



PROFESSIONNELS
HYPOTHÉCAIRES
DU CANADA

LA FORCE DU CHOIX



La prochaine génération d'acheteurs

Juin 2016

Faits saillants du sondage du printemps 2016
de Professionnels hypothécaires du Canada

La prochaine génération d'acheteurs donne
son point de vue sur le marché du logement et
ses plans d'accession à la propriété.

INTRODUCTION

L'étude La prochaine génération d'acheteurs est basée sur les résultats de l'enquête menée par Bond Brand Loyalty pour le compte de Professionnels hypothécaires du Canada.

Les résultats sont issus du sondage mené au printemps 2016 par Professionnels hypothécaires du Canada. La recherche a été menée en ligne auprès d'une population de 1009 non-proprétaires âgés de 18 à 39 ans, et de 101 acheteurs récents âgés de 21 ans et plus. Le sondage a été mené en avril 2016.

Professionnels hypothécaires du Canada

2005, avenue Sheppard Est, bureau 401
Toronto, ON M2J 5B4

Contact

Paul Taylor

Président-directeur général
Professionnels hypothécaires du Canada
416-644-5465
ptaylor@MortgageProsCan.ca

Professionnels hypothécaires du Canada est l'association nationale représentant les courtiers en hypothèques, les prêteurs, les assureurs et les autres intervenants de la filière du courtage hypothécaire au Canada. L'une des priorités de l'association est de fournir aux membres des renseignements récents sur le marché de même que sur les priorités auxquelles tiennent les Canadiens lorsqu'ils contractent un prêt hypothécaire. C'est dans cet esprit que Professionnels hypothécaires du Canada collabore depuis dix ans avec Bond Brand Loyalty pour mener des sondages semestriels.

Le présent rapport dresse les principaux constats de notre plus récent sondage, donné en avril 2016. Professionnels hypothécaires du Canada le distribue pour aider ses membres à mieux comprendre et servir les consommateurs canadiens et, en définitive, à maintenir et à développer la filière du courtage hypothécaire au Canada.

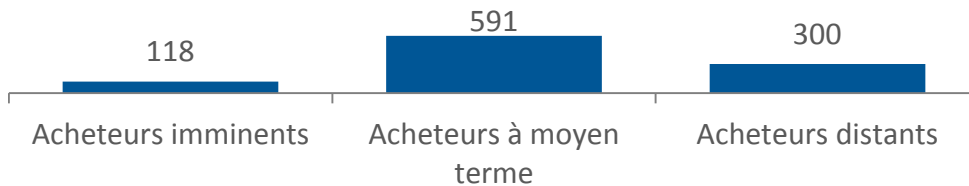
DANS CE RAPPORT

Professionnels hypothécaires du Canada publie depuis 2005 des rapports semi-annuels sur l'état du marché hypothécaire résidentiel au Canada. Ces rapports ont traité des conditions économiques et du marché du logement, ainsi que des questions politiques connexes. L'année dernière (printemps 2015), nous nous sommes concentrés sur les caractéristiques et les choix des acheteurs.

La présente édition se tourne vers l'avenir en examinant la prochaine génération de nouveaux propriétaires : les adultes de moins de 40 ans qui ne possèdent pas actuellement une maison, mais prévoient d'en acheter une.

Nous avons analysé les résultats sous plusieurs angles, notamment le nombre d'années dans lequel les répondants prévoient acheter. La prochaine génération de nouveaux propriétaires peut être segmentée en trois catégories : Les acheteurs imminents (achat dans l'année qui suit), les acheteurs à moyen terme (achat dans un à cinq ans) et les acheteurs distants (au-delà des cinq prochaines années).

Prochaine génération de nouveaux propriétaires : segmentation (nombre de répondants)



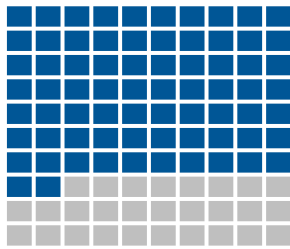
Ceux qui ont des horizons plus lointains sont peut-être être moins informés sur l'état du marché et les démarches à entreprendre pour financer et acheter une propriété. Ils sont donc moins prêts à prendre une décision. Ils s'informeront mieux à l'approche de leur décision d'achat. Beaucoup d'entre eux auront alors changé d'attentes et de situation personnelle. C'est pourquoi on arrive mieux à comprendre l'ensemble de cette nouvelle génération en étudiant les acheteurs imminents.

Parmi les thèmes du présent rapport :

- Opinions sur le logement et les perspectives économiques
- Prévisions quant au moment d'un achat futur
- Caractéristiques des futurs acheteurs
- Événements personnels prévus qui sont susceptibles d'influer sur l'achat futur
- Nature du premier achat envisagé
- Attentes concernant les mises de fonds et les exigences hypothécaires
- Coûts mensuels prévus par rapport aux revenus
- Priorités en termes de caractéristiques et emplacement de la maison, et compromis que la prochaine génération de nouveaux propriétaires est prête à faire
- Attitudes et comportements à l'égard des courtiers hypothécaires

OPINIONS SUR LE LOGEMENT ET LES PERSPECTIVES ÉCONOMIQUES

La prochaine génération de nouveaux propriétaires montre un optimisme prudent à l'égard de l'économie et du marché de l'habitation. La majorité croit que l'économie se remet et estime que l'immobilier canadien est un bon placement. Comme dans les générations antérieures, la plupart rêvent d'accéder à la propriété. Mais la prochaine génération de propriétaires devra aussi surmonter des difficultés pour réaliser son rêve.



72 % sont d'accord...

