

Rapport

ÉTUDE SUR LA CONNAISSANCE DE L'IMMOBILIER

MAI 2024

Sondage auprès de la population
Québécoise

Rapport préparé pour :



DATE 2024-06-07 NUMÉRO DE PROJET 14936-013

LeGER



LeSger

LA PLUS GRANDE FIRME
DE SONDAGE, DE RECHERCHE
MARKETING ET ANALYTIQUE
À PROPRIÉTÉ CANADIENNE

MONTRÉAL • QUÉBEC

TORONTO • WINNIPEG • EDMONTON • CALGARY

VANCOUVER • PHILADELPHIE



IN	IN	IN
IN	IN	IN
20,000.00	255,079.49	269266
100,000.00	355,079.49	107016
150,000.00	5,079.49	022972
73,726.00	78,805.49	000018
75,598.00	3,207.49	000014
1,410.00		000026
181,533.00	163,330.51	000026
3,880.00		000026
150,000.00	317,200.51	000026
2,200.00	315,000.51	000026

APPROCHE MÉTHODOLOGIQUE

CONTEXTE, OBJECTIFS ET MÉTHODOLOGIE

OBJECTIFS	L'OACIQ souhaitait réaliser un sondage visant à obtenir des données sur le niveau de connaissance des Québécois quant à certains aspects d'une transaction immobilière réalisée avec un courtier immobilier.
MÉTHODE	Un sondage Web a été réalisé auprès de 1 001 Québécois-es pouvant s'exprimer en français ou en anglais.
QUAND ?	Les données ont été collectées du 21 au 24 mai 2024 .
MARGE D'ERREUR	Il n'est pas possible de calculer une marge d'erreur sur un échantillon tiré d'un panel, mais à titre comparatif, la marge d'erreur maximale pour un échantillon de 1 001 répondants est de $\pm 3,1\%$, et ce 19 fois sur 20.
PONDÉRATION	Les résultats ont été pondérés en fonction du genre, de l'âge, de la langue maternelle, de la région de résidence, du niveau de scolarité, de la présence d'enfants dans le ménage et du fait d'être propriétaire ou non de sa résidence afin d'assurer un échantillon représentatif de la population québécoise
DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES	Les données en gras vert signalent une proportion significativement supérieure à celle des autres répondants. À l'inverse, les données en gras rouge signalent une proportion significativement inférieure à celle des autres répondants.

NOTES AUX LECTEURS

NSP

La mention « NSP » qui apparaît dans le rapport signifie « Je ne sais pas ».

ARRONDISSEMENT

Les données présentées ont été arrondies. Par conséquent, il est possible que les totaux diffèrent légèrement de 100%.

DIFFÉRENCES SIGNIFICATIVES

Les résultats présentant des différences significatives et pertinentes sont indiqués dans une zone de texte à côté de la présentation des résultats globaux.

COMMENT LIRE LES DONNÉES

Dans ce rapport, plusieurs croisements pertinents seront présentés dans des tableaux. Notamment, nous présentons les répondants selon leur profil et **expérience en matière de transactions immobilières**. Les définitions sont présentées ci-dessous :

VENDEUR OU ACHETEUR AVEC EXPÉRIENCES	PREMIER VENDEUR OU ACHETEUR	SANS EXPÉRIENCE
Personnes ayant réalisé plusieurs transactions immobilières , que ce soit des ventes et/ou achats.	Personnes ayant réalisé une transaction immobilière , que ce soit une vente ou un achat.	Personnes n'ayant aucune expérience en matière de transactions immobilières, que ce soit une vente ou un achat.

Lorsque possible, les résultats de l'étude réalisée du 25 au 21 mai 2023 auprès de 1 000 Québécois(es) capables de s'exprimer en français ou anglais sont affichés. En 2022, la collecte de données a été réalisée par Léger du 17 au 23 mai. Lors des éditions précédentes, la collecte était confiée à la firme SOM du 21 avril au 5 mai 2021 et à BIP du 3 au 19 avril 2019, 4 au 15 avril 2018 et 14 au 26 mars 2017.

