



CONFIANCE DES CONSOMMATEURS ET PERFORMANCE DU MARCHÉ IMMOBILIER VONT DE PAIR

Le marché de l'emploi, les taux d'intérêt hypothécaires et le bilan migratoire sont souvent considérés comme les principaux déterminants du marché immobilier. Or, les économistes et les analystes de marché mentionnent aussi souvent la confiance des consommateurs, plus particulièrement le sous-indice se rapportant à l'immobilier, pour appuyer leur argumentaire sur la performance d'un marché.

Il est à se demander si la confiance des consommateurs est un déterminant du marché immobilier ou si celle-ci est tout simplement influencée par les mêmes facteurs. Toujours est-il que les deux variables semblent étroitement liées.

Qu'est-ce que la confiance des consommateurs?

La confiance des consommateurs est le reflet de la perception des consommateurs envers les conditions économiques actuelles et futures. Il existe quelques indices de confiance au Canada qui visent à mesurer ces perceptions à l'aide d'enquêtes réalisées tous les mois auprès des ménages des différentes provinces. La FCIQ choisit de suivre l'indice de confiance du Conference Board du Canada. L'enquête est composée de quatre questions portant sur la perception des ménages quant au marché du travail et à ses perspectives, à leurs finances personnelles et à leur sentiment face à un achat majeur. Ce dernier aspect revêt un intérêt tout particulier pour suivre 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 qu'une personne moyenne réalise un achat important, tel que celui d'une propriété ou d'une voiture? » On s'intéresse ici à la proportion de consommateurs ayant répondu par l'affirmative à cette question.

Voici un aperçu des résultats de l'enquête sur la confiance des consommateurs dans l'ensemble du Canada pour l'année 2017.

D'un océan à l'autre : Un clivage entre l'est et l'ouest

Les deux premières questions du sondage cherchent à mesurer la situation financière des familles par rapport à ce qu'elle était six mois auparavant et par rapport à ce qu'elle sera six mois plus tard.

Le Québec est en milieu de peloton quant à la proportion de répondants affirmant que leur situation financière s'est améliorée : les provinces de l'Atlantique et l'Ontario montrent un peu plus d'optimisme, alors qu'à l'opposé, les provinces de l'Ouest affichent les proportions les plus faibles.

La corrélation des variables illustrées au graphique est plutôt faible, soit de 0,18 lorsque les périodes sont les mêmes et de 0,24 lorsque la confiance est devancée de deux mois, ce qui demeure une corrélation faible. C'est donc dire que le sous-indice de confiance et la croissance des prix n'évoluent pas ensemble, ou du moins très peu.

Il est normal que la confiance des consommateurs soit reflétée de manière plus importante dans les ventes de propriétés, car son impact est probablement limité à la demande de propriétés, alors que la fluctuation des prix est plutôt la résultante de la dynamique entre l'offre et la demande de propriétés.

C'est donc dire que le sous-indice de confiance et la croissance des prix n'évoluent pas ensemble, ou du moins très peu.

Conclusion : Quand l'immobilier va, la confiance va... et vice-versa

La confiance des consommateurs, et plus précisément le sous-indice se rapportant au marché immobilier, est une variable intéressante à surveiller puisqu'elle semble étroitement liée au marché immobilier. La confiance des consommateurs évolue de la même manière que le marché immobilier, sans toutefois en être un indicateur précurseur. Il ne faut pas écarter la possibilité qu'il y ait une causalité, qui peut être unidirectionnelle ou bidirectionnelle. La confiance des consommateurs stimulerait-elle une hausse des ventes ou est-ce la bonne tenue du marché immobilier qui inspire aux répondants un sentiment de confiance envers l'immobilier?

Si sa corrélation avec l'évolution des ventes Centris® n'est que modérée, et qu'un lien de causalité n'est pas démontré, la confiance demeure toutefois une variable sur laquelle économistes et analystes vont continuer de s'appuyer pour qualifier la performance du marché immobilier. Dans tous les cas, ils n'auront pas tort d'affirmer que le marché immobilier se porte bien (ou mal), et qu'en plus, une forte proportion de consommateurs croient (ou non) le moment propice à un achat important. La confiance des consommateurs viendra donc confirmer qu'une bonne performance du marché immobilier n'est pas fortuite lorsque la confiance se porte bien.