*l'hypothèque est
« une bonne dette »*

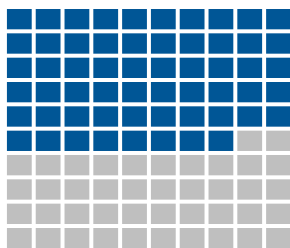
*88 % parmi les acheteurs
récents*



76 % sont d'accord...

*l'immobilier est un bon
placement à long terme*

*90 % parmi les acheteurs
récents*



58 % ont...

*confiance dans
l'économie des 12
prochains mois*

*75 % parmi les acheteurs
récents*

L'endettement des ménages cause du souci depuis dix ans, spécialement parmi les jeunes Canadiens qui doivent rembourser des prêts d'étudiant plus lourds que ceux des générations précédentes. La dette est un facteur clé dans la décision d'achat. Historiquement, cependant, tous les segments de population considèrent l'hypothèque comme une meilleure forme de dette que les autres, associées à des émotions négatives. Il en va de même parmi la prochaine génération, dont 72 % considèrent les prêts hypothécaires comme de bonnes dettes. La proportion grimpe même à 88 % parmi la prochaine génération.

Nous avons demandé aux répondants de prédire la variation des prix des maisons au cours des cinq prochaines années. Trois quarts (76%) de la prochaine génération croient que les prix vont augmenter, dont 15 % qui s'attendent à une « hausse spectaculaire ». Cette proportion grimpe à 21 % chez les acheteurs imminents, comparativement à 12 % parmi les acheteurs récents.

Cinquante-huit pour cent de la prochaine génération se dit optimiste quant aux perspectives économiques des 12 prochains mois. Ceux qui ont un horizon d'achat plus court, cependant, sont beaucoup plus optimistes, ce qui indique le rôle clé de la confiance dans l'accession à la propriété. En fait, 74 % des acheteurs imminents se sentent optimistes quant aux perspectives économiques des 12 prochains mois, comme 75 % des acheteurs récents tandis que les moins confiants tendent à repousser leur horizon d'achat.

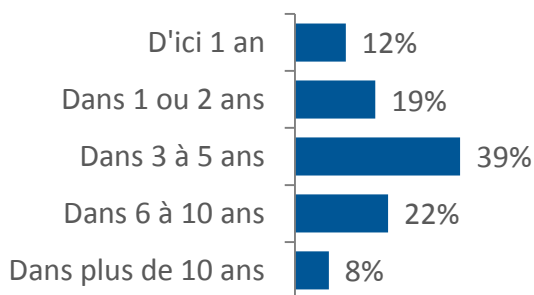
Il en va de même de la confiance dans les perspectives à long terme du marché de l'habitation. À cet égard, la confiance règne dans le marché, mais moins parmi la prochaine génération d'acheteurs, qui reconnaît à 76 % seulement la valeur d'un placement immobilier alors que la proportion est de 90 % chez les acheteurs récents. Là aussi, les acheteurs imminents sont tout aussi confiants que les acheteurs récents puisqu'ils reconnaissent à 87 % que l'immobilier est un bon placement à long terme.

INTENTIONS ET PROFIL DES ACHETEURS

94 %

des non-propriétaires âgés de 21 à 39 ans prévoient d'acheter une habitation.

Les prochains acheteurs planifient d'acheter



Dans l'ensemble, 94 % de la prochaine génération disent prévoir d'acheter une habitation. Cette écrasante majorité conforte l'optimisme à l'égard des marchés de l'habitation et du crédit hypothécaire.

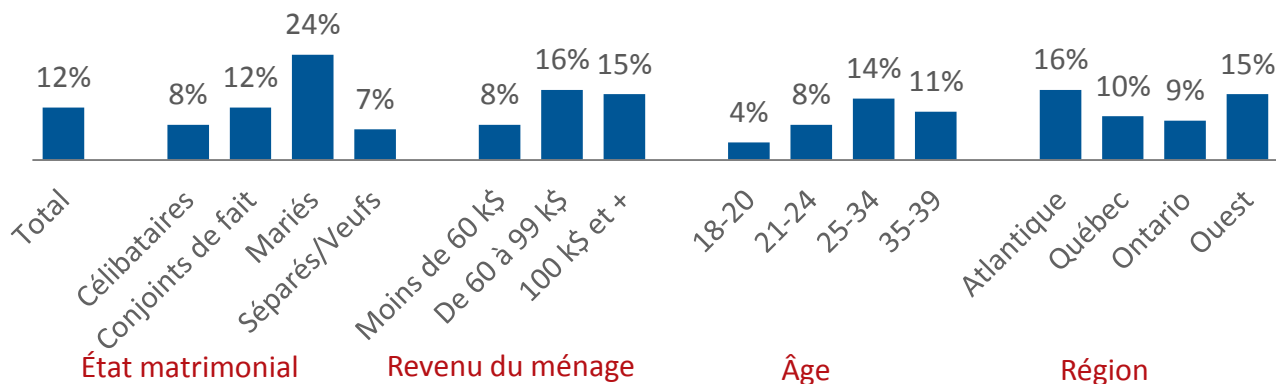
Parmi ces 94 %, un grand nombre prévoient acheter dans un délai relativement court : 12 % dans l'année qui suit, 31 % d'ici deux ans et 70 % d'ici cinq ans. Les acheteurs distants (plus de cinq ans) ne représentent que 30 % des candidats à la propriété.

Qui envisage d'acheter dans l'année qui suit?

Lorsque nous nous concentrons sur l'intention d'achat dans la prochaine année, nous trouvons des différences intéressantes entre les segments démographiques. L'intention d'acheter d'ici un an est la plus forte chez les personnes mariées (24 %) et la plus faible parmi les célibataires (8 %) et ceux qui sont séparés (7 %).