ÉVOLUTION

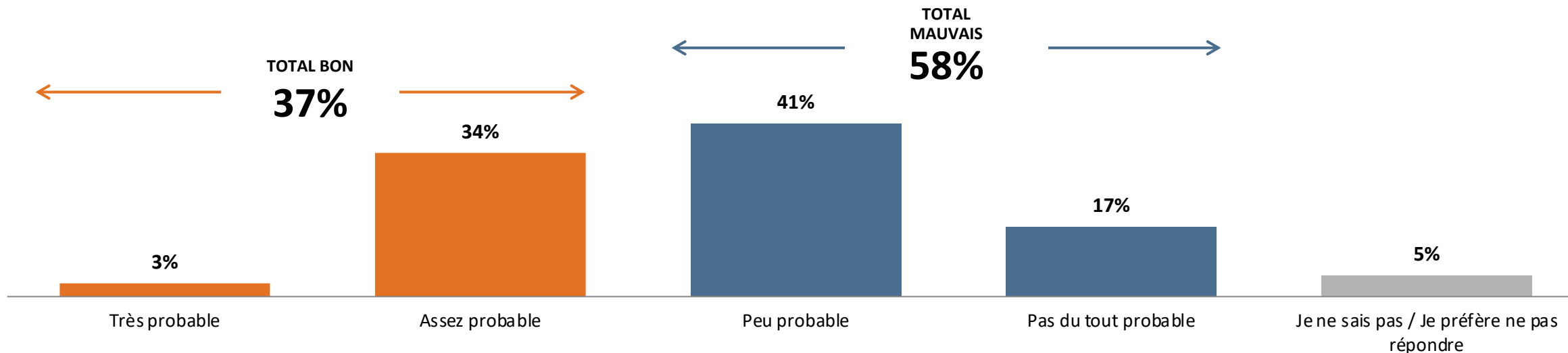
Les flèches orientées vers le haut (↑) signalent des résultats significativement supérieurs à ceux observés lors de la mesure précédente alors que les flèches orientées vers le bas (↓) signalent des résultats significativement inférieurs à ceux observés lors de la mesure précédente. Une absence de flèche signifie que les résultats sont statistiquement comparables à ceux observés lors de la mesure précédente.

En raison de la rupture méthodologique (passage d'un sondage téléphonique à un sondage Web), il convient d'interpréter et d'être prudent dans la comparaison des résultats précédents.



CONNAISSANCE SUR L'IMMOBILIER, LA LOI SUR LE COURTAGE ET SES
PROTECTIONS

NIVEAU DE CONNAISSANCE EN IMMOBILIER



	TOTAL 2024	SEXE		ÂGE			FRANCOPHONE		RÉGION			Notoriété de l'OACIQ		Expérience en matière de transactions immobilières		
		M	F	18-34	35-54	55+	OUI	NON	MTL RMR	QC RMR	AUTRES	OUI	NON	Vendeur ou acheteur avec expériences	Premier vendeur ou acheteur	Sans expérience
TOTAL	n= 1 001	462	535	380	304	317	855	145	474	92	435	252	749	408	350	243
TOTAL BON	37%	46%	29%	34%	36%	40%	34%	47%	39%	42%	34%	62%	31%	50%	37%	17%
Très bon	3%	4%	2%	3%	2%	4%	4%	2%	3%	2%	4%	9%	2%	7%	0%	0%
Plutôt bon	34%	42%	27%	31%	34%	36%	31%	45%	36%	39%	30%	53%	30%	43%	36%	17%
TOTAL MAUVAIS	58%	50%	65%	62%	59%	54%	61%	47%	55%	54%	61%	36%	63%	44%	59%	79%
Plutôt mauvais	41%	36%	45%	43%	40%	41%	45%	29%	39%	40%	44%	34%	43%	36%	45%	45%
Très mauvais	17%	14%	20%	19%	19%	14%	16%	18%	16%	14%	18%	3%	20%	8%	15%	34%
Ne sait pas / Préfère ne pas répondre	5%	4%	6%	4%	5%	6%	4%	6%	5%	4%	5%	2%	6%	6%	4%	4%

QIMM. Comment évaluez-vous votre niveau de connaissance de l'immobilier ?

