-arts et les arts appliqués. Malgré cela, il pourrait y avoir un manque de programmes de niveau universitaire en design d'intérieur. D'après des étudiants et du personnel enseignant de programmes de design offerts par des collèges, cette situation fait problème parce que les employeurs préfèrent des finissants de programmes en design de niveau universitaire¹⁵.

Les designers graphiques et les illustrateurs gagnent un revenu d'emploi moyen de 31 875 dollars; ce montant est inférieur d'environ 12 % à la moyenne relative à l'ensemble des professions. La moitié des designers graphiques et des illustrateurs sont âgés de moins de 35 ans, et 45 % d'entre eux ont choisi les beaux-arts et les arts appliqués comme principaux domaines d'études.

Les cinq professions du domaine du design ont des caractéristiques en commun. Comparativement à d'autres professions, le pourcentage de personnes possédant une qualification de niveau post-secondaire est beaucoup plus élevé dans chacun des sous-secteurs, même si les designers présentent des différences en ce qui a trait à leur qualification. Dans le secteur du design, on observe également une tendance générale en faveur de la délivrance de certificats d'agrément

ou d'autorisations d'exercer. Étant donné que pour obtenir un agrément ou une autorisation d'exercer, il faut posséder un diplôme de compétence professionnelle, les entreprises de design pourraient rechercher de plus en plus des candidats possédant une formation qui répond à ces exigences d'agrément ou de délivrance d'une autorisation d'exercer¹⁶.

Les diverses professions du domaine du design présentent des différences entre les hommes et les femmes. Ainsi, les architectes paysagiste, les urbanistes, les planificateurs de l'utilisation des sols et les designers industriels ont tendance à être de sexe masculin. C'est également dans ces professions que l'on trouve des personnes ayant étudié principalement en génie et en sciences appliquées, des domaines d'études qui étaient considérés autrefois comme étant à prédominance masculine. Le tableau 7 indique une répartition plus équilibrée dans le cas des designers graphiques et des illustrateurs : 57 pour cent sont des hommes et 43 pour cent des femmes. Les designers d'intérieur et les autres designers sont plus susceptibles d'être des femmes. En outre la majorité des designers graphiques, des designers d'intérieur et des autres concepteurs/ conceptrices artistiques ont eu comme principal domaine d'études les beaux-arts et les art appliqués.

Les architectes paysagistes travaillent davantage pour le compte du secteur public

La majeure partie des revenus gagnés par les designers industriels, les designers graphiques et les autres designers proviennent d'autres entreprises (tableau 8). Ainsi, parce que les designers industriels conçoivent des procédés et des produits, leurs clients sont généralement des fabricants. Les designers graphiques travaillent souvent pour le compte d'entreprises de publicité; ils peuvent aussi travailler directement pour une

¹⁴ *Ibid.*

¹⁵ *Ibid.*

¹⁶ *Ibid.*

entreprise donnée qui leur demande de créer un « look » ou une identité visuelle.

Par contraste, les architectes paysagistes gagnent les deux cinquièmes de leur revenus en travaillant pour le compte de clients du secteur public, bien qu'une proportion semblable de leurs gains proviennent aussi d'autres entreprises. Parmi tous les sous-secteurs des services de design, celui des designers d'intérieur est le seul qui est fortement tributaire des commandes émanant de ménages et de particuliers.

Aucun des sous-secteurs du design ne tire un pourcentage important de ces revenus de clients étrangers. Dans un rapport sur l'ensemble du secteur des services spécialisés de design, on avance que cela est dû au fait que les entreprises canadiennes manquent d'expertise en matière de marketing et d'exportation¹⁷. Comme le montre le tableau 7, seulement un faible pourcentage des designers ont eu comme principal domaine d'études le commerce, la gestion ou l'administration des affaires. Dans ce secteur, les entreprises appartenant à la classe des services spécialisés de design industriel sont celles qui exportent le plus leurs services; elles gagnent 15 % de leur revenus avec des services fournis à des clients étrangers. La majorité de ces exportations se font à destination des États-Unis.

Les designers tirent leurs revenus de la prestation de divers types de services

L'Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999) est le deuxième fois que les designers ont déclaré les proportions des revenus qu'ils gagnaient par la prestation de divers services de design. Comme on pouvait s'y attendre, chacun des sous-secteurs de services de design tire la majorité de ses revenus de la prestation de services de design (tableau 9). Toutefois, les établissements de ces sous-secteurs gagnent également des revenus provenant de la prestation de services d'expert-conseil, de services de gestion de

Tableau 8

Proportions du revenu d'exploitation provenant de divers types de clientèle*

	Ménages et particuliers	Entreprises	Secteur public	Clients étrangers
	Pourcentage (%)			
Architecture paysagère	16	43	40	2
Design d'intérieur	31	52	10	6
Design industriel	11	70	5	15
Design graphique	3	80	8	9
Autres services de design	24	56	8	11
Ensemble des services spécialisés de	12	71	8	9

* Seulement les entreprises sondées.