Géographiquement, les Canadiens de l'Atlantique sont les plus susceptibles d'acheter l'année prochaine (16 %), suivis par ceux de l'Ouest (15 %), du Québec (10 %) et de l'Ontario (9 %).

L'intention d'achat dans la prochaine année est également élevée parmi les ménages réalisant des revenus de 60 000 à 99 000 \$ de même que ceux de 100 000 \$ et plus (16 % et 15 %, respectivement), comparativement à ceux dont le revenu est inférieur à la barre des 60 000 \$ (8 %). Comme on peut s'y attendre, les Canadiens âgés de moins de 25 ans sont moins susceptibles que la moyenne d'acheter une maison dans la prochaine année, tandis que ceux de 25 à 34 ans, à 14 %, sont les plus susceptibles de le faire.



État matrimonial

Revenu du ménage

Âge

Région

INTENTIONS ET PROFIL DES ACHETEURS

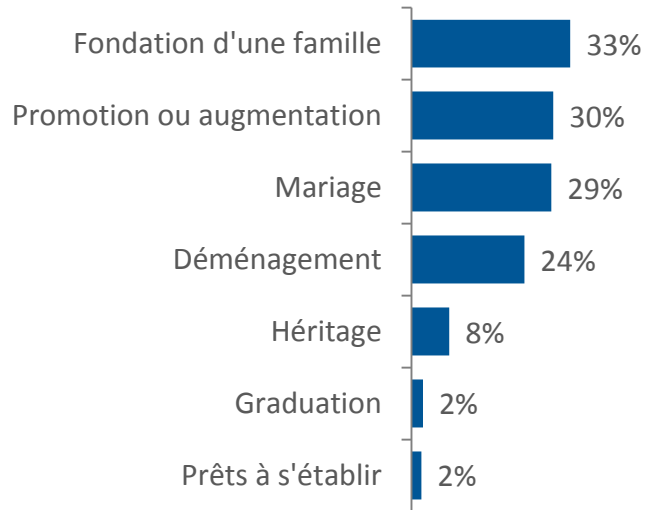
Événements affectant l'achat

En plus des considérations financières, la décision d'accéder à la propriété est souvent dictée par des changements de vie majeurs.

Pour plusieurs, les raisons sont personnelles, telles que la fondation d'une famille (33 %) ou le mariage (29%) – la majorité de la nouvelle génération anticipe un tel changement dans les trois ans qui suivent.

Pour d'autres, les raisons sont liées au travail, comme l'obtention d'une promotion ou une augmentation (30 %), ou le déménagement en raison d'un nouvel emploi (24 %). Parmi la nouvelle génération, près de la moitié (48 %) attend un tel changement dans les deux ans qui suivent.

En attente d'un changement de vie (plusieurs réponses possibles)

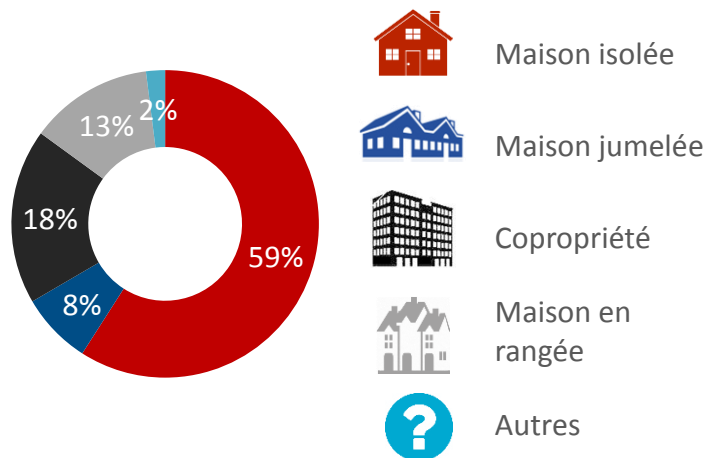


ATTENTES À L'ÉGARD DU LOGEMENT

Type d'habitation recherchée par la nouvelle génération

Après avoir analysé les perspectives du marché, nous avons porté notre regard sur le type d'habitation que recherche la nouvelle génération d'acheteurs.

La plupart recherchent une maison (80 %) plutôt qu'une copropriété (18 %). En fait, beaucoup préfèrent la maison isolée (59 %), alors qu'un peu plus d'un sur dix (13 %) convoite une maison en rangée et moins d'un sur dix (8 %) est à la recherche d'une maison jumelée.



Ce sentiment est répandu dans tous les segments et toutes les régions.

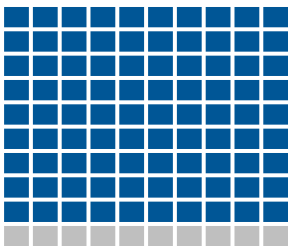
Les acheteurs imminents sont un peu moins nombreux à opter pour une copropriété (16 %), et un peu plus enclins à rêver d'une maison en rangée (14 %).

Ceux qui vivent en Ontario et dans l'Ouest sont légèrement plus susceptibles d'opter pour la copropriété (19 % et 21 %, respectivement) par rapport aux résidents de l'Atlantique (10 %). Les célibataires sont plus nombreux à envisager une copropriété (23 %) que ceux vivant en union de fait (13 %) ou qui sont mariés (10 %).

ABORDABILITÉ DE L'HABITATION

Comme les prix des habitations continuent à augmenter, l'abordabilité est devenue un facteur clé pour un nombre croissant de personnes. Nous leur avons demandé s'ils ont commencé à épargner pour l'achat d'une habitation et quel montant. Près des deux tiers de la nouvelle génération économisent en vue de cet achat et la somme épargnée est en moyenne de 27 000 \$.