Base: Tous les répondants (n=1 001)

PROTECTIONS OFFERTES PAR LA LOI SUR LE COURTAGE IMMOBILIER

Légende:  Vrai  Faux



Le courtier immobilier est tenu de respecter un code de déontologie

■ VRAI

■ FAUX



Lorsque vous faites affaire avec un courtier, vous êtes protégé par la Loi sur le courtage immobilier



Le courtier immobilier est tenu de vous donner son numéro de permis de pratique



Le courtier immobilier est tenu de suivre des formations continues



Un futur courtier immobilier doit suivre une formation initiale de 450 heures



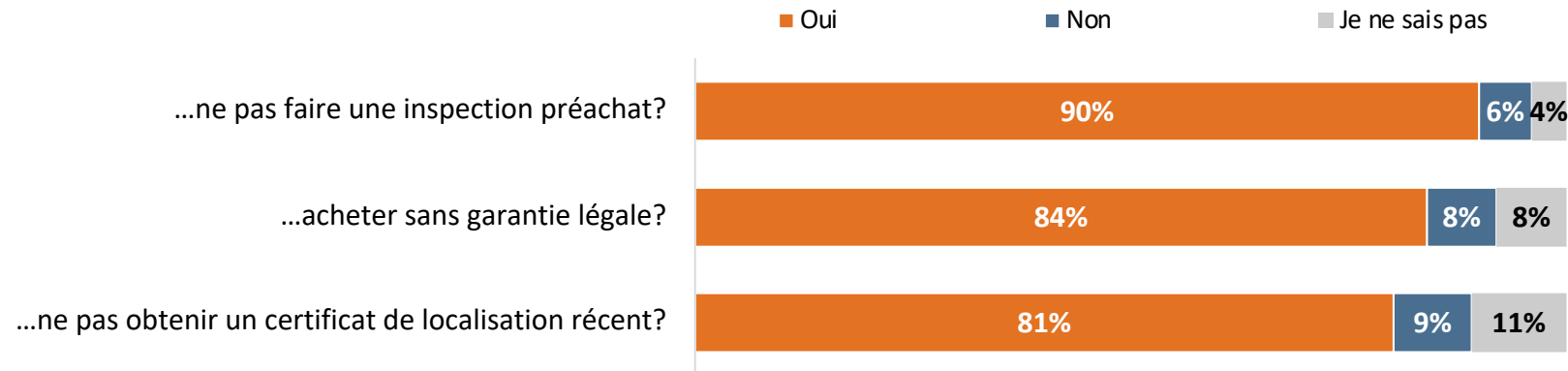
On est protégé par la Loi sur le courtage immobilier même si on ne fait pas affaires avec un courtier



Q13. Lorsque vous faites affaire avec un courtier, vous êtes protégé par la Loi sur le courtage immobilier - Veuillez indiquer si chacun des énoncés ci-dessous est vrai ou faux.

Base: Tous les répondants (n=1 001)

