

L'importance de suivre l'évolution de la confiance des consommateurs

La vitalité du marché immobilier résidentiel est principalement influencée par trois facteurs fondamentaux : 1) la performance du marché du travail; 2) l'évolution des taux hypothécaires; 3) la confiance des consommateurs. Ce dernier facteur est le reflet de la perception des consommateurs envers les conditions économiques actuelles et futures. Au Canada, le Conference Board du Canada publie un indice qui vise à mesurer ces perceptions à l'aide d'une enquête réalisée tous les mois auprès des ménages des différentes provinces du pays. L'enquête est composée de quatre questions portant sur la perception des ménages quant au marché du travail, à leurs finances personnelles et à leur sentiment face à un achat majeur. Ce dernier aspect revêt un intérêt tout particulier pour prévoir l'évolution du marché immobilier, puisque les ménages sont appelés à se prononcer sur la perspective suivante : « Est-ce que, selon vous, le moment est propice pour faire un achat important telle une propriété? »¹. On s'intéresse ici à la proportion de ménages ayant répondu par l'affirmative à cette question. Par exemple, en avril 2011, 52 % des ménages québécois estimaient que le moment était propice à un achat important, tandis que durant la dernière récession cette proportion avait chuté à moins de 25 %.

En avril 2011, 52 % des ménages québécois estimaient que le moment était propice à un achat important, tandis que durant la dernière récession cette proportion avait chuté à moins de 25 %.

La confiance des consommateurs et les ventes résidentielles au Québec

L'indice de confiance est un indicateur important de l'évolution des ventes MLS® à court terme. Lorsque les consommateurs sont optimistes quant à la conjoncture économique, ils sont plus susceptibles de faire un achat majeur, comme une propriété ou tout autre bien important. Dans les lignes qui suivent, nous analyserons la relation entre la proportion de ménages québécois estimant que le moment est propice à un achat important (sous-indice Q4)², telle une propriété, et le niveau des ventes résidentielles dans la province de Québec pour la période allant de janvier 2007 à avril 2011. Le graphique suivant montre l'évolution du sous-indice de confiance Q4 (ligne pointillée bleue) et le niveau des ventes résidentielles³ (ligne rouge) au Québec. Cette période a été particulièrement riche en fluctuations en raison de la récession. Ainsi, d'un niveau de 54,5 % en décembre 2007, la proportion de ménages québécois estimant que le moment était propice pour faire un achat important s'est détériorée dramatiquement en 2008, jusqu'à un creux de 24,8 % en décembre. Un an plus tard, soit en décembre 2009, la confiance des consommateurs s'était presque entièrement rétablie (49,3 %). Les ventes MLS® ont suivi pratiquement le même mouvement durant cette période. Il apparaît clairement sur le graphique que les mouvements de la confiance des consommateurs et des ventes résidentielles sont intimement liés. Dans la prochaine section, une analyse de corrélation entre les deux variables va nous permettre de prouver ce point, tout en permettant d'y apporter une petite nuance.

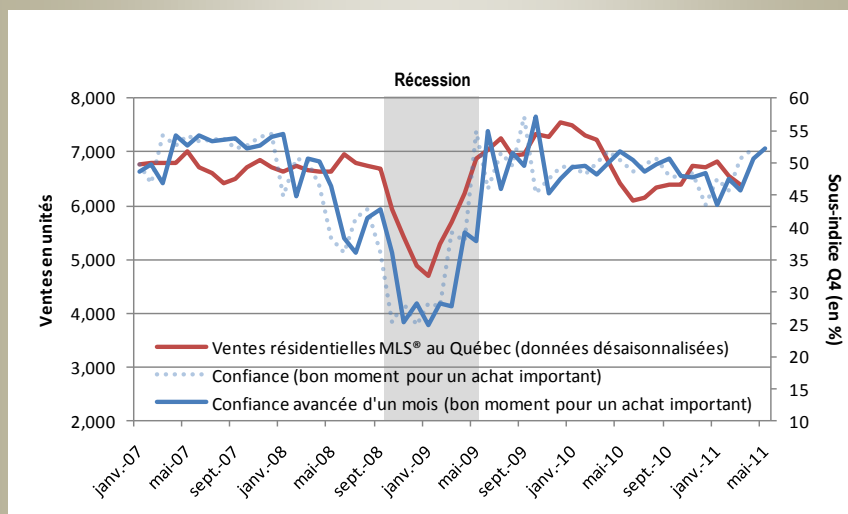
Lorsque les consommateurs sont optimistes quant à la conjoncture économique, ils sont plus susceptibles de faire un achat majeur, comme une propriété ou tout autre bien important.