Comme on peut s'y attendre, la grande majorité des acheteurs imminents (90 %) ont commencé à épargner et leurs économies sont en moyenne de 37 000 \$. Même les acheteurs à moyen terme ont fait de grands progrès, 72 % d'entre eux ayant déjà épargné en moyenne 27 000 \$.



90 %
*des acheteurs imminents
économisent pour leur
mise de fonds*

Épargne moyenne
chez les acheteurs
imminents

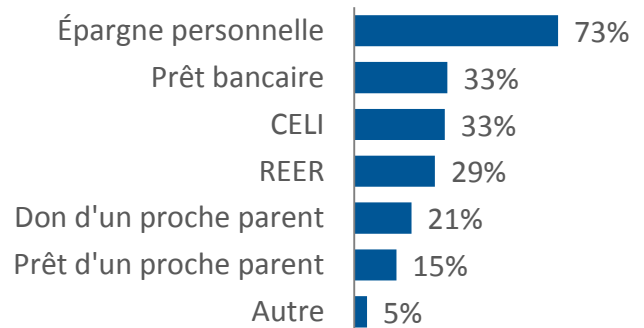


ÉPARGNE EN VUE DE LA MISE DE FONDS

Pour faire la lumière sur l'accessibilité, nous avons demandé aux répondants d'identifier les sources de leur mise de fonds. Bien que les sources soient multiples, la plus importante est l'épargne personnelle (73 %). Viennent ensuite les prêts et le CELI à raison de 33 % chacun, suivis par les REER (29 %) et les dons de proches parents (21 %).

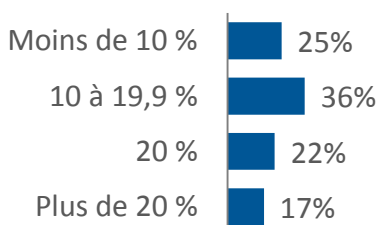
Les acheteurs imminents sont plus susceptibles de retirer d'un REER (38 %).

Sources de la mise de fonds (plusieurs réponses possibles)



La prochaine génération est moins susceptible de recourir à un prêt d'une institution financière (22 %).

Montant visé (pourcentage du prix d'achat de l'habitation)



La majorité des prochains acheteurs (75 %) prévoit de faire une mise de fonds de 10% ou plus, alors que seulement un quart (25 %) prévoit moins de 10 %.

Ceux qui ont un calendrier plus court, cependant, ont tendance à accumuler un montant moins élevé. Près de la moitié des acheteurs imminents (46 % contre 25 % dans l'ensemble) veulent accumuler moins de 10 %.

ÉPARGNE EN VUE DE LA MISE DE FONDS

Minimums de mise de fonds

En février, le gouvernement fédéral a haussé de 5 % à 10 % la mise de fonds minimum sur la partie du prix dépassant 500 000 \$. La proportion reste de 5 % sur les habitations de 500 000 \$ et moins. Compte tenu de l'impact potentiel de ces nouvelles règles, nous avons voulu savoir si la nouvelle génération était au courant de ces changements et avec quel impact.

Nous avons découvert qu'à peine plus de la moitié (53 %) sont au courant des nouvelles règles, dont 75 % des acheteurs imminents, 58 % des acheteurs à moyen terme et 37 % des acheteurs distants.

53%

des acheteurs de la prochaine génération sont au courant des nouveaux minimums de mise de fonds.

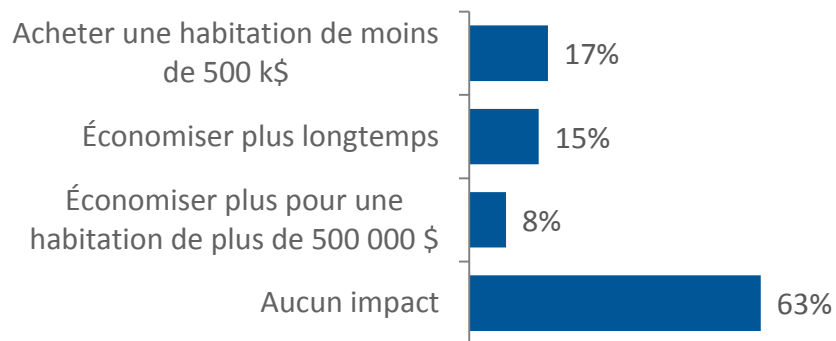
Près des deux tiers (63 %) des répondants au courant des nouveaux minimums de mise de fonds ont déclaré que les nouvelles règles n'auraient pas d'impact, mais plus d'un tiers (37 %) prévoient changer leur décision. Plus précisément, 17 % disent qu'ils vont acheter une maison de moins de 500 000 \$, 15 % disent qu'ils devront épargner plus longtemps et 8 % disent qu'ils devront augmenter leur mise de fonds.

Les acheteurs imminents sont légèrement moins touchés (36 %) par rapport aux acheteurs à moyen terme (38 %).

Les acheteurs imminents touchés par ce changement sont les plus susceptibles de dire que la nouvelle règle leur fera acheter une maison de moins de 500 000 \$ (20 %), mais très peu envisagent de retarder leur achat (8 %).