RISQUE ASSOCIÉ À CERTAINS COMPORTEMENTS

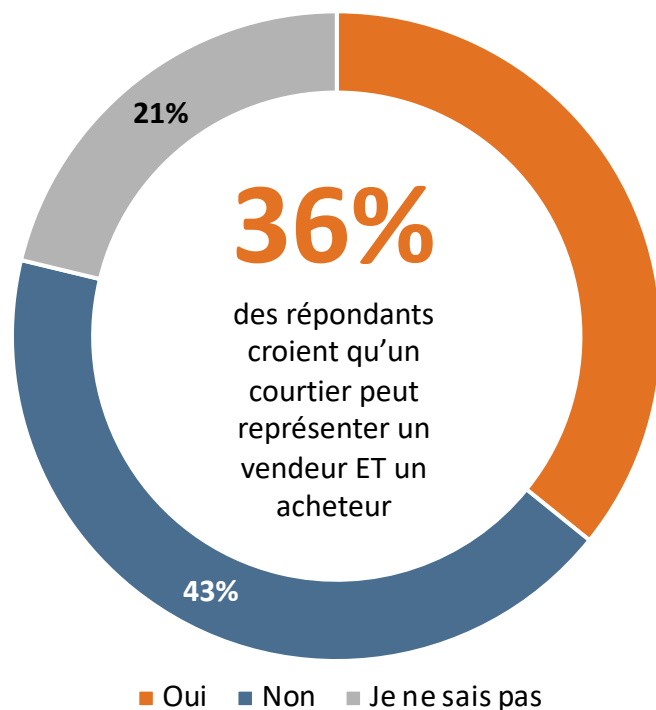


	% OUI PRÉSENTÉ	SEXE		ÂGE			FRANCOPHONE		RÉGION			Notoriété de l'OACIQ		Expérience en matière de transactions immobilières			Niveau de connaissance de l'immobilier		
		TOTAL	M	F	18-34	35-54	55+	OUI	NON	MTL RMR	QC RMR	AUTRES	OUI	NON	Vendeur ou acheteur avec expériences	Premier vendeur ou acheteur	Sans expérience	Bon	Mauvais
		n= 1 001	462	535	380	304	317	855	145	474	92	435	252	749	408	350	243	376	579
...ne pas faire une inspection préachat?	90%	87%	93%	86%	86%	94%	91%	86%	91%	96%	87%	90%	90%	88%	92%	90%	90%	90%	92%
...acheter sans garantie légale?	84%	85%	84%	83%	81%	88%	85%	82%	85%	88%	83%	86%	84%	82%	86%	87%	86%	86%	85%
...ne pas obtenir un certificat de localisation récent?	81%	78%	83%	74%	74%	90%	82%	77%	82%	85%	77%	86%	79%	81%	85%	73%	88%	88%	78%

QRISQUE. Selon vous, y-a-t-il un risque à....

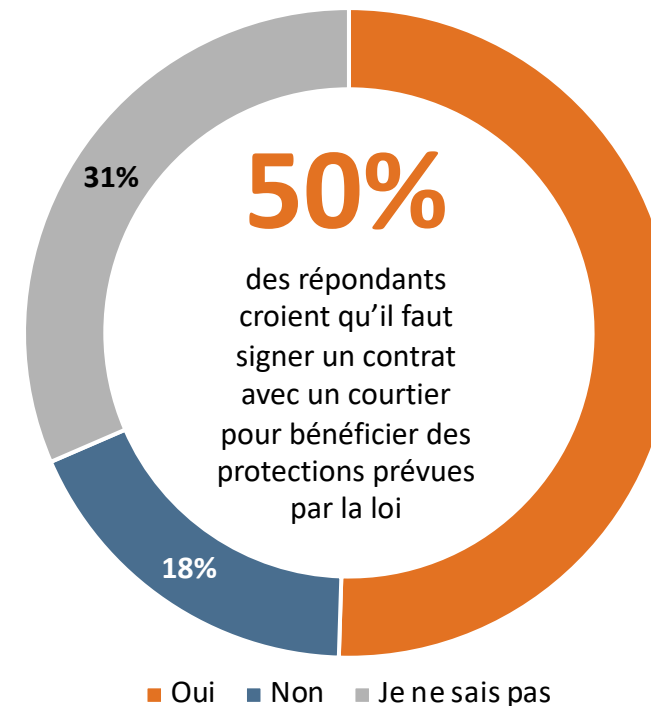
Base: Tous les répondants (n=1 001)

REPRÉSENTATION ET CONTRAT DE COURTAGE IMMOBILIER (1/2)



QCOUR. Selon vous, un courtier immobilier peut-il représenter à la fois un vendeur et un acheteur?