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1999).

projet et d'autres services. Les architectes paysagistes et les designers industriels, par exemple, tirent environ 30% de leurs revenus de la gestion de projets, tandis que les designers d'intérieur gagnent un tiers de leurs revenus par la prestation de services d'expert-conseil en matière de design.

Conclusions

Dans le présent article, on indique que les entreprises canadiennes de services de design sont relativement petites et qu'elles sont concentrées en Ontario et au Québec. De nombreux designers sont des travailleurs autonomes, soit comme patron-artisan d'une petite entreprise, soit comme pigiste. En outre, le nombre total d'emplois dans le secteur des services varie selon les fluctuations macro-économiques.

Comme dans la plupart des services, les salaires et les traitements représentent la charge principale pour les entreprises de services de design. Il existe une vive concurrence entre ces petites entreprises, ce qui les incite à diversifier leurs activités dans le but de se démarquer. La majeure partie des recettes que

gagnent les entreprises de services de design proviennent de la prestation de services destinés à des entreprises plutôt qu'à des ménages et au secteur public. Bien que les établissements soient concentrés dans la région centrale du Canada, cette situation pourrait changer à mesure que l'utilisation d'Internet par les entreprises prend de l'ampleur.

Le recours au commerce électronique pourrait aussi favoriser la croissance des exportations de services de design canadiens. Les analystes du secteur indiquent que les entreprises canadiennes présentent aussi un certain nombre d'autres points forts : une main-d'œuvre possédant une bonne formation, la proximité par rapport à des clients importants et une forte probabilité d'être « branchées et possédant une culture informatique ». D'autres avantages comprennent la flexibilité requise pour accroître ou réduire les activités selon les besoins, le multilinguisme et les compétences en matière de design respectueux de l'environnement et de design prévu pour des conditions climatiques extrêmes¹⁸.

¹⁷ *Ibid.*

¹⁸ *Industrie Canada.*

Tableau 9

Pourcentages des revenus tirés de diverses activités

	Prestation de services de design	Service d'expert-conseil en design	Gestion de projets	Autres services
	Pourcentage (%)			
Architecture paysagère	33	25	28	14
Design d'intérieur	43	33	11	13
Design industriel	53	22	14	11
Design graphique	53	16	13	18
Autres services de design	42	19	9	30

Source : Enquête annuelle sur les industries de service : Design spécialisé (1998).

Klarka Zeman était analyste à la Division des industries de service au moment de la rédaction de cet article. Elle travaille maintenant à la Division de la Culture, Tourisme et de la Centre de l'éducation. □

SAVIEZ-VOUS QUE? Nouvelles données de l'industrie de l'édition du périodique, 1998-1999

En 1998-1999, à peu près 500 périodiques ont été ajoutés à la base du sondage et on a également trouvé qu'elles étaient en activité en 1996-1997. Ces périodiques supplémentaires représentent à peu près 12 pour-cent des revenus totaux en 1998-1999. Grâce à ces améliorations, les données rendent mieux compte des activités du secteur.

Tableau 1
Nombre d'éditeurs et de périodiques, 1992-1993 à 1998-1999

	Année				
	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997	1998-1999
Nombre d'éditeurs répondant au Canada	1 266	1 256	1 219	1 137	1 470
Éditeurs d'un seul périodique	1 098	1 088	1 059	964	1 274
Éditeurs de plus d'un périodique	168	168	160	173	196
Nombre de périodique déclarés	1 692	1 678	1 612	1 552	2 027

Tableau 2
Les éditeurs les plus importants profitent d'une part réduite des revenus et du tirage du secteur

	Année				
	1992-1993	1993-1994	1994-1995	1996-1997	1998-1999
Nombre total d'éditeurs	1 266	1 256	1 219	1 137	1 470
Les 4 plus grands éditeurs:					
Part en % des recettes	33,3	32,4	32,5	31,6	29,0
Part en % du tirage	30,9	32,4	32,4	30,1	24,5
Part en % des traitements et salaires	18,6	20,1	18,7	18,0	19,9
Les 8 plus grands éditeurs:					
Part en % des recettes	43,3	42,7	42,1	41,3	38,3
Part en % du tirage	38,9	40,4	38,2	36,1	32,7
Part en % des traitements et salaires	26,3	28,3	26,2	25,4	26,5
Les 12 plus grands éditeurs:					
Part en % des recettes	47,7	46,7	46,7	46,9	43,6
Part en % du tirage	44,3	45,9	43,7	42,3	38,9
Part en % des traitements et salaires	29,6	31,4	29,3	29,2	32,3

Source: Enquête sur l'édition de périodiques.

Sommes-nous à la hauteur ...

