SAGEN[MC]

Tendances chez les acheteurs d'une première maison et leur santé financière en 2022

© 2022, Sagen[MC].
Sagen[MC] est une marque de commerce de Sagen MI Canada Inc.

Étude sur la santé financière de 2022

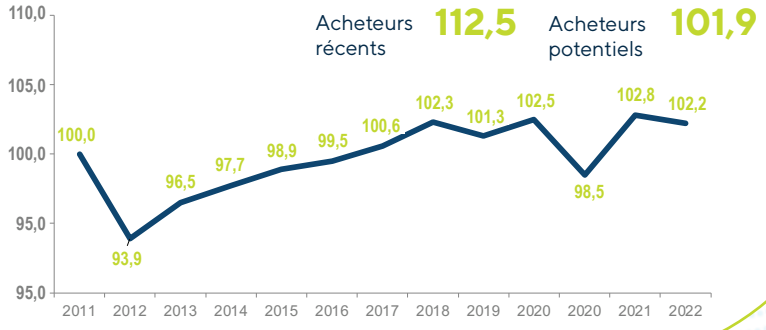
La santé financière des Canadiens est en baisse par rapport à 2018, mais les acheteurs récents affichent des scores beaucoup plus élevés. De plus en plus de Canadiens craignent que leur situation financière se détériore au cours de la prochaine année. Malgré ces tendances, les Canadiens demeurent confiants à long terme.

Méthodologie : Au total, 2 005 entrevues ont été menées auprès de Canadiens âgés de 18 ans et plus. Les entrevues en ligne ont été réalisées entre les 7 et 21 mars 2022. Les quotas ont été établis de façon à suréchantillonner les répondants des régions urbaines avec pondération pour les amener dans des proportions nationales générales représentatives.

Étude réalisée par Environics Research pour le compte de Sagen et effectuée en collaboration avec la Canadian Association of Credit Counselling Services.

Santé financière

Établi à 100 en 2011, l'indice de santé financière a d'abord diminué, puis s'est rétabli jusqu'en 2020. La pandémie a entraîné une forte baisse, mais la situation aurait été pire sans l'aide du gouvernement. L'année 2021 affiche la meilleure santé financière jamais enregistrée, suivie d'une baisse en 2022 à un niveau semblable à 2018.



Les acheteurs potentiels sont légèrement plus confiants que les acheteurs récents, mais ils craignent ne pas pouvoir joindre les deux bouts d'un mois à l'autre.

- Acheteurs récents
- Acheteurs potentiels

Sont confiants à long terme
66 % 70 %

Ont un plan financier
77 % 67 %

Sont préoccupés de leur capacité à joindre les deux bouts
29 % 47 %

70 % des acheteurs d'une première maison estiment que leur situation financière est bonne ou excellente.

66 % des propriétaires disent que leur situation financière est bonne ou excellente

Incidence de la COVID-19

Des **4 personnes sur 10** qui sont passées au travail à distance pendant la pandémie de COVID-19, la plupart prévoient poursuivre le télé-travail

66 % des néo-Canadiens affirment que leur épargne n'a pas augmenté pendant la pandémie

46 % des acheteurs potentiels affirment que leur épargne a augmenté pendant la pandémie.

Les personnes qui travaillent à temps plein sont plus susceptibles de prévoir un modèle de travail hybride **(22 %)**, tandis que les personnes qui travaillent à temps partiel sont plus susceptibles de dire que les modalités de travail n'ont pas changé et qu'elles continueront de travailler en personne **(65 %)**.

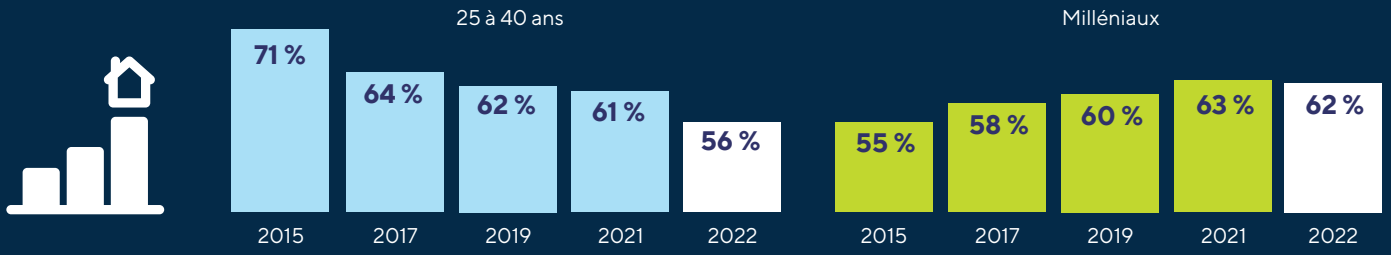
Un tiers des Canadiens continuent de voir leur épargne croître pendant la pandémie, surtout chez les acheteurs récents et potentiels.

38 % des milléniaux sont plus susceptibles que les baby-boomers (29 %) de dire que leur épargne a augmenté pendant la pandémie.

La vue d'ensemble

APM : Acheteurs d'une première maison
APPM : Acheteurs potentiels d'une première maison

Le taux d'accession à la propriété chez les **25 à 40 ans** continue de diminuer; le taux d'accession à la propriété chez les **milléniaux** est stable



Tendances de l'accession à la propriété chez les Canadiens

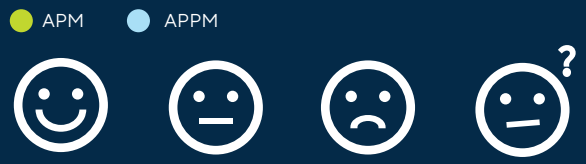
30 % sont propriétaires sans prêt hypothécaire

38 % sont propriétaires avec un prêt hypothécaire

25 % sont plus susceptibles de louer

7 % n'ont pas de loyer

L'achat d'une maison atteint un nouveau creux; les **APM** et les **APPM** font preuve de pessimisme.



