

AVANT-PROPOS.....	III
-------------------	-----

CHAPITRE ■ ■ ■ ■ ■

# 1 DEVENIR DESIGNER D'INTÉRIEUR

<b>1.1 LA NAISSANCE DE LA PROFESSION.....</b>	<b>15</b>
1.1.1. Un survol historique .....	15
1.1.2. Les caractéristiques de la profession .....	16
1.1.3. Un métier d'art ou une profession?.....	19
<b>1.2 LES PORTES D'ENTRÉE DANS LA PROFESSION .....</b>	<b>20</b>
1.2.1. Les programmes techniques au collégial.....	21
1.2.2. Les programmes de l'Université de Montréal .....	22
1.2.3. Le programme en design de l'environnement de l'UQAM.....	25
1.2.4. Les autres cheminements possibles .....	26
1.2.5. Les standards du Council for Interior Design Accreditation (CIDA) .....	27
1.2.6. La reconnaissance professionnelle.....	29
<b>1.3 LA CERTIFICATION NCIDQ.....</b>	<b>30</b>
1.3.1. Un jalon essentiel dans l'évolution d'une profession .....	30
1.3.2. Un examen conçu selon un processus rigoureux .....	31
1.3.3. Les critères d'accès à la certification .....	34
<b>1.4 L'ORGANISATION DE LA PROFESSION AU QUÉBEC ET AU CANADA.....</b>	<b>35</b>
1.4.1. L'évolution de la profession jusqu'en 2002 .....	35
1.4.2. La création de l'APDIQ en 2003 .....	38
1.4.3. Le fonctionnement de l'association professionnelle.....	38
1.4.4. La création de la marque de certification APDIQ en 2011.....	39
1.4.5. Le regroupement des DIC jusqu'en 2008 .....	41
1.4.6. La réorganisation des DIC en 2009 .....	42
1.4.7. Le rôle des DIC depuis 2009 .....	43
1.4.8. Les regroupements internationaux.....	44
<b>1.5 LES LOIS ET RÈGLEMENTS .....</b>	<b>45</b>
1.5.1. Le système professionnel au Québec.....	45
1.5.2. La <i>Loi sur les architectes</i> .....	47
1.5.3. Les exigences municipales .....	51
1.5.4. Les usages selon le Code national du bâtiment (CNB) .....	52

<b>1.6 L'ACTUALISATION DES CONNAISSANCES</b> .....	55
1.6.1. La formation continue .....	55
1.6.2 Les certifications spécialisées .....	56
<b>1.7 LES PROTECTIONS REQUISES</b> .....	59
1.7.1. La propriété intellectuelle .....	59
1.7.2. Le secret professionnel .....	61
1.7.3. Les assurances responsabilité civile et professionnelle .....	62
<b>1.8 L'ÉTHIQUE ET LA DÉONTOLOGIE</b> .....	65
1.8.1. La perception du public .....	66
1.8.2. Les bases théoriques de l'éthique .....	66
1.8.3. De la théorie à l'application dans le code de déontologie .....	69
1.8.4. La première décision éthique du professionnel .....	70
<b>EN RÉSUMÉ</b> .....	71
<b>DÉFIS PROFESSIONNELS</b> .....	72
<b>QUESTIONS À DÉBATTRE</b> .....	72

CHAPITRE ■ ■ ■ ■ ■

## 2 LE MARCHÉ DE L'EMPLOI

<b>2.1 L'ÉPINEUSE TRANSITION ENTRE LA THÉORIE ET LA PRATIQUE</b> .....	75
2.1.1. Acquérir de l'expérience : comment? .....	76
<b>2.2 LES FIRMES DE DESIGN D'INTÉRIEUR ET D'ARCHITECTURE</b> .....	77
2.2.1. Des modes diversifiés de fonctionnement .....	77
2.2.2. Les types de postes .....	81
2.2.3. Les salaires .....	82
<b>2.3 LES FOURNISSEURS DE PRODUITS</b> .....	86
2.3.1. Les salles d'exposition et les distributeurs .....	87
2.3.2. Les détaillants .....	88
<b>2.4 LES ENTREPRENEURS ET FABRICANTS DE PRODUITS</b> .....	89
2.4.1. Les entrepreneurs .....	89
2.4.2. Les fabricants d'armoires de cuisine et de salle de bain .....	89
2.4.3. Les ébénistes .....	90
<b>2.5 LES GRANDES SOCIÉTÉS ET LES AGENCES GOUVERNEMENTALES</b> .....	90
<b>2.6 LES AUTRES ORIENTATIONS DE CARRIÈRE</b> .....	91