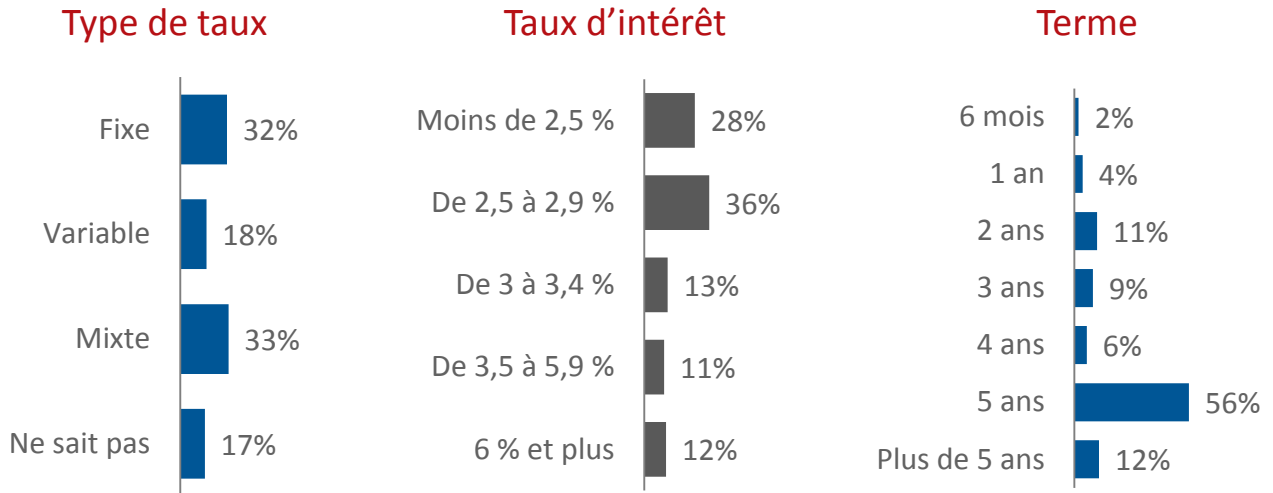
Dans l'ensemble, ceux qui cherchent actuellement une habitation, les jeunes de 21 à 24 ans, et les résidents de l'Ouest disent qu'ils sont les plus touchés par les nouvelles règles.

À la suite des nouvelles règles, ils vont maintenant... (possibilité de choix multiples)



ATTENTES DES ACHETEURS IMMINENTS

Nous avons demandé aux acheteurs imminents s'ils avaient réfléchi aux modalités de leur premier prêt hypothécaire. Parmi ceux qui y avaient réfléchi, la plupart prévoient emprunter à taux fixe ou mixte. Les taux d'intérêt prévus variaient largement autour d'une médiane de 3 %. La majorité (68 %) prévoit contracter un prêt hypothécaire de cinq ans ou plus.

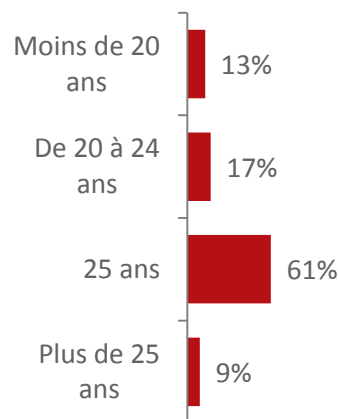


En ce qui concerne les taux d'intérêt, les attentes varient grandement en fonction de l'horizon d'achat. La réponse la plus courante chez les acheteurs imminents est « de 2,5 à 2,9 % », tandis que les acheteurs à moyen terme répondent « de 3 à 3,4 % » et les acheteurs distants « de 3,5 à 5,9 % ». On voit que ceux dont l'horizon d'achat est le plus lointain sont moins au courant du marché.

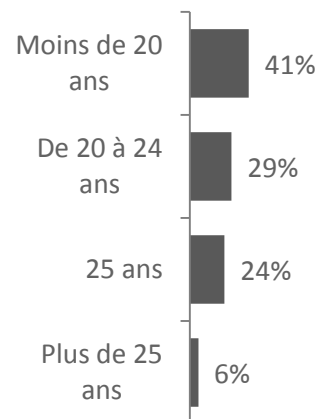
Près des deux tiers (61 %) des acheteurs imminents prévoient un amortissement de 25 ans, tandis que 71 % prévoient de rembourser dans un délai plus court.

Dans l'ensemble, 58 % des acheteurs imminents prévoient de rembourser leur prêt hypothécaire avant la date prévue au contrat. Cette proportion baisse à 45 % chez les acheteurs à moyen terme et à 31 % chez les acheteurs distants.

Amortissement prévu au contrat



Délai de remboursement réel

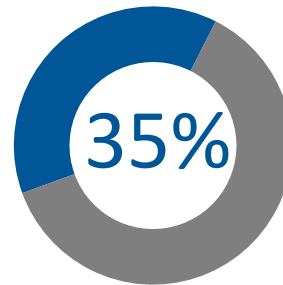


COÛT PRÉVU DE L'ACCESSION À LA PROPRIÉTÉ

Après avoir sondé les attentes à l'égard du prêt hypothécaire, nous avons cherché à comprendre les attentes à l'égard du coût total de possession.

Les acheteurs de la prochaine génération anticipent un ratio d'amortissement brut de la dette (ABD)* de 35 %. Cet ABD est à égalité avec les maximums d'assurance hypothécaire, et légèrement au-dessus du coût de possession pour les acheteurs récents (30 %).

Coût de possession médian anticipé (en pourcentage du revenu)



40 % parmi les acheteurs récents

**L'ABD est défini comme le pourcentage du revenu brut qui sera utilisé pour les paiements de capital, intérêts, taxes et chauffage.*

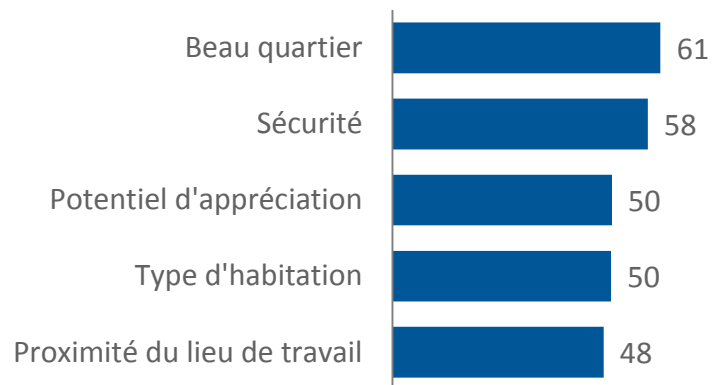
CARACTÉRISTIQUES PRIORITAIRES

Ensuite, nous avons mentionné 26 caractéristiques d'une habitation et demandé aux répondants de les classer par ordre de priorité.