Nous espérons que *La culture en perspective* est instructive et utile pour vous. Votre point de vue à l'égard des données et des analyses comprises dans le présent numéro ou les numéros précédents nous importe beaucoup. Nous souhaitons répondre à vos besoins en données statistiques et nous nous fions à vos commentaires pour planifier de nouvelles analyses en vue des numéros à venir. Par conséquent, nous vous saurions gré de nous faire savoir si nous sommes à la hauteur.

Prière d'envoyer vos commentaires à l'adresse suivante:

Marla Waltman Daschko, rédactrice en chef
La culture en perspective
Programme de la statistique culturelle
Statistique Canada
Ottawa, ON
K1A 0T6

Téléphone : (613) 951-3028
Télécopieur : (613) 951-1333
Courrier électronique : marla.waltman-daschko@statcan.ca

Renseignez-vous.....

Pour plus de renseignements sur les totalisations spéciales ou le contenu de certaines enquêtes, ou pour en savoir davantage sur les concepts, les méthodes et la qualité des données, veuillez communiquer avec le Service à la clientèle :

- Téléphone sans frais : 1-800-307-3382 (ou 613-951-7608)
- Télécopieur : 613-951-9040
- Courriel : cult.tourstats@statcan.ca



Vous déménagez?

N'oubliez pas de nous le faire savoir. Veuillez faire parvenir les renseignements nécessaires (nom de l'abonné, ancienne adresse, nouvelle adresse, numéro de téléphone et numéro de référence du client) à :

Division des opérations et de l'intégration
Gestion de la circulation
Statistique Canada
120, avenue Parkdale
Ottawa (Ontario)
K1A 0T6

D'autres publications du programme de la statistique culturelle ...

87-211-XPB "La culture canadienne en perspective: aperçu statistique", Édition 2000 (en papier)	\$31.00
87-211-XPB "La culture canadienne en perspective: aperçu statistique", Édition 2000 (version électronique)	\$23.00

Pour commander des publications:

- Téléphone (Canada et États-Unis) : sans frais, composez le 1-800-267-6677
- Télécopieur (Canada et États-Unis); 1-877-287-4369
- Courriel : order@statcan.ca
- TDD : 1-800-363-7629

Note de reconnaissance

Le succès du système statistique du Canada repose sur un partenariat bien établi entre Statistique Canada et la population, les entreprises, les administrations canadiennes et les autres organismes. Sans cette collaboration et cette bonne volonté, il serait impossible de produire des statistiques précises et actuelles.

Le papier utilisé dans la présente publication répond aux exigences minimales de l'"American National Standard for Information Sciences" — "Permanence of Paper for Printed Library Materials", ANSI Z39.48 1984.



La culture en perspective

Rédactrice en chef :

Marla Waltman Daschko,

Téléphone : 613-951-3028

Courriel :

marla.waltman-daschko@statcan.ca

Composition et production :

Division de la diffusion, Statistique Canada

Imprimerie : Centre d'impression, Statistique Canada

Renseignements sur les abonnements

Les prix ne comprennent pas les taxes de vente

Le produit n° 87-004-XPB au catalogue est publié trimestriellement en version imprimée standard et est offert au prix de 9 \$ CA l'exemplaire et de 27 \$ CA pour un abonnement annuel. ISSN 0843-7548

Les frais de livraison supplémentaires suivants s'appliquent aux envois à l'extérieur du Canada :

	Exemplaire	Abonnement annuel
États-Unis	6 \$ CA	24 \$ CA
Autres pays	10 \$ CA	40 \$ CA

Ce produit est aussi disponible sous forme électronique dans le site Internet de Statistique Canada, sous le n° 87-004-XIF au catalogue, et est offert au prix de 7 \$ CA l'exemplaire et de 20 \$ CA pour un abonnement annuel.

Les utilisateurs peuvent obtenir des exemplaires ou s'abonner en visitant notre site Web à www.statcan.ca et en choisissant la rubrique Produits et services. ISSN 1492-7632

June 2002

Droit d'auteur

Publication autorisée par le ministre responsable de Statistique Canada. Reproduction ou citation autorisée sous réserve d'indication de la source: Statistique Canada © Ministre de l'Industrie, 2002. Tous droits réservés. Il est interdit de reproduire ou de transmettre le contenu de la présente publication, sous quelque forme ou par quelque moyen que ce soit, enregistrement sur support magnétique, reproduction électronique, mécanique, photographique, ou autre, ou de l'emmagasiner dans un système de recouvrement, sans l'autorisation écrite préalable des Services de concession des droits de licence, Division du marketing, Statistique Canada, Ottawa, Ontario, Canada K1A 0T6.

Normes de service à la clientèle

Statistique Canada s'engage à fournir à ses clients des services rapides, fiables et courtois et dans la langue officielle de leur choix. À cet égard, notre organisme s'est doté de normes de service à la clientèle qui doivent être observées par les employés lorsqu'ils offrent des services à la clientèle. Pour obtenir une copie de ces normes de service, veuillez communiquer avec le centre de consultation régional de Statistique Canada le plus près de chez vous.