<b>2.7 LE TRAVAIL AUTONOME</b> .....	<b>92</b>
2.7.1. Se lancer en affaires. ....	<b>93</b>
2.7.2. Le plan d'affaires .....	<b>95</b>
2.7.3. La tenue de livres et autres tâches administratives.....	<b>98</b>
2.7.4. Le travail à la pige pour d'autres professionnels .....	<b>104</b>
<b>EN RÉSUMÉ</b> .....	<b>106</b>
<b>DÉFIS PROFESSIONNELS</b> .....	<b>107</b>
<b>QUESTIONS À DÉBATTRE</b> .....	<b>107</b>

## CHAPITRE ■ ■ ■ ■ ■

# 3 LE MARCHÉ DES PROJETS

<b>3.1 LES DIFFÉRENTS SECTEURS D'ACTIVITÉ</b> .....	<b>111</b>
3.1.1. Le design résidentiel .....	<b>111</b>
3.1.2. Le design corporatif.....	<b>116</b>
3.1.3. Le design commercial .....	<b>124</b>
3.1.4. Le design institutionnel .....	<b>126</b>
3.1.4.1. Le secteur de la santé .....	<b>127</b>
3.1.4.2. Le secteur de l'éducation et les autres secteurs.....	<b>129</b>
3.1.5. Le design de produits .....	<b>130</b>
3.1.6. Les autres spécialisations possibles.....	<b>130</b>
<b>3.2 LE RÔLE DU DESIGNER D'INTÉRIEUR</b> .....	<b>132</b>
3.2.1. La programmation et les plans préliminaires.....	<b>132</b>
3.2.2. Le développement du design.....	<b>136</b>
3.2.3. La documentation technique : les plans et devis .....	<b>137</b>
3.2.4. La coordination du projet.....	<b>138</b>
3.2.5. L'estimation des coûts.....	<b>139</b>
3.2.6. Les services spéciaux.....	<b>147</b>
<b>3.3 LES PARTENAIRES DE LA PROFESSION</b> .....	<b>148</b>
3.3.1. Les architectes .....	<b>148</b>
3.3.2. Les bacheliers en architecture.....	<b>150</b>
3.3.3. Les techniciens en architecture.....	<b>150</b>
3.3.4. Les architectes de paysage.....	<b>150</b>
3.3.5. Les ingénieurs.....	<b>151</b>
3.3.6. Les designers graphiques.....	<b>152</b>

3.3.7. Les designers industriels .....	153
3.3.8. Les autres experts-conseils .....	153
<b>EN RÉSUMÉ</b> .....	<b>154</b>
<b>DÉFIS PROFESSIONNELS</b> .....	<b>154</b>
<b>QUESTIONS À DÉBATTRE</b> .....	<b>155</b>

CHAPITRE ■ ■ ■ ■ ■

# 4 LA GESTION DE PROJETS

<b>4.1 LES ÉCHÉANCIERS</b> .....	<b>159</b>
4.1.1. Le diagramme de Gantt .....	162
4.1.2. Le diagramme PERT et la méthode du chemin critique (Critical Path Method – CPM) .....	163
<b>4.2 LA RÉALISATION DES PROJETS</b> .....	<b>166</b>
4.2.1. Les premiers pas dans le milieu de la construction .....	166
4.2.2. La perception des designers par les gens de métier .....	167
4.2.3. La profusion des corps de métiers .....	168
4.2.4. Le rôle de l'entrepreneur .....	169
4.2.5. Les lois et règlements de l'industrie de la construction au Québec ...	170
4.2.6. Les modes de réalisation des projets .....	173
4.2.7. Le Comité canadien des documents de construction (CCDC) .....	177
4.2.8. Les contrats normalisés du CCDC .....	178
4.2.9. La structure des documents de construction .....	180
4.2.10. Le formulaire de ventilation des coûts .....	182
4.2.11. Le comparatif des soumissions .....	184
4.2.12. L'autorité et le rôle du professionnel .....	185
4.2.13. La coordination avec les autres professionnels .....	187
4.2.14. La chaîne décisionnelle sur un chantier .....	187
4.2.15. La modification des documents contractuels .....	190
4.2.15.1. L'addenda .....	191
4.2.15.2. La directive de modification .....	192
4.2.15.3. L'avenant au marché .....	193
4.2.16. Le déroulement d'un chantier .....	194
4.2.17. Le suivi de chantier .....	196
4.2.18. Le suivi des coûts .....	198