Le voisinage et la *sécurité* sont les deux caractéristiques les plus recherchées. Le niveau suivant comprend le *potentiel d'appréciation*, le *type d'habitation* et la *proximité du lieu de travail*.

Les acheteurs imminents et à moyen terme s'entendent sur les cinq principales caractéristiques, mais les acheteurs imminents privilégient la *taille de l'habitation*.

Cinq caractéristiques prioritaires (Indice*)



*Représente l'importance sur une échelle de 0 à 100.

Les acheteurs distants ont un ordre de priorité un peu différent. Leurs cinq premiers critères sont *le voisinage*, *la sécurité*, *la proximité du lieu de travail*, *les frais d'entretien* et *le type d'habitation*. Fait intéressant, les acheteurs distants accordent plus d'importance que les acheteurs à moyen terme à *l'efficacité énergétique*, à *la proximité des commerces* et à *celle du transport en commun*.

Dans l'ensemble des répondants, la *qualité des écoles* rejoint le top 10 parmi les parents, mais tombe dans les cinq derniers critères chez ceux qui n'ont pas d'enfants. En outre, les parents ayant plus d'enfants accordent une plus grande importance à la *taille de la cour* et moins d'importance à la *proximité du lieu de travail*.

POUR QUOI LES ACHETEURS IMMINENTS SONT-ILS PRÊTS À PAYER PLUS?

Le monde immobilier entretient des croyances de longue date en ce qui a trait aux caractéristiques pour lesquelles les acheteurs sont prêts à payer plus. Pour tirer l'affaire au clair, nous avons demandé aux répondants de classer 26 caractéristiques selon qu'elles étaient indispensables ou facultatives.

Les caractéristiques les plus importantes pour lesquelles les acheteurs imminents sont prêts à payer plus sont le *voisinage*, la *proximité du lieu de travail* et la *sécurité*. Le *type d'habitation* et le *potentiel d'appréciation* figurent aussi sur la liste.

Les caractéristiques pouvant être sacrifiées comprennent la *technologie intelligente* et les *unités locatives*, ainsi que les *sous-sols aménagés*, la *qualité des écoles* et l'*âge du bâtiment*.

Caractéristiques justifiant une surprime

1	Beauté du quartier 33 %
2	Proximité du lieu de travail 31 %
3	Sécurité 29 %
4	Type d'habitation 27 %
5	Potentiel d'appréciation 26 %

Caractéristiques pouvant être sacrifiées

1	Maison intelligente 56 %
2	Unité locative 51 %
3	Sous-sol aménagé 44 %
4	Qualité des écoles 41 %
5	Âge du bâtiment 36 %

Comme on l'a vu précédemment, les acheteurs moins pressés ont des priorités légèrement différentes. Les acheteurs à moyen terme sont prêts à payer plus pour le *stationnement* et la *discrétion*, tandis que les acheteurs distants privilégient la *proximité du transport en commun* et l'*efficacité énergétique*. Les deux groupes sont moins susceptibles que les acheteurs imminents de payer une prime pour le *type d'habitation* et le *potentiel d'appréciation*.

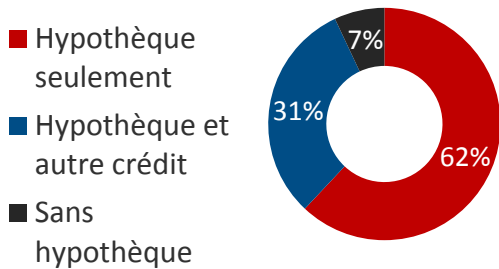
Autres conclusions clés sur l'importance des caractéristiques

- Les Canadiens de l'Ouest sont mieux disposés à sacrifier la *proximité du lieu de travail* (26 %) que les résidents du Québec et de l'Ontario (chacun à 16 %).
- Trente-quatre pour cent des résidents du Québec et 30 % des Ontariens sont prêts à payer une prime pour un *trajet court*.
- Les résidents du Canada atlantique sont beaucoup mieux disposés à sacrifier la *proximité des commerces* (44 %) que ceux du reste du Canada (25 %) et ils sont plus susceptibles de payer une prime pour l'*efficacité énergétique* (32 %).
- Les Ontariens sont les moins susceptibles de sacrifier la *proximité des transports en commun* (21 % contre 31 % pour le reste du Canada).
- Les résidents du Québec sont les moins susceptibles de renoncer à la *capacité de recevoir des invités* (21 % contre 31 % pour le reste du Canada).
- Les ménages gagnant 100 000 \$ et plus sont plus susceptibles de privilégier la *beauté du quartier*, la *proximité du lieu de travail*, le *type d'habitation* et le *potentiel d'appréciation*, alors que ceux gagnant moins de 60 000 \$ sont plus susceptibles de privilégier la *sécurité*.

RECOURS AUX SERVICES DES COURTIERS HYPOTHÉCAIRES

Les courtiers hypothécaires sont désormais bien établis comme des intervenants essentiels. Trente pour cent des prêts hypothécaires ont été traités par des courtiers canadiens, contre 23 % en 2009. Cette croissance s'est faite aux dépens des banques et des coopératives de crédit. Nous avons cherché à sonder la notoriété des courtiers hypothécaires parmi la prochaine génération d'acheteurs.