¹ Pour plus de détails sur l'indice de confiance, [cliquez ici \(cf. page 2\)](#).

² Cette proportion correspond à la question quatre de l'enquête menée par le Conference Board du Canada.

³ Données désaisonnalisées provenant de l'Association canadienne de l'immeuble (ACI).

Confiance des consommateurs et ventes résidentielles MLS® au Québec



Source : ACI et Conference Board of Canada

Mesure de la relation entre la confiance des consommateurs et les ventes résidentielles

Le degré par lequel les mouvements de deux variables sont reliés peut être déterminé par une mesure statistique appelée coefficient de corrélation⁴. Celui-ci prend une valeur entre -1 et +1. Le coefficient est positif lorsque les deux variables évoluent dans le même sens et négatif lorsqu'elles évoluent en sens opposé. Aussi, plus le coefficient de corrélation est proche de 1, plus la relation entre les deux variables est forte⁵.

Or, la corrélation entre les ventes MLS® et le sous-indice de confiance Q4 est effectivement élevée, mais cette corrélation augmente (+0,68) lorsqu'on considère plutôt la confiance pour un mois donné et les ventes résidentielles au Québec du mois suivant. Nous avons alors devancé l'indice de confiance d'un mois⁶ sur notre graphique (ligne bleue pleine) afin de mieux observer la relation. Le coefficient de corrélation devient plus faible pour tout autre délai analysé⁷.

Dans le cas de la confiance et des ventes résidentielles au Québec, la corrélation est maximale lorsqu'on décale la confiance d'un mois.

⁴ Pour en savoir plus sur le coefficient de corrélation et savoir comment il est calculé, [cliquez ici](#).

⁵ Un coefficient de 1 correspond à une corrélation parfaite.

⁶ La donnée sur la confiance est avancée d'un mois, c'est-à-dire que la donnée qui correspond au sous-indice Q4 de janvier 2007 sur le graphique est en réalité celle de décembre 2006, la donnée de février 2007 est en réalité celle de janvier 2007 et ainsi de suite.

⁷ Plus précisément, la corrélation entre une proportion élevée de ménages estimant que le moment est propice à un achat important pour un mois donné et le niveau des ventes résidentielles deux mois plus tard est de +0,63. La corrélation diminue à +0,52 si on compare avec les ventes trois mois plus tard et à +0,39 si on compare avec les ventes résidentielles quatre mois plus tard.

Ainsi, dans le cas de la confiance et des ventes résidentielles au Québec, la corrélation est maximale lorsqu'on décale la confiance d'un mois. Cela signifie, par exemple, que la valeur de l'indice de confiance de février est le plus fortement corrélée avec les ventes MLS® de mars. Ceci est très utile dans la mesure où le mouvement de l'indice de confiance pour un mois donné nous donnera généralement une bonne idée du mouvement des ventes résidentielles le mois suivant. En général, une baisse des ventes résidentielles sera donc précédée d'un mois par une baisse de confiance des consommateurs.

Il faut toutefois faire preuve de prudence. Une corrélation n'implique pas une relation de cause à effet. La corrélation existant entre la confiance (sous-indice Q4) et le niveau des ventes résidentielles un mois plus tard ne signifie pas qu'une hausse de la confiance des consommateurs québécois entraîne nécessairement une hausse des ventes résidentielles au Québec. Un ou plusieurs autres facteurs peuvent être à l'origine du mouvement synchronisé de la confiance et des ventes. Par exemple, une hausse du niveau de l'emploi pourrait entraîner à la fois une augmentation de la confiance et des ventes résidentielles. De la même manière, une baisse des taux hypothécaires pourrait pousser la confiance à la hausse et se traduire également par plus de ventes résidentielles.

Quoi qu'il en soit, la relation observée entre les deux variables suggère que l'évolution du sous-indice de confiance Q4 nous donne une bonne idée de la performance des ventes MLS® au cours du mois suivant. Dans cette optique, il est primordial, pour comprendre la performance du marché immobilier, de suivre l'évolution de l'indice de confiance. Les lecteurs intéressés peuvent notamment le faire en s'abonnant aux nouvelles économiques produites par la Fédération des chambres immobilières du Québec, en cliquant [ici](#).

Le mouvement de l'indice de confiance pour un mois donné nous donnera généralement une bonne idée du mouvement des ventes résidentielles le mois suivant.

Cette publication est produite par le Service analyse du marché de la FCIQ

Paul Cardinal, Directeur

Camille Laberge, Économiste

Paola Rodriguez, Adjointe à la recherche économique

Écrivez-nous à stats@fcig.ca

© 2011 Fédération des chambres immobilières du Québec. Tous droits réservés.