<b>4.3 LES AUTRES COMPOSANTES DES PROJETS</b> .....	<b>200</b>
4.3.1. Les systèmes de télécommunication .....	<b>201</b>
4.3.2. Les systèmes de mobilier pour les aires ouvertes .....	<b>201</b>
4.3.3. Le mobilier autoportant, les accessoires et les équipements .....	<b>202</b>
4.3.4. Le rôle du spécificateur de produits .....	<b>202</b>
<b>4.4 LES TÂCHES DE FIN DE PROJET</b> .....	<b>204</b>
4.4.1. La correction des défauts .....	<b>204</b>
4.4.2. L'évaluation post-emménagement .....	<b>207</b>
<b>EN RÉSUMÉ</b> .....	<b>208</b>
<b>DÉFIS PROFESSIONNELS</b> .....	<b>209</b>
<b>QUESTIONS À DÉBATTRE</b> .....	<b>209</b>

## CHAPITRE ■ ■ ■ ■ ■

# 5 L'ADMINISTRATION DES PROJETS

<b>5.1 LES CONTRATS ENTRE LE DESIGNER D'INTÉRIEUR ET SON CLIENT</b> .....	<b>213</b>
5.1.1. L'offre de services et la lettre d'entente .....	<b>214</b>
5.1.2. Les contrats types de l'APDIQ .....	<b>219</b>
<b>5.2 LE CONTENU DU DOSSIER CLIENT</b> .....	<b>220</b>
5.2.1. La feuille de temps .....	<b>220</b>
5.2.2. Le répertoire de l'équipe de projet .....	<b>221</b>
5.2.3. La tenue des dossiers .....	<b>223</b>
<b>5.3 LES HONORAIRES</b> .....	<b>224</b>
5.3.1. À forfait .....	<b>225</b>
5.3.2. À taux horaire .....	<b>225</b>
5.3.3. Au pied carré .....	<b>229</b>
5.3.4. À pourcentage .....	<b>230</b>
<b>5.4 LES MODES DE PAIEMENT</b> .....	<b>231</b>
5.4.1. D'un total connu d'avance .....	<b>231</b>
5.4.2. D'un total d'heures facturables .....	<b>232</b>
<b>5.5 LA FACTURATION</b> .....	<b>233</b>
5.5.1. À chaque phase du projet .....	<b>233</b>
5.5.2. La facturation mensuelle ou bimensuelle .....	<b>236</b>

<b>5.6 LA GESTION DES ACHATS</b> .....	239
5.6.1. Le bon de commande .....	242
5.6.2. La facturation de marchandise .....	244
<b>EN RÉSUMÉ</b> .....	245
<b>DÉFIS PROFESSIONNELS</b> .....	245
<b>QUESTIONS À DÉBATTRE</b> .....	246

CHAPITRE ■ ■ ■ ■ ■

# 6

## LA RECHERCHE D'EMPLOI OU DE CONTRATS

<b>6.1 LES OUTILS DE BASE DE LA RECHERCHE D'EMPLOI</b> .....	249
6.1.1. Le curriculum vitæ .....	249
6.1.2. Les lettres de présentation et de remerciement .....	256
6.1.3. Le portfolio – le contenu .....	260
6.1.4. Le portfolio – le contenant .....	264
6.1.5. L'entrevue d'embauche .....	267
<b>6.2 PUBLICISER L'OFFRE DE SERVICES EN DESIGN D'INTÉRIEUR</b> .....	274
6.2.1. Les outils numériques .....	275
6.2.2. Les imprimés .....	276
<b>6.3 LES TECHNIQUES DE MISE EN MARCHÉ EFFICACES</b> .....	279
6.3.1. Le réseautage .....	279
6.3.2. La participation à des concours .....	287
6.3.3. Le bénévolat comme outil de réseautage .....	289
<b>EN RÉSUMÉ</b> .....	290
<b>DÉFIS PROFESSIONNELS</b> .....	291
<b>QUESTIONS À DÉBATTRE</b> .....	291
<b>EN GUISE DE CONCLUSION</b> .....	293
<b>REMERCIEMENTS</b> .....	295
<b>BIBLIOGRAPHIE</b> .....	297
<b>LISTE DES SIGLES</b> .....	299
<b>INDEX</b> .....	303