Sources de financement

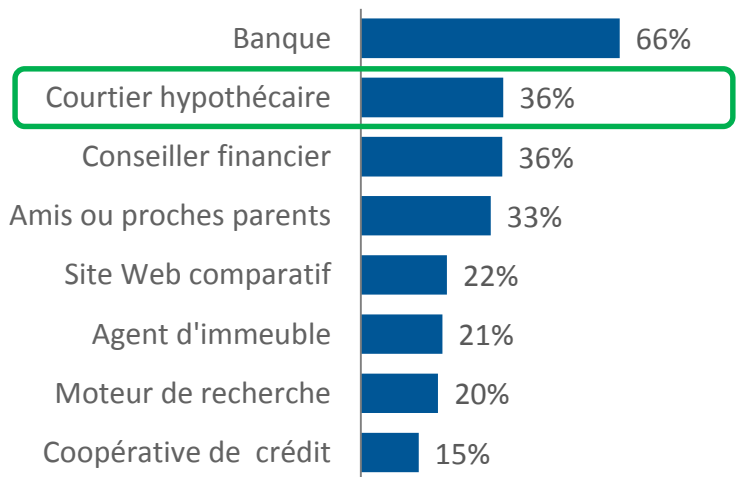


Presque tous les répondants (93 %) déclarent leur intention de financer leur achat par un prêt hypothécaire. Soixante-deux pour cent ont l'intention de contracter un prêt hypothécaire seulement et 31 % veulent le jumeler à d'autres formes de crédit.

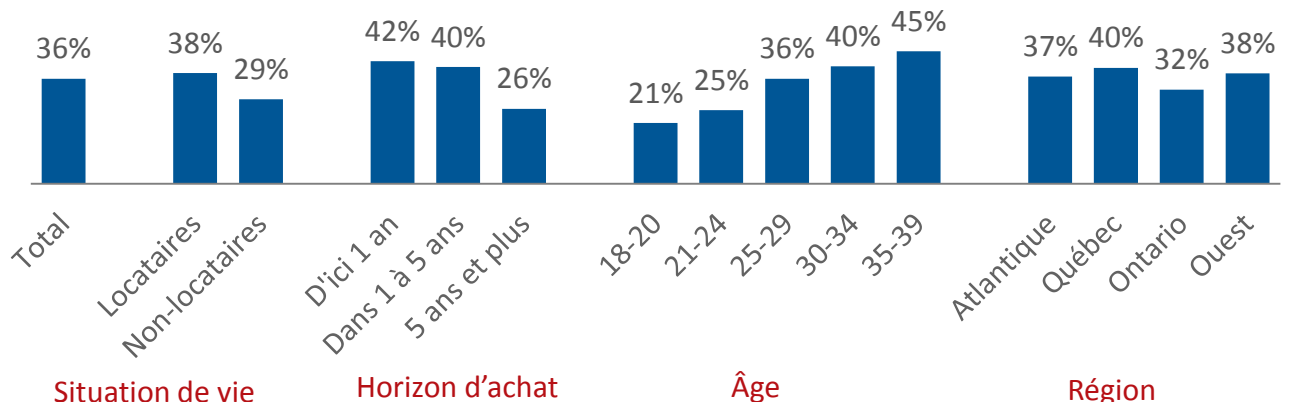
Qui consulter?

Avant qu'on leur explique en quoi consistent les services d'un courtier, un peu plus du tiers (36 %) déclarent vouloir en consulter un.

Alors, qui sont ces gens? Eh bien, l'intention de consulter un courtier était la plus forte chez les acheteurs imminents et à moyen terme de même que chez les locataires, les adultes de 30 à 39 ans et ceux vivant hors de l'Ontario.



Recours aux services des courtiers hypothécaires par segment



ATTITUDES ENVERS LES COURTIER HYPOTHÉCAIRES

Cinq raisons de choisir un courtier

Nous avons voulu savoir, indépendamment de leurs intentions, ce que les répondants percevaient comme les principaux avantages de consulter un courtier.

Comme le montre le tableau, la *spécialisation* et l'*expertise*, de même que l'*obtention des meilleurs taux*, sont les deux principaux avantages, représentant près de la moitié (44 %) des réponses.

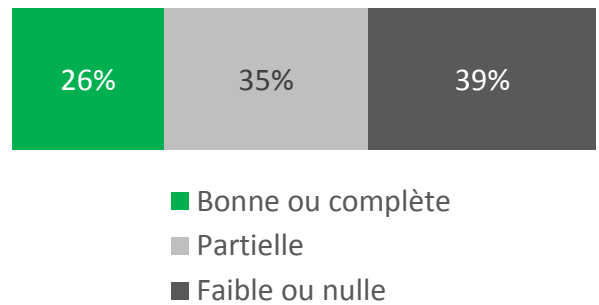
1	Experts/spécialistes des hypothèques	26 %
2	Trouvent les meilleurs taux	18 %
3	Aident à négocier un meilleur contrat	10 %
4	Ont accès à plus de prêteurs	9 %
5	Service à guichet unique	8 %

Que font les courtiers?

Bien qu'une certaine partie de la prochaine génération ait l'intention de consulter un courtier en hypothèques, et même si la plupart peuvent citer au moins un avantage à le faire, les trois quarts (74%) admettent avoir au mieux une compréhension « partielle » de ces avantages.

Le niveau de compréhension est beaucoup plus élevé chez ceux qui ont un échéancier plus court. Quarante et un pour cent des acheteurs imminents disent avoir une bonne compréhension comparativement à 29 % des acheteurs à moyen terme et 15 % des acheteurs distants.

Niveau de compréhension



Probabilité de consulter un courtier

Nous avons ensuite donné aux répondants une brève description des services d'un courtier. Après cette explication, la probabilité d'utiliser un courtier a bondi de 36 % à 59 %. La probabilité augmente même à 75 % chez ceux qui ont une compréhension « bonne » ou « complète » du travail d'un courtier.