	APM	APPM
Bon moment	17 %	25 %
Ni bon ni mauvais moment	26 %	21 %
Mauvais moment	53 %	51 %
Je ne sais pas	3 %	3 %

Types de propriétés privilégiés

	APM	APPM	
Maison individuelle	55 %	45 %	2022
	57 %	53 %	2021
Immeuble en copropriété	21 %	15 %	2022
	18 %	17 %	2021
Maison en rangée	10 %	23 %	2022
	13 %	17 %	2021
Duplex/maison jumelée	13 %	7 %	2022
	10 %	10 %	2021

APM APPM

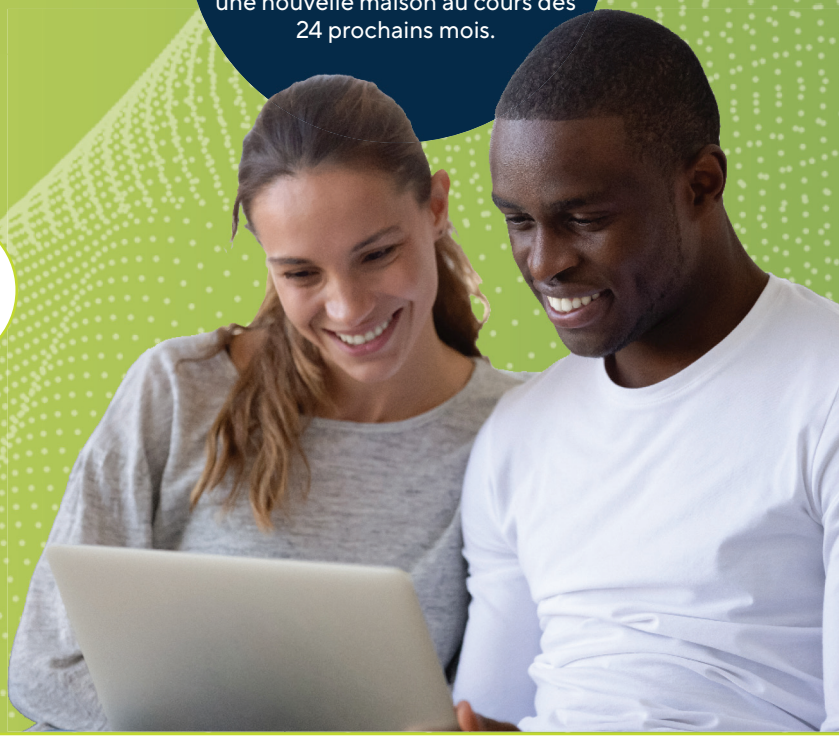
2022 **8 %** **des APP** ont acheté leur première maison au cours des 24 derniers mois 2021 **6 %**

55 % des Canadiens estiment que l'offre de maisons disponibles est insuffisante dans leur région

19 % des non-propriétaires prévoient d'acheter une maison au cours des 24 prochains mois

Milléniaux

34 % des milléniaux qui ne sont pas propriétaires prévoient d'acheter une nouvelle maison au cours des 24 prochains mois.



15 % plus susceptibles d'avoir acheté ou d'avoir l'intention d'acheter une maison jumelée

plus susceptibles que les baby-boomers de dire que leur épargne a augmenté **(38 % c. 29 %)**

91 % prévoient d'avoir besoin d'un prêt hypothécaire

43 % sont plus susceptibles d'avoir besoin de prêts hypothécaires à ratio élevé

18 % des milléniaux sont plus susceptibles d'avoir acheté leur première maison au cours des 24 derniers mois

Néo-Canadiens

66 % : Les néo-Canadiens sont plus susceptibles de dire que leur épargne n'a pas augmenté pendant la pandémie

51 % sont plus susceptibles d'avoir besoin de **prêts hypothécaires à ratio élevé**

49 % sont plus susceptibles de passer **de 6 à 12 mois** à magasiner

Les néo-Canadiens sont plus susceptibles d'être locataires d'une maison **(41 %)** et moins susceptibles d'être propriétaires **(55 %)**

64 % sont plus susceptibles de travailler à temps plein

Profil des répondants

Sexe

51 % 49 %

État matrimonial

29 % Célibataires

58 % Mariés ou conjoints de fait

9 % Séparés ou divorcés

4 % Veufs ou veuves

Études

9 % Études supérieures

23 % Université

44 % Formation collégiale ou professionnelle

24 % Études secondaires ou moins

Emploi

48 % Temps plein

11 % Temps partiel

5 % Sans emploi

5 % À domicile

4 % Étudiants

26 % Retraités

Revenu du ménage

Plus de 100 000 $ 30 %

50 000 $ à 99 000 $ 33 %

Moins de 50 000 $ 26 %

Taille du ménage

Une personne 22 %

Deux personnes 41 %

Trois personnes 16 %

Quatre personnes 14 %

Cinq personnes et plus 4 %

Lieu de naissance

Canada 78 %

Autre pays 22 %

Générations

Aînés	Baby-boomers	Gén. X	Milléniaux	Gén. Z
1945 et avant	1946-1965	1966-1979	1980-1995	1996 et après
4 %	33 %	25 %	29 %	9 %

SAGEN[MC]

Pour en savoir plus, consultez :

ENVIRONICS RESEARCH

CANADIAN ASSOCIATION OF CREDIT COUNSELLING SERVICES
CACCS

© 2022, Sagen[MC]
Sagen[MC] est une marque de commerce de Sagen MI Canada inc.