Base: Tous les répondants (n=1 001)



QCONTRAT. Selon vous, faut-il avoir signé un contrat de courtage achat avec un courtier immobilier pour qu'il nous représente et bénéficier des protections prévues par la Loi?

Base: Tous les répondants (n=1 001)

REPRÉSENTATION ET CONTRAT DE COURTAGE IMMOBILIER (2/2)

QCOUR. Selon vous, un courtier immobilier peut-il représenter à la fois un vendeur et un acheteur?

Base: Tous les répondants

	TOTAL	SEXE		ÂGE			FRANCOPHONE		RÉGION			Notoriété de l'OACIQ		Expérience en matière de transactions immobilières			Niveau de connaissance de l'immobilier	
		M	F	18-34	35-54	55+	OUI	NON	MTL RMR	QC RMR	AUTRES	OUI	NON	Vendeur ou acheteur avec expériences	Premier vendeur ou acheteur	Sans expérience	Bon	Mauvais
		n=																
Oui	36%	32%	39%	42%	39%	30%	34%	43%	35%	37%	37%	39%	35%	33%	43%	31%	42%	32%
Non	43%	46%	40%	40%	34%	51%	46%	34%	45%	43%	41%	53%	41%	50%	42%	32%	49%	41%
Je ne sais pas	21%	22%	21%	18%	27%	19%	20%	23%	20%	20%	23%	8%	25%	17%	15%	37%	9%	26%

QCONTRAT. Selon vous, faut-il avoir signé un contrat de courtage achat avec un courtier immobilier pour qu'il nous représente et bénéficier des protections prévues par la Loi?

Base: Tous les répondants

	TOTAL	SEXE		ÂGE			FRANCOPHONE		RÉGION			Notoriété de l'OACIQ		Expérience en matière de transactions immobilières			Niveau de connaissance de l'immobilier	
		M	F	18-34	35-54	55+	OUI	NON	MTL RMR	QC RMR	AUTRES	OUI	NON	Vendeur ou acheteur avec expériences	Premier vendeur ou acheteur	Sans expérience	Bon	Mauvais
		n=																
Oui	50%	54%	47%	46%	46%	57%	51%	51%	52%	60%	46%	62%	48%	56%	50%	42%	62%	45%
Non	18%	20%	16%	28%	17%	13%	20%	12%	14%	19%	22%	26%	16%	21%	17%	13%	21%	17%
Je ne sais pas	31%	26%	36%	26%	37%	30%	29%	38%	34%	21%	31%	12%	36%	23%	33%	45%	16%	39%



PROFIL DES RÉPONDANTS

PROFIL DES RÉPONDANTS (1/2)

Base : Tous les répondants	TOTAL	NOTORIÉTÉ DE L'OACIQ	
		OUI	NON
n=	1 001	252	749

Sexe

Homme	48%	57%	46%
Femme	51%	43%	53%

Âge

De 18 à 24 ans	9%	7%	10%
De 25 à 29 ans	7%	10%	7%
De 30 à 34 ans	8%	14%	7%
De 35 à 39 ans	8%	14%	6%
De 40 à 44 ans	9%	9%	8%
De 45 à 49 ans	9%	10%	9%
De 50 à 54 ans	6%	5%	7%
De 55 à 59 ans	7%	5%	8%
De 60 à 64 ans	11%	9%	11%
De 65 à 69 ans	10%	8%	10%
De 70 à 74 ans	7%	6%	8%
75 ans ou plus	8%	3%	10%

Base : Tous les répondants	TOTAL	NOTORIÉTÉ DE L'OACIQ	
		OUI	NON
n=	1 001	252	749

Langue maternelle

Français	75%	85%	73%
Anglais	17%	12%	18%
Autre langue	8%	3%	9%

Région

Montréal RMR	50%	54%	49%
Québec RMR	10%	9%	10%
Autres régions du Québec	40%	37%	41%

Présence d'enfant(s) dans le ménage

Oui	24%	38%	20%
Non	76%	62%	79%

Niveau de scolarité

Primaire / Secondaire	31%	19%	33%
Collégial	41%	38%	41%
Universitaire	28%	43%	25%

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».