50 % des acheteurs de la prochaine génération vont probablement consulter un courtier hypothécaire, une fois au courant de leurs services.

La probabilité de consulter un courtier est la plus élevée parmi les acheteurs imminents (64 %) et les acheteurs à moyen terme (63 %). Un peu plus de la moitié (51 %) des acheteurs distants sont susceptibles d'en consulter un.

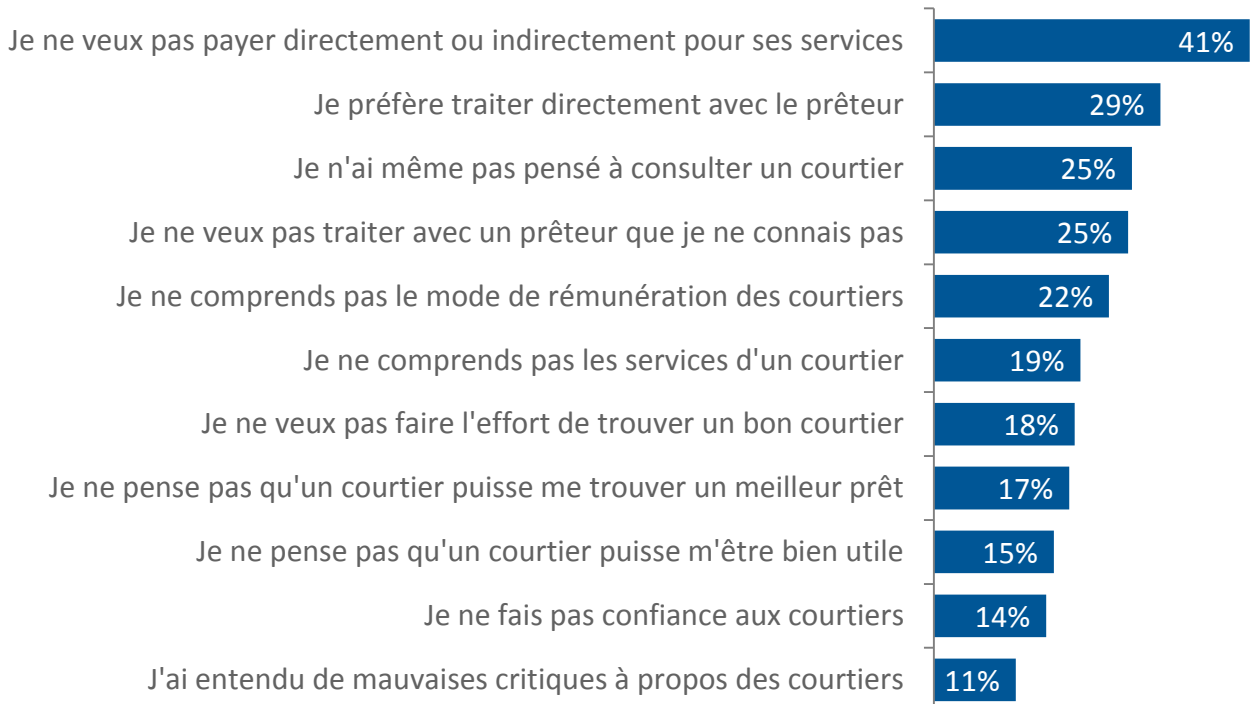
ATTITUDES ENVERS LES COURTIERIS HYPOTHÉCAIRES

Et que dire de ceux qui n'ont toujours pas l'intention de consulter un courtier? Leurs raisons sont indiquées dans le tableau ci-dessous.

“ Je ne vois pas à quoi sert un courtier.

La plupart des réponses émanent d'un manque de compréhension, y compris les préoccupations au sujet de la rémunération des courtiers, les services fournis et la démarche d'embauche. Le malentendu sur la rémunération est le plus élevé chez les acheteurs distants et à moyen terme (24 % et 23 %, respectivement).

Raisons de ne pas consulter un courtier



PROFIL DES AUTEURS

Professionnels hypothécaires du Canada

Professionnels hypothécaires du Canada (anciennement ACCHA) est une association nationale représentant plus de 11 000 intervenants de la filière du courtage hypothécaire.

Nous reconnaissons que les Canadiens ont besoin d'un meilleur service et qu'ils le méritent. Nous croyons à la concurrence, car elle produit de meilleures options et exige l'amélioration constante des produits et services. Nous croyons au choix, car il profite aux Canadiens et offre un environnement d'opportunité. Nous croyons au professionnalisme, car c'est un signe d'engagement, de loyauté et d'excellence.

Le courtage hypothécaire est une profession essentielle et précieuse. Il crée des possibilités, alimente l'économie et offre des choix aux Canadiens au moment de prendre l'une des décisions financières les plus importantes de leur vie.

L'auteur

Kyle Davies dirige le groupe Marketing Research + Insights de Bond Brand Loyalty. Il possède plus de 12 ans d'expérience auprès d'entreprises canadiennes de premier plan, surtout dans les secteurs des services financiers, des télécommunications et de la vente au détail. Il aide ses clients à mieux comprendre les sentiments de leurs propres clients et à utiliser ces connaissances pour satisfaire et fidéliser leur clientèle.

Bond Brand Loyalty



L'équipe Research + Insights de Bond rend des services de consultation basés sur la recherche marketing à plusieurs entreprises et organismes canadiens de haut niveau. Notre objectif est d'aider nos clients à comprendre et à optimiser l'expérience client et la fidélité. Bond est un membre Gold Seal de l'Association de la recherche et de l'intelligence marketing (ARIM).