PROFIL DES RÉPONDANTS (2/2)

Base : Tous les répondants

	TOTAL	NOTORIÉTÉ DE L'OACIQ	
		OUI	NON
n=	1 001	252	749

Emploi

Employé à temps plein	44%	57%	41%
Employé à temps partiel	7%	8%	6%
À votre compte / travailleur autonome	5%	6%	5%
Étudiant	6%	5%	7%
Au foyer	4%	2%	5%
Sans emploi	3%	0%	4%
Retraité	30%	21%	32%

Revenu

19 999 \$ et moins	5%	2%	5%
De 20 000 \$ à 39 999 \$	14%	7%	16%
De 40 000 \$ à 59 999 \$	16%	13%	17%
De 60 000 \$ à 79 999 \$	12%	13%	12%
De 80 000 \$ à 99 999 \$	13%	16%	12%
De 100 000 \$ à 124 999 \$	11%	10%	11%
De 125 000 \$ à 149 999 \$	7%	11%	6%
De 150 000 \$ à 199 999 \$	7%	11%	6%
200 000 \$ et plus	4%	10%	3%

Base : Tous les répondants

	TOTAL	NOTORIÉTÉ DE L'OACIQ	
		OUI	NON
n=	1 001	252	749

Statut matrimonial

Célibataire	31%	25%	32%
Marié(e) ou conjoint(e) de fait	56%	65%	54%
Veuf (veuve)	3%	2%	4%
Séparé(e)	1%	2%	1%
Divorcé(e)	8%	6%	8%

Propriétaire

Propriétaire	60%	74%	57%
Locataire	38%	26%	42%

Note : Pour chacune des catégories de profil, le complément à 100% correspond aux mentions « Ne sait pas » et « Refus ».




ÉQUIPE


ÉQUIPE

Pour plus d'information sur cette étude, veuillez contacter

Guillaume Gingras

Directeur de recherche

 ggingras@leger360.com

 514-982-2464

Équipe projet

Guillaume Gingras, Directeur de recherche

Émilie Cyr, Directrice contenus médias

NOS SERVICES

- **Léger**
Recherche marketing et sondage
- **Léger MetriCX**
Services-conseils en expérience client
- **Léger Analytique (LEA)**
Analyse de modélisation de données
- **Léger Opinion (LEO)**
Gestion de panel
- **Léger Communauté**
Gestion de communautés en ligne
- **Léger Numérique**
Stratégie numérique et expérience utilisateur
- **Recherche internationale**
Worldwide Independent Network (WIN)

600
EMPLOYÉS



185
CONSULTANTS



8
BUREAUX

MONTRÉAL | QUÉBEC | TORONTO | WINNIPEG
EDMONTON | CALGARY | VANCOUVER | PHILADELPHIE

NOTRE ENGAGEMENT QUALITÉ



Léger est membre du [Conseil de recherche et d'intelligence marketing canadien \(CRIC\)](#), l'association officielle de l'industrie des études de marché, des sondages et de l'intelligence marketing.



Léger est membre d'[ESOMAR](#) (European Society for Opinion and Market Research), l'association mondiale des professionnels des enquêtes d'opinion et des études marketing. À ce titre, Léger s'engage à appliquer le [code international ICC/ESOMAR](#) des études de marché, études sociales et d'opinion et de l'analytique des données.



Léger est aussi membre d'[Insights Association](#), l'association américaine pour la recherche marketing et l'analytique.



Léger est un commanditaire de [PAIM Canada](#), l'association officielle des professionnels agréés en analytique et intelligence marketing au Canada. PAIM respecte les normes du CRIC en matière de recherche marketing et de recherche sur l'opinion publique. PAIM Canada est approuvée à l'échelle internationale par ESOMAR et le MRII/Université de Géorgie.

Léger

*Comprendre le
monde*

